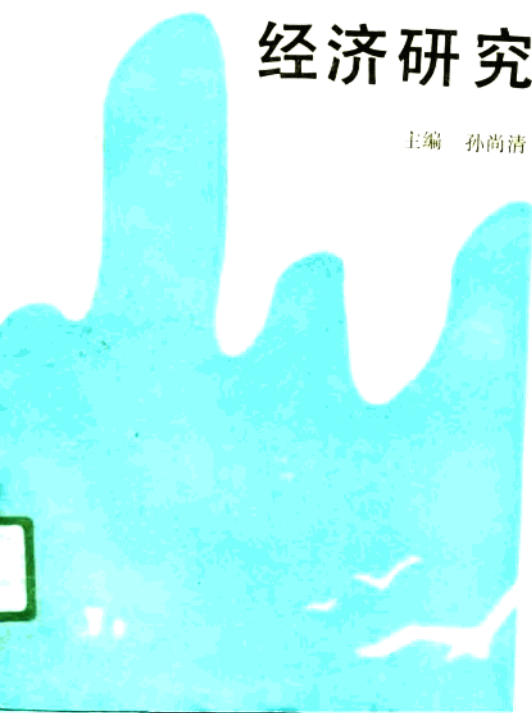


中国旅游 经济研究

主编 孙尚清



前 言

孙 尚 清

本书是国家哲学社会科学“七五”重点课题——“中国旅游经济发展战略”主要子课题的成果集。

随着改革、开放，我国旅游业正在兴起，目前它处在成长过程中。在这个时候，深入探讨旅游经济发展战略，是旅游业顺利发展的需要，也是振兴我国经济的需要。

一、关于旅游业的性质问题

旅游是一种消费活动。人们在旅游过程中需要吃饭、住宿、参观、游览等等，这些活动都要消耗一定数量的物质资料和活劳动服务。恩格斯曾经把人们的生活资料划分为生存资料、发展资料和享受资料^①。看来，旅游消费资料已不是一般地维持人的生命延续的生存资料，而是满足人们发展和享受的资料。这就是说，旅游消费具有发展资料和享受资料两重性，至于二者的侧重点则根据一国经济发展水平和国民生活水平而变化。

国际上有这样的经验统计，当一国人均国民生产总值达到800~1000美元时，居民将普遍产生国内旅游的动机；达到4000~10000美元时，将产生国际旅游的动机；超过10000美元时，将产生洲际旅游的动机。这反映了经济发展与旅游消费需求相互关系的一般规律性。目前我国人均国民生产总值不到400美元。据预

^① 参见《马克思恩格斯选集》第1卷，第349页。

测，到2000年，我国人均国民生产总值将达1000美元左右。那时的消费模式将是生存资料充裕，发展资料有所增加，享受资料局部进入消费。要适应这种情况，必须有一个发展旅游业的战略性的考虑。

从经济社会发展的总体看，旅游业是一种文化—经济事业。因为一方面在旅游消费中，无论人文景观还是自然景观，主要是满足旅游者文化生活的需要，具有明显的文化性质。但另一方面，旅游景观的开发和旅游设施的建设都需要投资。在商品经济条件下这种投资无论来自政府还是来自企业或部门，都需要进行投入与产出的比较，所以它又具有明显的经济性质。

社会主义经济还是商品经济。在社会主义初级阶段，旅游服务主要是当作商品来生产和经营的。因此，对我国现阶段旅游业性质的表述，就应当把“文化”和“经济”的次序加以调整，必须说它是一种经济—文化事业。凡为旅游者提供服务的企业或个人，都是商品生产者和经营者。有的地方或企业在发展旅游经济中只管投入，不问产出；只想自己有什么景观、能提供什么服务，不考虑旅游者的实际消费需要和消费能力；只顾招徕接待旅游者，不计成本、不讲效益，这些都是产品经济或非旅游经济观念的表现。我们对旅游业的观念需要更新，要用商品经济的观念来指导旅游产业的发展。

首先是市场观念。旅游业的市場一在国际，二在国内。在我国外汇短缺的条件下，发展旅游业的重点是开拓国际旅游市场，争取更多的旅游者入境，取得更多的非贸易外汇收入。这就要求我们必须参与国际旅游市场的竞争。同时也要开发国内旅游市场，并且把国内旅游与国际旅游两个市场协调地结合起来，使之互相依存，互相促进。

其次是质量观念。质量是商品的生命。旅游服务当作商品在国内外市场上出售，它的质量如何，具有决定意义。旅游服务质量受多种因素的影响，它反映有关行业的综合水平。旅游服务质量

