

山东省入境旅游 发展对策研究

■ 傅云新 张成杰



[摘要] 近年来,山东省旅游业发展迅速,为山东的经济发展作出了很大的贡献,尤其是入境旅游,其经济作用是不可忽视的。山东省已经具备了发展入境旅游的资源 and 接待条件,但是在入境旅游人数和国际旅游创汇收入方面,与排名前几位的其他省市有一定的距离,省内东、中、西部各城市之间也存在很大的差距,而且入境客源市场结构也不合理,因此本文提出了山东省进一步发展入境旅游的5条对策。

[关键词] 入境旅游 现状分析 发展对策 山东省

旅游业已成为世界上一大产业,目前我国已形成了入境旅游、国内旅游、出境旅游全面发展的局面。其中入境旅游是我国发展旅游业的起点,经过二十几年的发展,入境旅游对我国的经济推动作用是显而易见的,尤其表现在增加外汇收入,平衡国际收支方面。“九五”以来,山东省旅游业的发展势头十分强劲,省政府把旅游业列为主导产业,使其成为国民经济新的增长点,为入境旅游的发展提供了良好的环境。大力发展入境旅游不仅有利于增加山东省的外汇收入,而且会大大提高它在国际上的知名度,同时带动其他产业的发展。因此如何更好地发展入境旅游是值得探讨的问题。

一、山东省入境旅游现状分析

1. 接待现状分析

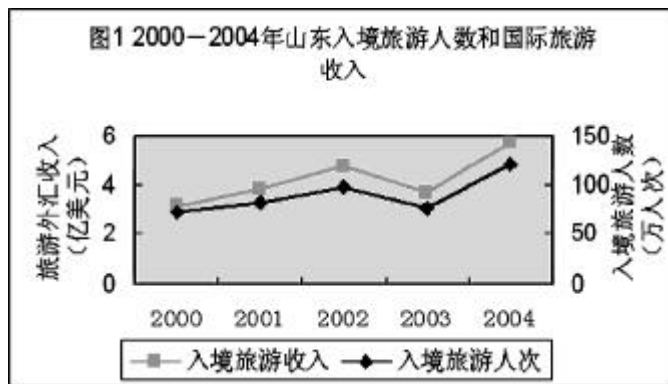
在旅游业涉及的众多行业中,与旅游最密切的旅行社业、旅游饭店、旅游景区业、旅游交通业被称为旅游业的四大支柱。它们在旅游发展中互相依赖,密切联系,缺一不可,其作用都是非常重要的。作为经济大省的山东已具备了这些条件:旅行社的数量位居全国第一位,2002年旅行社总数达1042家,比2001年增加了81家,其中国际旅行社达到55家,比2001年多了3家。星级酒店的数量也在不断扩大,2002年星级酒店总量为401家比去年增加53家,其中五星级8家,四星级32家,三星级152家,二星级179家,一星级30家。2004年全省旅游饭店目前有558家,客房5.8万间,床位11.1万张。

其中星级酒店有486家,包括五星级9家,四星级43家,三星级185家,二星级230家,一星级19家。香格里拉、索菲特、皇冠假日等国际著名酒店集团已进入山东省的青岛和济南,为接待国际游客作好准备。截止到2002年底,山东省旅游景区(点)已达600多家,被评为A级旅游景区(点)的达74家,其中4A级11家,3A级20家,2A级39家,1A级4家。2003年,A级旅游景区达到90家,比2002年增加了16家,其中增加4A级5家,2A级9家,1A级2家。

