



从收入差距看我国出境旅游管理

作者: 宋瑞 2005-8-22 23:19:36

一、我国当前收入差距状况

1、基尼系数过高的严峻现实

经济学家们通常采用基尼系数来衡量一个国家的收入分配状况。一般情况下,该系数介于零到1之间,数值越小,表明收入分配的平均程度越高。国内外大多学者和联合国等有关组织普遍认为,基尼系数若低于0.2表示收入绝对平均;0.2—0.3表示比较平均;0.3—0.4表示相对合理;0.4—0.5表示收入差距较大;0.5—0.6表示收入差距悬殊;0.6以上则会出现严重的社会动荡。对于中国目前的基尼系数,没有官方的数字,一些国际机构和国内学术机构及学者所作的测算,因其数据来源或计算方法的差异,计算结果各不相同,但普遍的共识是,改革开放以来中国居民收入差距不断扩大,目前已达到警戒线。例如,根据世界银行和中国社会科学院经济所的测算,1995年的中国基尼系数就达到了0.445;而国家统计局课题组测算2000年的基尼系数为0.417,且有逐步上升之势。根据有关学者的测算,我国个人年收入和人均家庭收入的基尼系数分别达0.529和0.561。需要说明的是,不管是0.445还是0.561,所反映的是能够公开和衡量的部分,如果考虑到城乡居民在教育、医疗、社会保障、公共服务等方面的差异,其实际收入差距会更大;同时,基尼系数也不包括灰色收入和黑色收入,因此高收入群体的实际收入会被大幅度低估甚至根本无法了解,而低收入群体的收入被高估(例如农民收入中的相当一部分必须用于生产性投入,真正可用于消费的收入更少)。考虑到这些因素,中国居民收入差距还会更大。根据中国社会科学院1988年、1995年、2002年进行的三次全国范围的调查,中国目前的城乡收入差距、贫富差距已经达到世界最高。

2、收入差距过大的负面影响

(1) 经济影响:消费不足 消费是拉动经济增长的三大引擎之一,相对于投资来说,其最终需求的特性使其对经济发展而言具有更加重要的意义。近年来,我国经济在高速发展的同时,消费率却一直呈下降趋势,2003年55.5%的消费率更是达到了七八年来的最低点。种种迹象表明,单靠投资(特别是政府投资)的攀升拉动经济的快速增长明显后劲不足,消费率持续走低已成为我国经济平稳发展的重大隐患。导致消费不足的因素很多,其中居民收入差距过大是一个重要的原因。具体来说,基尼系数过高,收入差距过大对消费会造成两个方面的制约。其一,造成总体消费率和平均消费倾向下降。根据温特劳布的研究,由于高收入者的平均消费倾向低,低收入者的平均消费倾向高,因此居民收入分配差距过大,则全社会消费倾向就会下降,消费需求就会出现疲软。张沂、李秉龙等人对过去二十多年的实证研究也证实,基尼系数和消费倾向之间呈极强的负相关关系,我国城镇居民收入分配差距的扩大是导致城镇居民消费倾向不断下降、消费需求增长乏力的主要原因。其二,导致消费结构失衡、消费升级乏力。城乡之间、地区之间、城镇居民之间、行业之间等收入差距的拉大,导致居民的消费结构出现严重的不平衡:对于少部分高收入者而言,千元级、万元级消费已基本满足,目前正在从发展型向享受型、甚至奢侈型转变;而对于一部分乡村及城镇贫困居民而言,其基本的生存需求尚待满足。需求的两极分化给企业产业结构的逐步升级与产品结构的有序替代造成了困难。与此同时,从世界各国经验来看,当人均收入超过1000美元以后,随收入上升而出现的消费结构升级是极其迅猛的,然而我国由于收入差距过大以及中低收入人群数量较多,导致消费升级需要一个极为漫长的过程。

(2) 社会影响:有碍稳定 当前,在我国社会保障体系不太健全的情况下,巨大的收入差距正在成为引发仇富心理和社会安定问题的根源。根据清华大学国情研究中心所作的调查,目前我国城镇居民对生活状况不满者近2亿人,占城镇总人口的

45%，非常不满意者约3200-3600万人，占城镇总人口的7%-8%。如果这个问题不能得到有效解决，任由社会的不公平继续发展下去，则可能若干年后，过大的收入分配差距不仅会伤及经济的运行效率，更会有碍社会的稳定发展。

