

文章编号: 1671-8747(2005)01-0084-05

海南旅游商品市场分析及其发展对策

袁建平, 杜娜, 余天虹, 唐少霞

(海南师范学院 资源环境与旅游系, 海南海口 571158)

摘要: 在分析了发展海南旅游商品的有利条件的基础上, 提出了目前海南旅游商品存在的问题, 诸如开发、生产、销售脱节, 品种单一、缺乏特色, 不够物美价廉等等, 并针对这些问题, 为今后海南旅游商品发展提供对策和建议。

关键词: 海南; 旅游商品; 对策

中图分类号: F 592

文献标识码: A

旅游商品是一种附加值比较大的商品, 它具有投资少, 见效快, 收益高, 风险小的特点, 属于劳动密集型产业^[1]。对于缺少工业生产的海南省来说, 可安排大量人员加入旅游商品产业, 解决就业问题, 也有利于本地资源的深加工, 促进相关产业的开发与发展, 增加居民收入; 另一方面通过旅游商品的向外销售, 犹如海南的活广告, 扩大海南旅游的知名度, 增加海南旅游的市场竞争力, 促进海南旅游发展, 这对于海南目前的经济发展有很大的补充作用。

1 海南旅游商品市场的区位状况

海南的旅游商品市场主要景点分布^[2] (见图1) 主要以海口和三亚两个主要旅游城市为中心, 沿东中西交通线分布。海口市的旅游市场主要集中于热带海洋世界、假日海滩、五公祠、万绿园和火山口公园附近; 三亚市的旅游市场主要分布于亚龙湾、大东海、鹿回头、天涯海角、南山等地; 东线旅游市场沿线为东寨港、宋氏祖居、东郊椰林、铜鼓岭、博鳌、东山岭、兴隆和猴岛等地; 中线旅游市场沿线为省民族博物馆、七仙岭、五指山、百花岭和南丽湖等地; 西线旅游市场沿线为尖峰岭、松涛水库、东坡书院和临高角等地。



图1 海南旅游商品的区位分布图

2 发展海南旅游商品的有利条件

2.1 丰富的自然旅游商品资源

海南岛四面环海, 地处热带, 海洋生物非常丰富^[2,3], 利用海产品可以制作具有浓郁热带海岛特色的旅游商品, 如海螺、贝壳、贝雕等工艺品; 丰富的热带水果如椰子是每一位游览海南的游客所喜欢的; 丰富的热带

收稿日期: 2004-08-13

基金项目: 海南省自然科学基金项目(40201); 海南师范学院院内基金项目(Qn2002020); 海南师范学院博士启动基金项目(KI200103)

作者简介: 袁建平(1973-), 男, 湖南常德人, 博士, 副教授, 主要从事地理学方面的教学与研究。

©1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

动物、植物经过加工可以制作成海南特色的旅游工艺品,如蝴蝶标本,海南椰雕,海南红豆(相思豆)等。

2.2 独特的海岛风情与文化

由于海南与大陆及其他国家和地区越洋相隔,因而在地理条件上又使本岛具有完全独特的封闭性,这使海南的居民在长期的发展历史过程中,产生了独特的历史文化,民俗民风,它对岛外的游客来说是比较神秘的,游客对此有很强烈的了解欲望,因此本地的民族服饰、手工艺品,如黎族、苗族的丝织品,成为很受欢迎的旅游商品。

挖掘海南的宗教文化、民间传说、历史典故之内涵,可以开发出许多的旅游商品,如南山佛教的开光物,洗夫人的灵光物品,临高的木偶等等^[3]。

2.3 有利的社会经济条件

海南省政府在1999年就颁布了有关旅游产品的有关规定,明确了海南旅游产品的生产、销售,并提出海南旅游产品的发展规划,为海南旅游产品指明了方向^[4]。

最近10a,中国经济的迅速发展,使旅游事业也得到迅猛发展,海南已成为全国著名的旅游胜地,到海南旅游已经成为一种时尚。如今年春节期间的游客就达66万多人,创历史最高纪录。海南品牌旅游逐渐在全国、全世界打响,这对海南旅游产品的发展有很大的促进作用。我省的相关企业已逐渐形成共识,积极开发、设计、推广具有本岛浓郁地方特色的旅游产品。

