

图书在版编目 (CIP) 数据

2005 ~ 2006 云南旅游发展报告 / 杨福泉, 余繁, 郑海
主编. — 昆明: 云南大学出版社, 2006
(云南蓝皮书 / 纳麒主编)
ISBN 7 - 81112 - 096 - 8

I. 2... II. ①杨... ②余... ③郑... III. 旅游业 -
经济发展 - 研究报告 - 云南省 - 2005 ~ 2006
IV. F592. 774

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 050607 号

· 云南蓝皮书 ·

2005 ~ 2006 云南旅游发展报告

主 编 杨福泉 余 繁 郑 海
副 主 编 陈述云 修宪民 赵 毅

组稿编辑 林 艺
责任编辑 宋 武
封面设计 罗 辉

出版发行 云南大学出版社
印 装 昆明市五华区教育委员会印刷厂
开 本 787 × 1092 毫米 1/16
总 印 张 204. 625
总 字 数 2829 千
版 次 2006 年 4 月第 1 版
印 次 2006 年 4 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 7 - 81112 - 096 - 8 / D · 266
定 价 398. 00 元 (共 10 册)

地 址 : 云南省昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华园
(邮编 : 650091)

发行电话 : 0871 - 5033244 5031071

网 址 : <http://www.ynup.com> E - mail : market@ynup.com

《2005 ~ 2006 云南旅游发展报告》编委会

编委会主任	纳 麒	罗明义		
编委会成员	纳 麒	罗明义	杨福泉	
	袁光翰	徐光佑	余 繁	
	李 嵘	李任芷	郑 海	
	陈述云	修宪民		
主 编	杨福泉	余 繁	郑 海	
副 主 编	陈述云	修宪民	赵 毅	

论西部民族地区 “社会发展优先”战略的选择 (代总序)

纳 麒

2005年10月22日，由国家民委和中国农业大学联合主办、云南省红河州承办的“中国民族发展·红河论坛”在北京人民大会堂举行。受会议邀请我作了题为《西部民族地区“社会发展优先”战略的选择》的演讲，引起了很大反响，《中国民族报》摘要报道了我演讲的主要观点，《红河日报》也登载了根据录音整理的演讲全文。我认为，西部少数民族地区“社会发展优先”战略的选择问题会是一个存在巨大争议的问题，同时，也会是一个很有价值和意义的问题。值云南省社会科学院主编的《2005~2006云南蓝皮书》出版之际，简要概述我对此问题的基本观点，且为序。

改革开放以来，在以经济建设为中心的大战略的指导下，全国各省区，包括民族地区在内所选择的发展战略无一例外都是“经济发展优先”的战略。20多年来这一战略的实施，在全国范围内都产生了巨大的效应。民族地区在发展，整个国家在发展，应该说这一战略的选择是正确的。但是我们注意到，西部民族地区在实施与发达地区相同战略的过程中，逐渐形成了西部民族地区独有的一些特点。其一是“经济追赶型”的

特点。由于西部民族地区与发达地区经济发展差距很大，因此西部民族地区在发展自身的时候，首先定位的一个目标就是在经济发展上向发达地区看齐，这就是被人们称之为“追赶型经济”的特征。其二，民族地区的经济发展是以自然资源开发型的方式来实现追赶发达地区发展水平的，从而形成了以自然资源开发为主导的传统工业化发展模式。这种追赶型、自然资源开发型的“经济发展优先”战略，所产生的效果是双向的。一方面，从纵向比较，西部民族地区经济获得了巨大的发展，经济实力不断增强；另一方面，从横向比较，西部民族地区与发达地区的差距不是在缩小，而是一年比一年扩大。这种现实的存在，不能不引起人们深深的思考，问题的症结在哪里呢？

与发达地区相比较，西部民族地区的发展差距越拉越大的原因是多方面的，是综合条件产生的结果，其中有两个原因起着举足轻重的作用。

其一，“经济发展优先”战略在具体实施过程中被逐渐演变为“经济发展的单边突进”。也就是说，当人们面对西部民族地区经济发展与发达地区相比较而严重滞后的现象时，一方面，激发了人们集中精力抓好经济建设，追赶发达地区的决心，形成了追赶型经济特点；另一方面，追赶型经济特点所内含着的急迫心态导致了经济建设过程中“极端功利主义”倾向的滋生，从而，一些地区“以经济建设为中心”变成了“以经济建设为唯一”，“效率优先”变成了“效率单边独进”，这是一个不可争辩的事实。我们讲中国特色的社会主义建设事业必须坚持以经济建设为中心，必须坚持效率优先的原则，这无疑是正确的。然而，应该指出，所谓“中心”是相对“非中心”（如政治、文化、社会的建设）的存在和兼顾为前提的，否认“非中心”的存在和必须的兼顾，所谓中心也就不再成其为中心了。所谓“效率优先”也是相对于“兼顾公平”而言的，忽视了对公平的兼顾，所谓“优先”必然转变为了“效率的单边突进”。当人们把经济建设为中心演变为经济建

设为唯一，把效率优先演变为效率单边突进的时候，一切问题也就由此而产生了。“GDP”成了人们追逐的唯一目标，重视资源开发，忽视环境保护，重视物质发展，忽视社会公平和民族文化的发展，重视硬环境的建设，忽视软环境的建设等等问题的产生成为了必然的现象。这是值得认真思考的问题。

其二，西部民族地区社会发展的严重滞后，是其经济快速发展和可持续发展的带有根本性的制约因素，这同样是不可忽视的问题。我们经常讲，民族地区与发达地区相比较，各方面都落后，然而，人们通常所比较和关注的主要是经济发展水平的差距，而就社会发展水平进行比较和关注则不够。如果我们把民族地区的经济发展、社会发展和全国的平均水平相比较，会发现民族地区的社会发展水平比全国的发展水平要低得多，比经济水平的差距还要大得多。这样一种长期形成的社会发展严重滞后和社会发展不成熟的状态，导致了我们在以经济建设优先这种战略的实施过程中，走进了一个死胡同。我们都知道，经济的发展和人的发展是一个联动的关系，是一个共生共存、相互制约、相互推进的关系。当我们把注意力集中到经济发展优先的时候，实际上我们碰到的每一个问题、每一个阻碍经济发展的制约因素都与社会发展的严重不足密切相关。比如说，城乡公共服务发展水平、人类发展水平、教育发展能力、科技创新能力、信息获取能力等社会发展状况，如果作一个比较，这些与全国平均水平的差距比我们经济发展的差距还要惊人。在如此落后的社会发展状况下，要支撑民族地区经济持续稳定地发展显然是不可能的。民族地区仅就经济发展来谈经济发展，仅就经济的快速推进来抓经济发展，其结果是欲速则不达。西部民族地区的发展是否有新的发展战略可供选择呢？

我认为，“以社会发展优先，带动经济、社会全面、协调和可持续发展”是一种可供探索和选择的战略。

中共十六届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》提出，“十一五”期

间，要“着力推进社会事业发展”，提出“教育发展优先”，强调，在发展问题上要实事求是体现区域的特殊性，等等。这些思想是就全国而言的，对于社会发展更为滞后的民族地区，积极探索和选择社会发展优先带动战略是合乎逻辑的。同时，从主要矛盾和主要矛盾方面在一定条件下可以相互转化的辩证关系看，从民族地区社会发展严重滞后已成为地区发展的重要制约因素的特殊性出发，选择社会发展优先战略也是合乎实际的。

选择社会发展优先战略对于西部民族地区之所以必要，就在于，一是落实和贯彻科学发展观的需要。民族地区的传统经济追赶战略是以单纯追求 GDP 增长、追求以物为中心的增长优先战略，这种战略的后果往往是无节制的开发自然资源，通过资源的高消耗来支撑工业化的发展，形成了以高投入、高消耗、高污染为特征的资源开发型经济模式，这种传统的工业化战略以及以种植业为核心的粮食主导传统生产战略的共同作用，还导致了地区产业趋同化，由此积累了众多的矛盾和问题。比如说，城乡差距问题、地区差距问题、居民收入差距过大，教育、文化、卫生等社会事业发展滞后，人口增长、经济发展同生态环境、自然资源之间的矛盾加剧，经济发展落后，经济整体素质不高和竞争力不强等问题。面对这些问题和现象，民族地区政府必须坚持科学发展观，加大经济、社会、人与自然关系的统筹力度。因此，着力解决社会事业发展严重不足的问题是民族地区政府应该首先考虑的问题。

二是实施社会发展优先战略有助于提高地方政府的治理能力，加快转变政府职能的步伐。从我国政府和社会的关系来看，政府的权威性太强大，社会发展和治理能力太弱小，这一强一弱，在民族地区表现得更为突出和严重。万能的政府并不适应市场经济的发育和发展，加快社会发展步伐，增强社会能力有助于政府职能的转变，发达的社会能力能够承担起政府的职能转变所转出的职能，使政府职能转变成为可依靠的力量，并提供迅速的转移平台。这是发展社会事业可以达到的一个重

要目标。

社会发展优先战略的实施，有利于政府利用和谐社会关系环境来吸引市场要素的流动，促进地方市场的建设，能为经济发展提供人力资本的保障和科技智力的支持，能引导政府加强社会基础设施建设，为地方经济发展奠定坚实的基础，能激发公民获取知识和信息，引导人们制度创新、能力提高等等。总之，社会发展优先能够使地方政府更多地关心政府自身的发展，关注社会公共利益的维护，有助于提高地方政府的治理能力，转变政府职能，有利于地方经济的建设。

三是社会发展优先战略的实施，有助于民族团结、社会稳定和共同繁荣。民族地区经济发展落后，是同社会发展的严重不足密切相关的。少数民族事实上存在的不平等既需要通过加快经济发展来解决，更需要经过大力发展社会事业来协调、来解决。因此，社会发展优先对于民族团结、社会稳定和各民族的共同繁荣是积极而必不可少的。

四是社会发展优先战略的实施，有助于政府制度的创新。从民族地区发展的性质来看，发达地区完成了以争夺地方资源、产品市场等流动要素为主的原始竞争阶段，初步完成了社会发展的原始积累，逐步进入到以制度建设为主的阶段。而民族地区大多处于边境地区，在发达地区开始进行竞争的时候，民族地区则服从国家战略安排，承担着边疆稳定的任务。在云南省的几个边境州市，这个特点就非常突出。在全国各地都在加快经济发展的时候，它们却承担着保卫边疆、巩固边疆的责任。可以说在相当长的时间内，主要的力量是投入到巩固边疆上，对国家安全、边疆稳定、民族团结作出了巨大的牺牲。如今，在激烈的竞争环境中，这些地区无法与发达地区同步进行竞争，处于落后状态，所以民族地区竞争从本质上说还处于初级阶段，处于后发的劣势地位。民族地区要实现经济发展的赶超，就需要制度创新。必须强调指出，加强制度创新，需要加快社会发展来支撑。社会发展能够为制度创新提供结构优化和功能支持，社会和政府本身就是一种合作与竞争的关系。社会

发展能力强，能为政府制度创新提供社会支持。而社会发展中的良好结构能为政府制度创新优化社会资源并降低成本和风险。社会发展优先战略对于民族地区来讲，是一种可以积极加以探索的战略。

应该强调，社会发展优先战略是相对于政府的行政行为、投资方向而言的。所谓优先，就是指政府推动地区发展的关注点和政府投资的主要方向，应放在社会发展上，因为这是政府在市场经济条件下的最主要职能。在传统的思维方式和行为方式下，政府和老百姓的关注热点是不一样的。政府最关注的是 GDP 的增长，而老百姓最关注的则是社会事业的发展。这里的道理非常简单，GDP 对于老百姓的直接利益而言存在着诸多的环节和遥远的距离，其一是制度、体制存在的问题导致财富向少数人聚集；其二如果政府总是把增长了 GDP 又投向更多 GDP 的增长，就像鸡生了蛋，蛋又去孵鸡，没完没了，老百姓永远吃不到蛋，更吃不到鸡，这又怎么能让老百姓来关心 GDP 的增长呢？与之相反，老百姓最关注社会发展的原因就在于，每一项社会事业的发展都与老百姓的日常生活密切相关。显然，要使政府的关注点与老百姓的关注点统一起来，让老百姓像政府一样关注 GDP 的增长，其前提就是政府要像关注 GDP 增长一样来关注社会事业的发展。实施社会发展优先战略，对于政府来讲不能简单理解为在传统的计划、规划中增加一点社会事业的发展项目和多增加一点经费投入，没有战略思维上的根本性的转变，就不能从 GDP 就是一切、经济效益单边突进的传统惯性力中挣脱出来，真正在思想和行为上树立起经济与社会同等重要的战略地位，所谓社会发展，甚至教育发展都只能是一句口号，更谈不上优先。实施社会发展优先战略，需要从上至下摈弃以 GDP 论英雄的错误的政绩观，真正树立起人民利益至上的观念，克服浮躁、冒进和功利主义的心态，才能立足长远，立足全面、协调和可持续发展，真正树立和贯彻科学发展观。实施社会发展优先战略，从根本上看并不排斥以经济建设为中心，虽然，社会发展的成果不会直接地立

即表现为 GDP 的增长，甚至在一定时期内还会牺牲 GDP 的增长，但是，社会发展的真正意义恰恰在为经济建设长期的、可持续发展奠定着坚实的基础。无论是起点，还是落脚点，社会发展优先战略都体现着以经济建设为中心的总体战略，而不是相反。

有观点认为，只有经济发展了才有条件和可能来考虑社会发展的的问题，西部地区经济落后，抓经济建设都力不从心，缺少社会发展的能力支持。这种认识无疑来源于传统的机械决定论的思维定势。事实上，无论什么地区，无论经济发展水平如何，就一个特定地区而言，科学的发展必须保持经济与社会相对平衡的发展，经济发达地区有与之相适应的社会发展目标，经济欠发达地区也有与之相适应的社会发展目标，所谓发达地区有能力发展社会事业、欠发达地区没有能力发展社会事业的观念是不能成立的，更不能成为一些地方政府长期忽视社会发展的借口。

云南地处祖国西南边疆，有4 000多千米的边境线，同时，民族众多，许多民族跨境而居，有近 10 个民族被称为“直过民族”，从封建社会、奴隶社会，甚至原始社会跨越式地进入社会主义社会。这种跨越的直接意义仅仅只是政治上的，“直过”民族地区的社会发育状况并没有因为有了“直过”而跃迁为发育程度很高的社会。20 多年的改革开放和经济发展优先战略的实施，随着经济建设的不断发展，本来发育程度就十分低下的社会状况，由于长期未能成为关注的热点，社会状况的滞后性越显严重，越来越成为经济发展、民族平等和边疆稳定的严重障碍。面对这样的现实，在区域发展战略上应该进行重大调整，积极探索民族地区，至少在“直过”民族地区实施社会发展优先战略，倾各级政府和社会之全力，支持“直过”民族地区大力发展社会事业，通过这一战略的实施建立起与地区经济发展需要相适应的社会发展水平，为“直过”民族地区经济的快速和可持续发展夯实基础，在真正意义上完成“直过”民族的跨越式发展。

就当前来讲，实施社会发展优先战略，重点应该放在两个方面。一是放在包括教育、卫生、社会保障等社会事业的发展上，这是民族地区和各级政府要特别给予关注的。如果不解决这一问题，经济的可持续发展只是一句空话。二是就民族地区的城市社会、农村社会的发展而言，坚持社会发展优先战略，重点应放在农村社会发展上。在效率优先的大背景下，中国农村是一个逐渐被效益遗忘和遗弃的角落，农村不可避免地出现了严重的衰败趋势，这正是构成“三农”问题的一个重要因素。“三农”问题中最重要的是农民收入提高的问题，是一个经济问题。但社会发展的严重衰败不能不引起我们的高度重视，或许，这也正是十六届五中全会提出建设社会主义新农村的真正动机。

总之，在坚持以经济建设为中心的形势下，强调社会发展优先，以社会发展优先来带动经济、社会的全面、协调、可持续发展，这不失为民族地区发展的重要战略选择。做出这样的战略选择，显然已不仅仅是需要智慧的问题，更需要的则是胆量和勇气。

目 录

论西部民族地区“社会发展优先”战略的选择 (代总序)	纳 麒 (1)
宏观视野	
世界旅游发展：2005 年回顾和 2006 年预测	罗明义 (3)
综合报告	
2005 年及“十五”期间云南旅游产业发展状况 回顾和 2006 年展望	云南省旅游局课题组 (17)
专题报告	
2005 年云南省旅游客源市场开发情况分析	陈铁军 (37)
2005 年云南省旅行社、星级酒店及部分景区 景点经营状况分析	杨 澄 雍容华 陈 伟 (49)
云南旅游发展及投资环境的分析和评价	云南省旅游投资公司课题组 (56)
2005 年云南省旅游教育培训现状	云南省旅游培训中心 (62)

区域合作

- 参与大湄公河次区域旅游合作中的云南
..... 崔晓楠 毛晓莉 (71)
- “香格里拉生态旅游区”的合作与发展
..... 罗 鹭 (87)

州市报告

- 2005 年快速发展的昆明旅游业 温泽民 (101)
- 2005 年红河旅游业发展状况 李树培 (112)
- 树立和落实科学发展观 实现保山旅游
产业跨越式发展 徐盛兴 (119)
- 楚雄州特色旅游业发展迈出坚实步子
..... 李玉林 钟雪峰 (128)
- 2005 ~ 2006 年度文山州旅游发展报告
..... 文山州旅游局 (134)

专家论坛

- 把旅游发展与城镇化相结合 大力推进
旅游小城镇建设进程 罗明义 (143)
- 大力发展乡村旅游 促进社会主义新农村
建设 罗明义 (159)
- 关于丽江市旅游发展定位、发展战略的
几点思考 杨福泉 (172)
- 创新思路, 推进旅游业与文化产业的全面
合作、互动发展 郑 海 (186)
- 从风景到文化: 云南旅游业中的文化消费
分析 李 炎 王 佳 陈 芳 (199)
- 云南温泉旅游开发现状及未来发展方向
..... 叶 文 张一恒 张 敏 (210)
- 旅游图书创作与出版的“云南现象”
..... 李 炎 罗 宁 莫 锟 (218)

云南生态旅游开发和保护面临的问题及 对策措施	方 政 修 晨 杨叔毅 (226)
滇越铁路沿线的文化资源整合与滇南旅游业的 创新发展	赵 毅 肖云鑫 夏 辉 马建宇 (234)
大理旅游集团操盘大理旅游市场的实证分析	林 艺 方 凯 (244)
对策建议	
借鉴四川省的成功经验, 加快云南旅游发展	余 繁 修宪民 (257)
节庆会展组织和实施的改进与旅游形象宣传 中的系统定位	若 丁 陈天亮 (269)
提高昆明旅游业竞争优势的对策和建议	民盟昆明市科技文化专委会 (275)
从全局出发谋划怒江州旅游业的发展	张惠君 (278)
加快玉溪旅游业发展的策略	钟红芬 (286)
其 他	
解读《云南省旅游条例》	修宪民 (295)

宏观视野

世界旅游发展：2005 年回顾和 2006 年预测

罗明义

2005 年，是世界旅游发展再次面对恐怖事件的打击和各种自然灾害、交通事故的挑战但仍然保持了持续快速增长的一年。根据世界旅游组织和世界旅游理事会于 2006 年 1 月公布的统计数据，2005 年全球接待国际旅游者人数达到 8.08 亿人次，比 2004 年增长 5.5%；旅游总需求突破 60 000 亿美元，达到 62 015 亿美元，增长 5.4%；旅游经济增加值达到 47 457 亿美元，增长 5.1%。2005 年世界旅游在上年快速增长的基础上保持了持续发展的良好态势，为 2006 年世界旅游的持续发展奠定了良好的基础。

一、2005 年世界旅游：持续增长与不平衡发展

2005 年初，笔者在《世界旅游：2004 年发展回顾和 2005 年预测》一文中分析指出：随着世界经济保持持续增长和国际政治、经济形势带来的机遇和挑战，尤其是世界各国政府都强化了危机管理和旅游目的地安全保障，更加重视开发健康旅游、生态旅游等新产品，更加重视采取多种多样的形式加大

旅游宣传和促销，更加重视区域旅游合作与发展，广泛拓展旅游客源市场，从而必将促进世界旅游持续快速地发展。因此，笔者预测 2005 年全球接待国际旅游者人数有可能突破 8 亿人次，世界旅游总需求有可能突破 57 500 亿美元，旅游经济增加值将达到 45 000 亿美元以上。

但是，由于海啸、飓风，给东南亚、南亚的海洋沿岸国家和地区的旅游发展造成了极大的冲击和影响；在英国、埃及、迪拜等国家或地区发生的恐怖连环爆炸事件，直接对国际旅游造成严重打击；世界各地频繁发生的飞机、火车、游轮事故，对人们“非典”之后刚刚恢复的旅游信心再次产生严重影响。因此，2005 年世界旅游在保持持续增长的同时，增长幅度与上年相比迅速下降，旅游市场发展格局和各区域内旅游发展也呈现出不平衡发展的突出特点。

（一）世界旅游持续增长，但增幅有所下降

2005 年，全球接待国际旅游者人数达到 8.08 亿人次，比 2004 年的 7.66 亿人次增加了 4 230 万人次，增长率达到 5.5%，虽然比上年 10.0% 的增幅减少了 4.5 个百分点，但仍然高于长期平均增长率 4.2% 的水平，呈现出持续增长的良好发展态势。同时，世界各大区域接待国际旅游者人数也都呈现出良好的增长态势，但是增幅情况不同程度地有增有减（见表 1）。其中，非洲地区增长 10.1%，增幅比上年的 7.0% 增加了 3.1 个百分点；欧洲地区增长 4.3%，增幅比上年的 4.0% 增加了 0.3 个百分点；亚太地区增长 7.4%，由于受海啸、飓风、禽流感等因素的严重影响，增幅比上年的 29.0% 减少了 21.6 个百分点；美洲地区虽然也增长 5.8%，但受飓风的强烈影响，增幅比上年的 10.0% 减少了 4.2 个百分点；中东地区增长 6.9%，由于恐怖活动和地区局势的动荡，增幅比上年的 20.0% 减少了 13.1 个百分点。

表 1 2005 年世界和各区域接待国际旅游者人数

世界和区域	接待国际旅游者人数 (万人次)			国际旅游市场份额 (%)		
	2004 年	2005 年	2005 年 增长率 (%)	2003 年	2004 年	2005 年
全世界	76 602	80 830	5.5	100.0	100.0	100.0
欧洲地区	42 560	44 390	4.3	57.7	55.6	54.9
亚太地区	14 540	15 620	7.4	17.3	19.0	19.3
美洲地区	12 580	13 310	5.8	16.4	16.4	16.5
非洲地区	3 332	3 670	10.1	4.4	4.3	4.5
中东地区	3 590	3 840	6.9	4.2	4.7	4.8

资料来源：世界旅游组织 (WTO) 2006 年 1 月。

(二) 世界旅游市场发展格局不平衡

2005 年, 在全球旅游持续增长的良好发展态势下, 世界旅游市场呈现出不平衡发展的格局。一是世界各区域接待国际旅游者人数增长不平衡, 其中欧洲地区增加了 1 830 万人次, 占全球总增加人数 4 230 万人次的 43.3%; 亚太地区增加了 1 080 万人次, 占 25.5%; 美洲增加了 730 万人次, 占 17.3%; 非洲地区增加了 340 万人次, 占 8.0%; 中东地区增加了 250 万人次, 占 5.9%。二是世界各区域国际旅游市场份额, 除了欧洲地区和亚太地区变动稍大外, 其余区域基本上没有出现大的变化。其中, 欧洲地区从 2004 年占全球市场份额的 55.6% 下降到 2005 年的 54.9%, 减少了 0.7 个百分点; 亚太地区从 19.0% 上升到 19.3%, 增加了 0.3 个百分点; 美洲地区则从 16.4% 上升到 16.5%, 增加了 0.1 个百分点; 非洲地区和中东地区市场份额也分别增加了 0.2 个和 0.1 个百分点。三是接待国际旅游者入境人数的季节性波动变化仍然十分突出, 根据世界旅游组织对 2005 年各月接待国际旅游者人数的数据分析, 国际入境旅游的“旺季”仍然保持在 6、7、8、9 四个月份, 而“淡季”依然是 1、2 月份, 其他月份则基本保持在平均水平

上下。

（三）世界各区域内旅游增长有快有慢

2005 年，由于各国经济发展的差异，以及各种恐怖事件、自然灾害的打击和影响，使世界各区域内不同地区、国家的旅游增长也呈现出有快有慢的不平衡发展格局。

非洲地区，由于莫桑比克、肯尼亚和南非接待国际旅游者分别增长 37%、26% 和 11%，不仅带动撒哈拉沙漠地区的国际旅游增长了 13%，而且带动整个非洲地区旅游增长率上升到 10.1%，成为 2005 年接待国际旅游者人数增长率最高的区域。

亚太地区在“非典”之后，迎来了 2004 年接待国际旅游者的高速增长（增长率为 29%）。但是，由于 2005 年的海啸、飓风、禽流感等因素影响，使东南亚、南亚和大洋洲地区的增长率迅速下降到 4% 左右；主要是依靠中国（增长 13%）、日本（增长 9%）和中国台湾（增长 15%）接待国际旅游者人数保持快速增长，才使东亚地区接待国际旅游者的增长率达到 10.2%，进而带动整个亚太地区接待国际旅游者人数的增长率保持在 7.4% 的水平。

美洲地区，尽管北美地区接待国际旅游者人数仅增长了 4%，但由于委内瑞拉、哥伦比亚、古巴、阿根廷、巴西、智利等国家接待国际旅游者人数的增长率都在 10% ~ 20%，使中美洲和南美洲地区接待国际旅游者人数分别增长了 13.6% 和 12.7%，从而带动美洲地区接待国际旅游者人数也实现了 5.8% 的持续增长。

欧洲地区接待国际旅游者人数增长 4.3% 并比上年略有增加，主要是依靠北欧和地中海地区分别增长了 8.6% 和 6.5%，尤其是英国（增长 10%）、土耳其（增长 20%）、拉脱维亚（增长 27%）等国家接待国际旅游者人数的快速增长，都对欧洲地区实现接待国际旅游者人数的持续增长具有重要的影响。

中东地区，虽然沙特阿拉伯、巴勒斯坦等接待国际旅游者

人数分别增长了 21% 和 45%，但由于埃及、迪拜等旅游重点国家和地区受恐怖事件的打击和影响，导致增长率仅有 6% 和 7%，从而使整个中东地区接待国际旅游者人数仅增长了 6.9%，增幅比上年大幅度下降。

二、2005 年世界旅游经济：呈现出强劲发展势头

从 1990 年开始，世界旅游组织和世界旅游理事会就研究如何建立旅游卫星账户，来全面反映和评价旅游经济运行情况和结果。2006 年 1 月，世界旅游理事会发布的《2005 年旅游经济研究》报告，运用旅游卫星账户对 2005 年世界旅游经济运行情况及未来发展趋势进行了分析和预测。

（一）2005 年世界旅游总需求和总供给情况

根据旅游卫星账户总需求和总供给平衡的原则，2005 年世界旅游经济运行情况和结果，可以分别从旅游总需求和总供给两方面进行分析。

从旅游总需求看，2005 年世界旅游总需求达到 62 015 亿美元，其中直接用于旅游消费支出为 44 285 亿美元，包括个人旅游消费支出、商务旅游消费支出、政府用于个人公务旅行消费支出和旅游者购买旅游商品而形成的旅游出口等（见表 2）。此外，构成旅游总需求的内容还包括：政府用于旅游公共设施投入的消费支出 1 611 亿美元，社会投入旅游开发建设的消费支出 9 178 亿美元，与旅游相关的各种出口 6 941 亿美元等。

从旅游总供给看，2005 年世界旅游总供给也为 62 015 亿美元，其中旅游业总供给为 44 285 亿美元，包括直接和间接为旅游者提供产品和服务形成的增加值 32 901 亿美元，进口旅游业所需产品和服务 11 384 亿美元。此外，由于旅游业发展带动相关产业发展，形成相关产业为旅游业直接和间接提供各种产品和服务形成的增加值 13 555 亿美元，以及旅游业带动相关进口

3 175亿美元，使世界旅游总供给达到62 015亿美元。

表2 2005年旅游卫星账户简表

旅游总需求 (万美元)		旅游总供给 (万美元)	
个人旅游消费支出	28 331	商务旅游消费支出	6 529
政府旅游消费支出 (个人)	1 243	旅游出口 (旅游者)	8 183
旅游业 GDP (直接)	17 124	旅游业 GDP (间接)	15 777
旅游业进口	11 384		
旅游消费支出合计	44 285	旅游业供给合计	44 285
政府旅游支出 (集体)	1 611	旅游资本投入	9 178
旅游相关出口 (非旅游者)	6 941	旅游相关供给 GDP (直接)	6 855
旅游相关供给 GDP (间接)	7 700	旅游相关进口	3 175
旅游总需求合计:	62 015	旅游总供给合计:	62 015

资料来源：世界旅游理事会 (WTTC), The 2005 Travel & Tourism Economics Research, 2006.

(二) 2005年世界旅游经济保持强劲发展

从世界旅游经济发展情况看，伴随着2005年世界旅游的持续增长，世界旅游经济呈现出强劲的发展势头，并对世界经济发展产生着重要的促进作用。2005年，世界旅游总需求达到62 015亿美元，比2004年增长5.4%；世界旅游经济增加值达到47 457亿美元，增长5.1%；世界旅游总出口达到15 125亿美元，增长7.3%；世界个人旅游总消费达到28 331亿美元，增长5.1%；世界旅游资本总投入9 178亿美元，增长5.3%；世界旅游业就业人数达到22 156.8万人，增长3.5%。

2005年，世界旅游经济不仅自身呈现出强劲的发展势头，而且在世界经济发展中的地位和作用也日益明显。其中，世界旅游经济增加值占世界总GDP的10.6%，比上年增加了0.2个百分点；世界旅游出口占世界总出口的12.0%，减少0.2个

百分点；世界旅游就业人数占世界总就业人数的 8.3%，增加 0.2 个百分点；世界个人旅游消费占世界个人总消费的 10.4%，增加 0.3 个百分点；世界旅游资本投入占世界总资本投入的 9.4%，增加 0.5 个百分点。随着世界旅游经济在世界经济发展中的比重逐步提高，世界旅游对促进世界经济发展的作用也不断增强。

（三）2005 年主要国家旅游经济发展情况

从 2005 年世界旅游卫星账户中还显示：主要旅游经济指标位于前 10 位的国家基本都是旅游发达国家（见表 3），不仅接待国际旅游者人数位居世界前列，而且旅游经济主要指标在世界旅游经济中也占有较大的比重。

从旅游总需求看，前 10 位国家旅游总需求达到 43 538 亿美元，占世界旅游总需求的 70.2%；其中美国旅游总需求达 15 869.9 亿美元，占世界旅游总需求的 25.6%；日本、德国、法国和英国四国的旅游总需求为 16 901.4 亿美元，占 27.3%。

从旅游经济增加值看，前 10 位国家旅游经济增加值达到 34 646.3 亿美元，占世界旅游经济增加值的 73.0%；其中美国旅游经济增加值达 13 394.3 亿美元，占 28.2%；日本、德国、法国和英国四国的旅游经济增加值为 12 628.2 亿美元，占 26.6%。

从旅游直接出口看，前 10 位国家旅游直接出口达到 4 352.8 亿美元，占世界旅游直接出口的 53.2%；其中美国旅游直接出口达 1 035.1 亿美元，占 12.6%；法国、西班牙、意大利、德国和英国五国的旅游直接出口为 2 414 亿美元，占 29.5%。

从旅游资本投入看，前 10 位国家旅游资本投入达到 6 321.2 亿美元，占世界旅游资本投入的 68.9%；其中美国旅游资本投入达 2 507.1 亿美元，占世界旅游资本投入的 27.3%；法国、西班牙、意大利、德国和英国五国的旅游资本投入为 1 720.1 亿美元，占 18.7%；日本旅游资本投入 686.5 亿美元，

占 7.5%。

从旅游就业看，前 10 位国家旅游就业人数达到 1 4280.9 万人，占世界旅游总就业人数的 64.5%，其中位于前 3 位的中国、印度和美国三个国家旅游就业人数 10 571.2 万人，占世界旅游总就业人数的 47.7%。

目前，中国已成为世界旅游大国，接待国际旅游者人数和国际旅游收入都已进入世界前列，从 2005 年世界旅游卫星账户统计核算看，中国已经迈入世界旅游经济强国之列（见表 3）。2005 年，中国旅游总需求为 2 650.5 亿美元，占世界旅游总需求的 4.3%，排列第 7 位；旅游经济增加值为 2 178.5 亿美元，占世界旅游经济增加值的 4.6%，排列第 6 位；旅游直接出口为 274.0 亿美元，占世界旅游直接出口的 3.3%，排列第 7 位；旅游资本投入为 1 003.4 亿美元，占世界旅游资本投入的 10.9%，排列第 2 位；旅游就业人数达 6 462.5 万人，占世界旅游总就业人数的 29.2%，排列第 1 位。

表 3 2005 年旅游经济指标前 10 位国家情况

排序	旅游总需求		旅游经济增加值		旅游直接出口		旅游资本投入	
	国家	亿美元	国家	亿美元	国家	亿美元	国家	亿美元
1	美国	15 869.9	美国	13 394.3	美国	1 035.1	美国	2 507.1
2	日本	5 315.8	日本	4 654.3	法国	610.1	中国	1 003.4
3	德国	4 397.7	德国	2 839.7	西班牙	505.9	日本	686.5
4	法国	3 653.5	法国	2 792.2	意大利	465.5	西班牙	450.8
5	英国	3 534.4	英国	2 342.0	德国	443.8	英国	341.5
6	意大利	2 728.5	中国	2 178.5	英国	388.7	法国	325.0
7	中国	2 650.5	意大利	2 126.7	中国	274.0	德国	309.8
8	西班牙	2 455.5	西班牙	2 087.1	澳大利亚	235.0	意大利	293.0
9	加拿大	1 799.6	加拿大	1 293.1	荷兰	198.0	韩国	202.3
10	墨西哥	1 132.6	墨西哥	938.4	土耳其	196.7	俄罗斯	201.8
	合计	43 538.0	合计	34 646.3	合计	4 352.8	合计	6 321.2

资料来源：世界旅游理事会（WTTC），The 2005 Travel & Tourism Economics Research，2006。

三、2006 年世界旅游发展预测：机遇与危机并存

进入 21 世纪的前 5 年，尽管不断遭受经济波动、地区战事、恐怖活动、疫病流行、自然灾害等各种危机的重创和影响，但世界旅游在不断应对各种危机中始终保持了持续增长与发展的良好势头。展望 2006 年，面对国际政治格局变化，全球经济强势增长，恐怖活动持续，疫病流行及自然灾害的突发影响等，使世界旅游发展的机遇与危机并存。尤其是恐怖活动、石油价格上涨和疫病流行等，将是影响 2006 年世界旅游持续增长的三大重要变数。

（一）世界经济强势增长将促进世界旅游发展

2005 年，世界经济虽然受到石油价格暴涨，贸易严重失衡，美元利率升高，欧元汇率起落不定等重大事件的影响，但仍然走势良好。据世界货币基金组织预测，世界经济增长率有可能达到 4.5% 左右。主要因素是由于美国经济稳健发展，增长率达到 3.6% 左右；日本经济强势复苏，增长率预计达到 2.3%；欧元经济区虽然受法国、德国拖累仍然在低位徘徊，但增长率也将达到 1.4%；特别是亚太地区，克服了海啸、飓风、禽流感等灾害和疫病的影响，增长率仍保持在 6.2% 左右；从而使世界经济继续保持了强劲的增长势头。

2006 年，经济全球化发展将进一步提升全球资源配置效率，推动世界经济结构的调整和优化；全球贸易自由化将使国际贸易增长加速，成为世界经济增长的强劲动力；国际投资高潮的形成，将为世界经济的持续增长注入新的活力；区域经济合作的加强将提高各区域应对全球经济风险的整体能力，尤其是东亚经济合作的加速推进，将继续成为世界经济增长的主要动力。与此同时，区域经济发展不平衡，全球贸易严重失衡，国际投资监管机制滞后，金融恶性投机和汇率大幅度波动等，

将成为世界经济持续增长和稳定发展的主要风险。受上述各种因素的作用和影响，预计 2006 年美国经济增长速度可能略有下降，但增长率仍将保持在 3.0% ~ 3.3%；日本经济有可能摆脱通货紧缩的局面，继续保持增长率 2.0% ~ 2.5% 的强劲复苏势头；欧元经济区的增长速度将进一步加快，增长率有所增加而达到 1.6% 左右；亚太地区经济发展的势头依然较好，增长率将继续保持在 6.2% 的高位增长水平。因此，2006 年世界经济增长率可能比上年略有下降，但增长速度仍将保持在 4.3% 左右，继续呈现出较强的发展势头，从而为世界旅游的持续增长奠定了良好的经济基础。

（二）国际政治格局变化将影响世界旅游发展

当前国际政治格局的主要特点是，和平与发展仍然是当今世界的主题，“一超多强”的大国格局和“一极多元”的世界格局并存。尤其是伴随着经济全球化、区域一体化和贸易自由化的发展趋势，2006 年国际政治格局将出现一些新变化，并直接或间接地影响着世界旅游的增长与发展。

首先，和平、发展、合作成为时代的潮流。展望 2006 年，随着美国、欧洲、日本、俄罗斯与中国成为重要的贸易伙伴关系，以及恐怖主义、跨国犯罪、环境污染、禽流感等全球性问题更加突出，不仅使日益紧密的经济关系成为“和平、发展、合作”的主要动力，而且使国际社会面临着共同的挑战。因此，以“互利共赢”为核心的国际合作必然为世界旅游的持续增长带来更多的发展机遇和条件。

其次，“一超多强”的大国格局短期内不会根本改变，但将会出现一些新的变化。美国“一超”不会衰落，仍将保持高于欧洲、日本的经济增长率，但在大国关系中，美国将在矛盾和利益共存中受到“多强”的更大制约。“多强”仍将持续发展，其中日本经济继续回升而保持世界第二经济大国的地位，中国的国内生产总值有可能突破 21 000 亿美元，俄罗斯将继续得益于高位油价而快速发展，印度经济持续增长将成为又

一新兴经济大国。随着“多强”之间的关系进一步得到改善和加强，必然促进世界旅游的交流、合作与发展。

再次，“一极多元”的世界格局也出现一些新变化。其中，美国为强化世界霸主的地位，将继续采取一系列手段，企图削弱“多元”力量的发展；而“多元”之间，以相互依存为主要特征的因素正在取代以对立和制衡为特征的“极”的因素。欧洲与美国在中国问题上的分歧有所增大，而与中国合作的机会增多，尤其在国际旅游合作方面出现加快推进的趋势；俄罗斯继续推进对华关系，并将在 2006 年和 2007 年相互举办“国家年”活动，必然促进两国旅游的交流和发展；印度在继续倚重美国的同时，也注意改善和发展与中国的关系，并将举办“中印友好年”；中日关系短期内“冰点”难以化解，但对两国之间的旅游交流与合作并未造成重大的影响。

（三）世界旅游增长将面临三大重要变数的影响

1. 恐怖活动的影响

近两年来虽然国际恐怖活动有所走低，区域性的反恐合作有所加强，但由于国际上诱发恐怖活动的根源尚未消除，局部地区的恐怖活动有增无减，尤其是在国际恐怖势力不断发展的同时，国际反恐合作却进展不大，造成国际对立的某些因素潜存危机。因此，2006 年国际恐怖活动仍有可能持续发生和局部猖獗，从而对 2006 年世界旅游的持续增长形成重要的影响变数。

2. 石油价格变动的的影响

2005 年石油价格的暴涨虽然对当年世界经济和国际旅游未造成重大的负面影响，但随着发展与资源矛盾的加剧，以石油为重点的能源正在成为左右世界政治经济局势的大牌。尽管目前世界石油价格已经回落到每桶 60 美元左右，但 2006 年国际油价的走势仍然难以预料。因此，石油价格的变动，以及可能由此引发的通货膨胀、汇率急剧变动、贸易摩擦等经济因素，都将成为影响 2006 年世界旅游持续增长的重要变数。

3. 疫病流行的影响

自 2003 年爆发非典型性肺炎之后，2004 年世界局部地区又发生“禽流感”。近几年来“禽流感”继续在不同国家和地区辗转发生，并且传播给人的案例不断增加，一直是笼罩世界旅游增长与发展的阴影。虽然世界各国积极采取各种措施来防范“禽流感”的发生和蔓延，但至今对“禽流感”的防治仍然是困扰人们的难题，再加上频繁发生的重大交通事故及各种突发灾害事件等，成为影响 2006 年世界旅游持续增长的又一个重要的变数。

综上所述，2006 年世界旅游既有良好的发展机遇，也面临许多风险和挑战。因此，如何抓住机遇，应对挑战，促进世界旅游持续快速增长，就成为 2006 年世界旅游发展的主旋律。根据以上分析，预计 2006 年全球接待国际旅游者人数有可能突破 85 000 万人次，增长速度将保持在 4% ~ 5% 之间；旅游总需求可能突破 65 000 亿美元，增长率将保持在 4.5% ~ 5.0% 之间；旅游经济增加值预计将接近 50 000 亿美元，增长率将保持在 4.0% ~ 4.6% 之间。可以预见，2006 年，世界旅游将在上年持续增长的基础上，继续保持快于全球经济增长速度而持续增长与发展。

（作者单位：云南省旅游局）

综合报告

2005 年及“十五”期间云南旅游 产业发展状况回顾和 2006 年展望

云南省旅游局课题组

“十五”期间是我省旅游产业加快发展的五年，2005 年是实施“十五”计划的最后一年，在国家旅游局和省委、省政府的正确领导下，在省人大、省政协和省级各有关部门及各地党委、政府的大力支持下，全省旅游行业以科学发展观为指导，团结一致、齐心协力、努力拼搏、狠抓落实，圆满完成了 2005 年的工作任务和“十五”计划发展目标，全省旅游产业保持了持续健康快速地发展，为“十一五”发展奠定了良好的基础。

一、2005 年及“十五”期间旅游产业发展状况

2005 年及“十五”期间，全省旅游行业认真贯彻落实“三个代表”重要思想和科学发展观，围绕省委、省政府建设旅游经济强省的战略决策和部署，进一步优化旅游发展环境，加强旅游开发建设和培育精品名牌，加大市场开拓力度，推进改革开放，加强旅游市场和行风建设等，促进了我省旅游业持续健康地发展。

（一）优化旅游发展环境

面对我国建设社会主义市场经济的新形势，针对国内外旅游发展的新变化和我省旅游发展实际，省委、省政府加强了对旅游产业的领导，做出了“优化结构、转型升级、提质增效，全面建设旅游经济强省”的战略决策和部署，下发了《中共云南省委、云南省人民政府关于加快旅游产业发展的若干意见》，调整和充实了省旅游产业领导小组，组织旅游部门和相关部门及各州市党委、政府主要领导赴四川省学习考察，提出了云南旅游“二次创业”的发展目标；省人大颁布了《云南省旅游条例》，省政府出台了相关配套规章和制度，省、州市旅游局制定了贯彻《中华人民共和国行政许可法》和《云南省旅游条例》的具体办法和措施，切实推进了我省依法治旅、依法行政的进程；省政府加大了对旅游建设的投入力度，增加了旅游发展专项资金，组建了云南省旅游投资有限公司，构建起政府引导投融资的平台；各州市党委、政府增强了发展旅游的积极性 and 主动性，加强了对旅游发展的领导和支持，各有关部门结合各自实际加强对旅游发展的支持和配合，为加快我省旅游发展提供了有利的条件，营造了良好的旅游发展环境。

（二）加大旅游建设力度

全省旅游行业认真贯彻落实省委、省政府的战略决策和全省旅游工作会议精神，抓好《云南省旅游发展总体规划》、《振兴云南旅游行动计划》和《云南旅游发展倍增计划》的组织实施，编制了“十一五”旅游发展规划、六大旅游片区规划和科技兴旅规划；切实抓好重点旅游景区、景点项目的开发建设，推进旅游发展与文化建设、城镇化相结合，推动新兴旅游区和旅游新产品开发建设，大力培育精品名牌旅游产品；抓好旅游厕所、游客服务接待中心和旅游信息化配套设施建设，完成了3年建设1000座旅游厕所的工作目标，促进了部分旅游城市、重点旅游县和旅游景区游客服务接待中心建设，完成

了旅游信息化一期工程建设；加大政府旅游开发建设投入力度，“十五”期间全省争取国债资金、国家旅游发展基金、省旅游发展资金和银行贷款贴息及相关资金等共计 5.53 亿元投入旅游开发建设；积极做好招商引资工作，建立了全省旅游招商项目库，编制了《云南省旅游重点招商项目册》，抓好《云南旅游重大招商项目推进工作制度》的落实，吸引社会资金投入旅游开发建设，“十五”期间，全省签订招商引资项目 299 个，实施投资项目 254 个；协议资金共计 350.04 亿元，实际投入资金 90 多亿元，初步形成了旅游投资多元化格局，加快了全省旅游开发建设的步伐。

（三）加强市场开拓和促销

“十五”期间，为确保我省国内外客源的持续增长，针对不同时期旅游市场特点和旅游需求发展趋势，不断培育和推出旅游新产品、新品牌，形成新“亮点”，着力培育“七彩云南、旅游天堂”旅游主题形象；加大重点客源市场促销和开拓力度，针对主要旅游客源国家和地区，组织大量旅游促销团组开展“走出去”促销活动，邀请重点客源市场的旅行商、旅游专业媒体到我省考察线路、采访报道和拍摄专题片，加大“请进来”的旅游宣传促销力度；成功地承办了 2001、2003、2005 中国国际旅游交易会，举办了五届中国昆明国际文化旅游节，有重点地参加国际、国内知名的旅游交易会和旅游节庆活动，积极培育省内节庆会展活动，借助“旅交会”和“旅游节”的响亮品牌，扩大了云南旅游在国内外的知名度和吸引力；创新旅游宣传促销机制和方式，制定并认真组织实施《云南省旅游行业宣传促销管理暂行办法》和《云南省海外旅游促销奖励试行办法》；加强旅游宣传促销与文化、新闻媒体的结合，积极探索加强与经贸行业、航空企业的促销合作，实施“周边市场拓展战略”，积极开展区域联合促销；充分利用电视、广播、国际互联网等现代媒体技术，整合各种宣传促销资源，不断提高旅游宣传促销活动的效果，加强旅游客

源市场开拓。

（四）推进区域合作

全省旅游业抓住对内对外开放的良好机遇，积极推进区域旅游合作，为云南旅游开拓广阔的发展空间。抓住中国—东盟自由贸易区建设、GMS 次区域经济合作及 GMS 首脑会议在昆举办等机遇，积极参加 GMS 旅游工作组会议和旅游发展战略研讨会，组织旅游企业参加 GMS 旅游论坛，争取云南旅游项目纳入“GMS 旅游发展战略配套项目”，切实推进与次区域国家的区域旅游合作与发展；加强云南与泰国、新加坡、马来西亚等国的旅游合作，落实好中泰联合之旅合作协议，积极参与和支持云南—越（南）北、云南—老（挝）北的经济与旅游合作，加强与柬埔寨的旅游合作，支持边境州市与周边国家的旅游合作，做好我省与越、缅、老五条边境旅游线路的有关申报工作，大力开展边境旅游和跨国旅游；积极推动川滇藏中国香格里拉生态旅游区的合作与建设，并争取纳入国家“十一五”区域旅游重点规划，大力促进“泛珠三角区域旅游合作”，西南六省区市和滇沪、滇浙、滇港、滇粤、滇黔桂等国内区域旅游合作；加强了对无障碍旅游体制、机制、政策的调研和推进，积极推动省内州市之间区域旅游合作，启动无障碍旅游通道建设，为消除地区间旅游壁垒，加强省内地区间旅游合作奠定了良好的基础。

（五）推动旅游行业改革和提质增效

以提质增效为目标，积极推进旅游企业整合和国有企业改革。按照省委、省政府关于加快旅游企业整合与改革的部署和要求，成立了省级旅游行业整合领导小组，对全省旅游行业战略性整合和组建旅游大集团进行了调查研究，制定了《关于加快推进我省旅游行业整合工作的指导意见》和《云南省旅游行业战略性整合方案》，积极推进旅游行业整合；按照以产权制度改革为核心，股份制改造为主要方式，在省国资委指导

下完成了《国有宾馆饭店改革指导性意见》和《国有旅行社改革指导性意见》，制定了省属国有大企业集团化整合方案；鼓励优势旅游饭店以收购、兼并、联合等方式组建旅游饭店连锁集团，加快推进饭店集团化发展；积极支持开办合资或独资旅行社，鼓励国内外有实力的旅游企业进入我省设立分支机构，鼓励省内旅游企业互设分支机构，倡导和推动旅行社股份制改造；积极探索旅游景区景点经营权转让的改革，鼓励具备条件的旅游企业上市融资，大力吸引外资和民间资本投入旅游景区点和旅游设施的开发建设；及时组织对提质增效进行专题调研，下发了《进一步推进提质增效工作，完善旅游结算管理工作的实施意见》，指导各地正确把握提质增效工作内涵，采取各种途径和方式促进各地旅游业的提质增效工作。

（六）加强旅游行业管理

围绕贯彻落实《全面推进依法行政实施纲要》和《中华人民共和国行政许可法》，编辑出版了《云南省旅游行业贯彻实施 中华人民共和国行政许可法 资料汇编》，明确行政许可项目、实施程序及执法职责，规范行政许可相关材料填报工作，提高了各级旅游行政管理部门依法行政的能力和水平；努力做好行政职能转变授权的各项工 作，将旅游饭店星级评定及复核、景区景点等级评定与复核等工作授权旅游协会具体负责，使星评（和评 A）机构的构成、评定程序及相关承诺、星评（和评 A）员的选聘等各项工作制度都得到不断完善；充分发挥旅游行业协会的作用，举行了云南省旅游业协会第二届换届大会，促进旅游协会各分会相继成立并认真开展工作，各地旅游行业协会加强自身建设，健全行会工作和自律制度，加大了行业自律和对旅游企业及从业人员的规范管理；推进旅游行业标准化建设，强化旅游服务规范化管理，促进了各州、市争创最佳优秀旅游城市、优秀旅游城市、旅游经济强县的工作；加强旅游统计核算体系建设，编制了《云南省旅游抽样调查工作手册》，明确了工作职责，规范了工作流程，提高了统计

数据的科学性和精确性，实现了旅游统计数据库与国家旅游数据库的对接，与云南旅游信息网络有限公司共同研制开发了云南省旅游网上统计系统。

（七）狠抓旅游市场整治和建设

旅游市场整治和建设是一项长期性、经常性的工作。针对旅游市场秩序存在的主要问题，省旅游局先后制定下发了整顿和规范旅游市场秩序等有关文件并狠抓落实；各级旅游行政管理部门积极开展旅游专业执法和联合执法，加强了对旅游市场动态检查，进一步维护旅游市场秩序；积极探索规范旅游市场的方式方法，制定了《云南省旅行社和从业人员管理暂行办法》和《云南省旅行社门市部管理暂行办法》，与省工商局共同制定并实施了新版《云南省国内旅游合同示范文本》和《云南省出境旅游合同示范文本》，与省消费者协会举办了“诚信、维权与旅游”活动，与省广播电台举办了维护旅游者权益的宣传、调查活动；加强旅游行业诚信建设，制定下发了《云南省旅游行业诚信建设总体方案》和《云南省旅行社诚信建设实施方案》，积极推进以旅行社为突破口的诚信建设；加强旅游从业人员培训和管理，不断提高旅游从业人员的素质、技能和服务水平，不断提升了旅游服务质量；围绕“春节”、“五一”、“十一”黄金周开展了大规模的旅游市场和安全检查，有效维护了旅游市场秩序，有力地打击了各种违规违法行为，及时处理了各种突发事件，塑造了我省旅游行业诚信优质服务形象。

（八）全面推进旅游行风建设

全省旅游行业深入扎实地开展了保持共产党员先进性教育活动，贯彻落实《云南省旅游行业“云岭先锋”工程实施方案》；认真开展了旅游行业民主评议行风和跟踪工作，抓好省直机关社会评议活动，建立健全旅游行业社会评议长效机制，切实加强旅游行风建设；开展了“树云南旅游干部形象，做

旅游产业建设标兵”、建设学习型机关暨学习型领导班子等活动，认真贯彻执行《云南省公务员八条禁令》，加大旅游行业反腐倡廉的力度；进一步健全了旅游行政部门管理制度，切实转变行政工作作风，加强党风廉政建设，使旅游行政管理部门的工作效率和旅游全行业的服务质量明显提高，“诚信经营”和“诚信服务”意识和行为不断增强。根据省纠风部门发放的调查问卷统计，游客及社会各界对云南旅游行风总体印象的满意率为 98.74%，对旅游行业执行政策和法规的满意率为 97.61%，对旅游行政部门机关作风和工作效率的满意率为 95.52%，对旅游投诉处理的满意率为 97.59%，树立了良好的云南旅游形象。

二、2005 年及“十五”期间旅游产业发展取得重要成效

2005 年及“十五”期间，全省依托得天独厚的旅游资源优势，通过扎实有效地工作，克服了“非典”和“禽流感”等突发事件带来的不利影响，使我省旅游业保持了持续增长的势头，旅游市场发展态势良好，精品旅游产品培育成效显著，旅游产业进一步壮大，旅游业在推动全省经济社会持续发展中的地位和作用进一步提升。总结我省 2005 年及“十五”旅游产业发展情况，主要取得了以下显著的成效。

（一）旅游经济主要指标持续增长

2005 年，全省共接待海外旅游者 150.3 万人次，比上年增长 36.5%；旅游外汇收入 5.3 亿美元，增长 25%；接待国内旅游者 6 860.7 万人次，增长 14.1%；国内旅游收入 386.2 亿元，增长 15.6%；旅游业总收入达 430.1 亿元，增长 16.5%。

整个“十五”期间，全省累计接待海外旅游者 603.88 万人次，比“九五”期间增长 38.55%；旅游外汇收入达 20.77

亿美元，增长 43.14%；接待国内旅游者 2.77 亿人次，增长 88.44%；国内旅游收入 1479.54 亿元，增长 136.29%；旅游总收入 1652.98 亿元，增长 121.94%，圆满完成了“十五”计划发展目标。

2001 ~ 2005 年，全省接待海外旅游者从 100.1 万人次增加到 150.28 万人次，旅游外汇收入从 3.39 亿美元增加到 5.28 亿美元，年均分别增长 8.47% 和 9.27%；接待国内游客从 3841 万人次增加到 6860.74 万人次，国内旅游收入从 183 亿元增加到 386 亿元，年均分别增长 12.3% 和 16.1%；旅游总收入从 211 亿元增加到 430 亿元，年均增长 15.3%。旅游总产出增长速度高于全省经济年均增长速度 7.7 个百分点。

（二）旅游市场发展态势良好

海外入境旅游市场持续增长。2001 ~ 2005 年，接待海外入境游客从 276.74 万人次增加到 347.59 万人次，年均增长 4.66%。其中接待海外旅游者从 100.1 万人次增加到 150.28 万人次，年均增长 8.47%；接待外国人旅游者从 66.59 万人次增加到 99.66 万人次，年均增长 8.4%；接待港澳台同胞从 33.52 万人次增加到 50.63 万人次，年均增长 8.6%。

国内旅游市场快速增长。2001 ~ 2005 年，接待国内游客从 3841 万人次增加到 6860.74 万人次，年均增长 12.3%；特别是 2005 年春节、五一、十一三个黄金周，分别接待游客 364.33、315.4 和 274.99 万人次，旅游业总收入达 12.34、11.55 和 10.98 亿元，与上年同期相比分别增长 44.2%、15.8% 和 29.57%。

到 2005 年，全省各旅游区都实现了快速发展，其中昆明、丽江、文山、怒江、玉溪等重点旅游地区接待海内外旅游者高速增长，增长率均在 41% 以上；保山、昭通、红河、大理、迪庆、临沧等地海外市场继续呈现出良好的发展态势，增长率均在 26% 以上；曲靖、德宏、西双版纳、楚雄、思茅等州市接待国内外旅游者人数也保持了持续增长。

（三）精品旅游产品培育成效显著

通过“十五”期间加大旅游产品开发和精品名牌旅游产品培育，云南国家 A 级以上景区已达 111 个，并涌现出了一批精品名牌旅游产品。到 2005 年，全省已经有昆明、大理、景洪、瑞丽、潞西、丽江等 6 个城市荣获中国优秀旅游城市称号；丽江被国际旅游组织评为中国最令人向往的 10 个小城市之一；在欧洲旅游协会举办的“2005 欧中旅游论坛”上，昆明和丽江同时获得“欧洲旅客最喜爱的中国旅游城市”美称；在《中国国家地理》杂志社及全国 34 家大型媒体共同举办的“中国最美的地方”评选活动中，云南有 10 个景区入选；在中央电视台举行的中国魅力城市评选活动中，大理市被评为中国十大魅力城市之一；在中央电视台举行的中国名镇评选活动中，腾冲的和顺古镇位居“中国十大魅力名镇”之首，荣膺“中国魅力名镇展示 2005 年度大奖”；云南已成为深受中外游客喜爱的旅游目的地，被有关媒体评为“2006 年中国千万富豪最青睐的旅游胜地”。随着云南成为深受中外游客喜爱的旅游目的地，进一步增强了云南旅游的知名度和吸引力，提升了云南旅游的市场竞争力。

（四）旅游产业规模进一步壮大

到 2004 年，全省共有 19 526 户旅游基本单位，其中旅行社 410 家（国际旅行社 40 家，国内社 370 家），旅游住宿设施 14 234 家（旅游星级饭店 747 家、社会旅馆 4 048 家、个体旅馆 9 439），旅游景区 230 家（其中国家 A 级以上景区点 86 家），旅游车船公司 16 家，其他类型的旅游企业 69 家，此外尚有旅游购物企业 300 多家及上千家各种类型的旅游餐馆企业，基本形成了包括食、住、行、游、购、娱在内的完整的旅游产业体系。

据不完全统计，到 2004 年全省旅游产业拥有固定资产 452.7 亿元，其中旅行社 38.4 亿元（包括旅行社的旅游车

辆), 旅游住宿设施 355.1 亿元 (旅游星级饭店 78.9 亿元、社会旅馆和个体旅馆 276.2 亿元), 旅游车船公司和其他旅游企业 8.5 亿元, 旅游景区投入形成的固定资产大约 50 多亿元。此外, 旅游餐饮、旅游娱乐、旅游购物、旅游会展设施等投入形成的固定资产大约 150 多亿元, 使旅游业的总资产规模超过 600 亿元。

通过推进旅游企业整合与改革, 涌现出一批具有一定市场竞争力的旅游企业和联合体, 如云南世博集团、大理旅游集团、西双版纳纳孔雀旅游集团、中国昆明康辉旅行社、官房饭店集团、丽江旅行社联合体、西双版纳旅行社联合体、昆明地区旅行社联合体等, 旅游企业集团化、联合化发展态势良好。

(五) 旅游产业的作用和地位不断提升

到 2004 年, 全省旅游业完成增加值 174.66 亿元, 占当年全省 GDP 比重的 5.9%, 比 2000 年的 5.1% 提高了 0.8 个百分点; 旅游业提供的税收由 2000 年的 10.1 亿元增加到 2004 年的 25.8 亿元, 占当年全省财政收入的比重由 5.9% 增加到 9.8%, 提高了 3.9 个百分点; 旅游外汇收入占全省出口创汇收入的 18.8%, 旅游业的外向型经济特征日益显现; 旅游产业直接和间接就业人员为 171.1 万人, 占当年全省劳动就业总人数的 7.2%, 旅游业发展进一步扩大了就业渠道。综上所述, 旅游业在全省经济社会发展中的带动作用日益增强, 地位不断提高。

在看到 2005 年及“十五”期间我省旅游快速发展取得明显成效的同时, 我们也应该清醒地认识到当前旅游产业发展还面临诸多问题。一是发展旅游的体制和机制还不适应旅游业发展的需要, “大旅游、大产业、大市场、大服务”的观念和意识仍需进一步提升; 二是自主创新能力不强, 部分地区新产品的推出力度还不够, 精品名牌旅游产品还不多, 国内外新兴、远程旅游市场开拓力度不够, 高端游客比重偏低; 三是制约旅游产业发展的因素依然存在, 旅游基础设施建设滞后、配套接

待设施薄弱，旅游投融资体制、机制需要进一步改进和完善，旅游市场秩序需进一步规范，旅游业快速增长与人才不足的矛盾十分突出等。这些问题在 2006 年及今后工作中必须采取有力措施认真加以解决。

三、“十一五”期间云南旅游产业发展的总体思路

（一）“十一五”旅游发展的指导思想

“十一五”期间是云南实现旅游资源大省向旅游经济强省跨越的关键时期，因此，“十一五”云南旅游发展的指导思想是：坚持以人为本，全面、协调、可持续发展的科学发展观，以创建国际旅游目的地为目标，以“优化结构、转型升级、提质增效”为主线，以大项目带动大发展为重点，以提高旅游自主创新能力和动力，优化旅游发展格局，壮大旅游产业基础，加快旅游开发建设，加强旅游市场开拓，构建和谐云南旅游，实现云南旅游发展再上新台阶，推进云南旅游“二次创业”，再创云南旅游新辉煌。

（二）“十一五”旅游发展战略

——创新发展战略。要推动我省旅游产业由资源消耗、数量增长型发展方式向结构优化、集约高效型发展方式转变，必须创新我省旅游发展的模式和机制，使旅游发展观念创新、旅游体制和机制创新、旅游业态创新、旅游产品和旅游项目创新、旅游营销创新、旅游管理创新和旅游科教创新，成为推进我省旅游产业快速发展的强大动力。

——精品名牌战略。要继续加强旅游精品名牌产品的开发和培育，在充分发挥和突出自然风光和民族文化优势的基础上，高起点、高水平地应用现代科学技术，提升旅游产品的文化内涵和科技含量，不断创造和发展旅游亮点，巩固和培育一批全国一流、世界知名的精品名牌旅游产品，增强云南旅游产

品的吸引力和竞争力。

——市场多元化战略。大力发展周边国际、国内客源市场，积极拓展国际、国内中、远程市场，巩固提升省内客源市场，重点开发特种旅游客源市场，形成多元化海内外客源市场格局。

——项目带动战略。树立项目促发展、项目出质量、项目推动速度发展的思想，实施大项目推动大开发战略，建设一批影响力大、带动性强的旅游项目，进一步激活云南旅游发展的潜力，促进旅游资源优势向旅游经济优势的转变，增强云南旅游发展的后劲。

（三）“十一五”旅游发展目标

在实现云南旅游产业持续稳定发展的基础上，进一步加快云南旅游发展，实现云南旅游的全面协调发展。把旅游业培育成云南重要的支柱产业，把云南建成亚洲地区重要的国际区域性旅游胜地，建成中国通向东南亚、南亚的国际旅游集散中心，建成中国著名的旅游目的地的总体发展目标。到 2010 年主要旅游经济指标要实现在 2005 年基础上翻一番，实现接待海外旅游者突破 300 万人次，国内旅游者 1 亿人次；旅游外汇收入 12 亿美元，国内旅游收入 700 亿元；旅游总收入达到 800 亿元，相当于当年全省 GDP 的 17%；旅游业增加值占全省 GDP 的 8%，旅游直接和间接就业人员达到 250 万人。

四、2006 年云南旅游发展目标及重点工作

2006 年是实施“十一五”规划的开局之年，也是贯彻落实十六届五中全会精神及省委、省政府加快旅游产业发展，实现“二次创业”发展的关键一年。根据省委七届七次会议、省十届人大四次会议和全国旅游工作会议的精神，结合我省旅游发展的实际，2006 年全省旅游工作的指导思想是：以邓小

平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，认真贯彻落实十六届五中全会、省委七届七次全会、省十届人大四次会议和全国旅游工作会议精神，围绕“二次创业”发展，创建国际旅游胜地的目标，以“创新机制、优化结构、转型升级、提质增效”为主线，实施项目带动、精品名牌和市场多元化战略，以大项目带动大发展、加快基础设施建设、建立宣传促销新机制、加大行业整合力度、推进旅游区域合作、规范旅游市场秩序、提高依法行政能力为重点，促进全省旅游产业又快又好地健康发展。

