

新发展阶段旅游业在国民经济中地位的再认识

□ 张金山

改革开放以来,旅游业在国民经济中的地位不断提升。在加快构建新发展格局的新发展阶段,有必要对旅游业在国民经济中的地位进行再认识,这就需要将旅游业的发展置于国民经济发展的背景中进行考量。

改革开放以来,旅游业在国民经济中的地位从第三产业的重点,到国民经济的先导产业、重点产业或国民经济新的增长点,再到国民经济的支柱产业以及战略性支柱产业,产业地位不断提升。然而,新冠肺炎疫情使旅游业遭受重大损失,游客人次和旅游收入大幅下滑,旅游业对国民经济的应有贡献一度明显缩水。与此同时,与有些关系国计民生的行业相比,已经成为人们日常生活重要组成部分的旅游活动的非必需特点显露出来。在加快构建新发展格局的新发展阶段,有必要对旅游业在国民经济中的地位进行再认识,这就需要将旅游业的发展置于国民经济发展的背景中进行考量。

一、在改革开放艰难起步阶段旅游业被提出并开始发展

通过对比改革开放前后经济体制的差别,可以更加深刻地理解旅游活动的产业化以及产业地位的确立。新中国成立后,在计划经济体制和城乡分割的户籍制度安排下,区域之间、城乡之间人员难以自由流动,计划经济体制下零星的旅游活动不能够提供旅游业生存发展的土壤,此时还提不上旅游业的概念,旅游接待隶属外事活动及保障的范畴,主要接待国际友人和华人华侨、港澳同胞等。

十一届三中全会作出以经济建设为中心的决定,同时提出改革开放的任务。要全面开展经济建设,整个国家却对严重缺乏资金和技术的环境,步履维艰。新中国成立之后的很长一段时间,国际贸易一般为逆差,1978年的进出口差额更是一度攀升到-11.48亿美元,国家缺乏外汇储备引进国外的先进技术。在改革开放亟需破局的时刻,1978年10月至1979年7月,邓小平同志5次专门讲话,要求尽快发展旅游业。他明确指出:“旅游事业大有文章可做,要突出地搞,加快地搞”。“搞旅游要把旅馆盖起来。下决心要快,第一批可以找侨资、外资,然后自己发展”。旅游业成为最早开放和引进外资的领域,北京建国饭店等旅游饭店成为最早的一批中外合资企业。1986年的“七五”计划明确提出,“要大力发展旅游业,增加外汇收入,促进各国人民之间的友好往来”。这是旅游业第一次在国家计划中出现,首次确认了旅游的产业地位,标志着旅游业从长期以来的事业型向产业型的转变。接待能力的提升以及产业地位的确立促进了入境旅游的快速发展,入境游客人次和旅游外汇收入迅速由1978年的180.92万人次和2.63亿美元增长到1988年的3169.48万人次和22.47亿美元。旅游业发挥了出口创汇的重要作用,旅游领域的改革和开放更是对国内外释放出强烈信号,增强了外资快速进入中国的信心。在1983年,全国实际利用外资仅有22.6亿美元,而到了1992年已经增长到192

亿美元。

二、在改革开放迈向新阶段重要时刻旅游业被确定为第三产业的重点

20世纪80年代末期,世界局势发生巨大变化,东欧剧变、苏联解体,世界呈现单极化趋势,一些“左”的思想开始回潮,甚至出现了否定改革开放的观点,已经开启的改革开放面临考验。1992年年初,邓小平同志一路南下并发表南巡讲话,改革开放的巨大航船扬帆远航。1993年11月,十四届三中全会通过《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,作为改革开放任务内核的社会主义市场经济体制得以正式确立。在谋划社会主义市场经济体制基本框架的过程中,1992年6月,中共中央、国务院作出《关于加快发展第三产业的决定》,进一步明确提出旅游业是第三产业的重点。随后各级政府及各有关部门相继把旅游业列入国民经济和社会发展规划,大多数省、自治区、直辖市纷纷提出把旅游业作为支柱产业、重点产业或先导产业来发展。1995年5月1日,国家开始正式实施“五天工作制”,增加了劳动者的休闲时间。国内旅游开始快速发展并超越入境旅游的发展速度,旅游市场已经开始由80年代的人境旅游主导过渡到90年代的国内旅游主导。到了1998年,国内游客人次达到6.94亿人次,国内旅游总花费达到2391.18亿元,相当于第三产业增加值的7.6%,旅游业已经开始发挥重要作用。

