

安徽旅游 发展研究报告 2008

—— 韦 伟 江 山 主 编 ——

Research Report on the Development
of Anhui's Tourism 2008

Research Report on the Development of Anhui's Tourism 2008



安徽大学出版社
ANHUI UNIVERSITY PRESS



安徽旅游 发展研究报告 2008



安徽大学出版社
ANHUI UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

安徽旅游发展研究报告 2008/韦伟,江山主编. —合肥:安徽大学出版社,2009.9

ISBN 978-7-81110-670-1

I. 安... II. ①韦... ②江... III. 旅游经济—经济发展—研究报告—安徽省
IV. F592.754

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 164613 号

安徽旅游发展研究报告 2008

韦伟 江山 主编

出版发行 安徽大学出版社
(合肥市肥西路3号 邮编 230039)

联系电话 编辑部 0551-5108241
发行部 0551-5107784

责任编辑 李海妹

封面设计 孟献辉

印刷 中国科学技术大学印刷厂

开本 787×1092 1/16

印张 16.75

字数 300千

版次 2009年9月第1版

印次 2009年9月第1次印刷

ISBN 978-7-81110-670-1

定价 48.00 元

如有影响阅读的印装质量问题,请与出版社发行部联系调换

前言

随着社会的发展,旅游业已成为全球经济中发展势头最强劲和规模最大的产业之一。世界旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界第一位旅游目的地国家和第四位客源输出国。中国旅游业发展潜力巨大,空间广阔,前景美好。

安徽是中国旅游资源最丰富的省份之一,既有旖旎的自然山水风光,又有源远流长的历史文化,发展旅游业具有得天独厚的条件。1979年,“改革开放总设计师”邓小平以75岁高龄视察黄山,提出“把黄山牌子打出去”,拉开了安徽旅游业加快发展的序幕,也成为中国现代旅游业的新起点。近年来,在省委、省政府的领导下,全省紧紧围绕“建设旅游经济大省”的战略部署,不断加快旅游基础设施建设,加大资源整合力度,推动旅游产品开发,创新旅游营销模式,优化旅游发展环境,旅游业呈现出健康、持续、快速发展势头。2008年,全省旅游总收入达到737.12亿元,相当于全省GDP比重的8.31%,提前两年实现安徽旅游“十一五”规划的目标。

经过多年发展,安徽旅游业已经进入了重大战略调整期,即实现旅游产业由粗放型向集约型方向转变,由注重规模扩张向扩大规模和提升效益并重转变,由注重经济功能向发挥综合功能转变,旅游产业的转型升级成为战略调整的重中之重。安徽旅游行业结构的调整转型、旅游产业的优化升级、旅游业的业态创新、旅游企业整体竞争力的提高等,都是安徽旅游业面临的崭新课题。

面对新形势、新要求,2007年12月省社科院与省旅游局共同组建了“安徽省旅游发展研究中心”,这是全国首家研究旅游发展重大理论和现实问题的高层合作机构。中心旨在研究安徽旅游现状、整合优化安徽旅游研究资



源,同时与其他省市旅游和国际旅游作比较研究,以建立详细的数据库,为省委、省政府及省旅游局制定旅游发展政策措施,提出对策建议,并面向各级政府和旅游业界提供理论指导和咨询服务。中心策划、发布了安徽旅游首批研究课题,经过招标、专家评审,来自省内6家研究机构、大学、科研院所中标,经过一年多的深入研究,顺利结题,即“安徽旅游业转型升级研究”、“安徽休闲度假旅游产品研究”、“安徽省旅游产业整合研究”、“安徽交通对旅游业发展的影响与对策研究”、“安徽旅游企业集团发展研究”、“安徽旅游新业态研究”。6个课题以安徽旅游“十一五”规划为总纲、与安徽旅游业发展的现实紧密结合,学理上梳理、归纳出安徽旅游发展战略的基本脉络,内容上突出了战略性、创新性、宏观性、前瞻性和务实性。现结集出版《安徽旅游发展研究报告2008》,今后,中心还将陆续推出一批适合我省客观情势的创新成果,促进全省旅游业持续、健康、快速发展。

该书是本中心推出的首批成果,在组织和实施过程中,难免有粗疏之处,如有不当,敬请批评指正。本书在编辑出版过程中,得到安徽大学、安徽师范大学、安徽省旅游局、安徽省出版局、安徽省社科院、安徽省统计局和安徽大学出版社的大力支持。在此,一并表示衷心感谢。

