

QUANQIUHUA XIA DE
BEIJING
LÜYOU FAZHAN ZHANLÜE



QUANQIUHUA XIA DE
BEIJING
LÜYOU FAZHAN ZHANLÜE



全球化下的 北京旅游发展战略 BEIJING →

张辉 魏翔 著

92.71
1



旅游教育出版社

朱敦亮：辞赋与贵

目录

全球化下的 北京旅游发展战略 BEIJING→

张辉 魏翔 著

全球化背景下北京旅游产业的发展

张辉 魏翔 著

封面设计

封面设计

旅游教育出版社

·北京·

责任编辑:董茂永

图书在版编目(CIP)数据

全球化下的北京旅游发展战略/张辉,魏翔著.—北京:旅游教育出版社,2005.3

ISBN 7-5637-1258-5

I.全… II.①张…②魏… III.旅游业—经济发展战略—研究—北京市
IV.F592.71

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 000061 号

全球化下的北京旅游发展战略

张辉 魏翔 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	北京东远先行彩色图文中心
印刷单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
装订单位	河北省三河市文化局灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	5.5
字 数	81 千字
版 次	2005 年 3 月第 1 版
印 次	2005 年 3 月第 1 次印刷
定 价	10.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

目 录

第一章 北京市旅游产业发展现状	1
第一节 北京市旅游产业发展现状.....	2
第二节 在全球化的条件下北京旅游产业存在的差距	15
第二章 全球化对北京旅游业的影响	19
第一节 经济全球化与旅游经济全球化	19
第二节 经济全球化对北京旅游产业的影响	21
第三章 经济全球化条件下北京旅游产业体系的构建	32
第一节 北京旅游产业结构现状分析	32
第二节 经济全球化条件下重建北京旅游产业体系的必要性	37
第三节 构建北京旅游产业体系的思路和实施措施	41
第四节 政府在北京旅游业结构调整和优化中的作为	45
第四章 全球化视角下北京旅游产业的发展模式	49
第一节 北京旅游业的产业结构评价	49
第二节 北京市旅游产业发展模式概论	52
第三节 配置一体化及其发展模式	53
第四节 区域一体化及其发展模式	58
第五节 贸易一体化及其发展模式	61
第六节 资本一体化及其发展模式	63
第七节 产业政策与一体化的互动	66
第五章 经济全球化条件下北京市旅游业发展重点与对策	69
第一节 旅行社业的发展重点	69
第二节 饭店业的发展重点	74
第三节 旅游产品与景区的发展重点	75
第四节 地面接待体系的发展重点	78

第五节 旅游商品的发展重点	80
第六节 人才与金融支持体系	81

第一章

北京市旅游产业发展现状^①

一个地区的旅游产业的发育与成长,取决于旅游资源、市场区位与相关政策三个要素。旅游资源,是一个旅游目的地形成的主要条件,旅游资源的品位与质量决定着一个旅游目的地的潜在吸引力,同时,也是旅游目的地的旅游产业发育与成长的内在条件;市场区位,表现为某个地区在一个国家旅游经济体系中由空间地理坐标所决定的经济利益的差别,而这种经济利益的差别又主要表现为由交通决定的旅游者旅行成本,由旅游环境决定的旅游规模等等;政策,表现为一个地区对旅游发展的产业定位、资金配套、产业组织的各项措施,并通过这些措施落实来支持旅游产业的发育与成长。北京市作为我国旅游的一个特定的区域,从旅游目的地旅游产业发育与成长条件来看,具有得天独厚的旅游产业发展优势。北京是我国政治和文化的中心,地理气候四季分明,作为一个历史古城,文化资源十分丰富,无论是自然旅游资源、人文旅游资源还是社会性旅游资源都具有较高的品位和质量,具有旅游产业长远发展的资源优势;北京是全国的交通枢纽,与全国各主要城市和世界各主要国家具有优越的区位联系,稳定增长的客源市场为北京旅游产业的发尽提供了保障;《北京城市总体规划》确定将北京建成世界一流的旅游城市,这为北京旅游产业的发展提供了良好的政策支持;北京承办 2008 年奥运会、各种重大国际赛事和会议,中国已成为 WTO 成员国,作为中国的首都,北京正在吸引着大量中外投资商进入。这些,都为北京市旅游产业的发展提供了历史机遇;此外,中国经济连续多年的高速稳定增长,为北京市的旅游产业发展提供了良好的宏观经济平台。

