

文章编号: 2095-0365(2010) 04-0027-04

安徽省国内旅游消费结构存在的问题及优化

庞 田 田

(安徽财经大学 工商管理学院, 安徽 蚌埠 233041)

摘 要: 旅游消费结构是衡量 一个国家或地区 旅游业发展是否成熟的重要标志之 一, 因此对安徽省国内旅游消费结构问题进行探析, 目的在于探讨安徽省旅游业的发展状况。通过采用文献资料法, 并运用 Excel 软件对近几年安徽省旅游业的统计数字进行分析, 最后得出结论: 安徽省旅游消费结构存在着非基本旅游消费比重过大、购物娱乐消费少和旅游产品结构不合理等方面的问题。通过对安徽省旅游消费结构在环境层面、政府层面、旅游企业层面、旅游产品层面和区域发展层面的深度分析, 提出了优化安徽省旅游消费结构的一些策略。

关键词: 国内旅游; 非基本旅游消费; 优化
中图分类号: F592; C913.3 **文献标识码:** A

经济带动旅游业发展, 经济增长是旅游业发展的根本动力。作为消费结构升级行业, 在消费结构和消费层次的调整过程中, 旅游行业的发展应遵循消费升级带动旅游消费结构升级和旅游消费结构升级带动旅游空间扩大这两条规律。旅游消费结构是指旅游者在旅游过程中所消费的各种类型的旅游商品(包括物质、精神、服务商品) 及相关旅游消费资料的比例关系^[1]。一般而言, 旅游者的消费水平越低, 基本性需求消费支出占总消费支出的比重就越高; 反之, 旅游者的消费水平越高, 非基本性消费支出所占的比重就越高。非基本旅游消费支出的高低是反映旅游消费结构是否合理的显性指标。国际通行指标显示, 其最低警戒线为 30%, 旅游发达国家已高达 60% 以上, 其基本旅游消费支出则控制在 30% ~ 40%^[2]。我国则恰好相反, 由于我国旅游业发展水平低, 旅游者用于基本旅游消费的支出长期占总花费的 70% 左右, 而非基本旅游费用支出仅占消费总额的 30% 左右, 与旅游发达国家的水平相距甚远。

一、安徽省国内旅游消费结构现状

表 1 列出的数据显示近九年安徽省国内旅游

消费结构存在着基本旅游消费支出比重过大, 非基本旅游消费支出比重偏低的问题。图 1 则更直观地展现了 2000 年至 2008 年这九年间, 旅游购物消费占人均旅游总花费比重的变化情况。2000 年到 2006 年这七年旅游购物消费比重变化不大, 均低于 20%; 2007 年和 2008 年旅游购物消费增速较快, 均在 20% 以上, 其中 2008 年旅游购物消费所占比重达到 24.45%, 这说明安徽省在 2006 年到 2008 年间发展购物旅游取得了一定成效。但是安徽省旅游购物消费仍远远低于国际标准。从这些数字可以看出安徽省国内旅游消费结构不甚合理, 旅游收入主要集中在吃、住、行等基本旅

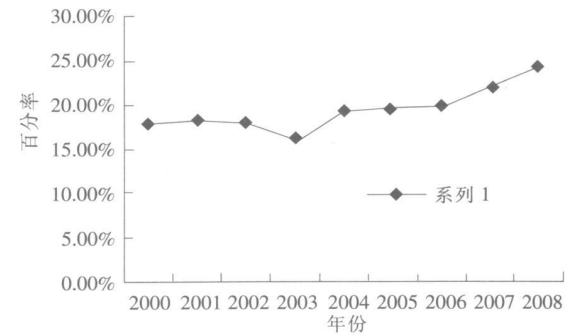


图 1 安徽省购物旅游消费占人均旅游总花费比重的变化

表 1 安徽省国内旅游人均花费构成

单位: 元

年份	平均每人花费总和	交通费	住宿费	餐饮费	购物费	其他
2000	505.60	53.42	120.52	98.17	90.98	142.51
2001	521.15	46.79	120.96	96.72	95.03	161.65
2002	572.98	57.32	141.66	97.82	104.12	172.06
2003	553.98	47.12	138.87	107.76	90.33	169.9
2004	656.30	57.10	149.30	124.30	126.50	199.1
2005	661.50	56.63	141.09	123.58	128.91	211.29
2006	646.26	46.75	135.77	121.75	126.56	215.43
2007	713.81	57.21	126.33	143.54	157.42	229.31
2008	730.59	56.23	130.75	149.22	178.83	215.56

