

对“十四五”时期构建国内旅游市场大循环格局的思考

构建国内旅游市场大循环格局,需要刺激旅游消费需求,大力推动旅游高质量发展,提升旅游供给体系对国内旅游需求的适配性,努力构建旅游需求与旅游供给的更高水平动态平衡。

□ 张金山

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出,“形成强大国内市场,构建新发展格局”,畅通国内大循环,需要坚持扩大内需这个战略基点,完善扩大内需的政策支撑体系,形成需求牵引供给、供给创造需求的更高水平动态平衡。2020年4月,习近平总书记在中央财经委员会第七次会议上题为《国家中长期经济社会发展战略若干重大问题》的讲话中指出,“国内大循环的主体格局,消费是我国经济增长的重要引擎,中等收入群体是消费的重要基础。”

鉴于国内旅游消费在居民消费中已经占据重要地位并且具有巨大挖掘潜力,以及新冠肺炎疫情使得国内旅游市场地位愈显突出的现实情况,研究进一步畅通国内旅游市场大循环,对于促进国内大循环主体格局的形成,具有重要意义。

一、扩大居民消费是扩大内需的核心

畅通国内大循环的战略基点在于扩大内需,而在现阶段,扩大内需有着新的内涵。从支出法核算的国内生产总值情况来看,2008年以来,最终消费支出和资本形成总额对GDP增长的贡献率一直保持在高位,2019年为89%,而货物和服务进出口对GDP增长的贡献率为11%,特别是该指标近些年还经常出现负值,比如2016年为-11.6%,2018年为-7.4%。与此相对应的,我国外贸依存度在2006年达到历史最高位的64.2%之后不断降低,已经降低到2019年的31.7%。当前及未来经济的增长比历史上的任何时期显得更加依靠内需。而从构成内需的最终消费支出和资本形成总额的情况来看,近些年,最终消费支出对GDP的贡献率却出现下滑的态势,从2015年的69%降低到2019年的57.8%,这与西方发达国家最终消费支出对GDP贡献率高达70%-80%相比差距在拉大。

□ 侯平

根据国家统计局公布的数据,截至2019年末,我国60周岁及以上人口达到25388万人,占总人口的18.1%;其中65周岁及以上人口17603万人,占总人口的12.6%。中国老龄化全国委员会预测,到2050年,老年人口将达到4.87亿的峰值,占总人口的35%。届时,我国将进入深度老龄化社会。与其他群体相比,老年旅游者有钱有闲,较多在淡季错峰出游,且出游意愿更为强烈,老年旅游市场具有巨大的增长潜力和旺盛的市场需求。包括景区在内的相关旅游企业都越来越重视老年旅游市场,发展老年旅游可以在一定程度上减弱淡季影响,让“淡

再从构成最终消费支出的居民消费和政府消费的情况来看,自从2008年以来,两者的比例关系基本稳定在7:3,比如2019年,居民消费占最终消费支出的比例为69.97%,政府消费占比为30.03%。在不断优化政府与市场关系、需要发挥市场在资源配置中决定性作用的形势下,政府购买应该呈下降趋势。与此同时,特别是2008年以来,大量投资使得投资的边际贡献率下降,过度依靠投资拉动经济的发展模式已经不可持续。综上所述,扩大内需是畅通国内大循环的战略基点,而扩大居民消费是扩大内需的核心和关键。

坚持扩大居民消费,既是当前应对疫情冲击的需要,也是保持我国经济长期持续健康发展的需要,更有利于满足人民日益增长的美好生活需要。

二、旅游消费的基本特征与性质

国内旅游消费是典型的居民消费,在需要树立国内大循环的主体地位、畅通国内大循环的背景下,研究扩大旅游消费的问题,首先有必要明确和深化对旅游消费的认识。

第一,旅游消费属于最终消费。旅游消费是旅游者在旅游过程中发生在餐饮、住宿、交通、游览、购物、娱乐等方面的支出,旅游者购买的产品和服务属于居民最终消费品的范畴。2019年,国内旅游总花费为57250.92亿元,占当年居民消费和最终消费的比例分别为14.84%和10.38%,占当年社会消费品零售总额的比例为13.91%。当前,国内旅游消费在居民消费支出中已经占据重要地位,国内旅游消费对居民消费增长的贡献率不断上升,已经从1995年的5.32%提高到2019年的18.8%。

