

广东省研究生优秀论文集

XUESHU DE
SHENGYIN

学术的声音

主编 游梦华 唐小兵



 暨南大学出版社
Jinan University Press

广东省研究生优秀论文集

学术的声音

顾问 郑文杰 黄跃雄 古伟芳 幸江涛
编委 周媛婷 李耿辉 成达建 林娟娟 薛朝凤

图书在版编目 (CIP) 数据

学术的声音：广东省研究生优秀论文集/游梦华，唐小兵主编. —广州：暨南大学出版社，2002.6

ISBN 7 - 81079 - 099 - 4

I. 学… II. ①游…②唐… III. ①社会科学—文集②自然科学—文集 IV. ①C53②N53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 032874 号

出版发行：暨南大学出版社

地 址：中国广州暨南大学

电 话：编辑部 (8620) 85225262 85226593 85225277

发行部 (8620) 85223774 85225284 85220602 (邮购)

传 真：(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (发行部)

邮 编：510630

网 址：<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版：暨南大学出版社照排中心

印 刷：暨南大学印刷厂

开 本：787 × 1092 1/16

印 张：22

字 数：580 千

版 次：2002 年 6 月第 1 版

印 次：2002 年 6 月第 1 次

印 数：1—800 册

定 价：62.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题，请与出版社发行部联系调换)

面向 21 世纪的研究生教育

中国工程院院士、暨南大学校长 刘人怀教授

研究生教育基于本科教育而又高于本科教育，是一所高等学校综合实力的集中反映。一所名校的持久发展离不开强大的研究生教育作为支撑，无数名牌大学之所以声誉远播，研究生教育在其中起了极为关键的作用。事实业已证明，本科教育是立校之本，研究生教育才是强校之路。21 世纪是科学技术和生产力高速发展的时代。在知识经济已初见端倪的今天，研究生教育在我国科教兴国的发展战略中占有不可或缺的重要地位。另一方面，国家对高等学校知识创新、为新的经济增长点作出贡献的期望值增大，社会经济发展在更大程度上依赖于高等教育的积极主动参与。研究生教育是最高层次的教育，也是新世纪高层次人才的主要来源。研究生将成为高层管理者和决策者，以及国家创新体系中一支奋发向上的科研生力军。因此，可以说我国的学位与研究生教育在世纪之交面临着前所未有的发展机遇。

几年前，我在给暨南大学研究生报题词时，曾用了“博学明理，励志创新”8 个字，表达了我培养研究生的思路。下面，我拟围绕这一主旨，就面向 21 世纪的研究生教育问题谈三点认识。

一、研究生应有学术理念

大学作为思想最活跃、最具创造力的学术殿堂，以及新知识、新思想的摇篮，理应拥有崇高的学术理念与追求。研究生正处于人生中精力最充沛、求知欲望最强烈、创新精神最旺盛的阶段，同时又具有本科阶段的基础知识和一定的实践经验，因而是处在本学科领域从事创造性研究的最佳时期。

对于大学的学术追求，蔡元培先生曾经指出：“教育者，养成人格之事业也”，“大学为纯粹研究学问之机关，不可视为养成资格的场所，亦不可视为贩卖知识之场所。学者当有研究学问之兴趣，尤当养成学问家之人格。”他还说：“大学学生当以研究学术为天职，不当以大学为升官发财之阶梯。”《中华人民共和国学位条例》亦明确规定，硕士生应“具有从事科学研究或独立担负专业技术工作的能力”；博士生应“具有独立从事科学研究工作的能力”，“在科学或专门技术上做出创造性的成果”。显然，积极从事科学研究工作，是研究生肩负的一项神圣使命。20 世纪 90 年代初期以来，校园这一神圣的学术殿堂受到了经济大潮的猛烈冲击，不少学子们无心向学，在校园内滋生了一股重商轻学的思潮。而学术所需要的是默默耕耘和“板凳要坐十年冷”的执着。急功近利、剽窃乃至鄙视学术，是与一所高校的立校宗旨相悖的。事实表明，研究生只有参与或承担导师的部分科研课题，在导师的悉心指导下，才能进入学科前沿，而且，研究生在科研实践中，逐步掌握了科研方法与学术规范，理清了学术思路，进一步坚定了其追求真理、崇尚科学的信念。高校充溢着一种由伟大思想、不朽著作和学术传统形成的令人陶醉的学术氛围，云集着大方之家、深沉之士和敦良之师。研究生置身于学术殿堂，学到的不仅仅是较强的专业技能，而尤为重要是养成了善于观察、勤

于思考、勇于探索的品质，从而能在学术上有所创新。

二、做事之法与做人之道

学会学习，学会做事，学会做人，学会生存，是当今各类学校肩负的培育人才的基本职能。作为教育龙头的高等教育亦概莫能外，依然要教会研究生做人。研究生在浓郁的校园文化氛围里，在导师的严格训练与潜移默化的熏陶下，懂得只有恪守学术规范，砥砺品性，“修身齐家”，方能“治国平天下”。

