

戴松成 龚绍方 主编

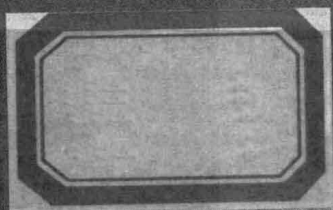
河南旅游产业发展 报告



河南人民出版社

河南旅游 产业发展 报告

戴松成 龚绍方 主编



河南人民出版社

编委会成员名单

主 任 杨盛道
副主任 戴松成 郑泰森 龚绍方
编 委 杨盛道 戴松成 郑泰森 龚绍方
宋瑞祥 刘国勤 吴忠华 杨保国
张纯锋
策 划 河南省旅游文化产业发展研究会

图书在版编目(CIP)数据

河南旅游产业发展报告/戴松成 龚绍方 主编.
- 郑州:河南人民出版社 2005. 10
ISBN 7-215-05817-4

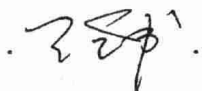
I. 河... II. ①戴... ②龚... III. 旅游业 - 经济发展
- 研究报告 - 河南省 IV. F592.761
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 117489 号

河南人民出版社出版发行

地址:郑州市经五路 66 号 邮编:450002 电话:65723341
全国新华书店经销 郑州新星印刷实业有限公司印刷
开本 787 毫米×1092 毫米 1/6 印张 21
字数 300 千字 插页 4 印数 1-1000 册
2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

定价:36.00 元

发展河南旅游产业的有益思考言



继今年7月召开的河南省文化产业发展和文化体制改革工作会议之后,还将召开会议,对全省旅游产业发展进行部署。这是省委、省政府作出的文化强省、旅游强省,促进中原崛起的两项重要决策。

河南省旅游文化产业发展研究会,组织全省30多位旅游专家和部分旅游理论工作者撰写了《河南省旅游产业发展报告》这部书稿。听说从酝酿撰写到编辑仅用了4个多月时间,可谓谋事早,见事快。30万字的理论文章,研究的是旅游产业发展这个崭新的课题,又要在几个月内完成任务,且是民间团体运作,其立意、其效率、其精神,着实令人惊叹!

旅游是新兴的产业。旅游业的成长史在世界范围内只有六七十年的时光,在中国也不过20年的时光。河南省旅游业起步较晚,算起来仅仅走过10多年的路程。将旅游业作为全省国民经济发展新的增长点,全省旅游业的发展开始迈入快车道,更是近几年的事情。去年,全省旅游业实现的总收入已占到全省GDP的7.2%。如何审时度势,变旅游资源大省为旅游强省,把旅游由我省国民经济新的增长点变为新的支柱产业,已经提上了省委、省政府的重要日程。过去,人们仅仅把旅游当作游山玩水、吃喝玩乐来看待。国民经济产业分类中,旅游业依附于第三产业。要使旅游成为产业,首先需要确立产业的基础理论,需要制定产业发展战略和产业政策,需要建立产业发展保障体系。没有理论指导的旅游实践,就不可能持续发展,也不可能形成真正的产业。这些年,河南旅游业在长足发展、积累许多成功经验的同时,也出现了一些新的问题。例如,由于体制不顺,机制不活,一些地方旅游发展步履维艰;由于科学发展观尚未牢固树立,有些景区基础设施建设浪费了宝贵的自然资源,生态环境受到破坏;由于文化素养不高,一些区域规划和景点建设缺乏文化品位;由于不熟悉旅游市场规律和缺乏营销人才,一些地方的市场推介缺乏针对性和吸引力。可见,普及旅游知识仍然是摆在我们面前的一项重要任务。从这个意义上讲,《河南

河南旅游产业发展报告

序 言

旅游产业发展报告》一书的出版,确有一定的指导价值和现实需要。

该书分序言、产业原理、发展战略、实证策论四大部分。其中,实证策论部分又列出认识、体制、市场、产业、开发、人力等6个篇章。全书总共46篇文章,涉及旅游产业发展的几十个课题。旅游产业发展是个大题目,是篇大文章。尽管这些文章都是研究探索性的,有些观点论述得还不是那么深刻,但只要把问题提出来了,我看就是一个可喜的成果。但愿这本专著能起到抛砖引玉的作用。