二、出境旅游花费分析

1、出境旅游：快速的增长与不寻常的花费

“九五”以来，中国出境旅游增长迅速，1995年到2003年期间出境旅游人数的年均增长率为20.60%；其中，因私出境旅游发展更是迅速，年均增长28.04%。截至2004年底，经国务院批准的中国公民出国旅游目的地总数达90个（已经实施的为63个）。2004年中国公民出境总人数已达2850万人次，其中因私出境2298万人次，增长了55.2%，占出境人数的79.7%。在出境旅游消费方面，目前国家统计局的《中国对外经济统计年鉴》中所公布的出境旅游花费，在一定程度上存在被低估的问题。根据中国社会科学院旅游研究中心戴学锋、巫宁等人所搜集的资料，目前中国已被认为是全球公民出境旅游人均消费最高的国家之一：法国旅游局数据显示，中国游客在法国的平均消费额约为3000美元，是欧洲游客的三倍多；据澳大利亚旅游部门统计，2003年7月至2004年6月间，中国内地赴澳大利亚的旅游者在澳人均消费约2200美元，是日本游客平均花费（712美元）的三倍多；据瑞士信息网提供的数据，中国游客每人每天在瑞士的平均消费约合313美元……根据世界旅游组织发布的《2003年中国出境旅游报告》，中国目前的出境旅游花费已名列世界第7位；根据巫宁的研究，出境旅游总体花费排名前25位的客源国大多是人均GNI居世界前50位的发达国家，而中国是最不寻常的一个特例。那么，如何看待我国目前的出境旅游消费？除了我国整体经济的蓬勃发展、居民消费水平的不断提高、出境政策和外汇管理制度的逐步放松以及长假制度的连续推行以外，在中国公民出境旅游消费高速增长的背后是否另有原因？

2、出境旅游：需要细分的市场 [B] 对于我国当前的出境旅游发展，学界和业界都有不同的看法。例如，有学者认为，快速增长的出境旅游已使我国国际旅游沦为花汇行业，不仅有悖于“大力发展入境旅游、积极发展国内旅游、适度发展出境旅游”的产业政策，而且造成了大量的外汇流失，导致国际旅游外汇逆差迅速扩大，因此政府应采取控制性的政策和措施来确保出境旅游的“适度发展”。而有些学者则认为，我国真正意义上的以观光、休闲为目的的公民出境旅游市场刚刚开放不久，目前所呈现出的消费热潮是长期累计需求的短期释放，属正常现象。在中国外汇储备不断增加的情况下，应摒弃仅从外汇流失角度考量出境旅游发展的思路，而应从满足国民旅游需求和树立大国形象出发，在简化出境手续和扩大出境旅游的方式和渠道、出境旅游目的地等方面有新的突破。笔者认为，由于我国社会经济生活中普遍存在的差异化现象，使得出境旅游市场中的不同群体在出境目的、方式、支付方式、消费形式、消费规模等方面差异较大，支撑其消费的原因、对国民经济的影响也各不相同。因此，对于中国公民的出境旅游消费，不可一概而论。

（1）自费旅游增长迅速

自20世纪90年代，特别是1997年《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》正式出台以来，我国因私出境旅游者年均增长速度达到35%，自费出境旅游增长迅猛（大部分因私出境旅游者是自费旅游）。根据公安部出入境管理局提供的数据，2004年我国内地居民因私出境人数达2305.89万人次，同比增长55.43%。按出境事由分，排在前三位的分别是：观光旅游占总数21.56%，会议商务占总数17.45%，访问占总数15.40%。从全年中国公民出境整体情况来看，因私出境的增幅大大高于因公出境增幅，而出境旅游增幅又大大高于其他目的的因私出境，到目前有近一半是因私旅游出境。

（2）公费旅游难以估计 早在以观光、休闲等为目的的自费出境旅游出现之前，公费出境旅游就已有相当程度的发展，在一段时间内，甚至是出境旅游的绝对主体。近年来，公费出境旅游在整个出境旅游市场中的比例有所降低，但其绝对数并没有减少，而且发生了两个显著的变化：其一是公费出境旅游形式更加多元；其二是消费项目和消费方式也更加多样。在公费出境旅游形式方面，原来以政府及相关机构的公务旅游为主，而目前形式则更加多元，包括了公务旅游、商务旅游、奖励旅游、会展旅游等多种形式。在公费出境旅游消费方面，过去主要以交通、购物、游览、住宿等为主要支出项目，而目前项目也更加多样，包括赌博、色情等消费也逐步浮出水面。不管是哪种类型的出境旅游，从支付来源看，无非是两类：一类是企业内部的消费，如管理层出境考察、员工海外培训或奖励旅游等；另一类是政府官员及相关人员的公款旅游。前者的具体数额相对比较容易估算。2003年召开的首届亚洲商务旅游展览会及研讨会上所提供的数据显示，中国的商务旅游市场在42亿美元以上，约占亚洲商旅市场的17%，而且还将以每年20%以上的速度增长。而对于后者，由于众所周知的原因，加之缺乏社会化的服务体系，很难做出估测。不过，根据媒体对各种名义的公费出境旅游的报道，我们也不能想象，这部分消费数额一定是较为惊人的。例如，有媒体报道，在去年雅典奥运会期间，就有数批中国“奥运考察团”前去雅典，其中某市前后去了4批，而为期4天的考察团，每人费用竟高达17万元人民币！

