

文章编号: 1000-5692(2003)01-0090-05

加入 WTO 后我国旅游业之因应策略

陈永富¹, 张万荣²

(1. 浙江林学院 经济管理学院, 浙江 临安 311300; 2. 浙江林学院 园林与艺术学院, 浙江 临安 311300)

摘要: 分析了加入 WTO 给中国旅游业带来的发展机遇和严峻挑战, 一方面, 有利于扩大我国旅游市场, 有利于改善中国旅游业发展环境, 有利于提高旅游行业经营水平, 增强国际竞争力; 另一方面, 又对我国旅游业的既得利益, 对旅游业人才竞争, 对现行中国旅游服务业法律体系, 对技术手段和旅游企业运营机制等方面提出挑战。就中国旅游业如何应对挑战提出了对策措施: ①转变政府职能, 加强宏观调控; ②建立和完善旅游服务贸易法律体系; ③从教育入手, 加快培养高素质的旅游人才; ④发挥行业组织的作用, 提高旅游企业组织化程度。参6

关键词: WTO; 旅游业; 旅游市场; 策略

中图分类号: F592 **文献标识码:** A

在世界旅游业蓬勃发展的大背景下, 中国旅游业正以高速的态势向前发展, 成为我国国民经济各部门中颇具生机活力的强势行业。2001年, 我国入境旅游人数达8 901.29万人次, 排世界第5位; 旅游外汇收入达177.92亿美元, 排世界第7位。与此同时, 随着国民经济迅速发展, 国民收入稳步增长, 人民生活日益改善, 国内旅游业得到长足发展。2001年, 国内旅游人数达7.84亿人次, 国内旅游业收入达3 522.36亿元人民币^[1]。这些表明中国已进入旅游大国的行列, 标志着中国旅游业开始走向成熟。中国旅游业的快速发展得益于改革开放以来经济社会发展及相应的政策措施。这种发展基本是在没有外来竞争压力的前提下取得的。加入WTO后, 中国旅游业将在更大的程度上与国际市场接轨, 既面临着前所未有的发展契机, 也面临着严峻的挑战。

1 加入 WTO 对中国旅游业发展的积极影响

1.1 有利于扩大我国旅游市场

1.1.1 扩大国内旅游市场 加入WTO后, 中国将实行全方位的改革开放, 这给中国的经济与社会发展带来巨大的推动作用。国家的强大和人民的富裕又给旅游业的发展创造更大的空间, 居民生活水平的提高使得国内旅游正在成为一种日常生活需求, 国内旅游市场将日益兴旺。

1.1.2 扩大旅华客源市场 入世让中国旅游业向世界100多个国家敞开大门, 中国稳定的政局及丰富的旅游资源会吸引众多国际游客, 同时商务客源也将随着入世而增加。世界旅游组织预测, 到2020年, 中国将成为世界第1位旅游目的地, 到那时, 中国每年将接待海外的游客是1.31亿人次, 展示中国未来旅游业发展的巨大潜力。

收稿日期: 2002-12-11; 修回日期: 2002-12-18

作者简介: 陈永富(1963-), 男, 浙江东阳人, 副教授, 从事国际经济贸易和林业经济等研究。

1.2 有利于改善中国旅游业发展环境

加入 WTO 后, 中国将加速与旅游相关行业的对外开放步伐。入世后, 我国已经明确开放的 3 个领域, 即金融业、交通运输业和信息产业的扩大开放, 为旅游业的进一步发展创造了更为有利的外部环境。

1.2.1 有利于提高旅游业市场的国际化水平 入世后, 我国逐步开放金融服务市场, 国际金融资本进入我国的步伐加快, 这将推动我国经济的建设进程, 更加有利于提高旅游业市场的国际化水平。外资金融机构进入我国经营外汇业务, 对旅游业而言大有裨益: 一是解决国际旅游者的货币兑换; 二是可以为旅游资源开发和旅游设备建设筹集资金; 三是可扶持旅游商品生产企业; 四是可监督和调控旅游业的资金使用情况, 提高资金使用效率; 五是旅游业国际化提供国际支持和结算服务。显然, 金融服务的扩大开放可为国家旅游业顺利发展并参与国际竞争奠定良好的基础。

