

安徽旅游业的现状、问题及对策

何成进, 张洪

(安徽大学商学院, 合肥 230601)

摘要:近些年来安徽省旅游业拥有较好的发展态势,带来了较好的旅游收入,但在承接产业转移的过程中,如对外宣传不到位、地区发展不平衡等问题亟待解决,这些问题的存在必然会制约安徽旅游经济的快速、健康发展,影响其产业转移的进程。本文通过分析安徽省旅游业的现状及所存在的问题,提出了一些可以实施的措施,从而进一步促进安徽旅游经济的腾飞。

关键词:现状;对策;旅游产品;区域合作

中图分类号:F014.4;F127 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2011)10-0001-04

旅游业是21世纪最具发展潜力的产业,其具有关联度大、拉动性强等特点。世界旅游组织预测,到2020年中国将成为世界最大的旅游目的地,也将成为世界十大客源输出国之一,名列世界第四。“十一五”以来,安徽旅游业继续保持着持续、健康、快速发展的势头,为安徽经济的快速发展起到了不可小视的作用。2009年,安徽省共接待国内外游客1.24亿人次,增长23.38%;旅游总收入达到908.90亿元,增长23.30%,相当于全省GDP的9.04%,比上年增长0.73个百分点。但目前安徽旅游经济的发展尚未形成较好的经济优势和产业优势,与其他省相比仍具有较大的差距,与安徽自身独特丰厚的旅游资源在全国的位置也不相符合。因而,分析安徽旅游业发展所存在的新问题,及时采取适当措施,发展安徽旅游业的绿色循环经济,促进安徽旅游业发展,对进一步促进安徽经济的又好又快发展,具有十分重要的意义。

1 安徽旅游业发展现状

“十一五”以来,安徽旅游业逐渐实现了产业素质的全面提升、旅游业的跨市域发展,成为安徽省在新世纪的强劲增长点,其国际、国内市场都得到了进一步拓展,旅游商品的开发、生产和销售逐步形成体系,旅游发展前景良好。

1.1 旅游发展环境进一步优化

安徽省高度重视旅游业的发展,先后编制了《安徽省旅游总体规划》、《安徽省“两山一湖”地区旅游发

展总体规划》等一批科学含量高、指导性强的规划,明确了旅游业在“十一五”时期的发展思路和总体目标,确定了旅游业发展战略、主要任务及重点项目,并提出了实现安徽省旅游业跨越式发展的保障措施。2011年,安徽省政府出台了《关于进一步加快发展旅游业的实施意见》,进一步加快推进安徽省由旅游资源大省向旅游经济强省跨越。

1.2 旅游基础设施明显改善

安徽省着力提高旅游景区的可进入水平和旅游设施的服务接待能力,合宁、铜九等铁路相继完工,特别是在合武高速铁路投入运行之后,安徽成为连接华东和华中的高铁走廊,人员流量大幅度增加。长江、新安江“黄金水道”旅游功能进一步加强,重点旅游区的通讯、水电、食宿等配套设施不断完善。安徽省正积极探索组建合资旅游航空公司,加快新增国际和境外航线,大力发展与国内重要客源地之间的航空支线交通。同时推进长江岸线旅游港建设,支持开展游轮、游艇等业务。

1.3 旅游产品结构日趋合理

在巩固和提升传统观光旅游产品优势的基础上,加大了休闲度假和专项旅游产品的培育和开发力度,形成了更多能满足不同层次游客需要的旅游产品。黄山世界遗产游、徽州历史文化游、九华山佛教文化游等产品都颇受欢迎,休闲度假、商务会展、生态旅游、红色旅游、低碳旅游等产品日渐成熟,全省旅游产

收稿日期:2011-06-21

基金项目:安徽省哲学社会科学规划项目(AHSK09-10D25)

作者简介:何成进(1988—),女,安徽广德人,安徽大学商学院学生,管理学硕士,研究方向:旅游经济;张洪(1964—),女,安徽合肥人,安徽大学商学院教授,硕士生导师,研究方向:旅游经济。

品体系不断完善。

1.4 旅游区域合作联盟紧密

加大区域合作力度,加强对入境和沿海、周边市场的宣传促销,初步形成区域联合、政企齐动、上下互动、整体联动的新促销机制^[1]。签订了中部六省旅游合作协定,发挥各省旅游资源特色和产业优势,探索资源互享、政策互惠、信息互通、交通互联、争议互商的合作模式,加快区域旅游合作步伐,这无疑将给安徽的国际旅游市场带来更大发展空间。

