

# 创建中国旅游业新常态：从政策调整到实践转型

马 波

(青岛大学旅游与地理科学学院 山东青岛 266071)

**摘 要：**中国旅游业的新常态建设与转型发展之间存在逻辑内洽性。服务国家战略、提升产业实力和活化体制机制是新形势下旅游业发展的新使命，为此需要调整旅游产业政策，树立新的旅游财富观和“好旅游”的标准，着力实现社会总剩余的最大化，同时要以提升旅游“性价比”为核心，夯实旅游产业发展的微观基础，增强市场配置资源的能力，进一步扩大旅游需求，提升国际竞争力。与此相应，中国旅游业的实践应当在国际合作、产业融合、空间优化、高地建设和技术创新等多个方面，尽快体现创建新常态和转型升级发展的客观需要。

**关键词：**新常态；旅游业；转型；产业政策

[中图分类号] F59

Doi: 10.12054/lydk.bisu.2

[文献标识码] A

[文章编号] 2096-3238 (2017) 01-0008-13

## 引言

研究国家旅游发展战略，主要有两条相互交织的线索：一是历史发展线索，即时间轴上旅游业的自增长和阶段转换；二是宏观结构线索，即具体时间截面上社会经济总体政策对旅游业的决定和影响。前者体现的是旅游产业自身发展的规律，具有市场实证属性；后者体现的是国民经济发展的规律，具有政策规范属性。对于实行社会主义市场经济体制的中国而言，上述两条线索不仅是同等重要的，而且是互为依存和互相补充的。

对中国旅游业的战略性研究，学界主要从历史发展角度展开，并逐步聚焦于“转型升级”问题。查阅文献，马波（1999）率先使用了“转型”一词，并从总体发展模式、市场供求关系、产业增长方式、产业空间布局、产业组织结

---

[收稿日期] 2015-11-10

[作者简介] 马波（1966—），男，陕西绥德人，青岛大学旅游与地理科学学院院长、教授、博士生导师，研究方向：旅游产业经济与政策、区域旅游和旅游文化学。

构5个方面对中国旅游业转型进行了探索性研究<sup>[1]</sup>。王大悟(2004)以中国社会形态向小康社会转变为逻辑,认为旅游业也相应出现了转型,包括旅游目的从观光转向休闲和交流,旅游景区开发多元化,旅游服务的自选化和个性化<sup>[2]</sup>。张辉(2005)指出,中国旅游产业存在4个方面的转型:旅游运行方式由“点线旅游”体系转向“板块旅游”体系;旅游市场组织由单体企业向链条企业组织转型;旅游企业经营方式由一地经营向跨地和跨国经营转型;旅游产品从观光旅游产品转向多元旅游产品<sup>[3]</sup>。马波(2007)认为,我国主要的旅游城市或地区已开始进入目的地发展和区域旅游发展的高级阶段,而这种向高级阶段的跃升就是旅游业的转型过程<sup>[4]</sup>,在转型背景下,旅游产业的功能、形态、结构、动力都面临深刻的变革,并就转型发展中旅游效应的统筹协调、国际化发展、市场化和公私伙伴关系的建设、产业结构和产业组织的优化、旅游与城市发展的融合以及人力开发与科学研究水平的提升等进行了系统分析<sup>[5]</sup>。此外,杜江(2005)<sup>[6]</sup>、唐留雄(2006)<sup>[7]</sup>也对中国旅游业转型给予了关注,并探讨了转型期旅游产业政策的调整走向。

或许是受到学界的影响,2008年初,全国旅游工作会议把“转型升级”确立为国家层面的旅游发展战略,使这个问题的研究成为产政学研各界共同关注的焦点,相关成果数量因此明显增多。刘少和(2008)在文献回顾的基础上,阐述了旅游转型在产业功能、政策、布局、产品、结构以及旅游增长方式与管理方式等多个方面的表现<sup>[8]</sup>。刘涛(2010)从整体框架、旅游市场、旅游产品和旅游企业4个方面对旅游业转型与升级的研究成果进行评述和总结,并对今后的研究方向和重点进行了简要说明<sup>[9]</sup>。谢春山等(2010)重点从产业、市场、企业、产品、人才5个方面探讨旅游产业转型升级的途径与内容<sup>[10]</sup>。麻学峰(2010)探讨了旅游业转型的动力与条件,并以张家界为例讨论了旅游业转型的初始条件及对转型的影响<sup>[11]</sup>。马波(2011)从“潮涌现象”的理论阐释及其预警预防的角度论述了中国旅游业转型的迫切性<sup>[12]</sup>。马波、徐福英(2012)认为,中国旅游业转型升级的任务主要是建立多元统筹目标体系,建立以市场为主、政府为辅的推拉联合动力机制,推动旅游业同其他产业或部门的融合发展,建立区域旅游一体化格局,建立旨在追求有效竞争的产业政策框架<sup>[13]</sup>。成文英、张辉(2013)在对旅游转型概念进行辨析的基础上,提出了一个包括发生背景、动因和动力、目标和方向、内容、进程判断等5个方面的旅游转型理论框架<sup>[14]</sup>。