世间许多事情都是逼出来的。没有逼迫就没有压力和动力。这个逼迫,就是人民群众的伟大实践和滚滚向前的社会发展潮流。当旅游刚刚进入中国人生活圈子的时候,许多人颇感新奇和不可思议。仅仅十几年的工夫,旅游热就迅速遍及全国,一发不可收,其形势真有些像全国推行农村联产承包责任制那样,由农民群众春风破冰般的实践创造,到中央及时因势利导、总结推广;到亿万群众推波助澜,形成燎原之势,就这样一步步走向成功。当今的旅游发展也是这样。本书所载的40多篇文章,一看题目就不是书生们在闭门造车,不是空穴来风。特别是实证策论部分的30多篇文章,针对性、操作性都很强,都是河南旅游实践中提出的问题,是丰富的旅游实践活动给专家学者们出的这些题目。专家学者们对这些题目进行了调查和思考,撰写文章作为答案,体现了理论与实践共生共荣的关系。

当然,由于时间紧迫,这本书存在的毛病也不少。比如,有些题目概括得不大准确,有些论证不够充分,有些文章理论与实践结合得不够紧密,等等。但这本书毕竟是对省委、省政府大力发展旅游产业的某种诠释。单就这一点,就应该向参加此书撰写和编辑出版的同志们表示谢意和敬意。

(作者系中共河南省委副书记)

政府需要专家报告

· 卢中原 ·

我省是旅游资源大省,省委、省政府高度重视旅游业的发展,适时做出了尽快把我省旅游业培育成新的支柱产业的战略决策。全省围绕党的十六大提出的奋斗目标,抓住党中央、国务院提出的“中部崛起”战略机遇期,制定优惠政策,调整产业结构,鼓励大力发展旅游经济,呈现出了旅游业快速发展的好势头。做大做强旅游支柱产业,尽快实现从旅游大省迈向旅游经济强省,对于全面建设小康社会、实现中原崛起具有非常重要的意义。

随着去年我省人均 GDP 突破 1000 美元,旅游业进入了一个全面发展的突破期,我省旅游业发展已到了一个新的阶段。但是,和世界旅游产业发展的潮流及先进省份相比,我省旅游业在规模、质量、效益等方面都还有不小的差距,这同时也说明我省旅游业发展还大有潜力。我省是旅游资源大省,但这并不等于我省旅游产业会自然地成长壮大起来,关键在于我们能否认识和把握现代旅游业发展的客观规律,并按照客观规律推动旅游业不断迈上新台阶。我们必须认清形势,更新观念,坚持科学发展观,大力提升旅游产业化水平,进一步确立“政府主导,市场运作,产业化发展”的发展方向。旅游是经济性很强的文化产业,又是文化性很强的经济产业。我省旅游产业化发展要与文化产业发展紧密结合,挖掘旅游业发展的潜在力;要以企业为主体,增强旅游业发展的竞争力;要以市场为导向,增强旅游业发展的驱动力;要以塑造品牌为核心,增强旅游的吸引力;要以拉长产业链条为重点,加大旅游业对相关产业的带动力;要以招商引资为突破口,增强资本运作对旅游业发展的支撑力。要确立现代旅游的观念,进一步强化市场观念、企业观念、产品观念、竞争观念、资本观念、产业链观念,全面提升我省旅游的产业化水平。

我省旅游业的发展,和其他行业一样,离不开专家学者的智力支持。他们立足本职,调查研究,对经济和社会发展中的重大问题、重要规划、重大项目提供咨询、建议和论证,促进了政府决策的科学化、民主化。多年

河南旅游产业发展报告

序 言

来,我省旅游产业的规划、发展、创新,以及各种先进经验的总结推广等,都先后召开有关分析会、研讨会、座谈会等,充分听取专家学者的意见和建议,有时还请有关专家学者参与对省政府重要文件的制定和重要文稿的起草,开展专题调研,提出对策建议,许多专家学者的真知灼见都被采纳为省政府工作的部署。