1.5 旅游经济对社会的发展日趋重要

旅游业逐渐成为安徽省国民经济的支柱产业,2009年旅游总收入达到908.90亿元,同比增长23.30%,相当于全省GDP的9.04%。旅游业有效地带动了相关产业的发展,在安徽省经济社会发展中的全局与战略意义日益显现。旅游业以游客流为载体,形成了服务流和物料流,带动了资金流和人才流,拉动了信息流和商务流,创造了文化流和科技流。

2 安徽旅游业发展问题

尽管安徽旅游业发展势头良好,但随着国际竞争国内化、国内市场国际化,人们对旅游有了更高层次的生理和心理需求即求新、求异、求乐、求知、求美。而目前安徽省旅游业并不能很好的满足这类新需求,仍存在一些亟待解决的问题。

2.1 安徽旅游业总量较低

旅游收入总量指标综合反映了某个国家或地区旅游经济的总体规模状况和旅游业的总体经营成果。安徽省旅游总收入2006年为411.5亿元,2010年超千亿元,虽增加了不少,但在长三角旅游圈五省市中的排名仍靠后,其旅游经济总量还是偏低。

表 1 长三角旅游圈五省市 2009 年主要旅游经济指标

省份	接待国内旅游者 (万人次)	国内旅游 收入 (亿元)	接待入境 旅游者 (万人次)	其中外国 旅游者 (万人次)	旅游外汇 收入 (亿美元)
上海	12 360.74	1 913.8	628.92	489.74	47.96
浙江	24 410	2 423.5	570.6	377.6	32.2
江苏	29 726.6	3 449.5	556.83	396.07	40.2
安徽	12 300	8 637.8	156.2	97.75	6.64
江西	9 303.3	655.46	96.43	38.76	2.9

资料来源:五省市 2009 年旅游统计年鉴及旅游业发展统计报告整理

2.2 安徽旅游收入结构较合理

从安徽国内旅游收入组成来看,安徽旅游业的区域发展仍不太平衡。安徽的三大板块中,大皖南的旅游收入占绝大部分,2009年大皖南板块累计接待入

境游客 120.82 万人次,所占全省比重为 77.37%,而新皖北板块累计接待入境游客 5.82 万人次,尽管增长了 18.13%,但其所占比重只有 3.73%(如下图所示),因而如何进一步带动新皖北板块和泛巢湖板块的发展,实现非物质文化遗产的融入式开发,是安徽旅游业今后重点的发展方向之一。

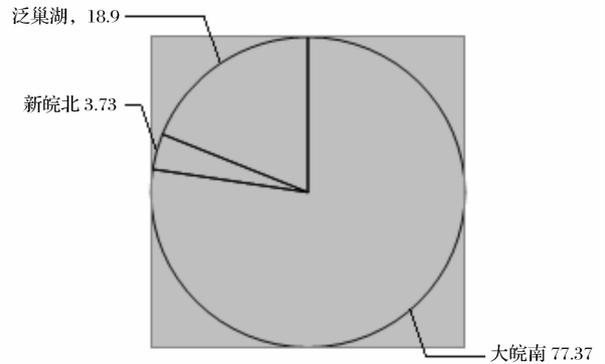


图 1 人均收入占全省的比重(%)

2.3 安徽旅游业的综合性配套服务较落后

从单纯的观光旅游向观光度假休闲旅游发展是旅游业发展的必然趋势。目前,安徽的旅游景区尚未在游乐休闲设施、购物中心及金融、通讯、医疗方面投入较多,因而游客看过景点就返回,逗留时间较短,这无疑会影响旅游收入的提高,制约安徽旅游业又好又快发展。

2.4 安徽旅游业创汇能力偏低

安徽国际旅游虽然发展较快,但基数低,旅游创汇能力仍偏低。近年来,安徽省着力提升了黄山、合肥、安庆、阜阳机场的接待能力,加大了对外宣传促销力度,2010年前七个月安徽省旅游外汇收入增加了四成,但与全国周边省份相比,还有较大差距。以入境旅游促国内旅游这一方针已在云南省取得显著的经济成果,而在安徽省并没有得到很好的贯彻落实。

2.5 安徽旅游管理和质量不具有明显优势

安徽省旅游多元化投入体系逐步形成,但总体规模偏小。相关的配套政策还不够完善,落实政策也不够到位,招商引资受到了一定的影响,产业发展受到一定程度的制约。安徽旅游的服务能力和国际化水平,有待更进一步促进和提高。

3 安徽旅游业发展对策

根据国家统计局分析,我国人均消费从目前到 2020 年将以每年 10.8% 的速度递增,新的消费狂潮就要来临,旅游业更应抓住时机加快发展。“十二五”已来临,各行各业均已做好了相应的规划,安徽省更应充分利用其丰厚的旅游资源,力争取得更高的旅游