2014年,习近平总书记从中国经济发展的阶段性特征出发,创造性地提出“新常态”一词,用于描述新周期中的中国经济,并把认识“新常态”、适应“新

常态”和引领“新常态”作为治国理政新思想的关键点。在2015年初召开的全国旅游工作会议上，国家旅游局把“开辟新常态下中国旅游业发展的新天地”确立为今后工作的中心任务，并推出了“515”战略，意味着中国旅游业发展进入“新常态”创建期。

笔者认为，在学理上，“新常态”与“转型”是一脉相承的。“新常态”是不同以往的、趋势性的、相对稳定的发展状态，意味着发展要“转型”。把发展视为一个过程，转向更加符合全球化背景下的中国现实和更加符合现代市场经济规律，就是在建设“新常态”。创建中国旅游业发展的新常态，既是国家发展进入“新常态”之宏观形势环境变化的要求，也是中国旅游业自身实现转型升级的必然趋势。“新常态”蕴含“中国的世界，世界的中国”之远大谋略，其基本含义已得到全面解释，问题是在国际局势变化动荡之下，新常态的“新”和“态”始终在不断呈现之中，需要及时关注、预判和思考。创建中国旅游业发展的新常态，关键在于统筹目标导向（规范研究）与问题导向（实证研究），凝练新形势下旅游业发展的新使命，进而调整旅游产业基本政策，明确产业发展重点。有鉴于此，笔者综合利用前期研究成果，结合现实观察，就中国旅游业的转型与新常态的创建再做讨论，以求证于方家，服务于旅游业又好又快发展的伟大实践。

## 一、新形势下旅游新使命的学术凝练

### 1. 新形势简要分析

旅游业从来不是游离发展的，世界如此，中国更是如此。只有全面呼应社会经济发展的大趋势，旅游业才能获得最大的发展机遇，实现最健康的发展并最大限度地发挥自身功能。

综合官产学研各界的分析研究，笔者认为，关于形势大局的以下3个判断，对于凝练旅游业新使命、制定旅游业发展策略至关重要。

#### （1）中国经济下行压力超乎寻常

产能严重过剩（从重化工业到制造业整体）、成本全面上扬（从人力成本到环境成本和社会成本）、出口异常困难（从新贸易保护主义到比较优势原理）、国际挤压日强（从地缘政治到经济文化双重竞争），多种力量的叠加，使得中国经济在经历了长期高速增长之后承受从未有过的下行压力。毋庸讳言，这种压力已经从制造业传输至金融业，并开始在国际货币市场显露端倪。对此国家

早有准备,宏观经济政策调整及时有力,但是也不能低估下行趋势的影响程度和持续时间。显然,在这种经济背景下,发展旅游业显得尤其重要。同时,旅游业的主要功能除了拉动消费(包括入境旅游消费和国内旅游消费)外,促进就业也会成为头等大事。

(2)“一带一路”建设既是中国经济社会发展的突破口,也是世界经济恢复繁荣的良药

“一带一路”建设顺应了我国对外开放区域结构转型的需要,顺应了我国要素流动转型和国际产业转移的需要,对中国经济新常态建设的意义自不待言。更需要指出的是,这一跨越时空的宏伟构想,顺应了中国与其他经济合作国家结构转变的需要,顺应了国际经贸合作与经贸机制转型的需要,顺应了和平、发展、合作、共赢的时代潮流,承载着亚欧60多个国家或地区发展繁荣的梦想,因此,它不是中国的独奏,而是世界的合唱,虽然充满挑战,毕竟前景辉煌。“一带一路”建设以政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通为主要内容,在笔者看来,这也是促进沿途国家旅游昌盛的顶层设计。进一步说,“一带一路”建设需要发展旅游,并将带动旅游深入发展,显然,筹划中国旅游业的发展蓝图和五年行动纲领,必须高度因应这个历史契机。

