

# 天南海北 话旅游

邵 春 编著



53

中国旅游出版社

## 卷首语

刘云山

当邵春同志这本以介绍旅游为题材的文集放在我的案头，有一种既陌生又熟悉的感觉。说陌生是因为我对旅游既不了解，也无研究；说熟悉是因为旅游已成为我们现实生活的组成部分。

当今世界，作为“无烟工业”的旅游业，已经成为许多国家的支柱产业。我国旅游业起步较晚，但近年来得到了蓬勃发展，成就举世瞩目。这自然得益于我国得天独厚的旅游资源，得益于改革开放的社会环境，当然也是旅游战线广大职工辛勤工作和创造性的劳动的成果。这些就是我读《天南海北话旅游》后得到的基本印象。

在我国，旅游业毕竟是一门年轻的产业，要让更多的人了解熟悉它，要使它得到迅速的更快的发展，需要我们的舆论传媒给予更多的宣传介绍，需要有志于这项事业的人进行深入的研究和探讨。应该说，就整体而言，当前对旅游的传播不够，对旅游的研究更不够。这里使我想到一个问题，在改革开放的今天，作为发展中国的我国，经常有许多新事物、新产业出现，而新东西的出现，又需要我们的舆论和理

论的支持。因此，我们的舆论界和理论界应该对这些新生事物给予更多的关注，更多的爱护和更多的支持。作为《中国旅游报》副总编辑的邵春同志，在这方面是做了很大努力的。

邵春同志原是部队干部，对旅游当然也不熟悉。可是，当他转业到旅游这个全新的工作岗位后，便潜心于此，钻研学习，刻苦探索，终于做出了成绩，有了一定的发言权。这倒给了我们一个启示，当今我们国家可耕作的处女地太多了，只要你有明确的志向，又不惜辛劳和汗水，成功的机会在每个人面前都有。

我虽从事过多年新闻工作，也热心于对一些事情的研究和探讨，可对旅游的宣传和研究却从未涉猎，在旅游的宣传和研究方面是没有发言权的。因此，也没有资格为一本专讲旅游的文集作序。只是受邵春同志那种勤勉进取、顽强奋斗精神的感动，所以答应给他的集子写下这几句开篇的话。

（卷首语作者为中共中央宣传部副部长）

## 序 言

因工作关系，我和邵春同志已相识有年。他做过记者，又长期从事国际旅游市场宣传工作，出访过一些国家和地区，了解国际旅游市场情况。再加之以勤于思考，写了一些较有份量的文章。

他的文章引起我的注意，还是我在中宣部对外宣传局工作的时候。1985年，他从日本参加筑波博览会回来，一连写了好几篇市场调研的文章，后来摘要发表在新华社《对外宣传参考》杂志上。以后又陆续看到他发表的一些文章，也许是结合了工作实际的缘故，感到他的文章言之有物，析之有理，不空不泛。这对于从事各类行业的宣传工作者来说，也可能会有一定启发。

改革开放以后，为了让海外了解中国，党中央、国务院十分重视并不断加强对外宣传工作。从宏观上来说，旅游对外宣传是我国整个外宣工作的一个组成部分。国家的整体形象好，就会增加对游客的吸引力；旅游业结合自己的特点进行宣传，也有助于正确树立和维护国家的整体形象。这就是全局和局部的关系，又是相辅相成的关系。打开这本小册子，可以看到，邵春同志谈了国际旅游市场宣传的重要性、宣传推销的技巧。诸如：分析、掌握宣传推销战略重点问题；解决对不同目标市场，不同客源层宣传的针对性问题；掌握时机、选准突破口和宣传媒介问题；强调宣传中既重视介绍风光名胜，也重视对风土人情、人民生活及有关方针政策性宣

传问题；谈了在宣传手段上，既重视常规宣传品（如报纸、刊物、导游图、明信片、推销手册等）的出版发行，也应重视利用外力（如邀请记者）和突出声像手段；以及如何才能收到“花钱少，收效大”的宣传推销技巧等问题。他在这些方面进行了有益的探索。

作为一名对外宣传战线上的“老兵”，谨写以上几句为序，祝贺这本小册子的出版。

田丹

1993年冬

（田丹同志为原中宣部外宣局局长）

### 笔端有物任纵横

隆冬，寒风掠窗而过。当我拨阅邵春同志《天南海北话旅游》书稿时，卷中不少颇有见地的论述勾起了我的遐思。

我国旅游业历经十多年的发展，取得了很大的成就。但是，我总觉得，在旅游的某些方面，实践超越了理论，未能及时予以总结。就拿旅游宣传来说，我们确实做了许许多多的事情，但是没有很好地对这段历史经验进行系统和认真的总结。