做事是运用知识分析和解决实际问题的能力，体现于其办事的思路、方式与技巧上。古人云，授人以鱼不如授人以渔。研究生教育应重在使受教育者真正掌握“渔”或“猎”的本事，使其学成后能适应社会，具有较强的独立工作能力，能在复杂多变的局面下，处惊不变，开创工作的新局面。

而要想做事，必先做人。教育学生如何做人的目的，旨在使受教育者具有良好的非智力品质，包括自信心、进取心、意志力与自制力等等。一名优秀的研究生，应具有自觉的社会责任心，强烈的历史使命感，造福人类、献身社会的服务意识，锐意创新、不断进取的人生追求，严谨认真、一丝不苟的工作作风，知难而进、百折不挠的顽强意志，与人为善、团结协作的处世态度。这些优良品质是确保研究生成长为未来优秀科技工作者、高级管理者所必备的。

三、培养研究生的创新能力

江泽民主席指出：“创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。一个没有创新能力的民族难以屹立于世界民族之林。”可见，创新是提升我国综合国力，抢占世界科技和经济制高点的重要保证。

一般而言，我国的高等教育偏重于知识的传授以及应试技巧的训练。中国学生勤奋好学，成绩优异，但往往不重视创新能力的培养，忽视个性发展。在知识经济时代，高等教育应着力培养研究生正确识别、选择文化和创新文化的能力。在某种意义上可以说，“创新能力”已经成为人们适应社会急剧变迁的一种“生存能力”。在求学阶段，应培养研究生求疑、实证、严谨和理性的治学精神；在学习和从事科学研究过程中，既要重视继承人类文化科学遗产，又要大胆发现问题，通过求证和科学实验解决问题，并且在这一过程中锻炼创新能力。

创新能力的培养是提高研究生素质的核心，是一名研究生质量高低的重要标志。对一名硕士生尤其是博士生而言，其学位论文应体现创新性，而要做到这一点，必须从三个环节着手。其一，要把好选题关。学位论文的选题是进行科研工作的起点，选题既要瞄准学科前沿，又要注重学科交叉，能够填补科研空白。其二，要把好方法关，在方法上有所改进、创新。譬如对前人方法的创新。采用新的统计方法进行分析，还可以对传统的实验方法进行创新改进。其三，要把好写作关。在论文写作中要不落俗套，有新的分析视角，敢于提出一家之言。

21世纪是一个知识化、学习化的社会，是一个教育的世纪。比尔·盖茨在《未来之路》一书中曾精辟地论述道：“在一个不断变化着的世界上，接受教育是人们为了能适应社会所能做的最好的准备。每当经济转型，那些受到了适当的教育的人们和社会总是表现得最出色。社会给予有技能的人的奖赏将越来越高，因此我建议大家要接受一个良好的正规教育，

并且这之后还要不断地学习。穷此一生，都要不断地发展新的兴趣、新的技能。”我愿以这段话作为本文的结尾。亦衷心祝愿莘莘学子们，为了中华民族的伟大复兴和综合国力的提升，为了大力推进祖国的现代化建设，而勤奋学习，锐意创新，勇攀世界科学高峰。我深信，在 21 世纪，在世界科学的制高点上，定会有大批不畏艰辛勇于登攀的研究生们在饱览迷人的科学风光。

目 录

◎ 面向 21 世纪的研究生教育	刘人怀 (1)
------------------------	---------

第一部分 产业研究

旅游业: 广州充满生机的朝阳产业	王守初 (2)
全球视野中的广州文化产业发展研究	周建平 (7)
广东省家电产业竞争力分析	陈 可 (13)
风险投资和广东高新技术产业	岳健能 (18)
论资源型工矿城市产业结构调整的必要性的	朱怀意 (23)
我国酒店类上市公司 1999 年经营状况分析	董存赐 (28)
加快我国中药产业的创新 促进中药产业的国际化发展	刘满平 (34)
构建环保产业可持续发展的融资制度结构	王旭东 (38)

第二部分 WTO 与中国经济

加入 WTO 与我国服务贸易法的建设	郑志进 (44)
对中国证券业加入 WTO 面临问题的思考	周国林 (47)
WTO 的主要规范和中国建筑业	谢洪明 (51)
也谈加入 WTO 中国银行业面临的挑战	蒋开球 (55)
广东果业应对 WTO 的战略选择: 理论与实践	尤玉平 (60)

第三部分 管理研究

知识经济与企业管理创新探析	孔小文 (64)
知识经济时代的企业组织创新	吴奕湖 (68)
知识管理理论研究	陈日湘 (71)
论知识经济条件下的管理变革	李伟权 (77)
知识经济对人力资源的要求及人力资源开发管理对策	凌 娟 (84)
需求的性质和企业伦理	成达建 (89)
浅析如何提高员工忠诚度	朱翊敏 (92)
对国有企业经营管理者激励约束机制的思考	周媛婷 (95)
中国人力资本投资的内生增长研究	李 杰 (98)
简论国有企业职工主人翁法律地位	高新会 (105)
企业技术创新的战略意义	蒋 峦 (109)
计件型工资制的效率	冯巨章 (115)
紫金县茶业经营模式的探讨	陈炜颖 (122)

