

论广西旅游业创新发展的思路与对策

作者：甘毛文

当前，我们的社会发展正处在一个复杂多变、日新月异的时期，这个时期一个最大的标志就是高新技术的广泛应用，改变了人们生产方式、思维方式，特别是改变了人们几千年来的生活方式，旅游活动已经成为了人们生活方式变革和经济发展中最引人注目的国际现象。随着经济全球化和区域经济一体化，特别是随着中国—东盟自由贸易区的建立，这必将给广西的旅游业带来极大的影响：

(一)将极大地拓展广西旅游业的市場空间。广西处于中国—东盟自由贸易区的中心位置，具有构筑中国与东盟经济交流合作平台的得天独厚的区位优势，中国—东盟博览会花落广西，随着博览会的效应，广西可以充分推介自己的旅游资源，使其成为广西经济发展的一个重要组成部分。同时，随着经济的发展、科技的进步，人们工作时间的弹性加大，闲暇时间增多，收入提高，旅游必然会成为人们一种普遍的生活方式，只要有錢，人们就可以随时去参观旅游。这种旅游国际化趋势，必将会为广西带来新的旅游消费需求和市場机会，将极大地拓展广西旅游的市場空间。

(二)将使旅游业成为广西经济可持续发展的重要组成部分。经济全球化、区域经济一体化的发展将拉近地处偏僻的民族地区与先进地区的距离。随着科技革命的深入发展，知识与信息将渗透到社会经济生活的方方面面，旅游业中的科技知识含量将大增，旅游资源的吸引力因素的内涵将更加广泛，形式会更加多样，包括在物质因素、精神因素、自然因素和人文因素等方面都将不断获得丰富和创新，使旅游成为人们物质生活和精神生活的完善结合体，使旅游业成为广西经济可持续发展的重要组成部分。

(三)将促使广西旅游业进行柔性产品创新。所谓“柔性”主要是指旅游业适应旅游市场变化的一种能力。在经济全球化以及科技革命迅速发展的条件下，随着网络技术在旅游业的广泛应用，旅游企业将成为知识型企业，旅游企业智能程度不断提高，旅游业的管理手段及运作手段日益先进，一方面，要求旅游业必须敏锐地捕捉市場信息，把握市場需求，在旅游产品的设计开发中不断调整改进。不断进行产品创新，并通过市場和测试得到的知识以及客户意见及时融入到旅游产品中，以提高产品适应市場变化的能力；另一方面，随着旅游者需求的日益多样化和个性化，要求旅游企业以全新的服务形式，建立完善的服务体系，以适应人们的旅游偏好、价值判断和内在的需求。

(四)将促使广西旅游业改变管理模式和竞争方式。经济的全球化已使旅游市場规模和容量达到前所未有的水平，在这一趋势下，传统的“金字塔”式的旅游企业管理方式已被新的知识型的、适应于信息时代的“网络型”的知识管理所代替。所谓旅游企业的知识管理，是指建立在旅游业良好的信息化、网络化基础上，为旅游企业实现显性知识和隐性知识共享寻找新途径，运用集体的智慧提高企业应变和创新能力的管理过程。知识管理重视知识资本的管理和运营，突出人力资源的开发和旅游知识创新，这是一种比较科学与完善的旅游管理。在这种全新的管理之下，旅游业的竞争方式也由传统的以资源、客源为主的竞争转化为以知识、技术、信息为主的竞争，旅游业也将以提供更优质的服务来赢得消费者，其结果是旅游业的经济效益及服务功能得到全面提高，旅游资源的价值得到最大限度的实现。

广西旅游产业的发展有很多有利的条件，如有壮丽多姿的自然景观；有生动多彩的民族风情文化；有悠久的历史文化积淀；有分布合理的旅游景点景区。这些年来，广西旅游业的发展总的發展势头是好的，但与世界经济和科技革命发展要求仍有较大的差距。也就是说，在科技革命深入发展的大趋势和良好的机遇中，广西的旅游业面临着严峻的挑战。如有相当部分的旅游企业缺乏有知识价值的旅游资源观，旅游资源开发粗放；一些地区旅游生态环境继续恶化，环境质量下降；旅游业创新能力欠缺，旅游产品处于初级品开发，缺乏知识含量；一些旅游企业的管理手段落后，缺乏高素质的管理、经营的服务人才等等，诸如

此类问题的存在严重地影响了广西旅游业的快速发展。为了使广西的旅游业适应国内外经济发展的要求，必须采取创新的对策和措施：

(一)实施进一步扩大对外开放的战略。从广西旅游业今后的发展要求及国际旅游业发展的趋势来看，广西的旅游业仍需在更大的范围内对外开放，在更深的程度上与国际市场形成对接，全面参与竞争。因此，广西旅游业要依托本地的资源优势，利用新的科学技术手段，吸引国际经济团体、企业家积极参与广西旅游资源的开发。其实，广西在客观上已具备了这样的条件，即一年一度的中国—东盟博览会的效应，广西的知名度已大大提升，中国—东盟博览会不仅把东南亚各国有名的企业、投资商吸引到广西，而且还能把世界上更多国家的企业和投资商吸引到广西，这无疑为广西提供了一个走向世界的机会。广西旅游业的前途在于开发，而旅游是以促进人的流动为基础而发展起来的产业，随着广西旅游业的发展，必然会促进横向的经济联合和对外开放的发展。