邵春同志在调任《中国旅游报》副总编以前，有很长一段时期是从事旅游宣传、信息研究工作的，可以说是我国旅游宣传研究工作的开创者之一。在他的这部专著里，对十余年来的旅游宣传工作的经验、问题和难点，进行了探索和总结，这是很有意义的。书中对于旅游宣传的论述，始终立足于国际旅游市场调研的基础上。市场学作为国际市场经济的一门学科，从萌芽到形成，不过近 90 年的历史，可以说是本世纪的产儿。我国市场学研究工作起步较晚，至于对旅游市场的研究，则在八十年代初才引起重视。从某种意义上说，邵春同志对旅游市场的研究是具有一定开创和指导意义的。

在这本书里，有十多篇文章是针对日本客源市场的。日本是我国国际旅游的主要市场，加强对日旅游市场经营策略的研究，集中有限的人力、物力、财力去重点开发、促销，对加快我国旅游业的发展是至关重要的。可是在当时，许多旅游工作者对于日本市场的重要性认识不足。邵春同志在《试论增加客源的战略重点》、《要不失时机地开拓日本市场》等

文中，对当时比较流行的“修学旅游油水不大”、“接待一个美国人顶三个日本人”、“对日不需要宣传”等模糊观点进行了有理有据的条分缕析。他不把自己的观点强加于人，而是通过摆事实、讲道理的方法，阐述这些错误观点的危害性，这种析之有理、言之有物的方法，使得人们能够心悦诚服地接受正确的观点。

下笔有物的文风始终贯穿在邵春同志的全部文稿之中，他紧紧盯着国际旅游市场，不做无的放矢的高谈阔论，而是紧密地联系着主要客源国的客源流向、变化趋势、注重原有市场的扩充、潜在市场的开发，努力收集国际旅游市场的最新信息，一旦发现问题，立刻提出富有创见性的设想和建议。他的《关于加强对日宣传的调查报告》和《对日旅游宣传趋势谈》两篇文章，就是通过深入细致的调查研究，在充分占有材料的基础上，提出对日宣传的对策。他在旅游界较早地、系统地提出按日本旅游消费者市场的不同特点，重点开拓“修学旅游”、“日本新婚旅游”、“就业未婚女青年旅游”的客源目标市场，这是很有见地的。

该书前半部分，属于理论探讨性的文章，展读以后，给人的感受是立论正确、观点鲜明、极富现实意义；论据充实、可靠、具有典型意义；论证严密，擅长运用逻辑推理手法。后半部分则属于报告文学、特写、散文、诗歌类的文学作品，与前相比，更使人有感于“文如其人”。邵春同志是北方人，青年时代投笔从戎，“铁马秋风塞北”，多年的军旅生涯，对于他的文学创作有着潜移默化的影响。爽真的性格，加上质朴认真的作风，使得他的作品具有很浓郁的个人风格。

“启示录”中《他的名字叫“1038”》，富有时代气息，作者抓住特征，只用粗疏的几笔，就勾勒出了一名有血有肉、运

用现代科学管理方法、战斗在旅游业第一线的领导干部的形象。正是因为有了这样一大批忘我工作的干部和群众，我国的旅游事业才能蒸蒸日上地蓬勃发展。特写《一首歌使无锡名满东瀛》，反映了无锡市旅游部门如何巧妙地利用外力，成功地提高自己知名度的这一主题。“柳州走笔”篇中《名山访茗山》一文，作者援引史实，旁征博引，“一穴得气，全络贯通”，行文凝练紧凑，余味深远。由此，亦可见作者驾驭文字的功底。《天然美景冠群山——千山纪游》一文，作者采用择同归类、虚实相间的手法，剪影传神、咏物抒情，寥寥数笔，便将“无峰不奇、无石不峭、无寺不古”的千山，活生生地呈现在读者的面前。总之，作者的笔端所指，文思纵横，时而阖南轶俗，灵山访僧；时而珠城拾贝、雪域采风，或地各有貌，或情因景迁，或直抒己见，或联想生发，描绘出了天南海北丰姿多采的山光水色和乡土民情。

释卷静思，我以为该书在谋篇方面，倘若能将理论探索和文艺类分卷成书，似属更佳。邵春同志的诗作情景交融，断无无病呻吟之作，但若在技法上能再下些功夫，有些诗句还可锤炼得更加精当和含蓄。

我和邵春同志相识于“杏花春雨”的江南，弹指一挥，不觉已是十多年了。其间，他几度南下江苏，公余之暇，我们都要品茗叙旧，并就旅游业诸问题，相互切磋，时间长了，自然产生了许多共识。《天南海北话旅游》一书的付梓，作为老朋友，理当予以祝贺。

夜阑更深，随想而录，是以为评



1994年元月

(冯惠群同志为江苏省旅游局局长)

# 目 录

|          |   |
|----------|---|
| 卷首语..... | 1 |
| 序言.....  | 1 |
| 书评.....  | 1 |