第四部分 经济理论

- 财政政策拉动内需乏力的原因分析及对策选择 古 雯 (126)
- 中国经济增长与消费需求的相关分析 谢斯钊 (129)
- 对扩张性财政政策效应的思考 李栋亮 (133)
- 现代社会保障制度的发展及对我国的启示 马建会 (136)
- 浅论我国风险投资的文化支持系统 徐 枫 (140)
- 我国城镇失业高峰的比较分析及其对宏观经济的影响 叶穗瑜 (143)
- 对 M2/GDP 比值含义的理解 李文龙 (147)
- 劣势国企“退出通道”问题研究 常海庆 (152)
- 模糊风险综合评价技术在证券投资决策中的应用 龚小华 (156)
- 渐入佳境的广东私有经济 游梦华 (164)
- 海南农业现代化建设战略问题研究
——经济发展战略的对策研究 傅国华 (171)

第五部分 西部大开发

- 西部大开发吸引外商直接投资的理论分析 孙志斌 (182)
- 西北开发的水思考 张燕婷 (188)
- 西部开发中的东西部市场分工合作模式探讨 周立彩 (192)
- 西部开发中信息化建设战略 刘 方 (197)

第六部分 营销

- 对 E-Commerce 与第三方物流的联盟战略研究 陈利秋 (201)
- 我国旅行社的营销新策略——关系营销 左 伟 (204)
- 内部营销和内部服务质量对外部服务质量的影响 刘 倩 (207)

第七部分 文学研究

无言的存在

- 论我国古代叙事文学观念的确立 王 斌 (213)
- 钟嵘《诗品序》中文学之“使穷贱易安，幽居靡闷” 高飞燕 (221)
- 试过第三桥 便入千顷花
——试论诗词写境的三种表现类型 吴 燕 (224)
- 都市化：时尚化 李若岚 (227)
- 从厄尔·迈纳《比较诗学》看比较诗学研究 欧阳文风 (231)
- 比较文学与比较的思维 陆 杰 (234)
- 解构人文精神的利剑
——试评“七十年代后”女作家 刘上江 (237)
- 因为懂得，所以宽容
——菲华小说《龙子》与《情债》的解读 李耿晖 (240)
- 试论《尤利西斯》的“拼图式”手法 马爱华 (243)

唐代小说中胡僧形象的特点	李 红 (246)
杨维桢咏史诗初论	张 琼 (249)
第八部分 新闻学	
媒体管理中的授权研究	唐小兵 (253)
电视新闻评论认识发微	张 联 (258)
第九部分 国际政治	
Historical Rights and China's Sovereignty over the Nansha Islands	Wei Guangming (264)
对中美“建设性战略伙伴关系”的再思考	张志刚 (268)
第十部分 语言学	
对《现代汉语词典》(1996年修订本)中收录的双音节形容词动态化用法的统计考察 ——兼议汉语词语的多功能性	唐凤燕 (272)
也谈副词“再”的语义	高思欣 (276)
赣东北铁山“汀州腔”的语音、词汇特点	胡松柏 (280)
论翻译中的信息增补 ——析张谷若的翻译《苔丝》	王 酶 (282)
An Analysis of Inappropriate Responses in Native-Nonnative Interactions	刘立萍 (285)
第十一部分 历史学	
张之洞与“台湾民主国”方案	付祥喜 (293)
西夏兵器考	陈广恩 (296)
浅析清政府初期的华侨政策及其影响(1644—1795年)	万晓宏 (299)
论20世纪晚期台湾公营企业民营化	周国平 (302)
第十二部分 理工医学	
基于WEB下管理信息系统的设计理论研究	胡茂伟 (306)
反义bcl-2寡核苷酸对白血病细胞药物敏感性影响的研究	雷小勇 (309)
非霍奇金淋巴瘤PTEN基因突变与蛋白异常的研究	冯海峰 (313)
米非司酮研究现状	孟瑞琳 (318)
RP-HPLC法测定金水六君煎中橙皮甙的含量	胡小刚 (323)
碱性水溶液中BR-M ²⁺ (Zn ²⁺ 、Cu ²⁺)体系的光谱性质研究	杨 芳 (325)
掺钨的TiO ₂ 复合光催化剂的制备和性能	成英之 (330)
蛋白质组研究技术	陈浩军 (333)

第一部分 产业研究

旅游业：广州充满生机的朝阳产业

王守初

一、旅游业广阔的需求前景和巨大的发展空间

旅游业是伴随着经济发展而崛起的新兴产业。在经济一体化的进程中，随着亚太地区，尤其是我国的经济的发展，世界旅游重心也日益东移。近年来，东亚地区的旅游人数一年较之一年增多，这种情况无疑使处在改革开放前沿阵地的广州市“近水楼台先得月”。1999年广州接待过夜旅游者达2 115.93万人次，旅游业增加值为1 119 083万元人民币，占全市国内生产总值的5.42%，占全市第三产业国内生产总值的10.66%，由此可见，广州的旅游业逐渐成为我市经济发展新的增长点，“大旅游、大产业、大市场”的格局已逐步形成。