(二)实施争创旅游名牌的战略。广西特殊的地理位置和得天独厚的自然条件，造就了广西良好的旅游环境，无论是享誉国内外的桂林山水还是北海银滩、德天瀑布等，对国内外的游客来说，特别是对国外的游客来说都会成为很好的卖点，尤其是今后每年都在广西举办中国—东盟博览会，游客必然会大增。广西与东盟国家有地缘、亲缘、人缘、史缘、人缘等密切关系。东盟国家人口有5亿之多，其中祖籍广西的就有近百万，东盟各国的广西籍华侨华人们保留着广西人的生活习惯、思维方式以及祖籍地的血缘关系，地域、风俗接近，文化传统相似，旅游客源流向周期短，广西必须牢牢抓住如此巨大的旅游市场和商机。广西不仅要实现亚洲最佳乃至世界著名的休闲、度假等旅游胜地的目标，还要有若干个在亚洲乃至世界一流的旅游名牌产品来支撑。为此，广西必须对现有的旅游资源和产品进行整顿、提高，鼓励开发新的旅游产品，鼓励出精品、创品牌，建设起一批有特色、有吸引力的旅游景点，形成一批具有国内、国际竞争力的旅游产品。如广西北海银滩完全可以通过加大投资建立起风光迷人、多姿多彩的海滨公园，使其成为“东方的夏威夷”。

(三)实施旅游产品综合开发的创新战略。广西的旅游资源丰富，广西旅游产业的发展有许多得天独厚的条件，但总体来说，广西的旅游产业创新能力不足，具体表现为，一方面，旅游产品仍处于初级品开发阶段，缺乏知识含量，许多地区的旅游业仅仅停留在以天然风光满足游客观光游览的需求上，未能开发出具有综合性特征的旅游产品与项目，即奇异独特的自然景观与特定的人文景观融为一体，使人们在一次特定的旅游过程中获得知识性、娱乐性、享受性等为一体的多重满足的旅游地及旅游项目。如游客到桂林、阳朔、乐业天坑等景点旅游仅一天的时间就足够了，如果政府能对一些旅游景点、景区进行综合设计，多增加一些文化和知识的含量，游客就会在此地逗留更长的时间。值得一提的是，近年来的南宁国际民歌艺术节、柳州的奇石节就是旅游与文化、知识联姻的典型。通过知识与文化的包装，可以使旅游业从低级到高级，从粗俗到高雅，从原始到现代化。更重要的是游客从旅游中得到了欣赏，得到了启迪，得到了享受，达到了旅游的最高境界和目的，这应该是广西旅游业创新发展的趋势。另一方面，广西的旅游商品大多仍停留在初级品的开发上，而且这些初级品老化单一，品种偏少。一些地区的旅游商品生产企业生产的主要产品仅有旅游纪念品、珍珠、陶瓷、牛角雕等，而一些老牌的旅游产品缺乏高品位、文化含量高的新产品去替代，显得旅游产品的后续力不足，严重地影响了广西的旅游市场的吸引力。因此，广西旅游业需要下大力气实现商品的创新策略，利用旅游业有很强的产业效应的特点，对旅游产品进行综合利用、开发，促使旅游商品由初级品向高级品转化，从而推动广西旅游业向更高层次发展。

(四)实施旅游企业知识管理的战略。当代信息技术特别是国际互联网的蓬勃发展，把全球商业带进了“电子商务”时代。电脑和网络已成为最一般的管理系统，旅游业本身及旅游业的各个部门间，国内和国际间基本已实现互联，这样旅游业的管理手段和设施不可避免的要与各种网络联系到一起。近年来，在国际旅游业中，通过网上旅游销售、网络预定来推销自己产品的旅游接待，向国际旅游市场提供有关旅游信息等已成趋势，前景非常看好。但由于种种条件的限制，广西旅游业的管理手段与社会经济发展的要求仍有差距，

一些地区旅游业管理的手段十分落后，目前要在全广西建立起一个能为公开交流提供完善的基础设施的旅游信息网络还有一定的困难。但加快旅游信息网络的建设，实施旅游业的知识管理，这是推进广西旅游业发展的必由之路。

(五)实施旅游产品的市场营销战略。旅游市场不仅是旅游产品交易的场所，更是包括购买旅游产品的消费者(旅游者及旅行商)及生产者、销售者之间的经济联系。旅游产品的市场营销包括市场调查、预测、规划、宣传、销售等一系经营活动的有机结合。因此，要求旅游行业充分掌握广西旅游市场的动向及发展趋势，了解市场信息，制定经营战略。要按照市场经济发展的规律制订相应的价格，要充分考虑旅游产品的成本价、竞争对手的同类产品及消费者的购买能力和产品主要面对的消费群体，按照市场发展变化的规律制订出合理的旅游发展营销规划。同时要加大旅游产品市场的宣传力度，利用广告、宣传品、各种招商洽谈会、新闻发布会等形式，介绍广西旅游产品的质量、优点、价格，吸引人们对广西旅游产品的关注与兴趣，从而扩大广西的旅游客源。

(六)实施旅游人才培养战略。广西旅游业的发展要依靠人才优势，新的管理和运作模式要靠大量高素质的人才担负。因此，建立新的旅游经营人才和专业人员教育培训模式已迫在眉睫，这种模式必须适应信息经济、网络经济和全球化经济的模式及与之相适应的旅游业的模式，同时，还要适应日益缩短的知识更新周期的要求。为此，必须加快广西旅游教育的改革，构建合理的旅游教育结构体系，从而培养出更多更好的旅游人才，为广西的旅游业发展服务。