的高低并不完全决定于设施是否现代化。我们应当提倡在简朴的旅游设施条件下创造高质量的旅游服务。目前我国旅游服务质量不高，许多方面是人的主观因素造成的。合同规定的时间、线路、服务项目、服务收费等等，必须严格遵守执行。清洁卫生是对旅游服务企业的起码要求。服务质量好，才能提高我国旅游服务商品在国际旅游市场上的占有率。

再次是经济效益观念。在社会主义初级阶段中，旅游业作为一种产业，必须考虑经济效益，讲求投入——产出比较。例如有一个风景区，10年来已投资1600万元，10年累计只回收400万元。这里有必要提出两个重要问题，一是如何正确认识并掌握国内旅游的社会文化福利性质。作为国家财政支出，政府有义务为纳税人免费提供一定的社会文化福利设施，资本主义国家尚且如此，更不要说我们社会主义国家了。但对于具有前述两重性的旅游业，在一定的社会经济水平上，必须正确认识并掌握其社会文化福利性与经济性的关系。在较低经济发展水平的国家，例如在我国，前者不可能也不应该占过大比重。二是如何正确认识并掌握发展中国家建设旅游业的一般规律：初期投入高、效益低，经过收支相抵阶段，才能进入收大于支的阶段。诚然这是带有规律性的，但我们还必须注意到，发展中国家发展旅游业时，都是力争缩短初期阶段的时间，并十分讲究超前投入的限度，忌讳超越经济水平的过量超前投入，尤其是在初期阶段，认真比较投入产出，并制定明确的产出预期。

从旅游业与国民经济的发展关系中把握旅游业的地位和作用。过去有的人认为旅游就是吃、喝、玩、乐。事实上，旅游业的发展与国民经济的发展是密切相关的。世界上有些国家就是依靠旅游业来推动国民经济大发展的。例如，战后西班牙旅游业的发展带动了整个国民经济的发展，在19年中国民生产总值翻了两番。奥地利、新加坡、菲律宾、香港等国家或地区，旅游业已成为国民经济的支柱产业之一。我们国家大、人口多，经济落后，

在一个相当长的时期内都要以发展工农业生产为主，这是毫无疑问的。但是，积极地发展旅游业，给整个国民经济带来的益处，将会是巨大的。由于我国各地方发展不平衡，差别很大，有的地方也不排除把发展旅游业摆在更重要甚至支柱产业的地位。

发展旅游创汇，可为国家积累建设资金。1988年我国旅游业的外汇收入达22.45亿美元，在出口商品和劳务中，按大类统计，居第5位。一般地说，旅游外汇的换汇成本低，绝大部分为现汇收入。旅游外汇收入已经是我们国家的一笔重要财源。从国际旅游业发展趋势来看，可以说旅游产业将不知“夕阳产业”为何物，只要有和平环境和经济发展，它将始终处于“朝阳产业”的状态，欣欣向荣。鉴于我国在世界上的文化历史地位和自然条件，加上改革开放，考虑到国际市场的态势及走向，经过十几年的努力，相信旅游业可以成为出口商品和劳务中的一个产业。那时，旅游业对整个国民经济的贡献就更大了。

据有关部门统计，1988年国内旅游达3亿多人次，旅游服务收入超过300亿元。可见国内旅游市场是宏大和兴旺的。目前我国相当大的一部分城乡居民收入已经达到可以进行国内旅游的水平，若不适当组织，满足他们的需要，势必增加其他商品供给的紧张程度。在一个相当长的时期内，我国实物商品短缺的状况难以有根本改变，增加服务商品供给，扩大货币回笼，应成为我们平抑物价、稳定市场的重要手段。当然，非正常的“公费旅游”必须严格禁止，国内旅游发展还必须同现存的交通设施的条件相适应，而不能盲目提倡。

旅游业本身是一个产业群体。国际、国内旅游活动的发展，必然使直接为旅游者提供服务的诸多行业首先得到发展。间接为旅游者提供服务的行业也很多，例如，农业为旅游者提供粮食、蔬菜、水果、肉类、花卉等等；工业制造各种旅游服务设施、用品用具、旅游者的生活用品、旅游纪念品等等；建筑业的修建与装修；煤气、电力、自来水行业的煤、电、水供应；等等。这些

