

建立中国—东盟自由贸易区对海南旅游业的影响及对策

王凤¹, 张瑛¹, 林红²

(1. 西北大学经济管理学院, 西安 710069; 2 北京轻工职业技术学院, 北京 100029)

[摘要] 中国—东盟自由贸易区的建立, 对在旅游资源和旅游产品上与东盟各国较为接近的海南旅游业来说, 不可避免地会受到较大影响。本文通过对海南旅游业现状及自由贸易区建立后对海南旅游业的有利与不利因素的比较分析, 提出海南旅游业应立足于国内市场, 实施创新战略来面对挑战。

[关键词] 中国—东盟自由贸易区; 海南; 旅游业

[中图分类号] F590

[文献标识码] A

[文章编号] 1002-5006(2003)05-0057-05

2002 年 11 月 4 日, 原中国国务院总理朱镕基和东盟十国领导人签署了《中国—东盟全面经济合作框架协议》, 决定到 2010 年建成中国—东盟自由贸易区。《框架协议》是中国与东盟全面经济合作的里程碑, 它的签署标志着中国与东盟的经贸合作进入了崭新的历史阶段。在经济领域, 自 1995 年以来, 中国与东盟的双边贸易额一直呈上升趋势, 现在东盟已经成为中国第五大贸易伙伴, 而中国则成为东盟的第六大贸易伙伴^①。自由贸易区的建立对中国来说意义深远, 但对海南省的旅游业来说却是挑战大于机会。

一、海南旅游业的现状及存在的问题

海南是中国唯一的热带海岛海滨旅游度假胜地, 其旅游特色缘于它在中国的地缘优势——全岛地处热带, 尤其是旅游的拳头产品“三亚”, 这里有中国唯一的四季皆宜的碧海蓝天。也正是这种不可替

代性, 海南旅游业发展非常迅速, 2002 年, 海南接待国内外游客达 1254.96 万人次, 是 1987 年建省前的 16 倍多, 旅游总收入达 95.38 亿元, 约占全省国内生产总值的 15.3%。旅游业已成为海南省经济发展的支柱产业, 海南省也由此跃升为我国旅游业发展最快的省份之一, 但是近年来尤其是 2002 年却出现了新的问题。

1. 国内旅游增长缓慢

海南的旅游自建省以来一直是以国内旅游为主, 国际旅游处于劣势, 仅占很小的份额, 这就形成了其旅游市场严重依赖国内游客。但近几年, 国内旅游增长速度开始放缓, 表现为旅游人数的小幅增加, 而旅游收入的增幅递减; 旅游者在海南的消费水平偏低, 海南国内旅游收入已经远远低于全国的平均水平。如表 1 所示。

2. 国际旅游的优势不明确

海南省的国际旅游一直处于劣势, 而且表现平稳, 海外旅游者人数占海南旅游总人数的比例不到 5%, 海外旅游收入不到旅游总收入的 10%。如表 2 所示。

3. 旅游企业管理不善, 亏损严重, 旅游市场缺乏诚信

旅游市场的管理混乱、低价恶性竞争、旅游企业不讲信用、违法经营的行为普遍存在。国家统计局海南省企业调查队每个季度都对全省 250 家企业进行景气跟踪监测显示, 企业反映突出的问题无一不与企业信用有关, 如旅游业无序竞争, 假冒伪劣产品屡见不鲜等, 不讲信用已成为企业一大流弊, 旅游企业管理不善, 经济效益偏低, 普遍亏损严重。

二、建立中国—东盟自由贸易区对海南旅游业的影响

[收稿日期] 2003-06-08

[作者简介] 王凤(1972-), 女, 陕西人, 经济学硕士, 西北大学经济管理学院讲师。主要研究方向为旅游经济学和旅游财务管理; 张瑛(1967-), 女, 陕西人, 馆员, 西北大学经济管理学院。主要研究方向为图书情报管理; 林红(1972-), 女, 陕西人, 经济学硕士, 北京轻工职业技术学院讲师, 主要研究方向为旅游企业管理。

① 中新网. 新闻大观, 国内新闻. 2002-11-01.