河南省旅游文化产业发展研究会组织全省 30 多位旅游专家和部分旅游理论工作者撰写了《河南旅游产业发展报告》这部书稿,就是我省旅游方面的专家学者倾心旅游发展、献计献策、直言策论的体现。这些作者不少是我熟悉的,在工作中多有接触,经常交换意见,沟通想法,可以说亦师亦友。他们对河南旅游发展的热情令人钦佩;他们的博学多识值得推崇;他们的意见和建议,全省旅游行业的管理干部和一线工作的同志应当认真吸纳和借鉴。

2005 年,是“十五”和“十一五”承前启后的一年,也是我省落实科学发展观,全面建设小康社会,实现中原崛起的重要一年。旅游业正面临着难得的历史机遇。今年下半年,省委、省政府将召开旅游产业发展大会。这次大会将对新形势下全省推进旅游产业的发展做出全面部署。本书的出版,我看是“及时雨”。据了解,该书是目前全国首部以旅游产业发展为主要内容,涉及产业理论、发展战略、实证策论等,并从理论与实践结合的高度,从多个层面、多种角度阐述旅游产业发展的专家报告,新认识、新见解、新建议很多。特别是就我省旅游业当前和长远发展问题发表了许多富有建设性的意见,对一些困扰我们旅游发展中的问题做出了有力的论证和回答,为河南旅游业的发展提供了很好的决策依据。政府需要这样的专家报告。

成功的实践离不开科学的理论指导。希望省内外的专家、学者今后能以更大的热情,关注、支持河南旅游业的发展。我们相信,有省委、省政府的正确决策,有各研究机构和各方面专家们的支持,有全社会的关注和推动,我省旅游业在经济社会发展中做出的贡献一定会越来越大,建设旅游强省的目标一定能实现。

(作者系河南省人民政府副省长)

目 录

序 言

发展河南旅游产业的有益思考言	王全书
政府需要专家报告	贾连朝

产业原理篇

旅游产业:一个新兴的跨行业复合型产业群	龚绍方(3)
旅游产业的价值与社会地位	刘荣增(12)
旅游产业内在规律及发展趋势	林梅英(19)

发展战略篇

黄帝故里——亟待开拓的民族工程	郑灏东(31)
河南旅游:直面科学发展观	郑泰森(36)
向旅游经济大省跨越的对策建议	李同昌(42)
河南休闲旅游发展战略构想	龚绍方(51)
党政主导在旅游产业发展初期的地位	程遂营(61)

河南旅游产业发展报告

目 录

旅游产业的开放带动战略	李同昌(71)
旅游产业扶贫开发战略与县域经济发展	张献会(79)
催开旅游一枝花,县域经济展奇葩	李宗军(87)
大中原旅游跨区域发展战略构想	李泽生(97)

实证策论篇

认识篇

旅游开发与开发领导	戴松成(107)
旅游发展中的“龙头带动”与“群星灿烂”	程遂营(114)
旅游商品开发——河南旅游产业纵深发展的突破口 ...	林梅英(119)
影响河南旅游业发展的几个观念误区	刘坤太(127)
“焦作现象”和“栾川模式”的深层思考	李同昌(134)
如何减少旅游开发决策的盲目性和随意性	李泽生(140)
河南发展寻根旅游的优势及其必要性分析 ...	苟自钧 肖建勇(145)
促进旅游与环保的和谐发展	王玲玲(152)

体制篇

小浪底:聚焦河南旅游体制改革	廖晓静(158)
以河南为例浅析地方政府在旅游业发展中的作用	陈维忠(166)
旅游景区现有管理体制形态的分析与思考	廖晓静(173)
民间投资激活旅游业	李同昌(180)

市场篇

河南环城游憩带发展之我见	
——从惠济区发展城市近郊游谈起	张俊峰(187)

深度开发旅游商品,拉长河南旅游产业链 苟自钧(196)

加快河南旅游发展,扩大社会就业门路 苟自钧(203)

产业篇

关于拉长我省旅游产业链的几点思考 许韶立(210)

话说河南旅游发展的两条“短腿” 戴松成(220)

河南旅游产业发展社会环境的综合治理 李泽生(226)

阻碍河南旅游景区(点)企业化的症结何在 周旭东(232)

河南旅游如何发挥动力产业作用 田孝蓉(238)