三、面对两次金融危机冲击旅游业产业地位实现快速跃升

自实行改革开放以及社会主义市场经济体制以来,中国经济发展经历了两次大的金融危机的冲击,分别为1997年爆发的亚洲金融危机和2007年美国次贷危机引发的全球金融危机。两次金融危机都暴露出中国经济过度依靠投资和出口拉动经济增长,而内需不足特别是消费需求不足的结构性矛盾。为了应对金融危机的冲击,国家出台扩大内需的举措,在此过程中,国家高度重视旅游消费和旅游业发展对于扩大内需的重要作用。

亚洲金融危机对中国的出口和制造业造成冲击,并造成投资下降和失业增加,经济增速放缓。1998年中国经济增速降至7.8%,1999年再下降到7.7%,直到2003年经济增速才回升到10%以上。为了遏制经济衰退,培育新的经济增长点和扩大内需,在1998年12月召开的中央经济工作会议上,旅游业与房地产业、信息业一并被确定为国民经济新的增长点。同期全国有24个省、自治区和直辖市明确提出把旅游业作为支柱产业、重点产业、先导产业来发展。为了进一步刺激居民消费,特别是旅游消费的潜能,1999年9

月,国务院修订发布《全国年节及纪念日放假办法》,规定春节、劳动节、国庆节和农历新年为“全体公民假日”;2000年6月,国务院办公厅转发原国家旅游局等九部门《关于进一步发展假日旅游的若干意见》,正式确立黄金周假日制度,春节、“五一”和“十一”每年3个7天长假正式形成,极大地刺激了长线旅游的发展,“黄金周”成为名副其实的旅游“黄金周”,国内旅游市场开始火爆。2007年,国内游客人次和国内旅游总花费分别达到16.1亿人次和7770.6亿元,已经形成全球规模最大的国内旅游市场。

随着21世纪初加入世界贸易组织,中国全面融入全球产业链,出口导向型的发展模式一度高歌猛进,外贸依存度2006年达到64.2%的历史最高点并在随后出现回落趋势。美国次贷危机以及全球金融危机的突然爆发,进一步加剧了金融的回落势头,中国经济增长面临巨大的下行压力,经济发展步入新常态。国家为此出台应对全球金融危机的一揽子计划,包括四万亿的投资计划以及大力实施扩大内需战略等。为了发挥旅游消费对扩大内需的作用,2009年12月,国务院印发《关于加快发展旅游业的意见》,明确提出把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业的宏伟目标,旅游业有史以来第一次获得战略性支柱产业的最大定位。旅游业的发展也不负众望,特别是国内旅游,呈现出更加迅猛的发展趋势,从2007年到2019年,国内游客人次和国内旅游总花费年均增长11.6%和18.1%。旅游业实际完成投资在2015年突破1万亿的大关,比上年增长高达42%。仅国内旅游总花费占最终消费、居民消费和社会消费品零售总额的14.0%在2019年就达到10.4%、14.8%和14.0%。在经济新常态的背景中,旅游业成为国民经济发展格局中为数不多的能够延续增长,特别是还能高速增长的领域,对于扩大内需的作用可谓非常突出。