## 市 场 经 纬

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 关于加强对日旅游宣传的调查报告.....      | 3  |
| 对日旅游宣传趋势谈 .....           | 21 |
| 日本修学旅游的现状与展望 .....        | 21 |
| 就业的未婚女青年来华旅游的可能性 .....    | 27 |
| 一个不可忽视的客源市场——日本新婚旅游 ..... | 30 |
| 主要客源竞争国对日宣传的新招数 .....     | 33 |
| 我们应当采取的对策 .....           | 40 |
| 第一届香港国际旅游博览会参展后记 .....    | 49 |
| 对原联邦德国旅游宣传战略初探 .....      | 55 |

## 旅 游 论 丛

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 浅论增加客源的战略重点 .....        | 69 |
| “日美市场等量齐观”悖议.....        | 78 |
| 要不失时机地开拓日本市场 .....       | 80 |
| 试谈宣传与外联的关系 .....         | 90 |
| 刍议坚持走中国特色的社会主义旅游道路 ..... | 92 |

## 思路举措

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 一九八六年全国旅游宣传工作会议纪要····· | 103 |
| 产品与促销并举 副题与主题呼应·····   | 107 |
| 旅游宣传信息工作指导思想·····      | 112 |
| 对旅游宣传干部素质的要求·····      | 116 |

## 随团札记

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 首都记者团在辽、吉两省进行采访的情况····· | 121 |
| 日本记者采访四川宣传效果显著·····     | 126 |
| 四川旅游纪念品需要改进·····        | 128 |
| 陪同日本友好小记者团的体会·····      | 131 |
| 邀请海外报刊记者工作小结·····       | 138 |
| 一次有益的尝试                 |     |
| ——邀请和接待美国运通公司旅华团后记····· | 143 |
| 一次旅游服务质量问题的曝光·····      | 150 |

## 回音壁

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 海外旅游者对我旅游宣传的意见和建议····· | 155 |
| 市场信息反馈情况综述·····        | 164 |
| 日本记者团领队坂本一敏先生来信摘登····· | 169 |
| 日本旅游界人士谈旅游宣传·····      | 171 |
| 美国人对我国旅游影片和招贴画的反映····· | 174 |
| 英国几家旅行社对我旅游宣传的意见·····  | 175 |

## 他 山 石

|                  |     |
|------------------|-----|
| 一个值得称道的对外宣传窗口    |     |
| ——访日本奈良观光案内所     | 179 |
| 日本筑波博览会见闻和观感     | 181 |
| 从展览馆造型谈起         | 181 |
| 几件堪称世界第一的展品      | 183 |
| 声像化是展览手段现代化的发展方向 | 185 |
| 要注重利用国外电视台搞宣传    | 188 |
| 从日本男孩子节所想到的      | 189 |
| 前苏联开展旅游宣传简况      | 191 |

## 启 示 录

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 他的名字叫“1038”              |     |
| ——记一位善抓信息的旅游局长           | 195 |
| 在提高知名度上下功夫               |     |
| ——无锡旅游宣传又有新招数            | 199 |
| 一首歌使无锡名满东瀛               |     |
| ——《无锡旅情》在日本流行七年不衰带给人们的思索 | 203 |
| 翻译导游谈对外宣传                | 212 |
| 国际旅行社杭州分社接待日本新婚旅游团的几点做法  | 217 |
| 秦皇岛旅游业近几年蓬勃发展的原因是什么?     | 221 |

## 神州走笔

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 天然美景冠群山                |     |
| ——千山纪游·····            | 231 |
| 闽南风俗记·····             | 237 |
| 雪顿节采风·····             | 241 |
| 名山访茗山·····             | 245 |
| 玄中寺，连着一串中日友好的美妙故事····· | 248 |
| 珠城拾珠·····              | 254 |
| 特殊的服务 特殊的效益            |     |
| ——北京燕莎友谊商城见闻录·····     | 258 |
| 话说“燕莎现象”·····          | 264 |

## 旅途诗草

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 参观赵家城感怀（二首）·····     | 273 |
| 昭君赞·····             | 275 |
| 游武陵源素描（四首）·····      | 276 |
| 其格尔月牙湖即景·····        | 280 |
| 金山寺·····             | 281 |
| 江苏奇事两则·····          | 282 |
| 纪念《中国旅游报》创刊十二周年····· | 285 |
| 后记·····              | 286 |

