

Annual Report of Chinese
Tourism Industry Transition 2004

中国旅游产业 转型年度报告 2004

——张辉 厉新建/等著——



旅游教育出版社

F592.3
2

Annual Report of Chinese
Tourism Industry Transition 2004

中国旅游产业 转型年度报告 2004

张辉 厉新建/等著

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:赖春梅

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游产业转型年度报告. 2004/张辉,厉新建等著. - 北京:
旅游教育出版社, 2005. 5

ISBN 7-5637-1282-8

I. 中… II. ①张…②厉… III. 旅游业—经济发展—研究报告—中国—2004 IV. F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 046893 号

中国旅游产业转型年度报告 2004

张 辉 厉新建 等著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E-mail	tepx@sohu. com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排部
印刷单位	中国科学院印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850 × 1168 1/32
印 张	8. 625
字 数	197 千字
版 次	2005 年 6 月第 1 版
印 次	2005 年 6 月第 1 次印刷
定 价	17.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

中国旅游业在 20 世纪后半叶取得了举世瞩目的成就。从国民经济发展的宏观环境来看,加入世界贸易组织使中国经济面临经济全球化的挑战和机遇,在这一背景下的经济改革和对外开放使各个产业的发展具有了更深的内涵和外延,同时对产业的发展提出了更高的要求。但是,由于中国旅游业发展模式和发展阶段的特殊性,在旅游业的发展过程中也暴露出了一些问题,如普遍存在的旅游产品供求非均衡、产品老化并急需升级、旅游产业结构面临全面提升、旅行社行业经营中的不规范竞争、饭店行业的过度竞争和竞争不足同时存在等等。只有认清目前存在的问题并深入研究旅游产业转型对策,我国的旅游经济才能在继续保持高速发展势头的同时提高产业素质,并且在更健康、更稳定、更具可持续性的发展道路上前行!

为此,我们本着“理性、务实、高效”的原则,在张辉教授负责的教育部课题《转型时期的中国旅游产业:环境、架构与运行》的前期研究成果的基础上,通过对大量相关文献的案头研究、相关专家与部门的访谈和调研,以及以北京、上海、广州、南京为辐射中心的诸多旅游目的地与客源地的实地考察研究,对影响转型时期的旅游经济运行的外部环境、相关原因以及今后发展转型的方向和转型过程中面临的困境、难点与相应的认识问题等方面,进行了深入地研

讨、判断和分析,历时5个多月,最终形成了年度总报告“中国旅游产业发展的回顾与转型方向”和“转型时期的旅游经济功能转型”、“转型时期的中国饭店业”、“转型时期的旅游需求变化”、“转型时期的区域旅游合作”等8项研究分报告成果。

作为“中国旅游产业转型年度报告 2004”的最终研究成果,年度总报告“中国旅游产业发展的回顾与转型方向”主体内容分为三大部分。

第一部分,“中国旅游产业发展的回顾与反思”,概括了我国旅游产业发展20多年以来的成就,理性地反思了成绩背后隐含的制约进一步发展的问題。这是整个研究的基础和起点。

第二部分,“中国旅游产业转型的认识问题”,主要分析了推动我国旅游产业转型的影响因素以及对处于宏观经济转型时期的旅游产业(更准确地说是旅游经济)的认识方面的重要问题,指出应该以合乎旅游经济自身运行规律的观念来重新认识旅游的地位;应该结合宏观形势发展突出强调旅游经济的就业带动功能,并将其作为转型时期旅游经济持续发展的突破口;应该理性把握转型时期出入境旅游的地位问题,客观地分析新形势下入境旅游的服务贸易竞争力,并从国民素质改善、“以人为本”的科学发展观和中华民族复兴的层面上强调发展出境旅游的积极意义与必要性,从而得以在理论研究上推动出境旅游的发展;应该理性、全面地理解影响旅游企业转型绩效的因素并分析转型发展的重点,从利益结构互动的层面客观评价在旅游景区行业出现的两权分离的改革尝试,总结指出旅行社转型发展所面临的“对传统市场路径依赖下的增长困境”等五大问题,并提醒深刻把握饭店民营化改革与管理重构之间的关系等。这些内容不仅是对我国旅游经济发展的客观梳

