

## 博观约取·厚积薄发

BROAD READING,PRODUCE WITH LARGE ACCUMULATION



当前位置: 首页 (/)/学术研究 (/xsyj)/开思视点 (/kssd)/魏小安: 西伯利亚纪行之五: 配置国际资源, 满足国民需求

ACADEMIC RESEARCH

### 魏小安: 西伯利亚纪行之五: 配置国际资源, 满足国民需求

2016-05-25

2015年, 中国旅游人次达到40亿, 旅游收入4万亿元, 出境人次1.28亿, 花费巨大。中国由于人口基数大, 所以形成了海量特征。一是总量巨大, 二是每一个百分点, 都包含一个大的绝对量。到2020年, 中国旅游人数将达到80亿人次, 如此庞大的需求, 供给能够满足吗?

从观光旅游的角度看, 一是中国的观光资源世界一流, 品种丰富, 品质高。二是观光时间短, 观光地可以承受较大流量。因此完全可以满足需求。从商务旅游的角度看, 城市化发展, 商务会展设施齐备, 现在是供过于求。从特种旅游的角度看, 目前集中在新疆、西藏、青海几地, 这是小众旅游, 基本可以满足需求。但是从休闲度假的角度看, 则形成供给短缺。一是世界度假主体的滨海度假, 中国虽然有18000公里的海岸线, 但是真正适应度假的并不多。二是湖泊度假, 中国的湖泊基本污染。现在只能转向山地度假和乡村度假。另一方面, 东南亚已经成为国人的度假地, 且正在向全世界扩展。由此势必提出一个问题, 配置国际资源, 满足国民需求。

西伯利亚这样的地方, 得天独厚, 不过三小时就出国, 不但感受壮丽风光, 而且感受欧洲风情, 有这样的好去处, 何必还在国内拥挤? 但是, 中国旅游者的要求现在已经基本国际化了, 俄罗斯的条件能否满足需要? 与中国旅游发展过程相比, 根本的区别在于, 中国是在工业化过程中发展旅游, 所以基础设施的制约严重, 而俄罗斯是在工业化的基础之上发展旅游, 基础设施体系完整, 只是不完善。

表现出来, 一是交通, 机场多, 航班少。但是形成了飞机、火车、直升飞机、汽车、游船组合的体系, 形成观赏式交通, 体验式交通, 组合式交通。二是住宿, 世界品牌性管理公司已经进入, 民宿式的住宿设施普遍, 且有特色, 至少干净是可以保证的。居于中间的是传统的招待所疗养院方式, 性价比超高。三是餐饮, 食材新鲜, 味道蛮好, 服务到位, 也偶尔有中餐, 反倒不如西餐好吃。四是娱乐, 户外运动、滑雪、温泉是强项, 文化表演丰富多彩。五是购物, 多的东西是宝石、玉石, 也有俄罗斯翡翠, 此外就是套娃之类。但是工业品不行, 还是傻大黑粗。感受最深的是国民素质, 形成了基础服务, 也是服务基础。室内一律不许吸烟, 而且大家自觉遵守, 大大超出预期。尤其是喝酒的人不多, 如果不要酒, 基本不准备就。一个嗜酒如命的民族, 屡禁不止, 怎么在十年之内全然翻转? 回答, 一是文明程度提高, 二是注意养生, 三是新人类反对酗酒。实际上是从农业社会到工业社会再到后工业化社会的阶段性转换。总体而言, 风貌、风光与风情, 构成了西伯利亚的差异性和吸引力。

放大来看, 放远来看, 配置国际资源, 首先是周边, 进一步则会扩展到全世界。欧洲成为主要的文化体验地, 东南亚和其他地区的海滨成为主要的度假地, 各国大城市成为都市旅游地, 林林总总。这就需要主动研究配置方式, 随着市场溢出, 形成消费溢出, 需要投资溢出, 最后是效益溢出。日本当年的方式, 首先唱高调, 黑字还流, 即外贸黑字通过旅游还回去, 使国民出境旅游不仅成为政治工具, 也成为经贸工具。但实质上却达到了利润回流, 即日本人出国, 投资商紧跟, 主体消费形成内循环。今天, 许多企业已经开始到海外投资旅游, 但基本都是单打独斗, 像没头苍蝇到处乱撞, 成功率不高。需要顶层设计, 需要投资引导, 需要企业协同配合, 才能下好这盘大棋, 这是中国从旅游大国到旅游强国的必经之路。

——本文最早刊载于搜狐博客

北京开思九州旅游发展研究中心

Copyright © 2017 casstourism.com Online Services. All Rights Reserved. 京ICP备13006745号-1 (<https://beian.miit.gov.cn/>)

[首页 \(/\)](#) [开思简介 \(/ksjj/\)](#) [开思动态 \(/news/\)](#) [智库团队 \(/zktd/\)](#) [案例成果 \(/case/\)](#) [学术研究 \(/xsyj/\)](#)  
[业务领域 \(/ywly/\)](#)

中心地址:  
北京市朝阳区曙光西里甲6号  
院时间国际A座2709室

电子信箱:  
casstourism@163.com

联系电话:  
010-58677566



微信公众号



微博