2006 年全省旅游工作目标：按照《云南旅游发展倍增计划》和《云南省“十一五”旅游发展规划》的要求，根据 2005 年主要旅游经济指标完成情况和 2006 年的旅游发展条件，努力实现全年接待海外旅游者 170 万人次，旅游外汇收入 5.8 亿美元，接待国内旅游者 7400 万人次，国内旅游收入 430 亿元，旅游业总收入达 480 亿元。

为了实现 2006 年全省旅游工作目标，全省各级旅游行政管理部门、旅游企业、旅游行业协会和相关单位必须认真贯彻落实省委、省政府的要求，采取“八项保障措施”，切实抓好“七项重点工作”。

（一）以大项目带动大开发、促进大发展

为了在新一轮的发展中，保持快速发展的势头和地位，省委、省政府决定“十一五”要通过大开发，实现云南旅游的“二次创业”发展。因此，各地旅游部门要抓住这个机遇，因地制宜、统筹协调，突出特色和发展重点，加快旅游项目的策划研究，认真组织实施《云南旅游发展倍增计划》、《云南省“十一五”旅游发展规划》和《云南省红色旅游规划纲要》；按照“旅游资源有明显优势，开发建设有较好基础，市场开发有良好前景”的原则，实施大项目带动大发展战略，确立一批有市场、可操作性强的重点旅游建设项目，积极争取国家和省旅游开发建设资金、金融信贷资金的支持；加大招商引资

力度，规范和指导旅游景区的经营权转让，创新旅游景区景点的开发建设机制，集中力量，高起点、高标准、高水平地推进 12 大景区、10 个重点旅游城市和 30 个重大项目的建设；加快全省精品旅游产品的开发建设，不断提升旅游的文化含量，有效促进旅游业与文化产业的有机结合，在不断巩固和提高老产品的基础上，大力开发有市场前景、特色鲜明的旅游新产品，切实推动全省旅游产品的转型和升级，不断优化我省旅游产品结构，增强云南旅游的整体吸引力和综合竞争力。

（二）加快旅游基础设施和配套设施建设，提高旅游综合接待能力

积极推进航空、铁路、公路、内河航运等旅游基础设施的建设，形成水陆空衔接协调、安全舒适、方便快捷的立体旅游交通网络，进一步增强云南旅游的可进入性；继续加强旅游厕所、旅游信息化、游客服务中心建设，加快和推进旅游购物、住宿、娱乐、餐饮、金融、医疗、保险等社会配套设施的建设，积极扩建和兴建一批旅游综合服务区，切实提高全省旅游服务设施和管理水平；巩固和继续争创中国最佳旅游城市和优秀旅游城市，继续开展云南省优秀旅游城镇和旅游强县的创建活动，建设一批具有地方特色的旅游小镇，形成我省聚合力强、相互联动的旅游产业链条，全面提高我省旅游产业的综合接待能力。

（三）建立宣传促销新机制，努力拓展大市场

充分发挥云南的区位优势 and 资源优势，进一步突出“七彩云南，旅游天堂”的主题形象和“迎奥运、兴旅游”的宣传，增强云南旅游的吸引力和竞争力；加大旅游宣传促销投入，联合各方面的资源和力量，进一步加大实施“走出去”和“请进来”宣传促销工作力度；提高旅游企业整体促销意识，积极稳妥地推进联合营销，加快建立“部门联合、企业为主、上下联动”的整体宣传促销机制和“区域协作、优势

互补、资源共享、联合营销”的地区联合宣传促销机制；推进全省旅游信息化建设，大力推广和实施网络营销，积极构建省级旅游电子商务平台和广电、网络、平面等多媒体促销平台，打造宽平台、多语种的云南旅游目的地营销系统，及时提供直观生动、丰富有效的旅游信息，全面展示云南旅游形象。

深入实施市场多元化战略，有重点、多渠道、全方位地拓展客源市场。在海外市场方面，继续加强以东南亚、日、韩、中国港澳台地区为基础的传统市场，以欧洲、北美、澳洲为重点的客源市场，以及俄罗斯、印度、加拿大等新兴客源市场的宣传促销活动，并做好欧美、东南亚、日、韩、澳洲等地大型旅行商的工作，增强其销售云南旅游产品的积极性。在国内市场方面，加强省际联合，继续加强以周边省份、华南、华东、华北等地区为基础的传统市场，以沿海经济发达地区为重点市场的宣传促销。同时，适时推出一些富有特色的、招徕性强的特色旅游线路和旅游节庆活动，继续承办好 2006 中国昆明国际旅游文化节，组织参加 2006 中国国际、国内旅游交易会及中日旅游交流年系列活动等，以全方位的旅游宣传促销，建立稳定的国内外客源市场网络。

（四）加大行业整合力度，打牢旅游产业基础

按照国家和省有关企业改革的精神，积极推进旅游企业改革，鼓励和支持有实力的国内外旅游企业参与我省旅游企业的改组改造；鼓励具备条件的旅游企业上市融资，通过联合、兼并、收购等多种方式进行资产重组，切实推进集团化发展战略的实施；组建区域性、专业性旅游集团，做大、做强、做精一批旅游企业，提升旅游企业的综合竞争力；加快国有旅游饭店和旅行社的改革步伐，鼓励旅游饭店连锁化经营，发挥好旅行社的市场龙头作用，研究鼓励出台旅行社向旅游批发商发展的政策措施，依靠市场力量逐步形成旅行社批零体系；为增强旅游企业的竞争力和规模效益创造有利条件，不断提高旅游产业化、规模化经营水平，增强旅游企业在国内外市场的开拓竞争

能力，打牢旅游产业的基础。

（五）推进旅游区域合作，在互利共赢中实现大发展

抓住建设中国—东盟自由贸易区、澜沧江—湄公河次区域合作及孟中印缅合作等重大机遇，主动配合国家旅游局抓好大湄公河次区域旅游规划编制工作，积极推进国际区域旅游合作，联袂开拓国际旅游市场，努力构建面向东南亚、南亚的国际区域旅游圈；抓住西部大开发和发展“红色旅游”的重大机遇，大力发展国内区域旅游合作，积极推进“泛珠三角区域旅游合作”和西南六省区市合作，加大川滇藏香格里拉生态旅游区建设和滇沪、滇浙、滇港、滇粤、滇黔桂等国内区域旅游合作力度，努力做到市场共拓，信息共享，行业共管，共同建设在国内外市场都具有较强吸引力和竞争力的大旅游圈；积极推进省内区域旅游合作，打破地区服务壁垒，逐步实现省内无障碍旅游。

（六）规范旅游市场秩序，全面提升产业素质

以构建“和谐云南，诚信旅游”为重点，抓好旅游市场的整治和规范，全面提高行业管理水平，不断提升旅游企业素质，建立统一、开放、竞争、有序的旅游市场体系；全面推进旅游诚信建设，建立旅游企业诚信经营体系和旅游市场长效监管机制，逐步建立旅行社、饭店、景区（点）、导游人员的“诚信信息库”，对旅游企业和导游人员诚信状况实行定期公示，动态管理，树立诚信旅游形象；以整顿出境市场秩序为突破口，以治理恶性削价、无序竞争为重点，强化出境旅游市场监管；推行旅行社服务质量信用等级，完善旅行社准入许可和退出机制，加大对旅行社的监管力度；抓好《云南省旅行社和从业人员管理暂行办法》和《云南省旅行社门市部管理暂行办法》的贯彻落实，加强对旅游市场动态检查，严厉打击各种违法违规行为，维护旅游者的合法权益；继续抓好黄金周旅游工作，开展创建平安旅游活动，营造“和谐云南，诚

信旅游”的旅游环境，全面提升我省旅游产业素质。

（七）提高依法行政能力，加强旅游行业管理

加快《云南省旅游条例实施细则》、《云南旅游诚信惩戒制度管理办法》等配套规章制度的制定和颁发，为旅游产业的健康发展提供良好的政策和法制环境；继续深入贯彻落实《全面推进依法行政实施纲要》、《中华人民共和国行政许可法》、《云南省旅游条例》等有关政策和法规，进一步规范行政许可行为，创新旅游管理方式，积极发挥旅游行业协会作用，提高依法行政的能力；加大对旅游行业的国家标准和行业标准的贯彻实施力度，探索建立云南省地方旅游行业标准体系，大力推行旅游设施和旅游服务质量标准化等级评定，切实推进我省旅游行业的标准化、规范化管理。创造条件，开展“旅游卫星账户”统计工作试点，强化旅游统计职能。

专题报告

2005 年云南省旅游客源市场 开发情况分析

陈铁军

2005 年，在省委、省政府的正确领导和大力支持下，全省各级旅游部门和旅游企业根据全省旅游工作会议所确定的市场开发工作方针、思路、目标和工作计划，结合各地的实际情况，认真贯彻实施《云南省旅游行业宣传促销管理暂行办法》和《云南省海外旅游促销奖励试行办法》，整合全省旅游系统的资源，继续加大“走出去”开拓国际市场的力度，大规模“请进来”开展宣传促销，大力推出新产品和培育新亮点，积极探索旅游宣传促销的新方式和新机制，加强与航空、新闻媒体、文化、经贸、外事部门的宣传促销合作，积极开展区域联合宣传促销，旅游市场开发工作取得了较好的成效。

一、国内市场持续平稳发展

2005 年，全省接待国内旅游者 6 860.7 万人次，增长 14.1%；国内旅游收入 386.2 亿元，增长 15.6%。我省开发国内旅游市场保持了平稳发展，根据 2005 年国内旅游抽样调查，其主要特点有：

（一）省外游客在国内旅游者中的比重上升

来滇国内旅游者中，省外游客的比例占 51% ，比 2004 年上升 0.3 个百分点；云南本省游客占 49% ，比 2004 年下降 0.3 个百分点。在外省游客中，四川、北京、广东、重庆、贵州、上海、江苏、湖南、湖北和山东 10 省市的旅游者成为云南国内旅游者的主体：10 省市的游客占国内游客总数的 57.3% ，其中来自重庆、北京和江苏的游客比 2004 年分别增长 47.5%、30.1% 和 1.7%。2005 年省外旅游者增幅较大的省市有青海（比上年增长 1.6 倍）、内蒙古（同比增长 97.4%）、天津（同比增长 88.5%）、吉林（同比增长 52.8%）、西藏（同比增长 61.7%）、宁夏（同比增长 29.9%），这显示出我省旅游产品在全国的影响力继续上升。

（二）职业中青年旅游者成为旅游主体

中青年旅游者仍然是到我省旅游的游客主体。调查表明，25 ~ 44 岁的游客占国内游客总数的 57.6% ，45 ~ 64 岁的游客占国内游客总数的 20.2% ，两项共占 77.8% ，比 2004 年上升 3.9 个百分点；15 ~ 24 岁的占 19.1% ，比上年下降 0.3 个百分点；60 岁以上和 14 岁以下的共占 2.9% ，比上年下降 0.5 个百分点。同时，在主要的国内旅游者当中，企事业管理人员占 20.7% ，国家公务员占 13.9% ，专业和文教科人员占 10.8% ，加上其他职业的旅游者，以上四类人员占国内旅游者总数的 58.9%。这充分反映了云南省的旅游产品深受中青年和具有良好职业状况的旅游者的喜爱，旅游环境也主要为中青年旅游者和具有良好就业条件及职业状况的旅游者所接受。

（三）结伴自助旅游成为主要的出游方式

选择家庭和亲朋好友结伴出行，或自助旅游成为国内旅游者的主要出游方式，有 74.4% 的国内旅游者是散客，比 2004 年上升 2.1 个百分点；只有 25.6% 的国内旅游者参加旅行社组

团出游，比上年下降 2.1 个百分点。这一调查结果显示，随着我省旅游目的地可进入性的提高、旅游接待设施的进一步完善、旅游信息的进一步透明化和国内旅游者经济及社会自主能力的增强，大规模的团队旅游正在为小规模自助旅游所代替。国内游客出游方式的变化向旅行社提出了改变游客组织方式的要求。

（四）游客停留天数下降，人均花费有所上升

来滇国内游客中，过夜旅游者占 61.1%，比 2004 年下降 2.4 个百分点；一日游游客占 38.9%，比 2004 年上升 2.4 个百分点。由于过夜游和一日游的结构发生变动，导致 2005 年旅游者在云南的平均停留天数减少，全省国内游客的平均停留天数为 2.0 天，比 2004 年减少 0.4 天。其中过夜旅游者在云南平均停留时间为 2.7 天，比 2004 年减少 0.5 天。虽然国内游客平均滞留时间有所下降，但是人均花费却有所上升。2005 年云南国内旅游者人均每天花费 360.11 元，比 2004 年增长 1.8%。人均花费的增加主要得益于以下四个方面支出的增长：人均每天娱乐花费 19.48 元，购物支出 89.92 元，市内交通费支出 8.56 元，邮电通信费支出 6.58 元，其他消费支出 24.58 元，分别比 2004 年增长 3.5%、16.3%、22.8%、79.3% 和 5.5%。

二、国际市场全面高速增长

2005 年，全省接待海外旅游者 150.3 万人次，比 2004 年增长 36.24%；旅游外汇收入 5.3 亿美元，同比增长 25%。我省开发国际旅游市场获得了全面高速增长，其主要特点有：

（一）远程市场和周边传统市场同步高速增长

2005 年，在云南省接待的海外游客当中，来自大洋洲、

非洲和欧洲等远程、新兴市场的游客，与周边传统市场的游客均保持了高速增长。与 2004 年相比，大洋洲的游客同比增长 66.26%，非洲的游客同比增长 65.23%，欧洲的游客同比增长 46.19%。与这些市场相比较，亚洲市场游客的增长率虽然没有这么高，但是也保持了高速增长，同比增长了 36.8%。而排在后面的美洲市场，其游客也同比增长 23.72%，保持了较高速增长的增长率。如图 1 所示：

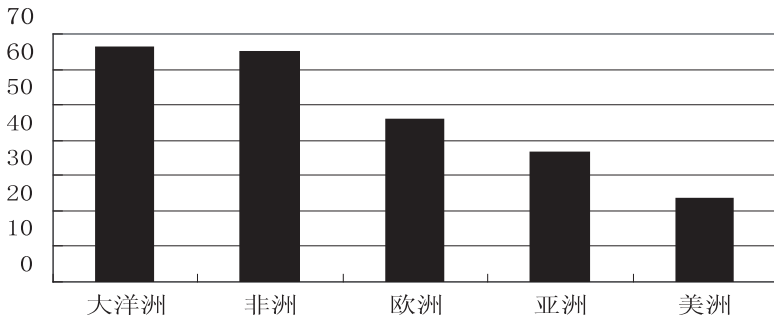


图 1 2005 年各大洲海外游客赴云南旅游增长率

数据来源：云南省旅游局 2005 年统计数据。

从国别来看，增长率超过 100% 的国家有印度 (110.74%)，增长率超过 80% 的国家有泰国 (82.9%)，增长率超过 70% 的国家有澳大利亚 (79.46%) 和马来西亚 (70.05%)，增长率超过 60% 的国家有荷兰，增长率超过 50% 的国家有法国和德国，增长率超过 40% 的国家有瑞士和瑞典，增长率在 30% ~ 40% 之间的有西班牙、俄罗斯、蒙古和印度尼西亚等国。

(二) 亚洲市场仍然占据主体客源市场地位

虽然新兴和远程市场呈现了高速增长态势，但是从总体来看入境旅游的主体市场仍然在亚洲。2005 年，云南省接待来自亚洲市场的外国游客达到了 667 310 人次，占总接待入境

外国游客的 66.96%；接待来自欧洲市场的外国游客为181 640 人次，占总接待人次的 18.2%；接待来自美洲市场的外国游客为83 805人次，占总接待人次的 8.4%；接待来自大洋洲的外国游客为34 535人次，占总接待人次的 3.46%；接待来自非洲的外国游客为6 401人次，占总接待人次的 0.64%；接待来自其他地区的外国游客为2 2867 人次，占总接待人次的 2.29%。如图 2 所示。

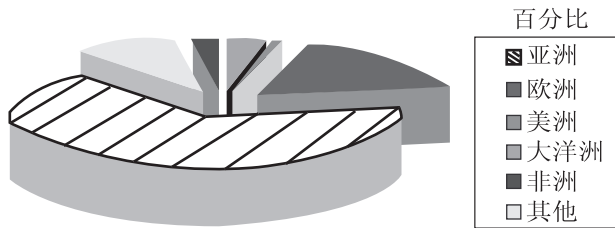


图2 2005年各大洲赴云南游客占云南入境游客的比例
数据来源：云南省旅游局2005年统计数据。

（三）马来西亚跃升为第一大外国游客入境市场

2005年，云南省接待来自马来西亚的外国游客达到128 062人次，超过了日本（85 448人次）和泰国（81 172人次），成为云南省的第一大外国游客入境市场。根据云南省接待外国入境游客人次统计数据，排名在泰国之后的国家依次是韩国（76 771人次）、新加坡（63 150人次）、美国（62 981人次）、法国（43 768人次）、德国（28 543人次）、荷兰（19 275人次）和英国（17 289人次）。如图3所示。

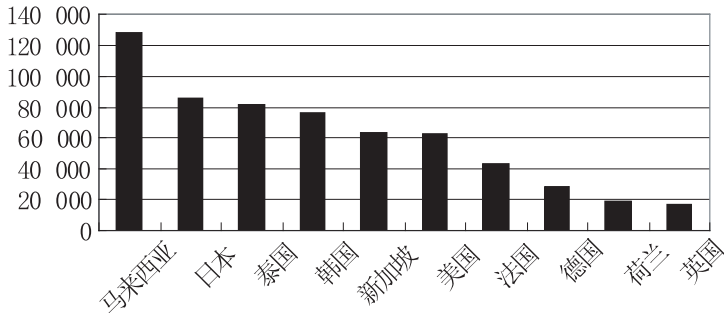


图3 2005年云南省入境旅游的海外客源国排序（前10位人次）
数据来源：云南省旅游局2005年统计数据。

（四）海外游客在我省的旅游目的地高度集中

2005年，海外游客到我省旅游，所选择的旅游目的地主要集中在昆明、迪庆、丽江和大理。上述四个州市接待的入境游客量达到了全省接待入境游客总量的83.9%。其中，昆明接待入境游客达到69.64万人次，处在接待入境游客的第一个等级；迪庆接待入境游客达到20.7万人次，丽江接待入境游客达到18.18万人次，大理接待入境游客达17.39万人次，处在接待入境游客的第二个等级；在此之后，保山、德宏、临沧、西双版纳、红河、思茅接待入境游客分别为5.01万人次、4.77万人次、3.17万人次、3.1万人次、3.02万人次、2.79万人次，处在接待入境游客的第三个等级；而怒江（7560人次）、曲靖（5228人次）、文山（3923人次）、楚雄（3629人次）、玉溪（2270人次）和昭通（231人次）所接待的入境游客均未达到1万人次，处在接待入境游客的第四个等级。这一结构充分说明了，昆明、迪庆、丽江和大理是我省最受外国和海外游客喜爱的旅游目的地，也是我省开拓海外客源市场的重要产品基地和重要的旅游品牌（如图4所示）。

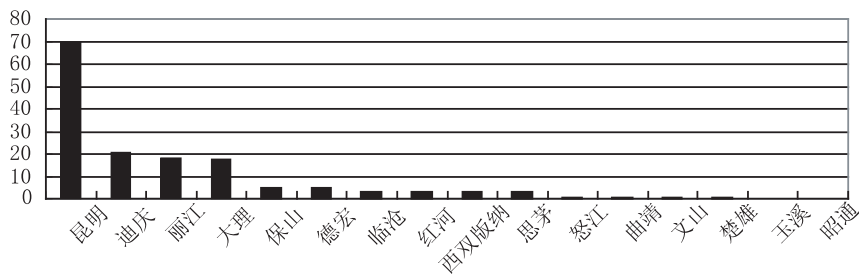


图4 2005年云南各州市接待海外游客数排序(万人次)

数据来源：云南省旅游局2005年统计数据。

三、2006年旅游市场开发的有利条件和不利因素

2006年云南旅游产业建设迎来了一个新的发展时期，国内经济的平稳持续发展、省委和省政府对旅游产业建设进一步加强领导、有关部门加大对旅游产业建设的支持和各级旅游部门加大投入及加快创新的步伐，均为全省旅游市场开发创造了良好的条件。同时，旅游市场开发也面临着许多不确定因素，对我省招揽和吸引国内外游客产生一定的不利影响。

(一) 旅游市场存在大量的增长因素

1. 宏观经济增长为旅游市场的增长提供稳定的需求支撑

据有关经济组织预测，2006年世界经济将保持平均3%~4%的发展速度，而东亚和东南亚国家可能出现高速增长。同时，我国国民经济也将继续保持平稳快速增长，平均增长速度有可能达到8.5%以上。这为我国和我省旅游产业建设创造了良好的国际和国内宏观经济环境，并为旅游市场开发提供了有力的需求支撑。

2. 2005中国国际旅游交易会的后续效应将产生积极的市场促进作用

2005年，我省承办中国国际旅游交易会获得了巨大的成功，赢得了国内外参展商、代表的充分肯定。大批的国内外买

家和参展商在会前、会后到我省各地进行考察和观光，加深了对我省旅游资源、产品和旅行环境的了解，增强了对云南旅游目的地的信心。尤其是国家旅游局对韩国、日本和我国台湾地区旅行商所做的直接推动工作，以及我省旅游企业借机与国内外买家所开展的合作和交流，都将对我省旅游市场促销产生积极的作用，促进国内外旅游市场的增长。

3. 旅游产品的吸引力和竞争力将得到增强

2005年下半年，省委、省政府在总结了“十五”期间云南旅游发展的经验和不足的基础上，提出了“借鉴经验，创新思路，推动云南旅游再上新台阶”的总的工作方针，实施大项目带动大发展战略。全省各地旅游部门将认真组织实施《云南旅游发展倍增计划》、《云南省“十一五”旅游发展规划》和《云南省红色旅游规划纲要》，确立一批有市场、可操作性强的重点旅游建设项目，积极争取国家和省旅游开发建设资金、金融信贷资金的支持，通过招商引资高起点、高标准、高水平地推进12大景区、10个重点旅游城市和30个重大项目的建设；加快全省精品旅游产品的开发建设，在不断巩固和提高老产品的基础上，大力开发有市场前景、特色鲜明的旅游新产品，切实推动全省旅游产品的转型和升级，不断优化我省旅游产品结构。这必然会推动一批新的景区（点）的建设和一批精品景区（点）的提升改造，从而进一步丰富我省的旅游产品，提升我省旅游产品的吸引力和市场竞争能力。

4. 旅游综合接待能力将进一步得到提高

2006年，我省将积极推进航空、铁路、公路、内河航运等旅游基础设施的建设，进一步提高云南旅游的可进入性；继续加强旅游厕所、旅游信息化、游客服务中心建设，加快和推进旅游购物、住宿、娱乐、餐饮、金融、医疗、保险等社会配套设施的建设，提高全省旅游服务设施和管理水平；巩固和继续争创中国最佳旅游城市和优秀旅游城市，继续开展云南省优秀旅游城镇和旅游强县的创建活动，建设一批具有地方特色的旅游小镇，全面提高我省旅游产业的综合接待能力和接待服务

水平。

5. 旅游区域合作将得到深化

我省将配合国家旅游局抓好大湄公河次区域旅游规划编制工作，积极推进国际区域旅游合作，共同开拓国际旅游市场，努力构建面向东南亚、南亚的国际区域旅游圈；大力发展国内区域旅游合作，积极推进“泛珠三角区域旅游合作”和西南六省区市合作，加大川滇藏香格里拉生态旅游区建设和滇沪、滇浙、滇港、滇粤、滇黔桂等国内区域旅游合作力度，促进国内市场的开放和开发；积极推进省内区域旅游合作，逐步实现省内无障碍旅游，为国内外游客到我省旅游创造更加便捷的旅行环境。

6. 市场秩序将得到规范，企业开拓市场的积极性将得到提高

2006年，我省将以构建“和谐云南，诚信旅游”为重点，抓好旅游市场的整治和规范，建立统一、开放、竞争、有序的旅游市场体系；全面推进旅游诚信建设，建立旅游企业诚信经营体系和旅游市场的长效监管机制，如推行旅行社服务质量信用等级，完善旅行社准入许可和退出机制，加大对旅行社的监管力度；抓好《云南省旅行社和从业人员管理暂行办法》和《云南省旅行社门市部管理暂行办法》的贯彻落实，加强对旅游市场动态检查，严厉打击各种违法违规行为，维护旅游者的合法权益。这将有效地提升我省在国内外旅游市场上的形象，更好地塑造我省旅游产品的品牌，提高旅游企业开发国内外旅游市场的积极性和我省旅游企业开拓旅游市场的整体竞争力。

7. 宣传促销新机制推动国内外市场拓展

我省各级旅游部门将充分发挥云南的区位优势和资源优势，进一步突出“七彩云南，旅游天堂”的主题形象，增强云南旅游的吸引力和竞争力；加大旅游宣传促销投入，联合各方面的资源和力量，进一步加大实施“走出去”和“请进来”宣传促销工作力度；提高旅游企业整体促销意识，积极稳妥地推进联合营销，加快建立“部门联合、企业为主、上下联动”

的整体宣传促销机制和“区域协作、优势互补、资源共享、联合营销”的地区联合宣传促销机制；适时推出一些富有特色的、招徕性强的特色旅游线路和旅游节庆活动，继续承办好2006中国昆明国际旅游文化节，组织参加2006中国国际、国内旅游交易会及中日旅游交流年系列活动等，以全方位的旅游宣传促销，建立稳定的国内外客源市场网络；推进全省旅游信息化建设，大力推广和实施网络营销，积极构建省级旅游电子商务平台和广电、网络、平面等多媒体促销平台，打造宽平台、多语种的云南旅游目的地营销系统，及时提供直观生动、丰富有效的旅游信息，全面展示云南旅游形象。同时，将深入实施市场多元化战略，有重点、多渠道、全方位地拓展客源市场。在海外市场方面，继续加强以东南亚、日、韩、中国港澳台地区为基础的传统市场，以欧洲、北美、澳洲为重点的客源市场，以及俄罗斯、印度、加拿大等新兴客源市场的宣传促销活动，并做好欧美、东南亚、日、韩、澳洲等地大型旅行商的工作，增强其销售云南旅游产品的积极性。在国内市场方面，加强省际联合，继续加强以周边省份、华南、华东、华北等地区为基础的传统市场，以沿海经济发达地区为重点市场的宣传促销。

（二）旅游市场开发面临许多挑战和不确定因素

1. 周边国家和省市的旅游竞争力有较大提升

周边国家和省区市在旅游合作和宣传促销方面的步伐加快，力度加大，对海外客源市场的竞争更加激烈。2005年以来，东盟国家在旅游产品开发、宣传促销、旅行便利化、改善设施等方面共同采取了许多有效措施，增强了对其他地区游客的吸引力。中国长三角、珠三角、华中和川—渝地区实施了“无障碍旅游区”合作，以前所未有的市场开放和旅游便利化措施打破了原有的旅游目的地空间结构，营造了许多区域化、一体化的旅游目的地，形成了许多新的消费热点和热点地区；云南周边的一些省市大幅度增加对景区景点建设、旅游产品创

新和国内外宣传促销的投入，并采取多种奖励和激励措施，灵活使用各种促销策略，从而在扩大客源市场方面取得了明显的进步。这些蓬勃发展的旅游区域对云南省构成了强有力的挑战。

2. 人民币升值和国际石油价格的上涨将产生不利影响

自2005年下半年以来，随着我国汇率制度的改革，人民币币值在国际金融市场上不断上升。这一方面增加了中国居民的财富收入，但另一方面也对入境旅游产生了消极作用：对于外国旅游消费者而言，人民币升值意味着中国产品，包括有形产品和无形服务的价格上升，这其中也包括旅游产品的价格上升。同时，国际石油价格不断上涨，大幅度增加了国际旅行和国内交通的成本。由于人民币升值和石油价格的上涨所导致的旅游产品价格和交通成本的上升，降低了我国、我省旅游产品的国际竞争力，因此对我们开拓国际、国内旅游市场会带来消极影响。

3. 禽流感疫情的不确定性将抑制旅游消费需求

我国自2005年10月以来爆发的“禽流感”疫情，从我国东北、西北到西南、华南都有分布，波及范围较大并出现了“禽流感”向人的传播和侵害，因此引起了国内外的高度关注。2006年，在全球范围内能否有效地控制“禽流感”疫情的传播和危害，我国能否有效控制该疫情在国内的扩散，并有效防止该疫情在人际间传播，将直接影响到外国游客到中国旅游的信心和消费需求。“禽流感”在全球范围内所带来的巨大的不确定性，将会在很大程度上抑制全球旅游消费需求和外国游客到中国旅游的信心和愿望。这种不确定性对入境旅游消费的抑制性影响，对我省开拓国际市场会产生不利影响。

4. 我省在旅游市场开发中还存在许多不足之处

我省有的部门、企业和州市对旅游市场开发的资金投入不足，较少参加全省的联合宣传促销活动和国家旅游局牵头组织的国际旅游展览，丧失了许多重要的开拓国际市场的机会和渠道；各地旅游景区、景点、酒店和航空公司等单项旅游产品的

供应商与我省旅行社的联合协作还不足，在旅游产业链中的有关市场主体没有结成一个共同对外竞争的整体，从而在市场竞争中单打独斗、力量分散；云南远程航空交通的通达性不足问题还没有得到根本性的解决，缺乏与欧洲、美洲和南亚地区的直达航线，许多景区、景点的通达条件不够好，为国内外旅游者进入我省重要旅游目的地带来许多不便；一些州市旅游产品开发建设滞后，产品类型单一，旅游产品老化；一些地区在开发旅游产品时，对少数民族风情和当地文化保留和保护得不够，从而减弱了旅游产品的民族性和地域性特点，使旅游产品的内涵和价值受到损失，影响到旅游产品在市场上的吸引力和竞争力。

总之，2006年我省旅游市场开发具有许多有利条件，也存在许多挑战和不确定性的因素。但从总体上看，有利因素所产生的积极作用将超过不确定性因素所造成的消极影响，如果我国在宏观层次上能够较好地控制住人民币升值、国际石油价格上涨和“禽流感”疫情的不利影响，全省旅游市场开发将会取得较好的成效，可以实现年初预定的目标。

（作者单位：云南省旅游局）

2005 年云南省旅行社、星级酒店及部分景区景点经营状况分析

杨 澄 雍容华 陈 伟

一、酒店业 2005 年度经营状况

截至 2005 年 12 月 31 日，云南全省旅游星级饭店数从 2004 年的 747 家增加到 796 家，客房总数从 57 929 间增加到 68 830 间。其中，一星级 125 家、房间数 4 729 间，二星级 470 家、房间数 34 299 间，三星级 152 家（其中 2 家为预备三星）、房间数 17 153 间，四星级 41 家、房间数 9 406 间，五星级 8 家（其中 1 家为预备五星）、房间数 3 243 间。2005 年度全省新批设立和向国家旅游局推荐报批的星级饭店共有 81 家（含 32 家升星饭店），其中，一星级 12 家、二星级 44 家、三星级 19 家、四星级 5 家、预备五星级 1 家。

从我省星级饭店的分布来看，目前拥有星级饭店数最多的是丽江，饭店多达 178 家，居全省第一位，其中，2005 年内新增 12 家。其次是昆明，拥有星级饭店 116 家。大理居第三位，有星级饭店 102 家。随着近几年我省滇西北及昆明—大理—丽江—迪庆旅游线的持续走热，使得该片区旅游星级饭店数量不断猛增，特别是由于丽江对游客的高度吸引力，大多数赴滇游客都愿意到丽江游览并停留，这在客观上推动了当地饭店

业的快速发展。该旅游线的迪庆州，由于受地理、气候等因素的影响，使得在该地停留过夜的游客数量并不多，因此该地星级饭店数仅有 30 家。从全省范围来看，红河、思茅、保山、玉溪、德宏等州市 2005 年度星级饭店数量均有小量的增幅，其中，高登大酒店（四星级）和腾冲官房大酒店（预备五星）两家高星级酒店分别坐落在思茅和保山两市。近年来，思茅、保山两地依托当地丰富的旅游资源，不断加大旅游宣传力度，使得两地游客流量不断增加，旅游业不断升温，特别是假日旅游黄金周期间，两地的主要景点日接待游客量居高不下，床位出租率最高时分别达到 80.2% 和 91.6%。

根据全省 16 个州、市旅游局填报的有关数据显示，2005 年全年，云南全省旅游星级饭店平均出租率为：一星级 44.79%、二星级 53.38%、三星级 62.50%、四星级 60.08%、五星级 68.67%，平均房价：一星级 60.14 元、二星级 86.63 元、三星级 150.00 元、四星级 235.08 元、五星级 464.05 元。

二、旅行社 2005 年度经营状况及分析

截至 2005 年年底，我省有旅行社 420 家，其中：国际旅行社 46 家，国内旅行社 374 家。从参加年检的 411 家旅行社来看，2005 年我省旅行社业的总体情况如下：

（一）行业规模

参加年检的旅行社 411 家，旅行社资产总额为 12.13 亿元，同比下降 14.85%（下降的原因主要是旅行社的流动资产下降幅度达到 25.54%）；负债总额为 7.73 亿元，同比增长 9.35%；所有者权益总额为 4.39 亿元，同比增长 18.59%；注册资本金为 3.98 亿元，同比增长 18.03%；实缴税金 2161 万元，同比增长 14.52%；旅游结汇收入 1523 万美元，同比增长 88.26%。

从旅行社的经营规模来看，旅游业务营业收入总额为36.60亿元，同比增长13.31%，其中：国际旅行社旅游业务收入总额为24.71亿元，同比增长18.76%，旅游收入平均值为5372万元，其中超过亿元收入的有9家旅行社，最高的达5.49亿元。国内旅行社旅游收入总额为14.89亿元，同比增长4.69%，旅游收入平均值为398万元，国内旅行社经营规模最大的旅游收入只达到6000多万元。

（二）经营效益

旅行社毛利润总额为1.76亿元，净利润总额为831万元。其中：46家国际旅行社毛利润总额为1.07亿元，净利润总额为122万元，374家国内旅行社毛利润总额为6865万元，净利润总额为709万元。

（三）主要旅游业务状况

1. 入境旅游业务

全省入境旅游外联16.27万人次和78.65万人天，同比下降10.36%和16.54%；入境旅游接待48.85万人次和142.11人天，同比增长23.44%和10.09%，入境旅游业务总收入5.59亿元，同比增长32.39%，占全省旅游业务总收入的14.12%。

2. 出国旅游业务

出国旅游组织5.46万人次，同比增长7.97%，组织29.85万人天，同比下降22.19%，港澳旅游组织8.15万人次和29.07人天，同比增长116.52%和24.21%，出境旅游营业收入为3.16亿元，同比增长17.49%，占旅游总收入的7.98%。

3. 国内旅游

国内旅游组织81.95万人次，同比下降5.60%，组织541.57万人天，同比增长55.11%；国内旅游接待513.87万人次，同比增长3.88%，接待1282万人天，同比下降5.97%，

国内旅游营业收入为 30.31 亿元，占旅游业务总收入的 77.90%。

三、部分旅游景区景点 2005 年经营状况分析

2005 年，根据省委省政府对旅游业作出“优化结构、转型升级、提质增效、全面建设旅游经济强省”的战略决策和部署，并提出云南旅游“二次创业”的发展目标，加大旅游建设力度，全省旅游交通有了明显的改善，加上省旅游局狠抓行业管理，加强市场开拓促销，组织开展“走出去”和“请进来”的促销活动等有力措施，使得全省主要旅游景区接待海内外游客的数量和经营收入都呈现持续增长的态势，根据已收集到的数据，接待海内外游客人次平均增长 17.85%；旅游经营收入平均增长 25.11%。

（一）景区景点的几个特点

一是因为宣传促销力度加大而取得明显成效。昆明的石林、九乡、世博园、民族村、金殿、西山森林公园、大观公园，丽江的玉水寨、束河古镇、黑龙潭、文笔山，大理的南诏风情岛、新华民族村，其他还有热带植物园、宾川鸡足山、彩色沙林、阿庐古洞、梅里雪山、朱家花园、硕都湖、依拉草原、黑井、太阳历公园、崖画谷、玉溪高香生态茶文化园、澜沧拉祜风情旅游区的外国游客比 2004 年都不同程度地增加，尤其是韩国、中国台湾、东南亚的游客增幅较大。此外，国内东北的游客也大幅增加，表明了我省各旅游景区企业的促销活动取得了成效。九乡、金殿及大理、丽江、西双版纳、迪庆的一些景区由于采取积极灵活的促销方式，有关部门又给予一定优惠政策，景区与旅行社的合作比较成功，从一定程度拓展了景区的客源市场。

二是交通条件的改善促进了景区进入性条件的改善。安—

楚、砚—平公路的修通使途经的景区增加了可进入性，鸡—石—广高速公路的通车使建水燕子洞、朱家花园的游客增长幅度达到30%以上等。

三是由于参加创A活动及国内重大评选活动而提高了景区知名度，旅游景区的接待设施和服务质量得到迅速提高，游客量增长明显。荣获2005年“全国十大魅力名镇”和唯一年度大奖的和顺景区、评为“中国十大魅力城市”的大理、获得“欧洲游客最喜爱的中国旅游城市”美称的昆明和丽江以及参加2005年创A活动并获得4A、3A、2A等级的35个景区中，有相当一部分引起海内外游客的关注，游客接待量 and 经济收入均大幅上升。如昆明的西山森林公园、大观公园；丽江玉水寨、束河古镇；腾冲和顺景区及热海、火山；迪庆的梅里雪山、依拉草原、硕都湖；大理的南诏风情岛、三塔、蝴蝶泉；玉溪的汇龙生态园、映月潭；建水的朱家花园等。

（二）存在的问题

目前，旅游景区景点仍存在诸多问题，制约着我省旅游景区的健康有序发展。

一是旅行社对导游的管理大多还不规范，造成景区给旅行社的有些优惠被导游直接拿走了，而有的则被旅行社扣留，只有少数部分返给业务部门或导游，进而影响了直接带团人员的积极性，引发部分导游对游客进行不准确的反面宣传，或是只带到景区门口拍个照就拉走，根本不进园区等恶劣现象的出现。

二是随着州、市交通通达情况的改善，游客在昆的滞留时间逐步缩短，昆明作为旅游目的地的作用日渐减弱；而少数正在建设的公路或通达情况不太好的景区接待游客不太理想，特别是边境禁赌封关对边境一线的旅游景区影响较大，游客量急剧下滑。

三是部分景区景点在管理及宣传促销方面做的工作还不太理想，不注重市场开拓，促销手段单一，投入力度较小，致使

游客增长缓慢。

（三）几点对策建议

2006年，在云南省旅游局以构建“和谐云南，诚信旅游”为重点，抓好旅游市场的整治和规范（重点抓旅行社的整治），全面提高行业管理水平，不断提升旅游企业素质，建立统一、开放、竞争、有序的旅游市场体系的基础上，我省的旅游景区景点在创建A级景区，特别是重点旅游景区景点争创5A活动必将成为一种动力，而且各景区景点已深刻认识到宣传促销的重要性，2006年都将加大宣传促销力度；加上全面推进旅游诚信建设活动的开展；324国道等高速公路的修通，必将使云南的旅游景区继续保持稳定的发展，再创新高。因此，云南旅游景区景点必须采取以下对策建议来着力推进。

一是配合省旅游局构建“和谐云南，诚信旅游”的工作，在重点抓好旅行社整治工作的基础上，全省旅游景区也要全面推行诚信建设活动，由协会制定诚信经营自律公约，各景区与旅游景区分会签订承诺书，经协会认定推出一批诚信经营单位作为样榜，同时配合旅游行政管理部门进行检查，真正使全省旅游景区都能做到诚信经营。

二是景区景点应和旅行社紧密联系，使双方的利益实现真正意义上的合理化，达到双赢。景区对旅行社实行统一报价，并给予一定优惠，实行积累奖励和结果奖励的方式，半年或年终直接兑现给旅行社法人，一律取消给司陪人员和导游佣金的做法。杜绝景区（点）之间恶意削价竞争，降低旅游品牌价值，并配合政府有关部门坚决打击“黑导”、欺客、宰客行为。

三是结合创建5A活动，进一步推进各主要景区景点的软硬件建设，管理水平，苦练内功，增加景区景点游览内容，以品牌效应留住游客。

四是动员全省各A级景区加大宣传促销力度，积极参加

省、州、市组织的对外促销及各种培训活动，扩大知名度，增强吸引力。

（作者单位：杨澄、陈伟，云南省旅游局；雍容华，云南省旅游景区景点协会）

云南旅游发展及投资环境的 分析和评价

云南省旅游投资公司课题组

一、云南省旅游发展的优劣条件分析

（一）优势条件

政府主导。云南省委、省政府高度重视旅游业的发展，在已基本建成云南支柱产业的基础上，及时作出了进一步加快旅游发展，推进旅游经济强省建设的重大战略决策。省委、省政府制定了《中共云南省委、云南省人民政府关于加快旅游产业发展的若干意见》、省人大通过了《云南省旅游条例》、省政府下发了《云南旅游发展倍增计划》，明确提出实施“大项目推动大开发”的旅游发展战略。

品牌优势。云南省是中国最早发展旅游业的省份之一，经过近 20 年的发展，云南旅游业在市场营销和品牌打造上取得明显成效，在国内和国际旅游市场上具有一定的知名度。已经牢固树立起西双版纳、大理、丽江、“香格里拉”、“三江并流”等品牌。

旅游区位优势。云南与东盟成员国中的老挝、越南和缅甸三国接壤，既是东南亚通道的重要组成部分，也是南亚通道的关键环节，处于两个通道连接点上，处于东盟 10 + 1 经济版图

的核心位置，是我国连接东亚大陆腹地与东南亚、南亚次大陆和沟通太平洋、印度洋的重要链环，是我国通向中南半岛的主要门户，是全国沿边最重要、最理想的通道；在我国大西南与东南亚、南亚次大陆发展区域经济合作中居于重要的中枢位置，在中国—东盟自由贸易区建设、大湄公河次区域旅游合作、中印经济合作中具有十分重要的作用，在世界经济一体化发展和我国建立外向型经济的大格局中，具有至关重要的战略区位优势。

产业基础优势。经过 20 多年的发展，云南旅游产业规模不断扩大、产业体系基本形成、产业地位逐渐凸现，已经成为云南重要的支柱产业，在全省四大支柱产业中，旅游业对国民经济和社会发展的影响力仅次于烟草产业。同时，多年来在开发旅游产品、拓展旅游市场、举办节庆活动、建设旅游服务设施、培养旅游人才、实施依法治旅等方面都积累了丰富的经验，为进一步加快云南旅游发展奠定了坚实的基础。

旅游交通发展迅速。云南省提出建设连接南亚的国际大通道战略，提出了公路建设的“三纵”、“三横”、“九大通道”构想。以此为契机，云南省“十一五”旅游业发展规划明确提出：以航空为先导、公路为主体、铁路为支撑、水路为延伸，加快旅游交通基础设施建设，形成水陆空衔接协调、安全舒适、方便快捷的立体旅游交通网络，进一步增强云南旅游的可进入性。“十一五”期间云南省委、省政府着力进一步加大旅游交通的投入，云南省的旅游交通将进一步改善。

（二）劣势条件

社会经济文化发展水平相对落后，旅游业总量投入严重不足。较为落后的社会经济文化水平是制约云南旅游快速发展的最大障碍。云南省人均 GDP 和人均收入历年排在全国较后位置，文化教育水平，特别是少数民族地区的文化教育水平比较落后。受社会经济文化发展水平的制约，云南旅游业在“十五”期间的投入严重不足，导致云南旅游景区建设停滞不前，

旅游目的地基础设施建设发展缓慢。

旅游资源比较优势弱化。如果说云南旅游业在“九五”到“十五”期间还有区域比较的优势，那么在四川、西藏和广西等省区旅游业快速发展的背景下，云南省旅游资源优势的光环将逐步弱化。与全国比较，云南省的旅游资源比较优势几乎只剩下气候条件好的优势和天人合一的少数民族民俗文化与自然环境相结合的意境，旅游资源缺乏绝对的竞争优势。

成熟的旅游目的地缺乏发展后劲。经过近 20 年的发展，就整体而言，云南已经是一个成熟的旅游目的地。但在这 20 年的发展过程中，云南的旅游产品体系少有本质改变，旅游业整体发展速度相对平稳，旅游市场结构也基本不变。与周边省份相比较，旅游者在云南的重游率一直不高，旅游产品老化是未来云南旅游业发展值得重视的问题。

与周边省市区的旅游业发展竞争剧烈。近年来，随着四川旅游业的快速发展，多项旅游经济指标远远超过云南省（除了入境旅游者人数和旅游外汇收入），稳居西部第一。重庆、广西包括贵州等周边省市都都把发展旅游业作为支柱产业进行培植，旅游业发展的速度都明显超过云南。西藏也以其顶级自然资源和深厚的民族文化及宗教文化显示出巨大的旅游发展潜力。激烈的旅游市场竞争使云南旅游业的二次创业战略实施面临巨大的挑战。

二、云南旅游市场分析

云南旅游市场发展趋势显现出以下特点：

自然观光的大众旅游依然是主流。从云南近期的旅游市场发展状况来看，无论是国内旅游还是国际入境旅游，主流的旅游市场还是自然观光的大众旅游。

民族民俗体验旅游难以成为主导旅游产品。民族民俗旅游虽然就有一定的吸引力，但不具备主导旅游市场的条件，在云

南旅游业构成中只能起到辅助作用。

跨区域度假旅游难以形成气候。受种种条件的限制，中国的旅游度假基本上还限于近郊型的环中心城镇休闲度假带上，远距离的休闲度假旅游市场规模很小，经济贡献率较低。

高端旅游者的经济贡献率在减弱。从“九五”到“十五”，云南接待的外国人，人均旅游消费下降了近 20%，全国的情况也如此。云南未来的国际国外旅游市场越来越大众化、平民化，高端旅游市场规模还在不断缩小，旅游的经济贡献率还将减弱。

特种旅游市场规模不大。科考、探险、会展、宗教等旅游市场有所发展，但从近期来看市场规模依然不大，在云南省旅游市场中所占的比重不大。

城市旅游、购物旅游将有所发展。中国经济的快速发展，以及中国人的喜好购物的消费习惯使得城市旅游和购物旅游在中国发展潜力巨大。昆明市作为云南的中心城市，未来的城市旅游和购物旅游发展潜力巨大，应该给以足够的重视。

三、云南旅游投资状况分析

（一）旅游投资定量分析

“十五”初期，云南规划旅游投资项目 78 个，总投资约 53 亿元，其中，滇中地区的 16 个项目的投资额占总投资额的 41%；滇西南地区 17 个项目的投资额，占总投资额的 24%；滇西北地区 17 个项目的投资额，占总投资额的 17%；滇东南地区 19 个项目的投资额，占总投资额的 12%；滇西地区 8 个项目的投资额，占总投资额的 5%；滇东北地区 1 个项目的投资额，占总投资额的 0.3%。实际完成规划投资的 48%，即 25.44 亿元。而同期广西旅游投资总额为 240 亿元，四川旅游投资总额为 380 亿元。“十五”期间云南旅游业年均增长超过 13.6%，而旅游投资年均增长不到 10%。

全国“十五”期间的2000~2003年旅游投资固定资产增加总额为3107.77亿元，平均每年增长14.57%；重庆、四川、贵州三省市旅游投资固定资产增加总额为322.56亿元，平均每年增长22.10%；而云南旅游投资固定资产增加总额为92.78亿元，平均每年增长8.25%，其中2001年和2002年固定资产投资减少96.65亿元，远远低于西南三省投资增长速度，也大大低于全国平均投资增长水平。

在“十一五”期间，必须加大旅游投资力度，以改善旅游基础设施，提升旅游景观、景点和加快旅游精品及旅游小镇建设步伐，提高和增强云南旅游综合竞争能力，增大运营利润空间，提升旅游产业品质和增大市场效益。

（二）旅游投资市场分析

1. 旅游投资市场特征：小而散

云南旅游业尽管已有较可观的总量规模，但旅游企业小而分散，内部竞争无序。加大旅游投资，实施旅游资源与行业整合，可引导处于分散状态中的中小规模旅游企业进入良性发展轨道。目前云南旅游企业数量很多，但大都规模较小，旅行社注册资本在百万元到数千万元之间的占大多数，这些企业资本量小，短期行为突出，在运营中形成的无序竞争，一直是阻碍旅游业健康发展的重要因素。实施旅游专业投资，可将这些中小企业的资金融合或吸收，从而按照云南省旅游投资总体战略和布局重点开发和建设，这样，将有利于云南整个旅游投资市场的正常运营与良性发展。

2. 旅游投资市场面临的问题

云南有着得天独厚的旅游资源，但在开发中缺乏统一规划与管理，存在盲目开发和资源流失的问题，实施旅游专业投资，有利于控制和占有云南独有旅游资源，实现云南旅游业的可持续发展。随着旅游业开发、开放进程的加快，云南旅游资源大省的优势被国内外投资者青睐，这有利于对云南旅游的开发，但又不可避免地出现了一些问题：一是国内外旅游投资大

举进入，云南旅游的一些独有资源、核心资源已被国外、国内一些企业所抢占；二是炒景区、景点资源的现象出现，占有资源不开发，待价而沽，转手渔利；三是多方无序进入，低层次、低水平开发、过度竞争现象也存在。这些问题不同程度地影响了云南旅游形象，也不符合国家建设部关于风景区核心资源不能转让给外企和民企，应由政府掌控的有关精神。更严峻的是有些旅游资源是国际、国内独有资源，也是云南旅游的核心资源，其不可再生，不可复制，一旦失去其开发权和经营权，就会带来指挥不灵、开发不力和效益流失，由此影响云南旅游业的可持续发展。必须针对云南的旅游资源、核心资源和优势资源进行垄断和控制，以形成云南旅游的核心竞争力，实现可持续发展。

3. 改善云南省旅游投资环境的必要性

云南有丰富的旅游资源和较好的旅游服务设施，但管理企业多处于低水平管理层次，直接影响旅游资源的开发利用及服务设施的市场化运作，未能充分体现其应有价值。实施旅游专业投资，通过企业管理模式，对各景区、景点资源，各旅游服务设施统一进行管理，将大幅度提高其运营效率及市场运作能力。同时，在新的国有资产管理体制框架内，不少国有企业将从独资公司走向混合所有的股份制和公司制公司，是一种深具战略意义的整合，关系到国有经济结构和布局的战略调整，关系到国有经济竞争力、控制力和带动力的增强，它不仅带有明显的战略性色彩，而且主导力量亦转换为产权和市场规则。

2005 年云南省旅游教育培训现状

云南省旅游培训中心

一、旅游教育培训现状

（一）指导思想明确

2005 年，我省的旅游教育培训工作认真贯彻落实《中共云南省委、云南省人民政府关于加快旅游产业发展的若干意见》、《云南旅游发展倍增计划》精神和每年一次的云南省旅游工作会议的部署安排。结合 2005 年 8 月 1 日起施行的《云南省旅游条例》，坚持以市场需求为导向，以培养一支大局意识强、管理水平高、业务素质硬、服务态度好的旅游行政干部和旅游从业人员队伍为目标，大力实施“人才兴旅”战略，为建设旅游经济强省和实现我省旅游业“二次创业”提供人力人才保障。

（二）培训机构健全

我省现有 27 家经云南省旅游局审核认定的非学历旅游培训单位（包括云南省旅游局下属事业单位——云南省旅游培训中心），其中 11 家为大、中专旅游院校（院系），16 家为省旅游局及各州市旅游局所属的旅游培训中心（昭通市除外）。省旅游局定期对各非学历旅游培训单位进行资质复核，对通过

复核的单位进行公告并发给资质证书，同时取消不具备开展非学历旅游培训工作或未经授权超范围开展旅游培训工作的单位的资质。省旅游局还通过公告重申了不允许未获得从事非学历旅游培训资质的单位开展旅游培训工作，如有违反，将根据相关法律法规予以处罚，最大限度地保证各非学历旅游培训单位的合法权益。

（三）年初制定计划，季末编制《简讯》，年终进行总结
全省的旅游教育培训工作由云南省旅游局人事劳动教育处和云南省旅游培训中心负责组织开展。2005 年，在充分征求各州市旅游局和省旅游局各处室的意见后，以省旅游局局发文件的形式下发当年《云南省旅游教育培训工作实施意见》，并对全省旅游教育培训工作作了具体安排。同时，每季度由人教处和培训中心共同编制一期《云南省旅游教育培训简讯》（以下简称《简讯》），在《简讯》中及时通报由省旅游局组织开展的各项教育培训工作的进展情况，并汇总各州市旅游局自主开展的有特点、有亮点的教育培训工作的基本信息，以供各州市相互借鉴、相互促进。

（四）培训内容丰富多彩，效果显著
我省 27 家非学历旅游培训单位每年开展大量针对性强、社会效益和经济效益双赢的各类旅游培训。现已初步形成一套培训质量和办学水平较高的高、中、初级旅游管理人才和实用人才培训体系，为优化旅游行业队伍知识结构，提高旅游从业人员综合素质，促进我省旅游业持续、快速、健康发展奠定了基础。

我省 27 家非学历旅游培训单位中的 11 家同时又是具有一定办学规模和办学经验的大、中专旅游院校（院系），开设的专业种类齐全，有的专业已成为教育部认定的精品专业或试点专业，每年为全省乃至全国旅游行业培养和输送了大批优秀的旅游管理人才和旅游从业人员。大、中专旅游院校（院系）

还以其师资雄厚、设备优良、学术权威的优势，在省旅游局的指导下，承担了一系列旅游景区（点）规划、旅游教材编撰等工作。

就省旅游局开展的教育培训工作而言，每年都坚持开展一些常规培训，如出境旅游领队人员年检培训、导游人员年检培训、导游人员资格考试考前培训等。开展这些培训目的在于使我省拥有一支综合素质和服务水平均较好的旅游从业人员队伍，并让这些身处一线的旅游从业人员在实际工作中能够及时了解和掌握我国、我省关于旅游业的政策法规，不断提高服务技能和服务水平，及时进行知识更新，从而在接待工作中规范自身行为，为广大旅游者提供质价相符的服务，以适应我省旅游业发展需要，并为更好地宣传云南旅游新形象起到了应有的作用。

为充分调动各有关方面和人员的积极性，不断提升我省旅游服务的整体水平，省旅游局与省劳动和社会保障厅联合开展旅游星级宾馆（饭店）英语达标及职业资格鉴定工作，逐步把职业资格认证制度推行到旅游行业的所有岗位。2005年4月，省旅游局与省总工会、省劳动和社会保障厅联合举办了包括酒店前台服务、酒店客房西式服务、酒店中餐宴会摆台服务、酒店西餐宴会摆台服务、普通话导游服务、英语导游服务等项目的“云南省旅游服务技能大赛”，全省各州市共213名选手参加了大赛。大赛的举办，是我省近几年旅游教育培训工作的一个亮点，增进了各州市旅游系统的沟通与交流，加快了相互学习、相互赶超的步伐，有力地提升了全省旅游服务的整体水平。

省旅游局还注重结合我省旅游业发展过程中呈现出的新特点、新趋势开展培训工作，如旅游执法人员培训、旅游市场营销人员培训、旅游景区（点）质量等级评定检查员培训等。加强对全省旅游行政管理部门的工作人员的培训培养力度，对于加强各级旅游行政管理部门对旅游业的管理和调控水平，提高工作效率和依法行政水平，从而实现我省旅游业“二次创

业”至关重要。

2005年，国家旅游局对我省开展“送教上门”工作，选派了全国知名的专家及实业界人士到云南授课，授课内容涉及“旅游项目策划与招商引资”、“旅游目的地营销及营销体系建设”、“旅游统计卫星账户的建立及运用”、“旅游人才资源开发与管理”、“特色节会活动的创新发展”等。这类高层次研讨班的举办，为各州市提供了难得并且广泛的交流机会，有助于开阔视野、更新观念、统一认识、加强合作，对丰富管理人员的知识、提高旅游业的管理水平起到了较好的促进作用。

几年来，我省的旅游教育培训工作取得了显著成效。从1997年至2005年，省旅游局培训了全省旅游行业的工作人员10万余人次，其中旅游行政管理部门人员5000余人次，导游人员5.5万余人次，国际、国内旅行社总经理、部门经理5000余人次，出境旅游领队人员1500余人次，旅游星级饭店中高级管理人员1000余人次，旅游星级饭店一线员工3万余人次。这些教育培训工作的开展，为我省拥有一支政治素养合格、综合素质全面、服务水平优良的旅游管理人员和旅游从业人员队伍提供了重要保证。

二、存在的问题及相关建议

（一）培训方式单一，参训人员覆盖面有限

目前所开展的旅游教育培训方式相对单一，基本上是采用把参训人员集中起来进行培训的方式。这样的方式一方面可以为授课教师与参训人员之间以及参训人员之间提供面对面交流的机会，培训效果相对较好；但另一方面由于时间、空间等条件的局限性，一次培训活动，参训人员往往不会超过两三百人，参训人员的覆盖面是非常有限的，而且培训成本较高。

在“十一五”期间，应进一步提高旅游教育培训的科技含量，充分运用远程教育、网络教育等现代化教学手段，实现

“一地办班、多地受益”的培训模式，扩大受训人员的覆盖面，最大限度地发挥教育培训活动的成果。此外，省旅游局将继续探索教育培训工作的新方式，争取做到方式新颖、手段多样、内容丰富、成效明显。

（二）师资力量有限，水平参差不齐

省旅游局每年都邀请大批理论水平精深、实践经验丰富的专家、学者、高校教授进行授课，这些授课人员能够有效提升培训质量和效果，也与省旅游局建立起良好的合作关系，成为一支常年为我省旅游教育培训工作提供授课服务的高水平的教师队伍。但就全省范围而言，特别是旅游业欠发达地区由于历史、地域等诸多方面的原因，非常缺乏高水平的授课教师，因此当地对旅游从业人员所开展的教育培训工作也就不会取得十分理想的效果，有的地区甚至由于师资严重匮乏而无法正常开展或者较少开展教育培训工作。

要改变这一现状，可以采用远程教育、网络教育等现代化教学手段，真正做到对受训人员同时同步进行培训。

此外，加强对教师队伍培训和建设十分重要。只有在全省范围内建立一支高水平的教师队伍，才能在具体的教育培训工作中取得显著效果，才会有高素质和强能力的旅游管理人员和旅游从业人员队伍。

（三）区域合作有限，对外交流较少，“院府合作”前景广阔

就全省旅游教育培训工作的现状来看，我省与其他省份的交流与合作较少，省内各州市之间的交流与合作也很有限，“院府合作”有着广阔的前景。

2005年9月，省旅游局在昆明与广东省、青海省的旅游教育培训考察团进行了座谈，相互介绍了各自开展旅游教育培训工作的基本情况，交流了工作经验，表达了加强合作的愿望。2005年11月，怒江州旅游局邀请大理州旅游局的教师对

该州宾馆、饭店、农家乐的从业人员进行了培训。西双版纳州旅游局也与玉溪师范学院联合举办“旅游管理函授大专班”，取得了很好的效果，经验值得推广。

然而，上述合作活动的开展还远远不够，还无法与我省旅游业的持续发展相协调。要真正做到资源共享、优势互补、相互支持、双赢甚至多赢发展，就要实施“走出去、请进来”的发展战略，深入推进我省与其他省份以及省内各州市的交流与合作，深入推进“院府合作”，如请国家旅游局对我省开展经常性的“送教上门”工作，让我省各级旅游行政管理部门和旅游工作者能够及时了解和掌握我国旅游业发展的新特点、新趋势、新策略，并且有针对性转变工作思路、创新工作方法、突出工作重点，根据实际情况开展符合实际需求的教育培训

工作。建议进一步加强“院府合作”的力度，探索联合办学的新模式，鼓励和支持旅游院校开设旅游行业急需而又紧缺的新专业、新学科，尽可能地发挥旅游院校的创造力，及时把旅游院校的最新科研成果运用到实际工作中，并且转化为现实生产力。

（四）进一步规范旅游教育培训市场，尽快统一培训收费标准

目前，我省的旅游教育培训市场需要进一步的清理和规范。有一些人、一些单位未经省旅游局允许擅自开设旅游类培训班，严重扰乱了我省的旅游教育培训市场，这种状况在每年的全国导游人员资格考试考前的培训期间尤为突出。未经允许乱办班、乱收费、乱培训，扰乱了市场秩序、破坏了市场规则，造成收费标准无法统一、培训质量无法保证、考生利益无法维护的严重后果。应联合相关部门，开展市场整治工作，净化和规范旅游教育培训市场，进一步维护各旅游教育培训机构和广大旅游从业人员的合法权益。

此外，各州市旅游局在开展教育培训工作过程中的收费标

准有很大差别。经过省旅游局于 2005 年向省发展和改革委员会报请批准后，全省旅游从业人员的培训收费将统一按新的标准执行，这样，既能保证各旅游教育培训机构实现社会效益与经济效益的双赢，又能维护广大旅游从业人员的合法权益，有力地遏制乱收费行为的发生。

区域合作

参与大湄公河次区域旅游 合作中的云南

崔晓楠 毛晓莉

20 世纪 90 年代以来，大湄公河次区域 6 国（包括柬埔寨、老挝、缅甸、泰国、越南和中国）在联合国亚太经社会（UNESCAP，以下简称“亚太经社”）、世界旅游组织（WTO）等国际机构的倡导下，在湄公河旅游协调机构（AMTA）的具体组织和亚洲开发银行（ADB，以下简称“亚行”）的支持下，依照 GMS 经济发展合作的战略，开展了旨在通过增强竞争力、把大湄公河次区域内国家组成一个更大的经济共同体来发展旅游业，并达到充分减少贫困、保证生态和其他自然资源的可持续发展为目的的广泛合作。这一合作称为大湄公河次区域旅游发展合作（Greater Mekong Subregion Tourism Developmental Cooperation，简称“GMS 旅游发展合作”）或澜沧江—湄公河次区域旅游发展合作。

大湄公河次区域旅游合作与发展已有 12 年的历程。在这 12 年的发展中，次区域 5 国和中国云南省的旅游合作与发展有了长足的进步。数量上，整个次区域地区接待入境游客从 1995 年的 960 万人，增加到 2004 年的 1 782 万人，平均每年增长 7.11%，成为全球旅游人数增长最快的地区之一。大湄公河次区域旅游合作，在整个 GMS 合作的 11 个旗舰项目中是开

展合作最好、推进合作进展最快的旗舰项目之一。

一、大湄公河次区域旅游合作背景

20 世纪 90 年代以来，大湄公河次区域 6 国在国际政治多极化、世界经济全球化、区域经济一体化的发展趋势下，为促进共同发展，开展了旨在通过加强联系、增强竞争力和把大湄公河次区域内国家组成一个更大的经济共同体来充分减少贫困、保证生态和其他自然资源的可持续发展的广泛合作。这一合作称为大湄公河次区域合作（Greater Mekong Subregion Economic Cooperation，简称“GMS 发展合作”）或澜沧江—湄公河次区域合作。

在“大湄公河次区域合作”的大背景下，次区域合作的倡导者和 6 国政府充分考虑到：各国拥有丰富的自然、文化和历史资源；旅游业是高度劳动密集型行业，对于新进入者没有高技术要求，可以快速增加就业机会和创收；投资周期相对其他行业要短；有利于生态和其他自然资源的可持续发展，并将旅游作为了次区域合作发展的“先导”领域，希望通过旅游业的进一步合作与开发，建成以旅游带动商品、资本、技术等流动，实现通过旅游扶贫和地区的可持续发展，推进中国大西南与中南半岛旅游合作圈建设，并把次区域旅游合作有机纳入中国—东盟旅游合作圈。

二、大湄公河次区域旅游合作进程

1994 年 4 月，亚行在越南河内召开的第三届大湄公河次区域经济合作会议上首次提出了开展“次区域旅游目的地促销、次区域旅游论坛、旅游培训人员的培训、资源保护人员的培训、湄公河旅游规划研究”等 5 个旅游合作项目，拉开了澜