在具备上述诸多有利条件下,近 20 年里,北京市的旅游产业得到了持续、快速的发展,北京的旅游产业不仅成为北京国民经济的重要支柱产业,同时成为我国重要的旅游目的地和旅游产业聚集地,对全国旅游经济的发展具有重要的战略作用。虽然北京旅游产业有了长足的发展,但受体制内和体制外的各种因素

^① 文中数据根据 1998 - 2002 年的《北京旅游统计年鉴》和《中国旅游统计年鉴》整理而成。

限制,旅游产业内部仍存在诸多问题,制约着北京旅游产业向现代化、高度化和一体化的发展。在经济全球化的趋势,以前所未有的速度、广度和深度向前发展的今天和未来,北京市旅游产业一方面可以从中获益,主要表现为通过国际分工引进资本、技术和制度,使北京市的整个旅游产业存量在进一步扩大的同时推动旅游产业结构更深层次的调整和进一步的升级,同时,通过中国公民出境旅游的快速增长,北京旅游产业由国内向国外延伸,形成旅游产业的国际化;另一方面,北京市旅游产业内部的各种薄弱环节在日益激烈的竞争中将渐次凸显,如果在短时期内得不到有效改进,北京市旅游产业的发展将面临严峻挑战。主要表现在入境旅游、国内旅游和出境旅游三大旅游市场被蚕食;旅行社、酒店两个核心产业收益全面缩水;人才大量流向外资旅游企业,等等。

因此,有必要对目前北京市旅游产业的发展现状做一全面而系统的分析,未雨绸缪,为北京市旅游产业政策的制定提供分析框架和理论依据。

第一节 北京市旅游产业发展现状

一、市场规模——三大旅游市场稳步增长

1. 入境旅游——持续升温

从1983年到2003年10年间,除了1989年和1998年旅游入境接待人数和旅游外汇收入出现负增长以外,其余各年均呈稳步增长的趋势。接待人数从1983年的50.9万人次增加到2002年的310.38万人次,旅游外汇收入从1.42亿美元增至31.10亿美元(见图1-1)。2003年北京市旅游外汇收入19.035亿美元,接待入境人数185.12万人。

由于2003年“非典”的特殊情况,所以没有将该年数据作为正常统计样本(后面的处理同此)。

截止2004年10月底北京市累计接待海外旅游者245.4万人次,比2003年同期增长75.7%,比2002年同期减少5%。其中接待外国人208.3万人次,比2003年同期增长81%,比2002年同期减少5.9%;香港同胞21.8万人次,比2003年同期增长33%,比2002年同期增长2.7%;澳门同胞0.9万人次,比2003年同期增长26.4%,比2002年同期减少2.2%;台湾同胞14.4万人次,比2003年同期增长92.8%,比2002年同期减少2.2%。1~10月北京市旅游饭店接待国内客人898.3万人次,比2003年同期增长46.9%,比2002年同期增长29.1%。

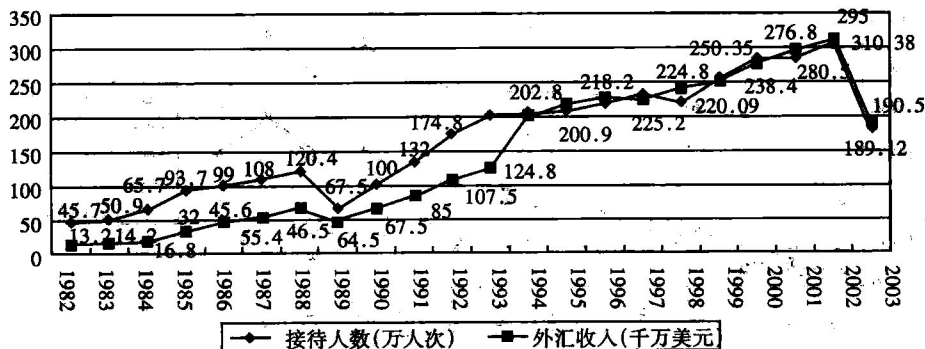


图 1-1 1982 年 ~ 2003 年北京市接待海外旅游者人次数和外汇收入曲线图

旅游业是对社会、经济和环境变化反映比较敏感的产业。尽管从 2003 年 4 月份开始北京市遭受前所未有的“非典”的冲击,作为异地消费的旅游产业受到沉重的打击,但是这种突发事件对旅游业的负面影响往往是来得快去得也快,如同“9.11”和巴厘岛爆炸案后旅游业回升的速度越来越快一样,“非典”也未能改变北京市的入境旅游长期稳步增长趋势。