理和分析,同时也构成了年度总报告对我国旅游产业转型方向进行客观判断的基础。

第三部分,“中国旅游产业转型的方向”,分析提炼了我国旅游产业七大转型方向,如旅游产业功能应该从主要推动经济增长向扩大就业带动方向转型、旅游产业组织方式应该从单体组织向网络组织方向转型、旅游经营空间应该从一地经营向跨区经营方向转型、旅游消费效果应该从小康旅游向旅游小康的方向转型等。

当然,作为最终研究成果,“中国旅游产业发展的回顾与转型方向”总报告直接源于8个分报告,这些分报告分别是:“转型时期的外部环境及旅游影响分析”、“转型时期的旅游需求变化”、“转型时期的旅游经济功能转型”、“转型时期的中国饭店业”、“转型时期的中国旅行社业”、“转型时期的旅游景区”、“转型时期的区域旅游合作”、“转型时期的旅游管理职能转变”。它们是构成年度报告的重要组成部分。

年度报告的研究得到了北京市重点学科建设项目的资金资助,在研究过程中还得到了国家旅游局、地方旅游局、旅游相关企业等各相关机构与有关人员的大力支持,得到了北京第二外国语学院研究生部、科研处、旅游教育出版社等相关部门和单位的支持以及旅游管理学院邵德阳、郭强等老师在技术和资料方面的帮助,在此一并表示衷心的感谢。

年度报告由张辉、厉新建共同确立课题总体框架,各部分初稿作者为:研究总报告张辉、厉新建、秦宇;分报告一侯雪艳、陈秀惠、王亚利,分报告二王志宏、张春娥,分报告三张辉、厉新建、厉新权,分报告四杜长辉,分报告五王宝顺,分报告六徐苏,分报告七陈万本,分报告八韩玉灵、杨晶晶。全书由张辉、厉新建负责最后审阅、修改和定稿工作。

尽管我们本着“理性、客观”的原则来描述、分析、判断转型中的旅游产业,但本年度报告中肯定还存在着许多不足,尤其是因为统计数据公布的滞后性,2004年的相关数据并没有得到充分反映,在今后的年度报告中将予以重视并改进。希望各位同仁、各位读者能够不吝赐教,帮助我们不断提高年度报告的研究水平,共同为中国旅游产业的有效转型作出贡献!

“中国旅游产业转型年度报告”课题组

2004年12月

目 录

总报告:中国旅游产业发展的回顾与转型方向	1
一、中国旅游产业发展的回顾与反思	1
二、中国旅游产业转型的认识问题	6
三、中国旅游产业转型的方向	24
 研究分报告一:转型时期的外部环境及旅游影响分析	 31
第一部分 国际经济环境的变化及其旅游影响分析	31
第二部分 国内经济环境的变化及其旅游影响分析	41
第三部分 社会政治环境对旅游需求的影响分析	56
 研究分报告二:转型时期的旅游需求变化	 74
第一部分 旅游需求格局的变化	74
第二部分 旅游需求的转型表现	87
 研究分报告三:转型时期的旅游经济功能转型	 99
第一部分 衡量旅游经济贡献的新思路	99
第二部分 转型期出入境旅游定位的分析	109
第三部分 转型期旅游经济新定位:就业	122

研究分报告四:转型时期的中国饭店业	139
第一部分 中国饭店业发展回顾和反思	139
第二部分 中国饭店业转型的环境分析	147
第三部分 中国饭店业面临的转型分析	151
研究分报告五:转型时期的中国旅行社业	159
第一部分 转型时期中国旅行社业现状	159
第二部分 转型时期中国旅行社业特点	165
第三部分 转型时期中国旅行社业经营	173
第四部分 转型时期中国旅行社业管理	186
研究分报告六:转型时期的旅游景区	197
第一部分 转型期旅游景区现状与环境	197
第二部分 旅游景区转型发展中的问题	202
第三部分 转型期旅游景区的转型发展	206
研究分报告七:转型时期的区域旅游合作	216
第一部分 区域旅游合作理论与实践的发展	216
第二部分 区域旅游合作必要性及条件分析	225
第三部分 区域旅游合作机制创新及政府作用	231
研究分报告八:转型时期的旅游管理职能转变	243
第一部分 旅游行政管理职能的职能转变	243
第二部分 转型时期的中国旅游行业协会	254
主要参考文献	261