开发篇

旅游线路设计:从点与面到点与线 郑泰森(246)

浅析河南旅游规划“怪现象” 许韶立(248)

河南文化旅游资源的开发 张体义(255)

浅谈历史文化景点如何提高观赏性 刘坤太(263)

河南红色旅游资源的开发 张守四(270)

河南“四古”旅游开发建议书 宋全忠(278)

从“6.22”事件看政府在旅游危机管理中的作用 陈维忠(285)

河南山地旅游开发问题及对策 吕连琴 夏保林(291)

旅游开发应从市场调查开始 王淑华(300)

人力篇

党校教育如何支持旅游人才开发 任海航(306)

河南旅游人才的“贫血”与“造血” 郭素婷(313)

建立完善的旅游行业自律机制 张毅兵(322)

产业原理篇

文鼎盛靈秘雨覆扶生
千秋功罪誰敢評而今滄桑
閱事通體傷痕不減
昔日威風真乃是經天
亘如一條頭指去後
天下龍大江前浪
後浪大河河而東
吾輩扶搖直上俯
瞰造物神聖王氣千年連

黃河小浪底書畫院

旅游产业：一个新兴的跨行业 复合型产业群

· 龚绍方 ·

二战后,旅游业迅速发展,确立了它在国民经济中的产业地位。在 20 世纪末现代旅游业已成为全球最大产业之一,世界入境旅游每年的交易额已超过 6200 亿美元。世界人口平均 15 个人中就有 1 个人在旅游行业工作。世界各国政府都在积极倡导和发展旅游产业。

旅游业的产业地位已经确立,但对旅游业的产业范围界定至今世界上还没有一个明确的统一标准。世界上多数国家包括中国,在产业划分标准中,没有把旅游业划分为单独的立项产业。因为除旅行社和旅游景区外,很难说哪一种行业是专为旅游活动而单独存在的,而旅游业又实实在在存在着,各行各业都自然而然地渗透到旅游业中来。可以说,这是一个界线模糊而实际存在的产业。

一、旅游产业发展

近代欧洲产业革命的发展,为旅游业的产生和发展奠定了社会经济、阶级阶层和社会交通的基础,最终导致人们强烈要求假日和外出旅游。于是,在历史上一直以个人为单位的个体旅行游览消费活动的局面被打破了,出现了有组织的旅游游览活动。1845 年英国人托马斯·库克成立了世界上第一家盈利性经营的旅行社,标志着近现代意义上的旅游产业诞生。其后,世界上一些国家先后成立了各种旅游组织,如英国的登山俱乐部(1857)、法国和德国的观光俱乐部(1890)、美国运通公司(1850)、日本“日本观光局”(1893. 1912)、意大利旅行社(1927)、前苏联国际旅行社(1929),旅游业开始成为世界一项经济产业。到了 20 世纪初,英国托马斯

·库克父子公司、美国运通公司和比利时铁路卧车公司成为世界三大旅行代理公司。

随着西方列强殖民扩张,近代中国也出现了外国旅游企业。英国的“通济隆”、美国的“捷运”、日本的“国际观光局”等先后在上海、天津、广州等地设立代办机构,包揽中国旅游业务。1923年8月,镇江商人陈光甫先生在自己创办的上海商业储蓄银行内设立“旅游部”(后改组为“中国旅行社”),专门经营旅游业务,成为中国人创立的第一家旅行社。1927年,陈氏创办《旅行》杂志,介绍各地风景名胜。与此同时,几家地方性的旅行社相继出现,如铁路游历经理处、公路旅行服务社、浙江名胜导游团、汽车旅行社、精武体育旅行部等。这些企业的出现,标志着近代中国旅游业成为一个新兴的行业。

现代世界旅游产业崛起于第二次世界大战以后,腾飞于20世纪60年代,是“后工业化社会”发展最快的行业之一。国际旅游产业已扩展到17个行业门类,上百个行业业态,产业发展呈现一派持续增长、兴盛不衰的繁荣景象。据世界旅游组织(WTO)统计:1950年,世界国际旅游人次为2528.2万人次,旅游总收入为21亿美元。2004年世界入境旅游人数达7.6亿人次,再创历史最高记录,增长30倍;旅游总收入达6220亿美元,增长296倍。平均每年的增长速度分别为5.6%和11.4%。这样的高速度远远超出世界经济发展速度。

