

江苏沿海地区旅游发展探讨

董 平

(南京师范大学地理科学学院,南京 210097)

[摘要] 深入分析了江苏沿海地区的旅游资源特点和旅游开发现状,在此基础上结合国内外旅游发展趋势的判断,对该地区今后的旅游发展进行了初步探讨。

[关键词] 江苏沿海地区 旅游发展

[中图分类号] F592.753; [文献标识码] A; [文章编号] 1001-4616(2001)03-0115-04

目前,旅游已被国家确定为今后经济发展的新的增长点之一,作为拉动内需的重要支柱产业。随着人们对旅游业认识的不断提高,全国许多地区也把旅游作为带动当地经济发展的增长点。江苏沿海地区旅游资源极其丰富,但在旅游资源的开发力度及旅游市场的拓展方面与我国沿海地区其它省市比较还存在较大的差距,今后发展的中心议题应是在细化旅游市场的基础上充分拓宽其旅游市场规模。

1 江苏沿海地区旅游发展的现状特点

江苏沿海地区由连云港、盐城、南通三个地级市所组成,位于我国东部地带的脐部地位,地理位置十分重要。近年来,经济发展速度较快,是江苏发展潜力较大的地区。在经济发展的过程中,旅游的地位日益突出。

1.1 我国沿海地区各省区的旅游业均发展较快,江苏沿海地区则保持着更快的发展速度

1995~1997年,我国沿海地区旅游收入的年均发展速度为13.18%,而同期全国国内生产总值的发展速度为9.24%,前者比后者高出近4个百分点,显示出旅游业超速发展的态势。其中,江苏沿海地区旅游业的年均发展速度为23.33%,比全国沿海地区同期高出10个百分点(表1),发展速度位居全国第三。当然,江苏沿海地区旅游业的发展起点低,虽然发展速度快,但旅游收入总量还偏少。

1.2 在旅游收入结构和分布上,国内旅游收入比重过高,旅游收入主要集中于南通

1997年,江苏沿海地区旅游总收入为69.87亿元,其中国际旅游收入(包括港澳台,下同)收入为4.27亿元,仅占6.11%。国际经验表明,一个国家或地区的国际旅游收入一般应占到旅游总收入的15%~20%左右^[1]。这说明江苏沿海地区在进一步吸引国外游客上还有较大的发展潜力。

在所接待的9.34万国际游客中,外国人、华侨、港澳同胞、台湾同胞的比重分别为83.51%、0.43%、4.50%、11.46%(表2),而全国同期的国际游客结构则为45.66%、2.30%、18.11%、33.93%。显然,江苏沿海地区在进一步大量吸引港澳台游客上还有很大的发展空间。

表 1 我国沿海省市国际旅游发展状况

省市	旅游人次(万人次)				旅游收入(亿美元)			
	1995	1996	1997	增长率/ (%)	1995	1996	1997	增长率/ (%)
合计	954.82	1075.80	1187.02	12.16	43.79	50.57	55.33	13.18
辽宁	14.71	17.66	21.82	24.17	1.39	1.68	1.79	14.39
天津	20.06	23.33	28.04	19.89	1.33	1.52	1.80	17.67
河北	3.93	8.98	11.80	100.13	0.13	0.27	0.49	38.46
山东	32.05	40.92	39.45	11.54	1.22	1.62	1.61	15.98
江苏	3.41	6.35	9.72	92.52	0.15	0.24	0.52	23.33
上海	136.79	143.19	165.35	10.44	9.39	11.71	13.17	20.13
浙江	62.91	69.04	75.28	9.83	2.16	2.63	3.13	22.45
福建	83.72	96.50	98.80	9.01	4.18	4.66	5.48	15.55
广东	573.07	640.07	702.54	11.30	23.03	25.42	26.43	7.38
海南	23.65	28.98	33.18	20.15	0.79	0.79	0.87	5.06
广西	0.51	0.78	1.05	52.94	0.02	0.03	0.04	50.00

资料来源:江苏海洋统计年鉴,1998.

江苏沿海地区旅游发展的地区分布很不平衡,仅以国际旅游而言,沿海三市的旅游收入比重分别为 7.49%、4.45%、88.06%(表 3)。连云港和盐城两市旅游业总量与两市的旅游资源很不相称。

表 2 1997 年江苏沿海地区接待国际旅游人员状况(人次)

地区	合计	外国人	华侨	港澳同胞	台湾同胞
合计	93 350	77 969	393	4 248	10 740
连云港市	4 171	3 055	5	423	688
盐城市	2 846	1 150	218	269	1 209
南通市	86 333	73 764	170	3 556	8 843

资料来源:江苏海洋统计年鉴,1998.

表 3 1997 年江苏沿海地区国际旅游收入

地区	连云港市	盐城市	南通市	合计	国内旅游
国际旅游收入 外汇收入 (万美元)	386.8	233.3	4 546.8	5 165.3	
折合人民币 (万元)	3 210.7	1 936.6	37 602.4	42 749.7	655 681.0

资料来源:江苏海洋统计年鉴,1998.