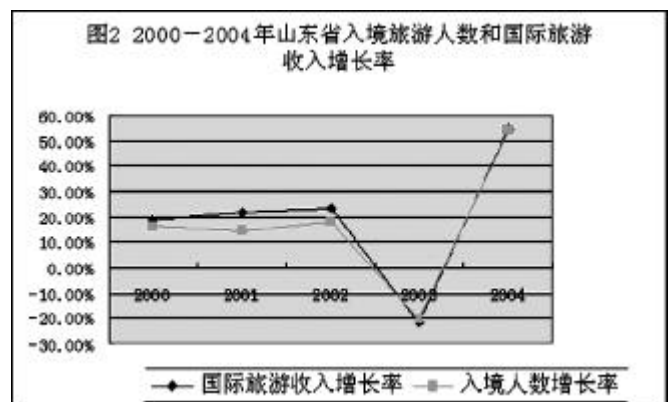
旅游交通是旅游活动中必不可少的环节,可以说没有现代交通,就没有现代旅游业。山东省的海陆空交通在全国具有重要的战略地位:铁路方面形成了比较完备的网络,新建成的京九铁路,

使山东省与香港能够直通车。日照市被国家批准为新亚欧大陆桥东方桥头堡之一。公路通车里程居全国首位,基本实现了以干线公路为主骨架,干支相连的公路网络。海运方面,现有港口26处,均对外开放,同世界多数国家主要港口通航。航空方面,以建成包括济南、青岛、烟台三个国际机场在内的7处机场开通国际、国内航线700多条,并有直飞日本、韩国、新加坡、俄罗斯、泰国等国家和地区的国际航线。这为大力发展入境旅游提供了方便的条件。

2. 入境旅游人数和国际旅游外汇收入分析



数据来源:中国旅游统计年鉴

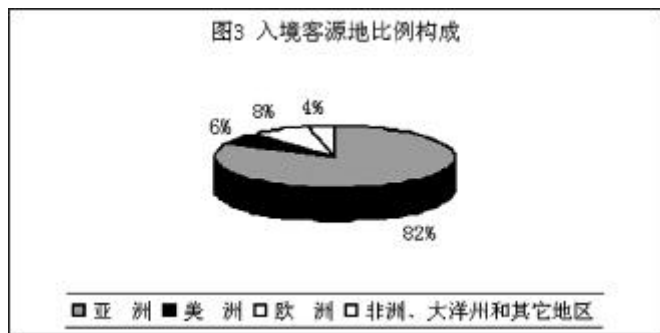


数据来源:山东统计信息网和中国旅游统计年鉴整理所得

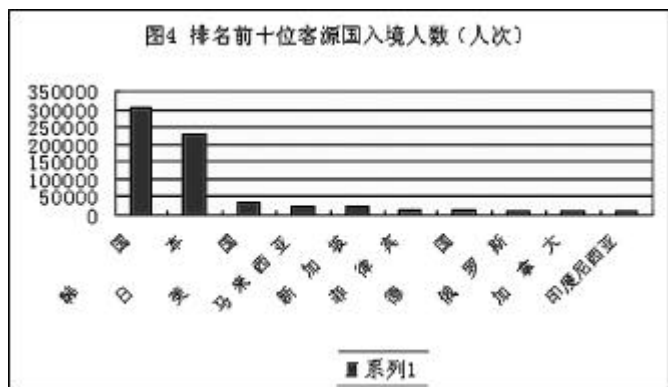
从图1可以看出,从2000年到2002年,山东省的入境旅游人数和旅游外汇收入一直呈明显的增长趋势,2003年因为全球性的“非典”疫情的发生入境人数和旅游外汇收入有所下降,到2004年又迅速回升。图2显示,从2000年到2002年,入境人数增长

率除2000年稍微有一点下降外基本呈缓慢增长,而旅游外汇收入增长率在这一阶段一直缓慢增长,2003年因“非典”有很明显的下降,2004年“非典”疫情过后两者的增长率迅猛增长,增长率达50%以上。从两个图表看出,旅游创汇随着入境人数的增多以较高的速度增长,同时说明除不可抗因素造成的损失外,山东省入境旅游基本上呈良性发展。