高速发展的国际旅游业为中国旅游业的发展提供了良机。新中国旅游业的诞生是以“华侨服务社”(厦门1949)和“中国国际旅行社”(北京1954)两个旅游机构的建立为标志的。1978年,中共十一届三中全会确定国家重点工作转移到经济建设上,中央和国务院领导对发展旅游业十分重视。1980年6月,国务院批准成立中国青年旅行社,从此在我国出现了经营旅游业务的国旅、中旅和青旅三大旅行社的格局。当年我国入境旅游者突破500万大关,创汇6.2亿美元,为我国旅游业发展开了个好头。1986年初召开的全国旅游工作会议贯彻国务院第92次常务会议决定,将旅游业纳入“七五”国民经济计划。每年国家财政支出5亿元人民币用于旅游业的发展,重点建设好北京、上海、西安、杭州、江苏、桂林、广州(包括海南岛)七大旅游区。这是旅游业第一次在国家计划中出现,是旅游业发展史

上新的里程碑,标志着旅游业将进入一个新的发展阶段。

经过 18 年的高速发展,我国旅游业达到了一个新水平。2004 年我国入境旅游人数首次突破一亿人次大关,达到 1.09 亿人次,是 1980 年的 21.8 倍。入境旅游外汇收入为 257.39 亿美元,是 1980 年的 41.5 倍。国内旅游总人数首次突破 10 亿人次大关,城乡居民总出游率达到 84.4%,国内旅游业总收入达到 4712 亿元人民币;国际国内旅游业总收入达到 6840 亿元,相当于全国 GDP 的比重达到 5.05%;出境人数比亚洲出境旅游大国日本的出境人数高出 71.1%,更加引起全世界的瞩目。与旅游相关产业覆盖了一、二、三次产业大部分行业门类范围,旅游业在各行业门类中直接建立起独立的旅游企业,占相关行业分支总数的 37%,占总行业分支的 4.3%,旅游行业各种业态约达 180 多种,在国民经济行业中是相关行业最多的、行业覆盖最广的产业。旅游产业已成为中国较大的产业之一。在“2005 中国服务业企业 500 强”中,有上海锦江国际、中青旅、杭州开元旅业、南京金陵饭店集团、上海东方明珠、陕西旅游、黄山旅游等 7 家旅游企业进入,2004 年营业总收入 172.7 亿元。

二、旅游产业的概念

产业的概念,经济学理论早有定论。产业就是指“生产同一性质产品或劳务的企业集合体,其生产的产品或劳务可以相互替代”。其特点主要有:生产性、商品性、求利性、组织性。

旅游产业就没有这么简单,至今中外学术界对旅游产业尚没有统一界定的概念。在 1971 年联合国有关旅游的贸易与发展会议上,提出了一个旅游业的定义:“旅游部门或旅游业……从广义上可表达为生产全部或主要由外国游客或国内旅游者消费的产品或服务的工业和商业活动总合的体现。”日本旅游学者前田勇先生下的定义是:“旅游业就是为适应旅游者的需要,由许多为不同的独立的旅游部门开展的多种多样的经营活动。”美国旅游学者唐纳德·兰德伯格认为:“旅游业是为国内外旅游者服务的一系列相互关联的行为。”N. Leiper 认为:“旅游业是由旨在满足旅游者特定需求与愿望的所有企业、组织机构和设施组成的行业。”

我国业界一般认为,旅游产业是由直接供给旅游者“食、住、行、游、购、娱”六大需求要素的产业组成,即是由旅游餐饮、旅游饭店、旅游交通、旅行社、旅游景点、旅游商业和旅游娱乐组成的产业群体。可以简单界定为一个提供多样性服务而涉及多个行业的复合型产业。也有学者提出,按照核心旅游产品定义,旅游业是由各个提供核心旅游产品以满足旅游者需要的旅游企业构成的集合。可是,在上述行业中除旅行社和旅游景区外,其他几个行业并不是专为旅游活动而单独存在的,它原本就属于独立的行业。由于旅游产业边界的模糊,便很难用经济学界的产业概念来界定旅游产业。这恰恰表明旅游产业不同于传统产业。于是,有政府部门对旅游产业作如下界定:所称旅游产业,是指利用旅游资源和旅游设施等,主要为旅游消费活动提供产品、服务的产业。