第二,旅游消费属于特殊高档消费品。如果从旅游者在旅游过程中购买的单一商品或服务的情况来看,对于当地人来说经常表现为生活必需品,而旅游需求显然是人们的非生活必需品,旅游需求的价格弹性大于1,是典型的高档消费品。随着收入水平的提高,人们的边际消费倾向递减,刺激高收入群体消费,往往是扩大消费需求的基本方向。刺激中产阶级或富裕群体在旅游这种高档品方面的花费,不仅对于扩大消费需求,而且对于带动低收入群体的共同富裕,具有特殊意义。

第三,旅游消费是弥补欠发达地区内需不足的重要手段。当前,区域经济发展不均衡依旧是制约国民经济持续健康发展的突出问题。对于乡村地区、边远山区、资源枯竭型地区、革命老区、沿边地区、西部地区等远离城市或经济发展中心的欠发达地区来说,自身消费需求和投资需求均不足导致缺乏内生增长动力。引导发达地区更大规模的旅游者前往上述地区旅游消费,同时带动旅游投资和建设,可以从两方面弥补欠发达地区的内需不足问题,对于促进区域之间均衡发展具有重要意义。

第四,国内旅游消费的现状、格局及地位

我国人口众多,国土幅员辽阔,区域之间山川风貌、气候环境、历史人文等方面差异较大,易于形成超大规模的国内旅游市场。坐拥全球最大规模的国内旅游市场,已经成为我国超大规模市场优势的重要体现。

第一,国内旅游市场稳居三大旅游市场的主体。进入新世纪以来,入境旅游增长放缓,入境旅游市场规模与国内旅游市场规模的差距迅速拉大,从2001年到2019年,国内游客人次比入境游客人次倍数由8.81倍迅速攀升到41.33倍。虽然新世纪以来出境旅游发展迅猛,但与庞大的国内旅游市场相比,依旧不可同日而语,2019年,国内游客人次是出境游客人次的35.49倍。从国内旅游总花费情况来看,由2001年的3522.4亿元增长到2019年的57250.92亿元,后者是前者的16.25倍。国内游客人均旅游花费从2001年的449.29元增长到2019年的

953.23元,翻了一番。即使不考虑新冠肺炎疫情对出入境旅游的影响,国内旅游消费市场也早已稳居三大旅游市场的绝对主体地位。

第二,国内旅游消费在最终消费中的地位不断提升。国内旅游花费占最终消费的比例和占居民消费的比例,从1994年的3.62%和4.77%一路攀升到2019年的10.38%和14.84%,总体呈现不断上升的态势,这恰好伴随了我国正式提出建立社会主义市场经济体制以来的全过程。在市场经济体制不断完善的过程中,旅游消费支出对国民经济增长的贡献率不断提升,旅游消费需求是人民日益增长的美好生活需求的重要体现,将来依旧有着很大的提升空间。

第三,新冠肺炎疫情导致巨大的潜在旅游需求被压抑。进入新世纪以来,除2003年等特殊年份之外,国内旅游收入的增长率明显高于GDP的增长率。即使在2008年金融危机以来经济高速增长出现下降的新常态背景下,2009年-2011年连续三年按不变价格计算的国内旅游收入增长率也高达17.2%、19.6%和23.6%,不仅未受宏观经济的影响,反而出现明显逆势上扬的态势。受新冠肺炎疫情冲击,以2020年国庆黄金周为例,国内游客人次和国内旅游花费恢复有7成,如果从全年平均情况来看,粗略估算2020年有40%左右的旅游需求被压抑,这些被压抑的旅游需求必然会寻求释放。

第四,新冠肺炎疫情引致高端出境旅游需求“出口转内销”。进入新世纪以来,出境旅游发展迅猛。从2001年到2019年,我国居民出境旅游人次年均增长15.76%。根据国家外汇管理局中国际收支平衡表的数据,2019年中国居民出境旅游总花费高达2500多亿美元,折算成人民币人均出境花费在1万元以上,两项指标在全球范围内都位居前列。在国内外疫情没有得到有效控制的情况下,出境旅游需求将转移到国内,有望助推国内边疆等地区长线旅游以及高端旅游的发展。

普遍对智能设备使用不熟练的实际情况,认真落实文化和旅游部办公厅、国家文物局办公室印发的《关于落实〈关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案〉的通知》的各项要求。

