

关于宁夏旅游业战略创新的思考^{*}

□ 刘 锋 郭来喜

□ 中国科学院地理研究所

宁夏旅游业起步较晚,近年来发展势头很快,前景看好,1998 年接待海外旅游者 5069 人次,比 1997 年增长 19.6%;接待国内旅游者 190 万人次,比上年增长 21%。国际国内旅游总收入达 4.8 亿元,比上年增长 81%。但由于历史原因和区位条件等制约,宁夏旅游业目前尚处于全国后进状态。就宁夏的自然环境状况和经济发展水平而论,宁夏发展旅游业具有比其它产业更多的比较优势,旅游业应是宁夏国民经济中的特色产业、优势产业和未来的支柱产业。可喜的是,宁夏回族自治区的党政领导也充分认识到了发展旅游业对于优化宁夏经济结构、缩小经济差距、美化生态环境、实施脱贫和再就业工程,对于增进民族团结、保障社会安定的显效作用。自 1997 年以来,自治区党委和人民政府多次明确提出:要把旅游业作为新兴产业来抓,要使旅游业成为国民经济新的增长点。为此,采取了一系列的措施:组织召开了旅游经济发展战略研讨会;邀请有关专家学者,以及各职能部门和地、市、县主要负责人,共商宁夏旅游发展大计;委托中国科学院地理研究所旅游规划研究中心承担全区旅游资源普查和旅游业总体规划任务,编制了第一部省区级的旅游业 21 世纪议程。宁夏山川湖泊众多,景色雄浑壮丽,历史源远流长,其原始淳朴的自然环境,雄奇独特的自然景观,风格迥异的回族风情,符合旅游者求新、求异、求知、求乐的需求趋势,具有很强吸引力。随着新欧亚大陆桥的开通,丝绸之路国际旅游线和穆斯林旅游市场的开拓,以及国家对中西部开发力度的加强,宁夏有可能凭借旅游资源优势,成为 21 世纪中国旅游业产品更新换代和生产力向中西部转移的一个重要基地。

我们认为,宁夏要把握住上述机遇,积极发展旅游业,振兴经济,就须依据实情,突破传统定式,实施五大战略创新。

一、实施跨越式发展战略

宁夏如果按原有模式发展旅游业,其知名度难以迅速提升,旅游产业地位不易提高,因此,必须实施跨越式“蛙跳”发展战略,引入知识经济思想,在观念和制度上创新。通过 10 到 15 年的不懈努力,把宁夏建设成为 21 世纪中国西部旅游网络系统中独具特色的重要旅游基地;把首府银川市塑造成中国大西北一个靓丽而富有魅力的旅游名城和旅游枢纽;把沿黄河旅游带建成为中国大黄河旅游区中的“金色走廊”;把旅游业构建成为全区最具活力的经济增长点,使之成为第三产业的龙头和国民经济的重要支柱产业。

首先,要树立并强化大旅游意识。旅游业不是一个孤立的产业,它关系到食、住、行、游、购、娱、康(体)、教(育)八个方面,需要依靠社会大环境来支撑旅游业。因此,必须进一步解放思想,尽快确

^{*} 本文研究课题为国家自然科学基金“九五”重点项目“中国旅游业持续发展理论基础与宏观配置体系研究”案例。——作者

立与市场经济体制相适应的新观念,主要是市场观念、效益观念和创新观念。

其次,要明确 21 世纪旅游业在宁夏国民经济中的大产业地位。从宁夏产业结构调整战略高度来认识旅游作为一个先导产业的重要性。旅游业能带动第三产业发展,促进传统的第一、第二产业的发展 and 升级,促进国民经济的良性循环。全面认识旅游业在促进宁夏对外开放和招商引资方面的独特作用。旅游引来人流、物流、信息流、资金流、技术流,促进改革开放的深入,亦为进一步招商引资、开放搞活创造较好的外部环境。

第三,在制度与政策等方面提供创新保障。(1)成立宁夏旅游业管理委员会。由区政府领导主持,有关部门负责人参加,通过例会制度,对全区旅游业发展重大问题进行协调和决策,形成发展旅游业的共识和合力。逐步试办沙湖和六盘山等旅游经济开发区,加快一北一南重点旅游区的开发。(2)强化和明确旅游局的行政管理职能,尤其是开发重点旅游项目、兴建星级或涉外宾馆饭店等,应由同级旅游行政管理部门参与审批,或先经旅游行政管理部门的同意后,再按有关审批程序报批,防止重大旅游项目和设施的近距离重复与雷同。(3)结合全区旅游总体规划在全国率先推出第一部省级旅游业 21 世纪议程,借此产生轰动性和示范性宣传效应,实施后来居上战略。由人大通过立法,推广《宁夏旅游业 21 世纪议程》,并制定各主要旅游市县及旅游区的旅游业 21 世纪议程行动计划及其细则。(4)完善旅游政策保障体系,制定相应的优惠政策。制定投资、财政、金融、建设等方面的优惠政策,营造一个良好的旅游业政策环境,促使旅游业尽快成为投资与开发的新热点。