表 1 海南国内旅游人数和收入情况

时间	国内旅游人数 (亿人次)		增长 (%)		旅游收入 (亿元)		增长 (%)		人均消费 (元)		增长 (%)	
	海南	全国	海南	全国	海南	全国	海南	全国	海南	全国	海南	全国
1998	0.081655	6.94	9.1	7.89	58.97	2391.22	10.7	13.2	722.18	344.5	1.02	10.50
1999	0.088358	7.19	8.2	3.54	63.78	2831.92	8.10	18.43	721.84	394	-0.005	18.4
2000	0.095889	7.44	8.5	3.5	69.51	3175.54	8.9	12.1	724.9	426.6	0.424	8.3
2001	0.107908	7.84	12.5	5.3	79.10	3522.36	13.79	10.9	733.03	449.3	1.12	5.3
2002	0.121603	8.78	12.6	12.01	87.74	3878	10.92	10.11	721.53	441.8	-1.6	-1.7

资料来源:根据 1998~2002 年《中国旅游统计年鉴》数据整理。

表 2 海南省海外旅游者接待情况

时间	旅游者 总计 (万人次)	海外旅 游者总计 (万人次)	所占比例 (%)	同比变化 (%)	海外旅 游收入 (美元)	同比变化 (%)
1998	855.97	39.42	4.6	-4.5	9624.9	-4.9
1999	929.07	45.49	4.89	15.4	10505.99	9.2
2000	1007.57	48.68	4.83	7.01	10882.94	3.58
2001	1124.76	45.68	4.06	-6.16	10602.36	-2.58
2002	1254.96	38.93	3.10	-14.77	9199.03	-13.23

资料来源:根据 1998~2002 年《中国旅游统计年鉴》数据整理。

我们认为建立中国—东盟自由贸易区对海南旅游业的影响是多方面的,但总的来说是弊大于利,是挑战大于机遇。

1. 有利因素

市场因素:中国—东盟自由贸易区建成后,将形成一个拥有 17 亿消费者、近 2 万亿美元国内生产总值、1.2 万亿美元贸易总额的经济区,从而成为世界上人口最多的自由贸易区。在未来如果日本、韩国甚至更多的亚洲国家加入东盟,那么市场会更大。海南的华侨有 300 多万,主要集中在东南亚,将成为中国和东南亚贸易的中坚力量,有可能成为海南今后经济发展的主要动力之一。因此,对海南旅游业及相关产业来讲具有潜在的巨大的市场机会。

制度因素:一是有利于引进先进的经营管理经验,加速海南旅游业与国际接轨的进程;二是有利于引进新的运行机制,促进海南旅游业的进一步对外开放;三是有利于保护海南旅游企业的经济利益。自由贸易区建立后,中国就拥有了参与“规则”的制定权和决策权,有利于保护国内旅游企业的经济利益;四是有利于提高海南旅游业的整体素质和竞争能力;五是有利于海南旅游企业拓展海外业务。根据加入东盟的互惠原则,在允许外资旅游企业进入中国旅游市场的同时,也应当允许我国旅游企业进入外国旅游市场。

2. 不利因素

先对海南与东盟主要国家的国际竞争力加以简单比较。按照波特提出的产业国际竞争力国家钻石模型自身的特征,针对旅游产业的国际竞争力影响因素,我们主要从要素条件、需求条件、支持性产业和相

关产业、公司治理结构这四个方面进行比较。见表 3。

可以看出,海南旅游与东盟几个旅游强国的旅游在国际竞争力方面相比尚有一定的差距,尽管我们在旅游资源方面不比他们差,但在其他方面都显得不足。这势必会使海南在自由贸易区的建立过程中处于劣势,必将带来以下负面影响:

(1)海南旅游客源市场有潜在分流的威胁

海南旅游客源市场不可避免受到冲击。理由是:第一,海南的旅游资源与东盟国家接近,旅游产品与东盟国家相似,但做得不精。“热带海洋、沙滩、阳光”,可以说是一定意义上的替代产品,按照西方经济学的理论,替代产品之间存在替代关系。替代关系是指两种商品可以互相代替来满足同一种欲望,它们之间可以互相替代这必然会削减海南旅游的需求市场;第二,中国游客到东盟国家旅游是一次出境旅游,异国他乡的风土人情比本土旅游的海南更具有诱惑力;第三,东盟国家在华的旅游推广做得非常好,加上出境游的价格一降再降,中国加入东盟后出入境手续更简便;第四,中国出境旅游市场继续有计划、有组织地稳步发展,中国已成为亚洲地区增长较快的新兴客