就旅游外汇收入而言,从 1993 年开始,旅游外汇收入的增长速度就开始超过旅游接待人次的增长速度。这说明,单位入境旅游者的旅游花费逐步增加。因此,从来京游客情况和旅游外汇收入情况来看,北京市的旅游产业发展呈稳步上升的趋势。其国际化的程度也日益增强。这为北京市旅游产业的发展提供了良好的市场基础。可以说,北京市旅游产业的发展有着良好的市场基础和区位条件。

1990~2004 年,日本、韩国、美国、德国和马来西亚一直是北京市的五大主要客源国。除了日本在 1997 年~1998 年亚洲金融危机期间的下降和马来西亚在 2001 年和 2002 年出现负增长外,其他各国都呈逐年增长的态势。其中日本和韩国增长的幅度最大(见图 1-2)。此外,截止到 2004 年 10 月底,从来京各洲际客源国情况看,亚洲游客比 2003 年同期增长 83.6%,比 2002 年同期减少 6.4%;美洲游客比 2003 年同期增长 97.2%,比 2002 年同期减少 2%;欧洲游客比 2003 年同期增长 71.7%,比 2002 年同期减少 7.7%;大洋洲游客比 2003 年同期增长 86.4%,比 2002 年同期增长 3.9%;非洲游客比 2003 年同期增长 91.7%,比 2002 年同期增长 15.7%。

以上五国未来几年的经济发展态势依然良好。尽管遭受“9.11”的打击后美国的经济出现萧条,但是恢复较快。日本和韩国与中国的贸易往来日益频繁,各

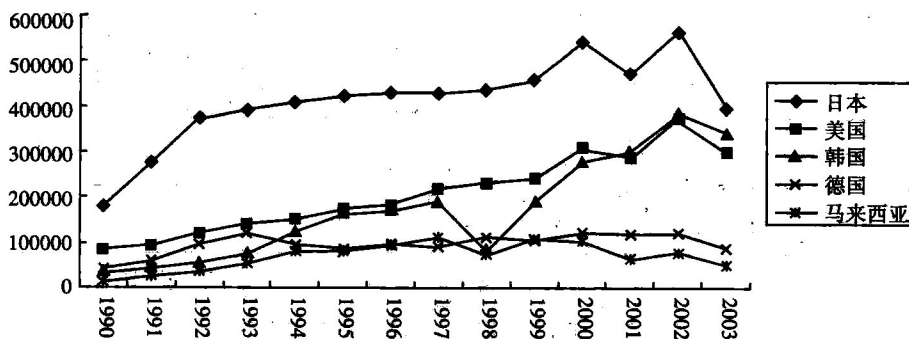


图 1-2 1990 年 ~ 2003 年日本、美国、韩国、德国和马来西亚五国来京游客人次曲线图

种形式的来华旅游者也日益增加。如 2001 年,有 3.2 万日本学生来京旅游。德国经济的平稳增长为国民出游提供了经济基础,其民众在北京“非典”疫情后踊跃来京旅游为北京市旅游产业回升发挥了启动器的作用。东盟一直是北京市重要的客源地。

总之,以上分析表明,北京市入境旅游产业的发展拥有良好的市场基础和区位优势条件。

2. 国内旅游——增长迅速

从总量来看,1998 年北京市接待国内旅游者和旅游收入分别是 8730.907 万人次和 424.53 亿元,2001 年两个数字分别达到 1.1 亿人次和 887 亿元,平均增长率分别为 8.02% 和 10% (见表 1-1 和图 1-3)。

表 1-1 北京市 1998 年 ~ 2001 年国内旅游统计数据

年 份	1998	1999 (同比增加 %)	2000 (同比增加 %)	2001 (同比增加 %)
接待人数(万人次)	8730.907	9260 (+ 6.06)	10200 (+ 10 %)	11000 (+ 8 %)
旅游收入(亿元)	424.53	450 (+ 6)	496 (+ 10 %)	887 (+ 29 %)

国家实施长假以来,黄金周的旅游接待占据整个国内旅游收入的很大比重。通过对黄金周实施以来北京 20 个旅游景点接待旅游者的情况分析,我们可以从总量上把握北京市国内旅游市场的总体情况和发展变化趋势(见表 1-2)。