(3)文化是一切竞争的制胜法宝,文明是所有发展的最终体现

人类社会的发展历史清晰地表明,无论是国家之间、地区之间的竞争,还是行业之间、企业之间的竞争,根本上是文化竞争,所有的发展成果最终体现为文明进步。汉唐时期陆上丝绸之路的兴盛与影响,宋代以来海上丝绸之路的兴盛和影响,都是这方面最好的例子。人们常说,文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。事实上也可以说,旅游是文明的催化剂,文明是旅游的加速器。据此,应当一方面把文化软实力的提升视作中国旅游业转型升级和创建新常态的一个重要抓手,另一方面要大力凸显旅游业发展对人类文明进步的特别贡献,在继续推进“文明旅游”的同时,更要做好“旅游文明”的大文章,以此承载“五位一体”的文明总布局,承载“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展新理念,为人民大众谋长期的福祉。

## 2. 旅游新使命凝练

基于对中国发展新形势的分析判断,结合旅游业的特性,笔者把新时期我国旅游业的使命作“工”字形凝练(见图1)。

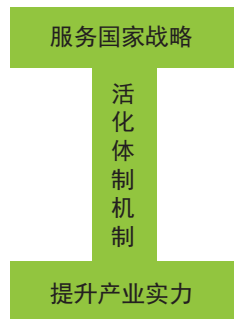


图1 新常态下的旅游新使命

Fig.1 New tourism mission under The New Normal

首先，服务国家战略是旅游业的最高使命。这方面的中心任务是遵循系统经济规律，围绕国民经济和社会发展的阶段性需要，充分发挥旅游业的特殊作用，其重点内容包括：继续推动旅游业的增长，尤其突出旅游需求促进和旅游就业促进工程；围绕“一带一路”建设的需要，快速推动旅游业的国际化进程；围绕提升中华文化软实力的需要，全面实施旅游文明系统工程。

其次，提升产业实力是旅游业的质量效益使命。这方面的重点内容包括持续开发旅游人力资源、继续优化旅游产品市场、加快发展旅游要素市场、降低旅游交易成本、壮大旅游龙头企业、改善旅游产业组织结构等，目的是从资本、劳动力、技术、制度等多角度入手使力，提高旅游产业综合素质，夯实以高性价比为核心的旅游微观经济基础，为国内外各层次游客提供具有竞争力的旅游产品和服务。

最后，活化体制机制是旅游业的改革创新使命。中国旅游业是在传统制度土壤上生长出来的，成长的过程也是体制机制创新的过程，如果想把旅游业培植成参天大树，就无法回避体制机制问题，就需要通过改革创新提供成长动力。同时，活化体制机制是有效连接产业基础和国家意志的桥梁，是产业力量和国家力量传导、叠加的主渠道。这方面的内容无非是上下左右关系的安排，纵向包括国家层面、地方政府层面、企业层面的制度优化及制度衔接，横向则主要是产业融合的机制设计，即“旅游+”和“+旅游”的双向表述。

## 二、彰显新使命必须优化旅游产业政策

新常态赋予旅游业新使命，新使命首先需要通过调整旅游产业政策而得到彰显。关于新常态下旅游产业政策的调整，笔者曾作过简要论述，提出3个基本观点：一是产业总体目标应当从追求生产者剩余最大化转向追求社会总剩余

最大化；二是经济目标应当从重视规模速度转向重视质量效益；三是机制与手段应当以市场调节为基础，以需求拉动为轴心<sup>[15]</sup>。在此基础上，这里作进一步的阐述。

### 1. 树立新的旅游财富观和“好旅游”标准，追求社会总剩余最大化

首先需要说明这个观点的理论依据：①旅游业的特殊性——旅游业不是按照“同类企业的集合”来定义的，而是基于消费者（旅游者）的需求共性“人为”细分出的国民经济部门。现实中的确存在旅游经济体，但这个经济体本是分散的，通过旅游者这条丝线才被连接起来，可以说，旅游业是由需求决定和推动的行业，旅游需求的水平与形态决定旅游产业的水平与形态。②旅游需求的特殊性——旅游需求总体上属于精神需求，它一方面是社会进步的产物，另一方面又决定了旅游业的公共生产特性，使得旅游业有圆心而无边界。从政府角度而论，旅游业天生承担着增加社会福利的功能，而非纯粹的经济部门。因此，政府干预旅游业发展的出发点，或谓实施旅游产业政策的根本目标，应当是满足人的发展的需要，追求社会总剩余的最大化，而非旅游部门的利益最大化。③有研究表明，社会福利最大化与消费者效用最大化存在相关性，在国家宏观目标实现的同时消费者也实现了其微观目标，在一定条件下这一结果反之也成立<sup>[16]</sup>。因此，在正常情况下，旅游业应当以追求社会总剩余最大化为根本目标。