国际旅游组织统计部主任芭西（PACI）指出：“国际旅游业仍然具有巨大的潜力可挖，可以说世界旅游业仍然处于发展的初期”，旅游业的能量还没有得到充分的释放。世界旅游组织发表的《2020年的旅游业展望》一文中预测，世界的旅游人数到2020年将以每年4.3%的速度增加。中国人口众多，根据预测，中国将成为一个重要的旅游目的地和重要的客源输出市场，中国将在世界旅游舞台上扮演更为重要的角色，将成为旅游强国。

广州旅游业具有广阔的需求前景。根据国际上的判断，人均国民生产总值达到300美元，居民就会产生国内旅游的动机；达到1 000美元，就会产生邻国旅游的动机；达到3 000美元，就会产生到国外远程旅游的动机。我国第一步发展战略目标的完成，恰恰处于旅游需求的第一层次的起点，将产生普遍的大规模的国内旅游活动。1999年广州市城镇居民人均可支配收入达到12 019元人民币，农民人均纯收入达到5 834元人民币。而广州地区三资企业众多，工农业和商贸业发达，许多居民已达到小康水平，促使旅游成为人民生活消费的重要组成部分，同时也使国内旅游消费的档次拉开，形成多层次的结构。据调查，目前在广州，旅游业是消费者选择的仅次于食品和住房的第三大消费项目。

广州旅游业蕴藏着巨大的发展潜能。经过改革开放20多年，尤其是近几年的发展，广州旅游业已形成了相当的产业规模。近年来，入境旅游人数、城市接待国际旅游者人数、旅游创汇、旅游营业总收入等主要经济指标均居全国前列。1999年，广州市旅游总收入为363.46亿元，比1990年增长5.08倍，占当年广州市国内生产总值的5.42%。

二、广州旅游业发展优势的实证分析

广州是我国首批历史文化名城。1983年，广州被国务院定为全国七个重点旅游城市之一；1998年，被评为首批中国优秀旅游城市。广州旅游产业的六大要素：吃、住、行、游、购、娱日臻完善。

1. 丰厚的文化底蕴，完善的娱乐设施。广州作为中国首批历史文化名城，有着丰富的文化底蕴。有闻名中外的中山大学、中山医科大学、暨南大学、广东外语外贸大学等著名学府；有一批像黄埔军校、南越王墓、中山纪念堂等名胜古迹。近年来，广州旅游景点建设日新月异，一大批由多种经济成分投资兴建、各具特色的旅游景点涌现出来，上下九步行街、北京路步行街、云台花园、雕塑公园、番禺香江野生动物世界等新旅游景点相继建成开放，

加上我市原有的有 2000 多年历史的众多名胜古迹和一大批自然景观，初步形成了“星月交辉”的旅游景点网络，使广州过去“有旅少游”、“留不住客”的局面大为改观。到 1999 年，广州主要的旅游景点、景区已达 71 个，共接待旅游者 8 641.44 万人次。

近年来，广州各种娱乐项目应有尽有：粤剧、广东音乐、岭南画派佳作等岭南文化瑰宝；杂技、歌舞、话剧等娱乐项目；并有高雅的星海音乐厅、广州文化艺术博物馆、广东美术馆等文化艺术活动场所；戏院、电影院、歌舞厅、音乐茶座、卡拉 OK 厅等娱乐设施，都是海内外旅游者文化娱乐活动中不可缺少的。

2. “南国商都”魅力无穷。广州是古代海上丝绸之路的起点，又是我国有史以来，长期对外开放的通商口岸。两千多年来，广州商业长盛不衰。广州每年两届的中国出口商品交易会，规模大，层次高，覆盖面广。广州的大型零售百货业档次高，服务态度好，商品琳琅满目，受到消费者喜爱，成为海内外旅游者理想的购物天堂。1999 年，广州市社会消费品零售总额达 1 000.68 亿元人民币，比上年增长 10.63%，扣除物价因素，实际增长 14.29%，绝对值居全国十大城市第三名。

3. 拥有相当的产业规模。广州市的旅游产业规模在全国各大中城市中名列前茅，在全国旅游业中占据举足轻重的地位。目前，广州饮食点、档口、酒家有 21 746 家，1999 年的营业额达 182.10 亿元人民币，“食在广州”名扬海内外。广州的旅行社有 118 家，无论数量、质量和业务范围均居全国前列，其中 1999 年旅行社营业总收入 206.05 亿元人民币。1999 年广州旅游的外汇收入达 116 683 万美元，为全省的 1/3，而广州市旅游总收入为 363.46 亿元人民币，占广州市国内生产总值的 5.42%，占全市第三产业国内生产总值的 10.66%。由此可见，广州的旅游产业已形成一定的产业规模，同时也产生了很好的规模效益。