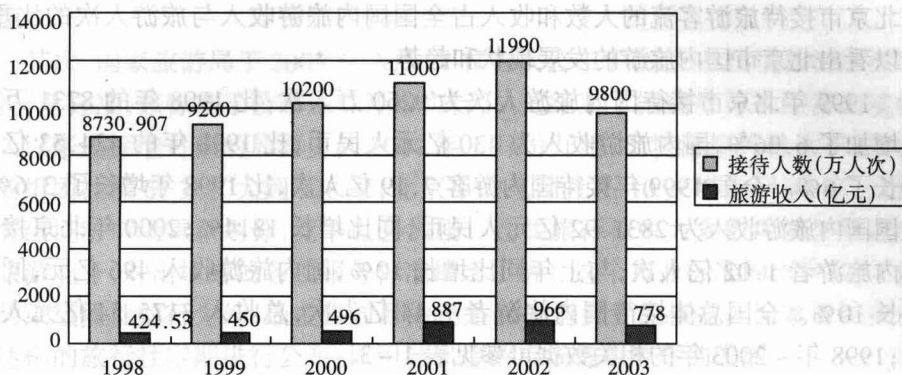


图 1-3 1998 年 ~ 2003 年北京市国内旅游接待人次与旅游收入柱形图

表 1-2 各黄金周北京市接待旅游人数统计

各类型景点接待人次统计表(单位:万人次)									
景点类型	景点数	2000-10-1		2001-5-1		2001-10-1		2002-5-1	
		总数	平均	总数	平均	总数	平均	总数	平均
自然风光	5	50.56	10.11	27.51	5.50	31.18	6.24	31.39	6.28
古迹名胜	7	139.43	19.92	162.05	23.15	130.44	18.63	161.31	23.04
人文风景	4	54.13	13.53	64.76	16.19	54.13	13.53	75.67	18.92
游乐园	2	59.15	29.58	59.67	29.84	43.77	21.89	61.91	30.96
宗教场所	1	8.71	8.71	13.00	13.00	10.67	10.67	13.51	13.51
博物馆	1	8.10	8.10	9.30	9.30	6.69	6.69	10.70	10.70
合 计	20	320.08		336.29		276.88		354.49	

从表 1-2 我们可以看出,2002 年的五一,北京市的 20 大旅游景点接待旅游者的总数为 1552.32 万人次。2002 年五一黄金周达到顶峰,之后稍有回落。但从整体上看,北京市的国内旅游接待人数是稳中有升、规模可观。

2003 年十一黄金周期间,北京共接待游客 313 万人次,与上年同比增长 10.6%;旅游收入为 28.1 亿元,同比增长 15%。其中,接待外省市来京游客 183 万人次,同比增长 7%;旅游收入 26.2 亿元,同比增长 14.6%。北京市民在京游 130 万人次,同比增长 16%;旅游收入 1.9 亿元,同比增长 28%。北京市民出京游 126 万人次,同比增长 3%。

如果将整个国内旅游客源作为一个整体,那么全国各大旅游城市所接待的

国内旅游总量可以被看作各城市竞争而形成的客源在该城市的分配。我们从历年北京市接待旅游客流的人数和收入占全国国内旅游收入与旅游人次的比重,可以看出北京市国内旅游的发展现状和趋势。

1999年北京市接待国内旅游人次为9260万人次,比1998年的8731万人次增加了6.06%,国内旅游收入为430亿元人民币,比1998年的424.53亿元增长了6%。全国1999年接待国内游客7.19亿人次,比1998年增长了3.6%,全国国内旅游收入为2831.92亿元人民币,同比增长18.4%;2000年北京接待国内旅游者1.02亿人次,与上年同比增长10%,国内旅游收入496亿元,同比增长10%。全国总体接待国内旅游者7.44亿人次,总收入3175.54亿元人民币;1998年~2003年的相关数据可参见表1-3。

表1-3 1998年~2003年北京市国内旅游接待人次与收入占全国旅游接待人次与收入的比重分析表

年 份		1998	1999	2000	2001	2002	2003
接待人次	绝对值(万人次)	8731	9260	10200	11000	11900	9800
	占全国比重(%)	12.58	12.88	13.71	14.03	13.4	11.26
收 入	绝对值(亿元人民币)	424.53	450	496	887	966	778
	占全国比重(%)	17.75	15.89	15.62	25.19	24.92	22.6