1.2.2 将使中国的旅游运输业服务和管理水平更上一层楼 旅游运输业是旅游业发展的先决条件, 它包括旅游车船和航空业。目前, 中国的旅游交通业不论铁路运输, 水陆运输, 还是航空运输, 基本上是国有垄断状态, 基本上没有竞争。加入 WTO 后, 这种垄断格局必然被打破, 一些海外资金看好中国旅游市场, 必然会趁机打入旅游交通运输业, 迫使我国的运输部门提高服务和管理水平, 吸引更多的回头客, 还将有利于中国旅游业在世界旅游业大环境中参与竞争。

1.2.3 信息业的扩大开放, 将推动电子商务和销售网络的大发展 现代化交易手段的普及及运用, 网上交易比重的增加, 将使企业旅游的组织形式和经营运作方式等发生重大变化, 传统的组团地接的方式会逐渐消失, 给中国旅游业的发展带来新的契机。

1.3 有利于提高旅游行业经营水平, 增强国际竞争力

随着境外旅游企业的逐步加盟, 旅游企业的竞争进一步加剧, 其结果使得我国旅游业必须加大改革力度, 塑造强有力的旅游业竞争能力, 以适应国际旅游市场的发展^[4]。

1.3.1 促进旅行社管理水平上台阶 外资旅行社的进入将带来比较规范和现代化的内部管理和服标准, 特别是那些品牌旅行社的加盟, 会在提高旅游服务质量方面产生社会性的示范作用, 有利于加快引进和建立更加符合国际规则的运营机制, 从而促进中国旅行社管理水平上台阶, 增强在国际旅游市场上的竞争力。

1.3.2 加入 WTO 为中国旅行社参与国际分工, 实现跨国经营创造条件 中国旅行社一方面可享受其他国家国民的同等待遇, 获得加入国际经济大循环的资格; 另一方面可在这个大循环中, 通过合资, 通过引入外方的先进管理和技术, 通过体制改革, 实现优胜劣汰, 达到不断完善自我的目的。

2 加入 WTO, 中国旅游业面临的挑战

加入 WTO 后中国旅游业融入世界旅游业的整体, 与其他国家完全站在同一起跑线上竞争。但由于我国旅游业起步较晚, 基础较薄弱, 总体实力不强, 与国际通行的惯例与标准仍有一定差距, 短时间内赶上世界先进水平有一定难度。因此, 加入 WTO 后, 我国旅游业将面临严峻的挑战。

2.1 对我国旅游业既得利益的挑战

入世后, 旅游业投资市场准入水平的提高使外资进入我国旅游业变得更为宽松, 即使有 5 a 的逐步开放政策, 但一旦外商投资的旅游企业进入, 则不可避免地要分走我国旅游业经营中的一部分利益。从我国旅游企业的经营情况看, 我国基本是一个纯粹的客源输入国, 在国际旅游市场上处于被动地位。我国旅游企业的组团接待体系均靠海外旅游商的销售来维系, 旅游产品的销售严重依赖国外的旅游商, 自主程度较低。我国旅游企业对外开放后, 对海外旅游商的依赖关系将大大削弱, 外国企业将直接进入我国市场, 并以其各种设施档次高、管理先进、服务质量标准化、资本实力雄厚和促销手段先进等竞争优势涉足相关行业, 搞一条龙服务, 从各个方面与我国旅游企业抢占利益。旅游企业之间的竞争将日益激烈。

2.2 对旅游业人才竞争的挑战

面对 WTO, 更严峻的挑战是面临国际人才市场的激烈竞争。旅游要大发展, 不仅需要足够多的

数量,更需要足够强的实力。服务行业的实力要建立在优质服务的基础上,这就要求行业从业人员具备较高的素质。目前,中国旅游业整体上存在从业人员素质偏低,观念守旧,缺乏高层次专业人才^[3]。入世后,许多跨国公司将杀进中国市场,并可能以其优厚条件争夺中国旅游业的优秀人才。事实上,在北京、广东等地已经出现了中外合资的旅行社,对旅游人才的竞争已不可避免。