沧江—湄公河次区域旅游合作的序幕。

为具体讨论这 5 个旅游项目并就项目的具体实施提出建议，同时提交湄公河次区域 6 国政府及有关的国际组织议定，亚太经社、亚行、中国国家旅游局、云南省人民政府于 1994 年 12 月 13 日至 17 日在昆明共同举办了“湄公河流域国家旅游发展研讨会”。会议确定成立一个由柬埔寨、中国、老挝、缅甸、泰国及越南 6 个次区域国家旅游组织高级代表参加的“大湄公河次区域旅游工作组”，讨论促进次区域间旅游合作项目的实施，并决定今后每年在次区域 6 国轮流举办两次工作组会议，进一步推动和促进次区域旅游合作。这次会议的召开标志着澜沧江—湄公河次区域旅游合作的正式开始。12 年来，“大湄公河次区域旅游工作组会议”共举行了十六次（2000 年以前为每年两次，从 2001 年起为每年一次）。

从 1996 年开始，在亚太旅行协会的牵头、组织下，亚太经社、亚行及 6 国国家旅游组织合作共同举办了 10 届“湄公河旅游论坛”。旅游论坛每年举办一次，与一次工作组会议一起举行。每年一次的湄公河旅游论坛和其他次区域活动，特别是政府和旅游商界一起协调关于旅游开发的决定及向世界展示次区域的旅游潜力的活动，促进了次区域的合作。

2005 年亚洲开发银行以及受其委托的“亚太项目公司”（APPI），邀请大湄公河次区域旅游部门和相关部门的负责人共同举办了三届“GMS 旅游发展战略研讨会”，讨论了“GMS 旅游发展战略规划文本”、“加强 GMS 旅游合作新机制框架”和次区域各国在未来 10 年发展的重点项目内容。

经过 12 年的发展，次区域 5 国和中国云南省的旅游合作与发展有了长足的进步，已成为全球旅游人数增长最快的地区之一。而据亚洲开发银行预测，到 2010 年随着次区域合作进一步拓展，游客人数有望增至近 3 000 万人次。具体来看，次区域地区的部分贫困人口，通过旅游摘掉了贫困的帽子；过去的这一地区不少素质低下的接待者，通过游客高标准的接待要求，使他们的素质得以提高；大量的人流促进了贸易的成倍增

长；旅游收入成为自然遗产管理的主要经济来源；旅游收入用于妇女儿童贩卖、性交易和艾滋病问题的解决，从而降低这些问题的社会影响等。

大湄公河次区域旅游合作，成功地体现了建立合作机制的初衷——通过旅游业的发展减贫和保证生态以及其他自然资源的可持续发展。

三、云南省在 GMS 旅游合作中的地位、 合作内容及所发挥的作用

云南省是中国参与澜沧江—湄公河次区域合作的主体。云南省地处中国西南边陲，西部与缅甸接壤，南部与老挝、越南毗连，边界线长达4 060公里。湄公河在中国境内称为澜沧江，总长4 688公里，在云南境内部分长1 247公里，流域面积 8.87 万平方公里，占云南省总面积的 23%，流经 8 个州市，38 个县。2000 年末这 38 个县总人口为1 017万人，占云南省人口总数的 24%。流域内奇特多样的自然景观和绚丽多彩的人文风情构成了得天独厚的旅游资源。经过 20 多年的发展，云南的旅游业已建成了全省的支柱产业，是中国重要的旅游目的地之一。云南省加入 GMS 旅游发展合作，拥有得天独厚的条件。

（一）云南省在 GMS 旅游合作中的地位

国家旅游局极为重视次区域的旅游合作与开发。鉴于澜沧江—湄公河流域的旅游发展在中国主要涉及云南省。在 GMS 旅游发展合作的初期至 2005 年的 12 年期间，国家旅游局确定中国次区域旅游合作以云南省为主，由国家旅游局和云南省各派一人参加 GMS 旅游合作机制的工作组。云南省旅游局也成立了专门的工作领导小组开展有关的工作。因此，云南省在 GMS 合作中是作为省来代表国家旅游局参与相关工作的。

（二）云南省参加 GMS 旅游合作的具体内容

在中国国家旅游局的指导下，云南省积极参与次区域的旅游合作与开发。自 1994 年 12 月 13 日至 17 日在昆明举办“湄公河流域国家旅游发展研讨会”后，我省先后参加和代表中国参加了 11 次旅游工作组会议，并成功承办了第八、十二次工作组会议。我省先后参加了八届旅游论坛，并成功承办了第三届、第六届旅游论坛。特别是第六届湄公河旅游论坛，来自次区域各国旅游部的代表、泰国副总理和亚太地区（包括北美、澳洲等）各国企业代表共 200 多人参加了会议，成为湄公河旅游论坛举办以来规模最大、效果最好的 1 次。我省还于 2005 年参加了 3 次 GMS 旅游发展战略研讨会。根据各届旅游工作组会议和湄公河旅游论坛的精神以及 GMS 旅游合作的发展状况，我省在次区域旅游合作的诸多方面开展了卓有成效的工作。

1. 次区域旅游促销

旅游工作组的促销活动在湄公河旅游协调机构（AMTA）和亚太旅行协会的帮助下，将次区域各个国家作为一个统一的旅游目的地，对外实施了一系列促销活动。一是组织各国选定“湄公河明珠”景点，制作了有关画册、录像带、招贴画及 Internet 主页，设立了次区域网站“visit - mekong.com”等；二是亚太旅行协会、湄公河旅游协调机构与次区域各国旅游组织联合组织主要旅游市场的代理商和媒体到次区域考察；三是组织各国参加各类旅游交易会 and 研讨会。这些活动我省都积极参与，并将昆明、石林、丽江、大理、西双版纳列入了“湄公河明珠”景点，纳入了次区域统一的目的地向外促销。在最近的几次“关于 GMS 旅游发展战略研讨会”上，我省参会代表积极呼吁将我省滇西和缅甸北部地区纳入 GMS 旅游发展战略中，并在以后的活动中加强对这一区域的宣传促销，此提议现已得到亚洲开发银行所委托的“GMS 旅游发展战略专家组”和其他 5 国合作者的认同，并纳入“GMS 旅游发展战略”，成

为 13 个优先发展的地区之一。

2. 次区域旅游培训

在联合培训方面，亚太经社会牵头与亚行、次区域 6 国国家旅游组织合作共组织实施了旅游师资培训、旅游培训者基本技能培训、旅游管理高级培训、文化旅游开发与管理培训等项目。从 1995 年以来，次区域旅游协调机构和“湄公学院”举办了 10 余期培训班，我省有数十人次参加了培训。

3. 次区域旅游专项研究和产品开发

为鼓励大湄公河次区域 6 国密切协作开展澜沧江—湄公河流域旅游规划研究和旅游开发计划，亚太经社会组织实施了湄公河三角洲旅游专项研究，此研究为澜沧江—湄公河旅游规划研究项目第一阶段的研究。之后，作为技术援助项目，亚行资助进行了澜沧江—湄公河旅游规划研究项目第二、三阶段的研究。该研究项目从 1997 年 11 月开始到 1998 年 7 月结束，形成了澜沧江—湄公河旅游概念性规划。我省积极参与了这一研究，并争取除了位于澜沧江边的西双版纳以外，还将澜沧江北部即滇西北高原地带的迪庆、丽江、大理等地及 31 个项目也纳入了规划研究范围。从 2004 年 11 月至 2005 年 6 月，次区域 6 个国家在湄公河旅游协调机构（AMTA）和亚洲开发银行（ADB）的组织下，围绕“GMS 旅游发展战略”，筛选并确定了次区域未来 10 年优先发展的旅游区域和 29 个重点建设项目框架，涉及到中国云南省的区域和项目框架是：“金四角旅游区”、“红河谷旅游区”和“香格里拉—腾冲—密支那旅游区”。这些项目在湄公河旅游合作办公室（MTCO）和亚行的协调、组织下，有望得到技术援助和发展战略伙伴的资金支持。

在规划研究的基础上，2001 年 8 月，由亚行支持实施的“澜沧江—湄公河旅游基础设施开发”技术援助项目开始启动。2001 年和 2005 年，云南省旅游局已两次向亚行上报了数十个澜沧江—湄公河流域的旅游开发项目，并得到了亚行的肯定。

同时，亚太经社会还牵头组织每个国家对乡村旅游进行开发。要求各国选定澜沧江—湄公河沿岸的一个村子作为发展乡村旅游的试点。通过开发乡村能参与的旅游种类，把有潜力的项目进行组织、包装和促销，发展成重要的旅游产品来增加收入，从而降低贫困。云南省在早期将西双版纳州勐罕（橄榄坝）乡列为试点。

4. 简化次区域旅行手续

旅行手续是制约客源的重要因素，进一步简化旅行手续也是次区域合作中急需解决的重点和难点问题。亚太经社会于1998年6月在泰国普吉岛举办了简化旅行手续研讨会，各国将对边境管理的一些新规定提供给湄公河旅游协调机构，由其汇总后与次区域各国旅游组织等有关部门就交通、航线等方面进行协商。该问题虽然没有在各国达成一致的意见，但在有关国际组织的协调和GMS各国的努力下，该问题已被列为“GMS旅游发展战略”的重大项目之一。云南省政府对此也极为重视，积极争取国家给予边境出入的便利政策，2004年开始，国务院陆续批准在云南省的部分口岸开展口岸签证工作，第三国游客持有效证件可在云南省的昆明、版纳、磨憨、景洪港、河口、瑞丽、畹町出入境，方便了游客的流动。但是，随着旅游业的发展，仅此便利是远远不够的。进一步简化旅行手续的进程，在次区域合作中变得任重而道远。

5. 云南省在GMS旅游合作框架下的双边合作情况

我省旅游部门和企业除参与亚太经社会等有关国际组织牵头进行的合作外，还与次区域其他国家开展了双边或多边的旅游合作，包括积极参加次区域内各种多边合作机制框架下组织举办的各种旅游工作会、促销会、研讨会、交易会 and 展洽会，包括与越南、老挝、缅甸开展中越、中老、中缅边境旅游等。

(1) 云南省与泰国旅游合作的情况。泰国一直是云南的十大客源国之一，相反，中国也是泰国的主要客源市场。近几年来，在中国—东盟自由贸易区建立的趋势和大湄公河次区域旅游合作的框架下，泰国与云南省利用区位优势，在开辟涉及

滇泰两地区的旅游新线路、加强以对方为目的地的宣传促销、加强规范旅游市场等方面开展合作。

在开辟旅游新线路方面，从 20 世纪 90 年代初，云南省政府就致力于开通这条航道的工作。1993 年 8 月，由云南华航旅游运贸公司组织，会同省内有关部门对澜沧江—湄公河中洪水期航船进行综合考察，省旅游局也参加了考察。随后，云南省与泰国旅游部门合作，陆续组织了一些旅游团队从景洪港乘船出境到泰国清盛。2005 年当年，从泰国乘船到云南省西双版纳来的游客已达 6 000 人。2003 年，联合推出了吸引旅泰德国游客延伸旅程赴滇、川旅游新线路；云南方面组成澜沧江—湄公河黄金旅游线路考察团，重点考察了泰国北部地区的清盛、清莱、清迈、素可泰、考可等地，并对其进行宣传；泰国与云南省旅游局组成滇藏线联合考察团，考察了泰国—云南—四川—西藏自驾车旅游线路；积极组织 and 配合“金四角旅游区”的规划编制。

在加强以对方为目的地的宣传促销方面，2003 年 6 月泰国国家旅游局与云南省旅游局、四川省旅游局共同签署了《“中泰联线—精美组合”行动计划》。

在加强规范市场方面，两地经常互派旅游执法人员进行明察暗访，调查和打击违规违法经营行为，同时发表了联合声明，坚决打击低价恶性竞争和欺客宰客现象，在规范市场上取得了较好效果。

(2) 云南省与老挝（老北）旅游合作的情况。云南省与老挝的旅游合作，主要是通过与其北部 9 个省的合作来体现的，主要集中在三个方面：一是积极参加次区域内各种多边合作机制框架下组织举办的各种会展。在老挝万象曾召开了大湄公河次区域旅游工作组第 2 次、第 10 次会议以及第 4 届湄公河旅游论坛，云南省均派出代表参加了会议，同时，老挝也非常重视与云南省的合作，支持云南省举办的各种节庆会展活动，老挝还会派出总理级或部长级的官员来参加每隔一年在云南省举办的中国国际旅游交易会和其与云南省政府一道举办的

中国昆明国际旅游节。二是积极开展对老挝北部的旅游合作。云南省与老挝北部于 2003 年建立了经济合作机制，分别于 2003 年和 2005 年召开了“老挝北部—中国云南合作工作组会议”，旅游作为该合作机制的一个重要组成部分，成立了专业工作小组，主要讨论中国云南省和老挝北部在旅游发展合作中出现的问题。三是云南省积极组织旅游企业招徕游客赴老挝旅游观光，早在 20 世纪 90 年代中期，我国就与老挝、缅甸等国签订了《澜沧江—湄公河客货运输协定》，老方允许游客进入老挝。四是进行规范澜沧江—湄公河黄金旅游线路老挝境内的公路和水运秩序的合作，在一定程度上改善了出境的旅游环境。

(3) 云南省与柬埔寨旅游合作的情况。在《中华人民共和国和柬埔寨王国政府关于旅游合作的协定》和《中柬关于双边合作框架的联合声明》的促进下，云南省与柬埔寨开展了广泛的旅游合作工作。具体来说，一是积极参加次区域内各种多边合作机制下组织举办的各种会展；二是积极开辟旅游线路。在 2003 年 12 月，云南航空公司开通了昆明—暹粒航线，加大了云南省与柬埔寨旅游合作的进程。

(4) 云南省与越南旅游合作的情况。凭借地域、文化等方面许多共同之处，云南省与越南，特别是与越南河内市、老街省、安沛省及越南中部承天顺化省开展了广泛的旅游合作。一是积极参加次区域内各种多边合作机制下组织举办的各种会展。我省派代表参加了在越南召开的大湄公河次区域旅游工作组第 14 次会议和第 8 届湄公河旅游论坛。越南也积极支持我省的旅游会展工作，积极派代表参加我省隔年举行一届的中国国际旅游交易会 and 每年举行一届的昆明国际旅游文化节。二是积极开辟新兴旅游线路。目前滇越旅游合作已开辟的旅游线路主要有陆地旅游线路（包括公路和铁路）和航空路线。目前云南在越南的旅游景点选择主要集中在越南北部，即以河口为中心，向海滨城市下龙湾、海防、清化、顺化延伸的区域范围内，对越南南部的海滨旅游城市有待于进一步合作开发。2005

年4月，越南中部省份承天顺化省在旅游厅长武飞雄的率领下，到云南省作首次访问并与云南省旅游局签署了合作协议。这标志着云南与越南的合作开始向越南中部和南部方向拓展。三是加强互为目的地的宣传促销。2002年，为吸引更多的游客，越南驻华大使馆、越南国家旅游局、越南国家航空公司率13家越南旅行社、宾馆、饭店等旅游部门组成旅游贸易代表团，到昆明推介旅游精品线。同样，为吸引越南游客到云南来旅游，我省几乎每年都组团到河内参加“越南旅游展览交易会”。

(5) 云南省与缅甸旅游合作的情况。在由联合国亚太经社会理事会、亚洲开发银行倡导发起并形成的澜沧江—湄公河次区域经济合作的总体合作机制的推动下，缅甸与我省的旅游合作是随处可见，不管是在举办大湄公河次区域旅游工作组会议和旅游论坛会议，还是开展次区域旅游人员培训工作、次区域旅游目的地宣传促销、次区域旅游规划研究、实施旅游开发建设项目、推进旅行手续简化、搭建新的旅游合作框架开展合作，都已形成了较为紧密的合作关系，并取得了显著效果。同时，缅甸也积极支持我省的旅游会展工作，积极派代表参加我省隔年举行一届的中国国际旅游交易会 and 每年举行一届的昆明国际旅游文化节。

(三) 云南省在 GMS 旅游合作中所发挥的作用

在过去的12年中，云南省作为 GMS 旅游合作中中国唯一的代表，参与了 GMS 旅游合作中所有重大问题的讨论研究，认真贯彻执行了合作领导组织机构所有确定的事项，充分发挥了积极推动 GMS 旅游发展合作的作用。

1. 代表国家旅游局努力完成各项旅游合作任务

由于地理和历史原因，中国参加 GMS 6 国的合作是以云南省为主的，云南省各有关部门所参加的会议和参加讨论决定的重大合作事项，既代表国家的利益，又代表云南省的利益。云南省旅游局在 GMS 旅游合作的过程中，曾受国家旅游局的

委托，代表国家旅游局参加了 11 次旅游工作组会议和 8 届旅游论坛以及 3 次 GMS 旅游发展战略研讨会；代表国家旅游局多次讨论并通过了“GMS 发展战略”，选举了新的湄公河旅游协调办公室高级执行官；代表国家旅游局承担了“GMS 旅游发展战略”中确定的“金四角旅游区”，“香格里拉—腾冲—密支那旅游区”牵头国家的责任。云南省旅游局所开展的这些工作，受到了国家旅游局的重视和肯定。

2. 积极争取云南省在 GMS 旅游合作中的利益

云南省在 GMS 旅游合作中，虽然经常代表国家出席会议、决定重大事项，但毕竟是一个省的部门，在合作中会有一些不利因素。多年来，云南省旅游局努力克服不利因素，积极争取有可能得到的利益，如在 GMS 统一目的地的宣传促销问题上，在选举湄公河旅游协调办公室高级执行官的问题上，在讨论确定“GMS 旅游发展战略”优先发展区域和重点支持项目的问题上，都努力作了大量协调工作，取得了预期的目的，为云南旅游业在 GMS 旅游合作中的后续发展争得了一定的空间。

3. 利用各种节庆会展，积极宣传促销云南旅游

云南省的旅游业在近几年来有了突飞猛进的发展，在国内是无人不知，但在国际上的知名度还是有些不足。云南旅游局利用每年一次的 GMS 旅游工作组会议和湄公河旅游论坛会议，借机大力宣传、推广云南旅游资源和云南旅游业发展情况，许多参会的欧美媒体和旅行商是通过参加湄公河旅游论坛会议而认识云南的。另外，在湄公河旅游协调机构组织的 GMS 旅游统一目的地宣传促销问题上，云南省的参会代表经常呼吁加强对云南旅游资源的多样性和丰富性的宣传，为云南省入境旅游人数的增加做出了积极的努力。

4. 努力协调关系、积极推动无障碍旅游合作进程

由于国家体制不同，各国的经济、政治发展程度不同，导致在 GMS 旅游合作中，常出现这样或那样的问题，比如有的国家为了多收费用，人为设卡，重复收费；再比如旅游手续便利化的问题，在整个 GMS 经济合作中一直是个重大的难点问

题；还有旅游市场的监管和服务标准的规范问题，也是常出现的问题。面对这些问题，云南省旅游局与相关的州市旅游局经常利用不同层次和不同类型的会议、节庆和展览，与相关的国家举行会谈、专题研究来达到解决问题的目的。另外，目前从云南几个重要的国际口岸出境和入境，特别是第三国游客的入境手续都比过去有了很大的简化，云南省会城市昆明至东南亚国家的首都和重要旅游城市几乎都有航班开通，这为出入云南的国内国际游客提供了极大的方便。

四、大湄公河次区域旅游合作中存在的问题

大湄公河次区域旅游合作已开展了 12 年，在许多方面取得了实质性的成果，已进入全面合作的战略性发展阶段，前景十分广阔。但因为区域性合作，面临的困难和问题同样是很的。从目前来看，主要表现在以下几方面：

（一）许多问题必须在国家层面上加以解决

由于地理位置的特殊性，6 个 GMS 国家中，只有中国是以省的形式参与区域合作的，在实际运作过程中也带来一些麻烦和困难。反观其他次区域国家的旅游组织内都有一个专门的司室和若干人员在负责 GMS 合作事宜，联络和协调工作相对就会方便一些。国家旅游局虽然高度重视大湄公河次区域旅游合作工作，但至今没有一个专门机构对外开展此项工作。

（二）简化旅行手续问题

旅行手续是制约客源的重要因素，进一步简化旅行手续也是次区域合作中急需解决的重点和难点问题。在次区域国家中，中国云南省的国际游客接待量排在泰国和越南之后，进入柬埔寨和老挝的欧美游客正逐年增加。由于签证等问题，使得大量高消费的欧美游客难以进入云南，相反，从云南进入其他

次区域国家的游客比较多。因此，从国家的层面来高度重视并致力于解决这一难题，应是 GMS 旅游合作中的头等大事。

（三）资金支持的问题

2001 年 8 月，随着亚行支持实施的“澜沧江—湄公河旅游基础设施开发”技术援助项目开始启动，省旅游局整理了 31 个云南省参与 GMS 旅游合作项目报送给亚行。2005 年，省旅游局根据“GMS 旅游发展战略”所确定的优先发展区域，又整理了 29 个云南省参与 GMS 旅游合作项目报送给亚行，这些项目都得到了亚行的肯定。但亚行前几年的支持重点在老挝、柬埔寨和越南，对其他次区域国家旅游项目的资金资助和技术援助，将在“GMS 旅游发展战略”制定完毕之后才会加以实施。到目前为止，云南省的旅游项目还没有得到亚行及其他发展战略伙伴的资金支持。

五、云南省推动大湄公河次区域旅游发展合作的战略思考

GMS 旅游发展合作机制，经过 12 年的历程，以 2005 年 3 月份在柬埔寨暹粒市召开的 GMS 旅游工作组第 16 次会议和 6 月份在广西桂林召开的第 3 次 GMS 旅游发展战略研讨会所确定的“GMS 旅游发展战略”为转折点，大湄公河次区域旅游发展合作由此进入了一个新的阶段。为迎接 GMS 旅游合作的新一轮发展，结合云南省旅游发展“二次创业”和贯彻执行旅游发展“十一五”规划，云南省推动“GMS 旅游发展合作”的战略目标和方针应作如下考虑：

（一）从国家的层面高度重视

从 1994 年到 2005 年 6 月的 12 年之间，云南省一直是中国参加 GMS 旅游发展合作的唯一代表，从 2005 年 6 月以后，GMS 旅游合作机制吸纳了广西区为成员，中国参加 GMS 旅游

合作的就是两个省区了。因此，国家旅游局应站在较高的层面，加强对 GMS 旅游合作的领导，建立起专门的领导机构（对外挂牌）关注、指导和帮助云南、广西两地与 GMS 其他 5 国的合作，力争使云南、广西两省区成为一个整体对外合作。

同时，在国家旅游局的统一领导下，云南、广西两省区要积极行动起来，建立起专门的领导办公机构，并对外挂牌，争取国家旅游局的大力支持。

（二）继续将 GMS 旅游合作列为云南省区域旅游合作工作中的重点，加大实施力度

长期以来，GMS 旅游合作，一直是全省区域旅游合作工作中的重点。应从几个方面强化保障措施。一是履行“GMS 旅游发展战略”确定的重点项目牵头国职责，做好相关的规划编制工作。“GMS 旅游发展战略”所确定的 13 个优先发展区域中，“金四角旅游区”和“香格里拉—腾冲—密支那旅游区”是由中国云南省来牵头组织开发的，按牵头国家的职责，在近期首先要抓好“金四角旅游区”和“香格里拉—腾冲—密支那旅游区”的区域旅游规划编制工作。二是利用各种节庆会展的机会，多渠道加大对云南省旅游资源和旅游业的宣传力度。由于东南亚地区旅游业在近些年来的持续快速发展（10 年来平均以每年 7.1% 的速度增长），使这一区域的各国旅游业的发展充满了活力，全球性和区域性的旅游会展节庆活动非常丰富，因而身在其中的中国云南省可以借各种机会，大力宣传云南旅游资源。第二方面要充分利用 GMS 旅游合作机制，把自己作为 GMS 旅游合作的统一目的地来宣传促销，以吸引更多的 GMS 成员国游客和第三国游客。三是强化对参与次区域旅游合作人员的培训。在参与次区域旅游教育培训项目合作，按亚行和湄公河旅游合作协调机构要求继续送出旅游教育者、自然和文化资源管理者等人员参与培训的同时，当务之急是要对云南省与次区域国家相邻的州市县旅游行政管理部门参与次区域旅游合作工作的人员进行培训。主要对他们进行专业

知识、管理知识、国际合作基本知识、合作工作方法的培训和语言交流能力的强化训练，以适应开展对外旅游合作的需要。四是引导旅游企业之间加强合作，加大对 GMS 旅游市场的监管和服务标准的规范。旅游行政管理部门和民间旅游社团组织，应主动引导和协调旅游企业之间的合作，营造良好环境，让企业之间加强联络和交流。同时，应加强次区域共同的旅游市场的规范监管，维护好市场秩序，树立次区域统一目的地良好的旅游形象。

（三）争取更多项目进入“GMS 旅游发展合作”的相关项目，积极争取各方资金的支持和技术援助

在“GMS 旅游发展战略”编制完成并得到确定之时，云南省旅游局经过收集和筛选，整理了 20 个“云南省 GMS 旅游发展战略 2006 ~ 2015 实施项目”。云南省旅游局应在国家旅游局的指导和帮助下，加强与亚行和湄公河旅游合作办公室等机构的联系与协调，争取我省的更多项目能进入“GMS 旅游发展战略及行动计划”，使一批项目能得到亚行的支持，或通过亚行和其他渠道吸引次区域及其以外的合作与投入。

（四）继续加强云南省与次区域各国的双边合作和多边合作

针对过去联系沟通少，信息不灵，应对迟缓，协调不力的状况，应多层次、多渠道加强与次区域各国和次区域旅游合作有关国际组织的联系与合作。云南省在建立起次区域旅游合作机构之后，要建立有效的联系、协调机制，并与次区域各国和有关国际组织建立良好的联系、合作渠道，以便及时掌握信息、沟通情况，协调和指导各方面开展工作；涉及次区域旅游合作与开发各个领域的单位也要与次区域各国对口领域的机构主动联系和协调；涉及次区域领域合作与开发的重点州市县要解放思想，积极开展区域性、领域性的交流与合作，只要是双方协议或以其他方式认可的，就大胆地进行合作，通过多层

次、多渠道的联系与合作，使我省与次区域各国和有关国际组织的联系更紧密，使我省参与次区域领域的合作与开发向广度和深度发展，并建立双赢和多赢的局面。

（作者单位：云南省旅游局）

“香格里拉生态旅游区域”的合作与发展

罗 鹭

香格里拉生态旅游区域，包括云南省的大理、丽江、迪庆、怒江，四川省的攀枝花、甘孜和西藏自治区的林芝、昌都等地。香格里拉生态旅游区域生态环境相似，文化相同，地理相邻，交通相通，是一个独特的完整的旅游区。川滇藏联合创建“香格里拉生态旅游区域”，是基于川滇藏三省区结合部拥有金沙江、澜沧江、怒江奇特的自然生态景观和独特的旅游资源，有雪域高原生态和物种的多样性景观，以及藏族聚居区神秘的文化资源，是举世闻名的“香格里拉”所在地，同时也是一个经济欠发达地区，具有广阔的发展前景。加快发展旅游业对于因地制宜地合理利用自然资源、促进当地的经济社会发展、维护少数民族地区稳定具有十分重要的意义。

一、基本情况

西藏代表团在 2001 年西南 6 省市第 17 次协调会议上，提出了“关于川南、滇北、藏东三江流域生态保护与旅游资源综合开发的建议”，并得到了三省区的认可。在 2002 年 5 月拉

萨召开的首届川滇藏“香格里拉生态旅游区”座谈会上，通过了《川滇藏联合创建“中国香格里拉生态旅游区”意见》，达成了三省区共同开发“香格里拉生态旅游区”的协议。决定从“十五”时期开始，打破行政区划，利用10年时间，按照国家通用标准，结合川滇藏的自然资源、民族文化和特有的技术、区位优势，实现强强联合，实施大规模区域性生态建设与旅游资源综合开发。提出了开发建设的指导思想和原则；规定了开发建设的范围、目标和重点；制定了推进开发建设的对策措施；共同投资500亿~800亿元；成立川滇藏“香格里拉生态旅游区”协调领导小组；将川滇藏三省区交界处的9个地州市建设成为“香格里拉生态旅游区”。

鉴于“香格里拉”在国内外的重大影响，且是一个跨三省区的区域规划，川滇藏“香格里拉生态旅游区”的规划编制工作采取“国家组织、专家参与、地方配合、部门协调、中外结合”的方式进行。国家发改委、国家旅游局负责规划编制的牵头协调工作，财政部、建设部、交通部、农业部、文化部、环保总局、民航总局、国家林业局、国家文物局、国务院扶贫办、国务院西部开发办等11个部门参与规划编制工作。2005年8月23日，国家发改委、国家旅游局召集各成员单位召开了“香格里拉生态旅游区”规划编制启动会。同年9月，“香格里拉生态旅游区”规划编制的相关部门联合举行了规划考察，行程涉及西藏、云南、四川三省区的多个景区（点），对“大香格里拉区”丰富多彩的旅游资源进行了一次比较全面的考察，摸清了旅游资源现状，为规划编制作了重要的准备工作。

近年来，川滇藏三省区紧紧围绕“香格里拉生态旅游区”生态建设、环境保护建设、基础设施建设和旅游资源建设综合开发等作了大量富有成效的研究和讨论，在建立稳定有效的合作机制，旅游区建设和生态环境保护方面取得了实质性进展。

二、“香格里拉生态旅游区”的合作实践

（一）建立开发、保护合作机制

川、滇、藏三省区针对“香格里拉生态旅游区”涉及区域大，产业面广的实际，构建了“香格里拉生态旅游区”开发、保护、建设的整体运行机制，实施区域一体化开发、保护、建设战略。在首届“香格里拉生态旅游区”协调会上，共同成立了川、滇、藏三省区“香格里拉生态旅游区”协调领导小组。领导小组正副组长由川、滇、藏三省区政府领导轮流担任，成员由川、滇、藏三省区计划、财政、经合（招商引资）、经贸、建设、环保、林业、旅游、交通、民航、铁路、国土、水利、科技、民族宗教等部门领导组成。协调领导小组按西藏、云南、四川为序轮流实行年度例会制，主席方由川、滇、藏三省区轮流担任。川、滇、藏三省区成立相应的领导小组和办事机构。每年的例会，主席方将组织各方研究、决定例会议题等重大问题，协商下一届例会的时间、地点、议程等事项，并主持召开会议。

川、滇、藏三省区，在2003年通过了《“香格里拉生态旅游区”协调领导小组及办公室议事规则》，进一步完善了川、滇、藏“香格里拉生态旅游区”协调和运作机制。不定期召开川、滇、藏三省区“香格里拉生态旅游区”协调领导小组成员单位会议，对各方在该项目实施过程中遇到的重大问题进行沟通 and 协调。从项目的审批、资金和政策等方面，积极争取国家发改委、国务院西部办、国家旅游局以及国家其他有关部门的支持。协调指导该区域综合开发项目的实施。协调指导省区间航空、公路、桥梁等基础设施建设，避免重复投资，实现区域基础设施的合理配置和共享。

（二）加大生态旅游区的开发和保护力度

生态旅游必须坚持可持续发展战略。川、滇、藏三省区在共同开发该区域过程中，尤其要重视生态环境的保护和建设，积极实施工程造林、封山育林、退耕还林和天然林禁伐工程。云南滇西北已列入第二批国家级生态功能保护区建设试点，要按照国家级生态功能保护区建设的规定和要求，大力实施天然林禁伐、退耕还林、封山育林等工程，进一步推进和加强生态屏障建设，在区内部分重点景区指导开展 ISO1400 环境质量管理体系认证工作。在继续实施天然林资源保护工程和退耕还林工程的同时，云南还集中安排资金 22.2 亿元全面实施涉及 7 个州、市、县的《三峡库区及其上游水污染治理规划》的项目建设。四川实施人工造林 105 800 公顷，飞播造林 38 800 公顷。西藏自治区实施天然林保护工程取得了阶段性成果，累计完成生态公益林建设 14 000 公顷，搬迁安置 2 135 户，13 000 余人。“香格里拉生态旅游区”的退耕还林和荒山荒地造林工作进展顺利，并全面实施了禁止天然林的商品性采伐和森林管护责任制。

（三）加强区域协作和配合

在 2004 年的第三届川、滇、藏“香格里拉生态旅游区”协调会上，川、滇、藏三省区签署了《旅游合作宣言》。《宣言》以“加强合作，共创香格里拉生态旅游区世界精品”为主题，从加强保护，持续发展；科学规划，合理开发；先行开发，重点推进；相互依存，相互协调；完善政策，全面开放，争取支持，加快发展；联合促销，开拓市场；以人为本，造福于民等 8 个方面阐述了川、滇、藏三省区建设“香格里拉生态旅游区”的原则、要求和途径。川、滇、藏三方一致认为，开发香格里拉生态旅游优势资源，培育旅游支柱产业，是三省区的共同愿望，共同提出了要突破行政区划的限制，以“平等、诚信、合作、发展”为基本准则，推动区域建设，共创

“中国香格里拉生态旅游区”世界精品。川、滇、藏三省区决定在未来6年内投资43亿余元，用于改善“大香格里拉”地区的交通状况。抽调精干人员，组成了专门的项目规划工作小组，组织专家学者和相关部门，对“香格里拉生态旅游区”建设项目规划进行修改完善，并着手进行项目规划评审工作。《宣言》标志着“香格里拉生态旅游区”的开发、建设进入了实质性阶段。

川、滇、藏三省区为加强信息交流和人才交流，开通了“香格里拉生态旅游区”的互联网旅游信息服务。目前，以“香格里拉”命名的旅游服务网站已经设立了10余个，为旅游者及时了解“香格里拉生态旅游区”的旅游信息提供了方便。四川省旅游局还为西藏自治区培训了100余名导游。

自首届“香格里拉生态旅游区”协调会以来，川、滇、藏三省区共同认识到“香格里拉生态旅游区”的开发、保护和建设，有利于川、滇、藏三省区的经济社会发展，有利于维护民族地区的稳定。因此，在“香格里拉生态旅游区”的开发、保护、建设中，川、滇、藏三省区应密切配合，共同努力，以科学发展观为指导，将生态保护与开发结合起来，将生态效益与经济效益结合起来，将生态旅游与文化旅游结合起来，实现优势互补、资源共享。使“香格里拉生态旅游区”的建设步伐明显加快，使“香格里拉生态旅游区”的生态环境、交通设施、人民生活得到改善，促进三省区的经济发展，为“香格里拉生态旅游区”的进一步开发、保护和建设创造有利条件。

（四）加快基础设施规划和建设步伐

“香格里拉生态旅游区”的总体规划，由国家发改委、国家旅游局牵头，国家11个部委办参与，川、滇、藏三省区配合共同制定。根据初步规划，四川省甘孜州、凉山州、攀枝花市，云南省迪庆州、大理州、怒江州、丽江市，西藏自治区昌都地区、林芝地区被纳入“香格里拉生态旅游区”范围。其

中以甘孜、昌都和迪庆为优先发展区。以区域内的稻城、亚丁、海螺沟、丹巴、香格里拉、昌都等一批国内外知名的旅游资源为依托，联手打造区域旅游精品品牌，从而形成世界级的旅游目的地。并最终形成区域旅游一体化的世界级区域性精品旅游目的地。

云南的丽江旅游区，因为旅游业的成熟，交通设施已经基本完善。香格里拉县至四川乡城（省界）136公里三级路改造、丽江永胜至攀枝花70公里二级路，以及投资分别为3.98亿和4.84亿的亚丁、康定机场等11个重点交通建设项目，正在纳入国家规划和实施中。四川省结合通县油路工程的实施，加快了二郎山西东口至康定山重二级路面改扩建工程、理塘至亚丁油路工程、乡城至稻城、稻城至亚丁山重三级公路工程等建设工作，并动工建设旅游黄金线亚丁至泸沽湖的公路；积极开展康定机场、亚丁机场和甘孜机场建设的前期工作和以信息网络、通乡光缆建设为重点的区域内通信网络建设、能源及城市基础设施建设；加快旅游区内生态旅游建设等。随着广大藏区社会经济的飞速发展以及“大香格里拉生态旅游区”旅游合作的共同推进，西藏及康巴藏区的交通状况正不断改善，与内地的公路和航空线路已经是四通八达，可进入性已大大增强，进入渠道也逐渐丰富。“香格里拉旅游区”所涵盖的滇藏川藏区，其交通设施已呈现出多元化特征，大大改变了由于交通条件不便造成的游客进入几经中转的情况。

川、滇、藏三省区应加快修建连通迪庆州、昌都地区、林芝地区之间的公路，筹建机场，逐步改善高原山区的旅游交通状况。合作加快对三省区交接地带的道路建设，打通稻城—香格里拉县的联结稻城亚丁风景区—木里县俄牙同—泸沽湖—香格里拉的断头公路，加快省道乡城—香格里拉县公路的改扩建和得荣跨金沙江大桥建设，消灭断头公路、桥梁，形成“香格里拉生态旅游区”整个区域完善的交通基础设施网络。

在旅游景区（点）建设和基础设施建设方面，川、滇、藏三省区都实施了若干重点项目。其中，云南省投资500多万

元兴建了香格里拉县葛丹松赞林寺旅游服务站、小中甸扎西藏文化生态园、德钦弦子节庆广场等。西藏自治区已经投入6 000多万元对昌都强巴寺旅游工程，八宿县然乌湖旅游景区，芒康县盐井、红拉山、曲孜卡等风景区进行重点建设；西藏昌都地区还评审了一批旅游定点宾馆饭店，创办了地方性文化娱乐公司。西藏还积极争取国家投资、援藏资金和民间资本，对生态旅游区的基础设施进行改造和建设，使214、317国道的通行能力显著改善，318国道的通行能力也大为提升。2005年以昌都为中心，投资10.5亿元，改造提升公路等级573公里；投资2 370万元，实施天然林保护120万公顷；促进区域道路、环境等条件的改善。

（五）联合宣传促销

川、滇、藏三省区，于2002年中国国际旅游交易会期间，在上海博览中心举行了第一场由三省区领导联合出席的新闻发布会即“中国香格里拉生态旅游区新闻发布会”，从此拉开了联合宣传促销“香格里拉生态旅游区”的序幕。2002年协调确定了《走进香格里拉》大型宣传片的拍摄方案，拍摄制作工作正在进行之中。自从共同打造“香格里拉”品牌机制建立以来，三省区利用各种展示和展览机会，充分展现“香格里拉生态旅游区”，加大宣传力度，吸引了许多投资者与“香格里拉生态旅游区”的各级政府洽谈投资开发项目，仅2003年一年，西藏自治区签订的投资开发协议就达10亿元，其中近6亿元的项目已经开始实施。

经过川、滇、藏三省区的共同努力，“香格里拉生态旅游区”的开发、保护和建设呈现出四个特点：一是“香格里拉生态旅游区”共建工作迈出了实质性步伐，已经进入实质性的推进阶段；二是对“香格里拉生态旅游区”的开发建设已经形成了共识，充分调动了这一区域的群众依托旅游资源优势发展经济的积极性，为全面建设小康社会奠定了良好的基础；三是“香格里拉生态旅游区”的影响力进一步提升，受到了

社会各界的广泛关注；四是“香格里拉生态旅游区”的宣传力度不断加大，打响了“香格里拉”这一知名品牌，其知名度已享誉海内外。

三、“香格里拉生态旅游区”发展中的问题及对策

川、滇、藏三省区在共同打造“香格里拉生态旅游区”的进程中，旅游区建设和生态环境保护取得了实质性进展。但是，我们要理性地看到，“香格里拉生态旅游区”的开发、保护和建设中，还存在一些亟待解决的问题。需要川、滇、藏三省区认真进行深入研究，加快合作的步伐，采取有效的措施加以解决。

（一）“香格里拉生态旅游区”总体规划滞后

川、滇、藏三省区都已经分别完成了涉及本省区区域内的旅游规划。但《香格里拉生态旅游区总体规划》计划在2006年完成，需要川、滇、藏三省区积极主动地配合国家相关部委尽快编制完成好总体规划。及时解决好大规划和小规划的科学统一。

在合作的过程中要注意：区域合作，共同开发，统一的旅游规范必不可少。川、滇、藏三省区应该加强旅游开发法制化建设，通过法律、法规来规范旅游相关行业、人员的行为，不断提高旅游管理和服务质量。按照“区域联动、资源整合、优势互补、共同发展”的原则，推进无障碍旅游建设，主动加强与周边邻近省市区的合作，联合开发建设跨行政区域的精品线路。为进一步推进“香格里拉生态旅游区”建设，三省区要加强协作，相互交流，不断加大开发力度；积极配合国家有关部门做好综合开发总体规划；联合加快基础设施建设；加大宣传力度，吸引更多的游客到“香格里拉生态旅游区”旅游观光。同时，三省区要加快联合开发建设的步伐，推出一批

旅游精品线路和旅游景区（点），如：云南迪庆—昌都—林芝—拉萨的自驾车旅行线；云南迪庆—四川理塘—西藏芒康的康巴地区旅游线；四川康定—云南迪庆—西藏昌都的“茶马古道”旅游精品线路，形成区域性特色旅游网络，真正实现旅游资源共享，游客无障碍跨省区旅游。

（二）将原汁原味的传统文化贯穿于旅游开发的始终

2003年“三江并流”申报世界遗产成功，给这片区域带来了不可估量的旅游价值。“香格里拉生态旅游区”建设涉及区域广，产业面大，川、滇、藏三省区在实施区域一体化开发、保护和建设战略的同时，更要注重生态环境与当地独特文化的保护。

目前，在旅游景区（点）的开发、建设中，民族文化的商业化情况严重。“香格里拉生态旅游区”集中了以藏传佛教为载体的多种形式的纳藏文化。共建“香格里拉生态旅游区”，项目总投资规模为500亿~800亿元人民币，这样的投入会把原来独特的民族文化包装成哪种面貌是令人深思的问题。一些地区已经出现少数民族民风民俗城市化和“原生态”民俗都市化、商业化的趋势。在旅游发展越来越与文化结缘并越来越相互依赖的情势下，旅游与文化、民族文化与现代文化之间的相互交流、渗透。一方面，一些诸如火把节、民歌节、跳锅庄等都已经从民族性的节庆变成了区域性的节庆活动，民族的节日民俗迅速地城市化、商业化、表演化；与此同时，这些节日文化活动也在种种非本土化或去本土化的民俗沿袭过程中，不同程度地“时尚化”、“异化”了，使民俗、民族文化在当代文化变迁中发生了变异，失去了原有的魅力。因此，在“香格里拉生态旅游区”开发、建设中，更要注重生态环境与当地独特文化的保护。在保护的基础上适度开发旅游资源，注重文化内涵。该区域内居住着藏、彝、白、纳西、羌、傈僳、普米、怒、独龙等少数民族，每一个民族都有自己独特的文化传统和宗教信仰。开发该地区应保护好无比丰富多彩的

民族文化宝库。因此要积极支持和鼓励推出各自的特色文化，唱本土民歌、跳本土锅庄、展示本土服饰。让群众作为演员，他们既是活动的主体，又是活动的观众，游客也能参与其中，领略乡土文化的真谛。

（三）交通、旅游接待设施建设速度缓慢、发展不平衡

首先，川、滇、藏三省区在“香格里拉生态旅游区”交通建设方面作了大量的工作。但是，“香格里拉生态旅游区”地处横断山区，高山峡谷纵横，高山湖泊、雪山冰湖星罗棋布，而且人烟稀少，交通相当不便，交通问题仍然严重制约着这一地区的旅游业发展。其次是川、滇、藏三省区的景区景点不集中，虽然在交通方面已经有很大的改善，但在互通方面还有一定困难，景区景点的接待设施还有待改善，特别是云南的香格里拉县、四川的稻城及西藏地区的接待设施，还应继续加强投入和建设。再次是旅游经济发展严重不平衡。如丽江旅游业起步早，旅游接待的软硬件设施和导游服务已经成熟。但是西藏的昌都、林芝地区，云南的迪庆州及四川的稻城等地的旅游因起步晚，旅游相关设施都很落后。就该区域的旅游线路来说，如果游客从迪庆的香格里拉县到四川的稻城徒步进行旅游，只能以个人自助旅游的形式进行，个人需要自备帐篷，租用当地居民的牲畜等，最快也要一周才能走完，很少有旅行社愿意提供相关的旅游接待服务。与之相反，如果在丽江，游客要到虎跳峡进行徒步旅游，几乎所有的旅行社都可以提供相关接待，并配备导游服务，因此，在旅游线路组合上难以做到科学合理，产品推广困难较大。四是虽然地方政府是“香格里拉生态旅游区”建设主要的推动力量，但是云南、四川和西藏的经济实力有限，协调时间漫长，因此国家在一些关键环节上的政策倾斜和实质性投入是加快“香格里拉生态旅游区”合作发展必不可少的条件。

（四）缺乏有效的合作方式和具体措施，宣传促销力度不大，没有形成合力

“香格里拉生态旅游区”大面积区域的开发、保护、建设，造成了随之而来的跨区域的旅游管理与责任义务的分工、开发与保护的矛盾等问题。因此，“香格里拉生态旅游区”的开发和建设是一项长期而艰巨的工程。

川、滇、藏三省区要遵循经济发展规律和生态循环规律，有计划、有步骤地开发利用这里独特而神奇的旅游资源，将旅游经济的发展与生态、社会的可持续发展相结合，促进区域的经济社会发展和人与自然和谐发展，共同把“大香格里拉”区域打造成享誉世界的独特而精彩纷呈的精品旅游区。

总之，为实现川滇藏三省区共同确定的“香格里拉生态旅游区”发展目标，在今后的工作中，三省区应进一步加强合作，以三省区政府共同发表的《旅游合作宣言》指导“香格里拉生态旅游区”开发、保护和建设的实际工作。

坚持可持续发展，高度重视并正确处理人的发展需求和保护环境的关系。积极配合，早日完成《香格里拉生态旅游区总体规划》的编制工作，在科学规划的指导下，最大限度地有效利用、合理开发和优化配置区域内宝贵的旅游资源。按照“先行开发、重点推进、分步实施”的原则，先期对重点地区、重点线路、重点景区进行开发建设，以重点项目建设推动旅游规划实施和旅游区建设。

遵循三省区共同制定的规则，不断完善合作与协调机制，共同搭建旅游大平台，营造良好的生态大环境，培育统一市场，实现所有区域之间相互开放、相互依存、相互协调、共同发展，构建川滇藏中国香格里拉无障碍旅游区，共同创建开放、有序、安全、文明的旅游发展环境。

不断完善各省区的招商引资政策和制度，广泛吸引投资，加快建设步伐，积极争取国家政策和资金支持。在基础设施开发建设的同时，川、滇、藏三省区要认真研究如何协作，将与“香格里拉”关联的旅游资源整合成一个整体，向国内外推

广、宣传、促销。开拓市场，联合促销，鼓励三省区旅游部门和企业联合起来，共同搭建旅游宣传促销平台，以多种形式开展宣传促销活动，积极发展与国内外的旅游合作与交流。

积极鼓励区域内的各族群众参与旅游资源开发、旅游经营和旅游服务，提高旅游从业人员素质和业务水平。传承民族文化，将旅游与多彩的民族文化有机地结合起来，使当地群众通过参与旅游产业的建设，改善生活条件，脱贫致富，取得更好的经济效益和社会效益，促进区域经济社会协调发展。

川、滇、藏三省区要抓住国家支持建设“香格里拉生态旅游区”的有利时机，进一步强化基础，打造名牌，努力提升现有景区景点的质量和水平，加大新兴旅游区的开发建设。通过三省区的不懈共同努力，力争到2010年，把“香格里拉生态旅游区”建设成为中国一流、世界知名的“天人合一、世外桃源”的国际生态旅游胜地。

（作者单位：云南省旅游局）

州市报告

2005 年快速发展的昆明旅游业

温泽民

经过多年发展，昆明市旅游业已经形成了一个包括旅游区（点）、旅游饭店、旅行社、旅游交通、旅游餐饮、旅游商品、旅游娱乐以及旅游教育、旅游研究机构等组成的综合发展产业体系。截至 2005 年 12 月，全市共有星级饭店、旅馆、招待所、疗养院、度假村、培训中心、会议中心等其他各类住宿设施 1 888 家，房间总数 6.08 万间，床位总数 12.08 万张。其中星级饭店 117 家，包括五星级 6 家、四星级 17 家、三星级 31 家、二星级 56 家、一星级 7 家。星级饭店房间总数 1.8 万间，床位总数 3.40 万张。各类旅行社 223 家，其中国际旅行社 24 家，有出境资格的组团社 12 家，国内旅行社 199 家。旅游汽车公司 30 余家，有规模的旅游汽车公司共拥有各类旅游车辆 1 500 余辆。全市拥有各类旅游景区点 53 家，其中国家级文物保护单位 7 家、省级文物保护单位 45 家，省级自然保护区 3 家，国家级森林公园 6 家，国家级旅游度假区 1 家、省级旅游度假区 1 家、市级旅游度假区 1 家，国家级风景名胜区 3 家、省级风景名胜区 1 家，4A 级景区 5 家、3A 级景区 1 家、2A 级景区 1 家，全国农业旅游示范点 1 家。旅游购物协会单位达 58 家，旅游餐馆和宾馆附设餐厅 1 467 家（其中旅游餐饮协会单位 64 家），旅游商品生产厂家 100 多家。全市旅游业总资产超

过百亿元，旅游直接从业人员 10 多万人，间接从业人员 60 多万人，产业规模在全国省会城市和主要旅游城市中名列前茅。

一、发展状况

（一）旅游经济指标完成良好

2005 年，全市共接待海外旅游者 69.65 万人次，同比增长 41.2%；实现旅游外汇收入 1.73 亿美元，同比增长 32%；接待国内旅游者 1 971.09 万人次，同比增长 15.4%；国内旅游收入 124.08 亿元，同比下降 2%；旅游业总收入 138.45 亿元，同比增长 0.7%。

（二）市委、市政府高度重视旅游业的发展，采取多种措施确保全市旅游业的大发展

一是由市委、市政府分管领导带队，组织 14 个县市区党政主要领导和旅游局长、市旅游产业领导小组部分成员单位负责人赴四川九寨沟考察学习当地旅游业跨越式发展的经验；二是组织旅游规划、政策研究专家分三个小组分别赴桂林、黄山、三亚考察学习三地实施政府主导、旅游业市场化运作及开发模式等方面的成功经验；三是由杨崇勇书记、王文涛市长等主要领导带队，按照旅游发展环境、旅游景区建设、旅游接待服务体系、旅游宣传营销和旅游发展宏观政策五个专题进行调研；四是调整充实了市旅游产业领导小组，领导小组直接由市长任组长，市委、市政府分管领导任副组长，相关部门为领导小组成员单位，加强了领导小组对旅游业的领导和协调职能；五是召开昆明旅游业发展大会，确定了旅游业的发展思路和战略目标，旅游在全市经济社会发展中的地位更加突出。

(三) 抓住 GMS 会议的契机, 积极完善旅游软硬件建设, 提升旅游发展配套环境, 为“二次创业”打好基础

GMS 会议是 2005 年在昆明召开的重要国际性会议, 旅游部门紧紧抓住 GMS 会议的契机, 一是加快全市旅游咨询服务体系建设步伐, 完成了 17 台多媒体触摸屏旅游信息查询系统的铺设工作, 进一步强化了旅游咨询服务机构的信息咨询、线路推荐等旅游服务功能, 为游客提供了全面、准确的旅游信息服务。二是旅游厕所建设取得突破性进展, 旅游厕所作为旅游发展环境配套建设的重点内容。按照市政府的有关要求, 全市主要景区点和旅游集散地的 28 座 1~5 星级旅游厕所全部纳入本年度的工程建设范围。三是根据《中国优秀旅游城市检查标准》的规范要求, 对城市主要道路和重要旅游场所标志标牌进行检查、整改、完善。

(四) 集中力量, 全力以赴, 全面完成 2005 国际旅游交易会的各项工作

2005 中国国际旅游交易会于 11 月 24 日至 27 日在昆明国际会展中心举行。本届旅交会共有 81 个国家和地区参展, 3 100 余家旅游各领域、各类型的商家参会, 共设国内展台 1 268 个、国际展台 696 个, 有 1 186 名海外买家前来洽谈业务, 旅交会的国际影响力日益增强。

(五) 积极推进老景区的升级改造和新产品的开发建设

老景区的提升改造取得进展。由文化、旅游、国资等部门共同组成课题小组, 研究并提出了云南陆军讲武堂的旅游开发方案。这一项目待市政府审查认可后正式进行旅游产业开发, 将成为我市较为重要的文化旅游项目之一。同时对云南民族村进行了战略性重组改造, 目前该项目已经完成引入战略合作伙伴的前期工作并正在进行对外招标。西山、大观楼申报国家 4A 级景区工作取得重要进展, 已完成市级推荐和省级初评

工作。

旅游新产品和项目开发建设步伐加快。针对旅游产品单一、旅游项目开发滞后的情况，积极推进了一批对我市未来旅游产业结构升级有重要意义的文化和生态旅游项目。富民伽峰山苗族文化园和晋宁郑和宝船两个项目已正式列为省市两级文化产业建设重点，并正在争取文化产业和贷款等方面的优惠政策。禄劝、寻甸两县把红色旅游开发建设作为当地旅游业发展的重点项目之一，目前项目规划工作及经费的申报工作都在积极进行中，争取 2006 年正式启动建设。轿子山旅游开发建设全面推进，公路交通设施、景区接待服务设施和转龙旅游小镇建设进展顺利，市政府专项补助资金已拨付到位，为各项建设工作按时完成提供了保证。

（六）市和县（市）区旅游规划编制工作全面推进

一是在 2004 年完成《昆明旅游二次创业实施纲要》的基础上，按照市政府领导的要求，组织专家对《实施纲要》进行了充实完善和修订。二是组织拟订了《昆明旅游业“十一五”规划》提纲，正式启动了“十一五”规划的起草和编制工作。目前，“十一五”规划草案已经完成。三是以轿子山为重点，围绕轿子山沿线旅游景区点、旅游乡镇、基础设施、救援保障措施等内容，对北部五县区的旅游资源及相关问题进行了多次调查研究，起草并上报了《昆明至轿子山沿线一期旅游开发方案》。四是各县（市）区也根据现代新昆明建设需要及四区区划调整情况，邀请专家、学者对当地旅游发展状况进行了重新定位，着手进行“十一五”旅游规划编制的前期准备。

（七）旅游宣传促销和对外开发合作取得进展，海内外旅游客源市场开拓工作初见成效

1. 积极开展年度旅游主题促销活动

根据国家旅游局确定的年度旅游主题（2008 北京奥运旅

游宣传主题年),并结合昆明市的实际,在全市范围内征集、整合、编印了《2005 昆明旅游系列活动项目》、《昆明旅游》(中英、中韩、中日)、《中国昆明轿子山》宣传册以及《体验昆明》、《昆明康体旅游指南》、《昆明旅游文史》等书籍。举办了“迎接世界旅游日——相约春城,体验昆明”昆明旅游宣传展,为海内外旅游者和广大市民推出了特色鲜明、形式活泼、丰富多彩各类旅游资源和文化活动。

2. 加强城市形象品牌宣传,积极开拓海内外旅游目标客源市场

根据昆明旅游目的地功能定位及丰富的旅游资源,调整营销策略,先后组团参加了中国昆明旅游商品交易会、中国国内旅游交易会、亚泰国际旅游博览会、广州博览会、纪念郑和下西洋 600 周年庆祝活动等 10 余次国内外举办的重要旅游会展活动及促销活动,有效地宣传了我市的旅游资源。

发挥媒体和社会各界作用,强化宣传促销力度。为扩大影响,增强昆明旅游在国内外市场的吸引力和影响力,旅游行政管理部门有针对性地邀请法国航空公司电视记者、意大利电视记者、新西兰知名作家及国内有影响力的记者对昆明进行体验、报道。通过采访、撰写、拍摄、著书等形式,全方位宣传昆明旅游。编印了“新昆明、新形象”旅游特刊,大力宣传昆明。同时组织了“走进奇彩东川文化艺术创作团”67 人踏勘轿子山、红土地进行艺术创作,从较高层次为下一步轿子山旅游宣传作准备。

3. 打造会展品牌,认真办好一系列节庆活动

按照市政府确定的“培育品牌,打造精品”的要求,精心策划并完成了中国昆明国际文化旅游节的组织实施工作。市和县(市)区旅游管理部门及有关部门相互支持和配合,共同组织并完成了“中国昆明民族风格时装赛装节”、“中国昆明花卉节”、“百龙闹春龙狮大赛”、“中国昆明原生态体育文化旅游节”、“东川小江泥石流汽车越野赛”等活动的实施工作及郑和下西洋 600 周年庆祝活动、GMS 旅游文化月活动,

有效地提升了节庆会展活动的影响力和知名度，为城市品牌营销增添了新的亮点。目前，2005 中国国际旅游交易会的各项工作已在紧张的筹备当中。

4. 加强区域合作，构建联合促销平台

加强区域合作是 2005 年旅游宣传促销工作的一个突出特点，按照计划，先后参加了在玉溪召开的第一届滇中南亚热带风光风情旅游协作区年会，参加了滇东南喀斯特景观旅游协作区在桂林召开的旅游推介会和玉溪召开的旅游企业供需见面会，同时，还参加广州泛珠江三角洲旅游协作年会，长沙南方旅游城市协作年会等。在长沙的旅游城市协作年会上，昆明市与南方各旅游城市签订了《中国南方旅游城市合作宣言》及《中国南方旅游城市协作体章程》，加强了与南方优秀旅游城市的旅游合作和西部旅游城市合作。昆（明）迪（庆）合作项目完成了援助香格里拉县尼汝生态旅游景区建设。同时，长江三角洲、珠江三角洲等国内主要客源地的合作也取得了积极的进展，目前，覆盖昆明、辐射云南各州市和中国西部的精品旅游线路已基本形成。在昆明召开了第四届滇东南喀斯特旅游协作区和第二届滇中南亚热带风光风情旅游协作区年会，确定了昆明市作为本届年会主席方。

努力构建旅游联合促销体系，制定宣传促销奖励机制，充分依托旅游企业、国内外大旅行社和旅游组织的作用，对重点客源市场进行针对性营销。经过认真调研，市旅游局拟定了《昆明市旅游宣传促销奖励办法》，使之形成政府主导、企业参与、内外联动的整体促销态势，努力扩展旅游宣传促销空间。同时昆明旅游咨询部门也发挥了积极的作用，在建立城市旅游信息平台，提高城市旅游咨询服务水平方面做了大量的工作。

（八）业务年审及行业标准化、规范化工作得到了加强，较好的推动了旅游服务质量水平提升

一是按照惯例，组织开展了 2004 年度旅行社年检工作，

完成了 193 家国内旅行社业务年检，并对 94 家国内旅行社换证、变更业务工作进行审核处理。评出了国内旅行社综合 10 强，并予授牌，增强了旅行社的竞争意识和忧患意识。二是组织开展 2004 年度导游人员年审工作，对全市 5 114 名导游进行了年审，并对通过年审的 4 400 名导游 IC 卡进行刷卡处理。三是按照国家《旅游饭店星级评定标准》规定，强化了旅游饭店质量管理，对部分四星级以下酒店进行了复核和评定。

（九）强化旅游市场的治理整顿工作，确保了旅游环境的改善和优化

一是加强旅游市场的监管力度，规范企业经营行为，把规范旅行社、旅游汽车、导游人员的经营和服务行为作为全年监察工作的主要内容，把严厉打击“黑社”、“黑车”、“黑导”和规范“一日游”经营活动，打击取缔各种非法经营行为作为监管工作的重点，指导企业建立诚信经营、满意服务的行业准则，较好地保证了旅游市场秩序的规范和优化。二是加大旅游投诉的管理和旅游案件的审理。2005 年 1~10 月接受重大旅游投诉 31 起，一般性旅游投诉和旅游咨询电话 12 000 起，协调理赔 30 644 元；审结旅游投诉案件 26 件，罚没金额 8 万余元，旅游案件比去年同期下降了 15%。三是加强旅游安全工作的监督和管理。旅游行政部门和旅游监察部门积极与公安、消防、卫生、交通、技监等部门协同配合，把对旅游行业的消防安全、食品卫生安全、旅游交通安全、景区索道安全的监督和管理作为一项经常性的工作任务，强化督促和检查，认真抓好落实。2005 年全市范围内没有发生重大旅游安全事故，一般性旅游事故也低于往年。

（十）精心策划、认真准备，圆满完成了三个黄金周的旅游接待工作

为保证黄金周旅游接待的圆满完成，一是市假日旅游协调领导小组对黄金周早计划、早安排，黄金周前期加大了旅游市

场整治力度。二是市假日协调领导小组及各成员单位，加大市场的监管力度，旅游监察部门坚持 24 小时值班并与 110、120 电话联动，确保了黄金周期间出现的各种问题得到及时有效的解决。三是做好假日统计预报工作，及时向全国和省假日办报送接待情况，统计工作有条不紊、信息准确无误。四是加大假日旅游市场整治和旅游投诉的处理。

（十一）加大旅游教育培训力度，为旅游业发展提供智力支持

2005 年旅游教育培训工作以保持共产党员先进性教育活动为契机，紧紧围绕队伍素质、行业管理、旅游执法、市场开拓和宣传促销等主要工作及业务特点，以提高管理部门的执政能力建设、队伍素质建设为重点，以全面提高旅游员工的整体素质和水平为目标。一是强化旅游管理部门的教育和培训作，先后邀请国家旅游局政策法规司原司长、中国社会科学院旅游研究中心研究员魏小安到昆明进行了专题讲座，邀请云南省旅游局局长罗明义教授进行了云南（昆明）旅游现状、地位及未来发展趋势专题讲座，拓宽了全市旅游管理人员的眼界。二是近 300 名旅游管理人员参加了国家及省、市各级各类的素质提高培训，增长了知识，提高了工作水平和能力。三是常规教育培训工作取得重要进展，2005 年共完成常规培训 19 期，参训人数达 7 786 人次，完成导游年检培训 4 222 人，完成新导游岗前培训 1 000 余人，完成新导游取证培训 1 150 人，完成旅游车驾驶员培训 350 人，完成其他导游人员培训 1 000 余。四是为了迎接 GMS 会议，组织相关人员参加泰语学习培训班，除国际、国内旅行社导游人员外，参加培训的还有负责接待 GMS 会议的五星级四星级宾馆饭店、昆明会展中心的服务人员、部分大专院校泰语语种的导游学员，人数达 220 多人。嵩明、安宁等旅游行政管理部门及饭店、导游、旅游交通等旅游行业组织、旅游企业也针对当地情况及行业特点组织了大量的教育培训工作。

二、存在的问题

昆明旅游业虽然取得了一定成绩，但同样面临不少困难和问题，需要加以重视和解决：一是旅游投融资尚未形成体系，建设资金渠道单一。二是大部分景区景点档次还不高，参与性项目不多，有较强吸引力的精品景区数量少。三是旅游企业结构松散，有机组合度差，在国内外市场上缺乏较强竞争能力。四是开放程度不高，市场拓展仍较薄弱，海外促销相对滞后，旅游创汇在旅游业总收入中仍相对偏低。五是旅游商品设计、开发、生产和销售与旅游业的总体发展不相适应，旅游商品销售收入占旅游业总收入比重偏低。六是旅游市场秩序需要进一步规范，执法力度要进一步加强，旅游法规体系有待健全完善。七是旅游服务质量有待提高，旅游企业和从业人员的服务意识不够强。八是旅游产业的科技含量不高，景区景点的深度开发和利用高科技手段力度还不够。

三、2006 年的发展思路和目标

思路：转变发展方式，实施二次创业，努力把昆明建成国内外重要的观光、休闲目的地和面向东南亚、南亚的国际旅游休闲度假胜地。

昆明旅游产业二次创业的目标定位是：紧紧围绕居住在昆明、休闲在昆明、养生在昆明、体验在昆明这个主题，推动昆明旅游业从单一的观光型向观光、休闲、度假、康体、娱乐、会展、商务复合型转变，努力把昆明建设成国内外重要的观光、休闲目的地和面向东南亚、南亚的国际休闲度假胜地。为此，2006 年及今后 5 年，加快昆明旅游业发展的总体要求是：“围绕一个主题，促进两个转变，实现五个突破，打造六大

景区”。

——围绕一个主题：居住在昆明、休闲在昆明、养生在昆明、体验在昆明。

——促进两个转变：一是旅游产业增长方式从粗放型向集约型转变，不断提高质量和效益。这就要求景区景点的开发建设要更加重视以人为本，提高文化内涵，更加重视有高质量要求的消费者，更加重视产业体系的构建，吸引更多的国内外高收入消费人群。二是促进昆明旅游产业发展的重大转变。要树立大旅游的观念，主动迎接休闲时代的到来，提升休闲、度假、康体、会展、商务的旅游功能，它对我们的思想观念、发展理念、景点建设、管理模式都提出了新的更高的要求。