当然，在不同的社会经济发展阶段，旅游业的主体目标会有所不同。在短缺时期，刺激生产必然是旅游产业政策的主要诉求。中国从改革开放之初到20世纪末，无论是国民经济还是旅游经济都呈严重短缺状态。这种“双短缺”使得旅游业的非常规发展不可避免，于是，政府主导、超前发展、追求规模、偏重经济就成为旅游产业政策的基调。进入21世纪，中国经济不仅走出了短缺时代，而且产能过剩现象日趋严重。与此相应，旅游业的供求关系也发生改变，总量不足已不再是旅游业的关键症结，意味着中国旅游业发展开始从“非常规模式”向“常规模式”转变。2009年，中国国际旅游收支关系出现逆转，等于直接宣布了延续多年的旅游业非常规发展模式的终结。在常规发展模式里，旅游产业政策的总体目标必然要回归人本，回归社会福利最大化，回归可持续发展。事实上，国务院〔2009〕41号文件和〔2014〕31号文件，以及国家旅游局最近出台的一系列新政策，都体现了这种新导向。问题是由于非常规模式历时已久，思维惯性和路径依赖使得各地的旅游发展实践迄今依旧带有浓重的政府主导、超前发展、追求规模、偏重经济等特征，同“新常态”的定位与要求尚有显著差距，由此足见旅游业转型发展之必要与艰难。

如果把社会总剩余最大化视为今后旅游业发展的总体目标，那么旅游界就

需要树立新旅游财富观。笔者认为，中共十八届五中全会提出的“创新、协调、绿色、开放、共享”五大发展理念，等于为旅游业确立了新的财富观。因此，有必要引入“好旅游”（Good Tourism）的概念（如图2）：如同法律有良恶之分，旅游有好坏之别。经济性只是好旅游的一个二级指标，而且必须放在自然—社会—文化的大框架里来分析评判。无论是政府还是学术界，将来也应当包括业界，对旅游业发展的考评，不能囿于总量增长一隅，而是要建立涵盖动力、质量和公平3大方面的指标体系，从而引导旅游业的和谐发展。动力指标体现发展度，包括产业资本增速、资源配置效率、产业结构水平、产业技术水平等；质量指标体现协调度，包括旅游产业总体绩效、国民经济贡献度、资源环境贡献度、社会文化贡献度等；公平指标体现持续度，具体表现在人际公平、代际公平和区际公平等3个方面。在技术层面上，应当改进旅游影响评估方法体系，强调利益相关者的关系均衡，鼓励各地发展非大众旅游，支持低碳旅游、生态旅游、社区旅游、乡村旅游等新业态。对多种旅游效应进行统筹调控，不只是“终极关怀”的需要，也关系着旅游地经济的稳定发展，中国未来的旅游业必须真实地走上可持续发展的道路，担当更多的环境伦理和社会责任。

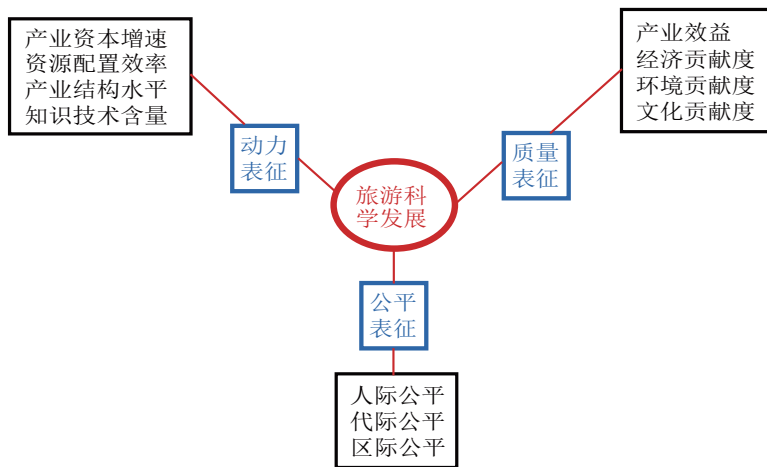


图2 “好旅游”的考量维度与框架

Fig.2 The analytic dimensions and framework of Good Tourism

当然，旅游产业政策总体目标的调整不能停留在观念层面，而是要落到具体的政策措施上来。比如，《旅游法》及各地旅游管理条例的完善与贯彻，假日制度、带薪休假制度的推进与落实，公共景区门票价格的制定与管控，都应当首先考虑确保国民的旅游权利；乡村旅游的深入发展应当正确处理效率与公