3. 入境旅游客源地的分析



数据来源：山东统计信息网（2002年的数据）

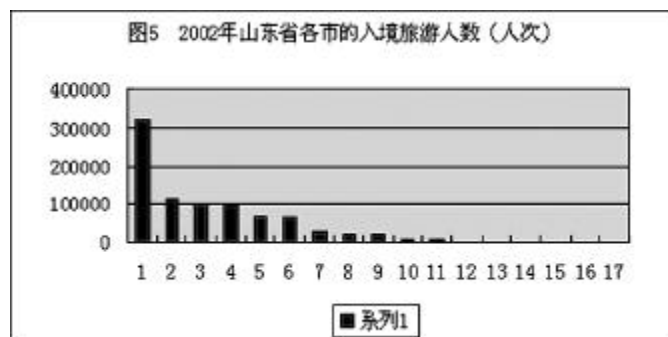


数据来源：山东统计信息网（2002年的数据）

从图3外国旅游者的洲别结构看,亚洲是山东省的第一大洲国际客源市场,占了整个入境市场的80%以上,欧洲和美洲的入境人次均低于10%,其他各大洲的比例之和还不到20%。

从图4外国旅游者的国别结构看,韩国和日本是山东省的两大客源地,韩国第一,日本其次,这与我国的第一大客源地是日本有差别。主要是距离原因,山东距韩国较日本近。韩国和日本的入境人次均超过20万人次,两国之和占据了入境外国总人次的70%以上。而其他每个客源国的入境人次均不超过5万人次,总人次之和达不到30%。

4. 省内各市的入境旅游人数的对比分析



1 青岛 2 烟台 3 济南 4 威海 5 泰安 6 济宁 7 潍坊 8 日照 9 淄博 10 聊城 11 临沂 12 枣庄 13 菏泽 14 东营 15 德州 16 滨州 17 莱芜

数据来源：山东统计信息网

由图1和图2的分析,我们得出入境旅游收入和入境人数是呈现相同的变化趋势。在这里笔者只作入境旅游人数的比较分析。

从图5可以看出,青岛接待外国旅游者的人数远远超出其他市的接待人数,总人数达30万人次以上,烟台居第二位,但与青岛相比,仅为青岛接待人数的1/3。而排名后两位的滨州、莱芜两市各自的接待人数竟不到400人次。排名前六位的市都位于东部沿海和中部地区,接待人数均超过5万人次,而排名后六位的市除东营是沿海城市外,其他都位于西部内陆地区,它们的入境接待人数在图5上根本显示不出来。

5. 与周围省份的入境人数和国际旅游收入的对比

表1 入境旅游人数和增长率

	2000年		2001年		2002年	
	人数	增长率	人数	增长率	人数	增长率
山东	72.31	16.3	82.87	14.59	97.68	17.9
辽宁	61.22	24.6	73.99	18.29	92.94	25.6
天津	35.62	11	42.14	18.3	50.6	20.1
江苏	161	19.74	18.37	14.14	222.6	27.8
河北	41.43	11.7	44.46	7.3	47.36	6.5
河南	32.5	8.3	36.56	12.5	41.01	12.2

表2 国际旅游外汇收入和增长率

	2000年		2001年		2002年	
	收入	增长率	收入	增长率	收入	增长率
山东	3.15	18.8	3.82	21.4	4.72	23.6
辽宁	6.12	25.7	7.39	21.1	9.3	18.8
天津	2.32	10.9	2.8	20.9	3.42	22.2
江苏	7.24	16.7	8.22	13.6	10.5	27.8
河北	1.42	14.3	1.57	10.4	1.68	6.7
河南	1.24	9.1	1.33	7.6	1.46	9.1

单位：人数为万人次，收入为亿美元，增长率为%

来源：中国旅游统计年鉴

从全国排名看,山东省的排名由1999年的第十位上升到2002年的第八位,逐年有一定的进步。但与排名前几位的省份相比,在接待人数和国际旅游收入方面还有相当大的差距。如2002年,位居首位的广东省的入境旅游人数达1525.88万人次,是山东的1.5倍;而国际旅游收入达到50.91亿美元,是山东省的十倍多。