3 海南旅游商品存在的主要问题

3.1 开发、设计、生产、销售严重脱节

这方面问题是最突出的,也是各方面反映最强烈的。就海南省旅游商品近年来一直徘徊不前的原因进行问卷调查^[5,6],统计结果表明,48%的问卷认为各方面配合不够,没有把几个方面连接贯通起来;认为旅游商品设计太陈旧、没有新意的19%;16%的参与者认为生产工艺水平太低,不能生产出高水平高质量的产品;还有9%的人认为销售渠道不畅,没有专门销售正牌商品的销售点和8%的回答者认为景点不配合,不能在景点让客人买到价格合理的旅游商品。

3.2 品种单一,缺乏特色

根据有关资料了解^[5,6],对专家回答的“你认为国内旅游者会喜欢什么样的旅游商品”的调查表明:42%的专家认为旅游者会喜欢体现传统工艺特色和有中国特色的,尤其是有乡土特色的商品;有32%的专家认为旅游者会喜欢海南景点特色的商品;有26%的专家认为旅游者会喜欢有现代气息,体现当代审美情趣的商品。对国内游客的调查表明:有75%的游客希望在景点买到有景点特色的旅游商品,而海南的旅游商品和旅游景点则不能充分满足旅游者这种非常明显的需求;因此,在想买而没有买到旅游商品的旅游者中,有26%的游客因为没有碰到想买的商品而放弃购买,有37%左右的游客会因为旅游纪念品的选择款式太少,没有保留价值和纪念意义,不新颖,不时尚而放弃购买海南的旅游商品。如海南的椰雕,几十年一副面孔,不外是人物面孔,或猴子猩猩的面目表情,毫无新意,海螺贝壳做成的旅游商品也缺乏创意,特色性不强,携带不够方便,激发不起游客的购买欲望。

3.3 不够价廉物美,货真价实无保障

根据海南旅游统计数据计算^[5,6],游客在海南平均花费为1626元,在琼购物花费仅为300多元,但他们对旅游纪念品的价位仍很计较,有74%的国内游客希望能在海南买10~50元的旅游纪念品,只有少数人希望买到50元以上的纪念品,其中愿意购买单价300元以上纪念品的仅为4%。这充分说明,海南旅游纪念品应该价廉物美,因为购买对象主要还是工薪阶层。根据有关资料的调查,另一个数据也表明旅游者非常需要价廉而有质量保证的旅游商品;有52%的旅游者认为,他们想买而没有买的旅游商品的主要原因是价位不合适,即价位太高;有16%的游客因为怀疑是假冒伪劣商品而放弃购买意图。2000年在海南欢乐节上出现的海南岛岛服可以说是一件非常有特色的旅游商品,但是目前游客购买的并不多,原因是质量好的正牌岛服价格都在百元以上,对3日游海南的游客来说是一笔不小的开支,而50元以下的岛服又不耐用。另外,游客在购买旅游商品时还会受到假冒商品、价格欺诈的伤害。据报道,假日海滩的旅游商品商店曾以10元的塑料手镯假冒玳瑁手镯销售,价格高达1000元,欺骗游客,严重影响海南旅游市场的声誉。

3.4 对传统工艺缺乏应有的保护

近几年来,由于种种原因,一些生产传统工艺美术的企业经济效益不佳,传统工艺美术作品缺乏创新,人才流失,大有人亡艺绝的可能,影响了这些企业朝着专业化的方向发展.呼吁尽快制定落实《海南传统工艺美术保护条例》,把保护政策落到实处.同时,呼吁把旅游纪念品生产企业放在文化产业之中,用文化产业的办法进行管理和动作,在税收、信贷、技术等方面给予扶持和优惠^[7,8].

3.5 旅游商品的宣传主题不明确

目前海南旅游商品的宣传没有一个定位准确、地域特色浓厚的口号,旅游商品的广告投入比较少,外界对旅游商品不甚了解,海南旅游商品的生产、销售处在自生自长的状态.

3.6 没有充分发挥旅游热点辐射全国的优势

目前海南旅游商品的市场还远远没有满足广大国内外旅游者希望在海南买到具有海南特色,在全国有代表性的旅游纪念品的要求.