(3) 中国公民海外消费畸高的市场主体 近年来,中国公民海外消费引起了国内外广泛关注,有媒体发出“中国人海外高消费震惊世界”的感慨。实际上,并非所有出境旅游的中国人都是一掷千金的“豪客”,真正能够支付高消费的主要是两个群体:即自费出境旅游市场中的富裕阶层和公费出境旅游市场中的公务旅游者。富人靠其巨额财富作支撑,公务旅游者靠公款支付做后盾,从而造成了出境旅游市场的高消费,或者说超出了中国公民平均支付能力的“畸形消费”。而对于自费出境旅游市场中的中产阶层和公费出境旅游市场中的企业消费,则会受到来自购买力和预算约束等方面的限制,不会太高。

(4) 中国公民出境旅游高消费的其他原因 另外,我国公民出境旅游消费相对较高,也有其社会历史原因:其一,对于现阶段的中国人来说,出境旅游还属于炫耀性消费,带有一定的显示性、攀比性等社会象征意义;其二,对于很多人来说,出国一次不容易,不少人是第一次出国,加上中国人有“穷家富路”的传统,因此这种累计式的消费往往会显示出较日常生活更为“慷慨”甚至“挥霍”的特性;其三,购物是中国出境旅游者的主要支出,这其中除了中国人具有较高的购物倾向以外,也因为这种购物消费往往不全是旅游者本人的,而是代人消费,是替亲戚、朋友、家人购买,如果把这些人也算作分母的话,那么中国人均出境旅游购物消费恐怕就没有那么高了。

三、出境旅游与收入差距的关系

从我国出境旅游的消费主体和消费特征来看,在某种程度上,它一方面是基尼系数较高的结果,靠高收入差距来支撑;另一方面也加剧了不同人群之间的实际收入差距。

1、不断提高的基尼系数支撑着日益增长的自费出境旅游

中国自费出境旅游的主体包括少数富裕阶层和正在逐步壮大的中产阶层。根据全球最大资产管理公司之一的美林集团亚太区副总裁马蓉女士的判断,“中国的富裕人士是世界上增长最快的几个国家之一”。美林《2004年度全球财富报告》显示,中国现在的富裕人士较前一年增长了12%,其总财富为9690亿美元。而该集团对富裕人士的定义是:不计算个人居住的房地产,金融资产超过100万美元。对于这些富裕人士来说,出国旅游自然成为了其消费生活中必不可少的组成部分,他们不仅是马尔代夫、欧洲等各类“贵族”旅游产品的领潮人,更是海外奢侈品牌的老主顾。正在崛起并不断增加的中产阶层也是出境旅游市场的中坚分子。据调查,21世纪初的10至20年间,将是中国中产阶层形成的重要时期,预计近年将有13%城市家庭步入中产阶层。与富裕阶层相比,这部分人尽管出境旅游频率和消费有限,但由于人口基数相对较大,所产生的出境旅游需求对国外各旅游目的地国家/地区产生了极大的吸引力。再加上上文所分析的出境旅游消费的特性,使得这部分市场的消费总量也极为可观。

总之,目前中国的自费出境旅游,所对应的是日益提高的基尼系数,正是不断扩大的收入差距支撑着富裕阶层和中产阶层们的海外旅游消费。在此,我们并非要对收入差距的合理性进行道德角度的判断,而是说,在中国数以亿计的农民和城镇贫困人口尚在为温饱而挣扎之际,这两部分群体持续升温的出境旅游消费也是我国较高收入差距的主要表现之一。

2、依然盛行的公费出境旅游加剧了实际收入差距的扩大

与自费出境旅游所不同的是,公费出境旅游应视作一种投资性支出(不管是企业投资还是政府投资),而不是消费。其中企业支付的出境旅游,主要受其财务能力以及管理制度的约束,与居民收入差距并没有太大的直接关系,而且随着社会化、市场化的商务旅游服务体系的建立,这部分支出也将逐步走向合理化、规范化。而对于政府支付的出境旅游,估算和管理起来难度较大。由于公费出境旅游的群体是一些掌握着政治资源和特殊权力的人,他们在境外的消费并非来自自身及家庭的收入,而是靠所谓的“小金库”或其他公共开支。这可视作是一种隐性的收入,即“灰色收入”甚至“黑色收入”,而这恰恰是基尼系数所不能反映的。尽管中央政府三令五申禁止以各种名目为由进行公款出境旅游,但这部分消费数额之大是难以估算的。规模不小的公费出境旅游,进一步拉大了享有者与其他社会群体之间的实际收入差距。