由表1和表2,我们可以看出,与其他省份比较除江苏省和辽宁省外,山东省的接待人数和国际旅游收入均高于河南、河北、天津。与江苏相比,江苏的入境旅游人数是山东的两倍多,国际旅游外汇收入也是山东省的两倍多;与辽宁相比,山东省的接待人数较多,增长率低;而国际旅游收入低,增长率高,且山东的国际旅游收入增长率呈上升趋势,辽宁的呈下降趋势,这说明山

东有赶上辽宁的发展潜力。

6. 存在的问题

通过以上5个方面的分析,我们可以总结出虽然山东省的入境旅游发展的总体状况比以前有较快的发展,但是某些方面也存在着不足之处:

(1) 山东省的国际客源市场结构极其不合理。通过图3和图4的分析可以看出,对亚洲市场的依赖性太强,而欧洲和美洲市场的开发严重不足,一旦亚洲地区尤其是韩国和日本发生不可抗因素,对山东省的入境旅游造成的损失是不言而喻的。

(2) 山东省东中、西部各市的入境旅游发展存在严重的失衡。

(3) 山东省入境旅游发展水平总体上处于“比上不足,比下有余”的位置。要赶上广东、北京、上海、江苏、浙江等省份,还需各方面的努力。

二、发展对策

1. 加强区域旅游合作

区域合作是市场经济发展的必然结果,也是发展大旅游的必然趋势。通过区域合作,可以取长补短,互惠互利,共享客源市场。加强区域合作可以分为三个层次:第一层,省内合作。从前面的分析,我们知道山东省内中、东部和西部各市的入境旅游发展很不平衡,因此必须建立区域旅游合作机制,以青岛为中心的东部沿海地区为龙头,以济南为中心的中部地区为阶梯,逐步带动西部地区的入境旅游发展,形成省内大旅游环境。第二层是与周围省市的合作。由于山东省独特的位置,既可以联合河北、河南、天津、辽宁,建立环渤海旅游合作,开辟海上旅游专线;也可以加入以北京为中心的环北京区域合作,利用北京是全国首都的优势,广泛吸引海外游客。第三层是与国际合作。山东省与韩国、日本等旅游发达国家仅有一水之隔,这种独特的地理优势,可以和它们建立东亚旅游合作。

2. 建立合理的国际客源市场结构

为了防止对单一客源市场的依赖性,山东省政府应实施多元化的国际市场开拓策略,吸引更多的各大洲经济发达的国家成为山东省的主要客源国。最近,我国与欧盟、非洲等国家签定了旅游备忘录,简化入境手续等也为山东省开发这些地区的市场提供了很好的机会。从洲别市场结构看,首先,力保东亚、东南亚市场的首要地位;其次,重点拓展欧洲和美洲市场。欧洲主要是深度挖掘北欧、南欧、中欧地区,美洲市场要逐步延伸到拉丁美洲。两洲的入境人次比例之和力争达到30%。最后,争取非洲和大洋洲市场。两洲的入境人次比达到10%以上。从国别市场结构看,加强韩国、日本两个重量级市场,深度挖掘美国、加拿大、德国、法国、英国、意大利、澳大利亚、新西兰等远程市场国家市场,使这些国家的入境人数达到5万人次以上。

3. 整合旅游资源,打造名牌旅游产品

山东省既有影响深远的历史文化资源,又有丰富的自然资源。面向海外游客,省政府应联合其他相关部门打造精品旅游产品。

文化资源方面,以儒家文化为主的齐鲁文化。儒家文化是统治中国两千多年的封建思想的源泉,它的思想博大精深,对现代的文化思想仍有重要的意义。以孔子为代表的儒家文化,已经名扬海外。最近,国家有关部委决定在世界各地开办孔子学院。通过与儒家文化的有效整合,利用孔子文化的知名度,塑造出有突出意义的齐鲁文化品牌。因此,塑造齐鲁文化品牌是山东省广泛吸引海外游客的重要战略之一,也是树立山东省对外旅游形象不可缺少的品牌之一。