表 3 海南与东盟旅游强国的国际竞争力对比

影响因素	海南	新加坡	马来西亚	泰国	印度尼西亚
要素	旅游资源	自然资源丰富(如亚龙湾、大东海等),但人文资源不足	自然资源丰富(如热带雨林、石灰岩溶洞等),人文资源也很丰富(如宙宇、历史建筑、民族风情等)	具有得天独厚的自然资源(如海滨、海岛、森林、湖泊),还有独特的人文资源(如寺庙、民俗歌舞、戏剧、民族体育、民族节日等)	旅游资源世界一流,既拥有丰富的自然资源(如赤道风光、动植物资源、火山景观、海洋风光),又有丰富的人文资源、民俗文化、宗教古迹
	条件	人力资源	从业人员素质低,人力资源匮乏	从业人员素质高,人力资源丰富	一般
	知识技术资源	20世纪90年代旅游才起步,知识技术资源落后	20世纪50年代旅游起步,知识技术资源丰富、先进,达到世界先进水平	20世纪60年代旅游起步,知识技术资源较丰富	20世纪60年代旅游起步,知识技术资源丰富、先进,达到世界先进水平
需求条件	游客95%来自国内,消费水平低,需求不足	需求旺盛,是世界最发达的旅游强国之一,境外游客超过国内人口总数	需求旺盛,接待外国游客人数居亚洲前列	需求旺盛,是世界旅游强国之一	需求较旺盛,是亚洲旅游强国之一
支持性产业相关产业	基础设施一般,交通落后,相关产业不活,旅游形象推广不好	旅游的基础设施健全,相关产业已跨入世界先进行列,旅游推广及国际形象世界一流	旅游的基础设施健全,交通运输海陆空综合发展,被世界银行定为交通发达的A级国家,相关产业较活,旅游形象推广较好	旅游的基础设施健全,相关产业已跨入世界先进行列,旅游推广及国际形象世界一流	基础设施不够,健全相关产业不够活,旅游形象推广较好
公司治理结构	企业规模小,经营及管理方式落后,信息不对称	公司治理结构合理,经营管理水平一流	一般	公司治理结构合理,经营管理世界先进水平	一般

源输出国。这几年中国公民出境到东盟国家旅游的人数增幅较大,年平均增长接近20%,超过到海南的增幅。现阶段出境旅游目的地实际选择方面,东南亚仍高居首位^①。而且随着中国与东盟关于在未来十年建立全球最大的中国—东盟自由贸易区协议的签署^②,中国与东盟的政治经济关系将日益密切,对中国出境市场的地域分布将产生重大影响。所以,一旦条件成熟,国内游客可能选择出境到东盟旅游而不选择海南,这对于95%以上游客来自国内的海南来讲,具有分流国内游客的巨大威胁。值得注意的是,东盟国家对于他们的出境游市场又加以限制,为了减少本国的旅游开支,也采取了一系列的政策措施。比如限制居民或市民每次旅游所能带出的信用卡或现金的数目;限制本国游客从国外带回的购货数量;通过对一些旅行花费的限制达到限制到海外旅行的目的;通过外汇管制来限制旅行的次数等。其中,限制国民出国旅游,减少旅游者的旅游支出外流,是东盟各国采取的一个重大举措。东盟的游客到中国主要是到内陆旅游,很少到海南,而海南入境游客也是以港、澳、台为主,三地游客人数占入境游客的比例为:1998年为76.33%,1999年为82.74%,2000年为80.75%,2001年为71.63%,而东盟国家的游客很少。综上所述,

① 杜江,厉新建等.中国出境旅游变动趋势分析.旅游学刊,2002,17(3).

② 协议的主要内容包括:中国与东盟之间实现零关税,减少关税壁垒和技术壁垒等;加强沿澜沧江、湄公河流域的开发;建设昆明—曼谷公路和昆明—新加坡泛亚铁路的建设等。改变亚洲格局,经济观察报,2001-12-11.

资料来源:根据李溢《世界热带亚热带海岛海滨旅游开发研究——东南亚部分》数据整理。

在自由贸易区建立的过程中,海南不仅很难吸引提供同类产品的东盟国家游客,反而会丧失掉许多已形成的国内客源市场。

(2)海南的旅游企业难以应对开放的国际竞争

海南旅游业从无到有,起步比较晚,海南的文化教育基础相对落后。在此之上发展起来的旅游企业大多是规模小、数量多、经营水平低、效益差的一般企业,尤其是海南众多散乱的旅行社更是难以应对开放的国际竞争。这一点海南与东盟国家的差距比较大,东盟国家发展旅游业起步较早,而且多是国家从宏观政策上引导支持,可以认为是比较成熟了。海南的旅游企业很明显是处于劣势。