四、构建新发展格局旅游业必将作出更大贡献

中国经济内需不足的问题一直没有得到很好的解决,近些年,最终消费占GDP的比例都没有超过60%,2019年最终消费占比虽然高达56%,但居民消费占GDP的比例仅为39.2%,与世界平均水平有着明显的差距。进入新发展阶段,面对需求收缩、供给冲击、预期转弱的三重压力,特别是叠加疫情的冲击,进入2022年以来更是出现第三产业占GDP比例边际下降,居民消费信心指数下降以及储蓄率突然高企的情况。同时,多方已经预警,美欧经济很可能将出现大的衰退,疫情期间曾经攀高的出口不可持续。2021年2月,习近平总书记指出:“要围绕扩大内需深化改革,加快培育完整内

需体系。”要构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,需要牢牢把握扩大内需这个战略基点,而扩大居民消费是扩大内需的核心和关键。当前及未来中国经济的可持续发展比历史上的任何时期显得都更需要发挥内需的作用。

从扩大居民消费的领域来看,在人均住房面积和人均汽车保有量已经达到很高水平的时候,同时叠加人口老龄化不断加深和人口负增长的现实,曾经作为居民消费关键领域的住房消费和汽车消费进一步扩大的潜力不断收窄,新的消费场景的培育也需要假以时日。2019年,中国居民人均国内旅游花费高达4075元,仅次于人均食品烟酒消费和人均居住消费,如果没有疫情冲击旅游业自然会延续增长势头。纵观世界度假旅游的发展规律,在人均GDP近上1万美元的关口之后,旅游业往往还有着更大的发展空间。居民在吃穿住用等必需品消费已经得到很好满足的情况下,必然会增加在娱乐、体育、旅游等高消费弹性领域的消费。

五、结语

疫情3年,大量的旅游需求被压抑。要把实施扩大旅游消费需求同深化旅游供给侧结构性改革有机结合起来,受损的旅游供给侧在旅游消费需求的牵引下必然能够实现快速修复并复苏。

旅游业发展伴随了改革开放的全过程,在每个关键的历史节点,旅游业每每受命于危难之际,每每发挥重大作用。在新发展阶段,扩大内需成为构建新发展格局的战略基点,旅游业作为国民经济战略性支柱产业中的地位将更加凸显。党的二十大报告提出,“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”。中国式现代化是包括实现高质量发展、丰富人民精神世界、实现全体人民共同富裕、促进人与自然和谐共生以及推动构建人类命运共同体等内容的完整体系。高质量发展的目的在于满足人民日益增长的美好生活需要,人人能够享受旅游生活自然是高质量发展的重要体现;旅游活动是大众化精神文化生活,旅游消费的过程是富裕阶层、中产阶层向相对低收入阶层的财富转移过程,旅游业是能够同时实现人们物质生活和精神生活共同富裕的重点领域;旅游业发展需要以优美的自然生态环境为前提,人们在大自然中开展旅游活动是人与自然和谐共生的重要表现;出入境旅游的广泛开展、人员的跨境自由便利化流动,是推动全球经济一体化、讲好中国故事的具体行动,是推动构建人类命运共同体的重要举措。在全面建设社会主义现代化国家新征程上,旅游业必将作出更大贡献。

(作者单位:北京联合大学旅游学院)

海洋旅游是山东省旅游业和海洋经济的重要构成,青岛、烟台、潍坊、威海、日照胶东五市依托开放程度高、经济活力强、发展潜力大的区域优势,已成为山东省具有较大规模和特色显著的海洋旅游资源、市场与产业高度聚集区。2020年初山东省政府出台《关于加快推进胶东经济圈一体化发展的指导意见》,胶东经济圈一体化发展战略有力推动了山东省海洋旅游实现快速发展。特别是2020年5月胶东经济圈文化旅游合作联盟成立以来,围绕山东省“仙境海岸”滨海休闲度假品牌的塑造,青岛“海上画廊”、烟台“鲜美烟台”、威海“拥抱蔚蓝”、日照“黄金海岸”等海洋旅游品牌日渐成熟,海上运动、海洋康养、滨海度假等旅游产品体系不断丰富,邮轮、游艇、海洋研学等新业态不断涌现,海洋旅游产业创新、融合发展的态势不断增强,胶东经济圈在我国海洋旅游发展中特色突出。

