

展,至2026年世界旅游投资总额将高达12542亿美元,占世界总投资的4.7%;预计区域旅游投资也将增加,自2015年起的未来10年,欧洲将完成总额2.1万亿欧元的旅游投资,占区域经济总投资5%。

### (二) 投融资领域由旅游产业核心部门转向旅游+文化复合取向

旅游业的综合性特征,以及互联网技术均极大的丰富旅游企业投融资领域。目前,中国实施供给侧改革战略,确立旅游产业的战略性支持产业地位以及文化产业的主导产业地位,并将旅游产业的核心部门景区纳入文化产业部门体系,实现旅游产业与文化产业的深度融合,这不但为多业务经营的旅游企业投融资扩展了融资领域,使投融资实现旅游+文化的复合投资取向。同时,欧美国家和地区的政府部门也在创建智能税收系统,并建立激励机制以鼓励私营旅游企业的休闲游憩和文化遗产开发建设的投融资行为。国内外的旅游与文化在企业层面融合发展,以及政府对旅游和文化的发展政策,都将成为促进旅游企业投资的核心,从旅游产业部门向旅游+文化的复合方向转变的重要且持续存在的动力。

### (三) 跨境投融资是旅游企业未来投资的必然选择

2015年4月,W TTC发布的《欧洲旅游业发展报告》表明,欧洲政府的财政赤字,财政紧缩和外国直接投资的激烈竞争要求未来旅游投资方向是明确的和有针对性的;旅游企业投资不仅要为旅游行政管理部门和旅游企业之间提供更多的合作机会,也要寻求跨区域跨境合作和创新的融资渠道。在中国,近几年发生的旅游企业并购重组案中,跨境案例开始出现,如2015年锦江股份公司以支付现金的方式收购Keystone公司81%的股权,2016年中国人寿收购喜达屋酒店等。由于中国国际旅游业的快速发展与繁荣,以及国家国际旅游合作逐步加深,国内旅游企业实现跨境投融资运营将成为必然趋势。

(陈玉英:河南大学历史文化学院旅游系主任,休闲与会展研究所所长,副教授,博士;孙慧娟:河南大学历史文化学院硕士研究生)

## 旅游投资的文化意义

肖佑兴,吴林

近些年来,我国旅游业获得快速发展,旅游投资也如火如荼,很多旅游投资获得较好的效益,但也有一些不太理想。关于如何投资的文章也非常多,大多是从经济角度进行,下面笔者想从文化的角度谈谈旅游投资问题。马克思·韦伯说,人是由他自己所编织的意义之网的动物。文化人类学家格尔茨认为,文化就是这样一些由人自己编织的意义之网。寻找意义由此成为人作为人存在于世的基本方式。因此,文化意义问题应该是旅游投资的根本问题,这主要包括三个方面。

### 一、投资方的意义

投资人的投资行为,其意义大致相当于三个层次:就业、职业、事业。

这里借用俞敏洪的说法,就业就是临时工作,即通过投资使自己或企业活下来。职业是你选择的这个行业你打算干一辈子。事业是职业的对外扩展与延伸,是职业的最高境界,是职业人自己确定的人生目标与理想,并不惜一切个人资源和努力为之奋斗。显然,旅游投资意义三个层次的价值观念、资源整合与努力程度是不一样的。一般来说,投资意义的层次越高,其成功的几率越大。与此同时,从文化意义与事业视角来看,旅游投资不仅仅是一个融资、投入产出的经济问题,它也涉及到投资方的专业、坚韧与情怀等。