总报告： 中国旅游产业发展的回顾 与转型方向

张 辉 厉新建 秦 宇

一、中国旅游产业发展的回顾与反思

(一)超常规发展模式的局限性

中国旅游业的发展轨迹从一开始,就表现为一种不同于发达国家旅游业发展过程的超常规的发展模式,即旅游业的发展是以接待入境旅游为开端的。这种发展模式是由中国旅游业起步发展时所面临的特定历史背景决定的^①。首先,是因为在中国旅游发展的初期,经济发展的水平较低,政府迫切希望通过旅游行业的波及效应带动其他相关行业的发展。其次,旅游业具有极强的外向型特征,是创汇的有效工具。对于当时缺乏创汇能力产业而又急需外汇发展经济、引进国外先进技术的中国来说,发展国际入境旅游不失为良好的选择。最后,通过入境旅游的发展,作为中国改革开放的窗口,可使吸引外资等一系列政策得到落实。因此,中国旅游业的发展初期带有明显的创汇型入境旅游导向,这种发展模式对于在短期内迅速加强接待能力,提升我国旅游业在世界旅游业中的地位起到了非常重要的作用。可以说,没有这种超常规的产

^① 所以,对旅游经济运行中出现的旅游供求之间的矛盾不仅要从事求自身的特点来找原因(供求矛盾的技术性成因),还要从中国旅游经济发展模式、中国特点的文化和制度环境等方面寻找原因(供求矛盾的制度性成因)。见厉新建,张辉. 旅游经济学:理论与发展. 大连:东北财经大学出版社,2002. 12。

业发展模式,中国旅游业不可能取得今天的成绩。与这种产业发展模式相对应,我国各项旅游产业政策的制定也始终是以促进发展入境旅游为主。但是,随着旅游业的进一步发展,超常规发展模式的局限性也暴露出来。以入境旅游为主导的超常规发展模式本身就隐含着这样的缺陷:当国内旅游开始大规模发展的时候,大多数旅游企业的供给仍然是与入境旅游的需求相对应的,由此造成了国内旅游需求与供给的严重错位与脱节。

(二) 资产存量很大,但存量结构不合理

虽然目前我国旅游业的资产存量已经达到一个相当大的规模,但存量结构不合理,饭店业中的激烈竞争使得行业平均利润不断下降,然而却有大量资产沉淀在这一行业里无法转移。与此同时,旅行社业中也没有形成有效竞争的良好格局。在饭店业和旅行社业中普遍存在企业“散、弱、小、差”的现象,资产存量无法向大型企业转移。在渐进式改革过程中,传统计划经济体制下各类利益主体追求不同利益动机所造成的“条块分割”、“政企不分”等政治、经济性壁垒,再加上各类旅游企业无法彻底解决的产权问题,是旅游产业中资产存量结构不合理的主要原因。要提高中国旅游业的竞争能力,改变资产存量结构不合理问题,必须使现有存量资产通过市场的运作实现在产业内的合理分布与配置,盘活存量资产,打造一批具有规模经济优势的大型旅游企业集团,从根本上促进产业组织结构的升级和产业结构的调整,最终实现在全行业内进行资源的优化配置,形成既能实现规模经济,又能形成有效竞争的良性竞争态势。

(三) 主要城市接待功能得到强化,中小城市被忽略

我国旅游业的发展,是以主要城市为依托起步的。主要的原因:一是这些主要城市受历史社会发展的影响,大都具有丰富的人文旅游资源,对旅游者具有较强的吸引力,客观上会形成一定规模与数量的旅游需求;二是这些主要旅游城市原有基础较好,是各地区政治、经济和文化的中心,并且具有良好的旅游综合服务能力,