从表1-3可以看出,北京市的国内旅游无论是接待人次还是旅游收入占全国的比重都是逐步上升的趋势,表明北京的旅游业在全国旅游业中具有强大竞争实力。

3. 出境旅游——潜力巨大

长期以来,出于尽量减少外汇流失的考虑,中央政府一直坚持“适度发展出境旅游”的方针。随着中国加入世界贸易组织,实行了进一步改革开放的政策,出境旅游的发展出现了不少新的变化。其中,最重要的变化是有关中国公民出境旅游的政策环境更加宽松,为出境旅游的发展创造了更好的条件。主要表现在以下方面:第一,2002年7月1日《中国公民出境旅游管理办法》开始实行。该管理办法的颁布和实施标志着中国旅游业将进入一个全面发展的新时期,中国旅游开始由非常规发展向常规发展转变。第二,因私护照按需申领制开始实施。第三,出境换汇由旅行社统一办理改为由旅游者自己到银行去办理。第四,内地与港澳地区往来限制放宽。第五,出境旅游价格总势走低。第六,VISA国际组织,针对中国出境旅游者于2002年6月底推出新产品VISA国际旅游卡。第七,旅游目的地国在数量扩大的同时,各旅游目的地纷纷采取简化签证手续、

接受人民币以及针对中国旅游市场开展旅游促销等措施和活动,来争取中国的客源。

其次,国家旅游局于2003年7月27日首次公布了《旅行社出境旅游服务质量》行业标准,该标准于公布当日开始实行,从此结束了国内旅行社经营出境游长久以来无标准可依的局面。从2004年7月份开始,出境游组团社大扩军,全国的组团社从67家扩大到528家,北京市的组团社从10家增加到41家,这意味着出境游市场重新划分,竞争也会加剧。这些旅行社中大多数没有接触过出境旅游业务,对出境游的各项服务标准缺乏了解。这个行业标准的出台,除了能够约束组团社的行为外,最主要的目的还是保护消费者的权益。国家旅游局将对达标的旅行社定期进行公布,以引导出境游市场健康有序的发展。

在这样的大背景下,北京市公民的出境旅游近几年也表现得相当活跃,从总量来看,出境旅游市场蓬勃发展。据对特许经营出境旅游的9家旅行社统计,2000年北京市出境旅游人数为13万人次。而2001年通过对特许经营出境旅游的10家旅行社统计,北京出境旅游人数已达21.89万人次。

总之,北京市居民收入水平的提高、中国一系列政策的出台以及国际社会的诸多合作动作,已经并将继续促进北京出境旅游市场的发展。

二、三大核心产业的发展现状

北京市旅游业三大核心产业,是北京市旅游事业发展的主要贡献者。以2000年为例,三大核心产业占北京市旅游业总收入的66.46%,约占总量的三分之二。因此,三大核心产业的企业经营效益会直接影响到北京市旅游业的总体经营效益。但是,在北京市旅游业总体投资效益不断增长的同时,三大核心产业的企业经营效益并不理想,正所谓的“宏观报喜、微观报忧”。

1. 饭店业——体制阻碍效益

从总量上看,北京市饭店业的发展无论从产业规模还是从收入水平,都呈上升的趋势(见图1-4)。

尽管涉外饭店的数量和接待能力逐年增加,但是饭店的平均利润率却呈逐年下降的趋势,甚至从总体上看,北京市饭店行业整体上处于一种亏损经营的状态(见图1-5)。

行业利润的降低,并不是由全部饭店企业造成的。对比一下内资饭店与合资饭店的情况,发现二者的差异非常大,问题主要出在内资饭店。从涉外饭店的情况来看,国有饭店企业占涉外饭店企业数量的60.92%,如果集体饭店也包括在内,这一比重则高达72.61%。由于国有饭店企业数量在涉外饭店企业中占据绝对优势,国有饭店企业的投资经营效益的好坏直接影响到涉外饭店业的总