2. 全方位的无障碍设施。在交通设施方面,景区应开辟专门的老年旅游者游览路线,设计适合老年人行走的游步道,路标要内容齐全、标识明显,在地域比较大的景区内应开设老年游客专用交通工具。在旅游厕所方面,要合理布局,厕所内设置扶手、防

滑垫等辅助设施,建立安全保障体系及游客呼叫系统;还可以设计人性化的“厕所地图”,详尽地标明景区厕所的位置、是否有方便老年人使用的设施。在其他服务设施方面,应针对老年人的特点,如腿脚不便、轮椅出行等,为他们铺设能够让轮椅通行的无障碍坡道等,还可以专门设计建造一些老年人休息室。

3. 专业的服务保障措施。在保险服务方面,设计符合老年人需求的旅游景区商业旅游保险。在旅游安全方面,做好景区游览过程中的交通安全、设施设备安全、娱乐活动安全、餐饮安全等。在救援服务方面,要建立老年旅游者游览过程中的意外事故救助体系,尤其是专门针对老年人的医疗保健服务和紧急救助服务,在景区服务中心准备老年人常用药品、血压计等。

4. 贴心的人员服务。在员工培训方面,旅游景区要针对从事老年旅游服务接待的员工开展老年心理学、老年学等相关知识的培训,让员工了解老年人的身心特征,从而更有针对性地提供满足其需求的服务。在服务流程方面,景区要根据老年人的身心特征设计专门针对老年游客的服务流程,提高工作效率,降低老年人的时间成本。

（作者单位：北京联合大学旅游学院）

从四方面着手建设老年友好型景区

季不淡”,从而平衡季节性收入差异。

景区是老年旅游产品和服务的重要提供者,通过建设老年友好型景区,设计符合老年人心理特征、身体状况的旅游产品和服务系统,做实做细为老年人服务的各项工作,不仅能丰富老年人的精神文化生活,让其有更多获得感、幸福感、安全感,还能推动旅游供给侧结构性改革,释放老年人的旅游消费需求。具体而言,建设老年友好型旅游景区可从四个方面着手。

1. 便捷的信息服务。一是在景区

人口处为老年人提供大号字体的信息标识,清晰标注开放时间、购票须知、操作指南等。二是在景区入口处开辟专门的老年人通道、老年人购票窗口,为其提供便捷的购票服务。三是在旅游景区的游客服务中心,为老年游客提供大号字体的游览手册,耐心地解答老年游客各类问题。四是在旅游景区内部,为老年游客提供便于其阅读的导览信息标识,无法张贴标识的地方应当设置语音引导,方便老年人获取信息。在智慧景区建设过程中,景区要考虑老年人

普遍对智能设备使用不熟练的实际情况,认真落实文化和旅游部办公厅、国家文物局办公室印发的《关于落实〈关于切实解决老年人运用智能技术困难的实施方案〉的通知》的各项要求。

2. 全方位的无障碍设施。在交通设施方面,景区应开辟专门的老年旅游者游览路线,设计适合老年人行走的游步道,路标要内容齐全、标识明显,在地域比较大的景区内应开设老年游客专用交通工具。在旅游厕所方面,要合理布局,厕所内设置扶手、防

滑垫等辅助设施,建立安全保障体系及游客呼叫系统;还可以设计人性化的“厕所地图”,详尽地标明景区厕所的位置、是否有方便老年人使用的设施。在其他服务设施方面,应针对老年人的特点,如腿脚不便、轮椅出行等,为他们铺设能够让轮椅通行的无障碍坡道等,还可以专门设计建造一些老年人休息室。

3. 专业的服务保障措施。在保险服务方面,设计符合老年人需求的旅游景区商业旅游保险。在旅游安全方面,做好景区游览过程中的交通安全、设施设备安全、娱乐活动安全、餐饮安全等。在救援服务方面,要建立老年旅游者游览过程中的意外事故救助体系,尤其是专门针对老年人的医疗保健服务和紧急救助服务,在景区服务中心准备老年人常用药品、血压计等。

4. 贴心的人员服务。在员工培训方面,旅游景区要针对从事老年旅游服务接待的员工开展老年心理学、老年学等相关知识的培训,让员工了解老年人的身心特征,从而更有针对性地提供满足其需求的服务。在服务流程方面,景区要根据老年人的身心特征设计专门针对老年游客的服务流程,提高工作效率,降低老年人的时间成本。

