

位置: 首页 >> 专家论坛

## 论旅游业的现代服务业特征

高舜礼 白四座 (国家旅游局综合协调司)

旅游业是传统服务业还是现代服务业,或者兼而有之,是产业经济界和旅游学界比较关注的研究课题,长期争论、莫衷一是的原因有二:一是现代服务业概念比较笼统,覆盖范围广,难以作为对产业属性的基准性判断;二是旅游业内涵丰富、外延宽泛,带有产业要素“混合体”或“产业集群”的特征,传统与现代服务业的特点相互交融、依存和渗透,一个产业难以完全符合其概念特征。通过对现代服务业概念特征和研究成果的学习,结合旅游业近些年发展的实践,我们认为,旅游在以下方面具有现代服务业较为明显的特征:

(一) 产业关联度高,综合拉动性强。明显拉动经济增长和社会发展,表现出广泛的渗透性和影响力,是现代服务业的典型特征之一,也是与传统服务业关联度窄、影响力弱的主要区别。旅游业一向被认为产业关联度高、产业链条长,是整合资源、统筹各业的集成产业或动力产业,可以产生较高的增值性和附加值。以比较传统的旅游“六要素”概念为例,就涉及了行、游、住、食、购、娱六大方面,形成了相对独立的交通、旅行社、景区景点、饭店宾馆、餐饮、商业、娱乐等产业群,加上相关的支撑性、依托性或关联性产业,例如,工业、农业和金融、保险、医疗、咨询、环保、信息等,就形成了一张千丝万缕的产业网络。或许基于这个原因,有的学者研究提出,旅游业直接和间接关联的行业或产业多达109个。在这个产业集群中,相关产业为旅游提供基础和支撑条件,旅游发展则为相关产业创造和拓展市场需求,这种广泛而密切的依存和促进关系,正是现代服务业的一个重要特征。据统计,2000-2007年21个黄金周期间,全国累计实现旅游总收入8082亿元,其中,旅游带动民航增收394亿元、带动铁路客运增收263亿元。据2007年所作的旅游市场需求对基础设施增加的预测,到2015年我国乘坐飞机的游客将达到4.5亿人次左右,需新增飞机约1800架、航班约630万架次;乘坐火车的游客将达25亿人次左右,需新增客运车辆约5万辆、私家车约4000万辆、客运船舶约1万艘。可见,旅游与相关产业不仅有着很密切的依存度,而且有巨大的拉动力和市场规模,这些都是传统服务业所不具有的。

(二) 国际化程度高,全球市场一体化。在经济全球化和市场一体化形势下,产业发展的高度国际化,是现代服务业的重要特征。旅游业是我国最先开放、迅速开放的行业。1978-1979年间,邓小平同志前后五次谈旅游业发展,都把旅游放在了国家对外开放全局的战略高度。经过30年的发展,我国旅游业现已成为对外开放和国际化程度很高的外向型产业。一是旅游是国际服务贸易的重要领域。服务贸易与一般货物贸易相比,不仅是贸易内容的截然不同,而且贸易规则上也明显有别,这一定意义上反映了现代与传统服务业的区别。1978年,当邓小平同志期望到20世纪末我国旅游业争创外汇100亿美元时,国家外汇储备仅有1.67亿美元,而当年旅游创汇2.6亿美元。“七五”时期,我国旅游创汇占全国服务贸易总量的30%,2001年占到53.37%,2005年占到32.27%。二是我国国际旅游在全球占有重要地位。据世贸组织2006年4月11日发布报告,我国服务贸易出口的世界排名,已由1982年的第28位,上升到2005年的第8位,进口世界排名由第40位上升到第7位。我国入境旅游连续几年接待人数和创汇分别居世界第4位、第5位,出境旅游居亚洲第一位。三是旅游业是我国服务贸易领域最开放的行业之一。除目前还不准许外资旅行社经营中国公民出境出国旅游以外,外资在饭店和旅行社经营领域已没有限制,这一开放幅度在全球发展中国家属于领先水平。目前,进入我国市场的境外饭店品牌已达49个;外商在中国设立的旅行社已达37家。我国旅游业基本实现了国内外市场一体化。四是旅游业在国际化战略中的作用日益明显。按照国家总体外交战略部署,陆续开放的中国公民出境旅游目的地国家和地区达137个,其中已实施的96个。此外,在积极推进大陆居民赴台旅游,扩大内地居民赴港澳游等方面,旅游业发挥了独特而积极的作用。