分析以上各种产业概念,可以把旅游产业区别为狭义旅游业和广义旅游业。狭义旅游业是指由各个提供核心旅游产品以满足旅游者的旅游需求(审美和愉悦)的旅游企业构成的集合。狭义旅游业主要包括旅行社、旅游景区、旅游度假村、旅游娱乐场所等。

广义旅游业是指由各种提供能满足旅游者需求的组合旅游产品的企业所构成的综合性产业。广义旅游业除上述旅游企业外更包括所有与旅游者需求相关的企事业组织。目前旅游界和政府统计部门大都认可广义旅游业定义,这也是本文所持的产业观。

不过,企图完全清晰地界定广义旅游业的技术定义(即分清满足旅游者消费和满足当地居民消费)几乎是不可能的。斯蒂芬·史密斯认为,任何实用性定义都应包含对如下事实的某种认识:有些企业在实质上是属于“纯粹的”旅游业,而另一些企业则只在部分程度上具有旅游业的性质。如果未能进行这种区分,则会导致始终过高估计旅游业作为一种经济因素的重要性,从而使这一行业领域缺乏可靠性的情形不断加剧。

其实,真正体现旅游产业特征的是其跨行业复合性。因为在旅游产业中,除旅行社业外都是与旅游建立起经济关系的独立行业,这些行业保持各自的主业,旅游只是其业务的一部分。例如:旅游景区、旅游饭店、旅游餐饮、旅游交通、旅游购物、旅游娱乐、文化教育、体育运动、互联网业、银行保险、邮电通讯、建筑业、旅游设备制造等。因此,旅游产业可以简单定义

为:由旅游活动联系起来的,由各个行业整合而成的一个新兴的跨行业的复合型产业群。

三、旅游产业性质

旅游产业是一个具有二重性质的产业部门。首先,旅游产业是一个经济产业部门,它具有经济产业最根本特性——通过运行实现产品生产与销售。只是它的产品生产与销售不同于一般经济产业部门。旅游产业生产的产品包括物质产品(旅游设施设备、饭菜、商品等)和非物质产品(即各种服务)。服务作为商品主要表现为“活劳动”,如导游服务、旅行服务、饭店服务、交通服务、景区服务、娱乐服务等。在市场进行销售的旅游产品权益也包括两种,大多数旅游产品交易的不是所有权而是产品单位时间内的使用权,如饭店设施、交通设施、景区景观与设施、康体设施、娱乐设施等,并通过服务使游客获得无形的“经历”和“感受”。少部分物质型旅游产品在交易时发生所有权的转移或消耗,如饭菜、商品、洗浴等。由此可见,旅游产业的经济性综合了制造业、食宿业、交通业、商业、娱乐业和银行业等种类行业的基本属性。

其次,旅游产业又是一个文化产业。它在三方面与文化密切相关:第一,旅游产业包括了一些上层建筑部门,如文物、宗教、园林、教育、出版、规划设计、管理咨询等企事业单位。第二,旅游产业生产和销售的产品具有文化形态。有的直接是文化产品,如博物馆、文物景点、民俗风情、文艺演出、体育盛会、旅游纪念品、宗教活动等;有的具有明显的文化特征,如山水观光、导游服务、休闲娱乐、农家乐、工业游等;第三,旅游者在食、住、行、游、购、娱等方面所付出的消费,其本质是文化消费。旅游者是在一定经济和文化背景下产生的,其旅游动机是为了寻求高层次的物质和文化的享受,在观光、旅游、度假、娱乐等旅游活动中充分体现了文化内容。因此,旅游产业具有特殊的二重性,一方面是产业形态的经济性和文化性,另一方面是产品形态的物质性和非物质性。这就是旅游产业同一般产业在性质上存在的根本区别。著名的经济学家于光远于 20 世纪 80 年代就曾提出,旅游是经济性很强的文化产业,又是文化性很强的经济产业。