21 世纪的中国旅游业
——向高技术化、质量型、效益型方向发展

Thoughts on the Hi—Tech Developmental Strategy of China s Tourism Industry in the 21st Century

郭来喜　刘　锋
（中国科学院地理研究所旅游规划研究中心　　北京　100101）

一、旅游业的高速发展呼唤高技术化

旅游业已成为当今世界第一大产业。我国正处在跨世纪的旅游业大发展进程中，成为世界第六大吸引游客的目的地。自 1978 年改革开放以来，我国国际旅游创汇从 2.63 亿美元递增至 1998 年的 125 亿美元，跃居世界第七位。国内旅游 1998 年创收达到 2 390 亿元，旅游业总收入已占到国内生产总值的 4%。随着全球旅游的持续稳定发展以及其重心向亚太转移，我国的旅游规模必将达到空前水平，无论是国际旅游，还是国内旅游均将跃居世界前列。预计到 2000 年我国旅游业总收入将占国内生产总值的 5%左右，将成长为国民经济中的一个新的支柱产业。2010 年将上升至 8%左右，届时将成为名副其实的重要支柱产业。到 2020 年国际旅游创汇有可能达到 600 亿美元左右，国内旅游创收 2 万亿人民币左右，旅游业总产值可望占到国内生产总值的 10%以上，达到旅游发达国家水平。据世界旅游组织（WTO）预测，到 2020 年，中国将有望成为世界最大的客源接纳国和国内旅游国。在这种形势下，应当把旅游发展质量、旅游大环境以及旅游形象建设置于优先地位，必须大范围大力度推进旅游业中的高技术应用，促进旅游业向质量型和效益型方向发展，走高效优质型的现代化发展道路，确保我国跨世纪旅游业宏伟目标的实现。

旅游业因其产业关联度大、经济效益好、就业范围广，而成为新时期国民经济新的增长点。培育和发展新的经济增长点就要用新思路、新办法，其关键就是要以科技进步为突破口，尤其是要采用高新技术高起点地发展旅游业。旅游业应成为采用高科技的示范性先导产业和优势产业。

二、旅游业的可持续发展必须依藉高技术化

当前我国旅游可持续发展的一个重要制约因子就是旅游系统各环节的技术含量偏低。我国旅游科技基础薄弱，旅游科技投入少，高新技术介入旅游业的程度低，旅游决策科学化和经营管理信息化程度低，旅游环境管理的高科技应用仍属空白，对环境污染的科学治理程度低，旅游景点产品设计的高科技应用水平低，旅游开发缺乏对旅游文化的内涵、景观审美特征、地域文化背景的综合考虑，缺乏高品位、高质量的集参与性、娱乐性、知识性于一体的多元化产品。尽管我国旅游业已取得了辉煌业绩，但从总体上来说还处于一种高速度低质量的发展模式，发展后劲令人担忧。针对这些问题，亟需倡导“高科技兴旅”，增强旅游业可持续发展的科技内涵，进一步引发高科技发展的“链式反应”，使旅游业发展水平有一个质的飞跃。

高新技术的不断进步和推广应用可以有效地为旅游可持续发展的决策提供依据和手段，促进可持续发展管理水平的提高，开拓新的可利用的旅游资源领域，提高旅游资源综合利用效率和经济效益，提供保护旅游资源和生态环境的有效手段，提高饭店、旅行社的经营管理质量，推动旅游业向规范化、质量化、效益型方向发展，促进旅游产业化、一体化进程。这些作法对于实现旅游业可持续发展的战略尤为重要。

三、国际旅游业新态势要求相应的高技术化

当今全球正兴起一场波澜壮阔的新技术革命，科学技术的发展日新月异，并以前所未有的速度和深度推动着社会经济和整体文明的前进，各国特别是发达国家，都把高科技发展战略提升到空前的高度。现代旅游业的迅猛发展正是借助于现代化交通工具、新型材料、计算机、通信技术等现代高新技术的广泛应用。当今西方发达国家，高新技术已在旅

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

游开发、旅游管理、旅游营销、旅游交通、旅游服务及教育培训等方面得到广泛推广和应用，大大提高了经济效益、工作效率、服务质量和旅游者的旅游体验。Internet 网、WWW 网、网际销售、网络预定、多媒体、无票旅游、虚拟旅行、虚拟现实、电子地图、卫星导游、旅游信息系统、高科技主题公园等概念已很快被旅游界所采纳。旅游业发达国家具有轰动效益的旅游产品都有高新技术的投入，高新技术已成为旅游产业优胜劣汰的关键，成为强化国际旅游市场竞争的重要手段。可以预言，如同远程运输引起旅游业的第一次革命一样，当代高新技术革命将引发旅游业的第二次革命。