平的关系,突出村民的权益和乡村性的维护;要积极引导即将出台的国家公园制度更好地服务旅游业发展;要制定科学的标准和切实有效的管理办法使得景区主动实施最大承载量管理。显然,只有落实到具体层面,旅游产业政策的总体目标才不会被虚置。

## 2. 突出旅游业质量效益指标,提高旅游产品性价比

首先需要指出,强调社会总剩余最大化的总体目标,并不是忽视旅游产业政策的经济功能,而是说在新常态下,旅游产业政策作为政府经济职能实现的主要方式,其目标指向也当相应调整。

中国是世界上名副其实的旅游大国,尽管“从旅游大国向旅游强国迈进”的口号提出已久,但迄今我们尚难称得上是世界旅游强国。究其原因,主要在于各界对旅游业的考量,事实上长期以规模速度为主。翻阅各级政府的旅游统计公报,满眼都是接待量、旅游收入、企业数量、固定资产等总量以及增速数,极少看到行业利润率、劳动生产率等反映旅游产业素质的质量效益指标,甚至连游客平均停留天数这样的简单数据也无从查找,至于旅游业的关联带动作用,也常常以旅游总收入在GDP或服务业增加值中的占比来草率表达。毋庸讳言,这样的旅游统计不仅说明政府和学界对旅游业的关注并未深入到产业质量效益层面,而且直接折射出追捧规模与速度的粗放发展的现实,于是就有虽然旅游业总量持续增长,但产业效益水平不高,企业亏损面较大,即宏观热、中观温、微观冷的不和谐现象。由此可见,新时期的旅游产业政策必须聚焦于旅游业的内涵式增长。

国民出境旅游人次数和消费总量的快速增大,使得提升中国旅游产业素质变得更加紧迫。毫无疑问,出境旅游与国内旅游之间存在替代效应,出境旅游兴旺发展,不只是导致国际旅游贸易关系发生逆转,使得国际旅游收支平衡管理成为国家旅游产业政策的关注焦点,而且使得国内旅游竞争国际化、国内旅游产业的低素质问题显得越来越刺眼。回过头来看,对中国旅游市场从入境一元到入境、国内二元,再到入境、国内、出境三元结构变迁,官、产、学三界的研究都是远远不够的,在旅游贸易关系从显著顺差转向赤字逐步扩大之时,国内旅游的质量效益问题依旧未能受到足够重视。无论从服务国家战略、建设旅游新常态的规范角度而论,还是从推进旅游业转型升级、应对国际竞争的实证角度看,中国旅游产业素质的提升都是基础命题,而衡量旅游产业素质的核心指标就是旅游产品(含服务)的性价比。性价比是消费者感知的,公正的旅游性价比应该建立在旅游者对产品性能要求的基础上,是在先满足性能要求的前提下,再衡量价格是否合适,因此,差异化、品质化策略是商家首先需要考



虑选择的。反观当下的现实，多数旅游企业无力创新，疏于管理，漠视品质，因为产品雷同，只能热衷于打价格战，致使收入和文化水平“双高”群体日渐追捧国际旅游，大众游客时常要承受“价格陷阱”之虞，旅游秩序问题令人担忧。后顾前瞻，必须调整旅游经济政策的导向，加快推进国内旅游由投资主导向消费主导、由要素主导向创新主导的转变，从而提升旅游产业品质，提高国际竞争能力。

同其他产业一样，旅游产业的素质提升最终要依靠人力资本的提升。换言之，创建中国旅游业的新常态，需要培植一批新型旅游人才，人才要素市场的发育至关重要。应当说，国家旅游局富有远见，在创设中国旅游研究院之后，实施了“青年专家培养计划”，获得良好社会反响，最近又成立了中国旅游智库和中国旅游业改革发展咨询委员会，并推出了“万名旅游英才计划”，旨在推动旅游业的转型升级。但是从全社会角度看，旅游人力资本开发仍有极大的空间。一方面，旅游教育，尤其是旅游高等教育亟须优化结构、提升品质、实现跨越发展；另一方面，地方政府、旅游业界应当深刻认识和准确把握旅游知识经济的发展趋势，为旅游专业人才的培养与使用提供广阔天地。

### 3. 尊重市场调节机制，优先拉动旅游需求

产业政策本质上是一种政府行为，是一种非市场性质的经济调控手段。产业政策的理论依据主要有三：一是“市场失灵”说，强调产业政策的兴起和存续是弥补市场缺陷、完善资源配置机制的需要，主要用于公共产品、外部性、规模经济等“市场失灵”的领域；二是“赶超战略”说，强调产业政策是政府在市场基础上发挥“后发优势”，更有效地实现经济超常规发展，从而实施“赶超战略”的需要；三是“国际竞争”说，强调产业政策是各国更好地参与国际竞争，从而维持或争取本国产业在经济全球化过程中获得优势地位的需要<sup>[17]</sup>。显然，在3种理论解释中，“市场失灵”说具有扎实的逻辑和实证基础，“赶超战略”说和“国际竞争”说则带有明显的“目标导向”色彩——追求目标固然能使产业兴奋，但也有可能呈现“兴奋剂”效应。