1.3 旅游接待能力已基本能满足旅游发展需要,个别城市已呈超饱和发展状态

改革开放以来,江苏沿海地区各城市都非常重视旅游业的发展,无论是旅游资源的开发,还是旅游基础设施和旅游上层设施的建设,都有了长足的发展.以旅游饭店为例,三市共有 45 家饭店,客房数和床位数分别为 5 214 间和 10 453 张(表 4),已具有较强的旅游接待能力.其中,连云港市旅游饭店的利税总额为 - 28.6 万元,这一方面说明该市饭店发展已趋饱和,另一方面也说明进一步挖掘旅游资源潜力、进一步增加客源的重要性和迫切性.

表 4 1997 年江苏沿海地区城市涉外饭店旅游接待能力

地区	饭店个数及人员		客房数/ (间)	床位数/ (张)	营业收入/ (万元)	利税总额/ (万元)
	饭店(个)	人数(个)				
合计	45	8 390	5 214	10 453	51 440.8	2 694.4
连云港市	16	2 155	1 154	2 362	8 843.9	- 28.6
盐城市	13	2 143	1 328	2 743	12 753.6	754.6
南通市	16	4 092	2 732	5 348	29 843.3	1 968.6

资料来源:江苏海洋统计年鉴,1998.

总之,近几年来,江苏沿海地区旅游发展取得了明显的成就,但也存在比较大的缺陷和差距。今后旅游发展的思路除建基于本地丰富的自然旅游资源而重点发展生态旅游外,还应在充分把握旅游发展趋势和规律的基础上,将重点放在如何更好地吸引客源、扩大旅游市场上来。

2 旅游发展的基本趋势及对江苏沿海地区旅游发展的影响

2.1 国际旅游的发展趋势

1999年4月,海内外200多位旅游专家在广州就21世纪的世界旅游业新的特点和趋势作了科学分析。其基本结论是中国将成为世界最大的国际旅游目的地和重要的旅游客源地,旅游模式也将发生深刻变化,表5中的数据已初步体现出这一趋势,目前中国已是世界上第五大旅游接待地,并且发展速度位居世界前列。因此,江苏沿海地区应未雨绸缪,早寻应对之策,以在今后的旅游发展中占居主动的地位。

2.1.1 旅游市场格局的变化

国际旅游客流将由目前的“北美到西欧,欧洲到美洲”的两大主流,逐渐东移到亚太地区,使之成为主要的旅游目的地和客源地。据世界旅游组织预测,到2020年,中国有可能成为世界上最大的旅游目的地,年接待游客将达到1.3亿人次;同时又将是世界第四大旅游客源地,每年出境游客上升到1亿人次^[2]。

2.1.2 旅游模式的变化

在组织形式方面,散客旅游逐渐多于团体旅游,短线旅游多于长线旅游,地区性旅游和中程旅游成为旅游的主体,半自助旅游将代替包价旅游;人们外出旅游的频度将增加,但每次外出的时间将减少。

在旅游类型方面,商务、会议将成为团体旅游的最大客源,奖励性质的旅游也将以组团为主。新的旅游产品将问世,探险旅游、文化旅游、生态旅游和主题公园旅游等新的旅游形式,将吸引大批游客。

在旅游技术方面,信息产业的发展将反映到旅游业上来,互联网和电脑光盘等将成为宣传旅游的重要手段,网上预订也将成为新的旅游动向。

2.2 国内旅游的发展趋势

国家旅游局对全国七大旅游城市的市场调查表明,在跨省长距离旅游市场上,客源产生相对集中在经济发达的珠江三角洲、长江三角洲及京津地区和山东省等。对江苏沿海地区而言,正确选择自己的目标客源市场非常关键。

(1) 旅游者的旅游消费特点。

万方数据

表5 1999年和2000年15大旅游目的地旅游接待统计表

排名	国家	接待人数(百万人)		增长率(%)
		1999	2000	2000/1999
1	法国	73.0	74.5	2.0
2	美国	48.5	52.7	8.7
3	西班牙	46.8	48.5	3.7
4	意大利	36.5	41.2	12.8
5	中国	27.0	31.2	15.5
6	英国	25.4	24.9	-1.9
7	俄罗斯	18.5	22.8	23.2
8	加拿大	19.5	20.4	4.9
9	墨西哥	19.0	20.0	5.0
10	德国	17.1	18.9	10.5
11	波兰	18.0	18.2	1.3
12	奥地利	17.5	17.8	2.0
13	匈牙利	14.4	15.6	8.1
14	香港	11.3	13.1	15.3
15	希腊	12.2	12.5	2.8