党的二十大报告提出,“着力推动高质量发展”“加快建设现代化经济体系”“着力提升产业链供应链韧性和安全水平”,为海洋旅游发展指明了方向。笔者认为,推动胶东经济圈海洋旅游高质量发展,应重点做好以下工作。

一、整合优质资源提效增值,数字赋能文旅消费场景

要坚持以高质量发展为主题,把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,坚持人民至上,深化旅游为民发展导向,通过资源整合、文旅融合与守正创新,增强海洋旅游国内大循环内生动力。

(一)着力整合海洋旅游资源,塑造特色海洋旅游品牌

第一,立足文化和旅游资源比较优势,深入挖掘胶东经济圈海洋旅游资源特色和文化独特性,推动海洋文化和旅游融合提档升级。着重将威海刘公岛、烟台山及东西炮台等沿海海防遗产,胶州大秧歌、乳山大鼓等滨海民俗文化、烟台剪纸、潍坊风筝等传统民间艺术,八仙过海、徐福东渡民间传说等海洋历史文化资源凝练整合,融入到海洋旅游产品开发中,打造富有胶东经济圈民俗、艺术、历史等文化特色的海洋文旅产品体系。第二,塑造区域海洋旅游品牌形象,推进胶东经济圈五市打造系列特色海洋旅游品牌、建设精品项目,深入推进“滩一湾一岛一礁”旅游资源一体化开发。落实山东省第十二次党代会报告提出的“拓展公众亲海岸线和生态空间,打造千里海岸观光廊道”要求。重视统筹海岛、海湾、海岸带资源编制海洋旅游发展规划,强化海洋旅游品牌的整体塑造。建设青岛市串联环湾线路,描绘“海上画廊”全景,构筑烟台市“芝罘仙境”“海上世界”品牌,在城市景观建设中传承和发展日照市“山海一城一港”的海洋文化特色。发挥青岛、烟台在海洋旅游客源市场的核心优势和带动作用,提升和培育胶东经济圈“仙境海岸”旅游品牌,依托青岛市“构建全球海洋中心城市”“建设国际消费中心城市”,烟台市“打造更具影响力的现代化国际滨海城市”,威海市“打造海洋经济创新发展示范区”等发展目标,突出各市、各区发展特色,避免同质化,实现错位发展,着力打造我国滨海知名旅游带。

(二)丰富海洋旅游产品供给,释放海洋旅游消费需求

第一,坚持守正创新,开辟消费应用新场景,激发海洋旅游消费潜力,提升客流变现能力。注重发挥海洋旅游发展的组织、机制、政策和市场优势,着力推动微旅游、露营游、元宇宙等新业态、新模式加速发展,持续推动海洋旅游产品提质、业态更新,大力培育海洋旅游市场,满足多元消费需求。第二,以智慧化激活消费场景,以数字化助力产品营销。加快大数据、VR、AR等技术应用,搭建胶东经济圈联合营销的电商平台,激活海洋旅游线上线下融合消费的应用场景,助力海洋旅游企业纾困,拓宽海洋旅游消费渠道,释放海洋旅游消费需求,推动海洋旅游消费提质扩容。

(三)丰富海洋旅游产品供给,释放海洋旅游消费需求

第一,坚持守正创新,开辟消费应用新场景,激发海洋旅游消费潜力,提升客流变现能力。注重发挥海洋旅游发展的组织、机制、政策和市场优势,着力推动微旅游、露营游、元宇宙等新业态、新模式加速发展,持续推动海洋旅游产品提质、业态更新,大力培育海洋旅游市场,满足多元消费需求。第二,以智慧化激活消费场景,以数字化助力产品营销。加快大数据、VR、AR等技术应用,搭建胶东经济圈联合营销的电商平台,激活海洋旅游线上线下融合消费的应用场景,助力海洋旅游企业纾困,拓宽海洋旅游消费渠道,释放海洋旅游消费需求,推动海洋旅游消费提质扩容。