笔者认为,投资方如要获得成功的投资,大致需要三方面的素养:一是对旅游长期的学习、研究与投资。旅游经济的特点是投资大,回收期长。时间是投资的重要元素,长期的学习、研究与投资是获得良好收益的前提与基础。二是具有较高专业素养的匠人精神,这是获得良好收益的关键。较多旅游产品追求“短、平、快”(投资少、周期短、见效快)带来的即时利益,忽略了产品的品质灵魂。匠人精神讲求从容独立、踏实务实;摒弃浮躁、宁静致远;精致精细,执着专一。旅游投资需要专业团队与匠人精神,只有这样旅游产品才能精雕细琢,才能制造旅游精品,从而形成强大的竞争力,投资方才能获得良好收益。三是坚韧不拔的奋斗精神与心胸旷达的文化情怀。这是旅游投资与人生成功的保障。投资不能计较一时得失,需要长期的耕耘与奋斗。同时,投资也讲求胸怀与情怀,要有情操与追求。这种文化情怀不完全是追求经济价值,也包含追求社会价值。投资方可通过运用商业手段,解决社会问题,实现社会目的。尤其是在旅游目的地的投资中需要这种情怀,采用更公平公正的手段以解决地方发展中存在的问题。如此,才能促进旅游目的地的可持续发展,获得旅游投资的长期收益。

## 二、旅游者的意义

旅游已成为当代人生活方式的重要组成部分,那旅游对旅游者意味着什么?这是旅游业与旅游研究的核心问题。关于旅游者的旅游意义,达波勒·史蒂芬森(Deborah Stevenson, 2009)等认为主要有两个方面:一是旅游作为逃离日常生活的一种方式,甚至只是暂时的逃离;二是旅游作为自我发展的一种方式,丰富自身体验的一种方式。由此旅游者具有多种多样的动机与需求,如文化动机、健康动机、交际动机、地位与声望等。其中,文化旅游者的主要动机是探求文化真实性体验,由于文化真实性的多元化,其实际上是一个包括客观真实性、建构主义真实性、存在主义真实性、后现代主义真实性的文化真实性的连续体(Erik Cohen, Scott A Cohen, 2012)。与此同时,对于个体而言,真实性体验的追求也是转换的,有时追求这种类型的真实性,有时追求那种类型的真实性。这些文化体验是从旅游地基于社会意义与价值构建的一套象征体系中获得。与此同时,还存在自然生态、挑战,以及商业、审美、大众旅游等多个方面的旅游意义或旅游动机。克劳奇(Crouch, 2000)构建了一种身心合一的体验框架,认为旅游主体参与了旅游空间,而旅游空

间内嵌于旅游者的身体，二者相互作用实现着旅游者的文化意义。这存在三种互动的途径或方法：一是旅游者通过多种感官来理解世界，并通过视觉、触觉、嗅觉、听觉、味觉多种感知之间的互动与空间相遇。二是身体为空间所包围，并与它进行多尺度的相遇。三是旅游者与空间进行着互动，把自己的个性与行为注入到空间中，因此空间也与旅游者及其身体相遇，旅游者由此通过周围的环境表达着自身，并由此改变自己的意义。由此可见，旅游者的意义是明确的，也是建构的。旅游投资必须建立在旅游者意义分析的基础上。

国内旅游投资需要分析我国居民当前的生活环境、生活状态与生活意义的基本状况，注重旅游在其中充当的角色与作用，强调把旅游投资与解决居民生活问题、提升人生意义视角出发，建设相关的旅游产品、旅游项目与旅游目的地。如针对“世界很大，我想去看看”“读万卷书、行万里路”等典型的观光旅游者与知识驱动型旅游者，应重点投入自然与文化遗产等典型的文化符号及其相关配套服务与设施；针对城市病而选择逃离的居民，需强化城市周边环城游憩带的乡村旅游与休闲度假地的投资，当然这需要与交通条件综合考虑；针对雾霾、环境污染、工作压力等人居环境与工作压力问题，应大力推动康养与休疗度假产品投资；针对中国人最为重视的小孩教育问题，应重视创造儿童与青少年教育的休闲与旅游空间；在“乡愁”与怀旧的情绪下，传统文化的保护、创意与复兴一直是文化产业投资的重点；针对“娱乐至死”的后工业时代，娱乐旅游应成为旅游的重要旋律；在中国的现代化社会转型中，反映新型现代生活方式的新兴旅游形态，如露营、帐篷、房车、游轮与邮轮、运动与探险、购物、商务、会奖、影视、科技文化，等等。