4. 现代化程度高。广州旅游业注重采用国际通用标准，旅游服务和管理是最早引进国际先进管理经验的，一大批旅游饭店已达到或接近国际先进水平，旅游从业人员的服务意识、敬业精神都比较强。经过 20 多年的改革开放，目前广州市主要旅游接待住宿设施已发展到 1 580 家，其中星级饭店有 100 家，成为全国星级饭店最多的城市之一。其中白天鹅宾馆、中国大酒店、花园酒店、广东国际大酒店、东方宾馆等五星级饭店，已跻身于国际一流饭店行列，不少旅游涉外饭店多年来，荣获多项全国性荣誉。旅游涉外饭店业的发展，标志着广州接待国内外旅游者的能力和水平已大大增强。1999 年接待国内旅游者 1 802.96 万人次，海外旅游者 312.97 万人次，主要旅游涉外饭店平均开房率为 61.03%，目前广州市有五星级酒店 5 家、四星级酒店 12 家、三星级酒店 32 家、二星级酒店 50 家。五、四星级酒店平均开房率分别为 64.94% 和 64.98%。1999 年，广州市主要旅游涉外饭店营业收入 148.49 亿元。

5. 立体交通网络形成。广州是我国华南地区最大的交通枢纽，内外交通四通八达，水、陆、空立体交通网络已基本形成。广州远洋运输业务往来于 149 个国家、1 374 个港口，海上运输历来发达。铁路、公路（含高速公路）可到达全省、全国各地。广州白云机场是全国三大国际机场之一，白云机场旅客运输量已经连续几年居全国主要机场前列，已开辟的航线可达全国主要大中城市以及境外的曼谷、马尼拉、新加坡、悉尼、吉隆坡、墨尔本、香港、澳门等城市和地区，旅客年吞吐量达 1 200 多万人次。市内拥有公共汽车、电车 5 000 多辆，出租车近 16 000 辆，客轮 70 艘，是国内第三个开通地铁的城市。1999 年，广州全社会完成客运量 22 007 万人次，比上年增长 12.36%。

6. **得天独厚的区位优势。**广州毗邻港澳和东南亚，为旅游业发展提供了广阔的市场；港澳同胞、海外侨胞众多，为广州旅游业提供了客源方面的优势。广州、深圳、珠海等珠三角城市已成为旅游发达地区。粤港澳大三角旅游区具有发展国际国内旅游业的光明前景。“粤港澳大三角旅游区”是目前世界上惟一个跨越两种社会制度，具有两种不同经济和生活方式的综合旅游区，有着其他地区没有的旅游文化色彩和旅游吸引力。三地互相补充、相互依靠，能建设成一个可以参与国际竞争的、可满足国际游客各方面需要的旅游大三角区。三地的整体合作，可以增强与亚洲以至世界各旅游区的竞争能力，吸引更多的外国游客进入广州旅游，使接待人数、旅游收益、从业人员等得以扩张，从而达到旅游业带动各方面发展的目的。

从以上的分析中，我们可以看到广州市的旅游产业在旅游的六大要素发展等方面已经相互配套，形成了完备的体系，只要进一步抓住机遇，不懈地努力，旅游业将提高到一个新的水平。

然而，广州的旅游业从高标准来说还有一定的差距，如科技含量还不够，旅游市场的拓展、管理还大有文章可做，规模效益的获取，法制建设的加强都有待进一步的提高，旅游业的软硬件建设还不能完全适应旅游业发展的需要，对旅游产业的观念也有待进一步更新。

三、广州旅游业经营大环境明显改善，有利于旅游业大发展

经过多年的建设，广州市促进旅游业发展的有利因素越来越多。一是旅游产业的重要地位得到确立。市委、市政府已提出“要大力发展以旅游业为重点的现代服务业”，各级地方政府都在想方设法开发旅游业，使旅游资源变成现实的经济效益，有力地促进了广州旅游业的发展。旅游业的迅速发展，带旺了广州整个第三产业；二是大旅游观念在全市范围内得到增强。旅游业日益成为全社会关注的热点，旅游消费成为社会公众的消费时尚；三是“国民旅游计划”的实施，使旅游部门与相关部门的横向联合与合作更趋紧密协调。”国民旅游计划”的实施，使旅游业突破了单一的行业行为，在政府行为的推动下，使旅游在思想意识、经济结构、产业结构、环境配套等方面的地位得到确立，并利用各种手段支持旅游业的发展，参与发展的部门也在其中获得良好的经济效益；四是旅游产品变得丰富多彩。目前，广州市的观光旅游、度假旅游、生态旅游、农业旅游、保健旅游、驾车旅游、烹饪学习旅游、军事旅游、狩猎旅游、探险旅游等各种项目应有尽有，可以满足不同年龄结构、不同文化层次的游客的需求。

四、广州旅游业发展前瞻

近年来，广州市抓住旅游业发展良机，提出了“着眼大区域，营造大环境，塑造新形象，发展大旅游”的工作新思路，还调动各方面的学者、专家、教授和旅游业内人员，对旅游交通、旅游资源、主题公园、市场定位、宣传促销、酒店建设、旅游商品、专项旅游、旅游法制建设、旅游教育等10多个专题，周密地制订了发展战略。在总结广州旅游发展一些规律性东西的基础上，顺应经济的发展、市场的变化，根据不同层次游客的品位、消费需求，从总体上对旅游的各个要素进行宏观布局 and 组合，使旅游业在宏观指导下，有目标地前进。发展战略为旅游业成为广州经济发展新增长点起了促进作用。

