



游客在陵水清水湾享受沙滩美景。 本报记者 张茂 摄

『供给侧改革』 领衔主演 今年



2015中国旅游 对GDP综合贡献超10%

根据国家旅游局近日发布的数据显示,中国旅游产业对GDP综合贡献达到了10.1%,超过了教育、银行、汽车产业。国家旅游局近日发布数据显示,2015年共有41.2亿人次国内或出境游,相当于全国人口一年旅游近3次。世界旅游理事会(WTTC)把它放到GDP里面一比较,中国旅游产业对GDP综合贡献达到了10.1%,超过了教育、银行、汽车产业。

统计显示,2015年,我国国内旅游突破40亿人次,旅游收入过4万亿元人民币,出境旅游1.2亿人次。中国国内旅游、出境旅游人次和国内旅游消费、境外旅游消费均列世界第一。国家旅游数据中心测算数据则显示,我国旅游就业人数占总就业人数10.2%。

2015年,全国掀起了“厕所革命”高潮,从2015年起,全国3年新建、改建厕所5.7万座。此外“中国旅游年”在韩国举办,中方成功举办120多项活动,中韩双向旅游交流规模突破1000万人次。

数据显示,去年,韩国游受热捧,日本的马桶圈成为中国热议的话题。此外,日本游成为“2015爆款”,2015年东京更是首次进入境外游热门目的地综合指数榜前三名。

统计表明,2015年在40亿人次国内游的人群中,自由行人群高达32亿人次,人均消费937.5元。去年,旅行社组织的出境游人数增长35.2%,但在总出境游人数中所占的比例,仅仅上升了2.5%。1.2亿人次出境游游客中,有2/3的游客选择自由行,达到了8000万人次,今年不论是国内游还是出境游,自由行都是游客最爱的旅行方式。

2015年中国国内自由行为市场规模为3万亿元人民币,出境游客的人均消费高达11625元。得益于旅游消费升级、中产收入阶层扩大,2015年自由行为游客愿意花更多的钱去购物与品尝美食。

数读2015年旅游

41.2亿

2015年,中国国内旅游突破40亿人次,旅游收入过4万亿元人民币,出境旅游1.2亿人次。中国国内旅游、出境旅游人次和国内旅游消费、境外旅游消费均列世界第一。

6841亿

2015年,中国的出境旅游购物市场规模已达6841亿元,其中自由行为游客的消费占比超过80%。从区域分布来看,中国游客在日本、韩国以及欧美发达国家,人均旅游购物支出已超过7000元。在伦敦希斯罗机场的旅客中,只有1%是中国人,但中国人创造了25%的免税品销售额。

5830

2015年1月至10月,中国游客旅游购物境外人均花费5830元,同比增长16.3%——人均消费相当于每个出行者在境外买了一个LV手包。在2015年中国游客出境旅游的目的中,有53.6%是以购物为主要目的,平均用于购物的费用占人均境外消费的55.8%。

75%

游客通过旅行社进入景区的比例已经由2010年的60%—70%下降至2015年的20%—30%。自驾为主的自由行已成为游客到达景区的主要方式,占景区接待游客总人数的75%。

71.2%

71.2%的自由行为游客希望获得一站式的解决方案和完整的旅游产品购买、消费体验,缩短旅游决策时间。除了优质的旅游点评、旅游问答、旅游攻略、游记等供决策参考,用户希望能够同时购买酒店、机票、签证、邮轮、租车、保险、当地游等全网高性价比的自由行产品和服务,并进行旅游结伴社交。

10大出境游目的地

香港、首尔、东京、普吉岛、曼谷、新加坡、台北、清迈、巴厘岛和济州岛。

10大最关注民宿城市

金华、杭州、温州、台州、绍兴、厦门、宁波、上海、无锡、北京。前五个城市被浙江省承包,浙江的民宿受关注度最高,“民宿经济”发展潜力巨大。

海南如何唱好这出旅游大戏?

■ 本报记者 侯赛

“以前海南是韩国的首选旅游目的地,现在韩国人都去泰国、越南、印尼等东南亚国家旅游,俄罗斯客人也在减少,是我们宣传不到位吗?答案显然不是,最主要就是因为产销不对位,低端产品产能过剩,而高端产品产能不足,简单从扩大需求来刺激消费很难产生实际效果。”海南省社科联副主席陈耀强强调,“我们不应该只把游客数量作为衡量旅游产业发展的指标,游客并不是越多越好,要优化游客结构,就需要不断从改革创新的角度优化旅游产品。”

岛屿经济体的海南旅游 供给侧改革如何做文章?