旅游接待设施和旅游交通发达;三是通过重点建设这些入境旅游接待的主要城市,可以全面带动以城市为主体范围内的旅游资源的开发和旅游设施的建设,逐渐形成以中心城市为重点的入境旅游接待格局体系。可以说,这种以主要城市为主的接待格局是我国旅游业超常规发展模式的必然结果。进入 20 世纪 90 年代后期,由于旅游生产力布局大多集中于这些主要城市,许多地方出现了接待能力过剩的现象,旅游企业之间的价格大战频频发生。而与此同时,随着旅游产品开发的深入和国内旅游的兴起,一些原来是旅游业“温”、“冷”点的中小城市却出现了接待能力不足的情况。

(四) 区域发展的不平衡

我国旅游生产力布局集中于东部沿海地区。首先,沿海地区具有良好的经济发展实力,原有基础较好,尤其交通运输条件较好,在短期内能形成较强的旅游经济生产能力;其次,沿海地区与国外旅游客源国及旅游中转国的经济距离较近,旅游需求强度较大;第三,随着对外开放政策的深入,沿海地区与国外的经济文化联系日趋紧密,使旅游发展的速度与规模进一步扩大。我国东部沿海地区——辽东半岛、长江三角洲、珠江三角洲、六个经济特区、北京及 11 个沿海开放城市的入境旅游接待人数、旅游外汇收入,都占全国总数的 80% 左右。与之相比,中西部内陆地区虽然拥有丰富的旅游资源,但由于可进入性相对较差,开放程度和经济发展水平较低,导致旅游市场的发育程度较低,除了少数地区以外,大部分地区旅游业还相当不发达。

旅游区域经济发展的不平衡性导致生产要素难以得到合理的配置。中西部大量具有极高价值的旅游资源没有得到很好的开发,无法将资源优势转化为产品优势进而转化为经济优势。因此,目前全国范围内的旅游生产力布局还未能根据各个地区自身的资源优势和区位条件开发出符合市场需求的旅游产品,并与相关地区形成合理的分工与布局;各个地区之间也还未能形成资源互补、

市场互补、发展互补的区域发展格局,无法促进生产要素的流动和有效利用,无法提高旅游经济的整体效益。

(五)现代企业制度的建立受到多重利益导向的制约

我国实施改革开放政策以来,地方和部门成为经济运行中极其活跃的利​​益主体,在投资、上项目等方面拥有了很高的积极性。对于旅游企业而言,除了原有的投资主体——国家主管对外接待的部门以外,政策的放开产生了大量新的投资主体。在我国由计划经济向市场经济转轨的过程中,原有利益主体的运行特征发生了变化。计划经济下原本并不清晰的利益主体被激活,同时出现了一批原体制以外的全新主体。随着促进旅游业发展的产业政策的出台,这些利益主体的投资冲动迅速得到释放并不断增加,不同投资主体的大量投资迅速进入旅游企业。在饭店业中,2001年,各级政府机关所有的饭店数量占总数的一半;在旅行社业中,几乎每一个大型旅行社的背后都有某一政府机关的影子。这些企业资产关系复杂,既具有企业性质,更具有三产或招待基地的性质,大部分企业的建设、经营本身就有多重目标,企业的自主经营和自我发展受到了极大的限制。尽管从1998年开始各级政府机关陆续同所属经济实体脱钩,但是,由于这些企业同原有母体仍然存在千丝万缕的关系,在这些企业中建立现代企业制度的步伐受到了一定的阻碍,导致市场中缺少真正的市场竞争主体。

(六)体制的制约使得企业的扩张受到限制

由于目前中国旅游企业经营过程中还存在某些地域性或部门性保护、垄断现象,不利于旅游企业的跨行业、跨地区的集团化发展;再加上配套市场发育不是很完善,旅游企业的集团化、网络化发展也受到一定的限制。到目前为止,中国旅游企业基本上还是处于单体经营的状态,并没有真正形成集团化经营^①,很难实现规