为了进一步加快发展旅游业，建议着力抓好以下几个方面的内容：

1. **深化认识，转变观念，逐步树立“国民旅游”意识。**以共同营造国际旅游城市为各

行各业的奋斗目标之一，以为旅游者提供优质、高效的服务为宗旨，营造宾至如归的环境。以旅游作为引导消费的重要内容，成为市民丰富文化娱乐生活的重要选择。进一步确立旅游业的产业地位，并形成配套的政策体系，大力支持加快发展。

2. 要借助高科技大力发展旅游业。我国的旅游业发展是改革开放以来的事，因此不少旅行社仍处于粗放式阶段，时效差，易出错，严重阻碍了旅游业的大发展。

应当迅速抓住产业发展的机遇，让旅游业插上科技的翅膀高飞。具体地讲，应当通过互联网向全世界广泛介绍广州的景点、景区，介绍广州旅游产业的六大要素，使之增强吸引力，让全世界旅游者了解广州，向往广州；其次应当大力推介网上旅行社，旅游者不管在哪个国家，在办公室或家里，都可以通过互联网、交钱参加旅游团。这样既方便、快捷，还会大大提高效益。再次是运用高科技的激光，综合运用声、光、灯强化旅游产品和杂技歌舞等表演的效果，使旅游者充分享受到在高科技时代旅游的无穷魅力。

3. 要合作建设大珠江三角洲旅游圈，创造规模效益。穗、港、澳与整个珠江三角洲所构成的大珠江三角洲地区旅游资源十分丰富、互补性强，整体推介，将产生较大的影响力、吸引力，既可了解水乡风情，又可了解澳门的“博彩旅游”，既可欣赏“岭南文化”，又可感受中西文化的交融；既可领略东方传统，又可感受西方文明；既可参观鸦片战争等近、现代史迹，又可考察“一国两制”条件下的社会、经济、文化状况，还可欣赏秋色、菊展以及尽情购物，丰富多彩的旅游产品将使旅游者流连忘返。

144 小时便利签证的实施，为合作建设大珠江三角洲旅游圈创造了很好的条件。广州应加强与各有关城市的联系，加强相互之间的协调，加强软硬件设施建设，使便利签证真正便利，使到达香港、澳门的外国人都愿意到珠三角来，外国游客量可望大幅度上升。因为现在每年到香港的外国人有 700 多万人次，实施便利签证后，若有 1/10 到香港的外国人到广州来，就可使广州接待的外国人增加 50% 左右，广州旅游业的创外汇能力将进一步增强。同时因为到达香港就可以组团进珠三角，也将促使更多愿到珠三角旅游的外国人到香港、澳门来，这无疑将形成一个互相促进的大好局面，今后大珠江三角洲旅游圈可以逐步做到客源共享、资源共用、促销共抓、培训共办，使珠三角旅游圈的整体形象更加鲜明、更为突出，使之成为极具魅力的世界级的新兴旅游中心。

4. 大力营造各具特色的旅游产品。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。广州作为历史文化名城，有着浓厚的岭南文化的积淀，我们应该大力发掘、保护、运用好文物古迹，提高旅游的文化品位。广州南越国宫署的出土使外国旅游者感到“震撼”，联合国的一个官员曾说：“如果把整个宫殿都挖掘出来，将不亚于秦兵马俑的意义。”广州是世界上三个中心位置没有移动过的城市之一，另外两个为埃及的开罗、意大利的罗马。当今的北京路上就有六个朝代城门耸立过的地方，文物古迹相当丰富，应大力保护、运用。随着知识经济时代的到来，人们的文化素养越来越高，对文物的需求和喜爱将与日俱增，注重发挥这方面旅游资源的作用，将有极大的吸引力。

由于旅游者的兴趣是广泛的，只要是旅游者感兴趣的项目都可以整合成为旅游产品。比如农业，可搞旅游农庄，让旅游者观赏作物，呼吸新鲜空气，还可动手摘菜，收获瓜、果，领略收获的喜悦，消除疲劳。也可以到空气清新的森林去进行森林浴，“换气”、“换脑”。成都郊区的“农家乐”，受到了城里人的欢迎，是一种农民办旅游的有益尝试，滨海旅游、森林旅游也有很大的发展空间，短线、中线、长线的珠江游也很有特色。厂企游、校园游、街道游都有着广阔的前景。关键是设计好各种路线，让旅游者可以挑选。