“海南是岛屿型经济体,市场需求在岛外,供给侧如果出现问题,后果将不堪设想。”有业内专家在采访中多次强调了海南作为岛屿经济体的客观存在,并表示,海南建设国际旅游岛已经进入第二个五年,如何借助供给侧改革,实现国

际旅游岛建设质的飞跃,提供符合市场需求的多元化旅游产品,要从旅游目的地到旅游产品实现全方位的改革。

目前我省旅游产业存在空间结构失衡的局面,旅游供给侧结构改革首先是旅游目的地的空间结构的改革。比如三亚酒店房地产扎堆,每逢市场旺季,会出现“天价房”,这表明在度假产品地区上存在失衡。“海南需要完善平衡的旅游目的地体系,不仅仅三亚作为旅游目的地的代表海南,其他市县也是代表海南的旅游目的地。我们需要进行空间结构上的供给侧改革,优化培育一系列旅游目的地体系。”业界认为。

此外,要加强旅游产品层面的平衡发展。多年来,我省的旅游产品开发偏重为外来游客需要的观光景点,为本地居民与外来游客共同需要的休闲度假产品不足。如星级酒店,高、低两端饭店过剩、经营困难。而与此同时,家庭度假、乡村旅舍、汽车营地、青年旅馆等大众休闲住宿则还比较缺乏。

另外,在吃住行游住购娱等旅游基本服务要素链中,长期偏重景点、住宿和餐饮环节的供给,忽视购物、娱乐和康体环节的供给,导致服务链结构失衡、综合经济效益不高。

“旅游供给侧改革需要全省上下一盘棋,政府、行业协会以及社会共同发挥作用。”省旅游协会副会长、省旅行社协会名誉会长房新海认为,政府一定要在供给侧改革中起到引领、支持和督查的作用,企业往往都是只重眼前利益,而供给侧改革不光要看宏观,更要看到未来的吸引力。其次协会要起到统筹、协调、管理和自律的作用。

供给侧改革要巧用 “互联网+”和“旅游+”

“旅游产业的综合性决定供给侧改革更需要行业联动、产业融合。”专家认为,由于海南是岛屿型经济体,产业结

旅游已成为居民常态化的消费选择,当游客出行规模以亿计的时候,如何确保这种数量级的旅游安全和秩序,让人民群众开心、放心旅游,是“十三五”旅游面临的重要课题。

由于我国旅游者数量庞大,增量的绝对数也很大,使得消费的变化在转化为市场需求后表现的势头特别猛烈,包括公共服务和旅游产品有时会出现严重的供不应求。旅游供给侧改革既要同步适应消费变化,又需研研判断的消费需求,从提升国民旅游的满意度出发,未雨绸缪。

旅游消费升级 倒逼供给侧创新

■ 张栋

什么是旅游供给侧?

旅游供给侧包括旅游公共服务的供给和旅游产品要素的供给。从机构上看,分为政府、协会组织和企业;从内容上看,分为公共政策、公共管理、基础设施、公共服务、行业自律组织等机构服务和“行、游、住、食、购、娱”等的产出保障。深入分析“十三五”旅游消费将要呈现的变化及其对旅游市场的挑战,旅游供给侧应重点做好以下工作:

在公共政策供给上

破解集中出行、假日爆堵的思路是治标治本并举,治标可一时应急,治本就需要在假日时间安排、交通优惠设计和分流引导上创新。政策的指向应有利于增加假日时间供给,化解全民集中休假和集中出行的矛盾。例如,从我国主要旅游群体——学生、在职者、退休人员来看,三者假日时间的重叠部分正好是暑期和两个长假,相关部门在学生多次放假、在职者多次休假、同城错峰休假和弹性作息上,还有政策创新的空间。各地和各部门在投融资、土地、税收、资源、价格等方面,在考核指标、奖惩设计、优惠政策等方面,在入境、通关、商品免税、航权开放等便利化政策方面,应当能够通过综合性政策设计缓解有效供给不足。

在政府公共管理上

面对市场主体和消费主体,规范管理和维护其正当利益同样重要。各种影响市场公平竞争的虚假旅游广告、超低价恶性竞争、非法“一日游”等现象,需要日常化的监管机制去惩治;各类旅游纠纷和突发问题需要快速处理,安全预警机制需要经常性检查和调整。特别是由于旅游者越来越融入目的地居民生活中,全民化、全域化旅游使旅游者越来越成为当地政府日常管理中无法回避的新增量。本地的社会资源将同时面向居民和游客,本地的公共服务也将同时被居民和游客享受,城乡公共管理必须创新理念和手段,才能让市民和游客都满意。