安徽省旅游发展研究中心

2009年8月

目次

前言	〔 1 〕
----------	-------

安徽旅游业转型升级研究

一、安徽旅游业转型升级的现实情况分析	〔 3 〕
二、安徽旅游业转型升级的战略思路	〔 7 〕
三、加快安徽旅游业转型升级的建议	〔 12 〕

安徽休闲度假旅游产品研究

◇ 引言	〔 25 〕
◇ 总体背景篇	〔 27 〕
一、国内外休闲度假旅游发展概述	〔 27 〕
二、安徽省休闲度假旅游背景	〔 30 〕
◇ 专项研究篇	〔 35 〕
一、温泉休闲度假旅游产品	〔 35 〕
二、湖泊休闲度假旅游产品	〔 41 〕
三、森林休闲度假旅游产品	〔 48 〕
四、山地休闲度假旅游产品	〔 53 〕



五、乡村休闲度假旅游产品	[59]
六、城市休闲度假旅游产品	[65]
七、康体娱乐休闲度假旅游产品——以高尔夫为例	[70]
八、自驾车休闲度假旅游产品	[74]
◆ 总体趋势与对策篇	[84]
一、安徽省休闲度假旅游产品调整与创新	[84]
二、安徽省休闲度假旅游产品开发模式	[88]
三、安徽省休闲度假旅游产品竞争力提升对策	[90]

安徽省旅游产业整合研究

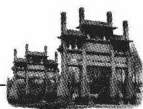
◆ 引言	[99]
一、旅游产业整合相关理论	[100]
二、旅游产业整合的具体内容	[107]
三、安徽省旅游产业整合的现状和问题分析	[117]
四、安徽省旅游产业有效整合的思路和对策	[127]

安徽交通对旅游业发展的影响与对策研究

一、国内外的经验与启示	[139]
二、安徽交通发展现状分析	[143]
三、安徽交通可达性的演化分析	[151]
四、安徽交通对旅游业发展的影响分析	[156]
五、安徽旅游交通发展的制约因素和竞争优势	[163]
六、安徽旅游交通发展的对策与措施	[169]

安徽旅游企业集团发展研究

一、旅游企业集团的发展理论与研究概述	[177]
二、世界著名旅游企业集团的发展与经验	[182]
三、我国著名旅游企业集团的发展与经验	[188]



四、安徽省主流旅游企业集团的发展	[195]
五、“三跨”旅游企业集团在安徽省的发展	[203]
六、安徽省旅游企业集团发展的制约因素与突破思路	[208]
七、鼓励旅游企业集团发展的政策与措施	[218]
八、总结	[223]
◆ 附录	[229]

安徽旅游新业态研究

一、旅游新业态的内涵	[233]
二、旅游新业态的发展模式	[237]
三、安徽旅游新业态的发展现状与问题	[240]
四、安徽旅游新业态发展的对策建议	[255]

安徽旅游业转型升级研究

课题主持人 吕连生

课题组成员 储昭斌(执笔) 王卫东





改革开放 30 多年来,安徽省旅游产业的地位不断提升,对国民经济和社会发展的贡献不断增大。但是随着社会经济的发展,影响我省旅游产业发展的国内外大环境发生了变化,旅游产业面临着新的挑战,在新的发展时期,需要转型升级。

一、安徽旅游业转型升级的现实情况分析

安徽省作为旅游资源大省,其旅游资源具有数量大、品位高、特色显著、多样性强、区域资源互补功能强的总体特征,发展旅游业的优势明显。面对新一轮旅游经济转型升级带来的机遇,对安徽旅游业转型升级进行研究有很强的现实意义。一方面,通过对该问题的研究,有利于抓住机遇,发挥后发优势,促使资源优势向经济优势的转变,让旅游业成为我省名副其实的新的经济增长点和支柱产业,促使资源优势转变为经济优势。另一方面,通过对该问题的研究,有利于推进安徽旅游产业结构的优化转型升级,有助于使安徽真正成为海内外游客回归自然、体验生活的好去处,成为全国位居前列的重要旅游目的地和出入境客源集散地。同时,还可实现经济增长方式转变,增加就业,扩大对外开放,改善投资环境,带动相关产业发展,推动安徽省经济又好又快发展。