旅游景点景区的建设花钱较多，一般不宜政府投资，可以按市场经济规律来办，由多种经济成分投资建设，政府适当给予政策优惠，支持旅游产业的发展。

5. **抓住机遇，拓展市场。**我国已加入 WTO，这对广州的旅游业来说，是挑战与机遇并存。入世以后，我国旅游业的发展也应遵循国际通用的旅游规则，而我们有一个熟悉、了解过程，国外较发达国家的旅行社高科技应用比我们早、比我们熟练，在竞争当中可能略胜一筹，这些都是对我们的挑战。但我们也要看到，入世以后，入境游和出境游都会增加，这有一个相互增强了解的欲望在起作用。更重要的一个原因是，中国作为一个大市场，有全世界 1/5 的消费者，要发展事业，就要到中国来寻找商机，因此入世以后入境游会大大增加，广州市连续几年居各大城市接待海外旅游者的首位，可望更有大幅度的增长，为了吸引更多海外旅游者到广州旅游，我们应当大力发展会展业，专门组织一批人招徕国际会议在广州召开。这些人到广州后，就要吃、住、娱乐、购物，在广州消费，不用出口任何产品，就可以赚到外汇，这无疑是一件大好事。

除了发展会展业，还应当努力办好旅游的节庆活动，迎春花市、美食节、茶文化节等等有民俗风情、有文化底蕴的旅游节庆活动深受海内外旅游者的欢迎。如 2000 年美食节仅 11 天时间接待了 116 万人次，平均每天 10 万人次以上。旅游的节庆活动可吸引来自海内外的宾客，使城市充满了活力和生机，办好节庆活动是吸引旅游者的有利方式。

入世以后，我们不仅要采取各种方式引进各国的旅游者，还应当主动地走出去。尤其中国的餐饮业闻名全球，应当作为旅游业的排头兵，出去探路，外国的麦当劳、比萨可以在各国生根，我国的餐饮也要遍布全球。还可以到广东旅游者出访多的国家、城市适度地开一些宾馆、旅行社，既可以回收外汇，又可使旅游者感到更亲切。

6. **大力发展广州的商贸业、餐饮业。**广州的商贸业、餐饮业有很好的基础，改革开放以来，得到迅速的发展，在新的世纪要进一步把广州营造成“南国商都”、“世界美食城”，让旅游者到广州可以买到全世界各个国家的精品，价钱比在产地还要便宜，让全世界旅游者在广州都可以吃到本国菜，不出广州“吃遍世界”，也让旅游者在广州可以吃到中国任何一个地方的菜色和名小食，这样，广州的知名度、吸引力一定还会增强。除此之外，还要大力改造环境，营造花城干净、美丽、宁静的形象。广州名为花城，广州市民都爱花、养花，应当把这种积极性调动起来，用鲜花装扮居室、天棚，让进入广州的旅游者耳目一新，一年四季都可前来观赏鲜花，美丽、干净、漂亮的环境不仅适合市民居住，也会令旅游者流连忘返，留下美好深刻的印象。

总之，广州旅游业要挖掘潜力，利用好资源，更好地发挥优势，以充满生机的朝阳产业的姿态迎接 21 世纪旅游业黄金时代的到来。

(作者：暨南大学产业经济学 1999 级博士生)

全球视野中的广州文化产业发展研究

周建平

一、发展广州文化产业的重要性与必要性

1. 文化产业的发展是经济发展到一定阶段的历史必然。文化产业是国际经济学界公认的朝阳产业。在许多发达国家和地区,文化产业已经成为国民经济重要的经济增长点和支柱产业。文化产业作为我国诸多产业中迅速崛起的一支生力军,其发展是我国当前经济生活重大的现实和理论课题。伴随着社会主义市场经济体制的逐步建立和信息时代的到来,知识密集型和高附加值、技术含量高、无污染、可重复开发和不断转换的文化产业,将成为社会经济重点产业和新的经济增长点,并将日益显示出它在人民群众精神文化生活中的重要作用。

20世纪社会发展的历史证明,当一个民族或国家由贫穷走向经济起飞,国民经济规模达到人均GDP 3 000美元以上、人民生活水平越过温饱走向小康阶段时,社会对文化的需求会产生一个强烈凸起的现象。此时,对文化领域进行大刀阔斧的改革,对文化及文化产品的性质进行重新认识和再定位,出台相应的政策措施,将文化作为一个新兴强劲产业来发展,就会历史性地成为一个重大课题。广州目前正处于这样一个转折性的历史发展阶段,面临着极好的发展机遇。2000年,广州市国内生产总值达2 383.74亿元,人均GDP达到3.45万元,折合人均GDP近4 000美元。恩格尔系数已下降到44%,说明随着广州人民生活水平的提高、收入的增长、消费者在文化等方面的消费支出比例越来越大,文化消费已成为人们渴求的新型消费热点,精神文化因素在其他产品的附加值越来越高,正在形成一个非常广阔的文化消费市场。这说明广州已经从经济总量规模与人民生活水平两个领域跨入了文化消费的门槛,达到了发展文化产业的阈值,这是我市经济社会发展到达一定历史阶段的必然结果,也是我们面临的一次新的重大发展机遇,如果我们能够按经济规律办事,及时认识和充分利用这个历史机遇,就会在与国内其他众多大城市的同构竞争中脱颖而出,与少数几个城市分享文化消费这个跨世纪的新型超级市场。

2. 发展文化产业是增强广州在国内外文化市场竞争地位的需要。从20世纪30年代到二战前,美国和西欧一些发达国家初步形成文化产业的基础和框架;二战后,西方发达国家的文化产业迅猛发展,亚洲的日本、新加坡、韩国等国家与香港、台湾地区随着经济的快速发展,文化产业也迅速崛起。90年代以来,我国北京、上海等地的文化产业快速发展,成效明显,初具规模。