4 今后的政策、措施和建议

4.1 健全旅游商品工作的管理和协调体制,强化行业管理权威

要建立适应海南旅游商品新形势要求的管理体制,目前各方面都已经认识到:管理体制应该理清旅游商品问题涉及到的方方面面,少了哪一个方面都是搞不好的.旅游商品至少涉及开发、设计、生产、销售这这个大环节,因此,要把这几大环节联系起来,使这几个链条真正活起来,运转起来.但是,目前海南省对这几个环节的管理从体制上来说是分割和脱节的,不能形成一个整体并且灵活转动起来.从开发、设计来说,与海南科委有密切关系;从生产来说,由市经委协调管理,属于工业范围;从销售来说,由省商委来协调和管理;旅游商品也离不开旅游部门的参与.要使海南旅游商品工作上一个新台阶,必须下决心改变目前谁都在抓,谁都不主抓,谁都没办法协调的状况,形成机构健全、齐抓共管、分工明确、协调有力的协调管理机制.建议各部门从全局出发,建立海南省旅游商品协调领导小组,由相关主管省领导挂帅,由省商委、省经委和省旅游局领导参加,同时设立协调领导小组办公室,办公室设在旅游局.遇到旅游商品的重大问题由领导小组研究决定,由各参加单位分工负责地加以解决,由办公室具体安排布置.建立起有效的管理体制和综合协调工作机制,进一步强化政府对旅游发展的主导地位 and 宏观调控职能,使全省各级、各部门、各单位相互衔接,融为一体,高效率地为发展海南旅游商品服务^[4,9].

与此同时,还可以建立社会团体性质的旅游商品协会.由省科协、海南省商业协会、海南省工业经济协会、海南省消费者协会和海南省旅游行业协会等社会团体参加该协会.在政府部门不便出面的情况下,充分发挥社会团体和市场机制的作用,与上述领导小组及其办公室共同努力抓好旅游商品工作.

4.2 抓好旅游商品的规划工作

首先,建议制定海南旅游商品 5 年发展规划或 10 年发展规划,在宏观上、战略上、方向上对旅游商品工作做出规划,对 5 至 10 a 期间重点解决的问题及发展目标做出规定,所订立的目标要符合世界潮流和世界惯例,争取在 3 个到 4 个 5 年计划内,使海南旅游购物花费占旅游总花费的 40% 以上,进入世界旅游商品比较发达的地区行列之中.要加快发展当前比较畅销的旅游商品,争取在近期内获得明显的经济效益,带动相关产业的发展,从而推动海南的经济发展.

其次,要制定出适合海南旅游商品发展的近期、中期和远期发展规划,有目的地开发海南有特色的旅游商品资源,使其形成产业链,并使它成为推动海南旅游事业向前发展的动力.

另外,还要严格控制旅游商品资源的过度开发与非合理利用.生态环境的保护与旅游资源的开发是一对矛盾,随着海南旅游业的迅猛发展和旅游资源开发利用的热情的空前高涨,我们更加需要保持清醒的头脑^[10,11].过去我省旅游开发宏观调控和执行规划乏力,许多地方和部门对旅游资源的开发缺乏理性,出现了不少以牺牲环境代价换取眼前经济效益的情况,如三亚、陵水等地将热带珊瑚无节制开发,猎杀玳瑁制作旅游商品,破坏了海洋生态平衡,影响海南旅游业的可持续发展,所以要把这种认识上升到法律、法规的层次,并在实际操作中严格把握,严格控制旅游商品资源的过度开发与非合理利用,确保海南旅游商品的可持续发展.

4.3 完善市场机制,推动旅游商品设计、生产和销售的良性循环

在市场经济条件下,政府在旅游商品问题上,要管大事、管政策、管推动,政府不可能事无巨细地参与设

计、生产和销售每个环节和每项事务,具体运行还是要靠市场,由企业行为去具体运作,推动这项事业的发展。这些工作主要从以下几个主要方面着手:

1) 鼓励建立旅游商品中介服务机构 目前海南省旅游商品方面的设计机构、生产机构和销售机构已有不少,但是,把这三者串在一起的中介服务机构极为少见。鼓励建立那种提供设计、生产、销售等多方面的信息和服务的公司将有利于把各种优势资源按照市场经济的规律进行配置,有利于将海南乃至全国、全世界的旅游商品设计、生产、销售方面的高、精、尖人才(软件)资源和资金、工艺、机器设备、销售场所等优势资源(硬件)集中在一起,克服现有的许多环节互相脱节,各种人才互不交流,各种信息互不相通的严重缺陷。