数据来源: 安徽省统计年鉴(2001—2009)。

游消费上。旅游消费层次低, 消费结构不合理, 不仅影响了安徽省旅游业整体形象的提升, 而且严重阻碍了旅游经济的进一步发展。

二、影响安徽省国内旅游消费结构的因素分析

(一) 总体旅游环境层面

从图 2 可以看出, 安徽省国内旅游收入远远低于江苏、浙江、广东、山东四省。近几年来, 安徽省旅游经济发展虽取得了一定的成果, 但由于安徽省工业基础比较薄弱, 安徽旅游经济的发展尚未形成经济优势和产业优势, 与我国旅游业发达省市相比存在较大的差异。

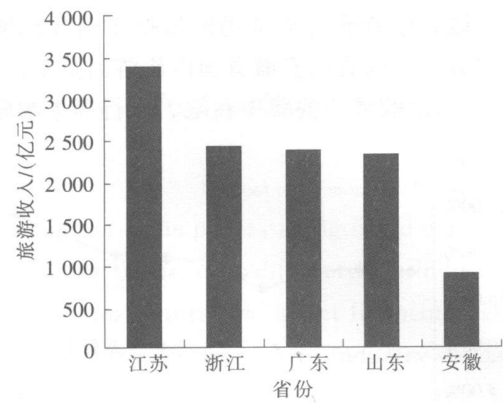


图 2 2009 年安徽省国内旅游收入与其他四省比较

(二) 政府层面

政府在发展旅游业的态度和政策倾向上都是十分明确的, 把旅游业列为安徽省支柱产业之一。但在发展旅游业过程中处理好“裁判员”和“运动

员”的关系上, 还需要进一步明确。政府的工作重点是基础设施的建设和招商引资, 掌好安徽省旅游业这艘大船的“舵”是政府的主要职责。

(三) 企业层面

由于安徽省旅游企业发展时间短, 缺乏人才、资金与技术等方面的支撑, 实力和规模都无法达到目前安徽省旅游业发展的要求。安徽省旅游企业不够强壮, 有支撑力、带动力、竞争力的大型旅游集团数量不多, 更缺少像“首旅”、“上海锦江”这样的国内知名旅游大企业。

(四) 旅游产品层面

目前安徽省旅游产品仍不够丰富, 虽然新皖北地区加大了城市主题公园的创建, 比如相山公园、张公山公园、滁州白鹭岛度假; 大皖南和合肥经济圈出现了巢湖温泉、芜湖方特第四代主题公园等新型旅游产品, 但总体来说, 安徽省旅游产品供给仍是以观光旅游为主。而且在旅游收入中, 最具增长空间的购物所占的比重较小, 大大低于国内旅游发达地区。另外, 旅游夜生活也不够丰富, 特色鲜明的文化旅游产品极少, “购”和“娱”对旅游收入的贡献偏低。

(五) 区域发展层面

安徽省旅游业地区发展不够均衡, 尽管近年来皖北旅游持续升温, 皖中旅游加快发展, 但无论是旅游经济指标, 还是旅游景区、星级饭店、旅行社等的数量和等级, 皖中和皖北地区都大大低于皖南地区, 旅游发展中多年存在的皖南热、皖北偏冷的格局, 还未得到根本的扭转。

表 2 给出了 2009 年安徽省三大旅游区域国内旅游情况,可以看出安徽省旅游区域发展不够均衡。大皖南旅游区的国内旅游人数和国内旅游收入分别占全省的 39.2% 和 44.31%,而新皖北旅游区的国内旅游人数和国内旅游收入只占全省的 23.24% 和 14.68%。旅游资源和区域经济发展的不平衡,不仅制约着安徽省旅游业整体竞争力的提升,也给大皖南旅游区的重点景区带来可持续发展的压力,全省大旅游市场还没有形成。