(三) 以信息资源为基础,以科技运用为支撑。现代服务业迅猛发展,增势强劲,都是与信息化运用、科技创新等“加速”推动分不开的。充分依托或运用新技术、新业态、新理念和新的服务方式,是现代服务业区别于传统服务业的界线性标志,也是现代服务业具有广阔发展前景的根本性因素。旅游业是高度借助、依赖和运用信息的产业,在一定意义上,旅游业属于信息资源密集型和信息技术依赖型的产业。首先,信息是旅游业的基础性资源,是支撑旅游业运转的“血脉”。旅游企业服务旅游者的过程,就是从收集需求和掌控供应信息起步,通过信息渠道实现资源的采购、调配和整合,最终满足旅游者的消费需求。旅游产品的开发、旅行社的经营、旅游市场的营销、旅游行程的预订等,也全都依赖信息或信息渠道。商务旅游、会展旅游、游轮旅游、科技旅游等业态,本身就是信息、科技和专业门类共同催生的。同时,旅游业也是广泛运用现代科技的行业。在旅游业的各产业要素中,信息技术、现代科技、高新技术往往最先或最广得到运用,例如:全球旅游预订系统、酒店预订系统、民航机票预售系统等,都已广泛应用于旅游业。世界旅游组织商务理事会(WTO-BC)预测,未来几年全球旅游客源地将有1/4的旅游产品通过互联网预订。此外,高速公路、快速铁路、磁悬浮列车、A380客机、豪华邮轮、游乐设施、大型观光电梯等科技含量密集的设施设备,也被广泛应用于旅游领域;极地旅游、太空旅游、海底旅游、虚拟景观、高新科技园区等旅游业态,也依托或运用了最新科技成果;旅游器械装备、旅游讲解系统、景区安全监控、旅游应急救援等方面,也充分运用了现代科技,不仅提升了旅游产业的现代化水平,也推动了与传统服务业的告别,使旅游者享受到信息化手段和现代科技的便利与舒适。

(四) 资源耗费少,环境依存度高。资源损耗少,环境污染小,需求弹性高,可持续发展,既是现代服务业与工矿业的比较优势,也是与传统服务业的明显区别。国内外发展实践证明,旅游业是环境友好型、资源节约型的生态化产业。与各种用途的资源开发形式相比,旅游用途的资源利用相对节约,也最能综合权衡和统筹暂时利益与长远利益、经济利益与社会利益的关系。同样是对山岳、江河、湖泊的开发,旅游用途的开

发与开山炸石、拦河建坝、网箱养鱼等相比更为生态和可持续发展，与工矿企业的生产加工相比也更少耗费和污染，故而旅游业被誉为“无烟工业”。旅游业也是生态环保型的“绿色产业”，绿色、生态、环境优美，既是发展旅游业的必要基础，也是衡量旅游发展水平的重要指标。故而，旅游、环保部门把“环境兴旅”作为重要的发展目标，大力倡导生态旅游、绿色旅游；在旅游目的地创建、旅游景区景点等级评定、旅游“绿色饭店”的认定中，都把绿色和生态作为重要评价标准，并致力于建立健全绿色产品标准、服务标准和管理标准。上述产业特性和生态环保行动，使旅游业成为生态环境保育和提升的重要行业，凸现了旅游业作为现代服务业的时代特征。

#### （五）安置就业空间大，脱贫致富作用明显

就业安置空间较大，拉动就业作用突出，是现代服务业的一项重要功能。旅游业具有“集群产业”就业的特征，一是就业门槛低、就业门类多、就业领域广。世界旅游组织统计，全球每10个就业岗位就有1个与旅游有关。旅游从业人员既有高级管理和技术人才，也有大量的从事种植、运输、餐饮、绿化、保洁等基础性服务的一线员工。与一些资本密集型、技术密集型行业或企业相比，旅游是直接富民的“普惠型”产业，具有较强的脱贫致富功能。二是旅游可以辐射性就业、扩展性就业、拉动性就业。目前，全国乡村旅游年接待超过5亿人次，收入超过3000亿元，受益村（寨）超过2万个，受益农民超过2400万。随着旅游产业规模的快速扩张，旅游安置就业的数量也不断增长，目前全国旅游直接或间接就业已达6000多万人，相当于全国就业总数的7.8%。根据旅游扩大就业的发展规划，未来10-15年，全国旅游业将新增就业岗位约4000万个，年均增加直接就业约70万人、带动间接就业350万人左右，届时旅游就业总量将达1亿人左右，旅游对社会就业增长的贡献率可达2个百分点。

