

城市品牌

共创城市品牌 协力城市发展

[中国城市发展网](#) >> [城市品牌](#) >> [旅游品牌](#) >> [内容阅读](#)

让旅游市场成为内需第三大引擎

作者：潘龙 来源：大众证券报 添加日期：10年08月12日

上海世博会开了。周边地区纷纷与上海进行全方位的对接，其中旅游业是重头戏。很多城市与上海一样，都想借世博会举办之机，提升旅游产业的比重，以进一步优化自身的产业结构。

地方政府的这种努力，实际上融入整个中国的经济结构调整进程中。2009年底，国务院首次提出，将旅游行业培育成国民经济的战略性支柱产业。

在中国的三驾马车中，未来应提高消费、降低投资与出口的比重，已成为朝野共识。尽管政府出台家电和汽摩下乡、以旧换新等多项刺激消费的政策，消费“马车”依然故我，保持一种温吞的慢跑。有经济学家预测，消费在2010年可能出现政策效应递减，预计2010年社会消费品零售总额实际增长15.6%左右，略低于2009年水平。

既是消费、同时又是投资的房地产和汽车业，再次成为无可替代的两大引擎。但楼市与车市这两大利器使用得越多，负作用也越明显：很多城市不但患上严重的楼市依赖症，而且资产泡沫膨胀；汽车数量的急增，造成城市拥堵不堪，还造成巨大的能源浪费与环境污染。依靠楼市与车市来拉动经济发展，已难以为继了。

在这种情势下，旅游产业后来居上的优势正在显现。它的拉动系数不容小觑——按照世界旅游组织的统计，旅游业直接收入每增加1元，将影响国民经济产值增加4.3元。

中国消费的接力棒，应从楼市、车市转移到游市上。这种转移不是取代，而是相互促进、相得益彰。尽管旅游市场的增长率高于GDP增长，尽管目前中国旅游业增加值占GDP的比重超过了4%，但仍存在许多制约因素。换言之，旅游市场还未提高到其应有的地位。

那么，如何促进旅游市场呢？答案不在于市场中的消费者，而在于政府的消费政策。在加快推进旅游市场的技术性改革之外，笔者认为政府的责任义不容辞：

第一，落实国民休闲计划。第二，遏制房价上涨对消费的挤出效应。第三，加快收入分配制度改革，降低贫富分化差距，让老百姓更有钱消费。这实际上是一个很大、很复杂的课题，但也是刺激消费的根本性问题。未来要调整分配格局，根本的方向是让政府与企业的收入向家庭部门倒流。

改革开放之初，邓小平曾强调：“旅游事业大有文章可做，要突出地搞，加快地搞”。这句话

推荐专题



江西推进新型城



衢州新型城市化



城中村改造 刻不



中国城镇化未来

城市案例

- 烟台城市宣传片创意案例阐述
- 濮阳市城市品牌营销研究案例
- 肇庆广宁竹海大观总体规划构想方
- 巴塞罗那，造城成功的案例浅析
- 漳州市旅游产业发展总体规划构想
- 江西宜春禅都文化博览园规划方案
- 广东韶乐开发利用策划方案
- 对A市的定位作元素分析案例

城市图说



甘肃舟曲：等你回



烟台市：绿色出行



上海最顶级的外



北京：唐家岭的断

放到今天，尤感迫切。

录入：胡雁霞 责编：钟欣

免责声明： 本文系转载相关媒体，仅代表作者个人观点，与中国城市发展网无关。其原创性以及文中陈述文字和内容未经本站证实，文章仅供参考。本站对其真实性、完整性、及时性不作任何保证或承诺。

相关内容

- 让旅游市场成为内需第三大引擎
- 美国发展生态旅游的经验及其对浙
- 对丽江旅游业发展战略的再思考
- 京津冀都市圈旅游业协同发展研究
- 乡村旅游生命力何在？



济南高温三天8名



济南市：山师心理

城事声音

- 有关中国城市农村人口的素质问题
- 白领“逃离”大城市前必须思考的问
- 地方旅游门票岂能随意收？
- 发展经济别老是打“古墓”的主意
- 山东师范大学心理学院“心灵契机”
- 为了夕阳的温馨灿烂
- 给心灵一片晴空
- 走进孩子，心贴心的距离

[设为首页](#) | [加入收藏](#) | [关于我们](#) | [申请友情链接](#) | [版权与免责声明](#) | [出国考察声明](#)

联系电话：010-64462852 传真：010-64462856 邮箱：ccyb1102@163.com

版权所有·中国城市发展研究会 京ICP备07017983号

Copyright?2006-2009 All Rights Reserved