现代市场经济是混合经济，但绝不是市场经济和计划经济的简单叠加。无论从“转型”的过程看，还是从“新常态”的目标看，必须认识到：市场机制是旅游业发展的根本机制，在市场机制下旅游供需会趋于相对平衡；旅游产业政策是调节旅游供需关系的工具之一，但应当契合市场机制；旅游供需矛盾表现在“总量”和“结构”两个方面，必须明确识别和区分；旅游业发展当积极克服短缺，更须自觉预防“潮涌”之后的过剩。因此，中国的旅游产业政策需要从政府主导的旧框框里走出来，回归弥补市场失灵的基本定位。

政府对旅游业的干预,不外两种手段:一是干预旅游需求;二是干预旅游供给。如果认同旅游业本质上是需求推动型产业,那么旅游产业政策就要优先考虑促进旅游需求的平稳增长。可以说,这方面的政策空间依旧非常广阔,如通过二次分配改革增加劳动者的收入,使更多的人,包括广大农民,能够有条件享受旅游的权利;优化休假制度,保证国民有足够的可自由支配的旅游时间;多管齐下,有效拓展入境旅游市场等。

需要强调,旅游产业政策要慎用投资拉动手段。据笔者的初步研究,投资对旅游需求的拉动作用是有限的<sup>[18]</sup>。传统服务业没有规模经济,通过扩大企业产能并不能够显著降低平均成本。在进入旅游消费常态化阶段,旅游需求价格弹性会进一步降低,加之地域性的存在使旅游产品或多或少具有自然垄断性,扩大产业供给、增强企业竞争并不能够有效地促使旅游价格下降。投资拉动只有出现在旅游公共供给领域,才能有效降低旅行成本,同时增加消费者剩余和生产者剩余。据此,笔者支持政府投资改善旅游基础设施,开发旅游公共服务,包括建立国家公园制度,让那些门票奇高的公共景区回归社会福利的范畴。附带提及,尽管旅游价格最终要由市场供需关系决定,不能单方面评论旅游价格水平的高或低,但是可以说,景区门票价格的高企冲动与旅行社行业的低价竞争,对旅游业的健康发展都是有害的。

### 三、新常态下落实旅游新使命的关键措施

推动转型升级,创建中国旅游业新常态,必然是一个循序渐进的长期过程,但在一些关键、重点领域,“十三五”期间必须进行改革、创新和突破,从而使旅游新使命得到落实。基于上述分析,兹结合国家旅游局的“515战略”,就落实旅游新使命的重点措施提出如下建议。

#### 1. 实施旅游国际化提升工程

第一,把旅游国际化确立为“十三五”旅游业发展的第一要务,加强同国家相关部门的协作,调动地方政府和大型旅游企业的积极性,全面提升我国旅游业发展的国际化水平。

第二,从政治、外交、经济、文化等多角度统筹设计旅游业国际化的价值体系、目标体系和行动体系,从而高效服务于国家战略,不断提高中国旅游业在国际舞台上的地位和影响力。

第三,注重国际旅游收支关系的平衡,对入境旅游市场开拓和旅游企业走出去实施奖励政策,加强出境旅游满意度调查评价工作,充分发挥我国出境旅

游增长的综合效应。

第四，在重视世界传统旅游客源国市场开发的基础上，重点开发“一带一路”市场，深耕周边国家旅游市场。

第五，丰富旅游国际化的形式，改进技术性手段，如充分利用友省、友城资源，开展一对一的变通性旅游（Alternative Tourism）；集约开发国际型会展节庆旅游产品，发展国际商务旅游和专项旅游；优化布局，强化节点，创新机制，凝聚力量，提升邮轮旅游产业的综合素质和国际影响力；提高国际旅游宣传促销水平，探索灵活实用的国际旅游合作机制等。