收入。在这个良好的大环境下,随着安徽产业转移的逐步实施,安徽旅游经济必会更上一个台阶。

3.1 加强旅游宣传力度

旅游的发展离不开宣传,只有当更多人了解安徽的美与好,才会有更多的旅游者选择到安徽。强化旅游的宣传,扩大影响至关重要。在宣传工作中,要注意整体策划,有计划、有步骤、有重点地进行。目前,安徽黄山、九华山、西递宏村等早已名声远播,每年都会有大量的游客去旅游观光,其所带来的旅游收入相当可观。但安徽还有很多国家级非物质文化遗产的旅游景点,但这些地方尚未被大多数人所知道,这无疑是因为宣传还不够到位,如何将旅游热景区的游客吸引到这些地方,如何更好的联合促销,这些都值得思考与实施。

主要旅游景区景点可以自主对外宣传促销,同时每年省、市可以组织全省的、全市一些旅游景区景点联合进行宣传促销,这样旅游资源可以互补,不会空置,旅游线路也便于组合,效果应该会更好一些。

首先,我们应在客户的细分市场上下功夫^[2],由于年龄、收入等因素,每一类客户的偏好与特点都有差别,应采取差异化的宣传方式。其次,优化宣传队伍,除了每个景区要建立各自的宣传营销队伍外,还应在全国甚至国外进行宣传促销活动;在宣传中应加强旅行社之间的沟通机会,使自己的旅游线路更加方便与完善,以便得到更多游客的喜欢。再次,改进宣传方式。要进一步改进网络营销,不仅要宣传旅游资源,更应详细介绍餐饮、住宿、购物、交通、医疗甚至近邻的旅游线路,注重细节方面的服务。另外也可利用在安徽省召开的一些重要会议,发放一些精致的介绍旅游景点的宣传册子,增加全国各省的会议代表对安徽省的了解。最后,多举办一些促进旅游的事业和活动,增加知名度。可以组织召开历史人物纪念活动和现代中国革命史重大事件周年大型纪念活动,制造影响力,提高风景区的知名度,引起世人注意;争取举办国内国际赛事如“四体会”。这些都会提高知名度,从而增加旅游客源。

3.2 开发新的旅游商品

安徽有世界文化和自然遗产黄山、以世界文化遗产“西递、宏村”为代表的徽文化、中国佛教四大名山之一的九华山、中国道教四大名山之一的齐云山、全国重点风景名胜区花山谜窟—太极洞等丰厚的旅游资源,与此同时,安徽的旅游商品也非常丰盛。

最近几年旅游方式由团队为主变为散客(含自驾车散客)明显增多,旅游规格由大众型向豪华型提升,

旅游的目的不仅仅是观光,越来越多的向休闲、生态、探险等个性化发展,个性化的需求必然要求不断推出新的有价值的旅游商品。像黄山、九华山、齐云山、天柱山等山区风景旅游地,应更多利用山区有特色的农副产品资源,如用山区的竹、石、瓷等制造装饰品、纪念品;像水资源丰厚的江河湖泊风景点,可以加工鱼等特色食品。目前我国旅游商品高低档两极化严重,与大众购买力相符且能令大众满意的旅游商品尚且不多,不能同时兼顾国内国际市场。“五一”、“十一”黄金周的旅游越来越火热,这无疑会提高旅游商品的需求。

国际游客对旅游商品的需求偏向于中国特色,而国内游客偏向于地方特色,因而应针对游客的差异而设计出能满足不同偏好的旅游商品。在推出新的旅游商品时,应注意与地方环境资源相吻合,不可违背地方习俗等悠久的历史,也不可一味的追求旅游商品的数量,而大量使用当地的旅游资源,从而破坏地方生态环境。同时不可只注重美观而强调包装,而忽视产品的质量、安全性。旅游商品的推出应做好充足的前期准备工作,如市场调研等,不可盲目追求速度,应尽量考虑周全,旅游商品推出后若不受欢迎,严重的可能会增加游客对旅游景点的抱怨,降低该旅游景点的品牌形象。所以,要着重开发适应国内外游客消费水平和审美情趣,价格适中又不乏地方特色的旅游商品。