二、实施旅游精品驱动战略

宁夏虽然面积不大,但旅游内涵十分丰富,要开发的景点很多。限于宁夏的经济实力,如要实现旅游业 21 世纪大发展的目标,就需突出重点,打歼灭战,把有限的人力、物力、财力集中在刀刃上,营造旅游精品,塑宁夏多彩的全新旅游形象。

因此,宁夏须采取重点开发与协调发展相结合的区域旅游开发战略,实施“一二三四六八”的旅游生产力发展战略,即“一个中心”(银川旅游中心枢纽)、“两条发展轴”(黄河旅游带——主轴、沿宝中铁路旅游带——副轴)、“三个增长极”(银川、中卫、泾源)、“四个节点”(沙湖、灵武、青铜峡、固原)、“六大旅游区”(银川、沙湖、沙坡头、金水、六盘山、青铜峡)和“八项旅游精品工程”(银川旅游创优系统工程、沙坡头生态旅游基地工程、沙湖观鸟生态旅游综合基地工程、金水“小龙头”双文明旅游工程、西夏王陵文化旅游工程、回族民俗文化村工程、泾河源“清凉世界”工程、青铜峡黄河旅游工程)。陆续推出宁夏十大特色旅游产品,即黄河水上游、沙漠探险游、山湖生态游、西夏秘境游、回乡风情游、长城访古游、丝路寻踪游、六盘消夏游、贺兰探奇游、银川购物游十大特色游。近期应重点先推宁夏黄河水上游、沙漠探险游、山湖生态游、西夏秘境游四大特色旅游精品。

旅游企业要走集约化、集团化发展道路,构建旅游企业精品。评比宁夏“十佳景点”、“十佳饭店”、“十强旅行社”等,将在这一活动中发挥示范作用。

三、实施旅游形象拉动战略

宁夏旅游业至今尚处于后进状态,并非是宁夏缺乏旅游资源,而是缺乏宣传。知名度是旅游业发展的前提,宁夏亟需有一个鲜明而有感召力的旅游形象推介给受众,以在全国旅游地域大系统中塑造特色独具、不可替代的旅游目的地形象。

对宁夏而言,知名度小、鲜为人知是劣势,但另一方面,反而更具神秘感和新鲜感,这是一个很大的潜在优势,一旦包装宣传好,则更易激发游客出游。基于宁夏整体经济落后的现状,近期亦不可能在景点建设上进行像沿海发达地区那样的旅游大投入,所以宁夏发展旅游业的一个重要战略

创新就是采取不同于其它地区的旅游发展模式,即实施旅游形象拉动战略,以宣传引客源促发展,以大宣传促大发展。

宁夏处于东部季风区域与西北干旱区域的过渡地带,自然条件的过渡性、多样性,造就了塞上自然旅游资源的多样性,呈现出涵盖山岳、河流、森林、草原、戈壁、沙漠、沼泽、湖泊、绿洲多种类型的多层次奇特景观。中原文化和草原文化的交融,悠久的历史、“红黄蓝黑白”五宝购物和独特浓郁的回族穆斯林风情相融合,孕育出奇特、雄浑、秀丽、神秘、淳朴、古老的“多彩塞上”旅游资源总体形象。据此策划推出“多彩的宁夏”整体促销口号(针对宁夏在人们观念中的“边远”、“落后”、“贫穷”、“荒凉”等,设计首推“多彩的宁夏”新形象,之后可更替新的主打口号),设计宁夏旅游的理念基础(MI)、行为形象(BI)、视觉形象(VI)等,通过“山川奇秀新宁夏,西夏秘境古文明”、“锦绣黄河美宁夏,塞上江南好风光”、“神奇沙漠游,浪漫山水情”等系列性、振奋人心的旅游宣传用语,营造宁夏独特而富有魅力的旅游新形象,使之从全国人民心目中贫穷落后的一个面积狭小的少数民族自治区提升为中国西北一个充满神奇、多姿多彩、个性鲜明的袖珍特色旅游目的地——多彩塞上,并通过举办“中国绿洲经济文化节”、“中国枸杞文化节”、“西夏国际文化研讨会”、“贺兰山岩画旅游节”等一系列有特色、有影响的旅游节庆活动,开辟富有冒险精神的“腾格里沙漠探险游”、“塞上黄河漂流”、“徒步长城游”、“沙坡头沙漠之夜”等项目强化市场营销。