行业也会在旅游业的推动下得到进一步的发展。所以，旅游业是一种具有较强的带动作用的产业。一业兴，百业旺。因此，它可以作为适度超前发展的产业加以培育。

我国劳动力资源丰富，但同时也带来了劳动就业问题。特别是在二元经济向现代经济转换过程中，农村多余劳动力大量转入非农产业的压力很大。旅游业的发展对于增加劳动就业的效果是明显的。1987年，仅旅行社、旅游服务公司、旅游车船公司、旅游购物商店等行业的从业人员就有10.7万人，这里未包括关联行业的就业者。至于以旅游为主要产业的县、市，大多数居民的收入都直接或间接与提供旅游服务有关。

旅游业还是发展社会交往（包括经济、文化、信息）的一个重要方面。国际旅游对增进了解和建立友好关系、促进中外经济、文化交流的作用是不言而喻的。旅游对提高居民文化素质也有积极作用。例如，据某研究所的一项抽样调查表明，农村90%的致富农民都有到外地增长见识的经历。在商品经济中，交往关系往往是商品交换关系的前奏，投资、合作、或相互发生商业关系，都是以相互交往为先导，旅游恰恰是增加交往关系的一种契机。各地的传统盛会或节日，例如风筝节、冰灯会、花会等等，都既是旅游，又是经济交往的大聚会。

旅游业的发展对社会产业结构合理化也有促进作用。从国内外产业结构变动的历史看，第三产业的发达程度是经济发展水平和产业结构合理化程度的一个重要标志。在发达国家中，第三产业的就业者已占社会劳动力总数的70%上下，第三产业的产值占国民生产总值的50—60%。在发展中国家，我国第三产业是较为落后的。据1988年的统计，我国劳动者在第三产业就业的人数为9731万人，占社会劳动者总人数的17.9%；第三产业的产值为3596亿元，占国民生产总值的25.7%。产业结构不合理，需要在努力提高第一、二产业劳动生产率的基础上尽快加以改变。旅游业是第三产业中的重要行业。它的发展同时要求或带动第三产

业的主要部门如交通运输、邮电通讯、商业、饮食服务业、金融保险等以及文化卫生事业的发展。有些地方（如西安）把旅游业作为发展第三产业的带头产业，是有道理的。

当然，旅游业的发展也会带来一些消极的东西，例如环境污染，生态平衡因人流扩大而受破坏，而旅游资源多数是难以再生的。长白山天池周围的高山苔藓层受到破坏，要三、四百年才能得到恢复。旅游还会使某些不健康的东西流入等等。对这些问题一要重视，二要治理，如果听之任之，旅游业就不能正常发展，还会给社会带来损害。这些，不光是旅游部门的事，也是全社会的责任。

二、关于如何发展的思考

（一）我国旅游产业发展至今，已初具规模。在已经取得的巨大成就的基础上，从我国宏观经济条件的实际出发，应明确，到2000年实现年收汇80亿美元的目标的重点不在于扩大生产规模，遍地开花，而在于深化改革，完善重点，提高服务质量，调整服务收费结构。服务质量是决定国际竞争力的重要因素，因此，旅游服务质量应当向国际先进标准看齐。从我国的具体情况出发，提出相应的质量要求，采取措施，促其实现。要分阶段地制定发展目标。如“八五”期间、“九五”期间的具体目标，毋须争什么亚洲第一、世界几强的桂冠，而应紧紧把握国内外旅游市场的发展变化，扎扎实实地发展我国的旅游业。

（二）采取适度超前的战略。鉴于前述旅游业的发展对国民经济的促进作用，以及旅游业的发展受制于国民经济各有关部门的实际情况，根据我国旅游资源丰富、发展潜力大的特点，以及我国经济发展的经验教训，需要对“适度超前”有个正确的理解。这不是孤军突出，也不是带头产业的含义，只是在对旅游者有支付能力的需求及旅游市场的发展变化加以科学分析和预测的

基础上，在与国民经济发展相适应的前提下，将旅游业的发展速度适当提高一些。因为只有在相关产业可以承受的范围内，才能发挥旅游对相关产业的促进作用，所以绝不是要把它的发展速度列为国民经济各部门之首。

（三）积极开拓国际旅游市场，正确组织国内旅游市场。我国旅游业在国际旅游市场上所占的份额是极少的。旅游业发展的一般规律是先国内后国外，由近及远。所谓近，一是地理位置近，二是文化传统接近。我国开拓国际旅游市场的重点首先应选在亚洲经济比较发达的国家和地区，其次是欧美。对于国内旅游市场，现阶段所需做的首先是适当组织和引导。例如在旅游旺季，多接待国际旅游者，少组织国内旅游；在“热点”地区，尽量减少国内旅游冲击，引导国内旅游者转向“温”、“冷”线和新开发景区，进行疏导和分流。两个市场相互补充，彼此协调，才能达到共同发展的目的。