表 2 2009 年安徽省三大旅游板块国内旅游情况

名次	板块	国内旅游人数/ 万人次	国内旅游收入/ 亿元
1	大皖南	4808.02	382.7
2	合肥经济圈	4609.01	354.25
3	新皖北	2851.11	126.84

资料来源:安徽旅游政务网。

三、安徽省国内旅游消费结构优化策略

(一) 针对总体旅游环境层面的措施

安徽省旅游资源极为丰富,安徽省应充分利用这一优势条件,加快由旅游资源大省向旅游经济强省转化的步伐,使旅游经济成为国民经济的支柱产业,建成全国优秀旅游省份。安徽省应加快经济发展的步伐,用整个区域经济的发展来带动旅游经济的发展,大力投资旅游基础设施建设,大力支持旅游产业发展,使旅游经济发展带动其他相关产业的发展,从而在一定程度上推动区域经济的发展。

(二) 政府采取的措施

自从 2007 年安徽省出台推进旅游产业大省建设意见后,全省旅游业得到了较快发展。截止 2009 年 12 月底, A 级旅游景区总数已达 337 家,与 2008 年相比增加 20.4%,其中: 3A 级旅游景区 106 家,同比增加 12.8%; 4A 级以上旅游景区 81 家,同比增加 21%^[4]。因此,安徽省政府应继续发挥好“裁判员”作用,在整体上进一步规划和引导全省各市县的旅游经济,与此同时又扮演好“运动员”的角色,在与其他省旅游经济合作时充当“公关”的角色。

(三) 鼓励企业间跨区域经营,努力延长旅游产业链

1. 鼓励企业间跨区域经营,扩大企业规模

应努力培植和鼓励安徽省旅游企业跨区域经营,通过兼并、收购、控股等方式引导企业跨区域开展企业联营、重组,实现旅游发展规模化、集约化、网络化、品牌化和国际化。

2. 调整旅游消费结构,努力延长旅游产品链

(1) 发展旅游商品和旅游购物。根据突出特色、打造精品的原则,安徽省应策划开发具有文化内涵的旅游特色商品。在开发旅游纪念品的同时,扶持一批旅游商品生产企业,建立旅游商品研发、生产、营销基地。与城镇化建设相结合,建设一批各具特色、形成规模的旅游商品专业村镇,另外安徽省还应规划建设旅游商品批发市场和旅游商品一条街。在黄山、九华山等较成熟的旅游景区规划建设旅游购物中心,延长旅游产品链,形成旅游经济新的增长点。

(2) 繁荣文化娱乐和会展产业。鼓励创办一批旅游文化娱乐公司、旅游文化演出公司,充分利用上海世博会的契机大力发展旅游业。加强市及各区县旅游文化娱乐设施和综合性演出场地建设,策划建设一批主题公园。让会展和旅游有机结合起来,争办全国性、国际性会展,以会展促旅游,以旅游带会展,形成会展商务旅游品牌。

(四) 充分利用区域文化优势,挖掘丰富的旅游文化内涵

文化是旅游的灵魂,文物资源是重要的旅游资源。利用文化专业队伍、高等院校、科研院所、民间艺人、社会中介机构等深入发掘安徽文化精髓,努力提高旅游文化品位,在继承的基础上不断创新,增加旅游产品的思想内涵和文化底蕴。充分发扬淮河文化、桐城文化、新安文化(亦称徽文化)这三大文化,充分利用明皇陵遗址、“和县猿人”遗址、歙县许国石坊、亳州花戏楼等历史资源,建设文化旅游基地^[5]。在建设文化旅游基地的同时,还要着力开创新兴业态,完善景区产品结构。2010 年 1 月,华东首个以军事题材为主要特色的军事旅游项目—宣城金梅岭军事旅游度假区中心开始接待游客,该景区的开发创建,填补了安徽省休闲度假旅游产品类型的一项空白。