——实现五个突破：一是在科学制定旅游发展战略规划上实现新突破；二是在展现历史文化内涵和民族风情特色上实现新突破；三是宣传营销上实现新突破；四是在加强城市建设改造和提升城市形象上实现新突破；五是在创新体制机制上实现新突破。

——打造六大景区：一是石林，作为世界名园，要着重在提高持续发展能力上下工夫，以建设国际旅游胜地为目标。高品位地开发建设石林（含九乡），在展现民族风情、增加体验和参与性项目、提高接待设施档次、留住旅游者上狠下工夫。充分凸显石林世界地质公园品牌，抓紧申报世界自然遗产，争创中国首批 5A 级景区。二是世博园，世博园作为世界名园，要创新发展模式，建设“艺术创意产业基地”、“总部研发基地”和“文化艺术基地”。支持世博园建设世界一流景区和国际旅游胜地。积极申报世界文化景观，争创中国首批 5A 级景区，把世博园打造成为昆明的中央休憩区。要把世博园、金殿及周边农村作为一个整体进行规划，加强规划控制，整治周边环境，支持其做大做强。要在重点景点景区推广世博集团从行政主导型向企业主导型转变，建立完善的法人治理结构，重视企业发展战略研究的好做法。三是阳宗海，在春城湖畔高尔夫球场和柏联集团 SPA 温泉基础上，进行高水平规划、开发和

建设，使之形成投资者开发休闲度假旅游的热土。加快交通基础设施建设，整治和优化周边环境，实现阳宗海片区统一规划和开发，提升度假区形象。建成国际会议、休闲、康体、旅游胜地。四是环滇池休闲度假区。发挥滇池国家级度假区的龙头作用，围绕体现湖光山色这一核心，以滇池旅游度假区、西山风景区、福保三个半岛、草海、滇池南岸片区为重点，完善和丰富旅游功能，增加体验性、参与性项目，建设集民族风情、水上观光、休闲度假、佛教文化、城市文化、运动康体、养生体验为一体的多功能、高水平的环滇池观光休闲度假旅游区 and 昆明的中央休憩区。五是轿子雪山。近期作为自驾车旅游的重要目的地，要抓紧做好旅游道路、交通标志、沿线配套设施建设，寻甸县倘甸镇农贸市场搬迁等工作，确保 2006 年 5 月 1 日正式对外开放。要认真搞好规划，充分挖掘彝族文化，展现民族建筑、餐饮、节庆、歌舞、民俗等特色，把它打造成为生态旅游精品。六是安宁温泉，组织专家统一规划，高标准重新定位，解决部门封锁、重复建设、资源浪费大的问题，改变旅游接待服务设施散、乱、差现状。注重包装引进大项目，切实保护温泉旅游资源，把安宁温泉建成生态休闲度假胜地。

此外，要认真贯彻旅游发展大会精神及确定的旅游发展目标和思路，推动昆明旅游二次创业的全面开展。一是认真抓好全市重点旅游项目战略研究及《昆明旅游业“十一五”规划》的编制工作。二是全力抓好精品景区的整合、提升、改造和建设。三是加大旅游宣传促销力度，努力扩大昆明旅游的知名度和影响力。四是加大旅游质量规范管理，深化行业标准化工作。五是积极促进企业改制和行业整合，推动企业产权主体多元化进程。

（作者单位：昆明市旅游局）

2005 年红河旅游业发展状况

李树培

一、主要成效

（一）红河州旅游经济指标增长迅速

据初步预测，红河州 2005 年共接待海外旅游者 24 870 万人次，比上年增长 5%，旅游外汇收入 2 847. 91 万美元，增长 4%；接待国内旅游者 412. 95 万人次，增长 10%，国内旅游收入 12. 17 亿元，增长 31. 5%，旅游业总收入达 14. 65 亿元，增长 26. 7%。

（二）修编制定旅游规划，部分项目纳入全省规划

根据省委、省政府确定的旅游发展思路和州委、州政府制定的工作目标，在省旅游局的指导下，进一步修编了红河州旅游发展总体规划（2005～2020），制定了红河州旅游发展“十一五”（2006～2010）规划纲要，编制并上报了一批重点项目，积极鼓励和支持一些有潜力、有市场、有效益的项目上马，如红河哈尼梯田胜村片区发展规划，建水文庙出口区建设、学政考棚的保护性修复上项、朱家花园三期改造工程、建水曲江温泉的开发、蒙自石榴苑景区建设、个旧锡工业旅游项目等。有的项目得到了省旅游局的肯定，进入了全省的旅游规

划布局中。

（三）打造了一批有亮点的景区

神奇的自然景观和浓郁的民族风情是红河旅游的特色。结合民族文化大州的建设，红河旅游的发展，注重了现代旅游与民族文化的结合，极大地提升了红河旅游的魅力。2005 年重点推出了几大新的旅游产品，如元阳箐口民俗村、弥勒湖泉生态园、云南红葡萄酒庄、弥勒可邑民俗文化村、个旧锡工业旅游、个旧丫沙底温泉、个旧绿水河生态游、屏边大围山森林公园、红河侨乡、石屏花腰歌舞等。

（四）行业管理取得显著成效

强化了对旅游企业的管理。注重企业管理的质量和效益。2005 年全州新审核批报了 3 家旅行社，对旅行社分社按新要求作了清理和规范。新申报和批准了 8 家星级旅游饭店，全州旅游企业由 2004 年的 104 家增至 114 家。强化了旅游投诉受理机制，旅游投诉受理处理率达 100%。加强了交通安全、艾滋病防范、食品卫生、大型旅游活动等方面的旅游安全宣传、教育和检查指导工作，防患于未然，避免了旅游安全责任事故的发生。

（五）教育培训上新台阶

强化了旅游系统的教育培训工作，采取多种方式全面提高旅游从业人员的素质。积极组织全州旅游系统的干部职工参加省旅游局组织的各种培训；组织参加了云南省旅游服务知识技能大赛，并获得了一项个人第四名、总成绩全省第四名的成绩；完成了全州 283 名全国导游资格人员的年审，并为一批导游办理了导游证（IC 卡）；组织了 277 人参加全国导游资格考试。

（六）宣传促销高潮迭起

多角度、全方位地加大宣传促销力度，着力提高红河旅游形象。认真组织参加了河口边交会、2005 中国国际旅游交易会的活动；成功举办了红河民族文化旅游节暨元阳梯田旅游节、建水祭孔节、个旧锡文化旅游节、金平泼水节、石屏花腰歌舞节、开远中国武术节、蒙自石榴节等节庆活动；与昆明康辉旅行社一起推出了魅力红河自驾游活动；与中央电视台八台合拍《哈尼古歌》、《可爱的家乡》等 MTV 旅游宣传片，与红河电视台联办了《魅力红河》专题节目；与红河学院、云南省社科院合作编辑出版了《导游红河》一书，与云南省新闻出版局合作编撰了《走读红河》普宣读物，印制了《红河旅游》宣传册，完成了《红河民族风俗风情概览》的组稿和大纲的评审工作。

二、存在问题

一是旅游管理体制与市场机制不适应。主要表现在：旅游行政管理部门职能不明晰，有的管理部门甚至没有执法资格；旅游管理部门与企业间只有业务的指导，没有行政上的约束力；政府、企业与市场之间的关系不能适应市场运作的需要。

二是旅游资源整合不够，影响力不强。全州到处是旅游资源，处处是景点，但没有形成红河旅游的品牌，红河哈尼梯田品牌虽有了一定的知名度，但还没有真正在国内外市场上“热”起来。

三是现代旅游意识淡薄。旅游业本身就是一个先导性较强的产业，发展旅游业就是在改变一些旧的传统观念，大旅游意识、带动意识还没有真正建立起来，以致影响全州旅游业的发展规模和速度。

四是交通成为主要的制约因素。红河州区位优势明显是从

“区位”上来讲的，由于没有民用机场，州府距昆明有 200 多公里的路程，州内地面交通网络建设虽有改善但距旅游需求仍有一定的距离，使海内外游客到红河旅游显得很不方便。

五是旅游服务的软硬件建设滞后，接待能力和接待服务水平都明显不适应游客的需要。

三、战略构想

历经几年的探索，我州旅游业的发展，已基本上形成了“以市场为导向，以自然景观为依托，以民族文化为内涵，突出特色，抓住重点，打基础，创品牌，练内功，拓市场，强化旅游业带动作用，促进地区经济和社会发展”的基本思路。据此，2006 年及今后一段时间红河旅游的发展要实施好三大战略。

（一）旅游带动战略

实施旅游带动战略，实际上是从旅游业对地区经济的带动性上来讲的。由于旅游业具有先导性强、关联度大、产业链长、推动效应大的特点。红河旅游的发展对我州经济的发展至少有以下四个不可低估的作用。第一，经济拉动，据世界旅游组织的测算，旅游业每直接收入 1 美元，就可拉动相关产业增收 3~5 美元，每直接增加 1 个从业人员，相关产业就可增加 3 个人就业的机会；第二，产业结构调整拉动，旅游产品促销的成功，不仅把元阳红河哈尼梯田、建水历史文化名城、河口中越跨国旅游、泸西阿庐古洞以及相关县市的宾馆酒店的一系列消费和服务作为旅游产品卖给了游客，更重要的是通过旅游、考察、商务、公务等活动，实现人、物、信息、技术、资金流动的目的，从而使我州的工农业产品，如红河烟、云南红酒、锡、生物资源产品等找到消费的渠道，有利于促进我州产业结构的调整；第三，脱贫致富的拉动，发展边疆的民族旅游

业，可以把一些贫困地方的少数民族从陈旧的观念、落后的生产方式和生活方式中解放出来，加快脱贫致富的步伐；第四，文化的拉动，发展旅游要以民族文化为内涵，而民族文化的弘扬光大，又必须借助旅游这一载体来宣传、发展。

（二）品牌战略

当前，红河旅游的品牌就是一个，即“红河哈尼梯田”。在这一品牌之下，有建水历史文化名城、河口跨国旅游、泸西阿庐古洞、弥勒白龙洞、红河烟厂、个旧的锡文化、蒙自的万亩石榴园、个开蒙滇南大城市公务商务游等一系列的产品支撑。要把哈尼族的“砣扎扎”，彝族的“火把节”、“花腰歌舞节”，苗族的“采花山”，傣族的“泼水节”，瑶族的“盘王节”和红河州众多的民族文化旅游节有机结合起来，实施民族文化内涵的伸延，共同构建一个充满生机和活力的红河旅游品牌。

（三）市场营销战略

就目前红河旅游产品的规模、品质、结构来讲，我州的旅游产品市场可分为基本市场、重点市场、目标市场和机会市场四个方面。

1. 基本市场

以云南省内的游客为主，尤其是经济较为发达的昆明、玉溪、曲靖和州内的游客为主。它们的目标产品是红河哈尼梯田、建水历史文化名城、河口跨国旅游、弥勒康体休闲游。游客多以公务客人、职员、工人、离退休人员和学生为主。消费水平多以中低档为主，时间以两三日者居多。

2. 重点市场

以国内市场为主，主要以北京、上海、四川、广东及东部沿海发达省份的游客为主。目标产品是红河哈尼梯田、建水历史文化名城、泸西阿庐古洞等。游客层次以商务客人、退休人员、职员居多。消费水平以中高档为主，时间多在三五日

之内。

3. 目标市场

主要是国外和海外市场，主要是以我国港澳台地区，泰、新、马、日、越等国家的游客和欧美国家的游客为主。目标产品主要是红河哈尼梯田元阳核心区、建水历史文化名城、弥勒锦屏山公园、泸西阿庐古洞等。游客以商务公务人员、退休人员、年轻人人居多。消费层次以高消费为主。

4. 机会市场

主要是把红河州作为顺访地的其他国内外游客。

因此，红河州旅游市场的营销策略应该是：立足于基本市场，积极发展和巩固重点市场，开拓目标市场，争取机会市场。

四、措施

要打破传统旅游思想的束缚，以更开放、更超前的观念来谋划今后的旅游工作；要大胆创新，切忌跟风，从实际出发，拟定红河旅游发展的新举措；要树立和落实科学的发展观，坚持正确的政绩观，要求真务实，真抓实干，实现“天天有进步，年年有发展，三年大变样，五年不一样”的构想。

（一）资源重组，重点突破

要重新认识新形势下的红河旅游资源，继续打造红河哈尼梯田旅游品牌、舞动建水历史文化名城旅游。以两大主打产品为中心实施品牌战略，辐射和全面带动红河、绿春、金平、屏边、河口一带的边地游，发展石屏、个旧、蒙自、开远、弥勒等内地县的特色旅游，重点推出以红河哈尼梯田、建水历史文化名城、泸西阿庐古洞、河口跨国旅游、个开蒙滇南大城市公务商务旅游和弥勒休闲游为代表的一批旅游产品。

要积极推出昆明—建水历史文化名城—元阳红河哈尼梯田

—河口跨国旅游—一个开蒙滇南大城市公务商务会展游—弥勒康体休闲游—泸西阿庐古洞—昆明的环线旅游。构建蒙自、建水两个旅游集散地，积极推进元阳、河口、建水旅游目的地建设。

要实施星火燎原计划，在重点中凸现旅游亮点，特别是要抓好元阳箐口民俗村、建水文庙、弥勒可邑民俗村的建设。倾力打造旅游亮点，实施亮点带动计划。

（二）加大宣传，拓展市场

要根据宣传的重点和经费的可能拟定年度的宣传计划。要抓住一些民族传统节日和省州的一些大型活动，采取办节办会的方式，制造红河旅游的人气和旅游氛围；要利用互联网、报纸杂志、电台电视等群众喜闻乐见的宣传形式，加大红河旅游宣传的力度；要逐步探索和建立新的旅游营销体系，积极与国内外的旅游企业建立各种合作宣传机制；要高度重视、发掘和拓展越南及海内外国际旅游市场。

（三）苦练内功，强化服务

要加强旅游企业的机制创新，不断适应新形势下旅游发展的客观需要；要加强行业管理，增加旅游行业的凝聚力，实施依法治旅，规范旅游市场秩序；要加大教育培训的力度，完善培训机制，发展远程教育，开展技能大赛，鼓励岗位练兵；要进一步抓好艾滋病防范、交通、卫生、意外伤害、财产保险等方面的旅游安全工作。

（四）突出特色，发展旅游商品

要积极开发具有地方特色、民族特色的旅游商品，如锡工艺品、红河烟、红河酒、民族民间工艺品等；要建立旅游商品的营销网络，完善旅行社、景区景点、宾馆饭店的购销体系，大力支持州内发展旅游购物商店，逐步打开红河旅游商品的市场。

（作者单位：红河州旅游局）

树立和落实科学发展观 实现保山旅游产业跨越式发展

徐盛兴

一、发展现状

近年来，保山旅游业发展迅猛，旅游产业规模不断扩大，产业要素逐步协调配套，产品体系不断完善，旅游发展环境进一步改善，旅游业在调整经济结构、引导居民消费、扩大对外开放、改善投资环境、创造就业机会、提高城市品位、群众脱贫致富、丰富人民精神文化生活等方面发挥了十分重要的作用，旅游业已发展成为全市国民经济的支柱产业。从 2001 年到 2005 年，全市接待海内外旅游者从 206 万人次增加到 380 万人次，年均增长 19%；旅游业总收入从 5.56 亿元增加到 12 亿元，年均增长 28%。2005 年全市共接待海内外旅游者 380 多万人次，实现旅游业总收入 12 亿元，全市旅游业增加值占 GDP 比重达 5.1%，旅游产业发展步伐明显加快。

（一）思路有创新

2005 年初，我们提出了打造“健康旅游”品牌的新概念，科学编制了保山健康旅游品牌策划书，重点策划了 100 亿元的旅游项目，得到了省里的重视和支持。目前正在以规划和策划

为目标，全面提升全市旅游景区的档次和质量。

（二）招商引资取得新突破

先后引进了昆明官房、省空港、柏联等企业集团到保山投资旅游，高起点、高标准、高档次进行旅游开发建设。官房投资 2.5 亿元建成了腾冲五星级温泉花园酒店，投资 8 000 万元建设了腾冲“百宝街”，投资 7 000 万元与昆明理工大学合办云南腾冲国际珠宝旅游艺术学院，投资 1.5 亿元对热海景区进行了改造提升；柏联投资 6 000 万元对和顺景区进行了保护开发，建设了滇西抗战博物馆，恢复了宗祠、牌坊；省空港投资公司投资 1.5 亿元建成了四星级酒店。近期，腾冲县与深圳华隆集团签订了 20 亿元的旅游项目开发协议，重点建设大腾冲国际生态旅游区，省政府已将大腾冲国际新城和腾冲国际生态旅游区建设纳入云南省“十一五”统一规划，并作为云南旅游业新的增长点集合力打造。隆阳区政府分别与香港琅瑞、保山联通汽车、上海海湾管理等公司签订了 7.8 亿元的旅游项目开发协议，重点建设高黎贡山路江坝旅游区、保山城市周边休闲旅游区和板桥古镇的保护开发。

（三）宣传促销迈出了坚实步伐

与中央电视台合作制作了保山旅游形象宣传片，完成了保山旅游歌曲大家唱 MTV 的制作，《发现保山系列丛书》已编辑出版，在昆明和保山机场及大保高速公路设立旅游广告牌。借纪念抗战胜利 60 周年、和顺魅力名镇评选、“中国翡翠第一城”评选的契机，加大宣传力度，提高了保山的知名度和影响力。尤其是连续成功举办六届昆明国际文化旅游节保山分会场、六届腾冲火山热海文化旅游节、中国保山南方丝绸古道商贸旅游节等重大节庆活动，在昆明、广州、澳门、成都、桂林、厦门等地推介会的成功举行，南航广州至保山航班的开通，保山旅游在省内外市场上的知名度与日俱增，影响力不断增强，黄金周到保山的旅游人数和旅游综合收入连续较快增

长，近年来连续几个黄金周到保山的旅游人数均位居全省前列。2005年“十一”黄金周，全市共接待旅游者25万人次，实现旅游业收入1.15亿元，比以往黄金周有明显增长。目前，到保山的游客主要以自驾车出游的省内游客尤其是昆明游客居多，邻近省市贵州、四川、重庆及邻近州市的自驾车游客也明显增加，团队游客比往年明显增多，游客停留时间明显增长，团队游客除传统的北京、上海、浙江等地外，中国香港、台湾、澳门和珠三角地区的游客大幅度增长，旅游业应对千变万化的市场的能力明显增强。

（四）存在问题

我们要清醒地看到我市旅游业起步晚、基础弱、发展水平不高的现实，构建旅游城市的任务还十分艰巨。一是总量不大，旅游业对国民经济的贡献尚不突出。尽管我市旅游业的综合实力在全省排名第7位，我市旅游接待人数逐年增长，但游客的人均消费偏低、高端游客比重小、海外游客少，旅游产业的总体经济效益不高，旅游业增加值占GDP的比重低于全省平均水平，旅游外汇收入低。二是企业不强。我市旅游市场发育不够，旅游企业普遍“散、小、弱、差”，能够有效整合资源和产业要素的龙头企业少。三是创新不足。在资源开发上，偏重数量的扩张而忽视质量和效益的提高，旅游产品开发还很粗放，特别是文化旅游产品缺乏，精品名牌旅游产品少，后续产品的开发薄弱，旅游产品转型升级的力度有待加大。四是协调发展不够。景区景点、旅游城市基础设施建设还不能满足旅游发展的要求，旅游业与其他产业之间的互动作用不明显，宣传促销没有形成整体合力，从业人员素质和服务质量有待提高。

（五）未来设想

面对世界旅游业蓬勃发展的势头和国内各省区市、省内各州市之间日趋明显的竞争态势，我市旅游产业面临着新的、更

大的挑战。当前，我市旅游业已处于关键的战略发展期，属于发展高潮期的酝酿阶段，未来我市旅游业将经历三个发展阶段：第一阶段是以腾冲机场通航为标志，我市旅游业将跨入质的飞跃阶段；第二阶段是以保山连接龙陵、腾冲高速公路的建成及通往各县（区）、各旅游景点油路的全面开通为标志，我市旅游业将进入规模扩张阶段；第三阶段是以腾冲至缅甸密支那及印度雷多公路的打通，通向国内外的交通网络体系的全面建成成为标志，我市旅游业将进入质和量的扩张阶段，这将是我市旅游业的大发展时期。

二、创新发展思路，以科学发展观指导保山旅游产业的发展

面对新的发展趋势，我们将进一步转变观念，不断创新发展思路，完善政策措施，加大工作力度，坚持以科学发展观为指导，推动我市旅游业发展模式从粗放型、数量型、速度型逐步转为集约型、质量型、效益型。

（一）在思想认识上要实现三大突破

1. 对旅游产业地位的认识要突破

旅游业不仅仅是传统意义上的服务业，也不是一般的第三产业，而是关联度高、带动力强的综合性产业，它在国民经济和第三产业中处于一个产业群的核心地位，发挥着带动其他产业发展的核心作用。旅游业的关联带动作用，不仅体现在直接为交通运输、宾馆餐饮、商业购物、景区景点带来客源和市场上，而且还间接地带动和影响农业、工业、城建、文化、体育等行业的发展。旅游业的发展甚至还能刺激金融、保险、信息等现代服务业加快发展。今天我们抓旅游，实际就是抓结构调整，就是抓增长点的培育，就是抓经济增长的后劲，就是抓发展环境和精神文明建设，也就是抓可持续发展。

2. 对政府在旅游发展中作用的认识要突破

应当看到，旅游产品不同于一般工业制成品，它的“销售”说到底是一个区域概念的销售，也是城市系统功能和环境的销售。旅游产品的生产过程，实际上就是建设城市、美化环境、资源重组的过程，也可以说，旅游业是城市经营业、环境促销业，这就决定了政府在旅游产品的生产和销售过程中应当起主导作用。我们现在仍然处在高投入低产出的阶段，因此，政府必要的投入和政策引导是十分重要的。从旅游业发展比较快的地区的经验看，共同的一条就是政府在旅游业发展中较好地发挥了组织协调、营造环境、宣传促销，甚至是直接投资的作用。

3. 对旅游发展内涵的认识要突破

过去，我们发展旅游往往局限在景区景点开发、宾馆饭店兴建上，这当然是需要的，但从现代旅游的发展观念来看，旅游产品可以说是无处不在、无时不有。现代文明建设成就，包括城市建设、重点工程、水利设施、商品市场，甚至工厂、学校、农田都可以成为旅游产品，关键是要有特色、有亮点。旅游产品不仅可以表现为具体的项目，就是生活习俗、居住环境、文明程度，都可以吸引游客。因此，我们在合理开发利用旅游资源的同时，要着眼于大旅游，创新发展思路，丰富旅游内涵，拓展旅游外延。

（二）在发展模式上要实现四大转变

1. 发展布局要从过去的区域性封闭开发转向跨区域的资源整合

要改变过去的“天女散花”、重复建设、无序开发的状况，从全市以至更大范围内重组旅游资源，使分散的景点成线成片，提高旅游资源的整体效益。要实行跨区域联合，形成新的组合优势，推出一批跨市区的旅游产品，联手打造滇西、滇西北旅游区，构筑市内和滇西、滇西北旅游环线，以大开放促进大合作、大发展，吸引更多的国内外游客。

2. 宣传促销要从过去分散的单兵作战转向着力塑造保山整体形象、培育旅游精品

要切实扭转目前“散兵游勇”、各自为政的旅游促销格局，更多地从做大做强保山旅游产业，树立保山良好旅游品牌的高度来策划旅游宣传促销工作。要打好“温泉”、“火山”、“生态”、“抗战”、“翡翠”、“通道”六张牌，着力打造“健康旅游”品牌，叫响“健康之旅——云南保山”、“温泉腾冲”。

3. 企业运行机制要从过去单纯适应国内市场转向自觉参与国际市场竞争

要按照国有资产战略性调整的要求，加大旅游企业改革的力度，在进一步放开搞活旅游小企业的同时，要按照现代企业制度的要求，引进和培育一批能够参与国际竞争的大企业、大集团，以适应加入 WTO 以后国际经济一体化的新形势。

4. 旅游管理要从过去多头分散、职能交叉转向相对集中、依法规范管理行为

旅游业是一个跨多个领域、跨多个部门的产业，又是一个新兴的行业，加强协调和管理难度较大，不少方面法规、规章还不健全。要结合政府职能转变，积极进行探索，不断深化旅游管理体制的改革，提高旅游企业的竞争力和旅游业的整体水平。

三、以创建国际健康旅游胜地为目标，以项目建设推动全市旅游产业发展再上新台阶

当前和今后一段时期，我们将围绕把保山建成连接滇西、滇西北旅游枢纽和云南走向南亚、东南亚的重要门户的定位，着力打造“健康旅游”品牌，把保山建成为最适宜全天候观光、康体、休闲、度假、商务、会展的旅游胜地和中国著名、世界知名的具有丰富文化内涵的健康旅游目的地。2006 年将

实现接待国内外旅游者突破 420 万人次，实现旅游总收入 13.2 亿元。通过 3—5 年的努力，把保山建成中国最具特色的精品旅游区之一，建成中国连接南亚、东南亚的国际旅游枢纽和集散地。当前的重点为：

（一）加快对现有景区和旅游产品的改造提升

面对国内游客消费由观光旅游向休闲旅游转变，国际游客由休闲旅游向体验旅游转变的趋势，在旅游产品结构上实现从“观光型”为主向“观光和休闲度假型”转变，加快改造提升旅游景区和旅游产品，使之成为我市新一轮旅游业大发展的重要基础。当前，将我们重点抓好火山、热海、和顺侨乡、北海湿地、邦腊掌等景区的改造提升，做优热海、做强火山、做精和顺、做大邦腊掌，切实改变“热海太小”、“火山太空”、“和顺太单”、“邦腊掌太低”的实际问题，通过采取度假基地模式，走康体休闲旅游之路，挖掘地域文化内涵，形成高附加值的特色产品体系。实施大项目带动大发展战略，集中力量，高起点、高标准、高水平、大手笔地抓好旅游项目的开发建设，以火山热海、和顺侨乡、高黎贡山潞江坝、邦腊掌、松山抗战遗址、龙王塘、青华海、马里街五星级酒店等重点旅游区和重大旅游项目建设为龙头，切实推进全市旅游开发建设步伐，力争在“十一五”内真正形成保山、腾冲、龙陵金三角旅游圈。

（二）全力打造健康旅游品牌，建设国际生态型健康旅游区

结合我市旅游文化资源的比较优势，围绕打造保山“健康旅游”品牌，当前我们将重点建设六大精品旅游区：一是打造生态 SPA 康乐园精品旅游区。以品质优良、疗效神奇的热泉和积淀深厚的中国传统医学文化为支撑，建设世界知名的以康体、美体为核心的休闲度假产品，把以腾冲为核心的全市 170 余处温泉建成中国第一、世界一流的生态 SPA 康体休闲胜

地。二是打造火山群户外运动胜地。把火山建成面向全球的户外运动、康体休闲和火山科普教育目的地。重点规划建设火山高尔夫球场、规划设计健康步道、建设动态火山活动博物馆和户外运动训练基地等。三是打造高黎贡山生态旅游区。以高黎贡山、潞江坝、北海湿地等生态精品为依托，精心规划，加大投入，建设国际生态型旅游区，逐步把高黎贡山、潞江坝建成云南省著名的生态旅游示范区，中国生态旅游的一个样板，世界生态旅游的一个典范。四是打造“腾越国际翡翠城”。重振腾冲“翡翠城”的声誉，打造“腾越翡翠”品牌，加快建设腾冲国际珠宝艺术学院，建设集珠宝玉石加工、交易等为一体的中国最大的玉石加工、贸易、保税中心。五是建设文化旅游体验区。借助厚重的保山文化这个综合体，充分挖掘和开发保山哀牢文化、永昌文化、南方丝绸古道文化、侨乡文化、抗战文化、民族文化，探索历史文化与现代旅游产业发展相结合的实现形式，叫响和顺魅力名镇，把二战遗址、遗迹、遗物组合成系列旅游产品，打造“二战文化”品牌。六是建设跨境旅游区。借助南方古丝绸之路这条黄金线把我市各景区点连接成一条精品旅游线路，结合国际大通道建设，积极开展边境旅游和跨境旅游，尽快开通保山至缅甸密支那旅游线路，并做好向印度等南亚国家延伸的工作，构筑与南亚、东南亚国家的跨国旅游圈，拓展新的更大的旅游发展空间，形成黄金旅游品牌。根据市场需求，不断完善现有旅游精品线路，丰富旅游的内容，重点策划包装好“中国生态 SPA 康乐园之旅”、“高黎贡山生态之旅”、“二战文化之旅”、“南方丝绸古道之旅”四条黄金旅游线路。

（三）改善旅游基础设施建设

围绕国际大通道建设，全面推进民航、铁路和国道、省道及出境通道公路建设，尽快修通腾密路和建成腾冲驼峰机场，加快保腾高速公路前期工作进程，努力构筑通向国内外的交通网络体系。

（四）加快区域旅游合作

继续加强与德宏、怒江、大理、丽江等滇西、滇西北州市的合作力度，共建旅游环线，实现区域内无障碍旅游。积极开展边境旅游和境外旅游合作，为尽快开通腾冲至缅甸至印度旅游线路做好前期准备工作。

（五）强化旅游宣传促销

拓宽宣传促销载体，在时间和空间上加大覆盖面。在市场营销战略上做到：稳住一大片（省内及周边），开发两条线（滇西北、滇西环线），瞄准三个圈（珠三角经济圈、长三角经济圈、环渤海经济圈），拓展四个市场（港澳台市场、东南亚市场、日韩市场、欧美远程市场）。同时，积极支持拍摄好《滇西大战》、《逐日英雄》、《翡翠人生》、《滇西风云》等电视剧，把保山建成天然影视拍摄基地。

（作者单位：保山市旅游局）

楚雄州特色旅游业发展 迈出坚实步子

李玉林 钟雪峰

一、楚雄州特色旅游业发展现状

2005年，楚雄州特色旅游业在州委、州人民政府的正确领导下，抓住云南建设旅游经济强省和州委、州政府“打造彝族文化精品，建设彝族文化产业”的有利契机，依托“一彝三古”的资源条件和良好的区位交通优势，围绕全年旅游业发展的工作重点，按照“整合资源、突出特色、抓住重点、统筹兼顾、分步实施”的原则，重点抓好基础设施建设、规划编制、产品开发、招商引资、市场开拓、行业管理、教育培训等方面的工作，取得了新的突破。

（一）确定了特色旅游业发展的思路、重点和措施

2005年中共楚雄州委、楚雄州人民政府下发的《关于进一步加快特色旅游业发展的意见》，明确提出了我州特色旅游业“12345”的工作思路、发展目标、工作重点和工作措施。2005年7月19日，州委、州人民政府召开了首次全州旅游产业发展大会，全州上下初步形成了思谋一条心、工作一盘棋、发展一股劲的工作态势，全社会重视旅游、全民大办旅游的氛

围正在形成。

（二）以规划为龙头，不断加快旅游景区（点）建设

1. 旅游规划工作取得新进展

2005年以来，在《楚雄州旅游业发展总体规划》的指导下，各县（市）加快了旅游发展规划的编制进度和实施力度。通过上下努力，先后编制并评审通过了武定县、姚安县、楚雄市、元谋县旅游发展规划和禄丰黑井古镇、五台山、中国禄丰恐龙城、元谋金沙江生态文化旅游区、楚雄紫溪山、大姚石羊古镇旅游区规划；双柏、牟定两县和永仁方山、姚安光禄古镇、元谋土林、武定狮子山旅游发展规划，元谋江边龙街渡红色旅游区建设方案已经编制完成。按照州政府编制“十一五”规划的要求，编制完成了《楚雄州“十一五”旅游业发展规划》，至此，全州10个县（市）、10个主要旅游景区（点）完成了规划编制工作。通过规划指导开发建设，目前以武定狮子山、元谋土林、十月太阳历文化园、禄丰黑井古镇、楚雄紫溪山、永仁方山等景区景点为代表的旅游产品正吸引大量州内外的游客前来观光旅游。

2. 旅游重点项目开发建设取得新突破

按照州委、州人民政府“抓项目、增后劲、调结构、促发展”的要求，集中力量抓好楚雄彝族自治州文化旅游园区、禄丰侏罗纪世界旅游区和元谋土林旅游景区的开发建设，以抓大项目为突破口带动全州特色旅游业的大发展。目前，中国禄丰恐龙城项目规划在通过专家评审的基础上，与开发商签订了项目投资开发合同；元谋县成功实现土林旅游区经营权转让，迄今投资商已投入建设资金1123万元，2005年9月，土林景区被命名为国家3A级旅游景区。我州民营企业投资3.5亿元、占地240多亩的以彝族民居建筑为载体的文化旅游重点项目彝人古镇，已投入建设资金1.5亿元，2005年9月份已完成一期土建工程，二期工程已于11月份开工建设；姚安光禄古镇旅游开发建设项目也已转让给昆明投资商开发建设；投资1400万

元和2 460万元的黑井、石羊旅游公路已竣工，景区通达条件进一步改善。

（三）以宣传促销为重点，不断开拓旅游客源市场

根据我州旅游资源、旅游产品的开发现状以及主要客源市场的情况，楚雄州旅游局按照“政府引导、市场运作、发挥特色、各地自办”的原则，重点抓好中国昆明国际文化旅游节楚雄分会场活动，组织重点旅游县（市）、重点景区景点和旅游企业赴攀枝花市开展旅游宣传促销活动，邀请旅行商到楚雄踩线，参加国际、国内旅游交易会，组织黑井古镇参加“2005 中国魅力名镇展示”，抓好“五一”、“十一”、春节假日旅游黄金周和“火把节”宣传工作，做好与州内外新闻媒体联办专栏等一系列工作。

（四）以行业管理为支撑，不断创造优良的发展环境

全州旅游行业牢固树立“没有安全就没有旅游”的观念，在高度重视旅游安全生产的基础上，把提高管理水平和服务质量作为搞好工作的出发点和落脚点。一是抓好旅游法制建设，结合我州实际制定出台了《楚雄州星级旅游饭店管理工作暂行规则》、《楚雄州旅行社年检管理暂行办法》、《楚雄州旅行社记分制管理暂行办法》、《楚雄州导游人员管理暂行办法》，进一步规范行业管理工作；二是加强对旅行社的日常记分制和年检管理，旅行社参检率达100%；三是开展导游年度检审工作，全州已有持证导游51名；四是加强旅行社评审上报工作，使全州旅行社数量由2003年的7家增加至11家；五是抓好星级饭店评定和旅游住宿市场建设，全州星级饭店由2003年的28家增加到2005年的34家，其中三星级4家，雄宝酒店成为我州的首家四星级饭店；六是加大整治和规范旅游市场秩序的力度；七是认真抓好旅游安全工作，确保了我州旅游安全管理无重特大事故的发生。

（五）以教育培训为出发点，不断优化旅游人才队伍

楚雄州旅游局坚持“以人为本”的思想，针对旅游业是以人的服务为主的外向型产业的特点，采取岗前培训、岗位考核、达标考试、年检考评、服务技能大赛、旅游管理干部培训班等多种方式，强化旅游从业人员培训，不断提高从业人员的专业知识和实际工作能力，努力造就一支素质高、业务精的旅游从业人员队伍，为旅游产业的发展提供强有力的思想保证、智力支持。2005年，举办旅游服务技能大赛1期、民族礼仪培训班1期，组织州、县（市）旅游局长参加了全省旅游发展高级研讨班的学习培训，举办了全州首期旅游管理干部培训班和各种类型的旅游培训班15期，参加培训人员达500多人次。

二、存在的问题

全州旅游业产业结构不合理，特色不鲜明，基础设施薄弱，旅游产品单一，企业竞争力不强，服务水平不高，旅游综合效益低等深层次矛盾和问题日益突出。丰饶而独特的旅游资源与开发程度不相称，与我州作为滇中经济文化大州的地位不相称，与培植重点产业的要求相距甚远。

三、2006年楚雄州特色旅游业的发展重点

（一）思路与目标

按照“大产业、大文化、大服务、大市场”的要求，突出特色，整合资源，抓住重点，分类指导，以建设旅游经济大州为中心，实现发展模式 and 增长方式两个转变，大力培育“法制、人才、投资”三个环境，打好“彝文化、古文化、生

态、区位”四张牌，实施“精品名牌、市场多元化、对内对外开放、科技兴旅、可持续发展”五大战略，不断提升特色旅游业的产业化程度，增强核心竞争力，把楚雄建设成为“滇中大昆明国际旅游区”和滇西、滇西北黄金旅游线上的精品旅游区，促进全州经济社会的全面、协调和可持续发展。

2006年，将力争实现接待海外旅游者3300人次，旅游外汇收入57万美元，同比增长10%；接待国内旅游者291.5万人次，国内旅游收入10.45亿元，同比增长10%；旅游业总收入10.51亿元，同比增长10%。

（二）工作措施

依托“滇中大昆明国际旅游区”和楚雄作为滇西、滇西北黄金旅游线第一站的建设，紧扣“一彝三古”文化和自然生态两条主线，在巩固传统观光旅游产品的基础上，重点抓好禄丰侏罗纪世界旅游区、楚雄彝族文化旅游园区、元谋古人类文化和土林旅游景区等重点文化旅游项目的建设和规划包装，大力开发具有较强市场竞争力和吸引力的旅游精品，形成旅游经济增长极，辐射带动全州特色旅游业全面、快速、健康地发展。为此，要集中抓好以下几个方面的工作：一是统一思想，坚定加快特色旅游业发展的目标、信心和责任不动摇。二是转变观念，创造性地提出加快特色旅游业发展的措施和办法。三是突出重点，以大项目带动大建设和大发展。要从实际出发，紧紧依托“滇中大昆明国际旅游区”和滇西、滇西北黄金旅游线的建设，紧扣“一彝三古”文化和自然生态两条主线，在“十一五”期间重点抓好禄丰侏罗纪世界旅游区、楚雄彝族文化旅游园区、元谋古人类文化和土林旅游景区等重点文化旅游项目的建设和规划包装，建设休闲娱乐、彝族文化、历史文化、生态旅游和工农业旅游五大项目基地，形成“名园秀山古镇”特色旅游产品系列，以大项目带动大建设，以大建设带动大发展，辐射带动全州特色旅游业全面、快速、健康地发展。四是加大投入，切实解决特色旅游业建设资金不足的问题。

题。要增加和使用好旅游发展专项资金，发挥“政府引导性作用”。在重点旅游项目的开发建设上，州级财政要投入一定数额的配套建设资金，支持保障项目的顺利实施。各县（市）政府也应安排一定的旅游发展经费，列入当地财政预算。各地要适应新形势的要求，按照市场规律“两轮驱动”，一方面积极争取国家、省的投资；另一方面要拓宽旅游投融资渠道，鼓励金融部门加大对旅游产业开发的信贷支持，吸引社会各界资金特别是民营企业投资开发旅游业。五是加强宣传，不断拓展特色旅游业的市场份额。要创新旅游宣传促销机制和方式，完善旅游促销经费筹集办法，建立以市场为导向，以产品为中心，以企业为主体的促销模式。要树立“神奇彝州之旅——楚雄好地方”整体旅游宣传形象，合理划分目标市场，针对不同的客源市场，认真深入地进行市场调研，有重点、有计划、有步骤、分层次地向外推介展示楚雄特色旅游整体形象。六是提高质量，加强旅游人才培养。要坚持游客第一、服务至上的观念，落实以人为本的科学发展观，增强旅游行业干部职工的服务意识，强化旅游服务技能培训，特别是要不断提高导游服务的质量和水平。要在主要旅游景区景点推行景区专职导游制度，切实为游客提供热情、周到、优质、一流的服务，全面提高从业人员旅游管理水平和竞争能力。

（作者单位：楚雄州旅游局）

2005 ~ 2006 年度文山州旅游发展报告

文山州旅游局

一、发展现状

2005 年文山州接待旅游者 265 万人次，其中海外旅游者 0.4 万人次，边境口岸一日游 10.6 万人次，国内旅游者 254 万人次；旅游总收入 13.74 亿元，其中旅游外汇收入 549.22 万美元，国内旅游收入 13.28 亿元。其发展呈现出如下特点：

一是旅游经济指标增长较快，客源市场向多元化发展。“十五”期间，全州共接待游客 983.62 万人次，其中海外旅游者 1.43 万人次，边境一日游 54.85 万人次，国内旅游者 927.34 万人次，旅游总收入 38.37 亿元，年均分别增长 12.9% 和 21.4%，形成了以省内游客为主，省外游客为辅，海外游客为补充的发展格局。

二是纵向比较我州旅游产业，规模不断扩大。到 2005 年，全州拥有星级饭店 17 家、国内旅行社 10 家、开发的景区（点）32 处、农家乐 93 家、旅游公司 3 家，国家 A 级旅游景区 4 个，直接从业人员 2032 人，间接从业人员 10160 人，初步形成了一定规模的旅游产业雏形。

三是区域合作得到加强。为了加大区域联动，有效地推动区域间的资源整合，文山、昆明、红河、玉溪、曲靖五州市成立了滇东南喀斯特山水文化旅游协作区，共同编制了《滇东

南喀斯特之旅》等宣传资料，并在国际、国内旅游交易会上进行了多次的联合促销，为共同打造滇东南喀斯特山水文化旅游品牌和无障碍旅游区奠定了基础。

四是旅游培训和服务水平逐步得到加强和提高。2005年，全州共举办培训班48期，参加培训人数达1696人次。通过系统的培训，主要旅游景区和星级酒店旅游从业人员的整体素质有了一定的提高。

五是旅游规划的编制工作有进展。先后编制完成了《文山州旅游发展规划》和“十一五”发展规划，丘北、广南、麻栗坡均编制了县域发展规划，普者黑、坝美还编制了总体规划、详细规划和环评报告。正在编制的规划有《马关县旅游业发展规划》、《普者黑旅游区控制性规划》、《驮娘江红色旅游区总体规划》等。

二、存在的问题

一是思想认识不到位。缺乏充分认识发展旅游业的重要性，一些领导和部门都把旅游业看成是一种接待活动，没有从产业结构调整的高层次来理解和认识旅游业的产业内涵和带动作用。

二是体制不顺、机制不活。目前仍存在政企不分的弊病，旅游企业难以发挥应有的市场主体地位的作用，部门之间的协调配合不够，形不成合力，市场监管不到位。

三是旅游产品吸引力不强。淡旺季明显，海外、省外游客比重低的问题十分突出。

四是旅游人才短缺，从业人员素质偏低。文山旅游业竞争力不强，经营水平和服务水平不高，归根到底是缺乏高素质的管理人才和服务人才。

五是旅游发展受交通的制约。目前，文山只有公路交通，且等级低、弯道大、路况差，形不成环线，制约了景区（点）的开发建设。

六是资金投入严重不足。由于投资不到位，景区（点）旅游配套设施和“软件”设施不完善，导致产品类型单一、吸引力不够，难以发挥应有的资源优势。

三、发展布局

按照“一点两线”（普者黑、国道323线和平船线）的发展思路，文山州的旅游业发展将总体布局为“一个中心，两大精品，两大重点旅游区，三大旅游环线，三大旅游集散地，六大旅游产品”的发展框架。一个中心：文山县。在“十一五”期间，将强化文山县的城镇基础设施建设，将其建设成为我州的旅游集散中心。两大精品：把丘北普者黑和广南坝美“世外桃源”打造为文山州旅游业的两大知名品牌。两大重点旅游区：驮娘江和天保两个旅游区，将驮娘江地区建设成为云南连接两广、沿海旅游线的重点旅游区，把天保打造成为重点边境旅游区。三大旅游环线即建立文山州内、省内和跨国旅游三大旅游环线：文山—麻栗坡—富宁—广南—丘北—文山，昆明—石林—丘北—广南—罗平—昆明，文山—麻栗坡—越南—河口—文山。三大旅游集散地：把丘北县城、富宁县城和文山县建设成为文山州的三大旅游集散地。六大旅游产品：喀斯特山水田园旅游产品、民族文化旅游产品、跨国旅游产品、休闲度假旅游产品、生态康体旅游产品、特色工农业旅游产品。将其培育成为文山州具有市场竞争力的旅游产品。

根据文山州旅游资源空间分布和交通布局状况，在服从旅游总体布局框架的前提下，以扩大旅游区游览范围、丰富旅游活动项目、提升旅游产品质量、增强旅游吸引力为出发点，本着立足当前、着眼未来的发展思路，将文山州旅游业发展作如下功能区域划分。

苗乡风情旅游区：范围文山，为近期开发建设的中心旅游区；功能定位为旅游集散、商品购物；旅游产品开发以观光旅

游、商务会议旅游为主导，配套文化旅游与休闲度假旅游，以建设成为最具苗山风情特色的旅游目的地为目标。

壮乡风情旅游区：范围包括广南、富宁两个县，为近、中、远期开发建设的旅游区；功能定位为休闲度假、生态康体、历史文化、红色旅游、民族风情、山水风光旅游；旅游产品开发以山水风光旅游、历史文化旅游、民族风情旅游、休闲度假、生态康体旅游为主导，配套水上娱乐旅游、田园乡村旅游，以建设成为最具壮乡特色的山水田园旅游区为目标。

边境旅游区：范围麻栗坡，为近期开发建设的重点旅游区；功能定位为边贸旅游、跨国旅游；旅游产品开发以边境跨国旅游、民俗风情体验旅游为主导，配套森林生态旅游、科学考察旅游，以建设成为最具吸引力的边境旅游区为目标。

荷湖水域旅游区：范围丘北，为近期开发建设的重点旅游区；功能定位为休闲度假旅游、民族风情旅游、生态康体旅游；旅游产品开发以休闲度假旅游、山水风光旅游为主导，配套民族风情旅游、历史文化旅游，以建设成为云南省最具有朦胧意蕴的旅游度假地为目标。

四、2006 年的发展设想

实施以政府为主导的可持续发展战略，围绕“一点两线”（普者黑、323 国道线、平船线）作好旅游资源的开发建设，努力打造普者黑和壮乡文化风情旅游带（含坝美和剥隘）两大品牌，以大项目、大品牌、大手笔做强做大文山旅游业，使之由温点旅游区逐渐向热点旅游区转变，成为云南省的重要旅游区，实施政府主导、市场运作、品牌整合、区域一体化、可持续发展、特色和大项目带动六大战略。

（一）经济指标

根据对云南及滇东南地区旅游业发展趋势的分析，结合文

山州旅游业发展的实际，以文山州 2005 年接待旅游者人数和旅游总收入为基数，综合考虑文山州“十五”期间的旅游业增长率，2006 年应完成接待旅游者 302.1 万人次，其中海外游客 0.46 万人次，边境一日游 12.08 万人次，国内旅游者 289.56 万人次；旅游总收入达到 15.66 亿元人民币，分别比上年增长 14%，国内旅游收入 15.14 亿元，国际旅游收入 626.11 万美元。

（二）工作重点

1. 对现有旅游区和旅游产品进行转型升级

为适应多元化旅游需求的发展趋势，将旅游产品结构从“观光型”向“观光和休闲度假型”转变，全面提升旅游产品的文化内涵。

普者黑紧紧围绕“喀斯特湿地、水上田园、彝家水乡、夏荷冬芦”的发展主题，加大普者黑高尔夫球场、国际会议中心、影视拍摄基地的招商引资工作，策划一批体验性、娱乐性、表现性强，具有视觉冲击力的项目，努力打造普者黑旅游区休闲度假旅游产品。

坝美——世外桃源紧紧围绕“《桃花源记》隐逸文化和壮民族文化”的发展主题，加大对壮民族文化和习俗的表现，创造一个自然、和谐、宁静、休闲的“世外桃源”，增加娱乐型、体验型、参与型的旅游项目，努力将坝美——世外桃源建设成为集观光、休闲度假、展现历史文化为一体的旅游产品。

2. 加快新旅游景区（点）旅游产品的开发建设

在提升现有旅游区和旅游产品的同时，开发一批新兴旅游景区，不断增强文山旅游发展后劲，使之成为文山州旅游产品升级换代的生力军。

富宁围绕“驮娘江水上休闲和壮民族文化”的开发主题，做大做精水上娱乐项目这篇文章，抓好壮民族文化和习俗、饮食、服饰等方面的挖掘和开发，策划和开发具有视觉冲击力的旅游项目，把体验型项目和参与型项目做大做强，努力打造剥

隘壮乡特色旅游小镇。

麻栗坡要紧紧抓住“通道旅游经济和瑶族文化”的发展主题，抓住中国—东盟自由贸易区建立的机遇，重点抓好老山爱国主义教育基地、口岸旅游、东山旅游度假村、猫猫跳漂流、马鹿塘水上乐园、小平寨瑶族生态村、新寨花堡生态村等项目的建设，将其建成为云南旅游的又一黄金旅游通道。

文山县要紧紧抓住“三七工农业和森林生态旅游”的发展主题，重点抓好老君山森林生态旅游、三七工农业旅游、盘龙峡、白沙坡、文山旅游集散地等建设项目，打造文山观光、休闲旅游产品。

3. 加快特色旅游小镇建设

建设特色旅游小镇是省委、省政府在新时期统筹城乡发展、保护开发民族历史文化的重大举措。旅游小镇应采用市场化运作的方式进行，加大对普者黑、八宝、剥隘、天保四个旅游小镇的招商引资工作。剥隘要结合新镇建设，体现壮民族的文化氛围和特点，突出壮民族风情；天保旅游小镇建设要结合马鹿塘电站二期工程建设、南温河乡搬迁的契机，做好规划，突出特色，使之成为文山州旅游产业发展的增长点。

4. 加大招商引资力度，以大项目带动大发展

一是各级政府和旅游管理部门在旅游开发建设项目的策划和包装上要狠下工夫，坚持高起点、高标准规划，准备一批旅游大项目，大力推进招商引资工作，解决旅游建设资金不足的问题；二是做好协调工作，积极争取国家和省有关部门的扶持性投入；三是各级政府、发改委、土地、林业、建设等部门要制定招商引资优惠政策，为投资商创造良好的投资环境；四是继续做好普者黑旅游区、坝美——“世外桃源”景区的经营权转让和旅游项目的招商引资工作，扩大招商渠道和引资面。

5. 加大旅游基础设施、配套设施等硬件建设力度

旅游业的发展离不开良好的基础设施和配套设施，因此，加大交通、城镇、接待等基础设施和配套设施硬件建设是文山旅游业发展的当务之急。一是各级政府和州发改委、交通、建

设等有关部门在规划交通等设施及城镇建设时，应统筹考虑旅游发展需要，优先安排旅游区（点）的公路网建设，切实解决旅游交通环线及重点景区连接线的建设，为旅游业的发展创造良好的基础条件；二是各县要根据旅游发展实际，新建一批高、中、低档旅游接待设施，以适应文山州发展休闲、度假产品的需要；三是抓好以三七系列、民族工艺品、风味食品、地方土特产品为重点的旅游小商品开发，以此增加旅游业的经济收益；四是在旅游交通干线和景区（点）建设一批环保型的旅游厕所；五是在文山、丘北、广南、麻栗坡、富宁建立集旅游信息、网上预定等为一体的游客服务中心。

6. 加强区域合作

文山州地处云南、广西和越南两省区一国的结合部，东可进广西，西连云南广大腹地，南部与越南接壤，拥有较为优越的区位条件。因而，必须充分发挥文山州在大西南和东南亚地区的国际通道和口岸地区的作用，积极开展区域旅游合作。

在省内旅游合作中，与红河、曲靖、昆明、玉溪共同开发滇东南喀斯特山水文化旅游大区，形成昆明—石林—弥勒—丘北—文山—麻栗坡—富宁—广南—罗平—昆明滇东南旅游环线。多方合作进行联合促销，组建旅游企业联合体。

在省际旅游合作中，构建泛珠三角旅游合作区，形成昆明—石林—弥勒—丘北—广南—富宁—百色—乐业—兴义—罗平—陆良—昆明滇桂黔旅游环线。三方可进行联合促销和组合系列旅游产品，共同开发建设西南地区喀斯特大观园。

在国际旅游合作中：加快国际大通道建设；积极参加东盟“十加一”区域经济与旅游合作，形成昆明—文山—麻栗坡—天保—河江—河内—海防—下龙湾—芒街—桂林跨国旅游线；与东南亚地区合作开发旅游产品、成立跨国旅游公司、建立旅游合作协调机制等。

专家论坛

把旅游发展与城镇化相结合 大力推进旅游小城镇建设进程

罗明义

发展小城镇，是全面建设小康社会的重要组成部分，也是带动农村经济社会发展、加快城镇化进程的重大战略之一。推进旅游小城镇建设，是对具有丰富自然风光、人文景观等旅游资源的小城镇，把旅游发展与小城镇建设相结合，在保护自然生态环境和人文景观前提下，加强小城镇基础设施和公共设施建设，大力发展观光、休闲、娱乐、餐饮、购物等旅游业和相关服务行业，积极促进旅游发展，延伸旅游产业链，把小城镇建成特色鲜明、环境优美、设施配套、功能齐全、生活方便的旅游小城镇，充分发挥旅游对促进城镇化进程和地方经济社会发展的重要作用。

一、推进旅游小城镇建设的重要意义

改革开放以来，伴随着云南旅游的迅速崛起和发展，云南省按照以人为本的科学发展观，把发展旅游与推进城镇化相结合，大力推进旅游小城镇建设。通过多年的建设和发展，涌现出大理古城、巍山南诏古城、丽江古城和束河古镇、香格里拉

建塘镇、禄丰黑井镇、腾冲腾越镇与和顺镇、建水临安镇、安宁温泉镇、会泽钟屏镇、通海秀山镇、孟连娜永古镇等一批旅游小城镇，不仅促进了这些小城镇自身的建设发展，加快了所在市县城镇化的进程，而且丰富了云南旅游的内涵，促进了地方旅游业和经济社会的全面发展。总结云南旅游小城镇建设和发展的实践，推进旅游小城镇建设具有以下方面的重要意义。

（一）有利于创新小城镇发展模式，加快推进城镇化的步伐

推进旅游小城镇建设，是创新小城镇发展模式，走出小城镇建设误区，彻底改变过去单纯依靠政府和行政手段搞城镇建设的思维定式和发展模式。针对目前我国小城镇普遍存在规模偏小、基础设施建设滞后、经济基础薄弱、人口集聚效应不强、要素流动不合理等问题，通过推进旅游小城镇建设，利用市场机制来配置资源，引导生产要素合理流动，促进各种资源和要素的有效集聚，形成特色鲜明、功能协调、充满活力的城镇体系和空间分布合理的生产力布局，促进旅游小城镇经济繁荣和社会进步。同时，通过旅游小城镇建设的示范作用，还可以带动工业小城镇、商贸小城镇、农村产业化小城镇等各类特色小城镇的建设发展，以加快推进我国城镇化的进程。

（二）有利于发挥小城镇资源优势，促进旅游产业快速发展

我国很多小城镇都具有自然景观独特、人文资源丰富的优势，尤其是云南省的昆明、西双版纳、大理、丽江、香格里拉等旅游“热点”地区的小城镇，主要集中在交通比较便捷的城市和旅游景区周围，其良好的自然生态环境和丰富的文化内涵是人们放逸身心，回归自然，增长知识的好地方。因此，通过推进旅游小城镇建设，合理开发旅游资源，有利于不断丰富旅游产品类型，增加旅游的文化内涵，为旅游发展增添新的亮点。同时，随着人们生活水平的不断提高，人们的旅游意识日

益增强，推进旅游小城镇建设既符合旅游发展的需要，最大限度地满足人们多样化的旅游需求，进一步开拓和培育新的旅游市场；又可以充分利用小城镇的服务设施和配套设施，进一步提升旅游服务质量和水平，不断增强游客接待能力，拓展旅游产业的发展空间。

（三）有利于保护小城镇历史文化，成为文化产业的新载体

我国是一个拥有悠久历史的文明古国，许多小城镇历史悠久、文化遗产丰富、特色鲜明，是展现中华民族悠久历史和传统文化的重要载体。通过推进旅游小城镇建设，遵循保护中开发、开发中保护的原则，把单一、消极的文化遗产保护变为积极保护和合理利用，使更多的人了解小城镇发展变迁的历史过程，体验独特的地方文化，既为小城镇历史文化的保护开辟了新的途径，又为旅游产品注入了文化内涵，提升了旅游活动的品位和质量。同时，通过推进旅游小城镇建设，还可以提高社会各界保护小城镇文化遗产的积极性，吸引更多的社会资金，整合各方面力量参与旅游小城镇建设，促进小城镇文物保护、修复工作顺利地进行，使小城镇的历史文化遗产得到进一步挖掘、整理，促进地方传统文化得到弘扬和发展，成为文化产业发展发展的新载体。

（四）有利于破解“三农”难题，统筹城乡经济协调发展

发展小城镇，全面提高农业和农村经济的整体素质和效益，增加农民收入，提高农民生活水平，是我国全面建设小康社会的一项重要任务，是带动农村经济社会发展的一个大战略。积极推进旅游小城镇建设，可以扩大小城镇的投资需求并吸引大量民间投资，带动小城镇基础设施建设和房地产业的发展，提高当地居民消费的商品化程度，扩大对住宅、农产品、耐用消费品和服务产品的需求；可以带动小城镇旅游、文化、商贸等服务业发展，促进农产品加工，提高农产品附加值，促

进农村经济结构调整和农业产业化发展，提高农村生产力水平；还可以带动农村第三产业特别是服务业的迅速发展，为农民创造更多的就业岗位，加快农业富余劳动力的转移，为农村群众增加收入。因此，积极推进旅游小城镇建设，是现阶段破解“三农”难题，解决农村一系列深层次矛盾，优化农业和农村经济结构，增加农民收入，统筹城乡经济协调发展的重要途径。

（五）有利于树立以人为本观念，促进和谐社会的建设

推进旅游小城镇建设，有利于牢固树立以人为本的科学发展观，促进小城镇建设与旅游发展相结合，以旅游发展带动城镇化进程，加快和谐社会的建设。通过加大小城镇的基础设施和生态环境建设力度，可以调动群众支持和参与小城镇建设的积极性，使小城镇的自然环境条件得到改善，实现人与自然的和谐发展；通过优化小城镇产业结构和空间结构，可以建立良好的人居环境，建设有特色的城镇文化和城镇风貌，带动城乡物质文明和精神文明的协调发展；通过促进小城镇的旅游发展，可以引导小城镇居民和农民参与旅游项目开发，从事旅游服务和相关服务，逐步改变他们的思想观念、生产方式和生活方式，缩小工农差别和城乡差别，缩小与发达地区的差距，实现人与社会的和谐发展；通过推进旅游小城镇的资源开发，可以改善小城镇生存条件，美化生活环境，提升小城镇的旅游吸引力，招徕更多的游客到小城镇游览观赏、休闲度假，促进小城镇经济社会协调发展。

二、推进旅游小城镇建设的指导思想和原则

推进旅游小城镇建设的指导思想和目标，要以“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，按照以人为本，促进和谐社会建设的目标，认真贯彻“政府主导，企业参与，市场

运作，群众受益”的方针，把推动小城镇建设与旅游发展相结合，以区位条件优越、旅游资源丰富、产业基础好，并具有一定规模的县（县级市）区所在城镇和所属建制镇为重点，通过加快其基础设施和公共设施建设，完善城镇功能和配套设施，发展特色旅游产业，提升综合服务质量，建设一批主题鲜明、环境优美、交通便捷、服务配套、居住舒适、吸引力强，深受游客欢迎的特色旅游小城镇，满足人们观光游览、文化体验、休闲度假的多样性旅游需求，不断提高小城镇居民的生活质量和水平，发挥旅游小城镇在推进城镇化进程，促进旅游业发展，辐射带动周围农村，推进和谐社会建设中的重要作用。

按照推进旅游小城镇建设的指导思想和目标，在旅游小城镇建设过程中，必须始终遵循以下基本原则和要求：

（一）坚持以人为本，全面协调可持续发展的原则

推进旅游小城镇建设，必须始终坚持以人为本的科学发展观，促进旅游小城镇全面、协调、可持续发展。一是要坚持全面发展的观点，因地制宜地抓好旅游小城镇的给排水、道路、环境、市场等基础设施和公共设施建设，大力发展城镇经济，着力打造以旅游业为重点的第三产业，不断提升服务质量，增强对农村的服务功能和辐射功能；二是要坚持协调发展的观点，在旅游小城镇建设过程中，更加注重维护城镇生态系统、关注居民生活质量、有效利用土地和资源等，促进城乡经济社会协调发展；三是要坚持可持续发展观点，围绕全面建设小康社会的奋斗目标和主要任务，努力构建和谐的人与自然、人与人之间和谐相处的城镇环境，使旅游小城镇建设不仅符合现代居民生活方式和生活质量提高的要求，也要对子孙后代负责，符合人类社会可持续发展的目标和要求。

（二）坚持政府主导与市场运作相结合原则

推进旅游小城镇建设，必须贯彻“政府引导，企业参与，市场运作，群众受益”的方针，坚持政府主导与市场运作相

结合，充分发挥好政府、企业和社会两方面的积极性。一方面，政府要切实加强对旅游小城镇建设的指导和管理，通过制定政策、规划指导、产业引导、监督管理和搞好服务等措施，营造良好环境，引导企业和社会积极参与旅游小城镇开发建设，走出一条“以镇建镇”、“以镇养镇”、“以镇兴镇”的城镇化发展新路子；另一方面，要按市场经济规律，引导企业和社会各界参与旅游小城镇建设，用市场机制来推进各项工作。要引导企业根据自身实力和开发经验，积极参与旅游小城镇的基础设施、旅游服务设施的建设和经营管理等。同时，还可通过资本运作来创新旅游小城镇建设方式，灵活运用市场机制，采取承包、租赁、拍卖、参股、联办等多种形式吸引社会资本、民间资本和外资投入，积极参与旅游小城镇的开发和建设。

（三）坚持企业得利与群众受益相结合原则

推进旅游小城镇建设，必须使参与旅游小城镇建设的各方都获得合理回报，才能最终使政府、企业和群众共享旅游小城镇建设带来的经济、社会和环境效益，推动地方经济社会发展。企业得利是吸引企业参与建设旅游小城镇的关键，如果企业不能从参与旅游小城镇开发中获取更大的收益，企业就不可能有积极性。因此，要在法律法规和政策许可的范围内，大胆创新，制定土地、税收等各项优惠政策措施，为企业开发建设和发展营造良好环境，确保企业应得的利益。群众受益是建设旅游小城镇的出发点和落脚点，也是建设旅游小城镇的最终目的。要通过旅游小城镇建设，大力发展农产品加工、交通运输、旅游服务等二、三产业，向当地居民提供就业机会，使他们直接获得工资、劳动收入，享受更多的公共福利，使他们经济得到发展、生活得到改善，从多方面实践好、维护好、发展好群众的利益，才能促进旅游小城镇的快速建设和健康发展。

（四）坚持保护与建设、发展相结合的原则

推进旅游小城镇建设，要妥善处理保护与建设、保护与发展的关系，始终坚持“强化保护、合理开发、永续利用”的原则，使旅游小城镇建设与自然环境、历史文化的保护，与经济社会协调发展统一起来。

在旅游小城镇建设过程中，保护是前提、建设是关键、发展是目的。一是要坚持保护优先，开发建设服从保护，明确保护自然、文化遗产就是保护旅游小城镇的卖点，就是保护生产力，从而合理划定保护的区域和范围，强化各级政府对自然、历史文化遗产的保护和管理责任，强化参与开发企业的保护责任，避免因掠夺性、破坏性开发行为造成的小城镇风貌缺失和特色消失；二是在建设过程中，要克服把自然、历史文化遗产保护与城镇发展对立起来，把人居环境建设和土地开发利用对立起来，把城镇建设现代化和大马路、高楼房等同起来，把城镇产业培育和大厂房、大烟囱等同起来的错误倾向，注意突出旅游小城镇的风貌和特色；三是要从可持续发展目标出发，通过合理开发，以建设促进保护，在原有小城镇基础上，依靠挖掘自然、历史文化资源来发展旅游业及相关产业，在完善城镇基础设施和服务配套设施基础上，培育、发展和壮大原有城镇规模和特色，有效避免旅游小城镇的大城市化、人工化和过度商业化等倾向。

（五）坚持突出特色与分类指导相结合原则

推进旅游小城镇建设，要立足当前，着眼长远，突出特色，分类指导，确保旅游小城镇建设有序地进行。要按照保护提升一批，开发建设一批，规划准备一批的要求有序地开发和建设。