2.3 对现行中国旅游服务业法律体系提出的挑战

自1985年5月中国旅游服务业第一个正式法规《旅行社管理暂行条例》颁布以来,以10余部核心法规和规章构筑起来的我国旅游服务业法律体系是十分不完备的。中国旅游服务贸易立法尚未形成体系,目前中国仍没有一部中国旅游的基本法;立法层次较低,缺乏透明度;在旅游服务贸易立法的内容上,有关法律法规的内容多是调整纵向法律关系,而调整横向法律关系的内容则显不足;立法条文是粗线条的,缺乏可操作性。旅游法规中有些条款与上述规定相抵触,或还缺乏相应法律的条款,都需要尽快修改和完善,以便遵守国际旅游规则^[4]。

2.4 对技术手段的挑战

旅游产品的不可移动的特殊性决定旅游产品,特别是客房、机票和旅行社业务等最适合在网上进行预定、销售和宣传。因特网业务在旅游业中有强劲的生命力。目前我国旅游企业对科技信息经营手段的运用还比较落后,而高科技的经营及宣传促销手段,必将使旅游企业的产品资源进行重新组合,必将使旅游企业所占有的市场份额进行重新分配。谁紧跟市场的脉搏,谁能掌握最现代化的经营手段,谁就是未来旅游业的主宰者。

2.5 对旅游企业运营机制的挑战

WTO的行为规则和运作机制是以市场经济为基础的,因而国际旅游市场的运营机制会给我国旅游企业带来一定的冲击,如酒店行业会受到国际酒店集团在客源、品牌、营销网络和人才等方面的冲击,旅行社的竞争以目前允许合资,到2003年的“可以控股”,再到“可以独资”,外资旅行社会占据相当部分的国内旅游和入境旅游市场,而且集组团与接待为一体,独揽入境旅游接待全程利润。

3 对策措施

WTO给我们制定了一个框架、一个目标、一个方向和一个标准,按共同认可的游戏规则运作,也就是说,中国旅游业要在世界旅游业的大环境中参与竞争,应以积极的态度,脚踏实地的作风去迎接加入WTO的挑战。

3.1 转变政府职能,加强宏观调控

旅游业综合性强,涉及领域广,同时旅游产品具有公共性,同一旅游资源谁都可以享受和利用,从而会产生“搭便车”的现象,加上旅游活动的跨地域性,需要一体化的市场和充分的空间。这些特点客观上要求政府积极协调,培育市场。在旅游业更加开放和国际化的今天,政府的作用日益突出。因此,政府的主要职能应从过去的行政职能转换到加强协调和开拓市场方面^[5]。

3.1.1 加强政府宏观调控 要实行旅游业的可持续发展,必须正确处理好旅游经济发展与生态环境保护之间的关系。由于旅游经营者受追求经济利益的驱动,其自身难以克服这对尖锐的矛盾,而必须依靠政府强有力的主导功能,加强宏观调控。如由政府行政部门对旅游业发展做出规划,合理布局旅游景区,严格旅游开发的审批制度,执行环境影响评估制度,强化生态环境管理等等,以有效克服旅游业对环境造成的负面影响,保护好我国的旅游资源,为旅游业健康、有序和快速发展创造良好的外部环境。

3.1.2 加强职能部门之间的协调 由于旅游业的相关部门多,又涉及中央和地方的各层利益,因此,政府应更多地加强职能部门间的协调和总体的宏观协调能力,在旅游政策、旅游规划和旅游项目开发等方面应有协调性、操作性和透明度,为旅游企业营造一个公平透明的经营环境。

3.1.3 发挥政府的促销和宣传功能,开拓国际市场 按国际惯例,接待国平均以它入境旅游收入的0.4%用于市场的促销,而我国近几年中央和地方的促销费约相当于国际水准的0.2%。因此,政府应加大投入,并尽可能利用国际组织的优惠贷款和招商引资,改善基础环境,克服相关产业的“瓶颈”,