(五) 区域发展层面的措施

1. 明确发展方向,全力打造精品旅游板块

以打造国际一流的旅游目的地和建设旅游强省为目标,围绕旅游吃、住、行、游、购、娱的基本内

容,重点打造三大精品旅游板块。“大皖南”旅游板块要着力建设世界著名的旅游目的地,以建设旅游文化示范区为抓手,提升皖南山水、文化、宗教等传统旅游品牌;“合肥经济圈”旅游板块要争当泛长三角旅游合作分工的“排头兵”,建设长三角休闲度假基地^[6],要依托温泉、湖泊条件打造滨湖型休闲度假旅游品牌;“新皖北”旅游板块要立足中部旅游市场,着力建设区域旅游目的地,要着力打造历史文化和民俗风情游品牌。

2. 加强区域性旅游合作

近年来安徽省旅游东进西拓,着力加强区域旅游合作。东向方面,安徽省与江浙沪 3 省市签订了旅游合作协议,黄山加入了长三角旅游城市“15+ 1”高峰论坛。2009 年 10 月,江浙沪皖四省

市旅游部门和长三角 18 个城市代表举行了一次区域合作盛会,共同签署了《黄山宣言》,取消旅游壁垒与进入障碍,建成中国首个无障碍省市旅游区,为长三角区域旅游一体化迈出了关键性的一步^[7]。西向方面,安徽省与湘赣鄂豫四省建立了一个区域旅游合作平台—中部五省旅游共同体,并将共同开发大别山红色旅游。

旅游消费结构由不合理状态向合理状态的演进是一个动态发展的过程。作为旅游资源大省,安徽省应该依据合理消费结构的主要指标,正确分析当前全省旅游消费结构的现状和存在的问题,并在此基础上有步骤地调整安徽省旅游消费结构,提高非基本旅游消费所占比重,从而促进安徽省旅游消费结构趋向更加合理化。

参考文献:

[1] 尤慧,陶卓民. 国内旅游消费结构存在问题及优化研究[J]. 江苏商论, 2006 (8): 62-63.

[2] 曾超. 南京旅游消费结构存在问题及优化策略[J]. 商场现代化, 2008(9): 214-215.

[3] 王喜雪. 谈日照市旅游消费结构的优化措施[J]. 商场现代化, 2009(9): 231-232.

[4] 规划发展处, 旅游局, 安徽省. 创建于恢复两手抓 规模与质量共提升——2009 年安徽省旅游景区创建工作综述[EB/ OL]. [2010-3-25]. <http://www.ahta.com.cn/News/Html/10/03/100325090601.html>.

[5] 周秉根, 万荣荣, 刘万青, 等. 国内旅游消费结构存在问题及优化研究[J]. 安徽师范大学学报, 2002 (2): 27-29.

[6] 赵文清, 宫涛. 安徽旅游业发展的问题与对策探索[J]. 科技信息, 2008(7): 22-24.

[7] 丁光清. 旅游区域合作方兴未艾[EB/ OL]. [2005-5-8].

Analysis of Existing Problems and Optimization of Domestic Tourism Consumption Structure of Anhui Province

PANG Tiantian

(School of Business Administration, Anhui University of Finance and Economics, Bengbu 233041, China)

Abstract: Tourism consumption structure is an important sign of maturity in the measurement of tourism development of a country or region. The purpose of investigating domestic tourism consumption structure of the Anhui Province is to explore the development of tourism in Anhui Province. Based on literature study and with the help of EXCEL software, we draw the conclusion from analysis of Anhui province tourism statistics in recent years that there are some problems in the structure of Anhui Tourism consumption, such as imbalance of proportions in the non-essential travel consumption, depressed shopping and entertainment, irrational structure of tourism products. From the perspectives of environment, government, tourism enterprise, tourism and regional development, this paper proposes some strategies for the improvement of tourism consumption structure in Anhui Province.

Key words: domestic tourism; non-essential tourism consumption; optimization