(一)安徽旅游业发展现状与问题

1. 安徽旅游业发展的现状

“十五”以来,安徽旅游业在省委、省政府的“加快旅游业发展”战略推动下,取得了较快的发展。2008 年,全省旅游业又有较快发展。接待入境游客 132.09 万人次,同比增长 24.11%;旅游外汇收入 5.42 亿美元(含旅游商品创汇数),同比增长 27.94%;接待国内游客 9938.19 万人次,同比增长 26.62%;国内旅游收入 700.24 亿元,同比增长 28.79%;实现旅游总收入 737.12 亿元,同比增长 27.97%。提前两年实现了旅游接待人次上亿人和旅游总收入相当于全省 GDP 8.31% 的目标,旅游业进入了支柱



产业行列。国际、国内旅游市场均得到进一步拓展;旅游商品的开发、生产和销售逐步形成体系;旅游基础设施建设速度明显加快;旅游发展宏观环境明显改善;旅游科学发展的格局初步建立;多元投入体系正在形成;旅游区域合作不断加强;旅游行政组织与队伍建设力度明显增强;旅游产业地位得到了不断提升。

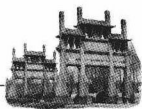
2. 安徽旅游业进一步发展存在的问题

从总体上看,安徽旅游业的发展还处在转型发展的初级阶段,面对我国旅游业转型升级带来的机遇,安徽旅游业进一步发展还存在多方面的问题:

第一,旅游观光产品仍是主导,且开发的层次相对较低,在安徽省目前成熟的旅游产品中,存在结构单一的问题。观光产品依然占据主体地位,休闲度假、商务旅游、文化观光等复合型的旅游产品较少,这不仅缺乏吸引力,也制约了游客逗留时间和消费支出。另外,还存在旅游资源开发层次低、注重短期利益的问题,资源优势没有充分发挥出来。从整体上看,安徽省相当一部分旅游资源开发水平不高,开发深度不够,部分景点与国内其他景点趋同,不具备独特性,甚至在开发思路和规划设计上出现庸俗化现象,缺少有影响力的精品;从具体旅游产品开发上看,有盲目开发、无特色开发、在开发利用的同时没有给予必要的保护等问题。

第二,旅游业发展极不平衡。安徽旅游经济发展表现出明显的不平衡,即南部地区“热”、北部地区“冷”;旅游产品发展也极不平衡,特别是休闲、文化类旅游项目偏少。从安徽国内旅游收入组成来看,安徽旅游业的区域发展极不平衡,在安徽省 17 地市中,黄山、合肥、安庆三市的国内旅游收入总和占整个安徽国内旅游收入的近 50%。如何打破这种不平衡,让更多的地区在旅游业发展大潮之中有崭露头角的机会,促进安徽旅游业协调、快速发展,是安徽旅游业发展过程中要着力解决的问题之一。同时,安徽旅游消费结构也不合理,游客人均停留天数短。2007 年入境旅游者人天消费构成表显示:安徽人天消费居中部之首,但平均停留仅为 1.68 天,位居中部 6 省之末,低于中部的平均 2.11 天,与全国平均 2.67 天更是相去甚远。不同旅游产品的消费类型主要包括食、住、行、游、购、娱等方面。在人天消费构成中,消费比中通讯、交通在中部 6 省占首位,购物居第三,餐饮、市内交通位居第五,景区游览、娱乐、住宿均排末位。

第三,没有形成有较大影响力的中心旅游城市。一直以来,安徽旅游业发展实施的是“两山一湖”(黄山、九华山、太平湖)战略,着力打的是“黄山”牌,忽视了旅游中心城市对旅游业的巨大辐射带动作用。我省的黄山旅游更多的是指向黄山风景区,而不是黄山市区。对未来旅游产业转型升级的趋势来说,这种仅仅依靠某个景区景点而缺少省级旅游中心城市支撑的发展思路,是很难带动全省旅游业整体走上一个新



台阶的。没有中心城市的带动,安徽大旅游发展体系很难真正形成。安徽大旅游发展体系不能形成,也就难以产生合力,旅游的跨区域、跨行业发展亦存在壁垒。旅游业发展所涉及的多个行业和部门,在管理上要求有全面性和协调性,要形成旅游发展的合力。在调查中发现,在安徽省重点发展的“两山一湖”地区,其景区景点之间在一定程度上还存在各自为政的现象,区内合作相对较少,即使有一定程度的合作,合作的水平和层次也相对较低。另外,区域旅游策划和营销水平的系统性不强,没有把中心城市旅游区域的旅游市场整体营销优势充分运用到旅游市场营销当中去,缺乏高质量、高品位、高科技的旅游营销策略。