今后国内外旅游市场的竞争，不仅是速度和数量的较量，更重要的是科技、质量、效率和效益的角逐。我国旅游业能否在未来日益激烈的全球旅游市场竞争中占有优势，取决于我们如何迎接这场挑战。我国旅游业高技术化还刚刚起步，高技术应用尚处于“散兵游勇”状态，与旅游业发达国家有很大差距，如果到现在还不着手旅游业高技术化的大规模研究和应用，提高发展质量，就很难在竞争日趋激烈的 21 世纪站稳脚跟。

四、我国科技经济发展有利于促成旅游业高技术化

由于旅游业的高度关联性，旅游业的高技术化除了旅游业自身的建设外，还需要良好的外部条件。当前，科教兴国战略已为越来越多的人所接受，经济的持续发展、科技的不断进步以及我国信息基础设施的跨越式发展，都为旅游业高技术发展构筑了良好的“软硬环境”。我国 GNP 多年来一直保持较高的增长率，社会生产力、综合国力和人民素质都有了很大提高；我国电子产业和信息基础设施建设取得显著成就；我国高科技战略“863 计划”进展顺利；国务院成立了由 20 多个部委和企业代表组成的“国家经济信息化联席会议”，并于 1994 年改组为“国务院信息化工作领域小组”，指明了一条加紧建设中国信息化基础结构的信息化发展道路；我国从 1993 年开始实施的“金桥”、“金关”、“金卡”、“金税”等重大“金”字系列的信息化工程都已取得了成效；目前已建成的邮电部全国数据通讯网、中国教育网、中国科技网等已互联互通并和国际互联网络联网；国家旅游局成立了旅游信息中心、开通了中国旅游网等。所有这一切都为旅游业的高技术化建设创造了良好的契机。大力促进旅游业高技术发展，应当成为当代中国旅游业的一项现实而紧迫的重大战略任务。这既是时代之所趋，也是旅游业本身进一步发展的客观需要。

五、我国旅游业高技术化发展计划纲要的构想

基于上述，笔者建议国家主管部门尽快制定《中国旅游业高技术化发展计划纲要》，对旅游业高技术化进行整体性、综合性、战略性、前瞻性的研究，制定有关旅游业高技术化发展的全局性和长远性的总体规划、发展战略和实施方案，使旅游业高技术化得以有组织有计划地大规模发展，使之成为加快旅游业发展、实施我国旅游业可持续发展的重要支持系统。

《中国旅游业高技术化发展计划纲要》是旅游业现代化发展的前瞻性指导计划，旨在加强旅游业发展的宏观指导，加强对旅游业高新技术的跨学科集成研究，促进高科技转化为现实的旅游生产力，为我国成为 21 世纪旅游强国奠定坚实基础。这个计划涉及高技术研究、开发、装备、运作 4 个环节，涵盖国家、省区、地市 3 个层次，包容资源系统、景观系统、管理系统、营销系统 4 个领域，贯穿旅游业“食、住、行、游、购、娱”6 大要素，构成一个上下联通、纵横交错、点面结合的高新技术层群网络系统，使科学技术是第一生产力的思想在大旅游系统中全方位、多层次、宽领域地得到充分体现，最终实现旅游产业的规范化、标准化、智能化、网络化、信息化和全球一体化。旅游业规范化就是要在旅游资源普查、旅游各类规划和旅游决策、管理、运作中实现规范化；旅游业标准化就是要在旅游资源普查、旅游各类规划和旅游决策、管理、运作中实现规范化；旅游业标准化就是要制定有关数据库、软件、网络及电子信息服务、企业现代化管理的国家技术标准，在管理、运作、服务、产品、解说系统等方面制定统一的旅游标准；智能化就是要实现旅游企业经营管理的电脑智能化、自动化、现代化，运用电脑决策支持系统等；网络化就是要加快旅游统计网络、旅游经济信息网络、预定网络等的建设，实现旅游管理、市场营销、预订、咨询的网络化；信息化就是要构建我国旅游信息系统，建立通畅的旅游信息网络和优质的旅游信息服务体系；全球一体化就是要使旅游统计、旅游经营管理、旅游市场营销与国际接轨，实现全球预订，呈现一体化的无国界旅游状态。这“六化”的综合集成就构成了旅游业的高技术化。

推动国家政府、实业界和科学技术界的三位一体，是发展高科技的强有力的保证。因此，国家旅游主管部门要充分发挥政府主导型功能，加强旅游业高技术化的产业政策的研究，加快旅游人才的培养，大力构建一批高技术含量的高品位旅游生产力

（下转第 25 页）

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

点联合组成临时网络。总之，虚拟企业不是法律意义上的完整的经济实体，它本身不具备独立法人资格，没有固定的组织机构和众多的组织层次，企业界限明显趋于淡化和模糊。

二是企业运作灵活　以利用市场机会为组合动机的虚拟企业明显不同于传统企业以特有产品为核心构建的企业组织，它往往是应“机”而生。市场机会来临，协作能创造新的竞争优势时，各有关企业一拍即合，聚兵会战，一旦合作的目的达到，这种合作关系往往便宣告解散；但基于对企业发展战略目标的考虑，这种虚拟的网络合作既可以是临时的合作，也可以是长期的合作，其运作极其灵活。