三、海南旅游业迎接挑战的对策建议

中国—东盟自由贸易区的建立,计划以10年时间完成。也就是说,在10年期间要完成所有关税和非关税的废除或削减,其中绝大部分项目用不了10年。所以,形势逼人,时间紧迫,千万不可掉以轻心。为了应对中国—东盟自由贸易区所带来的挑战,海南旅游业可以采取以下应对策略:

1. 立足于国内旅游,做精做好

尽管海南旅游定位于国际型的热带海岛海滨休闲度假旅游,但从前文的分析可以看出,要想解决客源分流危机,我们就必须实事求是,立足于国内市场,稳抓国内旅游,把国内旅游业做精做好。决不可盲目于国际旅游,只可将国际市场的开发作为一项中长期规划。这应成为政府引导旅游产业发展的一个宏观导向。按照发达国家的模式,目前我国国内旅游市场仅开发了1/4,从理论上讲,可挖掘的潜力还很大,但国内旅游消费水平中档偏低^①。这就要求海南不仅要使更多的国内游客成为海南的“回头客”,同时还要提升他们的消费档次,这样才可既旺丁又旺财。具体做法如下:

首先,要不断开拓新的旅游产品。如海南可依托原有的热带海岛海滨观光旅游,再推出以医疗保健、养老托老为服务内容的国际疗养保健旅游作为自己发展的主导和拳头产品,并以此带动国际婚庆、国际会议、国际修学和热带海滨休闲度假等多种旅游产品。初级的观光旅游产品,靠接待规模扩张来支撑旅游收入增长的幅度缓慢,难以使旅游业走可持续发展的道路。挖掘新产品的目的不仅在于提高旅游人数,而是要提高旅游者在海南的消费水平,扩大旅游收入。新产品要想长久的占有市场就必须靠质量,这就要求新的旅游产品一定要做精做好。

其次,要大力做好旅游宣传促销。为了使丰富

的旅游资源变为滚滚财源,除了加强旅游资源开发、产品的设计组合外,在旅游宣传方面更应不遗余力。可在政府主导下,旅游主管部门、宣传部门、高等院校通力合作、协调配合、各展其能,充分调动一切力量开展声势浩大的全方位旅游宣传,宣传形式要多样化,细致化,即使是在任何一个景点随处可见到各种印刷资料、摄影资料、音像资料,这些宣传资料从不同角度向人们展示着海南绚丽多姿的热带风光。同时要在中国内陆进行品牌化的宣传,如“东方的夏威夷”、“中国的长寿岛”等,使海南成为尽人皆知的旅游目的地。

2. 大力实施创新战略,全面提升旅游产业的档次

鉴于海南旅游市场混乱、政府管理乏力的局面,要使其旅游产业更上一层楼,就必须实施创新战略。创新,不是应景赶时髦,不是人为制造亮点和热点,而是为了更好地满足顾客的需要和期望,它的本质是文化创新,表现形式是针对高度细分目标市场的主题创新,使旅游企业从现在单一的削价竞争中脱颖而出,走向产品竞争、质量竞争和文化竞争。

首先,实行观念创新。人的观念对经济发展起着导向和制约作用。先进科学的观念能带动经济的发展,落后陈旧观念阻碍经济的发展。树立全海南人共同办旅游的“大旅游观念”,就是在政府的主导下,各行业都积极支持旅游业,形成全社会共同办旅游的整体联合的一种大旅游局面。政府是“主导”并非“主管”,不是把旅游业“管”死,而是重在引导。由政府统一协调行业之间、地区之间的利益冲突,以确保整体利益,塑造整体形象。企业和每一个民众则是具体的行为主体,“大旅游”的观念必须要深入人心,提升每一个海南人对旅游业的参与程度。

其次,加快产业结构创新。经济学家库兹涅茨和钱纳里等人的结构主义理论认为,经济总量的增长依赖结构的转换,在一定的条件下,产业结构的转换率越高,经济总量的增长就越迅速。自改革开放以来,正是由于不断地调整产业结构,才使我国经济保持了二十多年的高速增长。海南产业结构中农业一直占绝对主导地位,农业和海洋渔业作为海南经济发展的基础是不容忽视的,但是,在新的经济形势,要想完成“十六大”提出的全面步入小康社会的奋斗目标,就必须调整产业结构,全面提升旅游产

^① 陈建勤. 21世纪我国国内旅游消费走势分析. 社会科学家, 2001, 5.