各级党政领导宜在不同场合宣传介绍宁夏独特而丰富的旅游资源及蓬勃发展的趋势,动员和组织全区各部门,借助多种媒体手段,发挥名人效应,利用各种场合,大力宣传宁夏独具魅力的旅游资源和日趋改善的旅游设施,让更多的人了解宁夏,向往宁夏。

四、实施多渠道筹资战略

宁夏旅游业发展的一个重要制约因子就是资金短缺,如果单纯依靠政府,短期内将难以解决,所以必须加快实现旅游业由计划经济向市场经济、由粗放经营向集约经营的根本性转变,积极探索多元化的旅游投入产出新机制。要加快改革现行的旅游业投资体制,在发挥好政府投资先导作用的同时,多渠道筹资,在土地利用方式上可以采取多种合作方式,并按照谁投资谁受益的原则,打破地区、行业、所有制等之间的界限,国家、地方、部门、集体与个人一起上,自力更生和利用外资一起上,通过独资、合资、股份制等形式,形成利益导向,吸引中外投资者共同参与宁夏旅游业的开发建设。

按照建立现代企业制度的要求,加快旅游企业改革,通过优势互补和资本优化,全面提高企业的市场竞争能力、经济效益和整体素质。坚持以骨干企业为“龙头”,以资本为纽带,鼓励优势企业兼并劣势企业,进行低成本扩张,组建大型旅游企业集团,在条件成熟时,对重点企业或重点景区进行包装上市,广泛融资,铸造跨行业、跨所有制、跨地区的旅游业“航空母舰”——宁夏旅游企业集团,提高综合开发、整体促销、规模经营的能力,壮大旅游产业规模,带动宁夏旅游业的跨越式发展。

建设固原旅游扶贫示范区,争取中央特别支持。把旅游与扶贫、民族团结、农业经济发展、再就业工程及国家的跨世纪中西部发展战略结合起来。

五、实施旅游科教支持化战略

知识经济时代旅游业的创新和生命力在很大程度上取决于旅游业的科技含量、旅游特色和服务质量,而归根到底还是取决于人才。

尽管目前宁夏发展旅游业尚不具备大规模采用高技术的基础,但从旅游业的发展趋势和国际旅游业信息化浪潮来看,就宁夏实施跨越式发展战略的要求而论,必须前瞻性地考虑增加科技和人

力资源的投入,坚持“科教兴旅”的方针,超前高标准高起点发展旅游业高科技和高级人才战略,使高科技和普通科技并驾齐驱融入旅游业的各个层面。提高全民的大旅游意识特别是领导和产业员工的“科教兴旅”意识;成立自治区旅游专家智囊团,筹建自治区旅游发展研究中心;实现旅游行业管理现代化和电脑化;加强旅游环境整治技术开发应用;建设旅游信息化工程。建立全区旅游信息系统,在机场、火车站等旅游主要集散地设立旅游信息服务中心,建设宁夏旅游信息网,与 INTERNET 连通;科学制定旅游开发投资商和建设项目库,健全旅游建设项目权威性的市场信息收集和发布制度,形成投资开发必需的服务体系,实现对重点项目投入的引导。

在发展人力资源上,一方面要有计划地培养高级专业人才,同时利用若干优惠政策和生活待遇,从外界引进高层次人才;另一方面,要加强对全区旅游从业人员的培训和管理。对全区饭店业、餐饮业、景点服务人员、旅游管理人员、旅行社导游人员及其它旅游业务人员进行职业道德及业务培训,提高其素质。深化改革,形成人才成长机制,推进旅游人事、劳动制度改革。对旅游从业人员逐步全面实行资格证书、持证上岗制度。

本文作者:

刘 锋 中国科学院地理研究所旅游规划研究中心 博士研究生;北京,100101

郭来喜 中国科学院地理研究所旅游规划研究中心主任,研究员,博导;北京,100101

(本稿收到日期:1999 年 6 月 26 日;

责任编辑:刘德谦;责任校对:付 蓉)