（四）突出特色，塑造中国旅游的美好形象。没有特色就没有旅游。我国地域辽阔，南方北方差别甚大，地形地貌奇异瑰丽，风景名胜区遍布各地。同时，我们是东方文明古国，有灿烂的古文化，有浓郁的民族风情。近代历史特别是中国革命史也丰富多彩，红军万里长征就是一部具有传奇色彩的史诗。丰富的旅游资源给我们提供了突出特色、塑造中国旅游形象的良好条件。突出特色有两方面的含义，一方面是突出我国天然垄断性的景观和文物，对旅游者产生特殊的吸引力；另一方面是突出旅游服务的特色，在卫生、尽可能舒适的基础上创造风格各异的服务方式。这样，特殊的旅游服务方式与特殊的旅游资源相结合，就能够塑造出鲜明的中国旅游形象。

（五）旅游资源的开发利用与保护并重。旅游资源是历史和自然赋予我们的宝藏。但是，在未开发、利用之前，它仅仅是宝藏，只有在开发、利用之后才能变为财富。在开发旅游资源的时候，切忌有座庙、有个洞、有条河、有座山就要当作景观来投资

建设，除了对客源、交通、食宿、供给等条件进行分析外，最重要的是进行比较研究，看看它有没有特色。旅游资源开发的重点应当是具有垄断性从而有不可替代性的景物。例如北京的故宫、西安的兵马俑馆、云南贵州的民族风情、桂林的山水、敦煌壁画，等等。这些具有垄断性、不可替代的旅游资源，都具有不可再生的性质。所以，在开发、利用的过程中，必须科学地、严格地加以保护，以保证其永续利用。对那些旅游价值、生态环境价值、历史文物价值、科学研究价值俱高的资源，在保护措施未妥善解决之前，宁可暂时停止利用，也不贪一时之利，遗千古之恨。当今世界旅游的趋势是回归大自然，开发中应注意保护和表现景点的本来面貌，力求得趣自然，窥历史本来面貌之一斑，少搞人工景观，避免建设性破坏。建议对全国的旅游资源作一次全面普查、系统分析，以便统筹规划，分期分批进行开发，不断推出新的安全、经济、合理的旅游路线。

（六）开辟资金来源，提高投资效益。我国发展旅游业遇到的问题，是基础设施落后和交通运力不足。归根到底，都是资金短缺所致。我国发展旅游业资金短缺，象整个国民经济发展中资金不足一样，将是长期的。因此，必须树立量力而行的指导思想，不可贪多求快，结果欲速则不达。同时也需要通过多种渠道，开辟资金来源。在现行体制下，旅游业资金来源的各种渠道，都要加以合理利用：（1）国家的拨款和贷款，这是当前旅游建设资金的主要来源。（2）旅游企业通过改善经营管理，提高经济效益，实现自我积累、自我发展。目前我国旅游企业积累的资金有限，但从长远来看，它应成为旅游建设资金的主要来源。（3）发行债券，推行旅游企业股份制，吸收社会游资。这种集资方式的发展依赖于旅游企业经济效益的不断提高。（4）若某地区有发展旅游业的良好条件时，可以考虑把国家用于该地区的扶贫资金的一部分用来建设旅游设施，使原来的“输血”机制部分转变为“造血”机制，变单纯的政治效益为政治效益加经济效益。

(5) 鼓励其它行业投资于旅游业或从事旅游服务经营, 多家办旅游。在资金短缺的情况下, 对资金应当十分珍惜, 慎重使用。以往资金使用效益不高, 有浪费。今后资金的使用, 一应保证重点, 即重点开发, 重点建设, 重点配套, 建设一个旅游区就应使之具有综合接待能力; 二应有可行性分析, 并建立健全严格的投资经济责任, 明确规定投资回收期, 对投资的责任人 (决策者和执行者) 要严肃规定责、权、利并奖罚兑现。还可以考虑其他一些办法, 保证有限资金的合理使用。