保护提升一批，就是对已经形成一定规模的旅游小城镇，要进一步完善交通、通信、市政等基础设施建设，搞好环境整治，改善旅游小城镇的通达条件和环境条件；要进一步提升旅

游接待设施的能力和水平，建设具有民族特色、不同档次水平的接待设施，既要满足高端旅游者的消费需要，也要适应大众游客的需求；要进一步加强对旅游和相关服务人员的培训，提高广大市民的素质，提高综合服务水平；要进一步优化配套产业建设，在绿色农业、商品加工业、商贸娱乐业、金融服务业等方面抓好配套建设等。通过对已有旅游小城镇的保护提升，尽快将一批旅游小城镇做大、做精、做优、做强。

开发建设一批，就是对已具备开发条件的小城镇，要集中力量，采取有力措施，加快开发建设。一是要做好旅游小城镇建设规划，发挥规划的“龙头”作用，指导好旅游小城镇的保护、开发和建设；二是要加大对交通、市政基础设施、旅游接待设施的建设力度，为开发建设旅游小城镇创造良好条件；三是要切实做好旅游小城镇自然环境和历史文化资源的保护，以保护促进开发建设，以开发建设促进保护；四是要加大宣传力度，选择电视、报刊、网络等主流媒体，大力宣传旅游小城镇开发建设情况，以吸引更多社会资金和企业参与开发建设，使旅游小城镇建设尽快取得效果，成为旅游业发展和城镇化建设的新亮点。

规划准备一批，就是对那些虽然自然、文化资源丰富，发展潜力明显，但目前开发条件尚不完全具备的小城镇，要抓紧资源调研工作，编制开发规划，加快建设项目的前期研究，积极创造条件，争取逐步纳入开发建设。要注意克服急功近利思想，按照旅游小城镇建设的总体思路，成熟一个开发一个，开发一个成功一个，扎扎实实推进旅游小城镇的建设和发展。

三、推进旅游小城镇建设的重点内容

旅游小城镇既是实现城乡经济协调发展，促进城镇化的重要途径，也是重要的旅游目的地和推动旅游产业发展的重要载体。因此，推进旅游小城镇建设是一项系统工程，需要全面规

划、统筹建设、突出重点、以点带面、分步实施。从目前我国小城镇建设的实际情况，结合云南建设旅游小城镇的实践，推进旅游小城镇建设必须切实抓好以下重点内容。

（一）抓好旅游小城镇基础设施和配套设施建设

目前，由于我国经济发展不平衡，许多小城镇的基础设施和配套设施都十分薄弱，因此加强基础设施和配套设施建设，是旅游小城镇发展的前提条件和重要基础。

对旅游小城镇基础设施和配套设施建设，必须按照旅游小城镇总体规划和控制性详规，科学制定旧城改造方案和新城建设计划，形成独特的小城镇风格和特色。要突出抓好小城镇道路网络、供水供电网络、邮电通信、污水和垃圾处理，以及各类市场、文化设施等公共基础设施和配套设施建设。对小城镇街道除了主要干道外，应尽量减少“大马路”式建设，以形成符合旅游小城镇特点的城镇道路网络；对街道建筑应该分段设计，对沿街门面装饰、屋面造型和房顶处理等作相对统一的规定，在建筑特色上力求突出旅游小城镇的风貌，避免与小城镇风貌不协调的建筑物；在建设过程中，要坚持高标准、严要求，严格按照规划设计实施；对旅游服务接待设施建设，要高、中、低档相匹配，大、中、小型相协调，既要考虑满足大量观光游客的需要，也要充分满足休闲度假等高端游客的需求，提高多样化的旅游服务接待条件和水平，为游客提供安全、舒适、优质的服务，努力提升旅游小城镇的吸引力。

（二）抓好旅游小城镇的产业体系建设

旅游小城镇建设必须以产业为支撑，依托产业发展来实现小城镇规模的扩张，形成旅游小城镇持久发展的生命力。在产业发展定位上，要有所区别，体现特色，避免产业雷同和产品的低水平恶性竞争。要抓住已经形成和正在形成的特色产业，一业为主、多业驱动，使旅游小城镇发展得到强有力的经济支撑。要根据小城镇的区位、资源、市场、环境优势和传统产品

生产特色，因地制宜、发挥优势，宜工则工、宜农则农、宜商则商，结合旅游业发展，加快培育市场体系和产业体系的步伐。

小城镇旅游业是充分利用小城镇的丰富旅游资源，结合城镇化的推进，根据市场需求开发旅游景点和建设旅游项目，因此，小城镇的旅游开发模式应该突出特色，多样化发展。在旅游基础设施建设上，主要追求安全性和舒适性，保证游客出行方便和旅游过程中的安全；在住宿和餐饮业发展上，应以提高卫生标准、服务标准的规范化为目标，发展有地方特色的住宿和餐饮服务；在休闲娱乐方面，可依托小城镇独特的自然环境和人文资源优势，形成小城镇独特的旅游产品和个性特色，提高小城镇的市场吸引力；在配套设施和社区服务上，应建立物业管理、卫生服务、应急系统、安全救援、社区职业教育等组成的综合服务系统等。

总之，由于全国各地区区位、资源、市场、环境和主导产业不同，旅游小城镇建设和发展不可能是一个模式，必须走与工农业、商贸服务业、房地产业、交通运输业等相结合的发展之路，形成主题鲜明、各具特色的旅游小城镇。

（三）抓好旅游小城镇土地整理和利用

土地是重要的稀缺资源，也是旅游小城镇建设最基本的要素。从目前土地管理政策来看，土地供应是旅游小城镇建设发展的主要“瓶颈”，因此必须加强对旅游小城镇土地的整理和利用。

要建立合理的土地流转制度和使用制度，在以农村“土地”置换城镇“保障”的基础上，促进农民向城镇居民转化，使进城的农民永远成为市民，从而不再占有在农村的宅基地，并将转移到旅游小城镇的农民宅基地和农业建设用地及时复垦整理，使之成为耕地。同时依法保障农民对土地承包经营的各项权利，允许农户在承包期内可依法、自愿、有偿流转土地承包经营权，提高旅游小城镇土地的使用价值。

要完善旅游小城镇土地使用制度，全面实现有偿使用，按照统一规划、统一征地、统一开发、统一出让、统一管理的原则，合理开发利用土地。积极推行拍卖或出让土地，盘活旅游小城镇土地存量，走以地生财、以地招商、滚动发展的路子。在保证节约用地和保护耕地的前提下，旅游小城镇建设用地可以考虑在各省区、地州（市）、县区内进行土地的占补平衡。在旅游小城镇建设过程中，由于旅游景区内常住居民过多会对旅游活动产生干扰，因此必须对旅游小城镇周边的农民采取一定的搬迁措施，通过迁村并点，土地整理，开发利用荒地和废弃地等挖潜措施，进一步盘活土地存量，有效使用增量，切实解决部分旅游小城镇建设用地的困难和“瓶颈”。

（四）抓好旅游小城镇生态文化环境建设

旅游小城镇建设，是为了改善小城镇的生存生活条件、美化生活环境以吸引国内外游客，因此抓好旅游小城镇生态文化环境建设，是为了使旅游资源和生态环境在不被破坏的情况下永续利用。要在综合保护小城镇生态文化环境的基础上，以合理开发利用为原则，积极抓好旅游小城镇生态文化环境建设，引导当地居民参与旅游开发和从事旅游服务，从而以旅游业带动城镇化、以城镇化促进旅游业的发展。

抓好旅游小城镇生态文化环境建设，应通过实施生态环境建设工程，将小城镇建设成为具有持久发展力的生态系统；应减少小城镇对不可再生的物质和能源的消耗和依赖，尽可能使用太阳能和可再生资源，寻求小城镇建设过程中遇到的各种问题的综合解决方案和途径，正确处理好旅游小城镇建设中的土地利用、资源使用、自然保护和环境建设等问题，努力建设环境优美、资源节约、可持续发展的生态环境系统。

抓好旅游小城镇生态文化环境建设，应加强对小城镇文化遗产的有效保护和合理利用，尤其是小城镇周围的农村聚落，长期以来在我国居民聚落中占统治地位，许多农居点都具有相当深厚的文化底蕴和历史文脉，是旅游景观的重要组成要素之

一，因此应充分挖掘其中的文化内涵并加以保护、改造和利用，以增强旅游小城镇的吸引力，促进其旅游产业的健康发展。

（五）抓好旅游小城镇整体形象塑造和宣传

目前，我国许多有特色的小城镇一般地理位置都比较偏僻，知名度也比较低。因此，要切实抓好旅游小城镇整体形象的塑造和建设，加大对旅游小城镇宣传营销的力度，通过精心设计、科学包装，突出形象，大力宣传，提升旅游小城镇的知名度和吸引力。

各级政府有关部门和开发企业要增加投入，加强对旅游小城镇的形象进行整体设计和包装，积极开展旅游小城镇形象建设和营销活动，用经营城市的理念来塑造旅游小城镇的鲜明形象。各级旅游、建设行政部门要加强与宣传部门、新闻媒体的联系与合作，将旅游小城镇纳入旅游宣传促销工作中，加强对旅游小城镇的宣传、推介、展示和促销，积极鼓励有条件的旅游小城镇参加各种提升知名度的展示活动和其他活动等。各级政府要引导开发企业之间加强合作，采取商业运作模式，通过专业公司的策划包装，制作户外宣传广告，组织系列宣传活动等，全力宣传和推广旅游小城镇，不断拓展宣传营销渠道，提升旅游小城镇影响力，招徕更多的国内外游客。

四、推进旅游小城镇建设的对策措施

从目前我国小城镇建设发展的情况和云南的实践来看，推进旅游小城镇建设需要采取一系列配套措施，进一步提高认识、加强领导，加大规划编制力度，拓宽资金投入渠道、制定相关促进政策，加快人才培养步伐，为旅游小城镇建设发展提供重要的保障。

（一）加强对旅游小城镇建设的组织领导

在推进旅游小城镇建设过程中，政府部门发挥着关键作用。因此，各级政府及所属相关部门应提高对建设旅游小城镇的重要性认识，进一步更新观念、高瞻远瞩、开拓创新地发挥政府的职能作用，像创建“中国优秀旅游城市”一样抓好旅游小城镇建设，通过加强组织领导工作，指导协调好旅游小城镇的规划、建设和管理，促进旅游小城镇的健康发展。

为搞好旅游小城镇建设的组织领导和协调工作，各级政府可成立“旅游小城镇建设指导协调小组”，由政府分管领导担任组长，发改、建设、旅游、国土、交通、文化、新闻等部门为成员单位，统一负责旅游小城镇建设的组织指导和协调工作，及时研究解决旅游小城镇建设过程中的重大问题，帮助协调好有关政策的落实和扶持，切实推进旅游小城镇建设的进程。同时，对旅游小城镇建设进行阶段性评比，对开发建设质量高、成效显著的旅游小城镇，可命名为“中国特色旅游名镇”，颁给牌匾，给予鼓励，扩大宣传，促进发展。

（二）加强对旅游小城镇建设的规划编制

在推进旅游小城镇建设过程中，为了避免旅游小城镇在定位、开发建设中出现雷同，必须高度重视旅游小城镇建设规划工作，按照总体规划，分步实施的原则，高起点、高标准、高水平地编制好旅游小城镇建设发展规划，通过规划来引导和凸显旅游小城镇各自的特色，使旅游小城镇具有更大的吸引力和旅游卖点。

搞好旅游小城镇规划，应积极开展各项基础性研究，为今后的开发和管理决策提供依据。首先，应做好小城镇的旅游资源调查评价，了解各种资源的位置、规模、特色、科学价值和旅游价值等，正确评价其在同类旅游资源中的地位、在周边地区中的地位和价值等。其次，根据调查评价获得的信息，确定旅游小城镇及各旅游景区的功能定位、旅游线路组织、旅游接

待设施的布置，以及旅游小城镇形象识别系统的设计等。再次，正确划定旅游小城镇及其旅游景区的保护范围和重点，研究对旅游开发商、景区内企业及居民的政策，提出旅游资源保护措施和开发重点、建设项目等。最后，编制旅游小城镇和旅游景区的开发建设详规、控制性详规和建设方案等，科学地指导好旅游小城镇的开发建设。

搞好旅游小城镇规划，在规划上要舍得投入，拨出专款用于规划编制；参与规划编制的单位应认真做好可行性研究，提高旅游小城镇规划编制的质量。旅游小城镇建设指导协调小组，要组织专家对旅游小城镇规划和建设方案进行认真评审，各有关部门要切实按照“没有规划不审批项目，不拨付专项资金”的要求，确保旅游小城镇开发建设严格按规划实施。

（三）多渠道筹措旅游小城镇建设资金

为推进旅游小城镇建设发展，各级政府应进一步加大扶持力度，改善投资环境，扩大招商引资，多渠道地筹措旅游小城镇建设资金，促进旅游小城镇的快速建设和发展。一是各级政府应进一步加大引导性资金支持的力度，分别从城镇规划建设、旅游发展、项目贴息等资金中安排一定资金额度，专门用于旅游小城镇建设的规划补助、公共项目建设、经营项目贴息、城镇形象宣传、旅游市场营销等，以发挥政府引导性资金投入的带动作用，调动社会资金投入建设旅游小城镇的积极性。二是统筹使用好各种城镇建设和相关资金，要围绕旅游小城镇建设的需要，积极向上级有关部门争取各种建设资金的投入，统筹使用好城镇、交通、环保、旅游、信息、文化、卫生等建设资金，提高资金投入和集聚使用的效益。三是要按照“你发财，我发展”的思路，用足、用活、用好各种优惠政策，不断改善投资环境，采取各种有效措施加大招商引资力度，吸引企业和社会各界的资金，扩大旅游小城镇建设的投入，加快旅游小城镇建设的步伐。

（四）抓好旅游小城镇建设的政策落实

近几年来，国家对西部大开发、支持乡镇企业发展、鼓励非公有制经济发展、加快县域经济发展、加快民族地区发展以及培育农业产业化龙头企业等方面已经出台了不少税、费减免等优惠政策和措施，这些政策措施大部分都适用于旅游小城镇建设和参与开发建设的企业，因此落实好这些政策措施，就能使开发企业得利，使群众受益，从而调动他们的积极性，主动参与和促进旅游小城镇的建设发展。

目前，土地供应仍然是旅游小城镇发展的主要“瓶颈”，因此各级政府，尤其是旅游小城镇的政府要认真执行国家土地管理政策，积极进行土地的占补平衡，并根据实际需要和可能，适量储存部分土地，优先保证旅游小城镇重点急需项目的土地供应。在办理土地使用手续中，各级土地管理部门应尽量简化程序，优先审批和办理旅游小城镇用地手续，并采取限时办结的办法，及时确保旅游小城镇建设用地的供应。

（五）加快旅游小城镇建设人才培养步伐

人是最宝贵的资产，人力资源是创新的源泉，旅游小城镇的竞争最终是人才的竞争。因此，要树立良好的旅游小城镇形象，不断提高旅游小城镇竞争力，关键在于加快旅游小城镇建设人才的培养步伐。要高度重视旅游小城镇的教育培训工作，加强旅游小城镇与区域内高等院校的合作，大力发展职业技术教育和成人继续教育，高度重视旅游小城镇的中小学教育，加大旅游小城镇的人才引进与交流力度，为旅游小城镇建设发展提供人才支持和智力服务。旅游小城镇建设要在农民进城落户问题上进一步突破，放宽进入旅游小城镇的户口限制。要认真贯彻落实中央关于加快城镇户籍管理制度改革的有关精神，逐步实施城乡统一的居民户籍管理制度，降低农民到小城镇落户的门槛，并在子女入学、参军、就业、福利补贴、社会保障等方面与城镇居民享受同等待遇。要通过户籍制度改革，畅通农

民进入旅游小城镇居住、经营的渠道，鼓励农民进镇经商、就业居住，以增加旅游小城镇的人气，提高旅游小城镇的接待服务能力和吸引力。

大力发展乡村旅游 促进社会主义新农村建设

罗明义

随着现代旅游的发展，乡村旅游已成为人们回归自然、放逸身心、感受自然野趣、体验农村生活、进行休闲娱乐的主要方式之一。从云南的探索和实践看，发展乡村旅游不仅丰富了旅游活动内容，扩大了旅游容量；而且带动了农业产业结构调整 and 农民增收致富，促进农村经济社会的发展。因此，在我国全面建设小康社会的过程中，大力发展乡村旅游，将对解决“三农”问题，促进社会主义新农村建设，发挥更加积极的作用，做出更大的贡献。

一、发展乡村旅游的探索和实践

乡村旅游，是指依托于乡村良好的自然和文化景观，以农业生产活动、农村乡野风光、村寨文化特色、地方民族习俗等为吸引物，以农民为市场经营主体，以城市居民为主要目标市场，利用城乡之间在自然景观、生活习俗及文化方面的差异，通过创新策划、规划设计、开发组合成旅游产品，提供城市居民观光游览、休闲度假、康体娱乐、学习和购物为一体的

旅游活动。目前，乡村旅游已经成为国内外旅游的重要内容，许多国家和地区都积极采取各种措施，大力促进乡村旅游的发展。

云南省是一个自然风光优美、历史文化悠久、民族风情浓郁、生态环境良好的旅游胜地，尤其是乡野风光、村寨文化、民族特色十分鲜明而富有强烈的吸引力。在 20 多年的旅游发展过程中，伴随着全省旅游的快速增长与发展，云南积极探索和实践发展乡村旅游的路子，大体上走过了以下三个发展阶段。

（一）自发发展乡村旅游阶段

20 世纪 80 年代，随着云南旅游的起步发展，云南乡村旅游也开始起步，首先在旅游发达的地区产生。如昆明石林旅游风景区旁边的五棵樹村，大理蝴蝶泉边的周村，西双版纳的曼景兰村，德宏瑞丽的大等喊村等，农民依托旅游景区的建设和发展，自发地开展领略民族风情，体验农家生活，提供乡村民居旅馆，销售民族工艺品等各种各样的乡村旅游活动，既丰富了这些旅游景区的旅游活动内容，又促进了旅游景区周边农民的脱贫致富。但是，由于这些乡村旅游活动属于农民的自发行为，因此旅游活动单一、发展规模较小、组织比较松散，尚处于自发发展的状态。

（二）倡导发展乡村旅游阶段

进入 90 年代后，云南旅游进入培育支柱产业的发展阶段，在政府的倡导和指导之下，云南乡村旅游进入了快速发展时期。1992 年，省政府在西双版纳召开旅游发展大会，提出积极发展边境旅游、民族文化旅游和乡村旅游；1994 年，省政府又在滇西北召开现场办公会议，提出依托自然景观、民族文化、村寨特色，加快发展以体验自然风光、领略民族风情、感受乡村民俗为内容的观光旅游；1995 年，省委、省政府做出培育旅游支柱产业决策之后，又于 1997 年召开全省五大旅游

区规划会议，并把乡村旅游作为重要旅游产品，提出要积极开发和发展。在政府的积极倡导和推动之下，全省乡村旅游迅速发展，到 90 年代末期涌现出具有一定规模的乡村旅游点。如昆明西山团结乡的“农家乐”，香格里拉县的“藏民家访”，丽江泸沽湖落水村的“民族文化体验旅游”，西双版纳的“傣民居观光”，曲靖罗平县的油菜花“田园风光游”等各种形式的乡村旅游活动，丰富了这些地区的旅游内涵，促进了旅游业的快速发展。

（三）大力发展乡村旅游阶段

进入 21 世纪，随着人们收入水平的提高和生活质量的改善，旅游不仅成为人们生活的重要组成部分，而且旅游活动的内容和形式也不断拓展，为乡村旅游的大发展带来广阔的空间。针对新世纪旅游发展的新趋势，旅游者需求多样性变化的新特点，云南省于 2000 年召开了全省乡村（民居）旅游发展大会，在认真总结前一阶段乡村旅游发展经验的基础上，提出发挥少数民族贫困地区的旅游资源优势，大力发展乡村（民居）旅游，丰富云南旅游内容，拓展旅游市场，在满足城乡居民日益增长的旅游需求，促进旅游业快速发展的同时，带动少数民族贫困地区脱贫致富，推动农业产业结构调整，促进农村经济社会发展。

通过几年来大力发展乡村旅游，全省逐渐形成了一批各具特色的乡村旅游类型。如以元阳梯田、罗平油菜花风光为代表的“田园风光旅游型”，以腾冲县和顺镇、丽江市束河镇为代表的“古镇休闲度假型”，以昆明市团结乡、丽江市黄山乡为代表的“农家乐休闲度假型”，以香格里拉县下给村、宁蒗县泸沽湖落水村、瑞丽市大等喊村为代表的“民族文化体验型”，以昆明市团结乡、福保文化村、玉溪市大营街为代表的“现代新农村休闲型”，以呈贡县斗南花卉基地、寻甸县钟灵山生态农业园为代表的“高科技生态农业观光型”，以鹤庆县新华村为代表的“旅游工艺品购物观光型”等不同风格、不

同特色的乡村旅游类型，极大地促进了这些地区和全省旅游的发展。

二、发展乡村旅游的模式和特点

云南是一个集边境、民族、山区为一体的省份，经济发展相对滞后，尤其是交通设施薄弱、开发资金短缺、旅游人才稀少，一直是制约旅游发展的瓶颈因素。因此，在发展乡村旅游的过程中，各地紧密结合实际，创新发展思路，积极探索实践，采取有效的对策和措施，形成了不同的发展模式，促进了云南乡村旅游健康快速地发展。

（一）景区带动型模式

景区带动型模式，是以重点旅游景区为核心，把旅游景区的部分服务功能分离出来，吸引和指导周边乡村的农民参与旅游接待和服务，从而带动农民脱贫致富。如石林县的五棵山村、宁蒗县泸沽湖的落水村、梅里雪山下的明永村、罗平县多依河景区的周边乡村均属这种模式。

景区带动型模式的主要特点：一是通过开发建设旅游景区，带动景区周边乡村的旅游住宿、餐饮、购物及配套服务，拉动农副产品、土特产品的销售，促进乡村旅游及社区经济发展；二是减少旅游景区建设资金投入的压力，迅速扩大和提升旅游景区的接待服务功能，并形成具有特色的旅游配套服务；三是带动旅游景区周边农民就业和收入增加，促进贫困地区群众脱贫致富，形成旅游景区和社区经济的互动发展。

（二）乡村组织型模式

乡村组织型模式，是以具有丰富旅游资源，交通通达条件较好，又有一定经济发展基础的乡村为依托，通过乡政府、办事处有组织地引导农民经营户，按照统一规划和建设的要求，

发展旅游接待设施和配套服务，促进乡村旅游发展的模式。如昆明市团结乡、丽江市黄山乡的“农家乐旅游”，瑞丽市大等喊村的“傣乡风情游”，昆明市福保文化村、玉溪市大营街的“休闲度假游”等。

这种模式的特点：一是拥有丰富独特的旅游资源，又毗邻旅游市场，具备发展乡村旅游的交通条件和良好的生态环境等；二是乡政府、办事处统一规划、开发和建设主要旅游吸引物，引导和组织农民户建设接待设施，开展旅游接待服务；三是推动乡村经济结构调整和乡村环境改善，带动农业、农村经济的发展；四是带动农村富裕劳动力转移，促进农民收入增加，改善农民生活质量和水平等。

（三）公司 + 农户型模式

公司 + 农户型模式，是对具有旅游特色的村镇，通过引进有经济实力和市场营销能力的企业，进行公共基础设施建设和环境改善，指导村镇居民开发住宿、餐饮接待设施，组织村民开展民族风情、文化旅游活动，形成具有浓郁特色和吸引力的乡村旅游产品，吸引和招徕国内外旅游者。如丽江市引进昆明鼎业集团对束河古镇进行保护、开发和经营，腾冲县引进柏联集团对和顺镇进行整体保护、改造和经营，西双版纳橄榄坝农场投资对五个傣族村寨进行整体开发、包装和经营等。

这种模式的特点：一是通过以公司为主导进行整体开发和经营，解决了发展乡村旅游的资金短缺问题；二是发挥公司的经济实力和经营能力，强化公共基础设施建设，开发核心旅游资源，配套服务接待设施，加强对外宣传促销，促进乡村旅游迅速健康发展；三是引导和帮助村民改善环境条件，开展配套接待服务活动，促进村民收入的增加；四是提高村民的旅游服务素质，形成良好的旅游环境和氛围，增强对旅游者的吸引力。

（四）综合开发型模式

综合开发型模式，是乡村旅游资源丰富的县（市），由政府主导进行乡村旅游的规划设计，投入资金建设和改善公共基础设施，开发核心景区景点，吸引社会资金投入建设旅游接待服务设施，引导城乡居民参与旅游接待服务，促进乡村旅游的快速发展。如罗平县发挥数万亩油菜花的田园风光优势，通过开发九龙瀑布、多依河景区景点和鲁布革电站旅游，带动城乡居民参与旅游接待服务，迅速成为国内外知名的乡村旅游胜地；元阳县以壮观的梯田风光特色为内容，融合当地乡村民族风情，成为具有强烈吸引力的乡村生态旅游区；香格里拉县以宁静的森林、洁净的湖泊、辽阔的牧场、独特的藏族风情为特色，积极吸引社会资金和当地村民开展旅游开发和接待服务，形成了在国内外有较高知名度的“香格里拉”乡村生态旅游胜地。

这种模式的特点：一是发挥政府主导的作用，通过整体规划设计，政府引导性投入，吸引社会资金和村民投入开发，加快了乡村旅游开发建设的步伐；二是区分公共性项目和经营性项目，由政府投资建设公共性基础设施，吸引社会资金和村民投入建设经营项目，尽快形成旅游的配套服务接待设施；三是引导和指导农民，积极参与和开展相应的旅游接待服务，带动地方农副产品的加工和销售；四是依托绚丽的民族文化，组织惠及广大城乡居民的旅游节庆活动，在吸引和招徕大量游客的同时，丰富了农村文化生活。

三、发展乡村旅游对“三农”的带动作用

云南在发展乡村旅游的过程中，不仅探索和创造了发展乡村旅游的典型模式，丰富了旅游产品内容，合理引导消费，推动假日旅游的发展；而且通过发展乡村旅游，对带动农业、农

村经济发展，促进贫困地区群众脱贫致富，促进社会主义新农村建设，推动当地经济社会发展都起到了积极的作用。

（一）丰富旅游活动内容，促进假日经济发展

乡村旅游，是一种集农业、农村旅游和农民接待服务为一体的体验型的休闲度假产品，具有乡土气息浓郁，投资较少，带动面大，旅游空间布局、发展规模及经营方式有较大灵活性等特点。因此，通过积极发展乡村旅游，一是促进云南旅游产品结构的调整，推动云南旅游从单一的观光型旅游向观光休闲度假型旅游转变，尤其是乡村旅游通常价格较低，适合于目前城市一般居民和已脱贫致富农民的消费水平，为进一步拓展旅游市场开辟了新的途径；二是乡村旅游符合现代旅游者追求回归自然和个性需求多样化变化的新趋势，有利于刺激内需，合理引导消费，满足城市居民双休日、黄金周休闲度假的需求，具有较强的生命力和发展潜力；三是通过发展乡村旅游，引导农民家庭旅馆、餐馆、娱乐、购物设施的建设和发展，从根本上解决城市旅游饭店日常住宿率低，假日高峰期不够的供求矛盾，较好地缓解旅游热点地区假日游客爆满、食宿困难的突出问题，促进云南旅游持续健康地发展。

（二）吸引农民参与接待服务，带动农民脱贫致富

云南旅游资源独特的地区，大多数是贫困落后或经济欠发达地区，通过在交通条件较好、游客较多的旅游线路或旅游景区周边发展乡村旅游，积极引导和吸引农民参与旅游接待服务，成为市场经营主体，既可以增加农民就业岗位，为转化农村富余劳动力找到新途径；又能够增加当地农民收入，带动贫困地区农民脱贫致富，逐步缩小城乡收入差距。如昆明西山区团结彝族白族乡，过去是一个典型的“生产靠救济、吃粮靠返销、花钱靠补助”的贫困山区乡，通过发展“农家乐”乡村旅游，参加旅游接待服务的农户占全乡总农户数的18%，从事旅游接待服务的人数占全乡劳动力的26%，2004年接待

游客近 50 万人次，乡村集体旅游总收入 1 700 多万元；从事旅游接待的农户，户均旅游收入 3 万元左右，最高的超过 10 万元，最低的也有 1 万多元，人均旅游收入达到 6 010 元。梅里雪山下的明永村，原来是一个非常贫困的边远山区乡村，梅里雪山景区开发以后，吸引村民参与景区服务，仅通过驮马运送游客，每户年均收入就达 1.5 万元，最高的超过 4 万元，不仅摆脱了贫困，而且初步走上致富的道路。

（三）促进农副产品销售，带动农业产业结构调整

发展乡村旅游，离不开独特的乡村风光、特色农业和乡土风情，同时通过乡村旅游的发展，也相应带动农产品的销售，推动农副产品的加工与开发，促进农村产业结构的调整。如罗平县依托良好的自然景观、田园风光和民族文化优势，通过积极发展乡村旅游，带动了具有当地特色和优势的“三黄（菜油、生姜、蜂蜜）三白（白薯、百合、白萝卜）”农产品的生产和加工，不仅成为广大游客喜爱的食品和纷纷购买的旅游商品，而且带动了农业产业结构调整，促进了农业生产和农村经济的发展。昆明西山区团结乡，利用距昆明市城区较近、生态环境较好的优势，在 20 世纪 90 年代就围绕发展乡村旅游的目标，制定和实施了“万亩果园、万亩蔬菜、万只土鸡和万只土猪放养”的规划方案，推进了全乡农业产业结构调整，为大力发展“农家乐”乡村旅游奠定了良好基础。随着近几年“农家乐”乡村旅游的发展，不仅带动了全乡粮食、禽蛋、水果、蔬菜等农副产品的流通和销售；而且培育了一批“绿色养殖业”专业户，加大了油葵、玉米、水果、蔬菜等新品种和种植现代技术的引进和推广，促进了袋装野菜系列旅游商品的开发和加工，发展了多家酱菜、果品、肉食腌腊加工厂，推动了农业产业结构向高产、优质、高效、生态、安全和深度开发及加工的方向调整和发展。

（四）改善生产生活条件，带动农村经济社会发展

发展乡村旅游，一方面必须以农村经济社会发展为基础，尤其具有一定经济发展基础，又有特色旅游资源优势的乡村，通过开发能够迅速形成有吸引力的乡村旅游区；另一方面，随着乡村旅游的发展，在带动农民脱贫致富，促进农业产业结构调整的同时，又能够有力地促进农村基础设施建设和村容村貌改善，带动乡村生产生活条件的改善和提高，加快农村社会事业的发展，提高农民的文化素质和修养，培育健康文明的新风尚，促进社会主义新农村的建设。如昆明市团结乡，通过发展乡村旅游，投入交通道路建设资金3 700多万元，修建了通往昆明城区的四条沥青路共 52 公里；投入资金1 500多万元，先后开发建设乡村旅游景区景点 8 个，其中“欢喜滑草场”被评为“全国 20 大健身著名景观”之一；全乡 83 个自然村有 55 个已开通电话，安装程控电话2 500多部，公共磁卡电话 12 台，移动电话接收站 4 个，移动电话3 000多部，电视卫星接收站 139 座；建设了农业技术学校，改造了龙潭中学和一批小学，不仅为发展乡村旅游输送了人才，而且促进了全乡教育事业的发展。

四、大力发展乡村旅游，促进社会主义新农村建设

从云南乡村旅游的发展历程来看，“领略乡村文化，体验农村生活，进行休闲度假”，是发展乡村旅游的永恒主题；依托大中城市、主要旅游景区和乡村自然文化特色，吸引城市居民和旅游者，是发展乡村旅游的首要条件；良好的生态环境，便捷的交通条件，整洁的村容村貌，是发展乡村旅游的重要保障；从实际出发，因地制宜地采取不同的发展模式和经营方式，积极引导和吸引农民参与旅游开发建设和接待服务，是发展乡村旅游的关键因素；正确处理和合理分配农民的利益，促

进农民收入增加和文化素质的提高，带动农业产业结构的调整，促进农村经济社会发展，是发展乡村旅游的根本目的。因此，在全面建设小康社会的过程中，必须紧密围绕上述要求，进一步提高认识、加强领导，精心规划、狠抓落实，突出优势、发挥特色，规范服务、提高质量，培育人才、加强宣传，注重保护、加强管理，大力推进乡村旅游的发展，充分发挥乡村旅游在促进社会主义新农村建设中的积极作用。

（一）提高认识，加强对发展乡村旅游的组织领导

目前，为适应我国经济社会发展新阶段的要求，进一步解决“三农”问题，实现全面建设小康社会的宏伟目标，党中央做出了建设社会主义新农村的重大战略决策，提出要按照“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的要求，通过实行工业反哺农业、城市支持农村，统筹城乡协调发展的方略，全面加强农村的社会主义经济建设、政治建设、文化建设、和谐社会建设和党的建设，实现经济社会又快又好地发展。因此，旅游行业必须从建设社会主义新农村的高度，进一步提高对发展乡村旅游重要意义和作用的认识。各级旅游部门要按照党中央的总体部署和安排，明确旅游部门在社会主义新农村建设中的职责和任务，紧紧围绕如何把发展旅游与解决“三农”问题相结合，切实加强对乡村旅游发展的组织领导。通过大力发展乡村旅游，来带动农村经济社会发展，推动农业产业结构调整，加快贫困地区农民脱贫致富，不断提高农民的收入水平和文化素质，促进社会主义新农村的建设与发展。

（二）精心规划、狠抓落实，促进乡村旅游的健康发展

规划制定是发展乡村旅游最基础和最重要的工作，规划的好坏不仅决定着近期乡村旅游的发展水平，而且直接关系到乡村旅游未来和长远目标的实现，因此必须对发展乡村旅游进行精心规划，并认真抓好规划的实施和落实。

做好乡村旅游发展规划，一是要注重乡村旅游规划的整体性和连续性，要因地制宜，突出优势，抓住重点，分步实施，避免一哄而上，急于求成，盲目发展。二是要科学规划、合理布局，充分考虑到当地的自然和文化特性，旅游市场的需求、规模和发展趋势，乡村旅游的布局、基础设施等方面的问题，量力而行、有序推进、逐步完善。三是要狠抓规划的落实，需要政府投入建设的基础设施、公共设施等，要努力争取纳入地方经济社会发展计划；可以通过吸引社会资金投入建设的经营项目，要创新投融资机制，积极招商引资或调动农民的积极性，多方筹集投入资金，推动开发和建设。

（三）突出特色，发挥丰富多样的乡村旅游资源优势

旅游资源是旅游产品的核心吸引力，从我国的情况看，乡村旅游资源数量丰富、规模宏大，而且种类多样、特色鲜明。因此，在发展乡村旅游过程中，必须突出特色，发挥优势，才能不断提升乡村旅游的吸引力和生命力。一是要突出乡村自然景观的优势，引导游客领略独特的田园风光、山水景观，开展具有特色的乡村生态旅游，满足游客旅游审美的需求。二是要突出乡村的传统文化优势，充分挖掘古村、古镇的文化内涵，包装具有特色的传统乡土工艺技术，展示现代农业的科技水平等，使游客在乡村旅游过程中，获得更多的历史知识、农业知识、现代科技知识等，满足游客物质和精神享受的需求。三是要突出体现地方民族特色，在建筑、服饰、饮食、歌舞乃至旅游活动的设计等方面，尽可能体现出民族风貌、风情、习俗等特色，满足游客对跨文化差异的了解、感受和体验，增强乡村旅游的吸引力。

（四）规范服务，努力提高乡村旅游服务的质量和水平

加快乡村旅游的发展，不仅需要加强旅游硬件设施的建设，也需要不断提升旅游软件服务的质量。一要建立健全规范的乡村旅游接待服务体系，不断完善和配套食、住、行、游、

购、娱六大要素，提高乡村旅游的综合服务质量和水平。二要规范农户家庭的接待服务标准，从接待设施、接待条件、卫生状况和接待能力等多个方面进行规范，对已经从事经营接待的家庭要依据服务质量标准进行评审，进一步提高接待服务质量和水平；对刚开始发展乡村旅游的地区和家庭，要有序地引导和指导，使农户家庭接待的服务标准达到和保持应有的水平。三是要切实加强乡村环境整治和社会治安综合治理工作，努力营造整洁的村容村貌，良好的乡风文明氛围，为旅游者提供愉悦、舒适、安全的旅游环境。

（五）培育人才，切实抓好乡村旅游的宣传促销工作

人才的培养是推动乡村旅游发展的重要因素。在发展乡村旅游的过程中，要立足于长远发展，有计划、有重点地加快旅游人才的培养。有条件的地区应加强与有关专业院校培训中心的联系，分期分批地组织培训和学习，积极培养乡村旅游经营管理、服务人员。同时要十分重视对广大村民的文化教育和文明素质的提高，增强村民的文明意识和开放意识，培养文明的生活方式、行为方式，促进乡村精神文明的建设，营造文明、和谐、有序的旅游环境。

推动乡村旅游发展的另一个重要因素，就是要切实抓好宣传促销工作，不断提高乡村旅游点的知名度和吸引力。由于大多数乡村旅游点的知名度不高，宣传促销也多为自发和分散的行为，因此各级旅游管理部门要下大力气，花大工夫，指导和帮助抓好乡村旅游的宣传促销工作。要根据客源市场和旅游活动的变化情况，特别是结合“假日旅游”的规律和特点，找准目标市场，重点进行宣传促销；要充分借助广播、电视、报刊等新闻媒体和现代信息技术，加大宣传促销的深度、广度和力度；要发挥“口碑效应”，利用当地城乡居民对乡村旅游点的认同，自觉地进行“口碑”宣传，不断提高乡村旅游产品的知名度和市场占有率。

（六）加强管理，促进乡村旅游的可持续发展

良好的生态环境是乡村旅游能够吸引大量旅游者的重要原因，也是可持续发展的根本保证。要实现乡村旅游可持续发展，一要加强管理，明确乡村旅游的管理机构，根据实际情况成立管理办公室，制定统一的发展规划，制定旅游设施、服务质量标准，规范收费价格，加强日常的指导和管理，避免出现无序发展和管理混乱的情况。二要把乡村旅游的发展与生态环境的保护相统一，充分考虑资源、环境的承载能力，强化生态环境的保护，做到保护和开发并重，实现合理开发和有效利用。三要加强自然村、农居房前屋后的绿化和美化工作，加强卫生和保洁工作，加大对已经遭到损坏的自然环境的恢复和治理力度，努力营造优美的自然景色和田园风光。四要积极借鉴乡村旅游开发建设成功经验，尽快培育一批不同资源特色、不同类型、广受游客欢迎的乡村旅游示范点，积极探索适应各地特色的乡村旅游发展模式，推动乡村旅游的全面发展，为社会主义新农村建设做出应有的贡献。

关于丽江市旅游发展定位、 发展战略的几点思考

杨福泉

丽江旅游的发展繁荣主要依托的是具有突出的地域特色和个性的文化以及与之和谐一体的自然风光，因此，未来丽江的旅游能否持续发展也将取决于文化资源能否保护好，文化能否保持持续的魅力。如果魅力长存，则丽江可以成为可持续的文化型、度假型的世界级旅游胜地。

一、关于形象定位

对丽江文化旅游的形象定位，我们从下面几个在全国乃至全世界独一无二的资源和特点上进行初步的概括，具体就是对“一城（丽江古城）、一湖（泸沽湖）、两山（玉龙雪山、老君山）、一文化（东巴文化）、一风情（摩梭母系制风情）”为灵魂和核心的人文及自然景观的形象概括，下面提供几种标志性的形象定位文字以供参考：

丽江：远山清音，红尘牧歌。

丽江：古城古乐古文字，情山母湖女儿国。

丽江：天地人和谐的家园。

丽江：身心与灵魂的栖息地。

到雪域世界名城散散步，听东巴神韵纳西雅乐；来爱情之都母系家园走一走，读东方真情丽江之美。

丽江的形象总体上给旅人的印象是：独特而多元，反差很强的文化类型不可思议地共存于一个区域；本土文化极有个性；边地高山大江、湖泊小河、小桥流水与极具神秘感的文化、传统民俗和人的日常生活融为一体；人与大自然的和谐，各民族社区生活的和睦与祥和。

一方面，世界文化遗产丽江古城形成一个在中国乃至世界独一无二的以少数民族人口为主体居民，自然与人的生活非常和谐的人居环境。在这里既可以领略到纳西人独有的社会、民俗和本土文化，又可以欣赏到中国古代汉文化的不少历史遗迹和风貌（比如建筑、古乐和民俗），以及相邻民族藏、白等族文化的影响。活水长流、自由灵动的城市结构又使游客能充分欣赏人与自然、社区与环境的和谐。

以“世界上唯一活着的象形文字”为载体的纳西人独特的本土宗教东巴教文化，以其上万卷典籍分布十几个国家的知名度 and 它在千百年的历史进程中与纳西人血肉相依的关系，以及它的多元文化因素，成为丽江旅游内在的精神动力和重要的支撑点。2003年8月，东巴文化古籍又被联合国教科文组织列入世界记忆遗产名录中，成为丽江市境内第三种“世界遗产”。

如果没有东巴文化，丽江古城辉煌文明的主体也就仅仅是纳西人善于吸收外来文化的一个缩影和范例，缺乏一种本土历史文化的厚重感。东巴文化使丽江充满一种神秘感和本土文化的博大与丰富多彩。本土文化与异文化的相依共存：一种既能博采众长，又能守住自己的精神家园的博大和深奥。

泸沽湖畔的“东方女儿国”、摩梭人的母系制文化和充满奇情异彩的“走访婚”是具有世界意义的又一块品牌，以其在世界家庭史、婚姻史和文化史上的独特地位，以及它所具有的浓郁的亲情和浪漫色彩，使丽江文化又充满着一种以丽江古

城为中心的文化圈反差很大的地方文化特点，具有相当浓烈的边地文化特色和魅力。

自从 1994 年以来，玉龙雪山的旅游效益日益见好，但目前尚处于观赏自然景观的浅层面，因此，游人在这里的逗留天数很短，一般是半天至 1 天。它作为纳西人的神山，举世独一无二的“情山”，“殉情之都”的“雪山爱之乐园”（玉龙第三国）的文化神秘性和魅力，目前还没有充分地发掘和利用，深圳国旅曾根据玉龙雪山为情山、丽江为“情都”的特点，对青年男女推出“深圳情旅，丽江有约”的旅游宣传词，把未婚青年的“旅游 + 交友”推向一个新的浪漫境地。对已婚男女则推出“千古不变丽江情怀”，“以玉龙雪山作为见证”的旅游宣传词，效果相当好。

在景区的旅游设施建设上，我们不得不承认有索道过多、开发过度，不利于长久吸引力的弊端，没有进行认真的人文景观规划设计，“东巴王朝”的起名和设计都与东巴文化的精神和本质相去甚远。相邻迪庆州在梅里雪山的旅游设施方面听取了国内外很多专家的意见，汲取了美国国家公园等不修索道的经验，旗帜鲜明地提出“欢迎你来和我们一起转山，但不欢迎你来登顶”的口号，突出了神山的神秘性和崇高感，其旅游发展相当有后劲和潜力。

二、关于发展战略与目标

总的战略发展目标是依托世界文化遗产丽江古城，世界自然遗产的重要组成部分老君山、纳西东巴文化、摩梭母系制文化这些丰富独特的文化资源，形成以“一城（丽江古城）、一湖（泸沽湖）、两山（玉龙雪山和老君山）、一古文化（东巴文化）、一风情（摩梭风情）、一江（金沙江）”旅游精品为主体，以文化旅游、休闲度假旅游为导向的特色旅游产品系列，最终将丽江建成依托世界文化遗产和自然遗产的世界级精品旅

游胜地，香格里拉生态大旅游环线（包括香格里拉、西藏部分地区、丽江和四川西北部的广大区域）和云南省最近提出的“大西南旅游圈”中的旅游重镇和示范区；一个充满诗意和不可替代性民俗风情的旅行地和人居环境。

“三江并流”世界自然遗产地是举世瞩目的大流域遗产地，横跨丽江、怒江和迪庆几个区域，因此，丽江市在发展以黎明为中心的老君山“世界自然遗产”之旅时，应逐步把黎明景区建成连接剑川、兰坪、维西三县的区域生态和文化旅游集散地，这三个县都有非常有特点的人文旅游资源，如果能联动三地，将突出丽江作为滇西北旅游中心城市的作用和功能，并得以资源互补。

总结近 10 年来丽江旅游发展繁荣的实践，我们认为丽江市的文化旅游发展的地位，应始终坚持突出人无我有，并具有国家和世界性品牌效益的突出特色。在发展战略上，坚持下面的原则：打四张王牌，围绕四张王牌营造众星拱月般的旅游规划和旅游产品设计。

丽江文化旅游产品的设计可以分为几个旅游片区来分别设计：古城片区、玉龙片区、宁蒍片区、华坪和永胜片区。另一方面，有些旅游线路的设计则需要突破各自的行政区划来统一规划，如玉龙雪山文化之旅、东巴文化之旅、“茶马古道”之旅、藏传佛教之旅、金沙江文化之旅等。

三、分片区的文化旅游

（一）依托古城，推出扩大古城文化外延的旅游精品

丽江古城是迄今中国两个进入世界文化遗产的古城之一，中国唯一的一个以少数民族居民为主体的世界文化遗产古城。围绕古城展开典型的以中国多元多民族历史文化融合和民俗文化为中心的文化旅游设计，可以展开与古城文化（包括木氏土司统治时期以来形成的儒、释、道等多元文化）密切相关

的精品旅游线路：境内和外延的“茶马古道”之旅；外延的藏传佛教灵地圣迹之旅；参与性的古城民俗文化之旅；木府文化和“流官文化”之旅；古城其他文化（如基督教、伊斯兰教）之旅；古城名人故居之旅；古城桥文化之旅；民居老房寻古探幽之旅；古城周边乡村的生态旅游；震青山的多元宗教之旅；龙山杜鹃园和殉情文化之旅。

在城市建筑格局上，要进行独创性和特点鲜明的古城及其周围环境布局。我们认为，丽江古城是整个丽江的最亮点，因此，不能逐渐使之成为一个被现代建筑群和拥挤的小区包围的孤岛。从城市建筑美学和丽江传统城乡格局的角度看，古城周围应该留下比较多的田园和原野，比较理想的形式是古城周边地区保留比较大面积的农家田园风光和具有典型的纳西特色的村落群及“青瓦白墙”外观的乡村建筑群，乃至很多艺术家和游客喜欢的白沙荒野，使之成为既与古城的传统文化气氛相呼应，又能让游客从古城中走出来，进行“农家乐”和生态农业旅游观光等活动。使乡村田园风光与古城形成一个有机而在旅游魅力上互补的整体，这也从环境上有利于保持玉龙雪山、文笔山等神山圣境的神秘感和宗教感，从心灵上长久地吸引游人。那种古城周围现代化建筑群林立，充斥着雷同于其他城市的生活小区的格局，无疑会使古城的独特审美价值受到很大的影响。

在进行新城建设和周围的环境建设时，也要尽量突出当地特色，避免雷同于昆明、大理、迪庆等周边地区。因此，在建设居民小区的城市规划上，应该突出地方特色，从民居建筑的外观和内部装修上、街道格局乃至街道的取名等，都应该突出地方特色，使古城周围的居民社区也成为丽江古城区、坝区整体景观的一部分。

我们认为，古城周围要切忌高层建筑，特别不应建盖高层宾馆饭店，宾馆饭店应脱离大城市的那种模式，尽量建成丽江民居式的风格。同时，也应切忌为招徕游客而刻意建筑的“迪斯尼”式仿西洋建筑（如香格里拉大道两旁原来那些拙劣

肤浅的仿西洋建筑，以及在白沙拟建的“国际艺术村”那种建盖仿西洋建筑的思路），丽江的历史、环境和文化个性决定了丽江不能像上海等城市一样可以建造仿西洋建筑，而保护和恢复在历史上存在过的教堂、教会建筑等是另一回事，因为它属于恢复、修复和保护历史文化遗产之举。

（二）玉龙县片区及其文化旅游

玉龙县是全国唯一的一个纳西族自治县。除了玉龙雪山，境内的老君山是最近获得的“三江并流”世界自然遗产的重要组成部分，与丽江古城和东巴古籍形成了丽江市的三顶世界级桂冠。可以以纳西族文化和“三江并流”世界遗产重要组成部分老君山为亮点，推出旅游产品，此外，跨区域的“东巴文化之旅”和“茶马古道”之旅、金沙江文化之旅中，玉龙县可以扮演重要的角色。下面列出该县有代表性的几个文化旅游产品：“世界自然遗产”老君山的文化之旅；“长江第一湾”和石鼓镇的历史文化之旅；白沙乡历史文化和乡村风情之旅；黄山乡的“农家乐”民俗文化之旅；塔城历史和宗教文化之旅；宝山石头城文化之旅；大具下虎跳峡崖画和历史民俗文化之旅。

这里需要特别一提的是，丽江市的重要历史文化和自然景观荟萃地——白沙目前尚有吸引不少游客的空旷荒野，与玉龙雪山形成一道独特的自然景观，有类似美国西部原野风光那样的独特审美特征。不少诗人作家曾歌咏过这片在云南已经不多见的旷野，因此，应留住这片原野，不再实施大兴土木的工程，这既对保护丽江古城的水源地、水脉有利，也对应了游客从古城走出来后走向雪山时的那种归身于大自然，走向空旷原野的心理需求和审美需要。

（三）以泸沽湖为核心的宁蒗县片区的文化旅游

1. 细化、深化“东方女儿国”母系制文化之旅

摩梭人的母系制和“走访婚”俗是一个世界性的品牌。

泸沽湖地区纳人（摩梭人）的母系制和“走访婚”俗，是人类家庭史、婚姻史上的奇观，是人类社会和文化百花园中独一无二的人文景观。摩梭人的母系制和“走访婚”对人类婚姻史和家庭史的研究有重大的学术价值，它在迄今所有的人类婚姻和家庭形式中是一种非常独特的方式。

独具特色的纳人（摩梭人）母系制文化与景色秀丽、生态保存比较完好的高原湖泊泸沽湖等，共同构成了泸沽湖国家级旅游风景区对外形象的主体支点。

在旅游规划上，应对泸沽湖景区实施保护与发展并重的战略，达到既使该区域的旅游繁荣，民众从中受益，又能保证旅游资源的永续利用的目的。宏观目标是争取将该区域的摩梭母系制文化列入“世界文化遗产”名录。因此，我们在设计旅游中的文化资源利用时，应该以联合国教科文组织有关“世界文化遗产”保护的基本原则为重要前提。

以摩梭母系制文化为该景区的灵魂，依托泸沽湖和永宁坝等自然景观，设计融摩梭母系制文化之奇和高原湖泊、山乡之美于一体（即融“情、山、水”于一体），各有突出特色的旅游片区与专线以及一些基于当地文化特征，游客参与性强的旅游项目（我们曾为该景区设计过以成片与连线来推动文化旅游的方案，5个片区6条旅游路线：5个片区是基于当地村寨群落布局的旅游片区，即落水片、者波片、永宁乡集镇片、拖支片、温泉片；6条旅游专线是：宗教文化之旅、灵地圣迹之旅、生态文化之旅、历史文化之旅、古道徒步之旅、泸沽湖环湖之旅）。并设计出一些在发展旅游业中注重对摩梭文化的保护、传承与发展的具体措施。

旅游产品设计应以争取列入“世界文化遗产”为目标。泸沽湖旅游区比较可行的发展方向应是将其建立一个以考察、观光、体验与研究为主要目的的“世界文化和自然遗产”的保护项目，而非普通意义上的度假区。因此，至少在一段时期内，进入泸沽湖旅游区的主体客人，即主要的目标市场应是更多想对摩梭母系制文化作较全面了解旅游者，而非普通的

观光者。

建一个有浓郁特色的“女儿国”中心集镇。应将永宁乡集镇片建成一个具有鲜明的摩梭文化特色的民族集镇和“女儿国”中心，这就必须考虑在该镇的“小集镇”建设中，统一规划，使民居和公共建筑物尽量从外观和内部设施上突出摩梭民居的特色，限制普遍流行于城市中的钢混水泥建筑和高层建筑。

永宁乡集镇片中心的皮匠村（皮匠街）曾经是“茶马古道”上的重要集镇，是从丽江经奉科、宁蒍的拉伯、永宁、四川省的木里、康定，再到拉萨的重要商路，滇、川、藏商人进行商贸交流、歇脚的集镇。目前皮匠村的居民尚开有四家马店，滇、川两地的马帮常在此进行贸易活动和歇息。以后可将此作为一个传统的“茶马古道”上尚鲜活留存的人文景观，对开马店家庭的建筑、装潢、服饰等要有相对的要求。

2. 小凉山彝文化旅游

彝族是云南最大的少数民族，历史悠久、博大精深。彝族服饰文化、毕摩文化、歌舞打跳、太阳历、火把节、文身文化都是国际学术界极为关注的学科，是中外游客渴望了解的内容。小凉山彝族文化是滇西北文化多样性不可分割的一部分，以此为依据可以设计的旅游线路为：跑马坪乡沙里坪彝族文化保护区之旅；红桥乡干坝子彝族文化保护村之旅；西川乡小垭口彝族毕摩文化保护村之旅；沙力坪村彝族的竹编工艺之旅；建设小凉山彝族文化博物馆。

（四）永胜县片区的文化旅游产品

以永胜县为代表的明朝“军屯移民文化”，形成了丽江市历史文化的另一面，即历史悠久的汉文化。下面是该地最有特点且有潜力的旅游产品：“他留古墓群”和他留人民俗之旅。

（五）华坪县片区的文化旅游

华坪县西眺丽江古城，背靠泸沽湖，东与四川的攀枝花市

接壤，是昆明和成都方向经攀枝花前往大理、丽江、宁蒗等旅游热区的必经之地，有良好的区位优势。我们提出以下几项特点突出的文化旅游产品的构想：腊姑河花傈僳民俗风情旅游；与丽江等地相接的“茶马古道”之旅；探访金沙江上游傣族文化之旅；花傈僳“阔时节”之旅。

四、跨片区的文化旅游

除了上述以区县划分的文化旅游产品，丽江市有些重要的旅游线路是跨区域的，因此，要统筹安排，推出片区联动的文化旅游线路和产品，以下是其中的几项：

（一）东巴文化博览之旅

以“世界上唯一活着的图画象形文字”为载体的东巴文化是丽江最有民族和地方特色的文化瑰宝，2003年东巴古籍又被联合国教科文组织列入“世界记忆遗产”名录，加大了它的知名度。东巴文化也是重要的文化旅游资源，可以从以下几个方面来设计相关的旅游产品：丽江东巴文化研究院的学术文化之旅；走向乡村的东巴文化之旅；面向国内外的东巴文化学习之旅；外延到相邻地州和省区的东巴文化寻踪、朝圣之旅；培育东巴文化工艺品大产业。

（二）境内和外延的“茶马古道”之旅

以“茶马古道”重镇丽江古城为出发点和归宿点的“茶马古道”之旅，外延至滇川藏的藏区乃至印度和尼泊尔。除了统一的垮地州乃至跨省区的游路外，丽江各地亦可以设计某一路段的游路，小到可以是目前在丽江古城进行的象征性的茶马古道之旅。还可以根据传统的“茶马古道”线路，设计不同的游路。

（三）滇川藏“大香格里拉”文化旅游线

“茶马古道”之旅是“大香格里拉”旅游线中的一条，此外，还可以与四川西南、西藏东南部合作，推出“丽江→泸沽湖→亚丁→稻城”之旅，作为“大香格里拉”旅游线之一。

（四）朝拜丽江神山灵地之旅

丽江是一个“山国”，丽江的原住民都是山地民族，“山文化”在旅游产品设计中应该扮演一个重要的角色。常言说“山不在高，有仙则名，水不在深，有龙则灵”，这句话道出了圣境灵地旅游的奥妙，西藏、青海等地广为吸引游客的灵地圣迹转山、绕湖等朝圣旅游值得丽江借鉴和学习。丽江市境内有多座神山，如玉龙雪山、老君山、文笔山、永宁的干木山（狮子山），可以从以下几方面来设计旅游产品：朝拜神山与情山之旅；朝拜佛教神山圣迹之旅；朝拜“东方女儿国”神山之旅。

（五）金沙江（丽江）文化之旅

“丽江”之名源自金沙江，金沙江是一条充满传奇色彩的大江，丽江境内的金沙江更以“长江第一湾”和虎跳峡而闻名遐迩。随着将来金沙江航线的开辟，可以推出金沙江文化之旅，这也是很有潜力的一条旅游线。在丽江市境内的金沙江，可以串联起以下方面的历史文化和民俗文化内容（详细内容见“旅游产品设计”部分）：沿江寻古探幽之旅；沿江寻觅神话传奇之旅；沿江体验乡村风情之旅；具有外延性的探访金沙江上游傣族之旅。

（六）专项科学文化考察之旅

丽江有丰富独特的自然资源和人文资源，除了本规划中提到的各种文化资源，从自然资源的角度讲，比如玉龙雪山的冰川、老君山的丹霞地貌、丰富的动植物和花卉资源，横断山脉

的地质地貌、高原湿地、湖泊、高原天象观测等，可以与大学、中学的夏令营以及各种学者的文化科学考察活动结合，推出自然科学、人文科学内容的专项科考旅游项目。

（七）争取成为国际上一流的会展旅游地

丽江独特的自然风光、人文景观和两个世界遗产地的牌子是促进会展旅游的最好条件，近年来，在丽江已经举办过多个规模较大的国际国内学术、政务和商务等不同类型的会议，可以进一步挖掘发挥这方面的优势。在妥善处理保护与发展关系的基础上，将丽江建成类似日内瓦那样著名的国际会议之都的名城不是没有可能，如果能成为联合国教科文组织心目中“世界遗产地”保护的典范，那也可以争取在丽江有联合国教科文组织的常设机构，成为常年规律性的“世界遗产论坛”举行之地。关键是要借鉴世界上那些成功成为国际著名会展旅游地的基本经验。

（八）大力促进生态文化旅游

生态旅游是一种对环境负责的旅游和观光行为，主要通过环境的保护，达到使当地的生态和人口得以持续发展的目的。

生态旅游是在一定自然地域中进行的有责任的旅游行为，为了享受和欣赏历史的和现存的自然文化景观，这种行为应该在不干扰自然地域、保护生态环境、降低旅游的负面影响和为当地人口提供有益的社会和经济活动的情况下进行。

生态旅游作为一种新兴的旅游形式，是当前国内外旅游市场的热点，丽江高品位的生态旅游资源为其发展生态旅游提供了得天独厚的基础条件，生态旅游特有的保护性和旅游扶贫功能又特别适应滇西北资源及环境脆弱、经济不发达、贫困面大的实际。

目前丽江市的主要旅游方式还是处于“走马观光型”的低级阶段，团队旅游是主要形式。当丽江旅游发展到一定的阶

段，一方面景点爆满，难以接受重压；另一方面游客在丽江的停留时间缩短。急匆匆来，急匆匆去。欲使丽江旅游再上台阶，壮美的山川和神奇的各民族文化是旅游发展的新天地，可以满足日益增多的游客进行回归自然和本真文化之旅的愿望。我们在本规划中设计了几条生态旅游线路（详见旅游产品部分）。

从长远看，丽江应逐步调整游客结构，不能仅追求单纯的游客人数，而是要大量招揽高素质的游客，逐渐控制经济型游客的人数，减少游客对环境的破坏程度。

根据一些生态旅游专家的意见，围绕云南省生态旅游的发展情况，可以把游客分成三个层次，第一个层次是进行科学和文化考察、探险等高层次旅游，这类旅游者环境保护意识强，支付能力亦比较高，对环境的影响程度最小。这应该是今后丽江生态旅游重点吸引的对象。第二层次是大众旅游中素质较高的游客，他们注重环境保护，旅游消费较第一层次相对低些，但也是重要的客源。第三层次是经济型游客，人数多，消费低，如果大量涌入原始自然景区景点，会对生态文化产生较大的影响，这部分游客要加以控制，比如，在一些自然生态原始状态较好的景区，应提高门票和收取资源保护费，限制游客人数，这样不但经济收入不会减少，生态环境也会得到良好保护，游客的游览质量也会大大提高。

五、关于丽江市旅游发展目标的分期

上述旅游发展目标中，可以分为前期和后期两类，前期发展目标是那些目前已发展到一定规模，但可以进一步充实完善的旅游产品，从现在起逐步推出；第二类是可以在2020年以前循序渐进地开发的旅游产品，比如丽江古城的“流官文化之旅”，以丽江为出发点外延至川、藏乃至印度、尼泊尔等地的“茶马古道”之旅；外延至滇川藏其他地区的藏传佛教灵

地圣迹之旅（这个旅游产品的成功推出将受到丽江市境内藏传佛教的香火有无可能在仲巴活佛等高僧大德的推动下重新兴旺等因素的制约。）具体的旅游发展目标年限，应根据丽江旅游发展的实际条件和时机来最后确定。

六、关于丽江市旅游发展的指导思想和原则

（一）突出人无我有的特点，着眼点放在营造国际级别、世界一流的旅游精品战略上

依托丽江市文化旅游资源的独特性、多样性和不可替代性，深度挖掘文化旅游资源价值，突出人无我有的特点，着眼点放在营造国际级别、世界一流的旅游精品战略上，这样，在景观的整体布局、城市建设、基础设施建设上就要形成自己的突出特点，切忌与其他地区的城市建设（包括城市的环境布局、小区建设等）和旅游设施雷同，如丽江古城周边的新城及小区建设，无论从民居形式上还是在结构上，都应该在“人无我有，个性卓然”上做文章，如果做法与中国内地城市和周边地区大同小异，就难以形成国际性的精品旅游区。可以借鉴如今迪庆州在城市建设上突出藏族文化特色、泰国很多旅游地在衣食住行等诸多方面尽量突出泰民族文化特色的做法。

（二）全力保护丽江赖以安身立命的文化资源

民族文化在目前的全球经济一体化浪潮中极易变异、变迁和消逝，这也是以民族文化资源安身立命的丽江旅游的潜在危机。因此，以保护为前提应该是丽江旅游发展规划的基本原则，要全力保护好丽江目前尚存的有形和无形的文化旅游资源，以立法的方式来保护有些特别容易消逝的文化形态，如摩梭人的母系制文化，东巴文化，古城的民俗、语言、服饰，古城本地纳西居民的比例等。尽快建立起一些卓有成效，不同类型的文化保护区。

（三）对文化产业和旅游投资项目采取严格的评审制度

由于丽江市是当前各种外来文化产业的投资热点，要保持住丽江“三个世界遗产”地的文化品位和声誉，在丽江这样一个中国的世界文化品牌和国宝级的城市里实施文化产业和其他大规模的建设项目时，要审慎把关，建立多方面专家参与的项目评审制度。

（四）争取成为“大香格里拉旅游圈”、“大西南旅游线”上的中心旅游城市和示范区

基于丽江文化旅游资源内涵的外延性（如上述古城文化、东巴文化以及“茶马古道”旅游线等的外延性），要与全省特别是与包括川、藏两省区的部分地区形成一个旅游线和旅游产品互联互动的网络，互相补充，互相促进，形成一些旅游产品的大格局，这样才能显出以丽江市为核心的大旅游区的一种宏大气魄和发展空间，也才能成为“大香格里拉旅游圈”、“大西南旅游线”上的中心旅游城市和示范区。

（作者单位：云南省社会科学院）

创新思路，推进旅游业与 文化产业的全面合作、互动发展

郑 海

最近几年来，在相当程度上借助旅游业构筑的平台获得重要发展契机的云南文化产业，异军突起；而已经成为支柱产业的云南旅游业也在不断提升其文化含量，形成自己的核心竞争力。从整合资源、创新机制、形成合力，构建大产品、大市场等角度，进一步探讨二者全面合作、互动发展的思路、具体支撑等相关问题，是我省旅游界和文化产业界共同面临的课题，值得进行深入的讨论。

一、从构建核心竞争力的角度看全面合作、 互动发展的必要性

文化产业与旅游业间的关系，目前在理论探讨的层面尚有争议，国内外均如此。有的把旅游业置于文化产业的范畴中，有的视之为并行的一支，有的则想把旅游业中的一部分拆分出来并入文化产业（即所谓“文化旅游业”）。理论层面的探讨还将继续下去，但在实践中，至少在云南，认真研究如何促进二者在多个层面的深度结合、互相借力，甚至互相依存、融为