在公共信息服务上

政府和第三方机构的公共信息往往具有宏观性和权威性。公共信息服务不仅对于保障游客知情权和引导游客的流向十分有效,对于投资者来说,了解足够的项目信息和行业资讯同样重要。公共信息服务做得好,可以把政府的管理理念更好地传递给旅游行业和相关产业,传递给旅游消费者,成为十分有效的宏观管理手段。在大数据、云计算等现代科技成果得到广泛应用的今天,公共信息服务更多地需要创新发布手段和信息内容组织方式,提高针对性和有效性。随着市场发展成熟和行业自律机制作用得到充分发挥,政府公共信息服务在政府全部工作中的地位和作用还会进一步增强。

在特色商品供给上

出境游客的“爆买”实质上是消费升级的信号,把出境游客的消费能力留在国内,关键是提升我国消费品的质量和信誉。旅游是百姓的异地生活,游客的购买能力不仅仅限于旅游纪念品上,从奶粉、尿不湿到葡萄酒、香水,游客几乎购买市场上销售的任何商品。由于人们在旅游状态下更易做出购物决定,旅游购物市场的潜力巨大。因此,应优先推进当地名优商品进入旅游者视野,一些包含了本地文化的老字号商品、民族手工艺品、传统优势商品,应加快包装设计、营销理念创新,一些新型优势商品应加强品牌塑造,完善品质保障。政府和机构可采取纳入官方宣传推广、在机场码头口岸等旅游者通过区设置购物点,增设出入境免税店、政策扶持龙头和创新企业、开展品质认证和引入品质保险等,对坚持品牌化生产的企业给予支持。

在基础设施建设上

一个地方的基础设施五年规划,既要考虑当地常住人口的发展需求,还应考虑旅游者的增量因素。对于那些处于旅游交通节点和拥有垄断性、独特性旅游产品的城镇来说,区域内公共交通设施更需研研游客数量的变化。以交通基础设施建设为例,陆海空交通的布局和流量设计如果不考虑游客的流量变化,很快就会落后于需求。重大旅游项目的投资必须同步做好交通规划的调整,否则不仅项目本身的客流受影响,所在地的交通秩序也会受干扰。在大力发展高速铁路、高速公路基础上,各地还应重视支线航空、城郊和城景快线的建设,特别是国内二三线城市需要大量开通支线航空,把游客向航空交通分流。集中连片特困地区蕴藏着大量尚待开发的旅游资源,更需合理规划各类交通设施,将游客导入这些区域。

在旅游产品供给上

旅游企业要大力改造传统旅行服务模式,以“旅游+互联网”思维推动旅游商业模式创新,加快线上线下旅游服务平台共融共建。投资者应瞄准旅游消费升级需求,依托国内和国外两个市场,有效挖掘入境高端需求,大力发展邮轮旅游、健康旅游、老年旅游、自驾游、房车游等新兴旅游业态,增加精品酒店、主题酒店、乡村民俗等住宿设施建设投入,针对性开发在线租车、租房、送餐等度假旅游新服务。传统景区要加强旅游与文化、科技、农业、体育等融合发展,广泛运用现代科技、动漫、影视等时尚、年轻元素,增强吸引力。生态旅游和健康、养老、研学、运动等结合是今后几年旅游消费新的亮点。

在高端旅游装备供给上

我国虽然是制造业大国,但在旅游高端装备如邮轮游艇、房车、观光飞机、景区索道、先进游乐设施等,以及登山、滑雪、露营、探险、潜水、滑翔等特殊旅游装备上大量依赖进口,这些装备附加值高、安全性能要求高,旅游企业和消费者在采购时越来越看重技术标准品牌效应,在这一领域耕耘,既有市场需求支撑,又能提升制造业水平,政府、金融、保险和制造业等各方可以通力合作,在制订完善安全和技术标准体系、制订鼓励自主创新政策、投融资支持企业兼并收购国外先进制造企业或开展合作、进入创业板融资平台、提供消费保险合作等,打开一片新天地。

在人才培养上

由于人才成长的周期性,市场之手在调节人才供给上,往往无法应对需求的快速变化,面对我国旅游市场新的黄金增长期,不断增加的消费新需求,人才培养也面临理念和方法的创新。以导游和讲解员为例,既需要旅游院校的培养,也需要社会和企业的培养,还要有人才自我的成长,特别是在专业知识场所,应开发专家、学者、技术骨干和退休技术人员无障碍进入导游领域。旅游消费升级必然刺激产品更新和创新,而产品更新和创新又以相应的人才为根本保障,市场需提前传递相应人才的需求信息,才能满足产业发展新的要求。

综上所述,“十三五”时期是旅游消费新的释放期,消费的升级将倒逼供给侧各方创新,旅游业必须更好地满足正在升级和变化的旅游消费,才能建设人民群众更加满意的现代服务业。(作者来自中国旅游研究院)