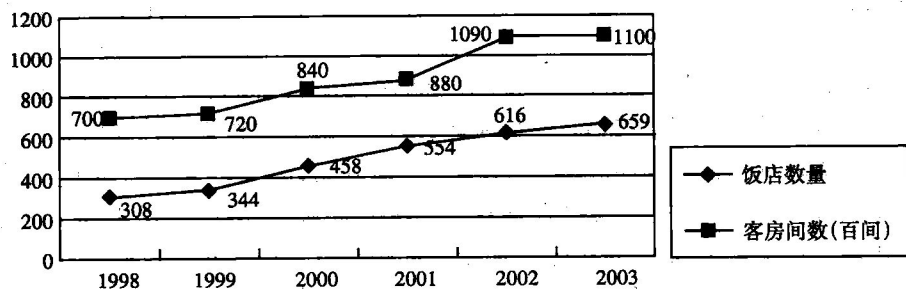


图 1-4 1998年~2003年北京市旅游饭店数量和客房数量增长曲线图

资料来源:北京市旅游局旅游统计年鉴 1999~2004。

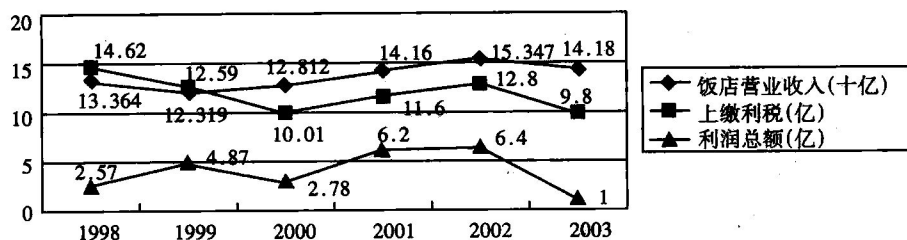


图 1-5 北京市旅游饭店经济效益走势图

体经营效益。但是通过内资饭店和合资饭店的经营情况的对比我们可以看到，二者的经营效益相差悬殊(见表 1-4)。

表 1-4 1997年~2000年北京市内资饭店与合资饭店利润指标对比

年 份		1997	1998	1999	2000
平均利润(万元)	内资	9.94	-95.25	-127.33	-70.05
	合资	1985.73	659.73	993.98	849.81
平均固定资产周转率(%)	内资	—	0.32	0.26	0.29
	合资	—	0.41	0.35	0.31
平均单位成本所创造的利润(万元)	内资	0.0056	-0.0525	-0.0774	-0.0432
	合资	0.2109	0.0618	0.1207	0.1142

在以上数据对比中,内资饭店无论是在平均利润、平均固定资产的周转率和平均单位成本所创利润上都远远低于合资饭店。由于国有饭店在我国饭店业占有绝对的比重,从而导致了我国整体饭店业投资效益的降低。因此,所谓旅游业的涉外饭店业的“微观报忧”并不是所有饭店企业的现象,而是国有企业和类似性质企业的特有现象。尽管影响国有饭店经济效益的因素多种多样,然而,国有饭店企业的低效率问题带有十分鲜明的体制特征。因此,北京市饭店业在下一步的发展重点应放在存量调整,通过国有饭店的产权多元化来实现经济效益的提高。

2. 旅行社业——分工不明、规模不足

与涉外饭店业相同的是,北京市的旅行社行业总体规模在不断地扩大,1997年旅行社的总数是329个,2001年该数字已经提高到480个。与涉外饭店业有所不同的是,对旅行社总体效益水平产生影响的主要因素不是制度而是规模。1997年~2001年,北京市国际社的数量分别为109个、136个、152个、155个和159个;而国内社的数量则分别为220个、242个、278个、297个和321个。两类旅行社数量增长对比参见图1-6。

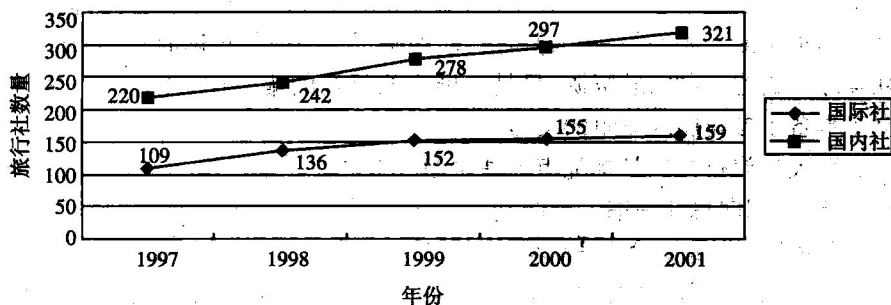


图 1-6 北京市国际社与国内社数量对比曲线图

从图1-6我们可以看到,在数量上国内社一直大于国际社。1998年以后,国际社的增长幅度一直高于国内社的增长幅度。但从企业平均利润指标来看,两者却存在极大的反差(见图1-7)。