2) 设立旅游商品开发基金,鼓励创造新设计、新产品 建议设立“海南旅游商品开发基金”,制定“海南旅游商品开发基金章程”,成立基金会,该基金会用于鼓励那些在旅游商品设计和开发中有较大贡献的单位或个人,对在海南旅游商品的设计大赛中的优胜者就可以动用这笔基金,提议在海南举办2 a 1次的海南旅游商品设计大奖赛,鼓励海南旅游商品推陈出新,适应海南旅游市场的发展,促进海南旅游商品市场稳步前进。

3) 用贴息贷款等办法,鼓励企业生产优质旅游商品 目前海南许多旅游商品企业存在严重开工不足的情况,其中的根本原因就是严重缺乏批量生产的启动资金,一些困难企业甚至连制作模具的费用都拿不出来,企业和职工的收益受到严重影响,有的企业甚至走到破产和工人失业的严重地步。在这种情况下,政府应该对有批量生产能力、产品销路较好并有发展前途的企业给予贴息贷款的支持。只要是有前途的企业,争取让企业通过无息得到的贷款缓过劲来,并发展壮大起来。建议每年向省政府申请200万元人民币,用于对旅游商品方面生产企业的贴息。通过这笔利息每年至少能贷到2 000万至3 000万元的银行资金,经过几年的输血补血,一定能增强企业的造血机能,救活一批企业,丰富和发展海南旅游商品。

4) 建立和规范旅游商品市场,顺畅旅游商品销售渠道 旅游商品工作能否做好的关键是销售。今后,应把旅游商品工作的重点转移到销售环节上来,使货畅其流,使旅游消费者的需要得到充分满足。为此,必须克服商品销售上的“两多两少”:旅游商品市场中一般性的、全国哪里都能买的商品极多;一些景点景区销售粗制滥造的、无海南特色、无景点特色的旅游商品多;在省级、地区级商业中心,旅游商品的专卖店和专营柜台少;在景点景区中的商店和摊点,销售与景点特色有关联的旅游商品少。为了使旅游商品货畅其流,必须建立和健全旅游商品市场,一是要在流动人口多、商店林立的地区包括省级商业中心和地区级商业中心建立专营旅游商品的商店或商场,或者在这些地区的综合性商场内设立旅游商品专柜。二是要重点扶持旅游商品产、供、销一体化的公司,在商业中心和景点景区设立本公司的联营店或连锁店,在这些店里能做到统一品牌、统一价格、统一服务规范。三是在海南建立1至2个集中全省甚至全国优质旅游商品的大市场。在适当的地区建立旅游商品步行街,充实与提升海南的旅游商店和旅游商品品牌,提高海南旅游商品影响力,扩大海南旅游商品的知名度。与此同时,必须规范与整顿已有的旅游商品市场。第一步要先行规范与整顿海南主要景点景区的旅游商品市场,旅游部门与工商局联合对这些景点景区中商业摊点过多过滥的问题予以整顿,帮助各个景点规划、规范好商业网点布局。对于设在景点景区的商业网点,要求所售商品30%以上必须与景点景区相关,没有达到这一要求的,一律不让开业;同时,鼓励那些大量销售与景点景区有关的商品的商业网点,当销售与景点景区有关的商品达到80%以上时,旅游商品工作有关机构将在税收方面给予优惠并奖励。工商行政管理部门要加强管理,打击假冒伪劣产品,对经营旅游商品的商店可以实行保证金制度,当旅客在这些景点景区购买了假冒伪劣产品时,可以获得相应的赔偿,对故意出售假冒伪劣产品的商店或个人,禁止在旅游景点景区内纠缠游客购买旅游商品,以维护海南旅游商品的声誉。

5) 实行对海外旅游者购物退税制度 为了增强海外旅游者的购物消费,依照国际惯例,争取在海南率先实行对外旅游者的购物退税制度。建议国务院、财政部同意出口退税的方式,退给海外旅游者在琼购物时所含的增值税,退税比例参照出口退税政策执行。建议省旅游局与国家旅游局一道向财政部提出在海南省进行海外旅游者购物退税试点,以增加海外旅游者的在华、在琼消费。