一体，从而实现双赢，却是完全可能的。事实上，也许障碍较大的不过是体制和思路方面的问题。

撇开这些未成定论的探讨不说，可以肯定的是，旅游业与文化产业间有很多共同点。首先，依照国际通行标准，二者都属于现代服务业的一部分，具有综合性强、辐射面广、渗透性强、产业链较长，与其他产业的关联互动作用非常明显等共同特征；其次，旅游业和文化产业的诸多构成要素（如资源和相当一部分产品及市场）中有很强的共通性，有一些要素甚至是同一的。在云南，由于种种众所周知的原因，二者的关系从一开始就显得特别紧密。笔者在一系列研究文化产业的文章中多次提到的二者的“关联互动”问题及其全面合作、互动发展的设想，意在明确在云南旅游业和文化产业的发展中应着力推进二者的合作与互动。

需要强调，旅游业和文化产业的互动发展是以科学发展观的理论为依据的，完全符合科学发展观的基本要求。科学发展观要求现代新兴产业在其产业圈内外都能形成一个积极互动的良性循环，从而体现出和谐发展的整体优势。具体说，就是其产业发展的走势开始由过去单纯的要素禀赋（包括比较优势的单一要素或孤立的要素优势）拉动增长，转向合理规划各要素对经济增长的权重，并建立要素链互动共赢的整体关系优势，从而使经济增长由散兵游勇式的要素推动型向各要素战略协作的共同合力拉动型转变。它的深刻含义在于，产业发展从要素管理向关系管理转变，具体表现为从政府的架构和职能上，需要超越部门主义、权控全局的观念；从产业角度看，需要产业经济间实现有利于建构核心竞争力的科学整合；从市场功能上看，应有一整套市场功能形成、发展和完善的自动形成体系。这种内涵不断深化，外延不断扩大的“互动发展”，符合旅游业和文化产业自身的内在规律，也符合未来的发展趋势。

居于上述思路，从建构我省旅游业和文化产业核心竞争力的角度看，强调二者的全面合作具有特别重要的意义。一个产

业的区域核心竞争力，应是建立于该区域经济社会综合竞争力基础上，在其产品生产和服务领域内的资源开发利用和市场占有能力方面的优势表现，以比较优势和竞争优势作为共同支撑。一般认为，类似云南这样的西部地区，资源相对丰富独特，比较优势明显，但是需要其他多项产业要素支撑的竞争优势却往往不强。没有竞争优势的比较优势，无法单独支撑其核心竞争力，也很难在竞争日益激烈的市场环境中获得充分有效的发挥。从旅游业发展的角度看，针对文化资源在其产业内的作用和地位越来越突出，客源市场需求日趋多元、竞争更趋激烈，云南与周边国家及省区间在旅游业发展上既合作又竞争的“竞合”格局已基本形成的状况，我们需要进一步理清发展思路，走出固有的模式和习惯，从实际出发，基于市场需求和资源属性的有效结合来思考产业未来发展的新思路。一个比较紧迫的问题是，如何突破现行的行政区划和固有的产业领域，在更大范围内对资源进行更有效的配置和整合，一方面避免同质产品的低层次重复建设；另一方面使特定区域内的资源利用能够符合于市场的需求和基本规律。可以肯定，旅游业与其他相关产业间互补和整合的可能非常大，云南旅游业的实践已经就此提供了诸多成功的范例。一种情况是某些产业大量使用旅游业提供的优势项目、市场机会等有效资源（有的甚至以旅游服务为核心资源），从而大大降低了进入成本和市场组织成本，促进自身的发展，电信业、交通运输业，文化产业中的演艺业、出版业等均属这种情况；另一种情况是旅游业与其他一些产业相结合，从而形成综合性的新产业，如与云南旅游业发展密切相关的云南茶产业、酿酒业、花卉业、特色餐饮业，乃至生态农业等，都属这种情况。必须强调，所有相关产业的联动发展，都可以对旅游业提供实实在在的支撑，有一些产品本身甚至就逐渐成为旅游产品中的有机组成部分。

应该看到，对于区位、交通和市场拓展能力均不占优势的云南来说，旅游业对其诸多产品的市场构建作用非常明显。正因为如此，许多产业都在以已成气候的旅游业作为市场平台，

构筑以外来游客为主导，兼及本地消费者的市场，借助市场需求来实现特色资源优化配置和主导产品的逐渐确立。在云南，谈及文化产业的发展，比较一致的看法是，必须充分用好用足旅游业构建起来的市场，甚至以服务旅游者的文化产品为核心，辐射整个文化产业，利用旅游业的产业链长这一特点，在更广大的范围内不断组合休闲度假、娱乐演艺、节庆会展、体育、工艺品、报刊出版、影视音像等生产。从另一方面看，文化产业对旅游业的促进和支撑作用也十分明显。它们或者成为旅游业中不可少的要素构成，或者本身就成为旅游产品的一部分。旅游业则可以通过与文化等其他产业的深度结合，不断丰富和提升旅游产品，逐步完善产品体系，形成新的赢利模式，促使旅游业再上台阶，同时也拉动其他产业的持续提升。

在突出比较优势的基础上如何提升竞争优势是建构和强化云南旅游业和文化产业核心竞争力的关键所在。具体说，应该从制定和实施云南旅游业和文化产业核心竞争战略的更高层次，进一步讨论二者全面合作、互动发展的问题。“互动发展”的有效达成，将有可能减少两个产业内的产品趋同性，减少违背市场规律的盲目建设和重复建设，使有限的资源、市场、资金、技术、项目、人才等产业要素的配置和支撑，变得更加优化、更加高效，进而实现更具综合竞争力的双赢格局。这种整体性全面合作、互动发展的有效达成，对于旅游业和文化产业本身，以及其他相关产业的协同发展，具有相当重要的作用。云南旅游业如果能够同时在加强区域合作、与文化产业等其他相关产业实现有效互动这两个基本方向获得明显的发展，提高整体性的竞争实力，旅游业不仅将获得更大的发展后劲，还将在整个云南经济发展中资源配置的优化方面起到更加重要的积极作用。

从理论上讲，旅游业和文化产业核心竞争战略的制定和实施，应基于这样的考虑：每个区域在其产业发展过程中，都应该明确自己的核心竞争力所在，紧紧围绕核心竞争力的目标发展相应的核心业务，考虑相关的制度安排和机制设计，加大各

种产业要素的整合力度，调动各种优势资源来实现该核心竞争力的目标达成和良性延伸，努力做好本区域最强势、最独特、最具品牌效应的东西，明确自己在全国乃至国际分工中的位置，必要时应当舍弃一些与核心竞争力无关的东西，避免同质竞争和低水平重复建设带来的负效应。就云南这样一个综合基础条件较差的西部省而言，新兴的文化产业和已经较为成熟的旅游业达成全面合作、互动发展的核心竞争战略，对于尽快形成其二者的核心竞争力，具有相当重要的作用。这样的战略选择一方面有利于通过资源、资本、技术、人才、品牌、市场等要素的全面整合，尽快形成旅游业和文化产业的核心竞争力；另一方面则能够对整个旅游业和文化产业以及关联度高的其他产业产生显著的带动力，进而实现产业链的有效延伸，在更广大的范围内推动休闲度假、娱乐演艺、节庆会展、体育健身、工艺品制造、报刊出版、影视音像、特色餐饮，乃至花卉、茶叶等特色农产品实现更具活力、更能提高经济效益的良性组合，不断发展，进而从多个很重要的侧面拉动整个云南经济的持续发展。

这是相辅相成的两个方面，关键在于我们如何把握它利用它。通过努力，云南的旅游业和文化产业（包括其他一些相关产业），完全可以构成更高水平的共享资源、共享市场、互为支撑、互为促进、共同提升、共同发展的格局。

上述简要讨论，是我们在实践层面把握云南旅游业和文化产业全面合作、互动发展的理论起点。

在云南，文化与旅游具有诸多近乎“天然”的联系，在许多州（市）县的实践中实际上很大程度上把二者统一起来运作了。与此不相适应的是，受种种因素的制约，在更为关键的省一级决策层面，旅游业和文化产业的现有发展思路似乎还停留在二者的一般性结合这一层次。这种“一般性结合”，显然不能准确完整地体现云南旅游业和文化产业在其发展中应有的互为依从的关系，意味着从理论和实践层面上讲二者均仍然处于自成一套体系的分离状态。由此带来一系列问题，包括二

者的发展思路如何统一、统计分析的标准如何完善统一，如何梳理、完善、统一为发展旅游业和文化产业制定的各种政策，二者的体制改革工作如何对接……甚至还有旅游部门和文化产业部门相互争夺资源，出现不少同一水平的重复建设、低效率投资，等等。

从某种意义上讲，旅游业与文化产业的“一般性结合”，似乎是一种比较自然的选择，一旦进入全面合作、互动发展的层面，这种选择就有了更多自觉的意思。从“一般性结合”到全面合作、互动发展转变的基本含义在于，没有必要把旅游业与文化产业的主体部分看作两个并行的产业，而可以视为服务业内同属于一个互为依存的产业群。它们将在更大的范围内和更深层面上相互融合，确定统一的发展思路和政策支撑，制定完整合理布局规划，构建共同的市场网络，全面改革和完善管理体制，搭建全方位的资源配置和整合的创新机制，规范和改善资本进入和良性运行的市场环境，造就更有市场潜力的产品开发和服务体系，形成更具成长空间和弹性的赢利模式，由多个行业共同支撑的产业架构，以及省内各地区的差异互补型产业体系等，进而逐步实现以建构和强化核心竞争力为目标的，各项基本产业要素和各个地区优势资源的全面整合。

因此，也许我们不必等待理论探讨和体制划分上的完成，只需从有利于进一步发展的角度，从构建两个产业，特别是二者融为一体而更具强势的核心竞争力的需要来把握，明确思路，旗帜鲜明地推进其文化产业与旅游业从“一般化结合”向全面合作、互动发展的转变。

以广大乡村区域内的旅游业和文化产业发展为例。在一系列驱动力中，旅游业和文化产业对我省少数民族地区的有效促进作用正日益凸显出来。在很多少数民族聚居地，劳动者素质不高、自然资源有限甚至匮乏，但民族风情浓郁，民族文化独特。如果受制于传统的资源分类，硬要在旅游业和文化产业中贴上明确的从属标签，必定是一种求其末而舍其本的做法。我们要做的，应该是结合当地实际，在制定经济社会和文化发展

战略以及编制规划时，有重点地突出旅游业和文化产业的共同支撑作用，带动其社会和经济的发展，将文化资源的保护与开发、人力资源开发与利用、经济结构的调整与优化以及生态环境的利用与保护有机结合，整体推进。具体说，至少有两个显见的切入点：一是重视其少数民族乡村文化的有效利用，二是加强民族民间工艺品的开发。

总起来说，在云南，努力推进旅游业与文化产业的全面合作、互动发展的核心竞争战略，是一种创新设想，是实践科学发展观的积极努力。尽管目前看来尚有许多来自观念和体制的障碍，但值得进一步探讨并付诸尝试。

二、全面合作、互动发展符合“大旅游”和“大产品”的思路

高质量的旅游产品和服务，应该具备市场需求和与云南自身特点的有机对接。

这里，需要再次强调，受旅游者需求变化的影响，旅游业发展到现阶段，原有的以景区、景点为主体的产品构成，已经越来越明显地正在被更具文化内涵、更具多样性构成的综合产品所取代。基于此，可以说，现代旅游业的发展对最具活力的创新意识这一基本要素的依赖也越来越强。它应该被定位为以人的创意和智能为核心，整合经济社会中的多种要素，组合资本、技术、市场网络等形成的产业形态，需要通过与与时俱进的创意极大地提升原有资源的审美含量、时尚含量和各种附加值，推出真正能够异时共存，异地共享的优秀产品，并且逐渐形成有巨大发展潜力的、高品质的产品丛、产品链的产业规模。简而言之，只有传统意义上的好风景，已经不可能开发成真正意义上的好产品了。丽江、大理等地的大量例子证明了这一点。

举例来说，最近以来，重视乡村资源在休闲旅游度假业中

的各种利用把这一话题更加凸显出来，颇受旅游界和相关学术界的关注。之所以如此，至少有以下几个主要原因：一是曾经在城市周边热过一时的以“农家乐”为代表的这类休闲产品经过几年的发展，兴衰沉浮，已经到了需要认真总结、着力提升的阶段。二是最近以来，旅游界流行一个“环城市旅游休闲度假带”（或称“环城休憩带”）的概念，基本特征为：以大中型城市为目标市场，在其周边开发旅游休闲度假类系列产品。三是市场有相当的需求，我们已经度过的多个“黄金周”逐渐体现出了一些具有规律性的启示，一个非常重要的结构性变化正在出现，即由于种种原因所致，长线游的增长幅度在减缓，而短线游和周边游在增加，这就意味着环城市旅游休闲度假带的地位越来越突出（有资料显示：环城市旅游休闲度假产品目前在中国的地位至少是三分天下有其一，甚至是半壁江山）。更加充分地利用乡村资源，开发环城市旅游休闲度假带从一个新的角度完善了旅游产品的类型，为传统旅游产品与文化产品的深度结合提供了重要的平台。原来一说旅游资源第一是文物古迹，第二是名山大川。市场导向使人们认识到了，不管什么样的东西，只要客人需要就可以演化为旅游资源。从产品的角度看，旅游休闲度假是一个复合性的产品，旅游是传统讲的观光性内容，休闲是城市充分发展后的新变化，度假则是休闲的延伸，也是新产生的市场需求，但是在市场上的表现，总体来说，更多地表现为一种复合性、综合性的东西。因此，我们应更新观念，对旅游产品的定位作相应调整，进一步确立“大旅游”和“大产品”的观念。

“大旅游”和“大产品”的提出，意在从产品设计的角度，把传统意义上外来游客的旅游行为和本地居民的假日休闲度假、户外娱乐活动等有机整合起来。目前的情况是，由于传统的产品定位，外来游客的旅游行为和本地居民的假日休闲度假、户外娱乐活动等在很大程度上处于分离状态。客观上造成了以本地居民的假日休闲度假、户外娱乐活动产品的大量闲置，如昆明周边的各种休闲度假村在周一至周四消费者太少，

而传统意义上的旅游景点又因种种原因而难以兼具本地消费者这一块市场。事实上，只要思路对头，认识到位，上述两个目标市场是有可能通过高水平的产品设计被整合起来的。以休闲业为例，我们没有必要再浪费精力去探讨，它究竟应该属于旅游业还是文化产业，全面合作、互动发展的思路，将使它获得巨大的成长空间。

实践中也不乏这样的成功例子，如昆明的西山森林公园曾经是典型的兼具两块市场的产品，之所以近年来对外地游客和本地消费者的吸引力都在下降，是因为对该产品缺乏必要的更新和提升，缺乏与市场结合的有机整合。这是一个很值得认真琢磨的案例。所谓“大旅游”的构成基点，是依存于这样的思路，外来游客要看要感受的不仅仅是简单定格状的“物”，而是活的“人”，是云南人在某一物景中真实自然的生活状态和生活方式。类似的经验几乎每个人都曾经有过。如果用这样的思路来看待我们的旅游产品，会发现很多创新组合的空间，比如昆明郊区团结乡的“农家乐”，比如翠湖周边昆明人的生活风景，比如澄江、红塔训练中心，等等。

确立“大旅游”的思路对于云南旅游业的可持续发展有着十分重要的意义。一是有可能对传统旅游产品和服务的设计提出新的要求；二是能够有效提高产品和服务的市场需求；三是一些旅游产品的设计可以因地制宜，针对特有的目标市场需求，逐步完善逐步扩展；四是有利于推进旅游业与其他相关产业的整合。

应进一步明确，旅游产品并非完全等同于旅游目的地的景点和景区，要改变过去发展旅游产品过分依赖（或简单等同）景点景区的思路和做法，注重组合，用新的创意主题，开发更高层次上的旅游产品。其核心点为通过高水平的创意组合，实现动态产品设计上的创新。在产品设计上，要改变以传统的景区景点为核心的产品结构。首先是景区景点的构成应该不再限于公园似的景观，品位朴素的原生态（包括自然类和文化类）同样能够具有独特的魅力；其次，随着传统“目的地”

对游客的心理期待逐步让位于旅行过程的市场变化，贯穿旅游者旅行全过程的动态型产品越来越重要。

三、几点设想和建议

从建构核心竞争战略的思路出发，要深化和完善云南旅游业和文化产业全面合作、互动发展的基本思路和框架，有很多事情需要做，包括体制改革、机制创新、资源利用、市场导向、产品创新等方面的考虑和谋划。从目前的情况看，受整个经济社会发展的制约，云南旅游业和文化产业的资源利用能力、人才支撑、科技创新能力、企业发育水平、对外部市场的拓展能力，以及面对外部市场需求的产品设计与创新能力等，均比较薄弱。这里仅就其中几个问题，提出几点初步的建议。

体制改革和机制创新。全面合作、互动发展的核心竞争战略的确立和实施，必须在省和各个州市级的体制改革和机制创新方面有所突破，从而为旅游业与文化产业的一体化发展提供必不可少的制度安排和机制设定。目前，文化体制的改革正在推进过程中，需要稳步解决的问题还不少，而从总体上看旅游业由于长期沿袭“政府主导”的体制，与市场经济尚有很多难以协调、对接的障碍。两个产业要想实现真正的全面合作、互动发展，有大的作为，需要其管理和运行体制的有效对接，这就意味着二者应在体制改革方面确立基本相同的目标和实施步骤，服从于大致相同的时间表。因此，应加快旅游业的体制改革，在很多方面，可以参照文化体制改革的有关思路、政策和实施措施，同步进行改革。可以考虑尽快在省委、省政府层面建立旅游业和文化产业全面合作、互动发展的协调指导机制。

大力推进跨区域、跨产业的合作。全面合作、互动发展的核心竞争战略构想特别强调跨区域合作，这就意味着发展云南文化产业和旅游业都必须确立全省一盘棋的原则。目前的情况

是，由于各个地区的文化产业和旅游规划缺乏必要的关联，往往自成一体，小而全，难以形成整体优势。应根据各个区域的资源特点和其他条件，进行特色定位，充分发挥比较优势，避免重复建设和投入，避免同质化的低水平重复和恶性竞争。要坚持特色定位与比较优势，依托重点区域的建设，进一步发挥其辐射功能和带动作用。今后一段时期，云南旅游业和文化产业发展的一大要务是，在省外和国外积极寻求合作，在省内抓紧跨地区、跨产业合作的推进。各地区应该摒弃各自为政、以邻为壑的传统竞争观念引导下的开发经营习惯，打破地区封锁，弱化地界概念，强化跨地区合作共赢、互利发展的理念，坚持产品开发设计中特色与互补的整体性思路。在兼顾各地自身特色，把握全省文化和旅游产品合理布局的基础上，改变目前我省各地在文化和旅游产品开发上各搞一套，缺乏统一策划和监控的现状，建构有效机制，打破不同区域和行业之间的森严壁垒，根据不同项目的特点，以精品项目为龙头，实现多个相关区域和行业的优势整合。在宏观管理层面上，建立跨地区的行业管理协会，通过各地政府和行业部门间的协商引导，制定行业内部共同遵守、共同维护的相关公约，充分发挥行业协会在跨地区协作过程中的特殊作用。在实际操作层面上，在资源类型相近、地理区位相邻的地区间，可以通过多种形式，共同打造品牌，联合开拓市场。

尽快实现从“资源依赖型”向“市场依赖型”转变。由于区位、交通、综合实力等方面的原因，云南的旅游业和文化产业（包括整个云南经济）在总体上走的是“资源依赖型”的路子。而无论哪一种核心竞争战略都有一个共同点，就是以需求为前提，尤其对以知识和创意为核心构成的旅游业和文化产业，单纯的“资源依赖型”很难形成可持续发展的核心竞争力。发达地区的成功产业走的都是“需求依赖型”的路子，即在准确把握了需求后，运用自身先进的资源配置能力（包括资本力、组织协调力），在世界范围去选择所需资源。推进全面合作、互动的发展战略，必须逐步实现从“资源依赖型”

向“需求依赖型”转变。通过努力，实现在市场拓展上“坐大”与“走强”两条腿走路，相互促进、良性互动的目标。在市场拓展方面，云南旅游业有多年积累的经验和一整套营销网络及与之相关的营销策略，文化产业应该是可以立即参与进去，共建共享的。

旅游、文化等政府职能部门应加强协调。旅游业和文化产业的全面合作、互动发展，涉及到农业和旅游、文化、乡镇企业等政府职能部门，只有任何一个部门的积极性都难以把这项工作抓好做实。由于种种原因，事实上存在的种种条块分割，必然导致政府管理资源的浪费，甚至出现某些“缺位”现象。我们建议由省政府牵头，召集旅游和文化等政府职能部门认真研究此项工作，并深入探讨制定长效协调机制的问题。此外，要通过有机整合，达成旅游业和文化产业发展规划的整体对接。要有效促进旅游业和文化产业的互动发展，规划与指导方面的工作必不可少。各级政府和旅游、文化等主管部门应该结合本地区的市场需求情况，注重研究，科学规划，尤其要通过有机整合，达成旅游业和文化产业发展规划的整体对接。

加快旅游业和文化产业的结构调整及企业健康成长机制的建立。全面合作、互动发展构想的实现，需要加快旅游业和文化产业的结构调整及企业健康成长机制的建立。要围绕适当提高产业的集中度来调整二者的产业结构。种种资料显示，从发达国家的发展现状来看，一个国家旅游业和文化产业的竞争力主要表现为若干企业集团竞争力的总和。目前云南的一个突出问题是条块分割严重，文化和旅游企业普遍势单力薄，大量同一类型的企业之间既形不成竞争，也做不到专业化合作。要打破条块分割，实行两个产业的跨行业经营，把上游产业与下游产业结合起来，形成真正的产业链。应通过调整产业结构，围绕与核心竞争力相关的主导产业，整合产业中的各个具体产业，并整合、辐射其他相关产业，以此带动整个产业的发展；努力建立有利于企业健康成长的机制，推动大企业与中小企业之间的专业化分工合作，促进大中小企业协调发展。

坚持整体组合，推进产品创新。核心竞争战略意味着，应从市场发展需求与云南自身资源属性特色相结合的基础上，对云南旅游、文化产品和服务的产品结构等进行正确定位、开发设计应有新思路。由于种种原因，对现有资源的开发而言，就本区域内的各个局部，甚至单点考虑得多，从全省层面着眼的整体把握普遍不足，在具体实施过程中对自然和文化资源的科学保护及持续利用等方面也存在不同程度的问题。必须结合近期、中期和远期的市场需求，从整体上对其进行把握，从资源特征、可开发性、开发价值、开发方向、开发方式、综合利用及最佳进入时间等进行科学的分类、评估和规划。必须明确，我省现阶段极不平衡的经济发展水平决定了资源开发不能套用一种模式或者一种方法，不同类型的资源需要探索不同的开发模式。要通过高水平的创意组合，实现动态产品设计上的创新，改变习惯上重视多用于旅游开发的不可移动资源而轻视其他资源类型的习惯，重视设计针对海外不同国家和地区、不同消费群体的多元主题的旅游产品，注重以参与性和活动性为重要特征的活态产品的开发。例如，云南大多数州市普遍缺乏发达城市多见的“文化集群”、“商业集群”及个性化街道、集市，使吃、娱、购等方面不能发挥最大的功能，留住游客们观光时段以外的大量时间及在这些时间中可能的消费。政府在城市建设的规划中应合理开发起码是引导投资一些方便游客的文化、商业“集群”，如花鸟市场、“创库”等，在游客赏心悦目的自由活动中赚取更多的利润。特别需要提出，在不同地区，许多产品完全可以有针对各自市场需求的定位。举例来说，在大理、丽江、香格里拉等旅游热点地区，只要设计到位，这类产品完全可以就是主要针对外来游客的特色产品；而在昆明周边，现阶段则应主要以本城区的短途客人作为主要市场对象，同时在产品设计中尽可能留下能够吸引外地客人的拓展空间。

（作者单位：云南省社科院）

从风景到文化：云南旅游业中的文化消费分析

李 炎 王 佳 陈 芳

一、云南旅游发展的三个阶段

（一）20 世纪 80 年代中后期，单一景点旅游

这一阶段，云南旅游业的发展很大程度上得益于电影和文学作品的推动。反映云南少数民族生产生活的《阿诗玛》、《五朵金花》等影片在“文革”之后的艺术创作和娱乐青黄不接的时候，重新获得人们的认可和喜爱，其中反映的云南山水民情，使得大理、石林等地方成为人们了解、关注和想要去亲自看看的地方。知青返城后，上海、北京、四川和昆明等地的知青在西双版纳、德宏等地生活爱情题材的文学作品以及改编成的影视作品等，在众多大城市和周边地区逐渐产生影响。当时，云南旅游的主要景点以大理、石林、西双版纳、德宏等地为代表。

在此阶段，交通方面的费用在旅游消费中占据了很大的比重，而景点收入中的文化附加值基本上难以体现，并且在改革开放初期，云南这几个景点的影响力主要限于国内，国内游客在当时的旅游者中占据了最大份额。

（二）20 世纪 90 年代中后期，以观光为主的线路旅游

这一时期，云南旅游业开始注意依托优良的气候条件、多样独特的自然风光和民族文化等丰富资源，开始加大力度改善旅游环境、建设旅游设施等，并且在全国范围内扩大对云南旅游的宣传，便利的交通连通了省内的景点，逐渐形成了旅游线路，这在很大程度上节约了在散点旅游中交通方面的巨大花费，同样的线路和花费可以游览多个景区景点的旅游方式，成为旅游发展的重要方向。同时，主题公园以及自然生态村等也开始出现，最具代表性的是民族村，它把云南省最具代表性的民族风情，包括建筑、服饰、饮食和歌舞表演等集中在一起，使游客能在最短的时间和最集中的地方领略到云南的民族文化，主题公园和生态村在该阶段成为云南旅游的重要构成。这个时期的云南旅游收入中，门票和交通食宿仍然占据较大的比重，但是长途交通费的比重有所下降，同时出现一部分附加的旅游产品，如歌舞艺术表演、旅游纪念品的购买等也成为了旅游消费的重要组成部分。

这个阶段，云南的游客呈现两大来源，海外游客随着文化和经济交流涌入到中国的各个地区也包括云南，在昆明、大理、丽江旅游线路形成之后，海外游客到云南旅游的比重大大增加，在大理形成了著名的洋人街，大量的海外游客集中在那里，甚至在那里定居下来，这样更加吸引了其他的海外游客。

（三）2002 年以后，文化旅游凸显亮点

在周边竞争日趋激烈的局面下，云南旅游业必须走具有特色的发展道路，才能够避免同质竞争，实现可持续发展。在发展的第三阶段即 2002 年以后，云南旅游体现出优美自然风光结合多样民族风情文化的明显发展趋势，以民族文化内涵提升旅游附加值，走文化旅游的路子，是云南旅游近三年来发展表现出的显著方向。

以丽江成功申报世界文化遗产为代表，各地旅游景点开始

打破传统格局，迅速将丰富多彩的民族文化融入到景区景点的建设之中。石林的阿诗玛品牌不仅仅是一尊石像和遥远的传说了，而是通过穿着民族服饰的导游，热情欢快的撒尼歌舞表演，技艺精湛、制作精美的彝族手工刺绣品，一年一度声势浩大的彝族火把节表现出来。众多景区景点和旅游线路的建设都以特色吃、住、玩、购集休闲、观光、体验于一体为目标，香格里拉推出的藏民家访等旅游项目，体现出旅游业的建设开始关注与游客间的互动体验。鹤庆新华村的迅速发展，依托于民族手工银铜器制作，民族工艺品的制作和销售迅速成为旅游业中的重要组成部分。众多的景区景点也发展起来，文化内涵在这些旅游景点的发展和提升中起着巨大的作用，香格里拉不仅拥有雪山草甸和杜鹃，更为吸引人的是那里的藏传佛教和雪域文化；丽江在成为世界文化遗产之后，古老的象形文字、纳西古乐也成为人们竞相“朝拜”的标志；新开发的景点如丽江束河、腾冲等的发展，体现了强大的文化吸引力。

从旅游收入方面看，文化消费的份额开始逐渐增加。近年来，游客在听纳西古乐、购买民族民间工艺品、选择居住古城中纳西民居、享受民族特色饮食方面的消费支出大大提高。

除了海外和国内游客仍然是云南游客构成的主体外，本地居民收入水平的提高也促进了云南旅游业的发展。本土游客利用周末的时间离开城市进行休闲旅游，如昆明周边的玉溪澄江等地旅游业的迅速发展。云南游客呈现出层次多样性的转移变化，形成了本土、国内、海外高低消费的不同层次。

二、从风景到文化：云南旅游业发展的重要走向

综观云南旅游业发展的三个阶段，云南旅游的发展逐渐摆脱了传统的、单一的自然风景观光形式，向观光、探险、休闲、体验、商务、学术考察等多种内容发展，旅游产品也从单一的自然风光发展到结合了民族文化、历史人文资源等形成的

民族民间歌舞艺术表演、民族民间手工艺品、旅游纪念品、民族风俗民情体验等。这些特点的出现体现了云南旅游业的适应经济、文化和社会需求发展规律而表现出来的重要走向，即从风景到文化，从观光旅游到文化旅游。

（一）云南旅游业中文化消费的增加

旅游的最终目的是文化消费，但是在这个过程中必然连带产生其他方面的一些消费，比如交通、食宿、通信等消费。因此旅游消费可以包括几个方面的内容，这些内容也构成了旅游业收入的主要部分。

《云南旅游统计年鉴》把旅游消费大致分为：①长途交通、住宿、餐饮、通信消费；②娱乐消费；③购物消费；④景区游览消费；⑤其他消费。在云南旅游业的外汇收入和国内旅游收入两大部分中，这些消费的比重大致如下：

表 4 2002 年到 2003 年云南省国际旅游外汇收入构成与全国的比较

	全 国	云 南
长途交通、住宿、餐饮、通信	54.3%	57.5%
娱乐	7.5%	3.4%
购物	20.7%	23.4%
景区游览	7.0%	4.2%
其他	10.5%	11.5%

如表 4 所示，2002 年到 2003 年，云南旅游外汇收入中除去交通、住宿、餐饮和通信这些国际上认为非文化消费的成分，其他和文化消费密切相关的内容占到总额的 42.5%，略低于 45.7% 的全国水平。从文化消费的具体构成来看，购物和其他消费略高，其他消费均低于全国水平。云南旅游业中，购物消费的主要对象集中在大量的民族民间手工艺品和具有地方特色的旅游纪念品，而云南的民族民间手工艺品和旅游纪念品销售是文化旅游中最重要的构成部分。近年来，海外游客和

外汇收入已经构成了云南旅游总人次和总收入的主要部分。到2004年，云南省的海外旅游客源市场已经基本上形成了亚洲市场平稳增长，欧美市场和澳新市场高速增长，其他新兴市场快速增长的发展格局。亚洲市场中的日本、韩国、泰国、马来西亚的赴滇游客增幅在10%以上，北美市场中的美国、加拿大分别以67.7%和32.8%的速度增长，欧洲市场以31.7%的速度增长，大洋洲市场以19.2%的速度增长，非洲市场虽然基数较小，也以96.2%的速度增长，南亚市场作为我省新兴旅游客源市场也呈现出快速增长的势头。预计，高速增长欧美市场和东亚、东南亚、南亚市场将进一步发展成为云南省海外游客的主要客源地。它们中的有些地区经济总量雄厚，人民消费水平较高，以其作为主要客源地将进一步帮助云南旅游业调整消费结构，促进旅游业中文化消费比重的增加。旅游业中文化消费所占的比重与游客的消费能力还有着密切的关系，海外游客一般来说消费能力和国内游客相比较相对强一些，尤其是欧美地区和发展迅速的日韩等亚洲国家。持续增长海外游客人次和外汇收入结合海外游客注重文化的消费习惯，形成了云南文化旅游及旅游中文化消费增长的极大空间。

国内游客在云南旅游的目的构成和旅游消费构成可见图5和表5。

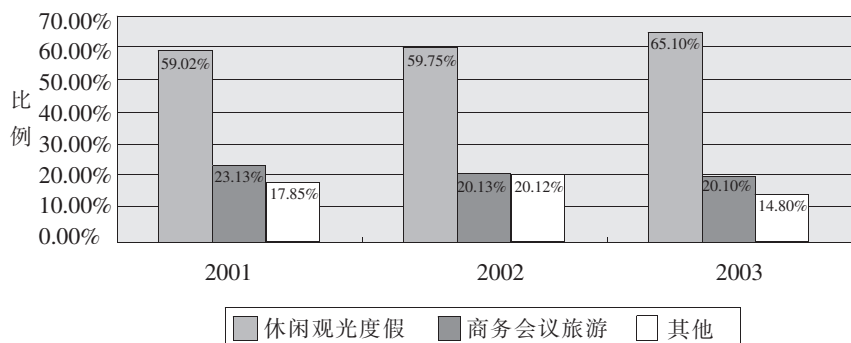


图5 云南省国内旅游者目的构成比例

表 5 国内游客在云南的旅游消费构成比例

	交通费	住宿费	餐饮费	通讯费	其他
2002、2003 年	25.17%	17.18%	13.38%	1.34%	42.93%

从云南省国内旅游者的旅游目的来看，2001—2003 年云南省国内旅游者的目的构成以休闲观光度假为主，比重大约占六成，商务会议旅游一直保持二成以上的比重，其他旅游目的占 15% 左右。参考外汇旅游消费构成，以休闲观光度假为主要目的的旅游者，其文化消费主要集中在旅游购物、景区游览以及娱乐等三大部分。商务会议旅游与云南文化产业中的会展这一重要门类联系紧密，持该目的的旅游者文化消费相对较高。从这几种目的的旅游消费结构分析，除去交通费、住宿费、餐饮费、通信费外，具有高文化消费含量的消费项目，如娱乐、旅游购物、景区旅游消费大致占到总消费的 42.93%，除去年度变化浮动，大致比例保持在四成左右，距离国际上六成的平均比重还有一定的距离。

不过，从云南近年来旅游业发展注重和民族文化相结合的趋势看，非文化消费的住宿及餐饮消费，在云南特殊的旅游环境中，也有很大一部分可以纳入文化消费中。在云南选择住宿在富有地方文化和民族特色的建筑中已经成为一些旅游景区景点的重要消费方式，典型代表如丽江古城、束河古镇等，人们在那些地方旅游大多选择居住在具有特色的民居中，亲身直观地体验其中的文化内涵，而民居住宿的消费在总体上并不低于一般宾馆酒店的消费。云南多样的民族民间饮食，直接体现了云南多样的民族民间文化，已经成为云南旅游中一种重要的旅游产品，餐饮在文化内涵和体验方面对游客的吸引力更大，比如白族的三道茶，丽江粑粑，藏族的酥油茶、青稞酒，傣族的特色饮食等，已经不仅仅是用于填饱肚子的东西，而是成为了民族文化的一种标志符号。在餐饮方面的消费，一部分也可以纳入文化消费中。因此，云南旅游中文化消费的在外汇总收入

中所占到的份额，估计要高于上面所统计的 42.5%，国内旅游中文化消费的份额也要高于上面计算的 42.93%，能够和国内平均水平持平，并逐渐超过。

（二）旅游产品开发中文化消费内容的增加

云南旅游产品的开发逐渐走出了单一的自然风景观光形式，内容向具有文化特色的饮食、住宿、购物、休闲、体验、参与式旅游服务等全方位发展。旅游产品适应了旅游市场的需要，提高了文化旅游的比重，体现了文化消费内容的增加。

1. 新景点的开发和建设方向指向了文化消费

随着旅游业的迅速发展，云南景区景点的建设和晋级也得到很大发展。2003 年，云南省新晋级的五个国家 4A 级旅游景区景点分别是：大理崇圣寺三塔、罗平九龙瀑布群风景区、腾冲热海国家重点风景名胜区、建水燕子洞风景名胜区、大理宾川鸡足山景区。2004 年新增云南德宏南甸宣抚司署一个国家 4A 级景点。从新增景点看，以文化底蕴为晋级条件的特点比较突出。

大理崇圣寺三塔和宾川鸡足山都是宗教圣地，浓郁的宗教文化构成了旅游消费的又一文化走向。崇圣寺于 2003 年 8 月恢复重建，该工程占地 600 亩，建筑面积 20 080 平方米，总投资 1.4 亿元人民币。恢复后的崇圣寺重现了南诏大理国皇家寺院的风采，同时又体现地方民族特色，成为了再现历史文化又满足现代旅游发展需要的宗教文化精品旅游景区。

宾川鸡足山于 1998 年被列为 99 昆明世博会重点接待景区，1999 年被国家“99 生态旅游年”组委会列为香格里拉探秘游竞选景点之一，2000 年被列为中国面向世界隆重推出的 11 条国家级精品旅游线及云南面向世界建成 5 条精品旅游线路之一的滇西北香格里拉及少数民族风情之旅的重要景区之一，被列为云南省推出的 23 个精品景区之一，2002 年被评为云南省省级文明风景旅游区，2003 年创建为国家 4A 级景区。年接待游客 50 多万人次，旅游收入达到 1 亿多元。

建水是一个历史文化深厚的地方，燕子洞除了独特的自然景观以外，其每年一度的崖壁采燕窝绝技和挂祝福许愿牌活动，是燕子洞风景区最大的卖点之一。

腾冲近两年来在旅游和文化产业方面的发展在国内颇具影响。腾冲除了拥有独特丰富的火山热海地热资源以外，更为人们所津津乐道的是和顺侨乡古镇、琥珀牌坊玉石桥、滇西抗战史和国殇墓园，对腾冲文化历史的追寻远远大于自然景观的吸引力。以“南方古丝绸之路”、“翡翠商都”、“侨乡古镇”等美誉著称的腾冲，结合2004年滇西抗战60年和2005年抗战胜利60周年纪念，加大对历史文化的宣传力度，不仅在旅游方面获得跨越式发展，并且引起国内外投资者的关注，继柏联集团开发和顺、云南官房集团开发火山热海景区后，深圳华隆集团将作为一级开发商对大腾冲规划整体统筹，投融资渠道的搭建和强大资金力量的支撑与腾冲旅游业、区域文化及经济社会的发展形成了相互促进的良好互动关系。时下在云南旅游发展格局中，曾有说法称：“云南旅游（20世纪）80年代看版纳，90年代看丽江，现在看腾冲。”近年腾冲和顺镇被评选为中国十大魅力名镇之首，更为腾冲文化旅游的发展构建了广阔的空间。最新晋级的德宏南甸宣抚司署无疑也以深厚的历史文化作为旅游卖点。此外，云南的旅游业在各州市都有新的发展，红河以梯田、长街宴为代表的哈尼文化，文山以丘北普者黑，广南“世外桃源”、八宝等自然景观与壮乡文化的结合为代表，临沧以沧源为代表的佤山文化和秘境探险，思茅的茶文化，迪庆香格里拉文化品牌和雪域文化等，都成为近年云南旅游发展的热点。随着现代传媒业影视业的迅速发展，很多影视拍摄基地开始出现，尤其是云南具有影视拍摄得天独厚的丰富自然和人文资源，因此大理天龙八部影视城、玉龙湾影视基地、楚雄元谋影视基地、曲靖翠山影视城、丽江束河古镇影视基地、保山哀牢皇宫影视城六大影视基地相继建城，并吸引了众多游客纷至沓来，影视拍摄基地成为又一旅游消费热点。云南旅游目前已经彻底打破了传统的西双版纳、德宏、玉溪、大

理、丽江几个景点割据称雄的局面，形成了各州市特色旅游线路联动发展的格局，而文化内涵和附加值的提升是这些地区旅游业发展的内在支撑力。

2. 原有几个主要景区景点文化消费内容的增加

西双版纳、丽江、大理和石林等是云南较早开发的旅游热点景区，面对新景区的不断出现、人们旅游品位不断提高所形成的竞争局面，各地都通过推出民族歌舞演艺，民族手工艺品，具有地区和民族特色的餐饮、住宿、参与、体验等文化旅游服务，保持和提升自己的竞争力。

大理一度是云南旅游的鳌头，但丽江和腾冲的发展对大理的旅游产生了强大冲击。近年来，大理一直结合自己的地域和民族文化特色探索旅游业的内在支撑力，通过不断挖掘和开发历史文化及民族文化资源，为旅游业的发展寻找到了以文化为动力的途径。崇圣寺的恢复、《蝴蝶之梦》等大型民族民间歌舞艺术品的打造、民族民间手工艺品的制作销售等，对大理旅游业的发展起到了不可估量的推动作用。鹤庆新华村是近年大理文化旅游发展的一个突出代表，新华村依靠世代传承的手工银铜器制作技艺，发展成为远近知名的银铜器制作基地，并在此基础上吸引社会资金建成石寨子民族民间工艺品和旅游纪念品大型购物商场，以银铜器、大理石等为代表的工艺品价格从高到低，形式多样、内容丰富，市场消费一直看好。目前新华村每天要接待上百个旅游团队和不可计数的散客在那里进行购物、消费，已经成为大理旅游新的发展亮点，对大理旅游业新发展模式的探索也有借鉴意义。

丽江从开发为景区至今，旅游业和文化产业的发展一直保持上升趋势。而丽江旅游业最核心的支撑力就是独特的民族文化。铅华洗净、小桥流水的大研古镇，悠扬的纳西古乐，古老的东巴象形文字，纳西族人民悠然自得的生活方式等是人们津津乐道的丽江旅游的主要内容。在此基础上，丽江还探索民族文化的现代建构方式，如把现代技术和艺术手段全新包装的民族歌舞《丽水金沙》等搬上舞台，成为旅游过程中休闲、娱

乐内容的重要补充，和旅游业的发展形成了良好的互动。此外，丽江的民族文化和古城、玉龙雪山、黑龙潭等著名景点形成了良好的结合，并相互促进和推动。丽江束河古镇是新开发的景点，是在总结丽江古城旅游发展经验基础上建设的，其核心内容也是古镇文化，并已成为云南影视拍摄的基地之一。

西双版纳通过旅游文化附加值的提升、增加旅游产品的文化内涵、推出文化旅游项目等挽救了局面。橄榄坝傣族园提供的原生态民族生活体验，《勐巴拉纳西》大型民族歌舞表演等新的旅游项目为西双版纳的旅游注入了新的活力。

从新景点的开发和建设、新旅游线路的形成到传统旅游产品文化消费内容的增加，都体现了云南旅游业正向着高层次文化旅游的方向发展。依托丰富的文化资源挖掘开发，云南旅游业将摆脱单一的传统旅游模式，向体验、休闲、探险、商务和学术考察等多方面发展，其文化消费在旅游业中的比重将大大增加，成为高层次的旅游业。

三、几点启示

云南旅游业正处于向文化旅游发展的更新、升级过程中，有几个方面的问题需要引起注意。

一是旅游景点建设和文化内涵开发之间的互动关系。为适应传统旅游向文化旅游的发展，旅游景点的建设需要注重文化内涵的开发，文化内涵及附加值的提升是旅游业可持续发展的内在支撑力。在这个意义上，旅游景点的相关设施建设等，需要以文化内涵为指导，文化和硬件设施建设要形成内容和形式上的统一。

二是民族文化资源和旅游资源的保护及开发问题。旅游业的迅速发展使旅游业构成了云南经济文化发展的支柱力量，同时也可能带来资源过度消耗、自然生态和文化生态环境负担过重等负面影响，因此，发展旅游业必须重视民族文化资源和旅

游资源的保护。民族文化资源和旅游资源的开发需要选择良好的时机，腾冲近几年的发展之所以一跃而上，和其在交通条件得到极大改善后的开发不可分离。资源的开发需要各种条件的合理配置，对于那些不具备开发时机的民族文化资源和旅游资源要以保护为重。

（作者单位：云南大学文化产业研究院）

云南温泉旅游开发现状及 未来发展方向

叶 文 张一恒 张 敏

我国温泉旅游是在改革开放以后形成，在近期迅速兴起的一种旅游方式，温泉旅游开发的热潮也逐渐在全国范围内形成。温泉旅游是以感受温泉沐浴文化为目的，将原先温泉单一疗养的物化享受，提升到符合现代消费的文化和精神层面，成为一种以健康为主题、以养生和休闲为目的的时尚旅游，把温泉的养生功能与休闲度假旅游完美融合。温泉旅游不但丰富了旅游产业的内涵，更蕴涵着极高的商业价值、广阔的市场前景和极佳的投资潜力。

随着云南省旅游业的发展、旅游市场的不断细分，旅游产品从原先的单一化、浅层次逐步向多样化、深层次方向发展。近年来，为适应现代游客对休闲、健康的追求，各种休闲、康体专项旅游层出不穷。由于云南是中国地热资源最丰富的省份之一，温泉旅游便被提到符合现代消费的文化和精神层面，成为现代旅游者追求健康、追求时尚的选择。

一、云南温泉旅游资源概况

全省温泉资源按照地域划分为：滇中地区、滇东北地区、滇东南地区、滇西南地区、滇西地区、滇西北地区六大区域。全省知名度较大、开发利用较好的 100 余处温泉旅游地中，滇中地区有 25 个、滇东北地区有 9 个、滇东南地区有 8 个、滇西南地区有 17 个、滇西地区有 43 个、滇西北地区有 8 个。目前作为温泉旅游开发的温泉地主要集中分布在滇池附近、洱海南北以及腾冲地区。

云南温泉旅游资源从分布上来看，滇东地区温泉数量较滇西地区少，但是，出水量大。滇东温泉以享有“温泉城”美誉的昆明为代表，在昆明市辖区内共有出露温泉 60 多处，大都是中低温温泉。滇西地区以“地热城”——腾冲温泉群为代表，温泉数量多，并且多以中高温温泉为主。云南温泉资源不仅数量多，类型丰富，而且大多数温泉属高温温泉，流量大，并能治疗多种疾病，资源综合素质高。云南独特的地理环境和少数民族特色文化与温泉资源相结合，使云南温泉资源的观赏游憩使用价值得到进一步的提升。

二、云南温泉旅游资源开发及其现状分析

（一）云南温泉旅游开发现状

云南温泉资源开发利用程度受地区经济影响，差异较大。位于大中城市附近的温泉资源开发利用较远离大中城市的温泉资源开发利用程度高，因此，目前温泉旅游开发较好的旅游地多是位于大中城市附近的温泉地，而经济相对落后、交通不发达的温泉地温泉旅游开发相对滞后，开发形式多为“游泳池+澡塘”的开发模式。位于大中城市周边的温泉地旅游开发

程度相对较高，规模较大，能在排除地区经济差异的基础上，代表全省温泉旅游的整体发展水平。

（二）云南温泉旅游开发现状分析

从云南较有知名度的几处温泉旅游地的开发现状来看，云南温泉旅游的开发特点主要表现在：

1. 地域分布特征

云南温泉旅游地的空间布局大都是以大中城市为核心，依托大中城市的旅游客源和城市居民而发展起来的市内或市郊（包括近郊、远郊）温泉浴场或温泉旅游度假区。由于昆明、大理、腾冲三地既是全省重要旅游目的地城市，又有丰富的温泉资源，所以，温泉地的分布大体上形成了以昆明、大理、腾冲为核心，逐渐向外围发展的地域分布特征。

2. 开发模式

云南温泉旅游地开发模式主要为：传统疗养式、娱乐休闲式、观光娱乐式、主题度假式。见下表。

表6 云南省温泉旅游开发模式

开发模式	主要特点	旅游功能	例 注
传统疗养式	①位于大中城市郊区；②有健康咨询；③面向中老年游客；④配套服务设施简单	以温泉疗养为主，观光旅游为辅	昆明疗养院、安宁温泉疗养院
娱乐休闲式	①位于大中城市市区或郊区；②室内或室外温泉浴池；③面向城市居民；④有娱乐、休闲设施建设	以娱乐、休闲为主	昆明温泉浴场、玉溪大营街温泉浴场、象鼻温泉
观光娱乐式	①以周边大型旅游区为依托；②自然人文资源较好；③建设娱乐性强的露天温泉公园；④面向大众旅游	以观光娱乐为主，度假旅游为辅	大理温泉、保山龙陵邦腊掌温泉、水富大峡谷温泉
主题度假式	①以一个大中城市为依托；②塑造明确的主题和活动；③有文化含量、特色浓郁的露天温泉和高档度假酒店；④面向高消费游客	以度假旅游为核心，发展休闲疗养、保健、会议旅游	柏联温泉休闲度假中心、腾冲温泉

3. 开发程度

根据对第一代和第二代温泉旅游度假区特征的分析,得出云南温泉旅游度假区开发目前尚处于从第一代温泉旅游度假区向第二代温泉旅游度假区过渡阶段。从开发的程度上来说,阳宗海省级旅游度假区、腾冲温泉,开发相对规模大,旅游设施配套齐全、开发投资模式多样,属于温泉旅游深度开发——“温泉水资源+温泉文化资源”。而昆明、玉溪地区温泉开发目前仍是以温泉水资源开发为主导,开发多是私人行为,开发规模小,旅游经营项目多以疗养和娱乐为主,是典型的以温泉水资源为主导的开发方式,缺乏温泉文化建设,开发目前还只是停留在资源层面。

三、云南温泉旅游开发存在的问题及解决对策

(一) 云南温泉旅游开发存在的问题

1. 云南温泉旅游开发理论研究落后于实践

开发温泉旅游的实践需要温泉旅游开发研究理论的指导。云南的温泉旅游是在改革开放以后,从最初的利用已有的疗养地发展旅游,到积极发展为以城市为核心的新兴疗养地,以及现在开发出来的各种大型的,集康疗、休闲度假、运动健身、会议、交际为一体的大型温泉度假区,呈现出云南温泉旅游的稳步发展态势。但是,还没有出现相应的研究组织对云南温泉旅游开发规划进行深入的研究。

云南全省有700多处温泉出露点,关于其利用状况,在云南省国土资源厅的《滇东地区地热资源调查》(1996)报告中记录了滇东地区3处地热田、16处地热异常带和4处地热异常区的开发利用状况。关于云南其他地区地热温泉资源的利用状况,77%处于利用情况不明状态。

2. 缺少对温泉旅游地开发进行约束限制的机制

旅游业是一个促进社会稳定、提高居民生活水平、保护旅游地生态环境的产业，它的最终目的是要构建一个和谐社会。目前，云南从总体上来说，温泉地的建设对环境的影响还没有超出环境阈值，但这并不能说明云南温泉旅游地的开发建设不存在问题。

温泉旅游地资源破坏、景区环境恶化、社区居民权益受到侵害、社会风气败坏、道德文化冲击等一些旅游负外部现象十分严重。如：有些温泉度假区为了开发需要，将整个村子搬迁，使当地居民特别是老年居民身心受到极大的创伤。

3. 云南温泉开发缺乏温泉文化建设

温泉文化建设表现在两个方面：一是温泉旅游服务对象；二是温泉文化的“物化”建设。目前，在云南，温泉旅游开发将消费者指向城市高收入人群，旅游活动也多为室内项目，或者是进行一些室外所谓的“生态旅游”，但这些高收入人群生态意识不强、只注重享受和观光。没有将带有生态意识的、文化素质高的“大众旅游者”作为重要的消费群体。温泉旅游地很少建设一些有关当地资源、环境、人文等方面的设施，使温泉旅游与当地传统文化背景没有很好地融合。

4. 温泉旅游开发可替代性强，缺乏开发的整体思考

云南温泉旅游开发除了腾冲温泉已经具有其特色——“中国生态 SPA 康乐园”品牌外，基本上都是向康疗、休闲度假、会议、科学考察、娱乐的方向发展，旅游项目建设雷同。尤其是近年来云南温泉旅游地多向建设日式温泉旅游设施方向发展。云南温泉旅游开发在缺少特色的同时，缺乏对温泉旅游地开发的整体思考。有些温泉开发区为了尽早产生经济效益，采用承包开发的形式，使得温泉旅游项目建设各自为政，低水平重复建设，水资源浪费严重。

（二）思考与对策

1. 深入开展温泉旅游开发研究

随着云南温泉旅游的发展，新兴的温泉休闲度假区或度假村相继开发建设。由于缺乏温泉旅游地开发的总体规划研究，一些旅游地的开发在空间上缺乏整体性，在开发理念上忽视了特色旅游资源和文化资源的挖掘，在开发项目上不注重创新，产品趋于雷同。有些地区的政府部门已经开始注意到温泉旅游发展的重要性。因此，开展温泉旅游、温泉疗养地的空间布局研究，温泉旅游地开发阶段研究，全省温泉旅游资源地域功能分异研究以及温泉旅游地开发方式和投资结构影响研究等，会对全省温泉旅游开发规划起到引导性的作用，促使云南温泉旅游的健康发展。

2. 温泉法是温泉旅游地健康发展的保证

云南温泉开发正在迅速发展：1996年，滇东地区地热资源开发用于旅游的只有昆明和安宁两处（云南省国土资源厅）。2002年，据笔者统计，全省温泉资源用于旅游的也只有8处。截至现在，只在昆明就建成了14个温泉度假村或温泉度假酒店。这就要求有相关的温泉法，以防止乱开发建设造成资源环境的破坏。

目前，我国尚无温泉法，温泉开发的法律依据是《矿产资源保护法》。温泉法的出台涉及到国家层面，我们所能做的就是呼吁温泉法出台的同时，通过广泛的实践，由温泉地资源管理部门以及地方政府，根据实际情况制定温泉资源的开发者资格确定与终止、对资源和环境破坏所应承担的责任、居民对资源和环境保护的义务以及有关温泉地开发组织与技术操作的要求等方面的地方条例或规章制度，这对促进国家温泉法的出台是有着积极意义的。

3. 加强温泉旅游地的展示效应开发

与国外相比较，我国的温泉旅游过多地依赖于资源的单纯消费——洗浴。云南省的温泉旅游也不例外。因此，应加强温

泉旅游地温泉文化资源的“物化”建设，引导旅游者从单一体验旅游资源的消费模式，转向体验与认识、欣赏旅游资源相结合的方向发展。充分发掘旅游资源中的可展示性资源，如温泉泉源参观、温泉矿物成分及其康体作用资料展示、温泉旅游地有关温泉的民间传说资料展示、温泉地各民族传统文化和传统节日展示活动等。从而在空间上分解温泉地，使温泉资源和与温泉有关的其他资源的价值都能得以充分发挥；在时间上，合理分配旅游者的时间和精力。温泉文化资源的“物化”建设，既丰富了旅游者的体验，又有效地对温泉水资源的保护进行了宣传。

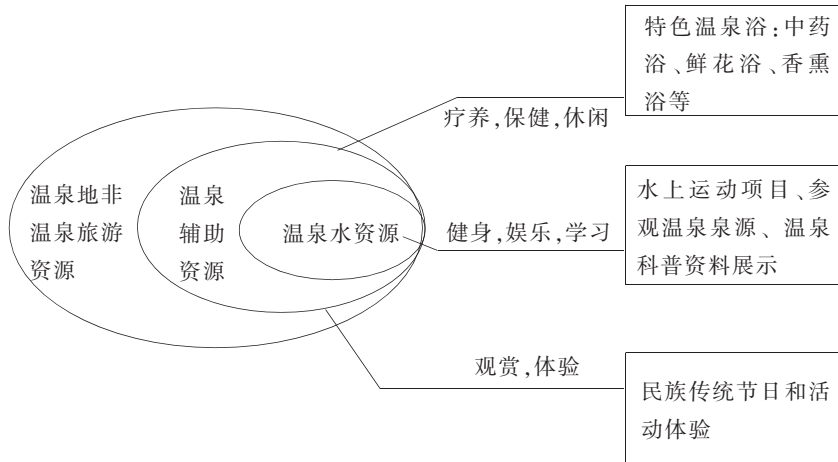


图6 云南温泉旅游创新产品功能层次和开发项目分析

4. 温泉旅游产品创新开发

旅游产品的创新开发，从根本上讲是认识上的创新，也就是在客观存在中寻找有价值却又被忽视的开发盲点；另一方面，需要遵循“以人为本”和“整体效益”原则。新形势下，旅游者更偏爱个性化的旅游产品设计，追求体力上、智力上甚至精神上的体验，这就要求温泉旅游产品的开发打破传统的围着温泉转的思想，将温泉旅游开发向深度和广度方面扩展，设

计开发出能满足游客各种需求的、特色鲜明的综合性温泉旅游产品。笔者认为，云南温泉旅游产品的创新开发应以结合云南少数民族特色和生物多样性为主，兼顾“以人为本”和“整体效益”原则，将温泉水资源、温泉辅助资源和温泉地非温泉旅游资源的开发相结合，使温泉旅游产品开发与温泉旅游地文化、环境资源以及当地社区居民利益相协调。

四、云南温泉旅游开发的未来发展方向

越来越多的迹象表明，休闲度假旅游将成为 21 世纪旅游需求的主题。云南温泉旅游开发应该紧跟全球旅游业发展的步伐和旅游者的需求，设计开发出更符合现代旅游业的温泉旅游产品。通过对云南温泉旅游开发现状的分析研究，笔者对云南温泉旅游开发未来的发展方向提出以下几点建议：

在开发理念上：构筑云南“本土化、多元化”的温泉旅游。在开发原则上：以“以人为本”，“整体效益”原则为指导。在开发层次上：以高端消费者层次为主导逐步转向大众消费者层次。在开发内容上：充分发掘云南温泉特性，以地域差异性为特色，结合云南独特的自然资源和人文资源，开发服务质量高、环境优美、文化特色鲜明的温泉旅游产品。在开发过程中：兼顾旅游者、旅游目的地居民、旅游企业各利益相关群体的共同利益。

（作者单位：西南林学院生态旅游学院）

旅游图书创作与出版的“云南现象”

李 炎 罗 宁 莫 锟

云南是旅游大省，也是旅游图书的高产地区。全国许多出版机构、作家与许许多多的游客一道，热情关注着云南。很多出版社的编辑都对投稿云南旅游图书的作者坦言：关于云南的旅游图书，卖出去是没有问题的，关键是期望什么样的投入和回报。

这样很长一段时间的市场持续需求，吸引了更多的作者与出版力量涉足云南旅游图书，更多种同类图书的出现又激发了竞争，竞争促进着云南旅游图书的不断革新与发展，因不断发展而越来越亲近读者的图书，最后又作用于更多游客对云南的关注。尤其值得关注的是，在各地塑造区域旅游品牌的进程当中，旅游图书起到了相当大的促进作用，《丽江的柔软时光》对于丽江旅游于2003年SARS之后的复兴，《仗剑红河游》丛书对于红河旅游品牌的定位，《绿游西双版纳》丛书对西双版纳旅游二次创业有了新的诠释，以及《保山健康游》丛书所传播的“保山深呼吸”健康旅游品牌概念和内涵，都已成为旅游图书参与塑造区域旅游品牌的成功范例。

2000年以来的近6年，云南的旅游图书已成为出版界的“云南现象”，不仅对云南旅游业的发展贡献突出，在图书创作、编辑技术与理念总结方面，也领跑全国。

一、旅游方式的悄然变化影响着旅游图书的变化

改革开放以来，国人的旅游方式经历了三个发展阶段。20世纪80年代，是观光式旅游阶段。这一时期，旅游业处于产业培育阶段，这时候游客的旅游状态是“我来了，我看了，我走了”。80年代后期至90年代中后期，是休闲式旅游阶段。这一阶段，旅游业处于快速发展阶段，旅游产业体系已基本成形，旅游的舒适性、休闲性受到极大关注，“住星级宾馆，吃特色餐饮”成为自然的选择。1999年黄金周休假制度执行以来，在休闲式旅游得到极大发展的同时，体验式旅游开始兴起。这一阶段的游客，开始有目的地去主动了解旅游目的地的独特人文风俗，希望自己能像当地人一样生活一段时间，强调心灵和情感的体验。团队游客开始要求参与目的地的特色节日、特色活动，更多的游客以更个性化的方式寻求旅游体验，同时，电子商务旅行社应运而生，目的地组团、小规模成团、以旅游事件来组团的方式越来越多。

与此相应，旅游图书的发展也经历了三个阶段。一开始是名片化的观光式旅游图书。这个阶段的旅游图书，对目的地、景点、风俗的介绍都是名片式的，只有客观、简单的介绍，或者千篇一律的赞誉之词，没有主观旅游体验与旅游经验指导。对阅读对象也没有明确的细分，一本地方风物知识简介，既供给行业人员学习，也供给游客作旅行指导。各地史志办、方志办、文联是这类旅游图书的主创力量，“简介”、“风物志”、“览胜”是这类旅游图书常用的书名与创作方法。

90年代之后，旅游图书的分类更细致，专门供给行业人员学习的行业知识图书明确标示出“导游词”、“旅游××学”的字样；供给游客阅读的图书出现了“画册”、“游记散文”和“指南”的分类。90年代中后期出现的“指南”类休闲式旅游图书是这个阶段最受读者欢迎的图书形式，这类图书强调

准确、详细的旅游信息与旅游要素资讯，有一些作者的体验经验，但更多是总结，是指导读者在目的地吃住行游娱购。“指南”类图书的作者，一般扮演的都是资深“驴友”，是无所不知的专家，无所不至的经验者。

2003年之后，云南首先出现了“体验式旅游图书”的概念。这类图书以贴近网络的语言与页面设计，强调作者在目的地的“体验”，作者不一定对目的地的知识无所不知，也不一定对目的地的景点无所不至，强调与被放大的是一个个体体验细节，或一个个体体验事件，甚至是一个个体体验情绪。这种旅游图书一出现，立即受到体验式旅游者的追捧，他们会为了书中的一个情绪词描写而到达目的地，他们在酒吧、客栈、徒步途中，热烈地相互传播与感染一个个体体验情绪。2005年末，云南旅游图书又进一步出现“体验式互动旅游图书”的概念，这类图书在“体验式”写作方法的基础上，增加了“互动式编辑方式”，通过超文本、多目录、多链接的页面设置与设计，使读者每一次阅读都可随机地跳转文本，从而形成不同的文本意义，使旅游图书的阅读体验相似于网络界面的阅读感觉。

三个阶段的旅游图书形式并没有清晰的时间界限。但可以说，从“体验式旅游图书”概念形成以来，云南的旅游出版物在创作和出版两个层面，都是领全国风气之先的。

名片式旅游图书80年代盛行，90年代式微，现在还偶尔可见。大多数图书由省内8家出版社出版，个别几本为北京的出版社出版。云南人民出版社于1999年至2001年出版的《新编云南风物志》丛书是此类云南旅游图书的巅峰之作，至今各地书店仍有销售。之后新出版的此类图书越来越少。

大而全、精装本的旅游资源简介图书是名片式旅游图书的一个变种。云南各地都有这样一些充当政府礼品的“旅游官书”，书店里几乎没有销售，或者销售数量极少。

与此有关联的是旅游风景摄影画册，这类图书在90年代，尤其是初期和中期，有一定的销量，主要是滇西北各地的画

册。90年代末之后，随着高精相机在普通游客中的普及，销量越来越少，最后更多的只受到人类学研究者作为历史资料来关注。

90年代中后期一度繁荣的旅游出版物还有以“云南18怪”为代表的明信片、小画册，这类小巧而价廉的出版物成为很多游客从云南带走的纪念品。各名家的旅游散文集也在这个时期迎来销售黄金期。云南本土的旅游业教材、旅游业科研成果集在这个时期迎来百花灿烂的时期，云南旅游业的科研从出版物的数量与质量上，都开始处于全国前列。

而最受到普通游客（读者）关注的，是90年代开始出现、90年代末盛行的指南类旅游图书。滇版云南旅游图书里，云南人民出版社1997至1999年出版的《神奇之旅》丛书最有影响，其中1998年出版的《神奇之旅·丽江旅游指南》数次再版重印，影响最大，至今仍有销售；云南人民出版社2004年出版的《自驾车一族的云南之瘾》也有较好影响。其他地区出版社出版的此类云南旅游图书中，广东旅游出版社2001年出版的《藏羚羊自助旅行手册·云南》最有影响，之后此图书又连续被中国旅游出版社、中国大百科全书出版社出版，影响甚巨，可算为指南类云南旅游图书的代表作。

2003年，云南人民出版社出版“大番茄传媒机构”著作的《丽江的柔软时光》，图书全新的编撰形式使读者耳目一新，“体验式旅游图书”开始风靡起来。之后，“大番茄”先后与云南大学出版社、广西人民出版社合作，陆续推出《昆明的慵懒时光》、《大理的游侠时光》、《活色生香彩云南》、《艳遇丽江》等图书，掀起“体验式旅游图书”的潮流，全国许多著作机构、作者和出版机构纷纷把这种编撰形式使用于全国各地的旅游图书中。