业,将旅游业作为海南第一支柱产业来发展。世界上有许多国家和地区都是靠旅游业来发展的,如百慕大、巴哈马、安提瓜和巴布达、东帝汶、夏威夷群岛等地,旅游业的收入占国民收入的一半以上甚至全部。但同时尽量将较为脆弱的旅游业与较稳定的农业相结合,如观光茶园、观光芒果园、观光珍珠养殖场等,以减少旅游业的风险性。

再次,推进制度创新。具体就是要进一步转换政府职能,努力建立与市场经济相适应的行政管理体制和政府运作模式;进一步完善市场经济体系,营造优越的市场环境;建立包括海南旅游信用管理体系、信息体系在内的一整套旅游市场服务管理体系;积极建立有利于旅游市场的产品、资金、技术、人才、信息等要素畅通的统一市场,整顿和规范市场秩序,增强各类经济主体的契约和信用意识,提高市场运行效率;加快地方旅游法规的建设。要切实做好旅游企业的改革,加快建立现代企业制度。如可以鼓励有实力、有信用的大旅行社兼并小旅行社,更好地发展集团化、网络化经营,以改变旅游企业“小散乱差”的局面,与发达国家的旅游经营商、旅游批发商和旅游零售商的这一科学分工体系接轨。大力发展非公有制企业在旅游业中的作用,使其成为新的经济增长点。

最后,加快对外开放创新。尽管海南旅游要立足于国内市场,但我们决不放弃开拓国际市场的机会,国际旅游应成为海南旅游业发展的中长期的奋斗目标。海南应加大对外开放的力度,加大招商引资力度,合理引导内资外资投向旅游基础产业及相关产业,引进国外旅游方面的先进技术和管理经验,全面提升旅游硬件和软件水平,这样才能适应日益激烈的国际化竞争。具体可以通过海南国际旅游岛的建设,把海南率先推向国际市场,提高海南在国际旅游市场中的占有份额。“海南国际旅游岛”^①,是指在海南岛屿区域内,限定在旅游产业领域范围内,对外实行以“免签证零关税”为主要特征的投资贸易自由化政策,有步骤地加快推进旅游服务自由化进程。主要内容包括:第一,进一步扩大国际游客的免签范围,为游客进出海南岛提供尽可能的方便和自由。可考虑将免签的范围由目前的团体扩大至个人,免签的时间也可由目前的 15 天延长至 30 天。第二,在旅行社、餐饮业、景区景点、旅游商业等旅游

产业的主要领域,全面开放市场,率先实行中国入世的承诺。第三,对某些与旅游业相关的产品实行零关税。例如,对从事旅游产业的开发与经营,在其投资总额中进口自用的建筑材料、生产经营设备、交通工具等,在合理范围内免征关税和增值税。这当然需要国家和地方政府的政策支持。

[参 考 文 献]

- [1] 中国国家旅游局. 中国旅游统计年鉴[J]. 中国旅游出版社, 1997~2002 年.
- [2] 王翔. “10+1”自由贸易区的挑战及海南的对策[J]. 新东方, 2002, (4) 59-64.
- [3] 孙钢. WTO 有关知识及“入世”对旅游业的影响[M]. 北京: 中国旅游出版社, 1998.
- [4] 孙钢. 新世纪中国区域旅游发展大思路——海南部分[M]. 北京: 中国旅游出版社, 1998.
- [5] 迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 北京: 华夏出版社, 1997.
- [6] 李溢. 世界热带亚热带海岛海滨旅游开发研究——东南亚部分[M]. 海口: 海南出版社, 1998.
- [7] 张汉林, 梁丹. 东盟地区的国际旅游贸易及有关政策措施[J]. 国际经济合作, 1994, 11.

The Impact of Establishing Sino-Southeast Asian Alliance Free Trade Zone on Hainan's Tourism Industry and Its Countermeasures

WANG Feng¹, ZHANG Ying¹, LIN Hong²

(1. Tourism Department of North Western University, Xi'an 710069, China; 2. Beijing Light Industry College of Professional Technology, Beijing 100029)

Abstract The establishment of Sino-Southeast Asian Alliance Free Trade Zone inevitably exerts great influence on Hainan's tourism industry whose tourism resources and tourism products are closer to those in the countries in Southeast Asian Alliance. The paper, while discussing the present state of Hainan's tourism industry and making a comparative analysis of advantageous and disadvantageous factors to Hainan's tourism industry after the free trade zone is established, offers the suggestion that Hainan's tourism industry should set foothold on its domestic market and implement innovative strategy to face challenge.

Key words Sino-Southeast Asian Alliance Free Trade Zone; Hainan; tourism industry

[责任编辑:王保伦; 责任校对:吴巧红]

^① 中国(海南)改革发展研究院. 建立海南国际旅游岛(框架建议).