# 市 场 经 纬



## 关于加强对日旅游宣传的调查报告

为了说明我们对日调查的缘故，请先看下表：

| 人<br>数<br>及<br>比<br>例<br><br>年 份 | 来华的日本旅游者 |                | 日本出国旅游情况 |               |
|----------------------------------|----------|----------------|----------|---------------|
|                                  | 人 数      | 占来华外国旅游者总数的百分比 | 人 数      | 其中来华人数占总数的百分比 |
| 1979 年                           | 106,322  | 29.3% ..       | 403.8 万  | 2.6%          |
| 1980 年                           | 169,308  | 32%            | 390.9 万  | 4.3%          |
| 1981 年                           | 223,512  | 33.1%          | 400.6 万  | 5.5%          |
| 1982 年上半年                        | 113,264  | 32.7%          | 202 万    | 5.6%          |

从这个表中所列和其它国家来华客源相比，可以看出：  
一、日本是我国第一位的客源国，其来华旅游的人数正在逐年增加；二、日本每年有 400 万人出国旅游，但来我国旅游的人数所占的比例是很小的。这说明日本旅游市场的潜力很大。在我国旅游市场从“卖方市场”转向“买方市场”的情况下，调查分析日本旅游市场的情况，研究加强和改进对日宣传，采取相应措施，争取更多的日本客源，十分重要。这就是我们进行对日宣传调研工作的出发点。

一年多来，我们向来华的日本旅游者直接调查，请他们填调查表，与他们座谈，陪同日本记者在中国采访，通过我

驻日办事处在日调查，以及与国内接待日本游客的第一线的同志多次座谈，写出了这个初步的调查报告。

## 一、日本旅游市场的若干情况及分析

日本的出国旅游市场是以其发达的经济为基础发展起来的。战后，日本经济发展很快，生产总值的增长快于其它资本主义国家。就其旅游业而言，1981年，直接用于国内外旅游的费用达10万亿日元，占国民生产总值的4.5%。这是日本旅游业发展的前提和保证。从国民收入看，日本人均收入目前已达9,000美元。收入高，为人们出国旅游提供了物质条件。有薪假期增多，使人们有了更多出国旅游的机会。因而，日本游客在国外停留的平均天数不断增加，1977年为8天，1979年为8.3天，1981年为8.6天。但多数游客都想利用一次旅游多游览一些国家，一地性旅游的人比例在减少，所以，日本游客在某一个国家的平均停留天数有相对减少的趋势。除自费旅游外，政府各部门和公司还对工作成绩优异者给予出国旅游的奖励，这也是旅游人数增加的一个因素。为了适应海外旅游业的发展，日本直接组织海外旅行的旅行社至1982年已有466家，是海外旅行刚开始的1964年的9.5倍。这些旅行社为国民出国旅游提供了良好的服务。

由于上述原因，日本的旅游业已经相当发达。据统计，1981年希望并有条件出国旅游的人占国民总数的14%，即1500万—1600万人，而且，有这种愿望、要求的人数还在不断增加。1982年出国旅游人数为408万6千人；据估计到1985年，可达500万人。这种出国旅游人数不断增长的趋势，说明日本旅游市场具有广阔的发展前景。

从旅游目的来看，观光是所有旅游者的共同愿望。他们

把旅游看成是一种享受，渴望看到在本国看不到的风光名胜，领略异国风情，了解异国社会制度和人民生活，品尝各地有名的风味食品等。有一些人旅游单纯是为了观光，其中青年、家庭妇女和农民比较多。但由于旅游者来自社会的各个阶层，他们出国旅游的目的也因年龄、性别、文化程度、职业、宗教信仰等的不同有所区别。不少人除了观光以外，还带有某种特殊的目的，因而，各种特殊目的的旅游越来越多。过去“静”的旅游较多，只是欣赏自然风光，现在转到“动”的旅游，即不仅要看风景，还要在旅游中开展和参加各种活动。这种趋势说明，旅游绝不仅仅是游山玩水，其活动内容将更广泛多样，丰富多彩。

**公务、商务性旅游：**主要是政府的官员和企业的管理人员等，他们在旅游观光的同时，进行某项业务活动。参加这种旅游的人虽然绝对数字还在增加，但随着自费旅游人数的增多，其在每年出国旅游总人数中所占比重逐渐下降。比如，1964年占81%，1970年占49%，1980年占16%。现在，这种公务、商务性旅游一年仍有60万人左右。

**疗养、学术交流性旅游：**以老人和医生、律师、教员、佛教界、美术界人士等为主。比如，1980年日本出国旅游的老年人占这一年出国旅游人数的11%，这部分人中，有相当一些人以边疗养边旅游为目的。据日本通运公司森初先生讲，1980年4—9月份，日本出国旅游的医生、律师占整个出国人数的2.9%。这些人在旅游中注意与同行座谈以及实地参观等专业活动，进行学术、技术交流。

**体育性旅游：**日本国民普遍认为，旅游应该是促进人们身心健康的一种活动。所以，近年来，专项的体育性旅游发展很快。比如游泳、滑冰、滑雪、划船、钓鱼、骑自行车、徒