自然资源方面,以海滨旅游资源为主。以青岛、烟台、威海为中心的东部沿海地区有着丰富的海滨资源,如清新空气、蓝天碧海、阳光沙滩,可以与巴塞罗那相媲美。但是,在游客吸引力

方面差距甚远。这说明海滨旅游资源有着广阔的发展前景。旅游开发部门应借鉴国外的海滨开发经验,开发成为国际化、现代化的海滨旅游度假区。海滩上开展体育运动项目如沙滩排球、足球等,配备可随时拆卸搬运的体育器材。增设躺椅、凉棚等休息辅助设施。海上开发水上运动如帆板、冲浪、潜水等项目和水上表演节目等集运动与休闲于一体的项目。

4. 主攻国际宣传促销

积极的国际促销是十分必要的。大部分外国人对我国的了解还停留在十八世纪,甚至有些人根本不知道中国,更不用说是山东省了。进行国际促销的方式主要有到国外直接促销、参加国内举办的世界旅游博览会促销、举办世界型的节庆活动等。国外直接促销和举办节庆活动是最有成效的促销方式。山东也举办了不少的国外促销活动和国内世界性的节庆活动。

在国际促销方面,山东省政府应加大促销力度,针对不同的国家制定不同的促销方式。近几年山东省政府在海外宣传上已做了大量的工作。到韩国、日本、德国等海外国家促销,举办“中韩文化节”“中日文化周”等。每年投入几千万元作为旅游宣传经费。2003年,省政府投入到旅游宣传方面的经费达6千多万元。但是,与其他旅游强省相比投入还有一定的差距。

在举办节庆活动方面,如国际孔子文化节、国际泰山节、青岛啤酒节、潍坊风筝节等,起到了很好的宣传效果,吸引了大批海外游客。但这些节庆活动的举办主要集中在中、东部城市,因此,西部地区应充分利用自己的资源优势举办国际性的节庆活动,提高国际知名度。2008年奥运会在北京召开,山东的青岛市是奥运会的惟一协办城市,这对山东的旅游促销是不可多得的机会。省政府的促销重点放在整个山东的旅游形象和精品旅游产品两个方面,其他市区也要做好各自的促销卖点,扩大在国际上的影响。

5. 重视对入境旅游的学术研究

笔者曾以“山东”“入境旅游”为关键词在中国期刊网上搜索相关题目,没有看到一篇是关于山东省的入境旅游方面研究的论文。在山东省旅游局网站上,只有对国内旅游的分析报告却没有入境旅游的分析报告。因此,建议省政府、旅游局及相关机构应加强对入境旅游的研究,成立山东省入境旅游研究课题组,以便制定有针对性的国际营销策略、开发适销对路的旅游产品和提供高满意度的服务。

参考文献:

- [1] 山东统计信息网 www.stats-sd.gov.cn
- [2] 中国山东 - 改革开放的窗口 www.sd-china.com
- [3] 国家旅游局. 中国旅游统计年鉴[M]. 北京: 中国统计出版社
- [4] 徐正林: 我国入境旅游的特点和发展趋势分析[J]. 世界地理研究, 2003, 9
- [5] 姜世娣: 试析我国入境旅游市场[J]. 人大复印资料 - 旅游管理, 2003, 2
- [6] 何佳梅等: 南京入境旅游市场空间结构分析及发展对策[J]. 社会科学家, 2005, 1
- [7] 唐留雄 何平: 温州入境旅游发展对策研究[J]. 温州大学学报, 2002, 9
- [8] 贾 茹 俞金国: 大连市入境旅游市场分析[J]. 河北师范大学学报, 2004, 9
- [9] 王诗成: 山东大力发展海洋旅游业. 海洋信息[J], 1995 (6)
- [10] 傅云新: 旅游学概论. 广州: 暨南大学出版社[M], 2004

[作者单位: 暨南大学管理学院]