#### （六）加速改善公共服务，提升现代生活品质

推进现代服务业的发展，有利于缩小区域和城乡发展差距，促进公共服务和社会福利的均等化，进而提升城乡居民生活质量。很多国家和地区的发展实践证明，旅游业在上述方面具有十分明显的优势。建设为大多数旅游者接受或欣赏的旅游目的地，无论是都市还是城镇，还是偏僻的山村，都尽力改善交通、住宿、通讯、商业设施，搞好治安、卫生、环境，不仅满足了旅游者的消费需求，也使当地人民提前享受了公共设施和公共服务。此外，旅游是一种以精神生活为主的高品质生活消费，通过对自然景观、历史文化、现代人文的参观游览，满足了追求文化、心理享受、精神享受的高品质生活目的，也促进了不同地域、不同文化、不同理念的人们相互交流，引导着人们追求更高质量物质和精神生活。

#### （七）对外影响力强，增强软实力明显

随着经济全球化和市场一体化，加之信息化和现代科技的支撑，现代服务业的综合影响力越来越突出，并日益影响着经济社会发展全局。旅游除了具有现代服务业的上述特征外，由于是以服务人员往来为主要运营特征，它的对外影响更具有交互性、传递性和扩散性。这种影响广泛存在于旅游者与目的地居民和接待者之间，目的地与客源地之间，客源国与目的地国之间，并以口碑性影响扩大到更广泛的人群；通过旅游渠道流动的人员很多，我国接待入境游客超过1亿人次、出境游客4000万，所传递的信息和影响量巨大；这种影响以民间外交的形式出现，尽管有社会制度、意识形态、宗教信仰、民族种群之间的不同，但除了严重自然灾害、疫情或战乱，一般不会轻易受到阻断，也不会出现世界贸易中的技术壁垒、关税壁垒。

#### （八）创新增长性强，永远的朝阳产业

现代服务业把创新作为发展动力，以创新性手段和发展领域统筹现代科技和信息化资源，铸就了强劲发展后劲和市场竞争能力。旅游业被喻为经济文化型的产业、市场创意型的产业、满足人的较高层次精神消费的产业，无论是旅游资源开发、旅游产品完善配套，还是市场营销策划、旅游氛围营造等，都要求必须进行创新性思维，即使同属一种类型的山岳、湖泊、森林等旅游资源，也不能在开发思路上加以模仿，雷同化的旅游产品没有生命力。旅游业强调资源开发坚持“以市场为导向”，就是避免有什么资源开发什么产品，而不关注旅游消费者的心理需求。在旅游业发展中，文化发挥着旅游的魂魄式的作用，而文化资源在旅游中较好的开发和体现，都需要进行系统性的策划与创意，以及高新技术手段的运用。随着居民旅游消费的不断更新换代，旅游产品也必须推陈出新、与时俱进，从观光产品到度假休闲，从度假休闲到专项旅游和生态旅游，旅游产品将处于日新月异的发展创新之中。与之紧密相关的旅游资源也已打破传统概念，由山水风光、民俗风情而扩展到利用多种社会资源；旅游产业的内涵也在不断扩大，旅游服务主体已大大超出传统旅行社，旅游住宿由宾馆饭店扩大到了家庭旅馆、乡村客栈、青年旅馆、汽车旅馆和旅游宿营地。与现代生活紧密相关的旅游新业态加速出现。随着全面小康目标的逐步实现，我国旅游业作为现代服务业的特征将更明显，并在促进经济社会发展中发挥更加重要的影响。

四川旅游发展研究中心摘自中国旅游报

2011年4月28日