（作者单位：中国旅游研究院）

四、构建国内旅游市场大循环格局的对策建议

“十四五”期间,要构建国内旅游市场大循环格局,需要刺激旅游消费需求,大力推动旅游高质量发展,提升旅游供给体系对国内旅游需求的适配性,努力构建旅游需求与旅游供给的更高水平动态平衡,努力推动形成更大出游规模、更高出游频次、更广游览范围、更优供给质量、更多产品类型的国内旅游市场大格局。

第一,实施科学化、精准化的防疫举措。要畅通国内大循环,需要以人员的自由流动为前提,而新冠肺炎疫情防控,往往以限制人员的自由流动为基本举措。随着疫苗逐步开始大规模接种,复旦大学附属华山医院感染科主任张文宏预计,当整个社会疫苗接种率将达到60%-70%以上,疫情将会得到有效控制。应坚持外防输入、内防反弹的总体防控策略,实施科学化、精准化的防疫举措,尽快实现健康码全国一码通行,制定科学合理的疫情防控责任分担机制。把握好疫情防控和人员流动的动态平衡,为旅游行业的全面复工复产特别是国内旅游市场大循环格局的构建奠定坚实的基础。

第二,实施有利于供给均衡化的区域旅游协调发展策略。将旅游发展有机纳入西部大开发、东北老工业基地振兴、中部地区崛起、乡村振兴等国家发展战略,实施西部旅游大开发、东北老工业基地旅游接续产业培育、中部地区旅游崛起、乡村休闲旅游大发展等战略举措,大力支持民族地区、边疆地区、革命老区、乡村地区的旅游业发展,增加高等级景区、旅游度假区、文化产业园、国家公园等的分布数量。鼓励并扶持支线机场、通用航空的发展以及重点出游城市之间的航线加密,不断提高经济社会发展相对落后地区在旅游产品和旅游基础设施方面的供给数量和质量。

第三,实施有利于假日旅游经济更加繁荣发展的新举措。建议对当前实施的国家法定节假日制度效果进行

评估,出台有利于带薪休假制度落实的可操作性实施细则,刺激并鼓励跨区域长线旅游市场的发展。大力推动环城市乡村休闲游憩带的建设或转型升级发展。提高京津冀、长三角、珠三角、粤港澳大湾区、长江经济带、中原城市群、成渝城市群、长株潭城市群等区域经济一体化组织的旅游战略协作层级和能力,破除影响游客及人员往来便利化的交通、政策、体制等方面的瓶颈,进一步做大做强城市群内部节假日高频次循环往复旅游市场。

第四,打造符合后疫情时代特征的高质量旅游产品体系。大力推动交通与旅游的融合发展,发展跨区域、长距离、高标准的旅游风景道、边境旅游公路、滨水游览廊道、旅游火车等交通型旅游产品,进一步引导并鼓励自驾车旅游以及汽车营地的发展。鼓励发展实景演出、特色餐饮街、酒吧街、灯光夜市、全息灯光秀等夜间旅游业态,延长文博场馆的开放时间,不断繁荣休闲旅游夜经济。鼓励并支持中医药健康旅游、养生养老旅游、体育休闲旅游、精品民宿旅游等产品的发展,积极引导出境旅游业务的旅行社开拓国内长线旅游、专项旅游等高端旅游市场。

第五,推动潜在旅游需求不断向现实旅游行为的转化。瞄准潜在客源市场,实施普惠性旅游发展计划,推动更多人、更高频次地享受旅游体验。制定研学旅行重启计划,努力构建研学旅行大市场。实施能够刺激老年群体、农村居民等低收入群体出游的优惠计划,研究将奖励旅游花费纳入企业所得税扣除项目的可行性,鼓励更多的企业组织更多的员工开展奖励旅游。

第六,推动有利于培育旅游发展新动能的供给侧改革。深入贯彻落实全域旅游发展理念,出台创新型举措,推动旅游与文化、交通、农业、工业、体育、医疗等更多领域的有机融合发展,不断孵化旅游新业态。推动旅游发展规划与国土空间规划的紧密衔接,建议在全国旅游示范区、旅游型城市、中西部人口稀疏地区的国土空间用途中预留大尺度旅游生态发展用地。研究出台鼓励农村闲置宅基地对外流转开办农家乐、精品民宿的办法,引导已经在城镇落户的子女继承农村宅基地使用权开展旅游经营,鼓励更多人才从城镇回流农村发展乡村旅游。