二、健全海洋旅游产业体系,促进区域要素融通循环

要坚持以高质量发展为主题,健全文旅产业体系和市场体系。通过深化区域内产业合作,实现市场要素高效流通,进而促进产业链组织形态的变革和重组,着力建设海洋旅游现代化产业体系。

(一)深入推进产业跨界合作,培育海洋旅游新兴业态

第一,坚持推进民俗、海洋、东夷等文化的挖掘阐发和保护传承,推出“民族地区文旅融合发展促进脱贫巩固和乡村振兴研究”[21BKS026]的阶段性成果。]

(作者单位:湖南科技学院)

胶东经济圈海洋旅游高质量发展路径探析

□ 刘佳 纪晓萌

鲁文化(潍坊)生态保护区、齐长城保护带等,打造胶东经济圈海洋文化群落和深度体验地。第二,推动体育同海洋旅游的融合,发展潜水、冲浪等海洋运动项目,积极举办帆船、帆板竞渡等海上运动赛事,将海洋、湖泊、山岳景观等旅游资源与太极、瑜伽等体育健身运动相结合,打造海洋旅游健身线路。第三,推进饮食文化与海洋旅游的融合发展。胶东经济圈海洋产品丰富,要积极将饮食文化融入海洋旅游,推出具有胶东特色的海洋宴席、渔家乐等海洋旅游餐饮产品和服务。

(二)构建全时旅游产品体系,补齐海洋旅游季节短板

第一,培育夜间消费热点,积极探索开发全时经济增长模式。立足青岛市、烟台市滨海灯光秀优势,推进海洋“夜地标”,持续在“夜食”“夜购”“夜秀”“夜游”等方面做文章,打造“一城一夜”的城市海洋旅游消费经济新引擎,激发夜间海洋旅游消费潜力,培育海洋旅游夜间消费新动能。第二,着重拓展海洋旅游淡季产品开发,构建全季旅游产品体系,依托啤酒博物馆、海尔工业园、张裕集团探索海洋工业旅游新模式、新产品;协同中国海军博物馆、威海华夏城、刘公岛博览园等开发胶东经济圈红色记忆线路,健全多元海洋旅游产品体系,补齐海洋旅游的季节性短板。

三、强化产业空间联系,实现海洋旅游立体发展

要坚持以高质量发展为主题,深入实施区域协调发展战略,通过产业链着力强化区域联系和旅游合作,以陆海、城市、国内外联系为抓手,积极拓宽海洋发展空间,加快构筑新发展格局。

(一)加强海洋产业空间联系,优化海洋旅游空间格局

第一,在陆海空间上,加强海岸与陆域在资源、企业和产业方面的联系,结合以崂山、大珠山、昆嵛山、烟台山为代表的山岳旅游资源及以马家沟、碑畲村为代表的乡村民俗等陆域特色旅游资源,推进陆域观光、海岸休闲联动,实现胶东经济圈陆海统筹发展。第二,在区域城市联系上,通过举办胶东经济圈海洋旅游高峰论坛、旅游节等活动,开发胶东经济圈海洋旅游产品,实现胶东五市互促共进,促进区域联动发展。第三,在国内外的市场空间延伸上,积极借鉴国外海洋旅游发展经验,通过深挖海洋军事文化、东夷海岱文化、长岛渔家民俗文化等资源,发展具有自身特色的海洋旅游产品,吸引国外游客,拓宽海洋旅游国际市场。

(二)拓宽海洋旅游活动空间,实现海洋旅游立体发展

开发以青岛国际沙滩节、日照赶海旅游节、海阳国际沙滩体育艺术节等休闲娱乐为主的近海旅游节庆活动,以滑水、帆船、海洋牧场、休闲垂钓等海上休闲运动为主的海滨旅游产品,深入拓展青岛极地海底世界、烟台昌乐鲸鲨海洋公园、威海神游海洋世界等水下观光型的海底旅游产品,强化开发休闲潜水、水下娱乐等参与性强的海洋旅游产品。同时,要进一步丰富邮轮游艇旅游产品,积极开辟邮轮航线,不断向深海、海底的海洋旅游空间梯次推进,探索开发功能复合化的发展模式,构筑立体化海洋旅游发展空间。