第四,旅游企业总体规模小,整体竞争力不强。安徽省旅游企业总体上规模不大,素质不高,竞争力不强。旅游企业“小、散、弱、差”的现状没有得到根本改变。目前,安徽省旅行社营业额不足100万元的占80%以上。全国真正挂牌的五星级旅游酒店约有400家,安徽却只有不到10家,国际连锁酒店也仅五六家,安徽省旅游企业上市公司也只有1家。在调查中发现,安徽省旅游产业的投资主体以国有资产资本为主,许多旅游企业尚未引入现代企业制度,致使资本扩张与合并、企业兼并与联合存在一定困难,也增加了旅游企业改组改造的成本。把安徽省作为第一目的地的游客较少,特别是受旅游线路、中心城市等方面的制约,市场再延伸严重不足。

第五,旅游产业链不长,旅游产业链条上还存在薄弱环节,综合配套不够完善。安徽旅游产业链条不长最主要的表现是各地旅游收入中各要素比例不够均衡。旅游六大要素及其相关产业发展不协调,产业结构尚处在资源开发的初级阶段,“门票经济”现象十分突出。旅游经济增长方式粗放,数量扩张型的多,质量效益型的偏少。旅游信息服务、交通运输、旅游商品、饮食住宿、保健娱乐等关联产业配套还不够完善,有些环节相对薄弱。尤其在旅游购物方面,普遍存在旅游商品研发能力弱,文化内涵挖掘不够,产品档次不高、结构雷同,在旅游消费中比重过低等问题。景区文化娱乐项目设置单调,游客夜间文化娱乐项目缺乏,有些重要的景区景点食宿条件还不能满足游客多层次的需要,一定程度上影响了旅游产业的综合效益。一些地方旅游发展还停留在饭店“床板经济”、旅行社“拉练经济”、景区“门票经济”等上面。同时,吃、住、行、游、购、娱六大要素不配套,安徽旅游业六大要素中游、购、娱只占平均消费总额的38%,购物消费仅占总消费的20%左右。

第六,旅游开发和管理人员观念落后,人才结构不合理。安徽省旅游业缺少懂经营会管理的复合型人才,缺少高端旅游项目创新策划方面的专门人才,同时在一定程度上还存在着人才流失现象,这些情况严重影响了旅游业的发展。人才开发工作不平衡、人才结构不合理等现象也较为突出。安徽省旅游人才相对集中在黄山、合肥等旅游发展较成熟的城市,缺乏高级职业经理人、高级技师、出境游业务经理、小语种导



游等,更缺乏复合型、协作型、创新型人才。在我省北部的有些旅游文化资源十分丰富的地区,至今旅游业的发展还十分落后,很重要的一点就是缺少真正熟悉本地情况、了解旅游业发展趋势、能提出适合当地旅游业发展思路和高端旅游项目的创新策划与运作的人才。

(二)新时期安徽旅游业发展面临的机遇

1. 宏观政策环境支持旅游业转型升级

近年来,旅游已成为国际经济贸易的重要组成部分和全世界最大的产业之一,并保持良好的持续发展势头。世界旅游组织预测:到2020年,中国将成为世界第一大旅游目的地和第四大客源市场,我国旅游业将在相当长一个时期内处于发展的黄金期。安徽省作为全球主要的高品位旅游目的地之一,将更受广大国内外游客的欢迎。国家有关部门也加大了对旅游业发展的扶持力度,中国旅游业的总体发展环境和投资环境比以往任何时候都好。良好的政策环境将会对我省旅游业发展产生积极影响。旅游业作为国家重点扶持的新兴产业和新的经济增长点,将得到国家更多的资金投入和政策支持。

2. 国民经济持续快速发展促进旅游业转型升级

据国家统计局分析,我国人均消费从目前到2020年将以每年10.8%的速度递增,国内居民出游率将从2005年的92%上升到2010年的157%,新的旅游消费高峰就要来临,旅游业加快发展的潜力巨大。随着我国经济社会发展水平的提高,城市化进程也在不断加快,城市人口增长迅速,为以城市客源为主导的旅游客源市场开发提供了极大的潜力和空间。不断升级的旅游需求和持续扩大的国内客源市场,为旅游业发展和创新突破提供了坚实的市场支撑。对安徽而言,旅游业发展有着很大的区位优势。安徽紧邻长三角经济区,是泛长三角经济圈的重要成员。预计长三角经济区到2010年的GDP将达到2万亿美元。泛长三角经济圈的迅速崛起和发展壮大必将形成巨大的旅游消费能力,并对我省旅游业的发展产生极大的带动作用。随着不断融入泛长三角经济圈,我省将成为名副其实的长三角后花园。这一方面将有利于开发东部沿海市场,同时也有利于借助大都市的国际口岸和影响力,开拓全国乃至世界旅游市场。