从张贤亮的 出卖“荒凉” 说开去

——谈旅游规划中的点子

□ 雷欣荣

□ 国家旅游局信息中心

旅游目的地的开发,从来就是旅游业发展的重要基础,在我国把旅游业作为经济新增长点的今日,旅游目的地开发的重要意义则更受到全行业的普遍关注。正因为如此,旅游开发的运作和研究便又成为了当前业界工作和探索的重点。在此前的诸多学术论文和其后的专著中,人们对旅游规划的原理、原则和方法等等,都已有了较多的论述,然而对于有关旅游开发的策划创意,对旅游目的地项目的多个侧面的创新,却还注意得不够充分。

有鉴于此,本文将着重讨论旅游目的地开发规划的前期创意与策划,讨论旅游规划中有关项目各个侧面的创新问题。这问题,就是同志们通常所说的“点子”,因为“点子”实在是关系到开发规划创新性成就的灵魂。

在宁夏距银川市 30 多公里处有个华夏西部影视城,这是著名作家张贤亮策划经营的一个颇具影响的旅游点。这里原是个屯兵扎营的旧寨堡,周围植物稀少,乱石遍野,一片荒凉。

Thoughts about the Strategic Innovation of Tourism Industry in Ningxia Province

by Liu Feng, Guo Laixi

Owing to historical reason and restriction of its location, Ningxia's tourism industry is currently in the comparatively backward state nationwide. So far as the natural environment and economic developing level are concerned, Ningxia has more advantages in developing tourism industry than other industries. Tourism industry should be the distinctive industry, advantageous industry and pillar industry in Ningxia's national economy. By means of its tourism resource advantages, Ningxia is likely to be an important base in which China's tourism products are renewed and the productive forces are shifted to midwestern part of China in the 21st century. The author holds that it is imperative to grasp the above opportunities positively develop tourism industry, invigorate its economy and break away from the traditional pattern and implement five strategic innovations: 1. The developing strategy by leaps and bounds; 2. The driving strategy of producing famous brands; 3. The strategy of creating good tourist image; 4. The strategy of collecting funds from various channels; 5. The strategy of support by tourist science and education.

Thoughts about Bettering Tourism Products

by Qin Yu

The author holds that in China there is usually incomplete exposition on bettering tourism products. It is necessary to re-examine the bettering of tourism products under the new situation of rapid development of tourism industry. The author puts forward the idea that on the premise of developing "tourism", it is imperative to place the bettering factors outside the tourism industry on the same important position as those inside the industry, that is, bettering tourism products not only involves bettering tourist routes, tourist items and tourism products structure, but also entails bettering such factors as tourist environment and tourist images. Based on this, the author offers a new framework for the theory of bettering tourism products.

Thoughts about the Policy of Resource Environment in China's Sustainable Tourism

by Ao Rongjun, Wei Yansheng

China's sustainable tourism is confronting a host of problems concerning resource environment, such as the decline of water resources and serious pollution, soil erosion in the tourist areas, atmospheric pollution, the decline of biological tourist resources as well as pollution by solid waste materials. The source of China's problems concerning resource environment lies in: 1. Policy fault: The factor of resource environment has not been taken into account when formulating the policy of tourism industry and related trades; that is, lacking comprehensive policy-decision; 2. Market inefficacy: external economic effect cannot be reflected in the cost and price in the market, thus reducing the efficiency and profit. The article holds that the policy orientation of the resource environment in China's sustainable tourism should be towards the following aspects: implementing the comprehensive policy-decision of tourism economy and resource environment; building the asset managerial system of tourism resources and the rational mechanism of tourist tariff; drawing up the policy of external cost economy; encouraging public involvement and carrying out the green accounting of sustainable tourism.

On the Disparity of the Perception Regarding "the Leading Role" by Students Majoring Hotel Management in Hongkong and China's Mainland

by Huang Zhien, Peng Liwen

China's mainland boasts a great number of joint venture hotels. A good many Hongkong residents are assuming the managerial position. However, because of the cultural and conceptual disparity, hotel managers from outside the mainland do not quite conform to the "leading mode" while working with their mainland's subordinates. This article, through an investigation, intends to distinguish the similarity and disparity regarding the hotel managerial mode between students majoring hotel management in Hongkong and China's mainland. For instance, sincerity, responsibility and talent are universally acknowledged as the leading factors in a hotel by students of both sides. Meanwhile, resolution and good management are more typical for Hongkong students while well-organized sense and patriotism are more typical for students of China's mainland.

(责任校对: 徐菊凤)