四、虚拟企业的运营策略

虚拟企业的运营受多方面因素的影响，一般而言，其良性的运作必须遵循下列运作原则或采用下列运营策略。

1. 实行虚拟经营的企业必须拥有自身的核心竞争优势　企业选择任何一种形式的虚拟，都必须建立在自身竞争优势的基础上，必须拥有关键性的资源（如专利权、行销通路或研究开发能力等），以自身的核心优势为依托，通过虚拟化的整合途径取得外界资源和力量的配合，以达到优势互补的目的。如果企业没有自身的资源优势，则容易受制于他人，其虚拟合作极难奏效，即使实行了合作也难以获得长期稳定的运营绩效。

2. 实行虚拟经营的企业必须慎重选择适合自己的合作伙伴，实现企业内部资源合理有效的配置　实行虚拟经营的企业必须在合作前详细审察本企业所处环境，洞察自身的优劣势及外界资源状况。一般而言，企业内部劣势之所在往往是企业应考虑或择定的虚拟方向。虚拟经营的精髓就是将自身的资源优势集中在附加值较高的功能上，而将附加值低的功能虚拟化，通过借用外力来改善或弥补自身的短缺。因此，合作伙伴的优化选择在虚拟企业的组合过程中至关重要。合作伙伴的择定通常有两种标准：一种是考察合作伙伴是否具有与合作任务相关的物力、人力、资源、功能和经验，这一类伙伴称之为任务相关型；另一种是谋求合作伙伴之间的组织规模与文化氛围的相近或相似，这一类伙伴称之为伙伴相关型。由于任务相关型的网络合作与伙伴相关型的网络合作相比具有虚拟合作项目所需的资源与人力，因此前者比后者更容易取得成功，更有利于优势互补和共同前进。

3. 参与虚拟化合作的成员企业必须努力减少磨擦，积极培植融洽平等的伙伴关系，在竞争中坚持互利互惠的有益合作，共存共荣　由于虚拟企业各成员完全独立，来自于不同的组织，各自具有不同的计划、目标和要求以及不同的管理风格与企业文化氛围，在合作中必然会自觉或不自觉地产生一定的习惯性防卫心理与行动，甚至出现一定程度的矛盾与冲突。因此，要保证虚拟企业的成功运作，就必须采取一系列的管理沟通策略：各伙伴之间应对合作的任务及性质制订明确的协议，明确合作的工作目标和任务，使虚拟企业的运行纳入规范化的轨道，避免误解和歧意；加强正常渠道的相互沟通以及非正式的联系与交流，促使各合作伙伴之间求大同、存小异，极力摒弃猜疑或偏见；加强各合作伙伴在相互信赖基础之上的合作意识的塑造，坚持以利用市场机会为核心的协同合作，强化各自的学习能力和学习效益，通过向对方学习，最大限度地尽快将合作的成果转化为自身的竞争优势，在合作中降低无益损耗，从中获利，最终实现共存共荣。　（责任编辑　王宏章）

（上接第 47 页）

工程，促进产学研相结合，充分调动旅游企业、科研机构、高校、群众团体和个人的积极性，搞好行业协作和地方协作。当务之急是要尽快改变旅游业科研力量薄弱和科研资金短缺的状况，集中人力、财力搞好旅游业重大关键和共性技术的攻关，加强对高技术的工程化和系统化集成研究，加快科技成果向现实生产力的转化。我国旅游业高技术化要做到系统推进、重点突破与具体项目相结合；要把计算机技术、遥感技术、全球定位技术、地理信息系统技术、数字技术、光电技术、软件技术、语音处理技术、图像处理技术、虚拟现实技术、无线通信技术、终端技术、信息化技术、网络技术等融为一体，有重点、分步骤、有计划地在全行业装备与应用；对相关性密切而又服务于全社会的高速铁路、轻轨交通、导轨交通、超大型客机、电动汽车、超高速船舶、新材料技术、绿色技术、节能技术、环保产业、防污染重大工程等发展与布局提出行业发展要求；同时，要根据世界旅游业高技术化发展趋势和我国的需要与实际可能，确定我国旅游业高技术化发展的优先领域、重点攻关技术和关键项目，有重点地推广一批成熟的先进技术，有重点地开发一批国家级的高科技含量的拳头产品，有重点地建设一批旅游科技示范点。

参 考 文 献

[1] 国家计委，国家科委等．中国21世纪议程．中国环境科学出版社，1994

[2] 金哲，邓伟志．21世纪世界预测．上海文化出版社，1996

[3] 汤书昆．Internet环境下中国旅游产业走向全息模块化管理方式初探．旅游学刊，1997(4)

[4] 聂晓明．加快旅游经济发展必须进一步依靠科学技术．旅游调研，1996(3)

（责任编辑　肖庆山）

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net