^① 即使是在国内有影响力的著名旅游集团也大多表现为地域性(而且这个地域的范围还比较小)的集团,这与旅游经济运行对规模经济实现路径的内在要求是不相吻合的。

模经济效应。

(七)单一观光产品使得我国旅游产品开发滞后

我国的旅游产品开发一开始以观光产品为主导,主要通过旅行社将食、住、行、游、购、娱的旅游六大要素通过包价的方式整合在一起,通过设计一定的旅游线路,进而形成旅游产品进行出售。旅游产品开发和经营中的线路产品和观光旅游产品为主的发展导向,使得我国的旅游产品特点表现为开发的历史继承性、更新的滞后性和体系的残缺性。

在旅游产品的开发方面,主要以国内的自然景观、历史遗迹为主,缺乏经过在详细市场调研基础上开发的人文景观。在人文景观的开发中,各地互相模仿的低水平重复建设屡见不鲜,不仅严重阻碍了资源的有效配置,而且低水平的价格竞争造成经营效益的滑坡。我国的旅游产品主要以观光产品为主,专题旅游、特种旅游和度假旅游产品开发力度不足,缺乏动态的以市场需求为导向的产品开发体系。生态旅游、探险旅游以及其他一些专项旅游产品虽有所发展,但远远不能与世界接轨。随着旅游业的发展,旅游者的需求日益多样化和个性化,而旅游产品的市场定位不明确,众多的旅游企业没有形成独特的核心竞争力。建立在低水平基础上的竞争难以形成相对完整的、满足各个细分市场的旅游产品体系。目前,我国旅游产品结构相对于国际市场丰富多彩的旅游需求来说相对单一,国际竞争力受到很大的限制。

(八)旅游各要素之间发展不协调,不利于旅游产品整体质量的提高

作为一种整体产品,旅游产品包括了旅游景点、旅游饭店、旅游餐饮、旅游交通、旅游娱乐及旅游购物各方面的内容,这些要素结合到一起形成了整体旅游产品。正是由于这六大要素之间不能协调发展,才造成了我国旅游业发展过程中出现所谓的“瓶颈”问题,这从反面说明了上述六大要素之间协调的重要性。

虽然从全国范围看,制约我国旅游业发展的大部分“瓶颈”已

经解决,但是在许多地区,由于六大要素的不协调而制约旅游业发展的例子却也屡见不鲜。由于六大要素不是每一个环节都能令旅游者感到满意,严重影响了旅游者对旅游产品的满意程度,并且往往由于某个环节的一点点不满便使游客对整体旅游产品的评价降低。因此,必须认真做好对现有旅游产品各要素之间的协调、配套工作,不仅要实现各个要素在供、求之间的量的协调,更重要的是做到质的相等及结构的一致,提高旅游产品的整体质量,努力使旅游者满意。

二、中国旅游产业转型的认识问题

(一)深刻把握推动我国旅游产业转型的因素

首先,中国共产党第十六次全国代表大会已经提出,在本世纪头 20 年经济建设和改革的主要任务是:完善社会主义市场经济,推动经济结构战略性调整。因此,中国经济转型的进程仍将继续,而且将是在经济发展与体制转型共同交织的特殊情况下进行。旅游经济作为宏观经济重要组成部分,一直以高增长率而引人关注,尤其是自 1997 年凸现扩大内需问题始,更是成为了国民经济新的增长点。

但是,如何在转型时期扩大旅游经济规模和提高内在素质,进一步发挥其在促进经济增长、保持宏观稳定和改善人民生活水平与福利等方面的作用,仍是这个伟大时代提出的急需解决的重要课题。课题的研究可以从两个方面入手:在宏观转型时期应该如何来认识旅游经济,以及中国旅游经济自身应该如何转型。

其次,中国旅游业面临市场开放的压力。随着中国加入世界贸易组织,中国经济进一步融入到世界经济体系中去,国际竞争国内化的趋势将愈加明显,整个中国经济包括旅游产业都将面临着全球化的冲击;全球的市场化和竞争的全球化必将推动各国对市场作用的普遍重视,也促使我国旅游产业加快市场化进程,提高我国旅游产业的国际竞争力。这是旅游产业首要的发展大方向。