而这时，因为互联网的普及与通畅，旅游图书的市场正受到网络的冲击与影响。这个时候，图书著作机构“云游文化”依托于云南旅游信息网（云游网）于2004年底成立，并在2005年与云南教育出版社、云南大学出版社、中国轻工业出

版社合作，著作出版了《仗剑红河诗酒花》、《保山深呼吸》、《火山向北，热海往南——腾冲式体验》、《玉出云南》等图书，尤其是《魅力 365 + 云南天天游》，明确提出“体验式互动旅游图书”的概念，从创作、编辑、传播等形式上，使作者与读者互动，读者阅读体验互动，图书媒体、网络媒体、手机视屏媒体的多媒体互动，虽然实践这个概念的图书才刚刚出现，却可以预见它将带来新一轮潮流。

二、云南旅游图书领跑中国旅游图书的潮流

20 世纪 90 年代之前，云南旅游图书在全国并不显著。随着云南旅游产业的迅猛发展，90 年代中后期之后，云南旅游图书渐渐在全国崭露头角，销量与编撰技术居于全国前列。2000 年之后，无论是指南类旅游图书，还是学术论著类旅游图书，以及正在风靡全国的体验式旅游图书，即将引爆业界的体验式互动旅游图书，云南旅游图书都自豪地领跑着中国旅游图书的潮流。

甚至，云南旅游图书之前的编撰形式是适应于当时的云南旅游行业发展现状，渐渐，云南旅游图书的发展已有概念指导，并且正在影响云南旅游业发展的轨迹，尤其是旅行社、旅游景区的经营发展。这也是领先全国的。可从以下三方面具体阐述。

（一）云南旅游图书阵容完整

云南有 8 家出版社，数年来都一直重视旅游类图书的组稿、出版与发行工作。2000 年以来，8 家出版社每年各出版的旅游类图书，都占全年选题的 10% 以上。云南人民出版社、云南教育出版社、云南大学出版社每年都有全国叫得响的旅游图书出版，成为全国旅游图书的品牌出版机构。

省外，中国旅游出版社、中国轻工业出版社、中国青年出

版社、广东旅游出版社、作家出版社、广西人民出版社等著名出版机构也常年倾情于云南旅游图书选题。2005年末，中国轻工业出版社出版《魅力365+云南天天游》，中国青年出版社出版《云南天堂》，中国旅游出版社出版《走遍云南》，三大出版社在同一档期同时推出同一类选题图书，是非常罕见的，也说明了市场和出版机构对云南选题的看好。同时，云南几乎所有的媒体都开设有旅游版块或旅游频道，它们与云南旅游图书的互动传播，大大帮助了云南旅游图书的市场销售与影响。

众多的著作机构、作者长期写云南、编云南，使云南旅游图书身后，有一支业务技能高、经验丰富、有浓郁的云南情结、人数众多的作者队伍，其中，既有“紫图文化”、“荣格文化”等外来和尚，也有“云游文化”、“大番茄”等本土实力机构。

每年新出版的云南旅游图书，虽然在编撰形式上有研究、有突破、有潮流，但并不唯一，没有哪一类旅游图书在哪一年突然一本都没有，学术论著类旅游图书、年鉴类（政府公报）旅游图书、指南类旅游图书、画册、游记散文、明信片、体验式旅游图书、体验式互动旅游图书……年年都有新生。

完整的阵容，使云南旅游图书有了发展与领先的坚实基础。

（二）云南已有旅游图书的知名品牌

“大番茄”与“云游图书”两大本土品牌，在全国越来越名声赫赫，正发展成为全国第一流的图书品牌。打造知名品牌，以品牌促进旅游图书产业的发展，云南在全国并不落后。

（三）云南旅游图书正形成概念指导发展的格局，并且旅游图书的概念还在影响旅行社与旅游景区的经营，影响新的旅游经营方式的生成

云南旅游图书的可贵之处在于，不仅有图书品牌，还有编

撰概念与理论，用概念指导实践，以实践发展概念。体验式旅游图书、体验式互动旅游图书的概念的提出与实践，使两大品牌机构在发展基础上高人一头。

尤其难得的是，“大番茄”与“云游文化”非常重视旅游图书和网络宣传、营销之间的联动，注重图书出版和地方旅游管理部门的合作、注重图书和旅行社的经营营销的融合、注重图书和游客的互动；通过旅游图书的出版带动旅游线路、旅游产品的开发与形成；旅游图书不是具体旅游资源和景点、景区的单一宣传，而是通过全新的旅游观念，利用图书和现代网络、现代传媒途径，在和地方、旅行社、游客的互动中，用全新的旅游观念、消费观念，引导地方政府、旅行社和游客营销、开发具体的旅游线路，提升云南旅游发展的层次。“大番茄”与“云游文化”等的旅游图书在这种多元、多形式的互动中也逐渐形成了自己的旅游图书品牌。

三、2003 年和 2005 年，云南旅游图书发展的两个重要里程碑

2003 年，《云南旅游年鉴》创刊，《丽江的柔软时光》出版，“大番茄传媒机构”正式提出并倡导体验式旅游图书的概念。

2005 年，“云游文化”提出体验式互动旅游图书的概念，并以“云游图书”系列来实践这个倡导，《魅力 365 + 云南天天游》出版。同时，“云游文化”与“云游网”、云游国旅一道丰富着这个概念的内涵与外延。

可以肯定，这两年，这 3 本图书，两个机构的两个概念的提出与实践，必将为云南旅游图书的发展所铭记，也必将有力促进云南旅游业的思考与变革发展。

四、预测未来

云南旅游图书已经拥有知名品牌，成熟机构，成熟运作模式以及成熟理念，随着云南全省旅游产业的二次创业以及云南大力发展文化产业的信心与气魄，旅游图书将先一步于旅行社经营、旅游景区经营、区域旅游品牌营销，等等，帮助云南旅游树立在中国西南与东南亚、南亚旅游区域中的核心与中心地位。

可以预见，2006年之后，云南的旅游图书著作机构、出版机构、图书品牌必将更大胆地走出云南，创作出版周边地区的旅游图书，而品牌的善用，将使云南旅游图书成为一个更加快速增长的产业高利润点，更加积极地影响旅游业其他产品侧面的发展，影响到云南区域旅游品牌的塑造。

（作者单位：云游文化产业发展研究所）

云南生态旅游开发和保护面临的问题及对策措施

方 政 修 晨 杨叔毅

云南生态资源品位高，拥有的世界自然遗产、世界记忆遗产、世界地质公园、世界生物圈保护区、国际重要湿地、国家级风景名胜区、国家级自然保护区、国家地质公园、国家森林公园、全国文明风景旅游区示范点数量居全国各省、区、市前茅。这些神奇的自然、人文景观，在云南这片堪称旅游资源大省的红土高原上交相辉映，强烈地吸引着世人，孕育着巨大的旅游发展潜力。

一、云南生态旅游发展面临的主要问题

云南的生态旅游区大部分属低纬度高山峡谷陡坡自然生态系统，生态环境极为脆弱，旅游开发利用稍有不慎，极易造成难以恢复的严重生态破坏。同时，金沙江、澜沧江、怒江、独龙江为国内第一大河——长江及东南亚国际河流的上游，其生态环境的好坏，直接影响我国长江中下游以及东南亚邻国的安危，具有特殊的生态功能。正确处理生态环境保护与旅游发展的关系，始终是云南必须解决的重要课题。

实施“天保”工程以来，云南的自然生态环境得到了较好保护和一定的改善。但是，由于云南一些地区的财政过去长时期对木材的依赖，以砍伐原始天然林为主的林业，以及水土流失等自然灾害所造成的环境破坏一时难以恢复，对生态环境的保护构成了很大的威胁。云南所依赖的自然生态环境依然十分脆弱。

生态旅游是科技含量很高的产业，开发、经营、保护应在科学技术的密切参与下运作。而在现实中，一些地方政府、旅游开发商和旅游经营者对这一点没有引起重视，在生态旅游区内大兴土木、筑路修桥以及兴建星级宾馆，导致一些生态旅游景区“商业化”、“城市化”和“人工化”，使一些生态旅游资源受到令人痛心的毁损；同时，生态旅游还要求参与者具有较高的环保意识。一些生态旅游区的开发、经营，片面强调“认识自然、走进自然”，而忽略了“保护自然”的根本宗旨，一些生态旅游产品变成了自然旅游或是观光旅游的另一种形式；旅游规划人员的组成中，欠缺生态专家、环境专家，导致了对生态旅游景观开发、保护的设计规划缺乏专业性的自然保护；主管部门人员的环保专业知识缺乏，无法以生态旅游的理论正确指导开发生态旅游资源。生态环境保护是云南生态旅游发展面临的严峻挑战。

二、明确云南生态旅游开发和保护的原则

由于云南生态旅游区的大部分生态环境极为脆弱，加强旅游资源与生态环境保护对于旅游区的可持续发展有着至关重要的作用。云南生态旅游发展要站在可持续发展的高度，严格按照世界遗产标准，积极稳妥处理好自然遗产地资源保护与开发的关系，遵循“保护是前提，发展促保护”的原则，通过旅游资源综合开发与生态环境建设，使旅游资源与生态环境得到积极、科学、有效的保护。努力实现资源保护和生态旅游发展

的双赢，把云南生态旅游区打造成为国际一流的绿色生态区域和生态旅游胜地。

要实现云南旅游资源开发与生态环境保护的目标，云南生态旅游资源的开发必须要有严肃的科学性。否则，就是对生态旅游资源的破坏，就会造成无法挽回的损失。云南生态旅游资源的开发要避免以牺牲生态环境为代价来换取旅游业的一时发展。为此，生态旅游的开发要遵循一定的科学原则就显得尤为重要。从国内外生态旅游发展的理论和实践来看，制定生态旅游规划，实施生态旅游开发、保护时，主要应遵循以下原则：

（一）遵循生态旅游景观的自然形成发展演变规律，科学进行规划、开发的原则

从生态的角度来看，生态旅游是一种在特殊条件下的人类社会—环境的复杂生态系统。自然保护区的生态因子均是相互联系、相互促进和相互制约的，都是按照生态学的规律在进行着物质循环和能量转换，其中一个因子发生了变化，就会引起系统内其他因子的一系列反应。当生态系统的自我调节能力超过其限度时，生态系统就会失去平衡，旅游环境就会被破坏，旅游事业就会受到影响。因此，对生态旅游的管理就必须以生态学的原理为指导，从生态学的普遍规律出发，努力使生物、环境、经济和谐发展。

生态旅游区要遵循生态旅游景观的自然形成发展演变规律，科学进行规划、开发和保护。要体现旅游区域受人为干扰较少，具有相对原始状态的独特自然生态风光；旅游区域内的居民长期居于特定的自然环境而创造了与之相适应的稳定的生态文化、生活方式和文化模式少受外界干扰，保留着原生态自然原始状态的独特系统；规划开发的旅游项目和旅游方式，要体现当地自然景观与人文景观和谐共存的特征。

（二）遵循在保护中开发、在开发中保护的可持续旅游发展原则

发展生态旅游必须以生态学为准则，综合分析各种因素，全面考虑，按生态学原理去开发、利用和保护。根据生态旅游系统的变化及特点不断改善系统的结构和布局，尽力维护其生态平衡及环境效益。一个好的旅游生态系统应具备平衡的结构、高效而经济的物质循环和能量转换，既能适应自然条件变化，又具有净化一定程度环境污染的能力，并使其发挥最优的生产效率，为人类提供优美的生态旅游场所。这就要求我们务必坚持可持续发展的原则，并在此原则指导下开发、保护生态旅游。

在开发过程中保持生态旅游资源的原始性和真实性，科学地确定开发规模、速度和内容，对资源要合理积极地利用，突出生态特点，实现生态旅游的可持续发展。

生态旅游区的开发要构建既能满足需要，又能体现长久的公平性和环境有计划限制的一种旅游业与社会经济、资源、环境良性协调的可持续旅游发展模式。

生态旅游区的开发要保持旅游资源的多样性及其生存能力，减缓非更新的衰竭速度，解决以破坏环境和资源为代价的非持续发展问题；建立起综合发展与保护的总体框架，促进旅游的公平发展；千方百计地满足旅游地居民对就业、粮食、能源、住房、水、卫生保健等方面的基本需要，防止因贫困而对旅游资源进行掠夺式开发的悲剧产生，改变人们的态度和习惯，使人的行为和实践符合旅游可持续发展的标准；适度控制人口增长速度，并把旅游地居民人口限制在可持续发展的水平；提高旅游业管理水平，改善服务质量，以使旅游者在旅游实践中得到旅游需求的满足；同时也应积极吸纳国内外各种有利因素，加强区域合作，积极推进旅游业可持续发展。

（三）遵循多学科进行生态旅游规划的原则

生态旅游规划是涉及旅游活动与其环境间相互关系的规划，应该应用生态学的原理和方法，将旅游者的旅游活动和环境特性有机结合起来，进行旅游环境上的合理布局。它包括确定旅游地的性质、科学划分功能分区、容量规划、环境保护和生态保育规划以及文化保护和社会发展规划等内容。因此，生态旅游规划应该由风景园林、生态学、旅游、城市规划、建筑学、环境艺术、美学、文学、史学、经济管理、营销等学科的专家来共同完成。

（四）实施多层次的生态旅游管理

生态旅游发展的根本保障在于建立一套科学规范的管理机制，在政府部门、旅游经营者、旅游者和旅游地所在社区之间形成良性互动，使生态旅游的观念深入人心，并落实到行动中去。生态旅游区的管理应该是多层次的管理，主要体现在旅游承载力、旅游者管理、旅游企业管理、生态旅游区内的居民管理及政府对生态旅游的管理。

1. 旅游承载力管理

旅游承载力是指对某一旅游地而言无害于其可持续发展的旅游活动量。它表现为不会降低自我环境的品质，不会降低旅游者的旅游体验和参与者的满意度，不会对各类原生物（含当地居民）造成伤害。管理者需采取各种相应措施对生态承载力、设施承载力和社会承载力等进行科学确定，要遵从旅游不能超过最大环境容纳量这个最基本的生态学原理。

2. 旅游者管理

要使旅游者真正体现生态旅游者的特点，需要通过导游或宣传手段对生态旅游者进行宣传、教育，使生态旅游者事先学习生态旅游目的地的相关知识，尊重生态旅游目的地的文化，不给目的地的自我环境造成不良影响，积极参加保护自然生态的各种有益活动；通过法律、法规、制度等手段对旅游者行为

进行规范、制约；通过技术手段加强对生态旅游者的管理；通过旅游实践，提高生态旅游者的道德修养和生态环保意识。

3. 旅游企业管理

加强旅游企业管理的核心是创建绿色旅游企业，使之成为为游客提供的产品与服务符合充分利用资源、符合保护生态环境要求并对人体无害的企业（如绿色旅行社、绿色交通、绿色饭店等）；企业的发展要既满足当代人的需要，又不对后代人的旅游需要构成危害，旅游企业要培育绿色旅游营销观念，开发绿色旅游产品，提供绿色旅游服务，培养绿色旅游员工，开展绿色旅游宣传等营销活动。

4. 生态旅游区的居民管理

对生态旅游区的居民进行宣传、教育要尊重居民，鼓励居民直接参与管理与经营。让居民了解生态旅游业的开发，不仅能为旅游区筹集大量资金以维持其健康发展，而且也能在当地居民提供大量的就业机会，促进当地经济的发展和人民生活水平的提高。使居民了解生态旅游带来的好处及带来的经济效益，改善当地居民与生态旅游区的关系，放弃原本不合理的资源利用方式，采取利益优先原则，使居民在实际活动中直接受益，使其成为生态旅游开发、保护事业的拥护者、支持者和实施者。

5. 政府对生态旅游的管理

政府主导是优化生态旅游管理的基础，政府要有切实可行的法规作保障，对生态旅游的规划与促进、生态旅游业的控制与监督、生态旅游的资金援助和科学监控起主导作用。并加强对生态旅游区的科学管理，做到“以法兴游”、“以法治游”，杜绝和避免破坏生态旅游资源的现象。

三、加强云南生态旅游开发和保护措施的建议

（一）树立正确的生态旅游观

生态旅游，就是让旅游者在良好的生态环境中观光体验、

度假休息、健康疗养；同时认识自然、了解生态、丰富科学知识，进而增强生态环境意识和生态道德观念，自觉关爱自然，保护环境。生态旅游是一种对环境保护负有责任的旅游方式，它同传统旅游形式的本质区别在于生态旅游必须具有促进生态保护和旅游资源可持续利用的特点。生态旅游要有目的地提高旅游景区的旅游环境质量，使旅游者在享受、认识自然的同时达到保护自然的目的，从而实现人与环境的和谐共处。所以，生态旅游的根本宗旨就是贴近自然、认识自然、体验自然、保护自然、维护生态平衡。生态旅游必须和生态环境的保护有机结合起来，强调在维护良好环境质量的前提下开展旅游，生态旅游不能把生态消费摆在首位，不能以牺牲环境为代价。因此，必须保持生态旅游区域内的环境质量和保持生态自然资源及文化遗产的多样性，实现生态系统的良性循环和有序发展，保持优异的自然生态环境。

（二）要建立健全法律法规体系，依法有序地开发生态旅游

要编制高起点、高标准、高水平的生态旅游规划，用于指导和协调生态旅游资源的开发建设；制定与生态旅游相适应的管理办法和规章制度，把生态旅游环境保护与生态旅游资源开发纳入法制化轨道，依法开发，避免盲目性和无序性，保证生态旅游开发科学、规范、有序地进行。

（三）要保护和发展传统农牧副业，杜绝和避免工业性开发

杜绝和避免引进对生态旅游资源有破坏作用的产业部门，重点支持和发展那些有利于提高景观生态的多样性，增强地方田园特色的农业生态系统的初级生产部门和野生动植物园的开发部门。

（四）要部门协调，区域联动，实现资源共享

结合生态旅游的开发，促进各部门之间的协调，将天然林保护工程，退耕还林、退牧还草工程与发展生态旅游有机结合起来，优先考虑生态旅游建设的需要，并向重点生态旅游区倾斜。在区域联动方面，加强与周边省区市的合作、互动，实现优势互补、资源共享。

（五）要加强生态旅游研究和人才的培养

生态旅游是一种新兴的特殊旅游方式，需要高素质的专业管理人才和服务人才。旅游院校应设置专门的旅游规划专业，并采取培训班、专题讲座、学术会议等多种形式培养一大批生态旅游方面的专业人才，加强对生态旅游理论和规划方面的研究，为实现生态旅游可持续发展提供人才保障。

（作者单位：方政，云南省旅游局；修晨，云南大学生命科学学院；杨叔毅，云南省旅游学校）

滇越铁路沿线的文化资源整合与 滇南旅游业的创新发展

赵 毅 肖云鑫 夏 辉 马建宇

一、红河旅游业的现状及主要问题

（一）滇越铁路历史回顾

滇越铁路是云南省的第一条铁路、中国第一条国际铁路，也是全国为数不多的“米轨”铁路之一，原是法国殖民当局根据不平等条约修建的。这条铁路因为起于原法属殖民地越南的海防，经老街中越边界进入云南，自河口向北延伸到昆明，故称滇越铁路。现在河口至昆明段的铁路已改称昆河铁路。

滇越铁路通车后，以前昆明到内地，要先乘驿运至中越边境的蛮耗，再换水运由越南海防转达香港、上海，行程两个月以上。铁路通车后，一周就能抵达香港。滇越铁路把云南的河口、蒙自、昆明三个通商口岸连在一起，把铁路沿线的个旧大锡、弥勒竹园红糖、宜良大米运送到省外和国外，加速了商品经济的发展。与此同时，石龙坝电站、亚细亚烟草公司、宣威火腿公司、云南锡业公司的大量设备均通过滇越铁路运来，促进了云南近代工业的发展。人民生活、社会风俗方面，铁路通车使大量洋货涌入，昆明街头法式建筑的医院、教堂、商店、住宅林立，电灯、电话、自来水、汽车进入了一部分人的生

活，看电影、穿西装、男女同校等也渐入民俗，使当时人民的生活和思想观念发生了很大转变。

至滇越铁路通车，云南没有一条公路。云南第一条省际公路——滇黔路，是到龙云任省主席后于 1928 年开工建设，1939 年全线通车的，云南与全国才得以直接连通。可以这样讲，滇越铁路的建成通车，使云南的社会发展提前了至少 20 年。

（二）滇越铁路周边旅游开发的现状及主要问题

1987 年，红河州首先在泸西和建水两县开发了阿庐古洞和燕子洞，奇特的喀斯特地下溶洞景观和率先发展旅游的创举，吸引着无数中外游客纷至沓来。如今更有了红河哈尼梯田、建水历史文化名城、河口中越跨国旅游、泸西阿庐古洞、弥勒及个开蒙滇南大城市公务商务休闲游等红河州的主要旅游产品。其中：红河哈尼梯田元阳核心区正在申报世界文化遗产。同时红河州委、州政府审时度势，重新把红河旅游业放在“基础产业、支柱产业和带动产业”中来定位，明确了红河旅游业目前仍然是带动产业的地位。存在的问题则主要表现为：

1. 特色旅游产品不突出

红河州旅游业发展起步较早，特别是 20 世纪 90 年代初期推出的以溶洞旅游为特点的旅游产品，但由于旅游产品特色没有很好地发掘，整合资源仅只是停留在其表面物质形态上，对其反映的精神、文化价值缺乏足够认识，对旅游者强烈的精神文化需求不够重视，造成了某些旅游者对旅游产品的失望，使红河旅游的知名度和吸引力在国内旅游市场上都还比较低。

2. 资源分散

滇越铁路沿线及周边地区旅游、文化资源丰富，但资源及产品都比较分散，且各自为政，没有形成合力。

3. 旅游资源开发层次不高，缺乏精品

产品比较单一，产品品位急需提升，内容有待丰富，旅游开发水平还需进一步提高。目前来红河的游客以观光为主，除

元阳能让游客切身感受一下外，其他景点，参与活动几乎没有。由于缺乏参与性、娱乐性的旅游项目，造成游客留驻时间短，旅游产出偏低。

4. 旅游整体形象不够鲜明，知名度还需扩大

红河旅游资源众多，但宣传力度不够，与红河应有的知名度还相距太远。另一方面，宣传内容有待丰富，红河的宣传应是全方位多角度的。

二、用滇越铁路作为线索整合文化资源 是一个有新意的思路，具有很强的可操作性

（一）沿线及周边地区的资源状况

红河州地域辽阔，国土面积占全省的1/10，自然资源和人文资源十分丰富，并具有独特性。既有水体类、生物类、气候类和地表类独特的自然资源，也有历史类、近代类、风景名胜类等文化底蕴较深厚的人文资源，具备建设和发展跨境度假旅游、生态文化旅游、民族文化旅游、现代工业旅游的独特优势。红河旅游资源的特点主要表现在：历史悠久、资源古老；州域辽阔、资源丰富；河山壮美、资源奇秀；文化灿烂、资源珍贵；民族众多、资源独特。有国家级风景名胜区建水，国家级森林公园花渔洞，还有省级风景名胜区如屏边大围山等7个，省级自然保护区5个。溶洞资源规模宏大，特色鲜明。有国家16条旅游专线之一、36个王牌景点之一以及云南省十大优秀旅游景区之一的泸西阿庐古洞风景区，亚洲最壮观的溶洞建水燕子洞。

红河州历史悠久，形成了众多的人文景观，文化底蕴深厚。州内有国家历史文化名城建水，有著名的锡都个旧，有滇南政治、经济、军事、文化重镇蒙自，有闻名遐迩的锡文化、陶瓷文化和梯田文化。全州受中原文化影响形成的一大批历史人文景观，其景点数量之多，景观内容之全，文化内涵之丰

富，建筑风格之独特，与中原文化相结合，成为云南之首。历史上人才辈出，名人众多。有清末经济特科状元袁嘉谷、世界著名数学家熊庆来、彝家名将张冲等。

红河州民族众多，民族风情多姿多彩。哈尼族的“十月年”、“矺扎扎”节、“长街宴”、“铓鼓舞”，彝族的火把节、烟盒舞、阿细跳月，建水花灯剧，石屏的海菜腔等构成了一道独具特色、多姿多彩的民族文化风景线。勤劳勇敢的红河人民还创造出众多的现代化旅游景观。世界锡都个旧城被联合国教科文组织评为最适宜于人居住的地方，开远市已成为新兴的滇南工业城市，“钱王”之乡弥勒已成为云南的现代烟草基地和葡萄酒生产基地，河口已成为国家一类口岸和边境旅游景区，州府所在地蒙自将变为最适宜于人居住和创业的“青城绿洲”，全州城市化水平已达28%。州内有两个国家一类口岸——河口口岸和金水河口岸，开展中越跨国旅游是红河州的一大优势。

红河州少数民族众多，世居少数民族有哈尼、彝、苗、傣、壮、布依、拉祜等族。这里山区比例高、贫困面大，南北发展不平衡，是彝族、哈尼族的主要聚居区。州内少数民族的宗教信仰、民族建筑、服装服饰、音乐舞蹈各有特色。哈尼族信仰原始宗教，住土掌房，衣服多为蓝、黑色，妇女会刺绣挑花，女青年喜爱银链、银币、银泡为胸饰，能歌善舞，“巴乌”是哈尼族特有的乐器。彝族服饰可区别的有近百种。红河彝族姑娘爱戴鸡冠帽，帽上的大小银泡，表示星星和月亮，象征光明和幸福。瑶族妇女能纺善织，梳圆锥形发式和戴红头巾的是已婚妇女的标志。哀牢山主峰海拔3 165米，它的东坡，元江河谷断裂带强烈下切，相对高差达2 000多米。河谷地区是傣族的聚居区，他们以稻作文化著称。瑶族居住在哀牢山区气候温和的沟箐里，这里林茂泉清，盛产草果、木耳和香菌，瑶族世代相传的医术神秘而有奇效。哈尼族居住的是富有民族特色的蘑菇房，这里气候清凉，他们在大山之中创造了堪称人间奇迹的梯田。彝族居住在山腰地带，在山顶上则居住着苗

族，苗族妇女手工制作的蜡染和刺绣，美丽异常。

每个民族都有独特的传统文化和风俗习惯，组成了一幅绚丽多姿的民族风情画卷。哈尼族的“砣扎扎”节是原始美的展示，简直像一个盛大的化装舞会。节日期间，男女青年别出心裁地打扮自己，越古怪离奇，就越受人称赞，人们跳鼓、打磨秋、走村串寨，一直要到串完最后一个哈尼族村寨。彝族“祭火节”是阳刚美的展现。节日期间，彝族同胞脱去外衣外裤，蒙着脸，打扮得五花八门，围着火堆，载歌载舞，以示烧尽过去的晦气。还有苗族的“采花山”，傣族的“男人节”等，也是趣味无穷。

（二）市场潜力

随着休闲游的兴起，消费者对传统旅游地兴趣的转移，红河近年来的旅游开发更能满足消费者“到令人感兴趣的地方去玩别样风情”的需求。而且，去一个“新”的地方而非传统的旅游地正成为一种时尚。城市居民家庭用车的迅猛增长，自驾游正方兴未艾等，都为红河旅游提供了广阔的客源市场。

（三）区位优势

随着国家实施西部大开发战略和中国—东盟自由贸易区建设的启动，由中国和东盟各国共同出资的泛亚铁路（东线）的建设，使红河成为云南乃至全国对外开放的前沿。州内“三纵三横”立体交通网络建设；昆明—河口—越南河内—海防的高速公路建设；泛亚铁路的开工将贯通红河州南北，直通东南亚国家；民用机场正在积极筹备建设；信息化加速推进，通信便捷；为红河州扩大旅游客源市场，提升旅游接待设施带来了更多的机遇和条件。为红河州经济发展及个开蒙滇南大城市群建设将带来了新的机遇。

（四）政府关注

与个开蒙新城一江之隔的越南，也正在打造一个全新的经贸城市——老街。2002年4月，越南政府将老街市和甘塘市合并成立新的老街市，设为越南的第三直辖市。越南政府自1998年起，每年投入3 000亿越南盾建设老街国际口岸。为此老街政府从边境后撤7公里，并划出9平方公里土地用于开发口岸经济区。同时，在离老街38公里处，正在筹建一个3平方公里的重工业开发区，为此，老街市将投入28亿人民币。

此外，从2004年，东起盖邻港西至老街的“东西走廊”铁路建设正式开始，并将于2008年建成。建成后，老街—河内的运行时间将缩短为4个小时。这条铁路的西端将与我国河口的铁路相接，东端则与广西的沿海港口相邻。同时，越南政府已于2005年开工建设河内—老街4车道高等级公路，并将海防港升级改造为可停靠万吨巨轮的海港，此外，老街机场也在修建。

中越政府，不约而同地把修建一个面向东盟的商贸城市的计划提速。在这个庞大的计划中，红河旅游业将迎来新的机遇。

（五）红河州的经济实力越来越强

自20世纪90年代以来，红河州提出了“一区两带”（个开蒙经济区，昆河经济带、边境经济带）的发展战略思路，创下了骄人业绩；“红烟”、“红酒”品牌已成为知名品牌，并带动了红河州经济的发展；全州经济实力上升到全省第四位。“十五”期间，红河州经济总量连年攀升，生产总值五年平均增长11.1%，人均生产总值已达920美元；2005年全州财政总收入和地方财政收入分别达到80.08亿元和26.74亿元，年均增长20.2%和19.8%。已成为我省发展最快，最具活力的地州之一。

三、对策建议

(一) 坚持开发与保护并重，可持续发展

旅游环境资源是旅游业发展的基础，关系到旅游业发展的生命和永久性活力，因而在旅游开发和建设中要十分注重保护元阳梯田及旅游地的生物多样性、文化多样性等，保证旅游资源的可持续利用，促进旅游业的可持续发展。

(二) 以市场为主导，注重开发复合型创新产品

旅游发展要以资源为基础，以市场为导向，以项目为细胞，以产品为支撑。红河旅游业应针对旅游市场的不同结构、不同层次，在对红河旅游资源分析评价的基础上，规划设计系列满足不同需求的产品，如休闲度假，科考科普，生态旅游，边地文化，康体保健，文化寻踪等。并且根据市场变化进行创新，适时开发，适时营销不同主题的系列产品，以开拓国际旅游客源市场，国内旅游客源市场，省内旅游客源市场，滇南旅游客源市场和市县内旅游客源市场，形成多市场复合的优势，使客源市场能保持相对稳定的拓展。

(三) 以建设精品为主导，分级分期开发

在红河旅游发展中，要以元阳梯田“申遗”为契机，以建设云南省面向全国和东南亚、南亚的逐步走向世界的滇南精品旅游区为主导，对元阳梯田及建水、石屏等地的项目实行政策倾斜、资金倾斜、营销倾斜等全方位的倾斜政策，以能正确建设国家级精品旅游度假区、国家级生态旅游示范区等做大做强红河旅游业龙头。同时，在开发建设中应根据旅游发展需要，确定旅游区景点和旅游产品的开发时序，不同时期有不同重点，有不同的阶段目标，统一规划，分级开发，分期建设，使旅游业健康有序地发展。

（四）实施对外开放战略

旅游业是天然的开放型经济产业。旅游者的流向是不以县界、市界、省界以至国界为局限的。要坚持对外开放战略，发挥红河毗连越南的优势，抓住中国—东盟自由贸易区、云南连接东南亚、南亚国际大通道建设等契机，大力提升红河对外的交通、信息连接，开发州内外、国内外旅游资源，积极开拓省内外、国内外客源市场，与邻近地区和国家实现资源共享、客源交流、产品互补，加大招商、引资、引智的力度，使旅游业成为红河的重要产业。

（五）区域合作

1. 州内跨区域合作

——各地区应该在思想上摒弃各自为政、以邻为壑的传统竞争观念引导下的经营开发理念，逐渐打破地区封锁，弱化地界概念，强化跨地区合作、共赢互利的发展思路。

——在宏观管理层面上，建立跨地区的行业管理协会，通过各地区政府和行业部门间的协商引导，制定行业内部共同遵守、共同维护的相关公约，充分发挥行业协会在跨地区协作过程中的特殊作用。

——在实际操作层面上，在资源类型相近、地理区位相邻的地区间，可以通过共同投资设立股份公司运作旅游的形式，一同来组建集团公司，共同打造品牌，联合开拓市场。

2. 跨国区域合作

——在具体实施过程中，不应把产品与合作仅仅停留在简单的由“地域延伸”所带来的产品组合这一初级层面，而应坚持“以我为主”的原则和“不断提升文化含量”的策略，面向全国和国际市场抢占市场和品牌的先机，从构筑大产品、系列产品的角度，尽早设计出能够有效整合相关资源的亮点产品和特色产品，分阶段推出。

（六）完善规划，推进旅游业与文化产业的结合

——完善中期旅游产业发展规划。建议从注重关联互动的角度，对红河中期旅游发展规划进行必要的修改和完善，尤其要在整体规划上下工夫。由于缺乏旅游产业与其他产业间关联互动的总体规划，红河旅游业存在着要么重复建设，要么基础薄弱的情况。

——近年来，红河州取得了长足的发展，但综合基础条件仍较差，整体性关联互动的有效达成，对于旅游产业本身以及旅游产业和其他相关产业的协同发展，具有相当重要的作用，它不仅能使旅游产业获得更大的发展后劲，还将在整个红河经济发展中资源配置的优化上起到积极作用。它将有效减少产品的趋同性，减少违背市场规律的盲目建设和重复建设，使有限的市场、资金、技术、项目、人才等资源的配置变得更加优化、更加有效。

——高质量产品和服务的深层含义应该首先着眼于市场需求和红河自身的特点。发展旅游产业所依赖的正是最具活力的创新意识这一基本要素，以人的创意和智能为核心，整合经济社会中的多种要素，组合资本、技术、市场网络等形成的产业形态，通过与时俱进的创意极大地提升原有资源的审美含量、时尚含量和各种附加值，推出真正能够异时共存，异地共享的优秀产品，并且逐渐形成有巨大发展潜力的、高品质的产品丛、产品链的产业规模。

产品开发模式应实现多元化。应该避免目前某些地区间旅游产品结构的趋同化倾向，应该依据自身资源特点和市场需求定位而有所不同，以优化红河的旅游产品结构，合成整体的旅游竞争力。

（七）加强与铁路部门的协调，建立共同投入共同受益的合作机制

应加强与铁路部门的协调，建立良好的合作及利益分配机

制。做好滇越铁路的各项开发准备工作，并以此为依托，辐射铁路沿线及周边区域，带动广泛区域内旅游业的发展，最终达成多方共赢的局面。

（作者单位：云南省社科院）

大理旅游集团操盘大理旅游 市场的实证分析

林 艺 方 凯

一、大理旅游集团近年来在大理旅游中的地位与作用

大理有众多和丰富的旅游资源、景区景点，被誉为“旅游者的天堂”、“一生不能不到的地方”，但前几年，由于管理体制不完善，隶属关系不合理以及旅行社间的恶性竞争，导致了大理旅游市场的混乱局面，“25元游大理”的怪现象，致使游客在大理停留的时间不足半天，大理名副其实变成了滇西旅游线路的过道，大理旅游全面下滑。

为了扭转这种十分严峻的局面，大理旅游集团有限责任公司（以下简称大理旅游集团）于2002年8月经大理州人民政府批准组建，9月正式挂牌成立。经过几年的发展，集团已拥有三塔文化旅游区（含三塔景区和崇圣寺）、蝴蝶泉公园、南诏风情岛、洱海公园和洱海游船、天龙八部影视城6家分公司和两家控股公司。控股公司分别为大理旅游“一卡通”有限责任公司和风花雪月文化传播有限公司。景区（点）占大理旅游景区（点）的80%。

大理旅游集团2004年旅游总收入1.3亿多元，实现利润2000万元，占大理旅游社会总收益的十分之一。2005年以来，

通过体制改革、机制创新和加大文化要素的培育，仅 1 ~ 10 月，大理旅游集团下属各大景区（点）、游船的游客量就超过了“99 昆明世博会”同期游客量，创出了历史新高，其中三塔公园接待游客 106 万余人次，蝴蝶泉公园接待游客 105 万余人次，天龙八部影视城接待游客 24 万余人次，洱海游船接待游客 104 万余人次；与 2002 年同期相比，大理市景区（点）游客量增加 46%，门票收入增长 107%，集团一举扭亏为盈，累计实现利润达 3 000 余万元。由上可见，大理旅游集团在大理旅游市场上占据了十分显要的地位，同时也发挥了极其重要的作用。

几年的发展，大理旅游集团为大理树立了良好形象。2004 年，大理旅游集团成为全国唯一由企业运作的“申魅”承办者。大理与其他 39 个入围城市从 600 个全国中小城市中脱颖而出，最后荣膺“最佳中国魅力城市”的桂冠。作为“申魅”系列活动的承办方，大理旅游集团本着“宣传大理，就是宣传大理旅游，就是宣传企业”的思想，在积极适时营销大理的整体品牌，扩大大理影响，增强大理旅游的知名度和吸引力的同时，完善和打造企业自身形象。在大理旅游集团的努力下，大理企业投资旅游业热情高涨，大理旅游市场空前繁荣。

二、大理旅游集团机制创新模式研究

（一）企业精英层的领导作用

无论何人只要到了大理旅游集团，就会被他们搭配出彩的管理层所吸引。因为在这个管理层身上，我们能够感受到这支队伍旺盛生命力的原动力。2002 年 9 月 ~ 2003 年 9 月，集团组建第一年，由于受经营、体制等多重因素的约束及“非典”的影响，集团亏损达 1 000 余万元。新班子到任后，这笔巨大的负债沉甸甸地压在集团每个员工的心上。如何运作这样一个企业，实在需要足够的胆量和魄力。作为高层决策的公司领导

有敢于创新的冒险精神和务实的工作作风，统一思想、明确任务、制定规划、果断发动集团中层以上的 40 位职员，每人以家庭财产作抵押向银行借贷款 30 万元，凑足 1 200 万元还款金额，鲜明地向社会亮出了大理旅游集团所有员工的事业心、责任感和诚信精神。

紧接着，在 2004 年 4 月，旅游集团为解决旅游企业间越陷越深的三角债问题，正式推出“一卡通”旅游结算方式——这是目前为止中国旅游市场上运行比较成功的电子旅游结算方式，它解决了旅游市场不规范带来的许多问题。实践证明，这一举措最有效地保障了各旅游企业的利益，完善了旅游各个环节的管理体系，使大理旅游质量显著提高，品牌效益获得肯定。特别是在 2004 年年底，大理旅游集团主动参与承办了大理市“CCTV 中国魅力城市展示”评选活动，从入围的 600 多城市中入选 10 强，后又全票当选“中国最佳魅力城市”，整个大理旅游行业因此更是直接受益。

从亏损 1 000 多万元，到实现近 2 000 万元赢利，大理旅游集团只用了一年时间，其漂亮翻身足以成为旅游企业的经典教案。集团的一位高层领导曾说：“财富对于一个人而言，生不带来，死不带去，关键是要为社会创造财富。”由于管理层拥有了迎接市场风险挑战和把握市场发展机遇的特殊胆识和才干，因此，旅游集团在旅游市场上创造了一个又一个奇迹。

（二）团队精神的铸造

大理旅游集团的全体员工本着“以市场为导向，为顾客提供最优质的服务”的宗旨，三年来，以战胜一切困难的拼搏精神、企业利益至上的主人翁精神、团结协作的团队精神，创造了大理旅游史上的辉煌——业绩直线上升，成长十分迅速。正是因为大理旅游集团的高层领导以身作则的奋斗精神，带动了整个公司的员工都踏踏实实地做事，铸造了主动承担责任又互相合作的团队精神。作为集团的高层领导，精英管理层深知一个企业的成功不仅仅只是高层的那么几个英雄人物，更

需要形成中层强有力的支持以及普通员工的团队精神。古人云：人心齐，泰山移。我们也常说：“团结就是力量。”在市场经济的大背景下，弘扬团结协作精神对于建设好一个组织、一个企业具有重要的意义。他们是这样的一支队伍：

◆深谙传统旅游与现代旅游相结合，运筹帷幄、高瞻远瞩的精英管理层；

◆熟悉运作环境、了解投资政策法规及从业经验丰富的专业融资专家和投资顾问；

◆精通计算机应用，在平台搭建、信息整合方面具有相当实力的 IT 专业技术群体；

◆善于沟通、精诚团结、恪守信誉的高素质的营销队伍；

◆错落有致、风格不同、倾情相助的强有力的亲友团。

感召、奉献、真情、至诚，使大理旅游集团不仅是几个精英的企业，也是员工的企业，是社会的企业。在这个充满激情与兴趣的企业里，经营理念与发展远景，沟通、理解与融洽让不少人由衷地说出“那种氛围吸引了我”。每个员工任劳任怨、兢兢业业把每件事情做得漂亮完满。

（三）管理机制的创新

大理旅游集团公司是一个按照现代企业管理制度建立的国有企业。实行董事会领导下的总经理负责制，经营目标责任制，全员劳动合同制，报酬浮动制。政府组建该公司的目的，就是对大理的旅游资源进行重组整合、规范旅游市场，全面提升旅游业作为大理支柱产业的发展，增强大理旅游业的总体竞争力和综合实力，继而实现大理州经济与社会的全面发展。

在集团总部，实行的是集中决策，一级法人、两级核算的管理体制，并按照精简、高效的原则，设立一室七部，即办公室、财务部、经营管理部、外联营销部、人力资源部、企划发展部、工程管理部、投资管理部。另有驻昆办事处及由大理旅游集团有限责任公司控股的大理旅游“一卡通”有限责任公司、风花雪月文化传播有限责任公司。

大理旅游集团由六个不同性质、不同管理体制的单位组建而成，其中三塔公园、蝴蝶泉公园、洱海公园属事业单位，三塔公园属文化局管理，蝴蝶泉公园、洱海公园属建设局管理，几家旅行社既有国营的也有民营的，且分属不同的部门。2002年9月，为了顺利实施重组，州市政府授权大理省级旅游度假区实施整个组建工作。通过整体式改制，大理三塔公园、蝴蝶泉公园和洱海公园由经营性文化事业单位一次性转制为企业，并分别成为大理旅游集团的下属分公司，全部划归集团实行企业化管理。集团的组建，解决了景区景点条块分割、管理滞后的状况，实现了跨部门、跨行业、跨地域的文化旅游资源和产业的强强联合，创新了管理体制和运行机制，开辟了大理旅游集约化、规范化发展，旅游部门与文化单位资源整合的新路子。

从成立集团公司开始的那天起，有效解决大理旅游市场低价恶性竞争以及景点景区、宾馆饭店、旅行社之间相互拖欠旅游款项的“三角债”问题，成了集团首先考虑的关键大事。这些问题如果不能得到较好解决，必将影响大理的整体旅游形象，企业的效益也得不到保障。2004年4月，经过一段时间孕育的“大理旅游交易结算及管理系统”（即“一卡通”）诞生。“一卡通”实施以来，解决了困扰大理旅游的诸多问题，收到了旅游管理、旅游经营和旅游者多赢之效，不仅出现了旅游持续升温，而且使游客在大理的滞留时间从原来的不到0.5天增加到1.25天，消费指数明显提高，旅行社、宾馆饭店等旅游企业的经济效益也大幅增长。

三年来，集团切实以文化力铸造企业，打造过硬的企业品牌形象，以现代企业制度规范管理，大胆创新传统的旅游模式，审时度势开发旅游产品。一方面，按照既确保集团效益又规范旅游市场、互利互惠的原则，加强与旅游同行的广泛接触、交流沟通，及时调整营销策略，与业界同行建立了良好的合作关系，不仅有力地发挥了在大理旅游中的龙头带动作用，还不断拓展周边旅游市场，共创各方多赢的大旅游格局；另一

方面，又充分把握文化体制改革和文化产业发展的大政策，改革管理体制，创新运行机制，努力以诚信文化铸造企业，不仅使大理旅游集团实现了原单位由“事业型”向“企业型”的转变，将散而小的子体有机整合成了一个具有统一合力的母体，使大理旅游集团将文化旅游资源优势转化为产业优势并在业内树立起了良好的企业形象。

（四）“资本”与“主义”的成功结合

成功的企业背后，资本运作是支撑企业发展的动力，它既包括企业融资、企业兼并、债务重组等方面的内容，更包括延伸到产品制造、产品营销、市场开拓、品牌创建的活动之中。所谓“力不到，不为财！”就是资本运营的最好写照。

大理旅游集团有限责任公司原注册资金2 100万元，股权结构设置为：大理省级旅游度假区国有资产经营公司持股 52.4%；大理省级旅游度假区旅游开发总公司持股 47.6%。为提高大理旅游企业的市场竞争力，实现大理旅游业提质增效，大理旅游集团有限责任公司进行了资产重组。重组后大理旅游集团增资扩股，注册资金为股东全部出资，共15 670.43万元。大理市国有资产经营有限公司持股 4.98%，大理省级旅游度假区国有资产经营公司持股 14.83%，大理省级旅游度假区旅游开发总公司持股 10.19%。

大理旅游集团在资产重组工作完成后致力于企业的深化改革，进一步完善法人治理结构，以期建立起产权明晰、权责分明、政企分开、管理科学的现代企业制度。

从大理旅游集团的组建、不同企业的产权关系理顺，到后来一个接一个的经典策划并付诸实践、获取效益，无不体现了他们自己所描述的“‘资本’与‘主义’”的成功结合。投资2 400万元的《蝴蝶之梦》，让游客体验了博大精深的南诏文化的大制作；蝴蝶泉公园“蝴蝶大世界”生态园在49天内得以竣工，每天漫天飞舞的蝴蝶，重现了闻名中外的蝴蝶泉奇观，蝴蝶泉公园几期工程的改造完工，整体的文化附加值的开发则

是集团策划的大手笔；“魅力大理”活动的全面介入，是集团实施营销方略与品牌推崇的主打目标；《天龙八部》影视城内系列活动的开展，有力地拓展了“天龙八部”文化，“金庸武侠文化驿站”则利用名人效应继续提升大理的知名度；崇圣寺内藏传佛教、南传上座部佛教、汉传佛教文化的再现，以及集养生、修炼为一体的健身各项活动都将成为提升“大理品牌”价值的重要手段。

大理旅游集团将“资本”与“主义”的成功结合，实现了企业“共同愿景”的目标——我们想要创造什么。在这个企业中，个人愿景与团体愿景达到了有机完美的互动与连接，个人价值与集体价值实现了和谐统一。

三、大理旅游集团对业界的启示

大理旅游集团三年运作市场的经验，可以总结为政府与企业的互动，传统文化的传承与创新的结合，注重旅游产品的多样性与多功能性的开发，外地消费群体的引导与本地消费群体培养的结合，带给我们多重启示。

（一）政府与企业的互动

政府按照政企分开的原则，变行政隶属关系为资产纽带关系，把社会经济管理职能、国有资产管理职能与企业经营管理职能分开，实行企业无行政主管部门的模式，使企业摆脱对政府的依附关系，真正成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体，这应该是市场经济下的新型政企关系。大理州各级政府与大理旅游集团在这种新型关系下，形成了良好的互动，实现了政府与企业的“双赢”。

从2004年的企业“CCTV中国魅力城市展示”评选活动的全面介入，到2005年的大理申报苍山国家地质公园，以及再后的由集团承办的“大理旅游”杯首届中国商务小姐大赛

总决赛，无一不表明政府和企业的真正“联姻”，显示了作为企业与政府的良性合作关系。“宣传大理，就是宣传大理旅游，就是宣传企业”，企业由于具有这样大气和魄力的营销理念，因此，自身宣传也非常到位，在政府与企业间实现了社会效益与经济效益的共同繁荣。

（二）传统文化的传承与创新

长期以来，旅游界习惯于被动接团，游客只能浅表、单纯地游山玩水，对于很多经典的民族文化，由于旅游机构推介不力，营销不当，无法满足层次各异的游客需求，原来传统的景区景点也会因年久失修和没有现代时尚理念而丢失客源，大理也同样存在这样的问题。大理的山、大理的水、大理的民风民俗、大理的奇花异草是可以转化为旅游产品资源的，享誉中外的民歌《小河淌水》，传世之作的电影《五朵金花》是经过文化附加值提升的产品，曾经带给无数游人对大理的向往。

寻找鲜明的大理特色和无穷的民族文化魅力，是大理旅游集团真正认识其价值的突破口：在市场经济下如果总是抱残守缺过去的产品，企业的出路必将受限。只有传承传统文化重新打造具有符合现代审美特征的知名文化旅游品牌，生产一批具有大理地域特点和浓郁民族特色的文化旅游新品牌，集团才能在激烈的旅游市场竞争中立于不败之地，大理也才能真正走向世界。因此，为了体现旅游是文化的载体，文化是旅游的灵魂，大理旅游集团做了很多成功的尝试，他们在大理传统旅游的基础上，注重挖掘和开发丰富的自然资源与积淀深厚的历史文化资源和风情浓郁的民族文化资源，坚决走文化与旅游融合、以文化为旅游灵魂的文化旅游发展路子，努力增加旅游景点景区的文化含量，积极打造新品牌，不断推出文化旅游新思路和新产品，切实增强旅游企业的综合实力和核心竞争力，实现了大理旅游业的可持续发展。大理旅游集团曾邀请世界著名小提琴演奏家盛中国及夫人濑田裕子在蝴蝶泉边演奏世界名曲《梁祝》；主办了刘诗昆、董怡 2006 年大理新春音乐会；在三

塔公园主景广场内演绎“中国·大理·世界名曲”交响音乐会；主办了全国著名书画家大理采风行活动；在中国国际旅游交易会演示最具特点的白族民居和金花风采；投资拍摄 30 集电视剧《大理公主》将于 2006 年在央视播出；参与大理提升整理白族三道茶的文化内涵，促进这一产业在旅游市场的份额比例；延伸其他产业与旅游业的紧密结合，在传承与创新中求生机，寻发展。

（三）注重旅游产品的多样性与多功能性

旅游，是以体验变化为目的而志愿离开家庭去参观某一地方的暂时休闲活动，其中“离开家庭”与“体验变化”成为旅游行为中的根本性内涵和关键性依据，而特色性旅游是人们体验差异的先决条件。因此，旅游产品的多样性与多功能性成为游客需求的必然，大理旅游集团对此有充分的认识。

2003 年，大理旅游集团成功开发建设蝴蝶泉公园“蝴蝶大世界”生态园，充分利用“蝶文化”魅力，提升景区的品牌价值。为了进一步丰富蝴蝶泉的旅游文化内涵，蝴蝶泉景区改造工程开始逐步分期实施。蝴蝶博物馆、金花演歌台、生态植物园、蝴蝶生态园、泉溪心结廊、照妆潭、鸳鸯池、情人湖、杨丽坤纪念馆以至到《五朵金花》专场放映厅，今后不久都会在此陆续向游客开放，集生态旅游、文化旅游、科考旅游为一体的“蝶”、“泉”、“金花”将成为蝴蝶泉“蝶泉交融、一步一景”的多层次展示真、善、美的时尚景点。

2005 年，集团为增添游客晚上游玩大理的内容与兴趣，联合 22 家旅行社参股，共同投资 2 400 万元，编排了一台围绕大理的历史文化和民族风情，吸纳不同地域、不同民族的优秀元素，突出大理风格，体现云南丰富多彩的民族风情及大理作为“亚洲文化十字路口的古都”的世界属性的美轮美奂的歌舞晚会《蝴蝶之梦》，顺延了游客在大理的滞留时间，即以过去的 0.5 天提升到现在的 1.25 天，这在很大程度上激活了大理旅游市场。

2005年8月，“洱海一号”大型豪华游船作为中国目前最大的内陆湖豪华双体游船在大理首航，这是一艘真正意义的“文化旅游航船”。它体现了大理白族“月文化”丰富的内涵——团结、祥和、安康、幸福。“洱海一号”的营运，是继《蝴蝶之梦》后，大理旅游集团推出的又一张“名片”和旅游消费产品。

2006年元旦，投资近2个亿的崇圣寺正式开业，这标志着宗教旅游在大理的全面启动。崇圣寺的恢复与重建，弥补了大理三塔公园4A级旅游景区长期以来有塔无寺的历史缺憾，既为广大信教群众提供了宗教活动场所，更丰富了广大游客的旅游文化内容，实现了游客单纯从旅游观光型向旅游体验参与型的转变。目前大理旅游集团在重修崇圣寺的基础上正在进行塔寺一体化经营策划，并择优选择合资、合并、融资伙伴，注重研究崇圣寺的宗教管理方式，以及加快筹建崇圣寺旅游服务配套项目和设施，并将举行盛大的崇圣寺开光大典。为了让游客能买到称心如意的旅游纪念品，集团与合作伙伴共同开发的大理旅游工艺品项目目前正在紧锣密鼓的筹划之中。该项目将以大理地方特色和民族文化内涵为基础，市场认知、游客欢迎为标准，研制开发生产具有竞争力的大理旅游名牌产品，以期让每个来大理的游客都能购买到富于个性、物有所值、称心如意的旅游纪念品，更好地满足游客的多样性需求。

（四）外地消费群体的引导与本地消费群体的培养

消费是连接经济与文化的社会活动，是经济生活、文化生活与社会生活的连接点和会聚地，因此消费不仅具有经济和营销意义，而且具有重要的文化和社会意义。消费过程包括对消费品和消费方式的选择。由于消费约束的影响，人们总是在既定的资源条件下，以最小的投入来达到最大的消费效用。旅游消费也同样如此，因此企业需要对消费群体进行必要的引导。大理旅游集团在激烈的市场竞争中具有敏锐的洞察力和前瞻性，大胆提出将昆明火车站大厅建成大理厅的设计，其目的是

让一下火车的外地游客在第一时间方便、快捷地了解到大理的旅游信息，做出到大理旅游的消费抉择，抢先赢得云南旅游的大理商机。

如果说消费选择是一种消费决策，那么，消费习惯则是“无决策选择”。所谓消费习惯是体现在消费选择中的重要和稳定的偏好，即对某些消费品、购物环境和消费行为方式的经常的、连贯的、相对固定的选择倾向。大理旅游集团花费大量财力、物力开发崇圣寺宗教旅游，既是对本地消费群体的培养，也是延长外地消费群体在本地消费的重要举措。

纵观大理旅游市场的全貌，我们不难看出，有着旅游龙头之称的大理旅游集团在发展大理旅游以及滇西北旅游中所起的作用，这对于一个建成不过才三年的企业来说，需要付出何等的艰辛与责任。“大理好了，我们就好了，大理发展了，我们就发展了”——集团精英管理层把它作为企业的定位与目标，反映了大理旅游集团公司近年来操盘大理旅游所取得的成功，这些经验无疑会给旅游界提供有益的借鉴。

（作者单位：云南大学文化产业研究院）

对策建议

借鉴四川省的成功经验，加快 云南旅游发展

余 繁 修宪民

为了贯彻落实省委、省政府领导关于向四川旅游学习的重要指示精神，我们本着学习四川发展旅游的经验为目的，赴四川参加了第三届四川旅游发展大会、实地考察了四川雅安的景区景点并对四川省旅游工作进行了调研。在实地考察和调研的基础上，总结了四川发展旅游的主要经验并针对云南省发展旅游工作的实际提出了加快云南旅游发展的对策建议。

一、四川省旅游发展的基本情况

四川是旅游资源大省，随着改革开放步伐的加快，四川省的旅游基础设施日趋完善，交通条件显著改善，旅游可进入性明显增强。经过近年快速发展，四川省旅游行业规模不断扩大，相关要素逐步配套，旅游行业初具规模，产业要素协调发展，产业体系日趋完善。

四川省旅游业坚持以自然生态和历史文化为主线，不断创新发展理念，加强旅游产品建设和环境建设，取得明显成效。全省旅游总收入从 1998 年的 125.9 亿元，增加到 2004 年的

566.23 亿元，增长近 4.5 倍；旅游总收入相当于国内生产总值的比重由 1998 年的 3.6% 上升到 2004 年的 8.6%；旅游业及带动相关行业的增加值占全省国内生产总值的比重由 1998 年（187.34 亿元）的 5.2% 上升到 2004 年（842 亿元）的 13%，旅游对四川省经济社会发展起到重要的带动和支撑作用。同时，2004 年四川省入境旅游实现全面恢复性增长，全年共接待入境游客 96.6 万人次，创汇 2.89 亿美元；分别比 2003 年增长 114.3% 和 93.1%。进入 2005 年以来，四川省旅游发展继续保持良好态势，1~7 月，全省实现旅游总收入 423.04 亿元，比 2004 年同期增长 24.6%。其中，接待入境游客 44.91 万人次，增长 19.5%，旅游外汇收入 1.45 亿美元，增长 22.6%；接待国内游客 8 243.54 万人次，增长 21.4%，国内旅游收入 411.04 亿元，增长 24.4%。

二、四川省发展旅游的主要做法和经验

在发展旅游过程中，四川省坚持“政府主导、企业主体、市场运作”的原则，围绕自然生态和历史文化两条主线，大力实施政府主导型战略、旅游精品战略和可持续发展战略，不断优化旅游发展环境，积极推进扩大开放和区域合作，努力促进旅游形态由单一的观光旅游向观光与休闲、度假、会议等特色旅游相结合的方向转变，旅游市场由国内游为主向国内游与入境游并重的方向转变。四川省抓旅游发展的主要做法和经验如下：

（一）加强领导，实施政府主导型战略

四川旅游发展起步晚，基础条件较差，制约性因素较多，近年来能够保持快速发展，其中很重要的原因就是坚持实施政府主导型战略。为切实加强旅游工作的组织领导，四川省调整充实了省旅游产业发展领导小组，28 个省级有关部门为成

员单位。在省政府领导分工上，分管计划、投资、交通、建设工作的领导，分管旅游工作，统筹协调旅游基础设施建设、项目、资金等方面的工作。同时，强化了旅游行政管理部门的综合协调职能（由省政府行文明确四川省旅游局是综合协调部门），形成了党政全力推动、部门密切配合、上下整体联动的良好发展格局。各级政府创造性地搭建了一个政府主导、各方配合、企业参与、全面推动旅游产业发展的平台，为四川旅游产业的健康发展奠定了坚实基础。

在实施政府主导型战略中，四川省重点抓了以下环节：

1. 全力营造加快旅游发展的良好氛围

2003年以来，四川省连续三年召开四川省旅游发展大会，充分调动了各级党委政府抓旅游发展的工作热情，有力推动了全省旅游产业的迅速恢复和全面振兴。

通过旅游发展大会和一系列的旅游商务、旅游节庆等活动的举办，推进了旅游发展大会举办地的基础设施和环境条件迅速改善，推动了区域经济社会的快速发展。四川旅游发展大会已成为推动四川旅游业持续、快速、协调、健康发展的品牌盛会。全方位展示了四川旅游的新形象，对四川省旅游发展产生了积极深远的影响。

2. 着力抓好旅游规划

四川省在1998年邀请世界旅游组织专家编制《四川省旅游发展总体规划》的基础上，组织编制了全省21个市州和50个重点旅游县的发展规划，制定了大九寨国际旅游区等五大精品旅游区规划建设方案和一批重点旅游景区的开发建设规划，对全省旅游的开发与保护起到了较好的指导作用。目前，四川省正进一步深化和完善旅游规划，重点抓精品旅游景区、旅游线路、特色文化和跨区域旅游产品的规划编制工作，并特别强调要维护规划的严肃性，坚持旅游开发先规划后建设，严格按照规划组织实施，保证旅游业的可持续发展。

3. 加大旅游基础设施投入

四川省围绕旅游产业发展，在交通路网规划、项目建设、

资金安排上对旅游项目实行了重点倾斜，加快重点景区的交通、通信、能源、垃圾污水处理等基础设施的建设。目前，全省便利快捷的立体交通网络已初步形成，特别是成都 15 条国际航线的开通，九寨黄龙机场的通航，使四川旅游可进入性大大提高，蜀道难的问题得到了根本改变。

4. 加强旅游市场综合治理

近年来，四川省先后出台四部地方性旅游法规，出台了《关于强化旅游市场综合治理机制的意见》，制定了一系列专项整治方案，认真开展旅游市场综合治理，强化上下协调、横向联动、各司其职，旅游市场环境不断优化，促进了全省旅游业的持续健康发展。

5. “政府主导”不是“政府包揽”

近年来，四川省积极推进投融资体制改革，鼓励和吸引多种经济成分参与旅游业发展，鼓励、支持和引导民间资金向旅游业的投入，加快民间资金向民营资本的转变。四川省的碧峰峡、九寨天堂国际会议度假中心、“中国死海”等成为民间资本投资旅游业的成功范例。

（二）突出特色和优势，实施旅游精品战略，以大项目带动大发展，用大思路、大品牌、大手笔来促进旅游开发和建设

为了进一步突出四川旅游的品牌形象，四川省以大熊猫、三星堆、九寨沟三大品牌和四大世界遗产为支撑，提出了建设五大国际精品旅游区（即中国“第一山”国际旅游区、大九寨国际旅游区、卧龙中华大熊猫生态旅游区、三星堆古迹遗址文化旅游区和都江堰—青城山生态文化旅游区）的发展战略，集中力量抓紧建设成熟的、高品质的世界级旅游精品。

在建设过程中，四川省制定了《关于五大旅游区建设的标准》，制定和实施了五大旅游区规划建设方案。从 2003 年至 2005 年，四川省累计投资 250 亿元，建设了 162 个项目；四川省还通过创新投融资体制，引入民间资本和以景区门票作抵押获得银行贷款支持等多种途径，加大精品景区建设投入；加大

了景区环境的综合治理力度，大九寨国际旅游区为保护好景观资源，拆除了与景观环境不协调和违章建筑 77 万平方米，改善了九寨沟的整体环境。峨眉山风景区在景区内退耕还林 2 万多亩，将景区公路沿线和周边地区不协调的建筑 42 万平方米全部拆除。经过综合治理，五大旅游区的生态环境得到明显改善，管理水平上了一个新的台阶；完善了旅游城镇配套设施建设和旅游服务功能，坚持把旅游城镇建设作为打造五大精品旅游区的重点，与经营城市和旅游产业发展有机结合起来，将旅游产业要素纳入城镇和景区建设的总体规划，不断完善城镇旅游功能。加强旅游信息化建设，提高旅游城镇和旅游景区信息化水平，建设与国际接轨的旅游信息综合服务平台，为游客提供优质高效的服务。

通过上述措施，五大旅游区建设初见成效，已成为带动四川旅游发展的龙头。2004 年，五大旅游区完成旅游总收入 374 亿元，占全省旅游总收入的 66%；2005 年上半年五大旅游区已完成旅游总收入 223.4 亿元，占同期全省旅游总收入的 63%。

（三）大力发展生态旅游，实施可持续发展战略

随着改革开放和西部大开发的深入推进，交通、通信、能源等基础设施的明显改善，人民生活水平的不断提高，四川省结合建设长江上游生态屏障，实施天然林保护工程、退耕还林和退耕还草工程，大力发展生态旅游，初步形成了以世界遗产、“世界人与生物圈保护区网络”、森林公园和自然保护区等生态旅游项目为主要载体，以森林观光、避暑、度假、野生动植物观赏、生态考察、科学研究和教育培训、环境保护等为主要内容的生态旅游发展格局，产生了良好的生态效益、经济效益和社会效益。尤其是以“农家乐”为主要形式的农业生态旅游发展迅猛，已成为四川省生态旅游发展的新亮点。据不完全统计，2004 年四川省 1.5 万户“农家乐”共接待游客 1.3 亿人次，实现总收入 22.18 亿元，解决农村就业 9.6 万人。以

“农家乐”为主要形式的农业生态旅游，已经成为四川省一些地区增加农民收入、调整农村产业结构、转移农村劳动力的有效途径。

（四）坚持依法治旅，营造良好的旅游环境

从2002年开始，四川省委、省政府将旅游市场专项整治工作列为各级政府工作重点，纳入目标管理，实行省、市（州）联动，各相关部门密切配合，深入开展旅游市场专项整治。

在加强专项整治的同时，四川省加快推进旅游综合治理长效机制的建立。一是加强旅游法制建设。二是加强行业标准化。三是建立和完善旅游市场综合治理机制，出台了《关于强化旅游市场综合治理机制的意见》，建立省、市两级旅游市场综合治理办公室，统一开展旅游综合执法和监督检查。四是开展精神文明建设。同时，针对旅游从业人员整体素质偏低的情况，加大了旅游人才开发和培训力度。深入开展旅游行风建设，加强对旅游从业人员的职业道德教育。充分发挥旅游协会的作用，加强行业自律，建立旅游质量社会监督网络。