如交通、环保、城市建设、文物保护等制约因素;同时,组织和参与大型的国家级和国际活动,如北京申办奥运会就是一个很好的契机;另外,通过旅游宣传,推广旅游观念,促进中国大众旅游的形成,如西方国家的“带薪假期”使旅游由富人走向大众化^[6]。

3.2 建立和完善旅游服务贸易法律体系

3.2.1 尽快制订反映国家旅游服务宗旨、政策原则以及旅游服务各主体间权利和义务的基本法 按照通行的做法,旅游基本法应包括规定国家旅游发展的根本宗旨和原则;规定政府主管机构在旅游事业发展中的作用和权限;规定各类旅游企业的行业准则;规定对旅游者合法权益的保护;规定旅游资源开发利用保护的有关原则;规定对外旅游关系;规定奖惩措施等。

3.2.2 补充、修订和完善现有的旅游服务立法 一是整理现行立法,将不适应实际发展现状的法规予以废止或修订,并尽可能使之与国际通行做法相一致;对不利于操作的制度制定相应的配套细则;增强法律政策的透明度。二是根据我国在入世谈判中所作的承诺,按照GATS的要求修改现行法律中与之相抵触的部分,将最惠国待遇、国民待遇和透明度原则等落实在法律条文中。

3.2.3 根据GATS有关尊重各国政策目标和照顾国家发展水平的原则条款,争取有序开放的环境和条件 与发达国家相比,中国无论在旅游服务业的总体规模上,还是旅游在对外贸易的总体水平上都有较大差距。因此,要充分利用GATS“逐步自由化”的原则,从优化我国旅游业的目标出发,通过合理调整行业的法律制度,实现我国旅游服务市场有计划有步骤有秩序地开放,为我国旅游业争取一个进行改革适应国际竞争的缓冲期。

3.3 从教育入手,加快培养高素质的旅游人才

人才是旅游业最大最主要的资本。在知识经济时代,国际各行各业的竞争实际上就是人才的竞争,归根到底就是教育的竞争。因此,我国未来的旅游业如何发展,中资企业能否与外资企业在国内市场上决一雌雄,能否挺进国际旅游市场,扩大市场占有率,完全取决于我国的旅游高等教育能否为这种竞争奠定坚实的基础,能否为我国的旅游业输送优质人才。因此,要提升旅游业的竞争能力,必须加快加大旅游人才的培养力度。具体可从以下3方面着手:一是大力发展高等旅游教育,为中国旅游业培养大批的民族企业家和中高级管理人才。在发展高等教育过程中,要转变教育观念,深化改革,使培养出的旅游人才既在学科专业和知识能力结构上符合社会需求,又具有强烈的创新意识和创造能力。高素质的旅游人才不但要有扎实的专业知识,而且应熟悉国际游戏规则,尤其是国际商法和旅游法规。二是要加强从业人员的培训工作,实行继续教育和终身教育,不断提高旅游从业人员的素质。经济发达地区与欠发达地区可以实现对口培训,达到优势互补,共同发展的目的。三是要加大旅游行业的人事制度和分配制度改革,为高层次的旅游专门人才创造良好的工作环境和条件,做到人尽其才,留住人才。

3.4 发挥行业组织的作用,提高旅游企业整体组织化程度

3.4.1 发挥行业组织的作用 建立专业的协作体系和规范的行业协会,充分发挥行业组织在旅游业发展中的特殊作用。通过行业组织的作用,可使中国旅游业形成一个联合体,共同维护和扩大成员的利益;可以加强服务营销网络的一体化,共同促销和相互介绍客源,共同进行公关和广告宣传;可使行业在竞争与合作中全面提高行业的总体竞争实力,抢占市场的空白点;可进行企业与政府间的协调与沟通;行业组织应发挥行业服务与行业自律职能,关注行业内的热点和焦点,从制度设计与制度创新的角度研究解决问题的办法。