## 2. 实施产业深度融合工程

第一，在已经取得良好成效的基础上，继续主动作为，推进旅游与所有相关产业的融合发展，进一步动员多种旅游资源，丰富旅游新业态，放大旅游业的边界和覆盖范围。

第二，选定乡村旅游、海洋旅游、研学旅游、生态旅游等几个主要领域，研究推动多种产业的深度融合发展，探索旅游系统经济发展的新模式、新机制。

第三，在产业融合发展中探索合理的旅游业综合协调机制，推进中央政府和地方政府旅游管理体制的多样化改革。

## 3. 实施旅游空间结构改善工程

第一，为了更好地服务于国家战略，需要及时调整旅游业发展的重点区域，把发展重心从中心向边缘拓展，从东部向西部转移，尤其需要加强西北、西南诸省区和东部滨海地区的旅游业国际化建设。

第二，在国内旅游市场上，倡导“西进”（go west）旅游流向，创造有利条件，积极引导东部发达地区的人民到西部地区旅游，形成东部反哺西部、东中西反梯度发展新格局。

第三，北京、上海、广州等一批旅游中心城市的极化过程基本完成，已经形成旅游业自生长机制，今后的重点是发挥辐射效应，带动周边区域旅游发展。同时，东部发达地区要积极探索区域旅游一体化发展的机制和路径。

## 4. 实施国家旅游高地建设工程

第一，鉴于我国旅游业品质化高度普遍不足的现实，以及参与国际竞合对旅游品质的客观要求，近期必须实施重点倾斜策略，选择一批具有相对优势的目的地和旅游企业，加快品质化提升，担当国家旅游高地的职能。

第二，海南国际旅游岛具有特殊的地位和影响力，必须在我国旅游品质化高地建设中发挥示范作用，为此，建议国家旅游局在政策、人力、技术等方面进一步加强对海南省的支持和引导。

第三,支持西部地区建设国家公园和实施旅游精品工程。

第四,按照“世界眼光、国际标准、本土优势”的基准,选择鼓励有能力的旅游企业走出去,在实战中成长为“利用两种资源、兼顾两个市场”、能够代表国家水平的旅游市场主体。

第五,引导各级旅游管理部门树立精致旅游观念,因应各地旅游市场需求的升级节奏,发挥民间智慧,鼓励创业创新,逐步推进全国旅游业的品质化发展。

#### 5. 实施智慧旅游升级工程

第一,各级旅游部门要进一步提高对智慧旅游的认识水平和重视程度,要把发展智慧旅游作为改进旅游产品服务性价比(微观层面)、提高旅游产业素质(中观层面)和建设旅游业新常态(宏观层面)的关键技术,切实加快智慧旅游发展步伐。

第二,加强智慧旅游的研究与开发,形成知识溢出效应,助推智慧城市、数字国家的技术框架改进。

第三,发挥政府在信息挖掘、整理、分析、传输方面的优势,改进旅游统计和信息管理技术,建构功能强大的国家旅游大数据平台,为旅游决策、监管和壮大产业市场主体提供技术支持。

第四,坚持效率与公平兼顾原则,继续鼓励线上旅游企业(OTA)的创新发展,积极推进线上线下一线( O2O )旅游融合发展模式。

#### 参考文献:

- [1] 马波. 转型中国旅游产业发展的趋势与选择 [J]. 旅游学刊, 1999 (6): 34~38.
- [2] 王大悟. 论小康社会的旅游转型 [J]. 旅游科学, 2004, 18 (2): 1~3.
- [3] 张辉. 转型时期中国旅游产业环境、制度与模式研究 [M]. 北京: 旅游教育出版社, 2005.
- [4] 马波. 旅游业的转型与区域旅游合作 [J]. 旅游学刊, 2007, 22 (5): 24~28.
- [5] 马波. 中国旅游业转型发展的若干重要问题 [J]. 旅游学刊, 2007, 22 (12): 12~17.
- [6] 杜江. 论中国旅游产业功能与产业政策的转变 [J]. 北京第二外国语学院学报, 2005 (5): 1~6.
- [7] 唐留雄. 中国旅游产业转型与旅游产业政策选择 [J]. 财贸经济, 2006 (12): 101~103.
- [8] 刘少和. 旅游转型研究综述及我国旅游转型发展的探讨 [J]. 旅游论坛, 2008, 1 (12): 322~331.
- [9] 刘涛. 中国旅游业转型与升级研究综述 [J]. 商业时代, 2010 (17): 116~117.
- [10] 谢春山, 孟文, 李琳琳, 朱易兰. 旅游产业转型升级的理论研究 [J]. 辽宁师范大学学报(社会科学版), 2010, 33 (1): 37~40.