经过真抓实干，四川省旅游市场管理效能显著增强，旅游市场秩序明显好转，旅游服务质量进一步改善，游客满意度普遍提高。

（五）扩大对外开放，加强区域合作

四川省推动区域合作的主要内容是加强区域之间的交流与磋商，努力形成区域间的旅游发展协调机制；加强区域旅游统筹规划，构建特色互补、协调发展的旅游大格局；加强区域旅游资源整合，联合打造跨区域、成熟的旅游线路产品，提高整体实力和竞争力；加强区域旅游政策协调，营造开放有序、健康发展的旅游环境；加强区域整体宣传促销，打造旅游品牌。按照“区域联合、资源整合、优势互补、共同发展”的原则，四川省重点抓了三个层面的工作。

1. 加强资源整合，消除地区壁垒

按照优势互补、资源共享、市场共建、信息联动、共同发展的原则，打破行政区划限制，对全省旅游区实行统一规划、统一开发、统一建设、统一宣传促销，初步形成了省内四大旅游线路。

2. 加强省际合作

省际合作主要是联合开发旅游产品和宣传促销。四川省与云南省签署了联合开发“泸沽湖旅游区”的协议，与云南省、西藏自治区签署了联合开发“中国香格里拉生态旅游区”协议，与贵州省、重庆市达成了联合开发川黔渝“金三角”生态旅游区的共识，与陕西省形成了开发建设“川陕旅游协作区”的合作框架。在第二届四川旅游发展大会上，四川省与浙江、北京、上海、广东等国内主要客源地签署了互组客源协议。

3. 加强与境外主要客源地的合作

利用泛珠三角（9+2）区域合作的契机，四川加强了川港、川澳的旅游合作。还与中国香港、新加坡签订了互送客源的协议，与泰国签订了“中泰旅游精美组合”协议，联合开发国际旅游线路，取得了初步成效。

（六）推动协调发展，大力开展红色旅游

2004年以来，四川省加快推进四川省红色旅游的基础性工作，完成了《四川省重点红色旅游资源调查报告》、《四川省红色旅游发展纲要》和《四川省红色旅游发展总体规划》的编制工作；协调有关方面加强红色旅游资源的保护和开发，积极争取将四川省更多的红色旅游精品纳入国家重点项目的盘子。并通过不同形式的活动，掀起了红色旅游的新高潮。

红色旅游的发展，扩大了四川省的对外开放度，有效带动了革命老区、民族地区的脱贫致富和经济社会协调发展。2005年五一黄金周期间，四川省26个主要红色旅游景区（点）共接待游客33.27万人次，门票收入560.29万元。红色旅游已

经成为四川省旅游的新亮点。

三、加快云南旅游发展的几点建议

(一) 差距和突出问题

云南旅游业存在的差距和突出问题主要表现在：思想观念上危机感、整体观念、服务意识、效益观念不强，“大旅游、大服务”的观念和意识薄弱，旅游产业创新不足，体制、机制还不完全适应云南旅游发展要求，缺乏新思路、新举措，缺乏真抓实干的精神；政府、企业与市场之间的关系还不完全适应市场经济发展要求，旅游企业的市场主体作用没有得到应有的发挥；行业管理职能尚未理顺，部门之间的协调配合及行业协会的建设、作用还需要加强；宣传、推广、促销及对外合作和市场开拓力度不够，海外游客比重偏低，影响了云南旅游在国际、国内旅游市场的影响力和市场占有率；推进企业改革和产业扶持政策等方面的创新不够，引导非公有制经济投资、兴办旅游的具体鼓励措施不够有力，做大做强旅游企业的思路、方式和实现途径单一等；旅游业对国民经济的贡献尚不突出；旅游业快速增长与人才不足的矛盾十分突出。

这些差距和突出问题直接影响我省旅游业的发展，应引起高度重视，认真研究并切实加以解决，只有构建起我省旅游发展的新格局，才能实现我省旅游的振兴和全面、快速、健康发展。

(二) 加快云南旅游发展的建议

1. 确保思想认识到位

从加快发展战略全局的高度，增强加快发展旅游的责任感和紧迫感，提高认识，统一思想，转变观念，在全社会形成“大旅游、大服务”的观念和意识，以饱满的精神状态，抓住机遇，迎接挑战，求真务实，真抓实干，把发展旅游摆在突出

的位置上，作为重大的经济工程来抓，切实使发展旅游工作取得实效。

2. 实施政府主导战略

发展旅游是一项系统复杂、功能独特的工程，在实施政府主导战略中，应切实加强领导和组织协调，把发展旅游摆在突出的位置上。为了加强组织协调，创新旅游协调机制，调整、充实我省旅游产业领导小组，建议由省委副书记、常务副省长秦光荣同志担任组长，副省长刘平同志担任常务副组长，把旅游产业摆到更加重要的位置，切实加强对旅游工作的领导。借鉴四川的经验将每年一届的全省旅游产业发展大会安排在州市举行，充分调动各级党委政府抓旅游发展的工作热情，推动全省旅游产业的迅速恢复和全面振兴。按照加强领导、统一协调、明确责任、分工负责、形成合力的原则，负责研究解决旅游发展中的重要问题，检查、监督发展旅游的实施情况。各级、各部门主要领导要亲自抓、负总责，分管领导具体抓，相关部门要密切配合，形成整体合力，按照分工要求，落实相关责任，制定相应方案，提出具体措施。进一步完善旅游管理服务体制，实行分工负责的责任制，各负其责、各司其职，把每一项任务明确到人，做到事事有人管，件件有落实。做到一级抓一级，一级带一级，逐级负责，层层落实。真抓实干，狠抓责任落实，确保各项目标任务的完成。

3. 编制好《云南省“十一五”旅游发展规划》，形成具有我省特色的旅游发展规划

编制《云南省“十一五”旅游发展规划》（以下简称《规划》），从实际出发，结合云南实际，因地制宜、统筹协调，突出特色和发展重点，把我省的旅游与文化产业发展、城镇规划建设、“十一五”经济社会发展规划结合起来，把各种旅游资源整合开发、综合利用，把人文景观和自然景观结合起来，把文物景点与非文物景点结合起来。紧密结合我省旅游业发展的要求和经济社会发展实际，把握处理好规划与建设的关系，处理好旅游资源的有效保护和合理利用关系，突出重点，把旅

游开发建设项目作为重要的内容，确立一批支撑实现思路和目标、有市场、可操作性强的重点旅游建设项目，切实建立起“十一五”期间云南旅游开发建设项目库，真正做到规划项目化，项目数据化。注重科学性、强调可行性、把握规律性，编制好《规划》，形成具有我省特色的《规划》。为云南旅游产业发展提供强有力的指导，避免旅游规划项目制定与实施形成“两张皮”，用《规划》带动实施，推动我省旅游的发展。

4. 突出云南特色和优势，实施旅游精品战略

以大项目带动大发展，用大思路、大品牌、大手笔来促进旅游开发和建设，以创建世界级旅游精品，建设国际旅游胜地为目标，切实推进云南旅游资源开发及精品名牌产品的建设步伐。强化旅游产品的文化内涵，重点培育和建设世界级旅游精品和国际旅游胜地，改造提升一批老的旅游景区和旅游产品，使之成为我省新一轮旅游大发展的重要基础；着力高水平开发一批国家级乃至世界级的新兴旅游景区和精品旅游产品，不断增强云南旅游发展的后劲，使之成为我省旅游产品升级换代的生力军。

5. 实施可持续发展战略

以人为本、以游客为中心，全面提升旅游服务质量，着力营造旅游发展的良好政策环境和优质服务环境，进一步调整和优化旅游客源结构、产品结构，着力推进旅游经济结构调整，旅游发展既要重视旅游经济增长速度，又要重视旅游经济发展质量；既要重视旅游的经济指标，又要重视旅游的社会效益和环境效益指标，转变旅游经济增长方式，在保持稳定增长的基础上，推动我省旅游产业全面协调可持续发展。

6. 实施四大工程

实施旅游资源开发和保护工程，加强文化旅游资源开发，重点加强对民族文化等文化旅游资源的开发利用，形成特色旅游产品。深度挖掘旅游资源的文化内涵，提高旅游产品的文化附加值和市场竞争力。编制《云南省民族文化旅游发展规划》，通过对我省文化旅游资源普查及分析研究，确定近期优

先发展的重点文化旅游区，开发建设类型多样的文化旅游产品。形成旅游资源开发和保护体系。实施旅游基础设施配套工程。旅游基础设施相对滞后，部分旅游景区（点）可进入性较差是制约我省旅游发展的重要因素。加强旅游基础设施建设，完善旅游配套服务设施，进一步改善旅游发展条件，形成配套的旅游基础设施体系。实施人才兴旅工程，加强旅游营销人才和营销队伍、旅游管理人才和管理队伍、旅游导游人才和导游队伍建设，加快旅游人才培养，深入开展旅游职业道德教育和在岗培训，全面提高旅游从业人员素质，解决我省旅游业快速增长与人才不足的突出矛盾。实施旅游宣传、推广及促销工程，加强云南旅游整体形象宣传，创新旅游宣传促销思路，加强旅游宣传资源整合，创新旅游宣传促销体制，继续完善“政府主导、企业主体、各方联合、市场化运作”的旅游宣传促销工作新机制。形成旅游宣传、推广及促销体系。

7. 抓好旅游的市场化运作，形成产业运作体系

调整、优化旅游产业内部结构，切实推进以资产为纽带、以产权制度改革为核心的国有旅游企业改革，做大、做强一批旅游龙头企业，鼓励其积极参与国内、国际旅游市场竞争，提高市场占有份额；探索旅游开发管理模式，按照资源所有权、管理权与项目特许经营权“三权分离”的原则，创新景区经营管理体制。加大国有旅游企业的改革力度，培育和壮大旅游市场主体。充分发挥市场对资源配置的基础性作用，以政策为导向，建立健全有效的激励约束机制，进一步增强旅游企业活力。建立具有雄厚产业基础和鲜明特色的旅游产业运作体系，形成我省旅游的市场化运作和产业运作体系。

8. 制定政策措施，拓宽投融资渠道

加大旅游发展资金的投入，制定有效的政策措施，确保重点旅游项目的实施；积极推进投融资体制改革，鼓励和吸引多种经济成分参与旅游业发展，鼓励、支持和引导民间资金向旅游业的投入，加快民间资金向民营资本的转变，吸引和鼓励更多的省内外和海外投资者到云南投资、兴办旅游，探索建立互

惠共赢的合作机制。

9. 扩大对外开放，加强区域合作

把发展旅游业与参与区域经济合作、扩大对外开放结合起来，提高对外交往与合作能力，提高市场开拓能力，促进入境游、国内游、出境游三大市场的繁荣与发展。遵循区域联合、资源整合、优势互补、共同发展的原则。各地间应该在思想上摒弃各自为政、以邻为壑的传统竞争观念引导下的经营开发理念，逐渐打破地区封锁，弱化地界概念，强化跨地区合作共赢互利的发展思路。

10. 强化旅游市场监管，营造良好的旅游环境

加强旅游服务质量标准化建设，深入开展旅游优质服务行动。以游客为中心，继续开展“文明经营、诚信服务”，进一步完善旅游市场综合治理机制，在开展涉旅安全、旅游购物、涉旅宗教场所、旅行社及门市部管理、出境游市场、旅游星级饭店等专项整治的基础上重点搞好旅行社和导游的治理整顿，力争使旅行社规范经营有明显改善，导游服务质量和水平有明显提高，建设安全、文明、诚信的旅游环境。

（作者单位：云南省旅游局）

节庆会展组织和实施的改进与 旅游形象宣传中的系统定位

若 丁 陈天亮

一、改进节庆会展的组织和实施

最近几年，从昆明到各个州市县，都勤于把举办各种主题的节庆会展作为自身旅游宣传与促销的重要手段和途径。虽然举办者努力想尽量突出自身的特点，也有一些成效，但从总的实际结果看，节庆会展活动急需总结提高。

只从品牌塑造的角度看，节庆会展活动是非常需要创意的。创意是品牌的灵魂，良好的创意是品牌成功的关键。近几年来，云南旅游品牌的策划最缺的就是创意，有新意的策划可谓寥寥无几，更多的则是陈旧雷同，策划抄袭成风，甚至到了无以复加的地步。你策划一个文化节，他也策划一个文化节；你策划一个旅游节，他也策划一个旅游节。目前全省的文化节、旅游节千节一面，万节一腔，内容重复、单调乏味、毫无新意。一般都是请一些著名的电视主持人或当红影视明星来表演，穿插以当地民族歌舞，简单组合拼装就成了某某文化艺术节，这种方式甚至成为许多地方的主打旅游产品。目前这些大大小小的文化艺术节不仅表现形式单一雷同，缺乏特色，而且这种耗财耗力、竞相模仿的突击型宣传形式一般都是

“内热外冷”，很难被不仅追求内容新颖，而且对形式体验也求新求异的广大游客所认同。我们并不反对借助一些真正具有地方和民族特色的大型节庆活动来宣传自己、吸引游客，但是各地情况毕竟不同，各个时期游客市场的情况也应有所不同。

遗憾的是，近些年的各处节庆活动，出于安全、便于管理的考虑，或许也有我们对云南旅游定位（产品、游客定位）的偏差，不少节庆活动越搞越时尚，有的更成了伪劣产品的集结活动，失去了少数民族原有的激情与奔放，也就失去了以往的号召力。

其实可依据云南各少数民族的节庆日，把云南的一年四季营建成节庆的盛会，并考虑营造出一年一度的中国“狂欢节”。对外是云南旅游提升形象，招徕游客的新卖点，对内合理规划，让许多确有旅游资源，却又同质化严重的地区凸现特色，抢占旅游的时间空缺，从1月份到12月份一年四季做足生意。

首先应该认真研究、确定节庆会展的主题。带有全省性质的“昆明国际文化旅游节”连续几年没有一个比较明确的主题标示。我们认为，既然是每年一度地长期办下去，就应该在主题上有所明确，年年出新，年年有所侧重。可供选用的主题相当丰富，比如生态，比如特色餐饮，比如登山，比如民族服饰，比如民族文化的各个方面（还可细分），等等。还可以结合举办时间来考虑，例如，在春节期间，可结合大陆及港澳台等地区以及海外华人的文化习惯，以具有民族特色的春节和婚礼为主体活动。在中国大部分地区处于酷暑中的七八月间，则可以在省内气候条件适宜的旅游地，推出一些生态旅游会展。主题明确的好处不必多说，一是能够强化每一次的特色，组织起来思路比较清晰，二是目标市场也比较容易确定。

其次是节庆会展必须坚持特色。坚持特色，说穿了就是为了对可能的客商和客人具有足够的吸引力，或者再明确一点说是具有现时的吸引力。要想赢得更多的参与者，节庆会展活动的主题定位必须与个性特色结合起来考虑。必须特别明确，一

是不能总是只从一个特定的有限区域内来看待特色问题，这种特色必须是置之于本土以外能够确认的真东西。二是需要特别清醒，特色并非理所当然地完全等同于吸引力，更不可能等同于外地客商客人不远千里前往参与的充足理由。

再就是节庆会展活动的组织实施方式亟待改进。必须认识到，目前会展市场还是单一买家市场，我国的大都市还没有成为国际化的大都市，参观会展的几乎都是国内客人，缺乏国际化，因此，不是针对国内买家的会展一般不会在我国举办。所以，必须注意到国际会展业是社会经济发展推动的结果，保持会展场馆的稳定效益是有必要的，在建设场馆时必须考虑到生存危机。需要进一步规范举办会展的法律、法规，并逐步向国际通行的登记制转化。鼓励成立专业会展旅游中介，并通过自律性的协会规范会展行业的行为，使之逐步发展成为市场经济中的独立行业。

要认真研究如何有效地调动各种社会力量来参与。岂止目前，几乎所有的节庆会展活动从企划到组织实施整个过程，都是我们的各级政府在扮演主要角色。一部分企业的参与主要体现在，许多企业特别是一些有实力的大企业往往都是这些活动的赞助者和广告主，再就是在一些节庆会展中采取了一些招标的方式，让有能力的企业有代价地承接了其中的一部分经营项目，等等。这些做法都是不错的，也取得了不同程度的积极效果。有关部门应该考虑，创造一些必要的条件，在整体上让各种社会力量更有序更有效地参与进来，发挥它们的积极作用，改变由各级政府大包大揽，独家运作的局面。特别是一些本身就带有经营性质的节庆会展活动，更是这样。

应该考虑引入一些相关的社会力量参与节庆会展活动，或者诸如红塔集团这样的大型企业来出面组织，也可组织、整合一些中小企业来联合实施。社会力量的参与方式是多种多样的，大到在政府有关部门的指导下进行的整体运作，小到各种相关志愿者的组织，等等。这中间关键的是：一是需要像上海的做法那样把各种节庆会展活动进行必要的分类，区别对待。

二是如何创造条件让有关企业和其他社会力量有参与的可能性，让它们在这方面能够有所作为，如果能够有意识地把相当一部分节庆会展活动作为一项文化产业来运作，有关部门应该考虑鼓励一些企业有意识地在这方面有所拓展，在政策上甚至可以有某种扶持。三是提高必要的政策和措施，让相关企业、行业协会等多方面的社会力量有参与节庆会展活动的积极性，至少在一部分节庆会展活动中，让它们逐渐成为主角。

二、完善旅游形象宣传中的系统定位

旅游形象是一个比较复杂的系统。从横向构成看，它至少包括旅游景区的形象，各种诸如旅行社、饭店、交通、通信等旅游服务机构的形象，乃至整个旅游地的形象等多个方面。就每一个相对独立的单元来说，它们又是各个子系统，基本包括类似企业形象和产品形象在内的形象系统，即通常说的 CIS 系统。必须特别给予强调的是，就旅游业而言，这些部分都是彼此联系的整体。我们应该注意到，就旅游形象而言，过去比较重视的是其服务单元的行为质量和视觉形象。实际上，在整个旅游业形象中，处于核心位置的是旅游景区的内在质量，也就是开发者和经营者提供给旅游者用以满足旅游目的的景区景点的内在质量。旅游形象的塑造问题，说到底是一个优秀品牌的塑造。品牌与形象的重要，说穿了就是所谓的“注意力经济”。

目前，云南旅游形象宣传，最突出的问题集中在三个基本方面：一是形象定位缺乏系统性；二是在实施过程中各个区域和部门往往因各自为政而造成资金、人力等方面的低效率；三是实施水平亟待提高。

在旅游地产品的开发设计和形象设计上，各地也有一定的雷同化倾向。丽江古城由于是历史上茶马古道上的商业重镇，因此在形象设计上提出了“马蹄踏出的辉煌”这样的宣传口

号。作为南方丝绸之路上的云南驿，由于自古以来也是一个马帮南来北往的一个重要中转站，因此在自身旅游宣传口号上前不久也提出了“马蹄踏出的繁华”这样一个宣传口号。但二者之间在宣传内容上如此相近，很难让游客发现不同，从而模糊了丽江和云南驿间的区别，影响了游客对云南驿真正有内涵上的新认识。

云南旅游品牌形象设计混乱，摇摆不定，转换过快，不仅影响旅游者对旅游地的认识，更主要的问题是过多注重品牌形象策划的新颖性而忽视了品牌与产品间的有机联系。我省旅游景区和旅游企业在旅游品牌建设过程中作过很多努力，但往往是想到什么就做什么，没有全面系统的品牌规划，只是一些片面的、补漏式的努力，哪儿有问题就往哪儿去，不断为问题而奔命。看上去没完没了，忙个不停，但最后仍然没有建成一个成功的品牌，因为他们片面地理解品牌，忙忙碌碌，做的只是品牌的一个方面、一个局部，或广告，或包装，或渠道，都强调自认为重要的环节，很少把品牌的各个方面都做到位。突出的有两种表现形态：一种是“有牌无品”。虽然创出了一个响当当的牌子，但没有系列的旅游产品，例如，我省通过一系列富有创意的活动，打造了从“彩云之南、万绿之宗”到“七彩云南、快乐天堂”等这些旅游品牌，但没有真正形成一系列与上述品牌相配套的旅游产品，让游客来真正体验“万绿之宗”或是“快乐天堂”。过多看重一时的轰动效应，而忽视了产品形象策划的“虚”与所要求提供产品间的“实”必须有机结合起来，所以导致不能产生真正的品牌经济效益，这说明云南省旅游产品开发的整体性亟待加强。另一种是“有品无牌”，就是形成了一系列的旅游产品，却没有一个响亮的牌子来统帅。目前云南各旅游地在品牌设计上各自为政，彼此间缺乏呼应与联系，就是导致这一结果的主要原因。

上述这两种形态都是旅游品牌建设缺乏整合规划的表现。所谓品牌，必须是既有品又有牌，“牌”的虚与“品”的实二者间应兼而有之，缺一不可。因此，在旅游品牌的建设中必须

合理规划，重视品牌的全面建设，在每一个细节上都竭尽全力。不能光重视市场营销而忽视了目前云南在旅游产品开发设计上如何整合资源，真正体现品牌建设所揭示的产品内涵。

要解决上述问题，需要省政府或相关部门从省一级的层面出面进行必要的组织和策划。建议组成专项工作班子，在广泛征询各方面（包括普通市民）意见的基础上，对已经提出过的各种形象定位进行一次认真的梳理和研究，在尽可能保持延续性的前提下，提出云南旅游的形象定位系统。这个系统应该能够包括各个区域和部门的特点，形成合力，共同组成 $1 + 1 > 2$ 的云南旅游的整体形象。这个系统显然是复杂而庞大的，但可以从主要构成切入，先明确基本的核心要素，立定架子，然后再逐步充实完善。在有效整合的基础上，构筑能够把实施过程中各种宣传进行有效组合的运行机制。此外要提高实施水平，彻底杜绝不切实际的、浮夸虚假的形象宣传活动，切切实实在旅游业中实施现代品牌战略。

（作者单位：云南省社科院）

提高昆明旅游业竞争优势的 对策和建议

民盟昆明市科技文化专委会

就昆明旅游业而言，虽然当前发展态势较好，但一些影响近期、中期发展的不利因素并没有得到根本性的改善，对远期的估计和设想也缺乏足够的依据。我们两年前在研究昆明旅游竞争优势构建时曾提示：昆明旅游产业要尽早摆脱对自然资源、廉价人力等初级生产要素和一般生产要素的依赖；增强高级生产要素和专业生产要素的可获得性和精致性；建立昆明旅游业与上下游产业和各地旅游休戚与共的产业网络；关注产业结构、企业战略和同业竞争，促进产业升级。站在“十一五”开年的新起点上，我们对昆明市旅游业比较优势的深化和竞争优势的发展提出以下对策和建议：

一是要重视培育旅游产业集群。昆明市旅游产业从无到有，从小到大，而今已成为具有比较优势的支柱产业，但与社会对不断增长的旅游需求相比较，还有较大差距。旅游业属于服务业，其产业集群与制造业、高科技等其他产业集群相比有其自身的特点，即少有地理集中性，更具网络合作性，时尚理念强，现代化手段多，与数量庞大的上下游产业联系紧密。若众多的中小旅游企业（如旅行社、酒店餐饮、景区景点、农家乐、车队、导游等），能够集聚在几家大公司旗下，提高服

务效率，以质量满足需求量，将会迎来更多的旅昆人次。由于各自精专自己的本行，昆明旅游业的成本将会下降，旅游收入也会增加。组建产业集群必须遵从产业集群发展的规律，目前昆明旅游业结构趋势还在循层级结构发展，各自为政者较多，行业协会的作用并没有完全发挥出来，拔苗助长，欲速则不达。建议在实践的基础上，加强旅游产业集群、集群运行机理和集群功能完善等方面的研究，实实在在建立根植于昆明旅游土壤中的产业集群。不过，在提此建议之时，还应顾及完整的竞争观念，无竞争，组建不了集群，就是建起了集群，也会解体；集群之间无竞争，集群就会消亡。集群的作用不是几个层级集团公司所能替代的，要创建昆明旅游业新的辉煌，培育集群，组建集群，应是一个重要而有效的途径。

二是要加大改革力度，促进制度创新。昆明市旅游业最大的制约瓶颈是产权不清，体制不顺，使得企业冲刺无力，退缩无路，有的打擦边球，有的观望，大多数满足于现况，这以旅游产业中投资最大的宾馆、饭店最为突出。前段时间的提质增效主要是因为众多宾馆、饭店在世博会后的恶性价格竞争，导致了昆明旅游市场的无序，既影响了旅游企业合法的正常收入，又引来游客对质量降低的许多抱怨。一些有实力的公司自建宾馆、饭店，在允许亏损的情况下，也加入到正常的经营中来，以不平等的起点取得市场竞争优势，这使得许多已改制企业叫苦连天。如果这种资产不经剥离地进入旅游市场，继续经营，提质增效的效果就难以显现，其他的产权改革也难以顺理成章。建议在这方面加大改革力度，促进制度创新。

三是要加强地方立法，保障旅游资源永续发挥效益。应当吸取我省旅游开发中的一些教训，充分保护好自己的资源。对自然保护区、人文历史、民俗风情、宗教信仰等文化遗产，尤其要立法保护，禁止不尊重历史、民族文化、社情民意的荒谬的商业炒作。与此同时，我们还要加深对旅游资源保护、合理永续利用与现代化普及的研究。以往有很多情形向我们提出过警示，凡是旅游火暴的地区，现代化的普及速度也很快。正面

效果是当地社区、民众迅速提高了物质、文化、生活水平，负面影响是文化趋同，特色消失，环境污染，生态变异。我们虽为取得的成绩欣喜，却也为资源的丧失和发展的不可持续留有更大的担忧。我们的立法不仅要注重旅游市场环境的规范，更要注重地方民族文化细节的保护。

四是要整合各种生产要素。发展大旅游，整合各种生产要素十分重要，建议我市“十一五”规划认真研究这个问题。例如，属于初级生产要素的景观、景点、基础设施、初级人员、物资等，旅游业本身要将之整合到业中来；属于高级生产要素的高等级公路、环境、高等教育、研究机构、通信、网络等，全社会加以统筹解决；属于一般生产要素的各种服务体系，要提高其功能和效率；对于专业生产要素，各产业、行业尤其要着力培养。从昆明市的比较优势看，新兴产业中有旅游、生物、光电、材料、环境、服务等产业，传统产业中有冶金、化工、机械等产业，对高新技术的消化吸收再创新，是这些比较优势产业获得大踏步发展的有力支撑。从大旅游的理念出发，科学地整合这些要素，形成若干个产业集群，一个城市的比较优势向竞争优势转化的速度、效率、质量都会得到大幅度的提高，城市的竞争力将大幅度提升，竞争力提升意味着城市经济繁荣、商业兴旺、就业增加、人民生活水平提高。这样旅游业务就可以全方位延伸，迎来旅游产业的大发展。

五是要加快旅游业和文化产业的融合。旅游要出精品，文化更要走精品战略；①要喜闻乐见，②要短小精干，在此基础上打造鸿篇巨著。通过良好的服务，传播这些文化精品，体验精品旅游，以大旅游的观念组织、经营，各地的文化特色才会在昆明浮现。

从全局出发谋划怒江州 旅游业的发展

张惠君

一、从全局看怒江州旅游业的发展水平

怒江州是云南省最为边远、偏僻、贫困的地区，旅游业是最近5年才开始起步的，发展势头迅猛，2004年游客人数已突破50万人，但起步阶段应具备的最起码的基础设施、旅游设施、旅游景点等要件仍处在建设之中，其通达度、星级宾馆、景点投资、购物点、娱乐设施、地方旅游商品等发展水平在全省16个州市中属最低，形象一些说，怒江州的旅游业现在还处在起步阶段的起点。由于旅游市场具有国际性、区域性等特点，怒江州的旅游业虽然还处在起步阶段的初期，不可避免的是要面对国际国内激烈的市场竞争和高起点、高质量的要求。任何以落后、封闭、贫困为借口的侥幸心理于旅游业的发展都是不利的。怒江州旅游业的发展只有突出特色，自提门槛，提供多档次的住宿设施和高品质的服务，给绝大多数游客留下怒江生态环境好、山水神奇美丽、旅游环境卫生优雅、少数民族朴实热情好客的美好印象，怒江州的旅游才可能获得持续发展，成为一个不可替代的“旅游胜地”。

二、从全局看怒江州旅游业发展的前景

（一）无可取代的旅游资源

云南省怒江傈僳族自治州是中国西南最偏僻、地质构成最复杂、民族文化保持最为完整的边境地区。整个州位于云南省西北部横断山脉的褶皱之中，横跨独龙江、怒江、澜沧江三大峡谷，其中怒江大峡谷被人们誉为东方大峡谷，非常雄伟壮观，东面的云岭和西面的高黎贡山挟持着汹涌澎湃的怒江，其间有月亮山、石门关、无数的险滩和飞流瀑布等自然奇观。怒江、澜沧江、独龙江流域有着茂密的大森林，有 12 个少数民族生活在州内，其中傈僳族、普米族、独龙族、怒族最具特色，传统文化保留最为完整。由于怒江州地处边远，开发有限，一直被外界认为是世界上难得的至今还保留着神秘色彩的地区，成为了许多人向往的地方。处于“三江并流”腹地的怒江州由于具有东方大峡谷奇观，保持十分完整的傈僳、怒、普米、独龙等民族文化而显得十分突出。怒江州所拥有的旅游资源是世间独一无二的，将为怒江州旅游业的发展减少许多阻碍，增强了怒江州发展旅游业的信心。

（二）快速增长的旅游大市场

权威部门和人士预测：中国经济的快速增长至少还将持续 10 至 15 年，与经济快速增长有密切关联的旅游业也将会保持快速增长的态势，一般来说，旅游业的发展速度将快于经济发展速度，未来 10 年包括中国在内的亚太地区，旅游业将获得至少两个百分点的增长率，中国旅游业增长有可能达到 20% 以上。这样高的增长率意味着巨大的市场，无疑也是一个重要的机遇，将对怒江州旅游业发展起到积极的推动作用。

（三）全省旅游业的带动

经过 20 来年的努力，云南省已成为了中国旅游大省，2005 年产值已达 430.1 亿元。省委省政府决定，在“十一五”期间至以后的 10 年中，将以更大的步伐发展旅游业，并提出了第二次创业的口号，将在以后的 5 年中投资 500 个亿进一步做大做强旅游业，使云南成为旅游强省。这 500 个亿将会吸引更多的资金投入。为了做强旅游业，云南省已经制定了全面的规划，并且开始了实施。怒江州是云南省旅游业体系中的一个重要组成部分，被纳入滇西北香格里拉生态文化精品旅游区，在云南省旅游业的总规划中，会得到一定的投资，并且可以无偿享有各种配套设置和宣传促销、信息等资源，对于怒江州旅游业的形成与壮大，无疑是一件大好事。

（四）周边地区的带动

怒江州周边的大理、丽江、迪庆、保山的旅游业已成气候，是云南省旅游业发展较为成熟与增长较快的地区。怒江州可以借助周边地区的基础设施、旅游设施、产业发展经验来发展自己的旅游业，还可以与这些先发展的地区形成旅游环线，实现产品互补。事实上，近年来怒江州周边地区旅游业发展对怒江州的带动已显现了出来，到怒江州旅游的许多游客往往是从大理、保山等地而来的。

（五）发展势头较好

近年来，怒江州旅游业获得了长足的发展，旅游总人数达到了 50 万人左右，而且旅游人数仍在不断增加，2003 年国内游客以 26%、海外游客以 135% 的速度增长，如果能够保持这种旅游发展势头，怒江州的旅游业将在 2010 年超过 150 万人次，其直接和间接从事旅游业的人员至少逾 2 万。但是怒江州如果不改善旅游发展环境，采取有力的促销手段，发展势头减缓的可能性仍是存在的。

（六）已有一定的发展基础

过去一直阻碍怒江州旅游业发展的主要障碍是交通、通信、住宿等设施，现在交通、通信、住宿已经有了非常大的改变，曾经遥不可及的怒江大峡谷和澜沧江流域的普米族聚居地，从昆明出发一天就可抵达，来客不必恐惧与外界失去联系，也不必为找不到舒适、卫生的住所而苦恼。虽然近 10 年来，怒江州的交通、通信、住宿有了非常大的改变，但与大理、丽江、版纳、迪庆、保山等地相比，基础还是非常薄弱的。

三、思路与建议

怒江州旅游业的发展虽然处于起步阶段，但是已经有了一个良好的开端，近几年来怒江州旅游发展步子很快，这是时代赋予怒江州的又一个发展机遇，对于自然环境非常脆弱，缺乏支柱产业的怒江州来说非常重要，不可再一次失去。目前，怒江州旅游业发展中还存在着许多问题，如果不能成功地利用一切有利条件，抓住机遇，克服困难，改善旅游环境，怒江州的旅游业将会失去发展机会。怒江州提出“三年打基础，五年建品牌，八年建支柱”的发展目标就现在的基础来说，要实现这一目标，时间紧，任务重，必须有紧迫感和切实的采取措施。为此，特提出如下发展建议：

（一）旅游业的发展重在落实

怒江州是一个山高坡陡、地质结构复杂、生态环境十分脆弱的地区，传统的农业已经对自然环境造成了巨大的破坏，发展加工工业又受到运输成本和生态成本高昂的阻碍，所以发展以旅游业为龙头的第三产业对于怒江州来说不失为一个极好的选择。与怒江州相邻的迪庆的旅游业发展，为怒江州发展旅游

业提供了好的榜样和足够的发展信心。怒江州与云南省内的大理、丽江、迪庆、腾冲等旅游业大州市、大县相比，旅游资源并不逊色，完全有理由把旅游业建成一个支柱产业。当然产业的形成与发展仅仅有资源是不行的，怒江州确立旅游在国民经济发展中的地位只是一个重要步骤，更重要的是从政策、资金、人力等方面向旅游业倾斜，一改以往怒江州产业发展缺乏有力保障的弱点，在州内形成合力，吸引外资进入。目前怒江州旅游设施十分薄弱，与省内其他州市相比，投入也是较少的，这对于怒江州旅游业的形成和发展很不利。

（二）要特别强调群众参与

怒江州政府曾经提出“政府主导，群众参与”的产业发展思路，这无疑是正确的。在这里，笔者还要强调：因为怒江州是一个十分特殊的地方，市场经济和自我发展能力均非常弱，市场这只“看不见的手”很难起到调节的作用，可以说是一只无用的手。半个世纪以来，怒江州的经济生活和运行基本上靠政府这只有形的手全权操办。离开了政府，怒江州的社会经济生活将会倒退若干年。在世界上，绝大多数地区的旅游业往往都是在政府的倾力支持下发展壮大的，特别落后地区，如果没有政府在制度上、投入上、税收上、组织上的支持，旅游业就不可能得到快速发展。目前，旅游业的竞争是非常激烈的，政府作用更是显而易见，但目前怒江州旅游业发展方面，过分强调政府的作用已经有些不合时宜了，因为在市场经济的大背景下，政府不可能对任何产业进行包办，政府只能为旅游的发展提供平台，这就要求政府把发动群众参与作为发展旅游业的一项重要事情来抓。群众不参与旅游业就不可能得到发展，只有各族群众积极参与并从中获利，旅游业才可能发展起来。就目前怒江州的现实情况来说，即使有再好的资源、再好的产品、再好的设施，没有好的经营、好的服务，就不可能得到旅游者的认可，就会自倒牌子。

（三）突出特色创品牌

在市场经济条件下，任何企业都必须有属于自己的品牌，才可能在激烈竞争的市场上站稳脚跟，并立于不败之地，旅游业更是如此，不仅要有特色产品、优质产品，而且还要使产品具有号召力，成为知名品牌。虽然怒江州旅游资源十分丰富，可开发的旅游产品很多，但不可能在短期内全部推出。现在怒江州已推出了民族风情、边境旅游、生态旅游、科学探险、文化旅游等四大旅游产品，但并不成熟，还需精心雕琢。由于财力和管理水平有限，建议怒江州要对旅游产品进行再精选，择其最具特色和投入相对较少的产品进行再打造，做到打造一批，一批就成为精品，然后再推出第二批，切忌到处铺摊子，一旦市场烂了，声誉受损，就会对将来的发展形成阻碍。怒江州曾在 2003 年提出“五年创品牌”的目标，这个任务非常重。在世界上，一些著名的品牌往往是通过十几年、几十年，甚至几代人才创出来的。不管任务有多重，怒江州的旅游业一定要有自己的品牌产品，而且不是一个，而是一批。怒江大峡谷、“三江并流”、“上刀山下火海”、“澡塘会”等众多的旅游资源本身就是牌子，但还不具有品牌的特性，如果不充实其内涵、不提高其知名度、不具有良好的配套设施和优质的服务，就成不了知名品牌。

（四）扩大招商引资的力度

怒江州的旅游业刚刚起步，各项旅游基础设施均显薄弱，靠国家、省、州的投入远远不够，加大招商引资，不仅可以弥补其资金不足，还可以带来新的理念、高质量的管理和服务等要素。扩大招商引资其实一直都是怒江州经济发展的一个重要手段，被赋予了极高的期望，政府和企业做了大量的工作，但结果并不理想，究其原因是因为怒江州软硬基础设施均不理想，办事效率低，投资者的获利空间不大，提供的招商项目过于宽泛，商家才进入时“一头热”，过后却处处碰壁，而且生

活很不方便。怒江州在旅游业方面要加大招商引资的力度，就要优化投资环境，提出切实可行的项目，让利于投资者，并真诚地帮助投资者解决经营活动中遇到的困难。

（五）进一步改善旅游环境

怒江州是云南省最贫困、最落后的地区之一，交通、住宿、餐饮、购物、旅游景点、娱乐设施等各项基础设施均较薄弱，存在着进入怒江州的交通通达度不高、旅游接待设施简陋、服务档次和质量较低，娱乐休闲场所、购物点、厕所、垃圾箱太少，卫生状况也不尽如人意等情况。为了改善怒江州的旅游投资环境，扶持旅游业的发展，国家和省均加大了投入力度，怒江州政府规划在 2010 年建成旅游机场；2006 年建成大理、保山高速公路金厂岭入口至六库的二级公路；2006 年建成贡山至西藏察隅的公路。现在贡山到迪庆梅里雪山的公路已经省政府批准立项；州政府正在筹划改造六库至丙中洛的怒江大峡谷二级公路。这些交通工程的建成将会大大提高怒江州旅游的通达度，分流周边地区的一部分客源。在完善进入州内的公路的同时，还应尽快提高州内的通达度和住宿、餐饮的档次及服务质量，增加厕所、购物点、娱乐休闲等设施，使每一个进入怒江州旅游的人留下美好的印象，而不能让旅游者感到太多的遗憾。

（六）主动作为，加强区域合作

加强区域合作对于怒江州旅游业的发展尤其重要。一是怒江州与周边的大理、丽江、保山相比，基础设施、经济实力、旅游业的水平等都处于较低层次，加强区域合作，有利于怒江州与周边地区形成合力，共同争取国家与省的支持，尽快打通丙中洛至西藏察瓦龙、贡山至迪庆德钦的公路，改造六库至贡山、保山金厂岭至六库、六库至兰坪的公路。这样有利于怒江州与周边地区形成旅游环线或黄金线，增加客源。二是有助于怒江州与缅甸，与西藏的林芝，与省内的迪庆州、大理州、保

山市形成合力，共同打造大旅游品牌、共享旅游资源，尽快形成“大香格里拉生态旅游圈”。三是有利于怒江州旅游业的快速发展，实现量的扩张，为质的提高奠定基础。怒江州加强区域合作的理由越多，说明加强区域合作的必要性越强。目前怒江州在区域内的经济基础、社会经济发展水平、自我发展能力、知名度等方面都处于弱势，这就要求怒江州主动出击，真诚合作，力争在全国、全省、全区域旅游业中占有重要一席。

（作者单位：云南省社科院）

加快玉溪旅游业发展的策略

钟红芬

玉溪市旅游资源数量丰富，类型齐全。近几年，相继完成了《玉溪市旅游业发展总体规划》及八县一区规划、《抚仙湖旅游规划与开发设计》和一批重点项目规划设计。正抓紧进行《抚仙湖省级旅游度假示范区总体规划》及《总规环评》的调整、完善工作，完成了秀山、孤山、禄充、汇龙生态园、映月潭休闲文化中心五个4A级景区和秦家山、冯家湾、小马沟旧村改造修建详规，启动了帽天山寒武纪公园、孤山古滇国文化园的项目策划和规划设计工作，以更新的思路、更高的水平勾画了玉溪市旅游业的发展蓝图。

一、存在的突出问题和困难

虽然玉溪市的旅游资源比较丰富，但长期以来，旅游产品建设严重滞后，特别是缺乏主体吸引物，要素配置不成体系，旅游与文化结合度差，导致产品市场竞争力不强，自然对游客的吸引力就较弱。尤其是与省内的昆明、版纳、大理、丽江等州市相比，不论是产品、基础设施的建设、文化与旅游的结合、旅游商品的开发，还是旅游服务质量，消费水平以及开发

建设和发展旅游的观念等方面，玉溪市都有较大差距。玉溪旅游业的发展面临一系列亟待解决的困难和问题：

一是旅游产品开发层次低，特色不明显，尚未形成具有独特吸引力的精品景区和精品线路。二是以旅游交通、旅游厕所为重点的基础设施建设有待进一步完善。三是市场宣传促销力度小，知名度低，客源结构单一，国内近程游客居主体，开拓国内外客源市场的能力不强。四是为避免盲目开发、低水平重复建设和加大招商引资的力度，规划和项目可研等前期准备工作有待进一步加强。五是旅游产业内部机制有待进一步完善。主要表现在合理的旅游促销机制尚未形成，促销经费筹措渠道单一，旅游企业促销的自觉性和积极性没有完全调动起来；以市场为导向的旅游开发机制还不完善，对旅游企业管理的权限分散，旅游开发和营销宏观调控能力弱，投资引导不足，旅游商品的设计、开发和销售还十分薄弱，旅游产业的综合经济效益还不高；专门的旅游交通工具和线路少；符合市场经济要求的投融资机制、吸引更多社会资金投入旅游业的机制急需进一步完善和增强。

二、加快玉溪旅游业发展的几点对策建议

从当前我市旅游产业培育的程度和面临的发展机遇看，进一步加快玉溪旅游业发展步伐，当前要采取以下几个方面的措施：

（一）做好思想认识方面的工作

一是要继续树立抓旅游就是抓经济、提升人气的思想。旅游业是一个关联度高、涉及面广、辐射力强的经济产业，其发展触及社会生活的诸多领域。发展旅游不仅可以树立城市形象，提升人气，还可以扩大消费，吸引投资，增加就业，改善环境。所以抓旅游就是抓经济，抓结构调整，抓可持续发展。

二是要进一步树立突出“五山一村”这个建设重点，带动各县特色旅游发展的思想。三是要进一步树立“打基础、创品牌、树形象”的思想。要努力营造旅游发展的大环境，保持抚仙湖Ⅰ类水质，加快生态城市建设，加大帽天山古生物化石遗址、李家山古墓群的保护，狠抓基础设施和旅游要素配套建设，加强旅游市场管理和人才培养，强化景区管理，抓好能进入国家旅游营销网络的重点景区的建设配套，加大聂耳品牌的打造力度，提升玉溪良好的旅游目的地形象。四是要进一步树立以创新的理念、体制、机制加快旅游产业发展的思想。着力解决发展旅游没有足够的财政资金投入、没有实力型外商来开发、没有国际国内团队来旅游三大难题，树立玉溪离昆明近是优势而不是劣势的观念，建立以昆明为目标市场的“引团队、组散客、拉会务、开专线”的联合促销机制。树立旅游经济是区域合作经济的观念，加大对外合作、引团入玉的力度。充分发挥市场在资源配置中的基础性作用，把优势资源进一步整合给有实力的优势企业，依靠社会资金搞建设。要继续落实简政放权，属地管理的原则，调动县区及乡村发展旅游的积极性和创造性。

(二) 突出重点，加快景区景点的开发建设，不断增强旅游产品的吸引力

1. 突出规划重点，科学编制“十一五”旅游规划

一是要进一步对“五山一村”的片区规划和项目规划进行优选。完成《云南省抚仙湖旅游度假示范区总体规划》和《抚仙湖保护与开发总体规划》，按照集中连片开发，老景区提档升级、配套完善，新景区保护提升、规模开发的原则，明确禁控区、保护区、提升区和开发区范围，重点规划开发东北和西南两大片区。继续做好“五山一村”单体项目的规划、策划，为下一步的开发建设和招商引资做好项目储备。二是抓好景区策划和规划。要加强规划管理，以项目策划指导规划，以规划指导景区景点设计开发。坚持市旅游产业发展领导小组

统一审定策划和规划、市旅游局统一组织宣传促销，县区属地投资决策、建设、管理的“两统一、三属地”原则。按照“谁开发、谁受益、谁保护”的原则，严格执行旅游建设项目环境影响评价制度和旅游景区（点）环境容量控制规定，注重经济效益、社会效益和生态效益统一，确保旅游资源的永续利用和旅游业的可持续发展。

2. 突出建设重点，以点带面，推动发展

要继续以“五山一村”景区的4A级创建为重点，力争通海秀山历史文化公园、映月潭休闲文化中心、汇龙生态园年内通过国家4A级景区评定，完成红塔工业旅游园区“全国工业旅游示范点”的申报审批，完成古滇国文化园主景区、笔架山抗浪鱼自然生态区、红塔工业旅游区三个景区4A级景区的申报评定。全市凡符合2A、3A级条件的应尽快组织申报。通过在全市推进A级景区的创建，打造一批高品质的精品景区，力争2006年全市A级景区达到20个。

3. 明确重点项目，以大项目推进大发展

应集中、整合各种生产要素，抓好聂耳文化广场、古滇国青铜展览馆、老鹰地高尔夫、抚仙湖国际公寓、帽天山、澄马路、环湖路、玉溪影视基地八大项目的建设。明确重点招商项目，引进战略性伙伴进行开发，严把选址关、项目关、规划关和建设关。在抚仙湖适当开发一批有规模、上档次的休闲度假项目，要按照属地管理的原则，成立专门的项目推进班子，对每一个项目逐一抓落实。实行项目建设控制，低于五星标准、投资少于3个亿的度假村（酒店）和旅游房地产项目不予批准建设。

（三）继续打基础，抓好旅游要素配套

1. 整合旅游要素，抓好配套建设

在抓好精品景区建设的同时，进一步完善配置食、住、行、游、购、娱等旅游基本要素，抓好旅游区内和旅游环线上接待设施和相关基础设施的配套工作，配套完善通信、电力、

医疗卫生等基础设施，合理布局车站、休息室、游客中心、旅游厕所、停车场、水上救援体系、旅游标志系统等公共服务设施。引导企业和群众积极开展旅游住宿、特色餐饮、旅游购物、休闲娱乐等服务业建设，形成完善的旅游消费和旅游服务产品链，集中力量打造一批上规模、上档次、有特色的生态旅游、休闲度假和餐饮娱乐区，不断丰富和完善“红塔山—抚仙湖”滇中旅游线的旅游服务内容，形成一个完善的旅游服务接待体系。

2. 依托生态城市建设，发展城市、村镇旅游

重点抓好通海秀山镇、澄江龙街镇、新平戛洒镇3个“省旅游试点小镇”建设。通过实施旧村改造、省旅游试点小镇建设等措施，扎扎实实地推进以红塔区中心城区为重点的旅游村镇建设，打造几个有代表性的手工业、文化商品、休闲旅游、饮食服务专业村镇。整合生态和民俗文化资源，按照连线的要求打造几个特色鲜明的生态（民族文化）村，形成民居家访旅游和生态旅游亮点。

3. 积极推进文化与旅游的结合，加快文化旅游产业发展

依托古滇国文化、聂耳音乐艺术文化和花腰傣民族文化，借鉴丽江、大理发展文化旅游产业的成功经验，选准突破口，策划、开发、包装一批文化旅游精品。鼓励引导企业和个人参与文化产品的开发，培育一批经营“五山一村”文化旅游产品的市场主体。组织专家、学者，与专业研究机构合作，对“五山一村”五大品牌文化进行发掘整理，尽快形成研究成果，指导开发。

4. 强化管理和培训，规范市场，提高素质

在旅游活动的各个环节建立健全安全责任制度，防止各类安全事故特别是重、特大恶性事故的发生，树立安全健康旅游目的地的良好形象。实行旅游从业人员资格认证和考试制度，认真推行旅游从业人员上岗资格证制度和景区专职导游制度，建立旅游企业和旅游窗口从业人员诚信等级评定、信用监督和失信惩戒制度，规范旅游经营行为。完善旅游人才和从业人员

教育、培训体系，全面提高行业队伍的整体素质。借助市内外院校旅游专业的办学优势，加强旅游管理和服务人员的培养，提升旅游业服务质量和水平。大力推进岗位培训，引导企业积极引进旅游经营、管理、营销、策划等各类人才，建立规范的人才选拔、培养、任用机制和优胜劣汰机制，打牢人才基础。

（四）积极推进区域合作，强化宣传促销，做好“引团”工作

建立以市旅游局牵头、企业为主、全市联动的宣传促销机制，继续以昆明市场为重点，做好“红塔山—抚仙湖”滇中旅游线的策划和包装，采取多种宣传促销手段，围绕“引团队、组散客、拉会务、开专线”的目标，加强与昆明、红河、曲靖等州市的无障碍区域旅游合作，开展联合营销。继续以抚仙湖为重点，坚持市场化、商业化运作，群众（游客）参与，提高经济和社会效益的原则，办好中国昆明国际旅游文化节抚仙湖系列活动等文化旅游活动。

（五）以创新为灵魂，不断拓宽开发思路

坚持以人为本、以游客为中心的思想，在发展观念和开发机制上不断创新。以大项目带动大发展，用大思路、大品牌、大手笔来促进旅游开发和建设，坚持以人为本，全面、协调、可持续发展的科学发展观来加快旅游发展。搭建一个政府主导、各方配合、企业参与、全面推动旅游产业发展的平台。不断创新开发机制和投资体制，遵循市场规律，坚持“政府主导、企业主体、市场化运作”的原则，创新投融资体制，引导民间资金，依靠景区主体企业，加大精品景区的建设投入；高度重视景区环境的综合治理，按照“保护中开发，开发中保护”的原则，构建人与自然和谐发展良好环境，推动玉溪旅游业的可持续发展。

（作者单位：玉溪市旅游局）

其 他

解读 《云南省旅游条例》

修宪民

一、《条例》出台的重要性和必要性

近几年来，我省旅游业得到了持续快速发展，初步形成了包括饭店旅馆、旅行社、旅游交通、餐饮、娱乐、风景区、旅游商品购物和旅游资讯在内的综合产业体系，对全省经济社会发展的促进作用日趋显现，已成为我省支柱产业。1997年颁布实施的《云南省旅游业管理条例》，在依法治旅、维护旅游市场秩序、保障旅游者和旅游经营者合法权益、促进旅游支柱产业发展等方面都发挥了重要作用。但是，随着我国加入WTO和社会主义市场经济体系的建立和完善，我省旅游业的快速发展以及旅游市场化程度的不断加深，旅游业发展进程中出现了许多亟待解决的问题，主要表现在：旅游业与其他产业互相配合、协调发展的有效机制尚未完全形成，县级以上人民政府及其有关部门在促进旅游业发展方面，现有的规定不够明确、具体，影响了旅游业整体合力的发挥；对旅游中介组织、行业协会在社会主义市场经济体制条件下进行自律管理的职能、作用未作具体规定；亟待建立的保障机制、协调机制、投诉机制和解决机制也未作规定；旅游市场秩序存在的主要问题仍未得到有效解决，旅游行政执法机制有待进一步完善，健康

有序的旅游市场秩序尚未形成；对旅游者和旅游经营者合法权益的保护力度还不够等。这些问题直接影响着旅游业的健康有序发展。

这些问题都不同程度地制约和影响了我省旅游客源的增长及旅游市场的发展，也损害了我省的对外形象和声誉。出现这些问题的原因是多方面的，但根本性的问题是我省旅游法制还不够健全和完善。虽然我省已于 1997 年出台了《云南省旅游业管理条例》，在加强旅游业管理、促进旅游业发展等方面发挥了积极作用，但从其界定的范围和内容来看，已不能适应新时期大旅游、大市场、大服务发展格局的需要。

因此，重新制定的《条例》以相关法律、法规为依据，紧密结合我省旅游实际，在总结全省旅游发展成功做法的基础上，保留了原有条例的适用部分，吸收了兄弟省市的成功经验，体现了社会主义市场经济的要求，突出了我省的地方特色，紧扣大旅游、大市场、大服务这个主题，从内容到适用的范围都进行了比较全面的规范，既体现了规范和管理的内容，又体现了改革和发展的精神，针对性和可操作性都比较强。它的颁布实施，对于加强我省旅游法制建设，推进依法治旅进程，改善旅游环境，规范旅游市场秩序，提升旅游业综合效益，促进旅游业快速发展，推动旅游经济强省的建设，以及发挥旅游业在全面建设小康社会和构建和谐社会中的作用都具有十分重要的意义。

二、《条例》的主要内容及内涵

重新制定出台的《条例》以“大旅游”和加快旅游产业发展为立足点，以规范旅游市场秩序为主线，以解决当前旅游产业发展中的突出问题为重点，以维护旅游经营者和游客合法权益为落脚点，使新制定的《条例》更加符合国家的法律法规，符合市场经济规律，符合云南实际。

（一）关于旅游促进与发展

针对旅游业具有产业链长、带动面广、综合性强和相关管理部门多的特征，《条例》从七个方面强化了政府及有关部门对旅游产业的促进和保障：

（1）明确政府应当把旅游业的发展纳入国民经济和社会发展规划，加大对旅游业的投入和扶持，促进旅游业与相关产业的协调发展（第四条）。

（2）明确规定了政府要成立旅游工作协调机制。《条例》第八条规定协调机构负责指导和协调旅游工作中的重大问题，组织有关部门和单位开展旅游联合执法，组织建立健全旅游救援体系，制定重大旅游安全事故防范和处置预案并协调实施。

（3）明确规定了政府对旅游财政的投入和消除旅游贸易壁垒。《条例》第九条规定县级以上人民政府根据旅游业发展的需要，建立旅游发展专项资金，应当推进区域旅游经济合作，消除贸易壁垒。

（4）明确了旅游、交通、价格、技术监督等有关部门如何从各自的职责，进一步加快旅游交通配套建设、推进旅游标准化、制定旅游景区（点）价格、完善旅游咨询服务、发展旅游电子商务等方面促进性条款规定（第十至十三条）。

（5）强调了国家机关、企事业单位和社会团体可以通过旅行社安排公务旅行。为了防止公款旅游，根据以往的管理惯例，出差不能凭旅行社的发票报销。但事实上，通过旅行社安排政务商务旅行，是国际的通行惯例。由于旅行社业务具有一定的规模性，其价格一般比自行组织更加经济和便捷，因此，不但可以降低行政和商务成本，也便于事后审查，有利于规范公务旅行活动，防止暗箱操作所导致的腐败行为。为此，《条例》第十六条在借鉴上海旅游立法经验的基础上，规定了国家机关、企事业单位和社会团体经批准的公务活动，可以委托旅行社安排公务旅行交通、住宿、餐饮、会务等事项。

（6）明确规定了旅游事务的转办制度。根据省纠风、监

察部门旅游行风评议的建议，针对旅游工作中涉及相关部门职权范围、旅游管理部门无法及时为旅游经营者和旅游者解决的问题时有发生，部分事项难以落实，在一定程度上影响了云南旅游业发展合力的情况。在《条例》第十七条明确规定了按照“谁审批、谁管理、谁负责”的原则，涉及旅游行政主管部门职责外的旅游监督管理事务，由县级以上人民政府交有关部门办理，并设定相应的法律责任。

(7) 明确设定了旅游行业协会的责权。《条例》第十四条、第二十六条、第四十三条中明确规定了旅游行业协会应当制定行业服务规范，实施行业自律，为会员提供服务，组织市场拓展，参与旅游促销，发布市场信息，推介旅游产品，进行行业培训和交流；负责对部分旅游经营者及其旅游从业人员的诚信等级的推行和管理；旅游者合法权益受到侵害或者与旅游经营者发生争议时，可以申请旅游行业协会调解等职权，以充分发挥旅游行业协会自律监管的职能。

(二) 关于对旅游资源的保护与开发

旅游资源是旅游产业发展的基础和前提，如何处理好云南旅游资源的开发和保护问题，《条例》中确立了旅游资源普查评价制度（第十八条），旅游发展规划编制及报批审查制度（第十九条），旅游建设项目审批征求旅游管理部门意见制度（第二十条）。同时针对云南的特色旅游资源，对自然景观和历史人文资源的保护提出了原则性的规定（第二十一条、第二十二条），对主要旅游景区（点）实行游客容量控制制度（第二十四条），以确保旅游资源的持续利用，维护旅游秩序，保障旅游者安全。

(三) 关于对旅游者权利保护

《条例》的起草过程中，旅游者权益保护一直是深受关注的问题。在《条例》中专设一章权利义务的目的在于要强化旅游者的权益保护，充分体现旅游产业发展要以人为本、以游

客为本的理念，树立云南旅游良好的口碑形象。除第三十七条规定了旅游者权利之外，还从以下几个方面强调了对旅游者合法权益的保障：

(1) 强调了旅游经营者应当保障旅游安全与卫生。《条例》第三十三条规定旅游经营者应当按照国家有关规定，建立安全、卫生管理制度，责任制度和事故处理预案制度；配备必要的设施、设备和安全保障人员，并保证安全设施设备的正常运转和完好。旅游经营者对旅游活动中可能危及旅游者人身财产安全的情况，应当事先向旅游者做出说明并明确警示。旅游经营者对发生的旅游安全事故应当及时采取救护措施，并向旅游、公安、安全管理、医疗急救等有关部门和事故发生地的人民政府报告。当地人民政府及有关部门应当及时组织抢救。

(2) 明确了旅游者合法权益受到损害的赔偿规定。旅行社组织旅游活动时，应当与旅游者订立合同，如果旅游者有特殊需求的，可以与旅行社特别约定（第二十七条）；如果擅自违反旅游合同并损害旅游者利益的，要承担赔偿责任；旅行社违反不承担或者无力赔偿责任的，旅游行政主管部门可以从该旅行社质量保证金中先行赔偿；涉及其他旅游经营者责任的，旅游管理部门应当协助旅游者追偿（第四十一条）。

(3) 针对旅游价格中的“黑洞”问题，明确规定了旅游经营者应当公示服务项目和服务收费标准。旅游经营者有多个经营服务项目的，可以由旅游者自主选择（第二十九条）。

(4) 明确了旅游者的救济途径。《条例》第四十三条规定了旅游者合法权益受到侵害或者与旅游经营者发生争议时，可以与旅游经营者协商、申请旅游行业协会调解，向消费者协会投诉，向旅游、工商等行政管理部门投诉、申请仲裁，也可以向人民法院提起诉讼。第四十四条还规定了旅游管理部门受理投诉的办理期限和投诉事项属于其他部门职责范围的，应当及时转办，并告知投诉者。

此外对旅游经营者及从业人员的规范条款，也体现了对旅游者合法权益的保障。

（四）关于旅游经营者及其从业人员的保护和规范

旅游经营者是旅游产业有序发展的重要因素，有效保护旅游经营者和旅游从业人员的合法权益和规范行为也是《条例》中的重要内容。

（1）强调了旅游经营者和旅游从业人员的合法权益的保护。《条例》第三十九条规定了旅游经营者有权依法自主经营；有权拒绝非法的检查、收费或者摊派；有权拒绝强制推销商品或者强行安置人员；有权拒绝旅游者违反法律、法规和社会公德以及超出旅游合同或者约定的要求；享有法律、法规规定的其他权利。同时针对我省导游等从业人员的工资收入和福利问题，《条例》第四十条规定旅游经营者应当依法与其聘用的旅游从业人员订立劳动合同；旅游从业人员有权获得工资以及其他合法的劳动报酬，并享受相关福利和社会保险等待遇。第十三条确定了在制定和调整旅游景区（点）门票价格时，应当在执行前三个月向社会公布。

（2）规定了以实行标准化等级评定、诚信等级认定和旅游合同为主线的规范思路。《条例》第二十五条规定对旅游经营者的旅游设施和旅游服务质量实行标准化等级评定管理，并向社会公告；旅行社接待旅游团队必须选择等级评定合格的旅游经营者为服务提供方。第二十六条规定对旅游经营者实行诚信等级认定、信用监督和行业失信惩戒制度，并向社会公告。其中标准化等级评定由旅游管理部门负责，诚信等级认定由行业协会负责。同时强化旅游合同规范效力，明确规定了旅行社应当与旅游者签订旅游合同，旅行社因接待招徕旅游者，与其他旅行社或者住宿、餐饮、交通、购物、旅游景区（点）等相关旅游经营者发生业务往来的，应当订立合同（第二十七条）；旅游经营者应当按照合同和服务质量标准向旅游者提供服务，未经等级评定或者等级评定不合格的，不得使用等级标志和称谓（第二十八条）。

（3）规定了有关旅游生产要素经营者的经营规范制度和

禁止行为。为进一步提高全省旅游景区（点）导游人员的整体素质和规范服务质量，借鉴旅游发达国家的先进管理经验，规定了在主要旅游景区（点）实行专职导游制度，凡不具备景区专职导游证的，不得在相应的景区（点）从事导游讲解（第三十二条），以进一步规范景区导游的管理，树立我省主要旅游景区（点）良好的旅游服务形象。对旅游从业人员实行先培训后上岗和非学历培训单位实行审定制度（第三十一条）。对以接待旅游者为主的经营贵重旅游商品的商店实行质量保证金制度（第三十五条）。旅游经营者应当在其经营场所的醒目位置使用符合国家规定要求的公共信息图形符号。公共信息图形符号有文字说明的，除中文外，应当至少有一种以上的外国文字（第三十四条）。第三十六条还规定了旅游经营者和旅游从业人员不得有的禁止行为等。

（4）明确了旅游产业发展过程中新型要素的规范。第三十条主要是明确了网络旅游经营者应当为旅游者提供真实、准确的旅游服务信息；为旅游者提供游览、旅行、住宿、交通、餐饮等旅游中介服务的网络旅游经营者，应当选择有经营资质的旅游经营者作为服务提供方；网络旅游经营者应当在取得旅行社经营许可证后，方可经营旅行社业务。

（五）关于旅游执法主体

随着我省旅游市场规模的迅猛扩展、旅游市场经营主体的日益多样化和复杂化及旅游违法行为的不断增多，规范旅游市场秩序的执法任务十分繁重和艰巨。目前，大量的旅游市场检查、监督和受理游客投诉等执法工作，主要是由各级旅游管理部门所属的旅游质量监督管理机构来承担，但因各级旅游质量监督管理机构均是委托执法单位，执法权力相对薄弱，不能快速、便捷、高效地处理旅游市场中的各种违法违规行为和旅游投诉案件，且绝大部分旅游质量监督管理机构均为自收自支的事业单位，工作经费主要依靠旅行社质量保证金的部分利息来维持，客观上已极不适应规范和整治旅游市场秩序的需要。因

此，在《条例》第五条第二款、第五十四条明确规定了各级旅游质量监督管理机构为授权执法主体，负责旅游质量的监督、检查和旅游投诉处理，其经费纳入同级财政预算，为旅游执法队伍提供必要的经费保障，为建立健康有序的旅游市场秩序创造了有利条件。

（六）关于《条例》的创设性条款

根据建设社会主义市场经济及国家政府职能转变的需要和按照省委建设旅游经济强省的要求，针对旅游产业的特点和当前旅游市场秩序需进一步规范治理的实际，在充分吸收原《云南省旅游业管理条例》、近几年的旅游实践和充分借鉴目前全国已出台的 28 个省份的旅游地方性法规的成功经验基础上，从条例名称进行了推敲设定，从原来的《云南省旅游业管理条例》变成了《云南省旅游条例》，其目的就是要充分体现旅游产业必须按照“大产业、大文化、大服务、大市场”的思路来发展，以充分体现促进发展、权益保护、经营规范、管理有效的立法目的。其内容与原来的《云南省旅游业管理条例》和目前各省出台的旅游地方性法规相比，《条例》有八方面的创设性制度，分别是：旅游质量监督管理机构法定授权行政执法制度、旅游相关事务的转办制度、行业协会职权法定制度、旅游经营者的标准化等级评定管理制度、旅游经营者旅游诚信等级认定制度、贵重旅游商品质量保证金制度、主要旅游景区（点）专职导游制度、主要旅游景区（点）实行容量控制制度等。