我市目前抓紧文化产业战略发展与政策的研究,促进文化产业的相应发展,既具有成熟的国际文化产业经验环境背景,也具有良好的国内发展氛围,同时更是确立广州在国内外文化市场竞争地位的需要。当人类社会进入21世纪,伴随着经济的持续增长、高科技的迅猛发展和市场化进程的加快,文化领域正进行着深刻而伟大的产业革命,这种具有知识密集、技术含量高、附加值高、少污染或无污染、可以多次开发、重复开发、不断转换的文化产业,对经济增长的直接推动和对社会发展的深刻的影响,已愈来愈受到全世界各国的关注和重视。1993年,美国以文化产业为核心的版权业产值已占GDP的3.7%。1993年美国的广电、报刊杂志、电影等部门的总收入达1 000亿美元以上,1997年,美国的电影业票房收入

达 60 亿美元，电影相关的产业产值高达 170 亿美元，娱乐业在美国已成为仅次于航天工业的第二支柱产业。近年来，美国文化娱乐业一直呈快速发展态势，平均年收入达 4 000 亿美元，其视听产品是仅次于飞机的第二大出口产品，在国际上占 40% 的市场份额。据美国德克萨斯大学电子商务中心的一份报告称，美国与因特网有关的企业 1999 年的产值超过 5 070 亿元大关，已成为美国的第一大产业。1993 年，日本电子游戏等行业生产经营收入高达 35 万亿日元，目前，日本娱乐业经营收入已经超过本国汽车工业产值。英国艺术业拥有 170 亿美元的产业规模，也与其汽车工业不相上下。据统计，英、法、德等国的文化产业产值都已达到国民经济生产总值相当可观的比例。

在国内，目前我国也开始注意到在东、中部地区文化产业大规模兴起的势头和机遇，国家计委与文化部准备推出国家文化产业中长期发展规划。北京、上海等城市高度重视文化产业的发展。北京市进一步强调北京作为全国的政治、文化中心城市功能定位，淡化工业经济发展的位置，并准备用 5 年时间使首都文化产业产值超过工业；上海市从构筑国际经济中心城市的角度，依据现代科技快速发展和经济文化一体化的趋势，对上海文化产业发展的重大问题进行比较全面、深入而有创意的研究，并提出加快上海文化产业的构想和策略，把文化产业作为新一轮经济的增长点。可见，国内几个经济强市在新世纪的一轮文化产业竞争正在拉开序幕，广州是华南地区最大的中心城市，是东西方经济、文化的结合部，经过 20 多年改革开放，经济与社会文化事业都形成了丰厚的物质基础，城市经济综合实力仅次于北京、上海。据统计，到 1999 年底，我市已拥有文化产业单位 2 579 个（指独立核算的法人单位，未包括旅游）；从业人员 149 076 人，营业总收入 154.95 亿元（未包括旅游）；全市旅游 1999 年营业收入 363.46 亿元，实现增加值 111.96 亿元，约占全市国内生产总值的 5.6%。应该看到，我市的文化产业有了一定的基础，但也应看到，我市文化产业发展相对滞后，精神产品的生产和城市文化设施未能适应奔向小康社会群众日益增长的文化生活需要，市场化程度低，产业规模还很小。尽管近年来组建了报业集团，广播电视、报刊出版、文化娱乐等产业有了一定的基础，但相对新的强烈社会文化需求，周边城市和国外文化产业的发展与竞争态势，仍暴露出我市在传统文化体制的改革、文化产业及文化发展的方向定位、大文化与文化产业的管理与诱导机制、政府与社会介入文化产业的程度与位置、文化产品生产经营主体的产权地位的确定、社会政治意识形态目标与文化产业发展目标的协调、有效推进文化产业发展的政策措施、文化产业布局、制度创新、运行机制等方面的问题，多数文化基层团体、事业单位长期严重亏损，给市财政形成相当的潜在包袱，严重制约了广州文化产业的发展和文明城市的建设。因此，要适应国内外文化产业发展的新潮流，进一步确立广州在文化产业发展中的文化强市的竞争地位，就必须彻底解决我市文化产业发展中的一系列问题，推进文化产业的快速发展。

3. 我国加入 WTO，广州文化产业面临新的机遇和挑战。WTO 和相关的协议文件对文化产业，即各种门类文化产品和各种形式的文化服务在生产、交换、分配和消费领域得到实现的总和均有明确的规定。协议文件首次将世界贸易规则扩大到服务业，涉及到了文化产业所提供的具有精神文化内涵的商品和劳务。协议文件强调无歧视原则，扩大了文化产品的市场准入。协议文件具有法律制度的有效性和透明度，为知识产权拥有者和投资者创造更多的权力和跨国经营打开更大的空间。

根据中美 WTO 双边协议的第二条“旅游及相关服务”中规定，中国一经加入 WTO，符合下列条件的外商可在中国政府指定的度假区内和在京、沪、穗、西安设立合资旅行社和旅