- [ 11 ] 麻学峰. 张家界旅游产业转型的初始条件及对转型的影响 [ J ]. 学术论坛, 2010, 33 ( 10 ): 124~128.
- [ 12 ] 马波. 中国旅游业“潮涌现象”的预警与预防 [ J ]. 旅游学刊, 2011, 26 ( 1 ): 12~17.
- [ 13 ] 马波, 徐福英. 中国旅游业转型升级的理论阐述与实质推进 [ J ]. 社会科学家, 2012 ( 6 ): 3~7.
- [ 14 ] 成英文, 张辉. 旅游转型的概念及理论框架——兼对中国旅游转型的研究 [ J ]. 北京第二外国语学院学报, 2013 ( 5 ): 1~6.
- [ 15 ] 马波. 新常态下中国旅游产业政策调整略论 [ J ]. 旅游学刊, 2015, 30 ( 7 ): 4~5.
- [ 16 ] 孟庆春, 刘家壮, 安起光. 社会福利最大化与消费者效用最大化的关系研究 [ J ]. 经济数学, 2002 ( 3 ): 9~14.
- [ 17 ] 苏东水. 产业经济学 [ M ]. 北京: 高等教育出版社, 2000 : 332~333.
- [ 18 ] 马波. 旅游业投资拉动的局限性与相关政策讨论 [ A ]. 张广瑞等. 2012 年中国旅游发展分析与预测 [ C ]. 北京: 社会科学文献出版社, 2012 : 260~270.



## “旅游学科发展：历史与未来”恳谈会在京召开

2016年10月9日，“旅游学科发展：历史与未来”恳谈会在京举行。会议由中国社会科学院旅游研究中心组织，来自中国科学院、中国社会科学院、中国旅游研究院、北京大学、北京第二外国语学院、北京交通大学等研究机构的专家学者和《旅游学刊》《经济管理》等学术期刊编辑部负责人以及《光明日报》《中国旅游报》等主流媒体的资深记者共30余人参加并发表观点。

其中，中国社会科学院旅游研究中心学术顾问刘德谦强调学科建设最重要的是学科内部建设，旅游学科要有自己核心理论，学者们要继续重视旅游学科地位的争取。北京第二外国语学院教授谷慧敏指出，旅游学科作为一个现象，包容面特别广，从农耕到工业再到服务和体验的过程能够衍生出若干个学科，而旅游作为一个门类也是有可能的，未来有望讨论如何建设旅游学科门类的问题。《旅游学刊》副主编吴巧红指出，旅游学科未来的发展应该是交叉或者是互相渗透的；学术期刊可以作为全国乃至全球华人研究旅游共有的平台，为推进旅游学科建设进一步发展起到应有的作用。

围绕旅游学科发展历程、旅游学科核心理论、旅游学科与相关学科的关系、旅游学科升级为一级学科的必要性及可能性、大学旅游专业设置等问题，其他与会专家也结合自身学科背景和工作经历，积极发表了看法，在会场展开了热烈探讨。

## Titles, Abstracts and Keywords

### P8 Create the New Normal of Chinese Tourism: from Policy Adjustment to Practice Transformation

MA Bo

( School of Tourism & Geography Science, Qingdao University, Qingdao 266071, China )

**Abstract:** Tourism in China has always been developing under the deep influence of national economic policy. As Chinese social economy comes to a period of The New Normal, building up a Chinese tourism New Normal becomes the purpose of practice. According to the system economics theory, construction of the Chinese tourism New Normal has the internal logical consistency with the transformational development. Based on the analysis of new features of Chinese social economy and the review on the Chinese tourism transformation research, this paper condenses the new mission of Chinese tourism development under the New Normal into serving national strategy, promoting industry strength and activating system mechanism. In this connection, it is required to adjust the tourism industrial policies timely, including ( 1 ) setting up a new view of tourism wealth and establishing the standard of “Good Tourism”, to pursue the total social surplus maximization; ( 2 ) highlighting the quality-benefit index of tourism, promoting the cost performance of tourism product, and reinforcing the micro foundation of tourism industrial development; ( 3 ) respecting the market regulation mechanism, giving priority to driving tourism demand, and improving the international competitiveness. Corresponding with this, recommendations of five aspects for the practical transformation of Chinese tourism are put forward: ( 1 ) coordinating with “the Belt and Road” initiative, improving the international level of tourism, and developing a flexible tourism; ( 2 ) further promoting the deep convergence between tourism and other industries, and establishing a coordinated management mechanism; ( 3 ) implementing the “Westward Movement” strategy, exploiting the tourism potentialities of the west China and optimizing space structure; ( 4 ) building up the national tourism highland, and guiding the quality improvement of tourism; ( 5 ) improving techniques in tourism statistics and information management, and implementing the upgrading project of smart tourism.

**Keywords:** the New Normal; tourism; transformation; industrial policy