资料来源:江苏海洋统计年鉴,1998。

据国家旅游局1996~1998年3年的抽样调查,人均月收入在2000~4999元及5000元以上的消费者旅游的总量比重逐年上升;月收入在5000~10000元之间的则逐年下降。由此可见,国内游客呈现高收入层比重增大的趋势,而人均月收入1000元大致是目前我国人们外出旅游的临界收入条件^[3]。

目前,一般大众的旅游消费水准是:短线游(2~3日)售价在300元以内,中长线游(一周左右)的售价在2000~3000元上下。因此,旅游销售不仅要组合价格适中的产品,更要创造出有号召力的卖点。对江苏沿海地区而言,应围绕“回归大自然”、“山水游”、“生态游”等而展开旅游的开发思路。

(2) 旅游者的旅游行为特点

随着消费者自主意识的不断增强,旅游购买方式趋向灵活多样,成熟的消费者已不满足常规的走马观花和赶鸭子式的旅游方式;“自助游”正在成为新时尚。1998年国内旅游抽样调查显示,市民出游92.1%是以散客方式,参加旅行团仅占总量的7.9%。据北京、上海、浙江等五省市抽样调查显示,个人出游或结伴出游的占60~70%,单位组织占20~30%,通过旅行社组织出游的占总体市场的6~7%。一些客人只通过旅行社代订机票、住房,其活动自行安排。

3 江苏沿海地区旅游市场的拓宽和细化

前面分析可知,江苏沿海地区旅游发展的突出问题在于目前的旅游市场过于狭小,因此,如何有效地拓宽旅游市场就构成该地区旅游发展的最主要议题。而旅游与其他市场一样,只有不断地细化市场,满足不同层次需求,才能在激烈的市场竞争中找到自己的立足点,并在此基础上不断地拓宽其旅游市场。

江苏沿海地区拥有一个国家级风景名胜区和两个国家级自然保护区,民风淳朴,一派田园风光,滩涂、辐射沙洲等景观独特,生态旅游资源极其丰富,并且紧邻以上海为中心的长江三角洲,旅游客源稳定可靠^[4~5]。因此,结合上述对国内外旅游发展特点和趋势的分析,江苏沿海地区的旅游发展应重视以下类型旅游市场的开拓。

3.1 公务旅游市场

单位组织旅游、各种交流、考察团也是一种公务旅游。三资企业、国有企业、乡镇企业都组织此类旅游。除三资企业、金融界组织的旅游行程较远、标准较高外,其它单位组织旅游行程较近,标准中等,是值得重视的一种长盛不衰的旅游市场。

3.2 家庭旅游市场

随着家庭旅游的兴起,度假型产品应运而生。其特点是在一地停留数日,共享天伦,身心得以充分放松。应该说,江苏沿海地区的旅游资源特点特别适合于这一旅游市场的开发。

3.3 学生旅游市场

在校学生的学习负担重,压力大,寒暑假出去旅游对调节身心十分有利。城镇独生子女家庭的父母,无论家庭经济状况如何,对子女的教育都是舍得投资的。据1997年国内旅游抽样调查显示,学生旅游市场比较稳定,大致占市场总量的13.2%。

3.4 银发旅游市场

在国内旅游,旅游银发族(离退休人员)是一个不可忽视的客源层。据国内旅游抽样调查显示,1993年城镇居民中,外出旅游者8.3%是离退休人员,1997年这组游客的市场份额上升至12.4%。银发族外出旅游时,如果有合适的产品,他们较多愿意参加旅行社组织的团队。

为充分开拓上述旅游市场,江苏沿海地区应改变目前简单的“等客上门”的旅游经营手法,加强与长江三角洲、胶东半岛等重点客源市场的联系,与这些地区的政府机关、企业等部门、单位密切合作;“请客上门”,据此拓展自己的旅游市场规模,从而形成旅游发展的良性循环。

[参考文献]

- [1] 匡林.世纪之交的世界旅游业展望[J].旅游研究与实践,1997,1:2—5.
- [2] 保继刚.旅游开发研究——原理·方法·实践[M].北京:科学出版社,1996.143.
- [3] 卢云亭.现代旅游地理学[M].南京:江苏人民出版社,1988.171.
- [4] 李爱贞.旅游环境学[M].青岛:山东科学技术出版社,1996.59—61.
- [5] 石高俊.中国旅游资源[M].南京:江苏教育出版社,1996.203—215.

Study on the Tourism Development on Coastal Areas in Jiangsu Province

Dong Ping

(School of Geographic Science, Nanjing Normal University, Nanjing 210097, PRC)

Abstract: This paper analyzes the characteristic of tourism resources and tourism development on coastal areas in Jiangsu province and points out that the tourism resources are very abundant of the areas, but the exploiting and expanding of tourism market are very backward by other provinces of coastal areas of China. Basing on this and combining the judging of the tourism developing trend of internal and overseas, this paper explores the tourism development on the areas and considers that the center of tourism development of the areas hence is expanding the scale of tourism market under decomposing the tourism market deeply.

Key words: coastal areas in Jiangsu province; tourism development

[责任编辑 陆炳新]