3.4.2 优化旅游企业的结构 包括优化不同所有制企业结构、不同规模企业结构和涉外企业间的结构。在所有制方面,打破公用公营的垄断状况,鼓励、支持和引导非公有经济发展,鼓励旅游企业走民营化的道路。为克服目前的“小、散、弱、差”的现状,要鼓励企业拍卖重组,加快企业兼并过程,形成大、中、小结合的旅游市场结构,促进大、中、小旅游企业的分工与合作。通过兼并、联合和相互持股等方式的资产重组,创建一批具有一定规模的集团,走规模经营之路以应对国外大型集团的竞争。在不同规模的企业之间要实行专业化分工,如大规模企业主要从事产品的研制开发、市场开拓及旅游接待业务;中等规模的企业主要从事特色或专项经营,进行产品的深度开发;而小规模企

业可以单体联号等经营方式主要从事销售业务, 最终向连锁和网络化发展。

3.4.3 加强企业管理和科技应用, 提高竞争能力 汲取现代国外企业先进的市场营销和经营管理理念, 提高旅游企业现有技术装备层次和水平, 充分运用科学技术手段提高企业管理水平和经营效率。旅游业务的信息密集性, 决定了信息化是旅游业发展的必然道路。金融电子化, 航空公司和酒店业的信息系统的应用, 使旅游企业有了信息化的基础, 因特网的发展形成了立体化全球行的旅游网络。据德国 FORESTR 咨询公司调查, 因特网上旅游订额在今后 5 a 里将增加 10% 左右, 到 2003 年, 会夺取 12% 的市场份额。目前, 欧美各国普遍使用分销系统 (GOS), 而我国仍停留在办公自动化阶段, 甚至停留手工操作阶段。因此, 要迅速壮大我国旅游企业的自身实力和国际竞争力, 我国必须尽快实现旅游信息化。

总之, 加入 WTO, 对我国旅游业而言是“一柄双刃剑”。我们应当从实际情况出发, 实事求是, 积极探索发展过程中存在的各种具体问题, 促进我国旅游业尽快走向世界前列。

参考文献:

- [1] 陈永富. 旅游学概论[M]. 杭州: 浙江摄影出版社, 2002.
- [2] 葛立成, 聂献忠. 加入 WTO 对浙江旅游业的影响与对策研究[J]. 浙江学刊, 2001, (4): 51—53.
- [3] 邱剑英. 加入 WTO 对中国旅游业的冲击与对策建议[J]. 长春大学学报, 2001, 11 (4): 40—43.
- [4] 李金良. GATS 与我国国际旅游业[J]. 财经问题研究, 2001, (2): 68—71.
- [5] 薄湘平, 薛晶晶. 加入 WTO 对中国旅游业的影响和对策[J]. 湖南大学学报, 2001, 15 (4): 41—42.
- [6] 安辉. 入世后的中国旅游业[J]. 财经问题研究, 2001, (2): 63—67.

Strategies to Chinese tourism industry after China's accession to WTO

CHEN Yong-fu¹, ZHANG Wan-long²

(1. Faculty of Economics and Management, Zhejiang Forestry College, Lin'an 311300, Zhejiang, China; 2. Faculty of Landscape Architecture and Art, Zhejiang Forestry College, Lin'an 311300, Zhejiang, China)

Abstract: The paper analyses the advantage and disadvantage of Chinese tourism after the WTO entry. On one hand, it is beneficial to enlarge the tourist market, improve the development environment of Chinese tourism, increase the managerial level, and enforce the international competitiveness. On another hand, it is challenge to the potential interests of Chinese tourism, professional talent competitiveness, building up legal system of tourism service, technology method and operation mechanism of tourism. In order to meet the great challenge, some measures are put forward: ①to change the government's function and enforce macro-control; ②to build up and perfect the law system of tourism service trade; ③to speed up the pace of training tourism men for profession by education; ④to bring into full play the function of trade organization and increase the organizational level of tourism enterprises

Key words: WTO; tourism; tourist market; strategies