（作者单位：中国旅游研究院）



吉林市文化广播电视和旅游局党组书记、局长闫海春：

着力建设国家知名休闲旅游度假胜地 国家全域旅游示范区 世界级冰雪旅游目的地

“十三五”圆满收官,一路走来,吉林市的每一个脚步都铿锵有力;“十四五”恢宏起步,吉林市将根据党的十九届五中全会精神继续自信走笔,勾勒出这方土地文化和旅游新篇章。

新成绩 交出“十三五”满意答卷
积小流以成江河,积跬步以致千里。“十三五”期间,在吉林市委、市政府的领导以及吉林省文化和旅游厅的指导下,吉林市的文化和旅游工作者脚踏实地,奋发有为,在多个方面取得了丰硕成果。

吉林市文化广播电视和旅游局党组书记、局长闫海春介绍,文化艺术方面,音乐剧《炎黄》、京剧《黄大年》、儿童剧《鞭鞭草的故事》等7部作品成为国家艺术基金的扶持项目,特别是舞剧《红旗》获得了国家舞蹈界最高荣誉“荷花奖”;吉林市歌舞团连续23年参加央视春节联欢晚会,成为吉林市的城市流动名片。吉林市喜获国



闫海春/摄

家公共文化服务体系示范区,标志着吉林市的公共文化服务走在了全省乃至全国的前列。

“我们构建了覆盖市、县、乡、村四级的公共文化服务体系,实现了公共文化服务的标准化、均等化、社会化和数字化。吉林市的文物保护工作也取得了很好的成果,我们建立了文物长制全面推进了文物保护体系的建设。又有一批非物质文化遗产项目获得国家级的评审。”闫海春说。

旅游文化名城建设方面,吉林市旅游人数突破了6000万人次,比“十二五”期间环比增长了86%;旅游收入突破了千亿级大关,比“十二五”期间环比增长了132%;新扩建和改建的文化旅游设施项目达到

151.42亿元,建设了一大批旅游景区(点),包括万科松花湖度假区、北大湖滑雪度假区,还有一批旅游景区(点)提质升级。

新征程 旅游事业迈向新台阶
向世界级

2021年是“十四五”的开局之年,闫海春表示,吉林市的文化和旅游工作者将会按照党中央和省市的安排部署,围绕建设旅游文化名城的城市发展战略定位,特别是结合建党100周年的主题、主线,开展系列文化活动和旅游工作,创排大型京剧《魂系

长白》。“同时我们围绕着建设国家全域旅游示范区,重点推进桦甸市、丰满区率先建设全域旅游示范区。在国家5A级旅游景区创建方面,我们着重打造松花湖风景名胜景区,将其率先建设成为国家5A级旅游景区。推进吉林北大湖滑雪度假区和万科松花湖度假区晋升为国家级旅游度假区。”闫海春说。

深入推进文物长制,推进吉林市的文物保护体系的建设和完善。继续打造国家公共文化服务体系示范区,实现后续建设的提质和升级。也

要继续打造国家文化和旅游消费试点城市,通过文化和旅游的消费升级,促进整个城市的经济社会的转型升级和全面发展。

“十四五”期间,吉林市将着力建设成为国家知名的休闲旅游度假胜地、世界级的冰雪旅游目的地城市、国家全域旅游示范区。闫海春介绍,在项目支撑方面,将按照吉林市委、市政府的要求,全力推进夫余王城考古遗址公园、乌拉街历史文化街区的改造项目以及北大湖、万科滑雪场的扩建提升项目,以全面推动吉林市旅

游产业的发展。在公共文化服务体系建设方面,艺术创作生产方面,文旅消费和文旅产业发展方面,也将组织一系列活动,全面提升吉林市文化和旅游的品质和品牌。特别是对消夏避暑季和雾凇冰雪节两大节庆活动加强宣传和推广,从而带动吉林市的四季旅游、全域旅游,为实现吉林市旅游文化名城建设的目标,将旅游产业建设成为吉林市的支柱型产业而努力奋斗。

（闫海春 除署名外由吉林市文化广播电视和旅游局供图）