(七) 努力改善旅游交通。我国紧缺的交通运输, 已成为旅游业发展的瓶颈。而那些自然景观和人文景观丰富、又独具特色、发展旅游业的条件较好的地方, 如张家界、九寨沟、云南贵州的一些风景区, 多在高山大川、交通不便的偏僻之地。在商品经济中, “时间就是金钱”。如果旅游者要花几天时间才能观赏一个景区, 他们会望而却步。我们应当研究在短期内我国交通运输状况不可能有较大改善的条件下, 如何方便旅游者的问题。目前客流现状大致是, 入境旅游者大部分集中在北京、上海、西安、桂林、广东、江苏、杭州等主要城市和地区, 同时又在旅游旺季。这几年旅游行政管理部门会同民航、铁路、交通等部门协商, 采取一些季节性的措施, 如增加航班、车厢、包机、专列等等, 重点解决这些地方的旅游者的进出问题, 已初步见效。在旅游方式上, 现在多为观光旅游, 旅游者在一个地方的停留时间短, 这也增加了客流量。如果积极诱导, 实现良好服务, 就可望旅游者增加在一个地方的停留时间, 从而也会相对减少客流量。

(八) 提高服务质量, 提高经济效益。我国旅游业的发展, 除受交通条件的制约以外, 还受到服务质量和经济效益不高的制约。现有的旅游企业, 除少数采用科学管理方式因而有较高的服务质量和经济效益外, 多数还受政企不分的影响, 机关化的管理方式随处可见。值得注意的是, 至今还未全面建立考核服务质量和经济效益的指标体系。

(九)培养专业人才。在旅游业发展的初期,引进国外先进的企业管理方式,聘请少数外国专家是必要的。但这不是长久之策。培养自己的各种专业人才,才是解决问题的根本方法。职业学校和高等院校为旅游业提供了一定量的专业人才,但还不能满足行业发展的需要,现在特别需要注意培养高级的旅游专业人才。

(十)深化旅游管理体制的改革。我国旅游业是在党的十一届三中全会以后,在改革、开放政策指导下发展起来的新兴产业,因此旧体制的影响并不那么深。旅游业有条件缩短新旧体制转换的过程,尽快建立起新的管理体制。

政企分开是中央已经确定了的方针,旅游业应当积极执行。政企分开的核心是国家行政机关——各级旅游局——不再充当国有旅游企业的资产所有者代表,不参与企业的经营活动。它的主要职责应是制订发展规划,监督政策法规的执行,对全行业进行规范化管理,协调行业内外关系。同时要更好地发挥行业组织的作用。

旅游企业应加快集团化和股份制等改革的试点,使企业成为真正的自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的商品生产者和经营者。由于旅游服务的联系面广,需要企业之间建立紧密的合作关系,企业集团化既是必然趋势,又是改善旅游服务经营的内在要求。旅游投资应尽快由投资公司办理。国家的无偿投资即财政拨款部分可通过投资公司按投资程序发放并由投资公司监督其使用情况和效果。

* * *

旅游经济研究工作,在我国可以说刚刚开始。本书的内容,大体上反映了我国目前旅游经济各主要领域的研究水平。由于参加本课题组的专家学者有限,我们期望能有更多更好的研究成果问世,以互相启发,共同探讨,推动我国旅游经济研究的进一步深入发展,并为国家制定“八五”期间及长期的旅游业发展规划

服务，为振兴我国旅游经济作出贡献。

书中的观点和资料，虽经一再斟酌核实，仍难免有误差和疏漏，希望读者指正。

1989年10月

目 录

前 言

孙尚清

综 合 篇

中国旅游业十年	(1)
一、中国旅游业所处的国际背景	(1)
二、中国旅游业十年回顾	(11)
三、对十年来中国旅游业发展的评价	(20)
四、总论	(37)
中国旅游经济发展战略目标与战略重点	(43)
一、制定旅游发展战略目标的指导思想	(43)
二、中国旅游经济发展的战略目标	(52)
三、确定战略目标的依据	(53)
四、旅游经济发展战略重点	(65)
五、实现战略目标的基本对策	(69)
旅游业在国民经济发展中的地位和作用	(75)
一、旅游业发展与世界经济	(75)
二、旅游业在我国国民经济中的地位	(78)
三、旅游业在国民经济中的作用	(85)
旅游体制改革的目标模式	(91)
一、旅游体制改革的经验	(91)
二、旅游体制改革的理论依据	(96)
三、旅游体制改革的目标模式	(104)
国际旅游市场发展前景及我国的对策	(120)
一、当前世界国际旅游业发展现状分析	(120)