从图1-7我们可以看出,国内社的利润水平一直挣扎在0线上,而国际社一直处于较大的盈利状态,并且1999年增长幅度很大。从以上两个图表我们可以得出结论:正因为数量占多数的国内社缺乏相应的规模效益使得其创利水平非常有限;而正是规模效益较好的国际社撑起北京市旅行社业的整体效益。

此外,不同规模的旅行社也存在各自不同的问题。

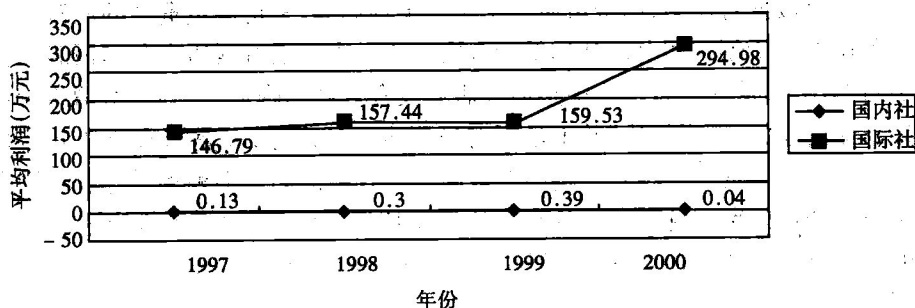


图 1-7 1997年~2000年国内社、国际社平均利润对比曲线图

(1) 大型旅行社有规模而无优势

大型旅行社在经营中具有产品开发、服务采购、市场拓展、旅游接待以及资金、信息、人才和抵御风险等多方面的规模效益,但在北京的旅行社行业中,大旅行社的规模效益并不明显,主要表现在:①近年来北京旅游业发展很快,然而一些大旅行社在众多商机面前却经营日趋困难。②在行业的无序发展中,大旅行社不但不能利用自己的规模效应起到引导和稳定市场的作用,反而自身也深受其害。③大社在近几年缩小核算单位、明确经济责任的过程中,内部普遍实行部门(个人)承包或变相部门(个人)承包,使得旅行社的内部管理混乱,部分大型旅行社实际上成为一种“壳”资源,只是一堆小旅行社的集合体。④没有一家旅行社真正具备了参与国际竞争的实力。

少数大型旅行社也是扰乱市场秩序的因素之一。很多国际社的营业部都是承包经营,它们向总社缴纳一定的利润额之后,就可以单独组团,形成一套小而全的业务体制,实际上成了一家新的旅行社。为了在承包期内赚到钱,它们常常不顾市场原则,采用低劣的竞争手段,不但从不缴纳税款,甚至还有卷款私逃的,严重地干扰和破坏了市场秩序。

即便是大型旅行社,其规模也远远无法和国外的旅行社相比。首先,表现在北京市的旅行社的营业收入上。2000年,北京市452家旅行社,共实现营业收入75.747亿元(约为9亿美元),仅相当于同期美国运通年营业收入的1/16,日本JTB的1/13,德国普鲁赛格的1/11(见表1-5)。

表 1-5 2003年北京旅行社业收入与世界大旅行社营业收入的比较

(单位:亿美元)

北京456家旅行社	运通(Express)	日本交通公社(JTB)	普鲁赛格(Preussage)
9	220	177	97



其次,是旅行社企业的单体规模小。从旅行社的年平均收入来看,2000年北京452家旅行社的年平均营业额是1675.8万元,而美国1999年32238家旅行社的年平均营业额是440万美元(约合3308万元人民币)。从这一数字看来,北京的差距并不明显。但我们要注意两点:第一,美国的年平均营业额是一个全国的概念,既包括旅游发达地区的大旅行社,也包括许多不发达地区的小旅行社,而北京是中国的一个中心城市,是中国经济比较发达的特大型城市,是首都。第二,美国的旅行社在经营上存在明显的两极分化现象,年营业额在200万美元以下的小旅行社占旅行社总数的49.3%,拉低了平均值。

2000年,北京市营业收入占据前5名的国旅、青旅、中旅、神舟、中信五家大旅行社(同时,国、青、中旅也是我国最大的三家旅行社,神舟是我国第5大旅行社)营业收入之和为35.46亿元(4.27亿美元)。而2000年,美国排名位居前5名的运通(EXPRESS)、卡尔森-瓦根利特(CARLSON WAGONLIT)、罗森布鲁斯(ROSENBLUTH)、BTI、航空国际(NAVIGANT INTERNATIONAL)五家旅行社营业收入达到398亿美元(折合人民币3294亿元),是北京五大社的93倍。