### 三、投资地的意义

与此同时，旅游投资的意义还应从旅游地内部进行探寻。关于地方的文化意义，有较多相关论述，对此美国著名地理学家戴维·哈维（2010）进行了广泛而深入的总结与阐述，他认为地方是一种社会建构。地方是被建构和体验为物质的、生态的人造物，以及复杂的生活关系网络，它们是想象、信仰、渴望与欲望的焦点。同时，地方的未来也取决于我们的创造，从而构建具有物质的、再现的和象征的多重维度的地方。旅游目的地与旅游项目，其意义应该是旅游投资方意义、旅游者意义与地方意义的综合。除了经济发展与经济收益，还需要从感知结构、情感、地方身份与认同的这些深层次意义入手去分析旅游目的地的意义。克劳奇（Crouch, 2001）认为空间是多尺度的。旅游地作为一个媒介，通过它，旅游者与世界、旅游符号与环境得以互动与协商，从而可以构建旅游者与旅游目的地各自清晰的意义。

因此，对于旅游目的地的投资与建设，需提供各方旅游意义满足的旅游符号、旅游空间、旅游服务、旅游产品与旅游设施等。首先，选择适宜的旅

游目的地。可根据上述旅游者的意义,对相关目的地进行甄别与筛选,确定心仪的目的地进行项目投资。不可忽视的是,要充分利用国内出境旅游的优势,采取“走出去”投资战略,进行国外旅游项目投资。其次,需要明晰旅游项目的意义。它应该是各方利益主体协调的产物,这需在各方利益主体的文化意义基础上进行提升与整合,构建新的文化意义与文化价值,并进一步将旅游目的地或旅游项目建设为新的旅游文化共同体。第三,建设表征文化意义的符号与空间。旅游符号是区分不同景区的标志,不同的旅游符号对游客来说有着不同程度的满足。同时,除了符号,还需营造文化意义的旅游情景与旅游氛围空间。文化符号主要满足视觉效应,而情景与氛围空间却可以提供旅游者全方位的感官体验。其中,可以通过建筑与景观设计、场地规划、故事讲解、商品销售体验、文化产品制作参与、餐馆与美食等,不断制造着旅游惊喜。第五,进行相关的文化意义支撑系统建设,这包括旅游意义的宣传与营销、旅游意义的要素投入(语言文字、资金、信息、科技、人才、政策、物质等)、旅游意义的空间管理、旅游制度创新等。

(肖佑兴:广州大学旅游学院副教授;吴林,广州大学旅游学院研究生)

## 云南旅游投融资发展的态势与预判

朱晓辉

旅游消费升级为全域旅游发展提供动力,拉动了旅游经济的快速增长。国内旅游产品有效供给的不足,进一步拉动了产业投资和创新的热潮,为旅游供给侧改革提供了较好的切入点。2016年,云南旅游发展总收入由“十二五”末的3281.79亿元增长到4726.25亿元,旅游重大重点项目也由342个增加至513个,累计完成年度投资580亿元。

### 一、云南旅游投融资发展的态势

#### (一) 政策红利不断释放

围绕旅游投资与消费的增长,政府出台了《国务院关于加快发展旅游业的意见》(2009)、《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》(2012)、《关于鼓励和引导民间资本投资旅游业的实施意见》(2012)、《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》(2013)、《关于促进旅游业改革发展的若干意见》(2014)、《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(2015)以及相关的《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》《关于金融支持经济结构调整和转型升级的指导意见》《关于促进金融租赁行业健康发展的指导意见》《关于加强土地统一管理的会议纪要》《云南省旅游条例》等一系列国家和地方法律法规文件。云南旅游发展要紧抓政策红利不断释放的契机,为加快旅游基础设施和公共服务设施建设,提升旅游产业转型升级,获得多方政策和金融支持。同时,云南也要结合“旅游强省”建设和“全域旅游”发展的目