3. 旅游需求发生转折性变化有利于发挥后发优势

当前,国际金融危机的影响正在蔓延,旅游需求也在发生着转折性的变化,预示



旅游产业转型升级时期的开始。这种转型升级有四个方面的表现:一是旅游者的出游动机,开始从以往单纯的观光向观光、休闲、娱乐等多层次的组合转变,不同年龄、收入与不同文化层次的消费者出游目的更加多元化;二是旅游者出游的方式,开始从以往单一的团队旅游向家庭和亲友型散客旅游转变,个性化旅游成为时尚,自主、自助和自驾旅游蓬勃兴起;三是旅游者的消费更加理性,盲目从众的消费方式已经发生变化,目的地的选择不再是扎堆凑热闹,旅游活动的移动空间、活动范围与活动频率也更加灵活多样;四是带薪休假制度的实施为国民休闲需求提供了合理的时间保证。这些重要的转变,虽然是旅游业不断发展和人们生活水平不断提高的必然结果,但也在一定程度上对旅游商品的供给进行了重新的“洗牌”。新一轮旅游产业转型升级的进行,不仅使观光旅游产品进一步得到优化并提高了档次,还使旅游度假休闲型旅游产品开发力度得到加强。度假休闲型旅游产品开发目前对于全国旅游来说都是薄弱环节,适应国内周末度假旅游需求的中低档度假设施以及适应海外高档度假旅游需求的现代化度假设施,各地都比较缺乏。很多以前开发得不好或很少开发的地方,旅游资源反而得到了很有效的保护。随着重新“洗牌”的深入,旅游经济不发达地区反而能更好地抢占先机,打造自身的后发优势,缩小与旅游开展先进省份的差距。

二、安徽旅游业转型升级的战略思路

旅游业转型升级是一种必然的趋势,是旅游业发展到一定阶段的必然要求,是提高旅游业综合效益的重要途径。安徽旅游业发展要有全新的突破,实现又好又快发展,关键在于全面推进旅游业转型升级。

(一)安徽旅游业转型升级的战略目标

在新时期,安徽旅游业转型升级发展的目标是:通过发展思路的调整,并以政府的主导、各种资源的整合、各类休闲产品的开发和中心旅游城市的构建来推进和提升安徽旅游产业的转型升级,促使旅游发展方式从粗放型向集约型转变,旅游增长方式从数量扩张型向质量效益型、品质提升型转变,旅游产品由观光主导型向休闲度假主导型转变,市场结构由团队主导型向散客主导型转变、低端游客主导型向高端游客主



导型转变,旅游开发模式从资源消耗、环境损耗型向资源节约、环境友好型转变;旅游功能由注重经济功能向积极发挥综合功能转变,旅游产业部门结构全面配套化,旅游产业空间结构点轴系统板块化,旅游产业消费结构合理化,使安徽成为我国最重要的观光、休闲度假旅游目的地。初步形成皖南、皖中、皖北全面启动升级,直至南北并举、城乡联动、各具特色、竞相发展的大旅游发展新格局,从而培育出5~8个旅游中心城市、4~5个大旅游板块和5~6个大的旅游集团。

(二)安徽旅游业转型升级带来战略方向的调整

1. 由资源的全面开发调整为向精品(品牌)、配套、可持续方向发展

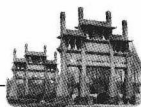
首先,要由旅游资源的全面开发向旅游精品开发转变。旅游资源开发要形成“旅游资源→优势旅游资源→品牌旅游资源”结构特征,实现旅游产品的品牌化是旅游资源得以最优开发的重要指标之一,形成的精品(品牌产品)也是旅游产品的吸引力和生命力所在,是旅游商品价值的重要支撑。因此,旅游业要成功实现转型升级,必须注重对旅游精品的开发。