6) 加强与旅游发达国家的交流 至于学习国外先进经验和先进运行机制,我们有必要采取走出去、请进来的办法,加强与旅游商品做得较好的国家和地区的交流^[13]。同时,应该利用海南发展旅游的资源、环境等优势,牢牢把握引进外资发展海南旅游的大好机遇,加快高速旅游产业利用外资的相关政策,在维护我国长远和根本利益的基础上,千方百计扩大我省旅游业利用外资的规模,加快制定旅游商品生产、销售利用外资的专门规划,完善旅游投资导向体制,引导外资在投向和区域上的合理分布,使外商对旅游商品产业的投

资更加符合海南旅游商品产业确定的发展方向和目标,使海南旅游商品产业获得更好的经济效益,外商的投资也得到更好的综合效益。

7)加强对产品的宣传和人才培养,大力推进标准化、国际化 目前,海南旅游商品宣传显然是微不足道的,至今还没有打出一个响亮的朗朗上口的宣传口号,在旅游商品中的拳头产品没有真正形成,所以应广开言路,多渠道进行产品广告宣传,增加海南旅游商品的知名度。同时,针对海南旅游商品品种单调、包装简单、产品档次低、携带不方便的情况,建议各有关部门组织协调。在一些院校开设旅游商品的设计开发、生产、销售的有关专业,或积极引进此方面的人才,使海南旅游商品的设计、生产、销售走上新的台阶。另外还要利用我国加入世界贸易组织的大好机会,实现产品的标准化、国际化的生产,增强我省旅游商品的市场竞争力。

8)保持岛屿独特的文化 独特的民族风情是最吸引游客的资源,独具特色的本地旅游商品是最能激起游客购买欲望的,要避免受外来文化的干扰,否则将会失去应有的吸引力,就会失去市场。因此,一方面要紧跟时代的步伐,设计、生产出游客、市场所需要的产品,另一方面要尽量减少外来文化的影响,尽量保持海南原有特色的风格,走可持续发展之路。

9)加强横向联系 不只将旅游商品的推销与其他的旅游项目进行纵向联系,也可以将旅游商品的推销与其他产品的展销连在一起,如可在海南冬季农产品交易会上推销海南旅游商品,利用这些平台展示海南旅游产品,促进海南旅游事业的发展。

参考文献:

- [1] 樊妹玉,杨达源,李徐生.旅游商品开发浅析[J].资源开发与市场,1999,15(2):119—120.
- [2] 杨昭宽,刘衍荣.海南旅游导趣(第2版)[M].海口:海南出版社,2001.
- [3] 符永光.天涯伴侣(第1版)[M].海口:亚洲出版社,1999.
- [4] 《海南年鉴》编辑委员会.海南年鉴(2002)[M].海口:海南年鉴出版社,2002.
- [5] 李胜洪.加快海南旅游业发展的几点思考[N].海南日报,2003—02—07(05).
- [6] 《海南年鉴》编辑委员会.海南年鉴(2003)[M].海口:海南年鉴出版社,2003.
- [7] 刘小航,唐 卉.海南旅游资源持续利用探讨[J].热带地理,2002,22(2):152—155.
- [8] 唐少霞,余龙师,赵广孺.五指山发展生态旅游的思路[J].海南师范学院学报(自然科学版),2002,15(3/4):86—89.
- [9] 赵广孺,辛 琨,唐少霞,等.试谈旅游区的可持续发展[J].海南师范学院学报(自然科学版),2002,15(3/4):90—92.
- [10] 邱彭华.旅游地景观生态规划理论探讨[J].海南师范学院学报(自然科学版),2004,17(1):69—74.
- [11] 唐少霞.海南旅游资源的优势依赖于生态环境的保护[J].海南师范学院学报(自然科学版),2000,13(1):107—110.
- [12] 李明德.充分利用首都资源优势,努力创意旅游特色产品,扩大北京旅游的吸引力[J].北京联合大学学报,2001,14(1):120—123.

The tourist commodity market in Hainan: analysis & countermeasures for development

YUAN Jian-ping, DU Na, YU Tian-hong, TANG Shao-xia

(Department of Resources, Environment and Tourism, Hainan Normal University, Haikou 571158, China)

Abstract: On the basis of analyzing favorable conditions for developing tourist commodities in Hainan, questions on tourist commodities were raised, such as the separation of development, production and marketing of tourist commodities, lack of varieties in tourist commodities, and shortage of local features, etc. In line with the above-mentioned questions, some suggestions and countermeasures for the tourist commodities were brought forward.

Key words: Hainan Province; tourist commodities; countermeasures