(2) 中小旅行社市场定位不明,经营困难

目前北京中小旅行社最突出的一个特点是利润水平低下,许多中小旅行社仅能勉强支撑。以中小旅行社为主的国内社,2000年的平均利润率为0.01%,总利润只有11万元,亏损面达到48.9%。国际社2000年平均利润率为6.8%,这个初看尚可的数字其实对国际社中的中小旅行社毫无意义,因为前30家旅行社的利润之和就占到国际社总利润的97%,国际社的亏损面为40.8%。

造成这种结果的原因是多方面的。从单体旅行社来看,绝大多数中小旅行社经营资源有限,但经营活动却涉及从产品设计开发到旅游接待的各个环节,造成经营深度的不足。浅层次的产品开发直接影响其对旅游者的吸引力;促销的乏力使得游客对其服务缺乏了解,对与旅行社合作能获得的价格实惠及其他便利条件半信半疑,最终使得国内旅游者对旅行社的利用率偏低,市场范围狭小;接待的不周更是造成或强化了社会公众对旅行社的不良印象,减少了回头客和其他顾客来源。旅行社在这种恶性循环中求生存,必然举步艰难。

而从总的旅行社行业来看,旅行社的业务范围却很窄。发达国家旅游产品涵括观光、休闲度假、商务旅游、会议展览、修学和特种旅游等种类,结构层次合理。北京的旅行社目前仍以提供观光型旅游产品为主,兼营少量其他旅游产品,仅能提供少量散客旅游产品。显而易见,造成目前北京仅400多家旅行社就出现旅游业务“狼多肉少”的局面,很重要的原因是北京旅行社业的千军万马挤在团体包价旅游这个狭窄的业务范围内。而散客方式的观光休闲、探亲访友、商务旅游、会展旅游等大片市场空间,却开发得很不够。世界旅游的趋势是散客化、

个性化,旅游者越来越不满足于传统旅行社服务的“团队”模式,越来越追求符合个性化的旅游服务。传统的“组团”旅游模式逐渐丧失了优势,“散客”旅游已上升为一种主要旅游模式。从发达国家统计数据看,团队旅游只占到市场份额的30%,而剩余的70%是散客旅游。我国北京和其他一些城市的境外旅游散客来得不够多和不够踊跃,主要是极少有旅行社为散客提供个性化服务,散客旅游者很难获得必要的服务和相关信息,行动很不方便。例如,国外在机场、车站、饭店等旅游者集散地,到处都有供游人免费取阅的旅游资料,城市街区里也随处可见“I”亭(“I”即 information,模样类似我国的书报亭),专门为游客提供各种有关旅行的资讯。

北京的旅行社必须适应散客为主的旅游模式。旅游者之间的差异化,要求旅游服务必须面向个体,如果不提升服务的附加值和档次,就不能吸引顾客,也无法提高服务价格。服务质量或称服务的多样性、服务的可供选择性,将取代价格成为主要的竞争手段。目前我国旅行社行业内的竞争手段主要靠价格,是与旅游发达国家的发展趋势背道而驰的,也是不能持久的、两败俱伤的竞争方式。

在我国,旅行社的经营范围被局限在“自费”之内,北京的旅行社很少开展商务旅游服务。但在国际上,由旅行社安排商务活动是通行做法,国外几乎所有大旅行社的主要业务都是商务旅游(见表1-6)。商务旅行者是旅游客源中富有的一群,他们消费能力强,需求档次高,对交通、住房设施和服务的要求相对较高,旅行社从其身上获取的利润要远远大于其他游客。发展商务旅游,不仅是旅行社自身发展的需要,还是我国加入WTO以后,境外商务客人增多、我国社会经济发展、商务活动增多的需要。例如,运通旅行社是美国政府指定的少数几家“政府采购”的旅行社之一,其便捷的服务、良好的信誉、服务项目的繁多及无微不至的服务作风,深得商家和商务旅游者的好评。长远看来,商务旅游将是我市旅行社业务发展的一个很重要的领域。

表1-6 美国前五大旅行社商务旅游收入及在营业额中的比例

旅行社	运通(Express)	卡尔森-瓦根利特 Carlson Wagonlit	罗森布鲁斯 Rosen Bluth	BTI	航空国际 Navigant International
排名	1	2	3	4	5
商务旅游收入 (亿美元)	137	118	47	39	34
占营业收入的 比重(%)	79	98	98	84	89