四、如何通过出境旅游管理缩小收入差距

1、要区分不同的消费群体

正如前文所述,对于我国出境旅游发展政策的“松”、“紧”取向,不可一概而论。原因在于,中国公民出境旅游消费的群体比较复杂,其出境方式、支付方式等各异,与收入差距的因果关系不同,因此必须加以区分。我国自费出境旅游的市场主

体是数量不多的富裕阶层和正在壮大的中产阶级。随着我国出境旅游目的地的增加和出境旅游政策的逐步放开，由于上述群体支付能力的增强和消费结构的升级，近年来该市场有较大幅度的增长。这部分市场实际上也是“适度发展出境旅游”的产业政策所指向的部分。对此，有两点需要说明：其一，从行业管理的角度来看，目前该市场的发展还在“适度”范围之内，是适应社会经济发展和居民消费需求的；其二，从社会发展的角度来看，该市场的发展是建立在社会不同群体之间较大收入差距基础上的，是应该而且能够通过适当手段加以调节的。出境旅游市场中最为复杂也最有争议的是公费出境旅游市场。实际上，该市场长期以来都处于相应的管理体制之外：一方面，尽管我国有ADS的限制，但体制上的漏洞使得中国旅行团得以利用商务签证游览非“核准旅游目的地资格”国家；另一方面，以各种名目为由的公款出境旅游（主要是指政府部门相关人员的出境旅游），是通过当地政府外事办等非市场途径开展的。因此，该市场并不在我们所说的“适度发展出境旅游”的行政政策的行政管理范围之内。对此，我们也需要明确两点：其一，该市场长期游离于行业统计和管理体系之外，而其消费数额居高，社会影响较大，不仅扰乱了正常的出境旅游市场秩序，而且加剧了社会不同群体间的实际收入差距，因此必须引起高度重视；其二，未来一段时间，要尽快将其纳入到旅游行业的统计和管理范畴，从而使中国出境旅游形成一个统一的、规范的市场服务体系和行业管理体系。

2、经济和行政手段兼用

(1) 对自费出境旅游征收出境旅游消费税

自费出境旅游的蓬勃发展是建立在不同社会群体之间较大的收入差距基础上的，因此从缩减过高收入差距的角度而言，应通过课税来予以调节和管理，为此，可以考虑将出境旅游消费税列为特种消费税的一种。我国目前征收的消费税是自1994年1月1日起全面实施的，目前已难以实现对收入分配的有效调控。近年来很多学者指出，应适度调整消费税的征税税目和应税品的税率，以期达到对各类奢侈品的有效征税。就中国目前的居民平均收入水平而言，出境旅游仍然是一种高消费，因此，将其列入特种消费税是合理的。具体而言，出境旅游消费税的课税对象应为出境旅游者本人，税额按其出境目的地类别、停留时间等来征收（也可考虑一个相对合理的额度统一征收）。需要说明的是，征收出境旅游消费税的目的，主要不是为了控制自费出境旅游人数，而是为了实现社会公平。因为出境旅游者大都是收入比较高的人群，对其征收一定数额的税收，是完全可以承受的，并不会对出境旅游人数有太大影响。

(2) 对于公费出境旅游应加强社会监督和行业管理

对于公费出境旅游来说，需要尽快将其纳入旅游行业的行业统计、服务体系和管理体制之中，出台相应的管理条例，加强社会监督和行业管理。对于政府支付的公务旅游活动，要提高其透明化、规范化和市场化程度。为此，一是要加强对政府工作人员职务消费的社会监督，提高透明度。二是要通过政府采购，实现服务社会化、市场化。2004年上海和北京市先后在《旅游管理条例》中推进国家机关、企事业单位和社会团体的公务旅行的市场化。各地对此应有所借鉴。从某种程度上来说，这种管理的必要性已经超越了旅游活动的范畴，也超越了旅游行政管理部门的权限，需要政府各部门来共同努力。对于国内各种类型 and 所有制的企业所支付的出境旅游，也要提高其服务的社会化程度，特别是对于为数不少的国有企业，应该通过国资委的监督、高管人事考核制度等手段来加强对其相关商务旅游活动的监督和管理。

浏览次数：2269

在线评论

评论者：

标题：

内容：

地址：北京市西城区月坛北小街2号 邮编：100836

电话：010-68053991/85195613 传真：010-68053991 电子信箱：casstourism@163.com

本网站所有文章均为中心研究人员撰写，如需转载请与本中心联系