(注:本文系国家社会科学基金项目“双循环新格局下我国海洋旅游业高质量发展与响应机制研究”[21BGL021]的研究成果。]

(作者单位:中国海洋大学管理学院)

做好四篇文章 以乡村旅游促进共同富裕

□ 郑毅 黄渊基

引人的就是“望山、见水、记乡愁”。要始终秉持“绿水青山就是金山银山”理念,坚持生态优先、绿色发展,避免无序开发、盲目发展,用“绿色”为乡村旅游高质量发展点睛,以“生态绿”绘就共同富裕新蓝图。要着力构建现代乡村旅游体系,进一步提升乡村旅游基础设施、场景运用和软硬件环境水平,优化山、水、田、居等乡村生活元素,创新创意、整合资源、对接资本、吸引人才,开发更多文化休闲旅游项目,集聚休闲、康养、民宿等业态,让环境从“盆景”到“风景”再到“全景”,打造共同富裕新的增长点、着力点、共生点。

二、做好“风俗”文章

风俗是乡村旅游的核心资源和独特内核,挖掘独具特色的乡土文化内涵,是实现乡村旅游高质量发展的重中之重。一方面,要加强传统村落和古民居保护,注重传统农耕文化、特色生产生活方式的传承与发展,推进重要农业文化遗产保护利用,挖掘整理传统手工艺、民间节事等非遗资源,创新乡村文化旅游产品;另一方面,要在现有旅游景点和产品的基础上推陈出

新,在文化继承中大力创新,营造平等和谐的主客共享空间,按照“一村多景,一景一主题”原则,通过融入地方文化元素差异化打造特色旅游项目,提炼总结,进一步讲好乡土文化故事,整体提升乡村旅游项目的知名度和美誉度。

三、做好“风口”文章

风口在此指的是推动乡村旅游高质量发展的政策方向,关键是要益民富民。旅游业具有典型的“富民”属性,通过刺激消费、增加投资、推动基础设施建设等途径带动地区经济发展。在过去,乡村旅游是产业扶贫的重要途径,如今在实现共同富裕的进程中,乡村旅游依然能够发挥重要作用。把“蛋糕”做大,全面壮大集体经济是实现广大农村共同富裕的根本基础。乡村旅游的高质量发展离不开当地居民的参与,让当地居民从旅游发展中受益是共同富裕的内在要求。要结合不同地区的区域优势,因地制宜制定乡村旅游产业发展政策,推动乡村旅游扶持政策向欠发达地区倾斜。要通过乡村旅游发展有效整合农业产业、农村生态环境、农村人力资本等要

素,加快产业融合,推动乡村旅游从单纯的观光旅游向生态度假、养生休闲、文化体验等多业态发展,从而全面提升乡村集体经济。

四、做好“风韵”文章

风韵是乡村旅游的魅力所在,是“景村融合”的结果。美丽乡村是乡村旅游的重要载体,发展乡村旅游则是美丽乡村建设的重要抓手,而“景村融合”正是推动两者共同发展的有效途径之一。通过科学规划设计,将景区与乡村看作一个整体系统,强化乡村总体功能定位,优化村庄空间布局,明确景区与乡村的主题形象,完善景区与乡村公共服务设施,开发特色农旅融合产品,以旅游景区的标准建设美丽乡村,并以旅游景区建设带动乡村发展,进而实现各方利益协调和资源优化配置,形成“以景带村、以村实景、景村互动”的发展模式,从而达到乡村经济、社会和环境的协调发展。

(注:本文系国家社科基金项目“民族地区文旅融合发展促进脱贫巩固和乡村振兴研究”[21BKS026]的阶段性成果。]

(作者单位:湖南科技学院)