二、今后国际旅游市场发展前景及我国的地位	(130)
二、我国的对策	(138)
国内旅游	(143)
一、国内旅游发展的基本模式	(143)
二、国内旅游业发展的必要性和可能性	(146)
三、国内旅游市场的特点及问题	(163)
四、我国国内旅游的展望与对策	(174)
我国现阶段的旅游产业政策	(182)
一、我国旅游业所处发展阶段及其趋势	(182)
二、制定旅游产业政策的指导思想	(188)
三、我国旅游产业政策的基本内容	(189)
四、相关产业协同政策	(197)
世界各国旅游经济发展模式比较	(201)
一、世界各国旅游业发展的一般比较	(201)
二、社会主义国家旅游发展模式	(211)
三、市场经济国家的旅游发展模式	(216)
四、结论	(223)

经 营 篇

旅游投资	(225)
一、情况	(225)
二、问题	(235)
三、对策	(243)
旅游资源开发	(251)
一、我国旅游资源开发利用的基本情况	(252)
二、我国旅游资源的基本评价	(255)
三、我国旅游资源重点开发区的选择	(263)
四、我国旅游资源开发的基本对策	(271)
旅游产品	(276)
一、旅游产品概述	(276)
二、中国旅游产品品种与质量	(285)

三、旅游产品的宣传	(292)
四、我国旅游产品的更新换代	(298)
旅游价格	(301)
一、旅游价格是发展旅游业的重要杠杆	(301)
二、我国旅游价格的初步调整与改革	(306)
三、当前我国旅游价格存在的问题	(309)
四、我国旅游价格改革的目标模式	(314)
旅游与交通：在发展中协调	(322)
一、一般与特殊	(322)
二、总量与结构	(326)
三、体制与政策	(331)
四、发展与协调	(337)
旅游人才的开发	(342)
一、旅游业发展的形势对人才开发的要求	(342)
二、旅游人才现状分析	(344)
三、旅游人才开发的战略	(348)
旅行社经营管理	(356)
一、我国旅行社的发展	(356)
二、我国旅行社经营管理现状剖析	(361)
三、建立旅行社经营管理运行新机制	(368)
四、国际旅行社系统的改革	(374)
旅游饭店发展战略	(377)
一、旅游饭店发展战略目标	(377)
二、旅游饭店发展的战略重点	(379)
三、实现战略目标的途径——处理好6个关系	(379)
旅游购物	(400)
一、我国旅游购物发展概况	(400)
二、我国旅游购物中的问题	(405)
三、旅游购物发展战略设想	(409)
旅游经济效益评估	(412)
一、旅游系统企业经济效益	(413)

二、旅游系统企业与社会旅游企业经济效益比较	(418)
三、不同发展条件下旅游企业经济效益比较	(425)
四、旅游业对相关产业经济效益的影响	(429)
五、旅游者消费情况分析	(431)
六、提高我国旅游经济效益的途径和政策	(438)

地 区 篇

北京地区旅游发展战略	(445)
上海地区旅游发展战略	(470)
西安地区旅游发展战略	(489)
广东地区旅游发展战略	(507)
贵州地区旅游发展战略	(529)

附 录:

日本旅游经济体制考察报告	(542)
参加本课题组的主要成员名单	(554)

综 合 篇

中国旅游业十年

我国的旅游业，自1978年党的十一届三中全会以后，得到了迅速发展，到现在已历10年时间。我国的旅游业发展伊始，就引起了国内外有关方面的关注。随着旅游业行业规模的形成，行业形象的建立，旅游业日趋成为各界人士议论的热点。如何客观地评价10年来我国的旅游事业，明确我国旅游业目前的国际、国内社会政治经济背景，正确地判断我国旅游业在国际旅游市场和国内社会经济生活中所处的方位及地位作用，是进行旅游经济发展战略研究必不可少的基础工作。

一、中国旅游业所处的国际背景

为了正确地认识和评价我国旅游业，首先需要对世界旅游业的发展进行基本分析。

第二次世界大战以后，旅游逐步成为普遍性的社会、经济、文化现象，旅游业也从其他行业中逐步分离出来，成为独立的但仍然是综合性的经济行业。1950年，全世界国际旅游人数为2528万人，旅游外汇收入21亿美元；至1988年，国际旅游人数达到3.9亿人次，旅游外汇收入达到1950亿美元，仅作直观比较，人数增长了14.4倍，收入增长了91.9倍，增长速度之快在世界经济各个单项产业中名列前茅。国际旅游需求如此迅猛地增长，引起了各个国家，尤其是外汇短缺的发展中国家的极大兴趣。38年