具体到目前市场开放不足的旅行社业,必须要应对外资旅行社在资金、管理经验、品牌、人才、技术、网络等方面具有的绝对优势,改变由于目前中国的旅行社业市场的集中度低、恶性竞争而导致的行业整体竞争力低下的状况;对于已经开放较为充分的饭店业来说,主要是要对现有饭店存量进行调整,面对更大规模的外资饭店集团的进入,加速形成我国的民族饭店集团,迎接国外跨国饭店集团在品牌、经营和客源网络方面对我们的挑战^①。同时,加入WTO意味着我国旅游行业管理制度必须遵从有关贸易规则的规定。入世后,我国旅游业现有的各类规章制度都必须根据世界贸易组织的精神进行相应的修订。这在一定程度上意味着中国旅游业所面临的制度环境将发生改变。

第三,中国旅游产业将面对周边国家和地区的竞争压力。中国处于东亚和太平洋地区,这一地区的主要旅游目的地国家的国际客源市场大致相同。这些国家旅游业的发展比我国起步早,在服务质量、交通运输和产品价格方面具有一定的优势,周边国家和地区旅游目的地一直是我国的主要竞争对手。据美国和日本的调查资料显示,出境游客一次出境人均逗留的国家不超过1.8个,这表明区域内旅游目的地之间关系的主题更多地表现为竞争,而不是合作^②。从全球区域角度看,亚太地区的地理位置距离欧美等世界主要入境旅游客源产生地距离均较远。这一不利因素主要表现在两个方面:(1)从欧美地区来亚太地区旅游的交通费用昂贵;(2)在遇到经济衰退或由于世界油价上涨带来的危机时,这种远程目的地旅游市场容易遭受打击。除了共同的不利因素以外,与

① 关于中国饭店行业在与国外著名大型饭店(管理)集团竞争中所处的供给与需求劣势可以参见:厉新建,张辉.旅游经济学:理论与发展.大连:东北财经大学出版社,2002.12。

② 其实现在最为热门的区域旅游合作也是在竞争基础上的合作,不可能存在没有竞争的合作,而且合作的焦点和难点也恰恰是在区域旅游合作中如何进行有效的利益分割机制的设计,因为合作各方的竞争力是不一样的。

亚太地区的旅游目的地相比,我国缺乏针对欧美旅游市场开发的旅游产品,旅游度假产品没有竞争力,旅游大环境有待改善,国际市场的促销力度和手段还有待加强。这些因素的存在使我国面临周边旅游目的地国家的激烈竞争。

第四,国内旅游的高速发展和重要出境旅游客源大国正在形成。经过 20 多年的快速发展,中国的旅游业从少数几家旅行社、宾馆、景点,发展为由众多旅行社、饭店、景点、交通运输、餐饮和商业企业组成的复合型产业。随着国民经济的发展,人们可支配收入的增加,尤其是 1999 年节假日新规定的出台,国内旅游得到迅猛的发展:我国居民的出游率不断提高,国内旅游人次从 1995 年的 6.29 亿人次增长到 2002 年的 8.78 亿人次;全国居民旅游费用由 1995 年的 1375.7 亿元上升到 2002 年的 3878.4 亿元。国内旅游的迅速发展既对我国旅游业的转型提出了迫切的要求,又为转型奠定了良好的基础,而且将在客观上促进中国旅游业的转型。

在今后的 20 年中,中国居民的出境旅游必将随着中国经济的强劲增长得到更大的发展,我国也将成为世界上主要的旅游客源国之一。1997 年,世界旅游组织在土耳其的会议上,在题目为《旅游业:2020 年前瞻》的报告中预测:2020 年,中国公民出境旅游将达 1 亿人次,占世界总量的 6.2%,仅次于德国、日本和美国,成为世界第四位旅游客源输出国。中国出境旅游的发展必将使我国的旅游企业从国内经营为主走向国际市场,进行跨国经营,在更广阔的程度参与国际竞争。

第五,市场活力的增强和投资主体的多元化的形成。中国改革开放的历程,也是逐步放松对非国有经济尤其是非公有制经济限制的过程。由于旅游行业良好的发展前景,大量的民营资本将逐步进入旅游行业,从而加速市场经济条件下旅游行业产权主体和投资主体的多元化。

(二) 对宏观转型时期旅游经济的认识问题

对于宏观转型时期的旅游经济的认识问题,可以结合增加就