3.3 提高旅游服务水平

旅游服务是决定旅游发展水平的关键环节之一,服务水平高低在很大程度上决定了旅游业发展的快慢,因而要从各个方面提高旅游的服务水平。

首先,政府应进一步修改并完善旅游业的相关制度,对旅游业的投资、开发、经营和从业行为进行指导、管理和调控。加大旅游市场秩序综合整治力度,依法严厉打击损害游客权益的各种违法违规行为。政府应加大政策的扶持力度,如旅游企业创汇要享受外贸出口企业同等的奖励政策。还有应加强旅游风景名胜和旅游购物场所的管理,杜绝乱收费、乱提价和坑骗游客。应逐步做到和国际上各国家发展旅游业的通常做法接轨,制定各项政策和规定,促进旅游业的发展。

其次,旅游服务景点应改善其基础设施建设,不断完善交通、水源、卫生等方面,让游客享受旅游的舒适与快感,杜绝让游客产生不满与抱怨的情绪。加强风景名胜的餐饮、购物、信息传递、宾馆等一条龙的旅游服务项目建设,并且要加强对这些旅游服务项目的监

督与管理,使其无论何时都是规范的、放心的。

再次,应加强培养一批高素质、专业化的导游队伍,为游客提供高素质、专业的贴心服务。导游不仅要善于表达与交流,而且还要具备较高的素质,应妥善处理好与游客的关系,避免与游客起冲突,应注意表达方式,不可对游客产生偏见而区别对待,及时帮助游客解决在旅途中遇到的问题。

3.4 扩大旅游企业规模

安徽省丰富的旅游资源,吸引了众多国内国际知名酒店巨头的“眼球”,如快捷假日、锦江、古井等。但从全省来看,安徽星级酒店呈明显的橄榄型,其中二、三星级饭店占全省总数的82%,五星级饭店仅占1.2%。目前,安徽省星级酒店的增长与旅游市场的市场需求差距较大,应加强旅游星级饭店的建设,另外旅行社的建设也有待加强,进而扩大旅游企业的规模。在加强一、二星级饭店建设的基础之上,加大三星级饭店的建设,增加国内国际知名饭店的数量,提高服务人员的素质与服务水平,提升星级饭店的整体形象,满足游客的高层次需求。

要使安徽旅游走上健康、快速发展的通道,必须对安徽省现有资源进行有效地整合,培育具有市场竞争力的市场主体,组建跨区域、跨行业、跨所有制的企业集团。2000年安徽省就提出加快发展“两山一湖”(黄山、九华山、太平湖)旅游经济的战略^[3],因而应当以“两山一湖”来整体推进全省的旅游联动,应考虑以黄山、九华山两个旅游集团为基础,整合周边省市旅游企业,组建更有区域竞争力的大集团。

在扩大旅游企业规模的同时,也要继续推进旅游企业体制改革。安徽省各级风景名胜区与景点,存在着条条分割、管理权交叉的现象,应该重新审视安徽省旅游业管理权与经营权的体系;安徽省国有大中型宾馆饭店多数经营不佳,前景堪忧。各类旅游企业应加快以产权明晰为中心的体制改革,尽快建立现代企业管理制度,大胆探索景点景区三权(所有权、管理权、经营权)分离的体制创新,积极引进海内外的资金与管理。

4 小结

特色是旅游业之魂,文化是旅游业之基,环境是旅游业之根,质量是旅游业之本^[4]。因而安徽在进行旅游工作时,应高度重视旅游文化的挖掘,高度重视城市特色的营造,高度重视环境的绿化与美化,高度重视文物的保护,加强旅游目的地的环境保护和文化多样性建设势必成为旅游业发展的重中之重。

参考文献

- [1]王靖.安徽旅游业发展战略研究[J].旅游科学,2007,21(5):2.
- [2]王斌.安徽旅游经济发展的现状、问题与潜力[J].统计教育,2003(2):1.
- [3]章尚正.把握市场发展大趋势开创安徽旅游新局面—论省政府的旅游主导作用[J].中共合肥市委党校学报,2005(2):1—2.
- [4]魏小安,韩建民.旅游强国之路[M].北京:中国旅游出版社,2003:68.

The Current Situation and Problems of the Tourism Industry in Anhui Province, and the Countermeasures

HE Cheng-jin, ZHANG Hong

(Business College of Anhui University, Hefei 230601, China)

Abstract: In recent years, Anhui province tourism has made the good development trend, and brought a good tourism income, but during the process of the introductions of the manufacturing industry shift, some problems will restrict Anhui tourism economy's rapid and healthy development and influence the industrial transfer process, for example foreign propaganda does not reach the designated position, and regional balance of development remains to be done and so on. This article will put forward some of the implementation of the measures, through the analysis of the present situation and the existing problems of tourism in anhui province, which can promote the development of Anhui tourism economy.

Key words: current situation; countermeasure; tourism products; regional cooperation