其次,从供给的优先发展向面向市场需求、增加有效供给方向转变。旅游资源开发要面向市场,要推行以市场为导向的“市场—资源—产品—市场”的开发模式。旅游是为满足游客食、住、行、游、购、娱等需求的一种综合性很强的消费活动,这6个方面,必须面向市场需求,协调、配套发展,哪一方面的缺失和不完善,都会造成旅游活动的操作失衡,从而阻滞旅游产业向高效益方向迈进。所以,加强旅游六大要素的协调和配套发展,以适应市场需求,是旅游产业结构优化的一般趋势,是旅游产业深化发展的基本思路。这种思路和趋势,可以简单地概括为产业结构的高度化。安徽旅游产业结构的转型升级应在继续抓好住、行、游、食的同时重点开发娱、购两个方面。

最后,资源开发向“可持续发展”方向升级。

2. 由国际市场带动国内市场调整为向扩大内需为主方向发展

世界上旅游业发展比较好的国家,其国内旅游无论是接待人次,还是旅游收入均占较大比重,一些国家的旅游业务量70%以上来自国内旅游,个别国家甚至达到90%,国内旅游已成为主宰整个旅游业发展的决定性因素。当前,扩大内需是我国经济大调整的主要方向,旅游业就是其中之一。随着人们家庭收入水平的提高和新型消费模式的形成,我国目前已进入到国内旅游急剧膨胀时期,在今后一段时间内我国的国内旅游将会有个持续稳定的增长。旅游的大众化趋势使得21世纪的中国将成为全球“双向旅游”极为活跃的地区之一,因而在开发国际旅游的同时也应积极开



发国内旅游,实现国内、国际旅游产品互相补充、互相支持。基于此,安徽省要增强发展国内旅游的自觉性和积极性,形成全省联动共同发展国内旅游的态势。

3. 从“点线旅游”的传统模式调整为向点、轴、面结合的“板块旅游”多点辐射、环状布局的大旅游方向发展

旅游线路设计在遵循“便利、高效、安全、舒适、经济”原则的前提下,必须根据全省旅游资源的分布特征,串接集中分布点,构筑不同线路、不同旅游特色的大回形线路,形成“大旅游”观念;并根据旅游资源的集中分布程度,重点发展多个旅游中心地,形成“多点辐射”格局,促进区域旅游的协调发展。以皖南、皖中(环巢湖)、皖北(沿淮)、皖江(沿江)、皖西南(大别山)五大旅游板块为基础,以板块内重点旅游城市或景点为依托,各板块凭借自己的特点和风格,根据自己旅游资源赋存数量的多少、观赏价值的高低、地区分布的差异,进行旅游区域规划,建立相对独立、各具特色的旅游板块。同时,通过加强各旅游板块的横向联系,组成点、轴、面相结合的完整的安徽旅游区域结构体系。这一体系以长江、淮河等动脉为轴,不仅同国内各旅游城市和地区相联合,实现多层次的旅游区际协作,更以多功能的、完整的旅游区域与国际旅游接轨,参与国际旅游行列,从而有效地推动全省旅游业的发展。

(三)安徽旅游业转型升级的战略要点

当前,我国旅游业正处在新一轮大发展、大开放、大变革的关键时期,各地旅游业发展竞争激烈。安徽旅游业要想更好地发展,应紧密结合当前的旅游产业转型升级形势,以政府为主导,用“板块旅游”的理念打造全新的旅游产业,促进区域旅游资源的全面整合,优化整合旅游开发的时空、产品、主体等结构,开发休闲性旅游产品,并通过构建旅游中心城市,对旅游开发进行合理布局,使其产生最大的经济效益、社会效益和生态效益等,从而实现旅游业的升级发展。

战略要点之一:政府主导

尽管对政府主导旅游业发展,学术界一直有争议,但我国旅游业的发展实践证明这是一条成功经验。目前,安徽旅游产业的发展仍然离不开政府的主导。在推动旅游业转型升级过程中,政府主导应该是发展方向上的主导、产业政策的主导和旅游相关公共品投入的主导。政府应抓住机遇,因势利导,把握政府在转型升级的战略层面和工作层面的着力点,不介入或少介入市场可以自身完善的领域,不干涉或少干涉企业可以自我调节的行为,防止行政力量过度干预资源配置和市场价格形成,要注重长远利益、优化旅游产业结构,促使旅游业和谐发展、可持续发展,充分保障市场对资源配置的基础性作用,充分发挥政府职能的主导作用和市场机制