

# 加快贵州省旅游业发展的战略选择

中国社会科学院工业经济研究所 魏后凯

## 一、贵州省旅游业发展的指导思想和原则

当前,贵州省旅游业发展存在的主要问题有五:一是交通落后,基础设施不配套;二是资金投入少,融资渠道单一,人员素质低;三是特色不突出,精品项目不多,产品深度开发不够;四是对外形象宣传不力,知名度较小;五是资源保护力度不够,一些顶级旅游资源遭到破坏。针对这些主要问题,为尽快塑造贵州省“旅游大省”的良好形象,今后贵州省旅游业的发展应遵循以下总体指导思想:发挥资源和后发优势,塑造鲜明特色;突出战略重点,创造一流品牌;依靠体制创新,尽快形成支柱;借助外部力量,实现跨越式发展。

根据这一总体指导思想和发展方针,今后贵州省旅游经济发展,应遵循以下四个基本原则。

### (一)重视创意,以独具特色取胜。

特色是旅游业发展的生命力所在。所谓特色,就是要做到惟我独有,即“人无我有、人有我新、人新我变”。贵州省的旅游资源大多与喀斯特地貌和民族风情有关,其最大的特色在于“水”,可以用“瀑、洞、漂、酒、渡、舞”六个字来进行概括。因此,在旅游资源开发和旅游产品设计的过

程中,必须高度重视创意,突出“新、特、美、变”,不断挖掘和培育贵州省的旅游特色。各旅游景区和景点的开发,必须统筹规划,明确定位,合理布局,逐步形成自己的特色,避免搞低水平的重复建设。

### (二)突出精品,以品牌塑造形象。

目前,旅游业的发展已经进入精品旅游的时代。由于旅游市场竞争十分激烈,贵州省要想在激烈的市场竞争中抢占到制高点,就必须努力开发一批代表地方特色的旅游精品项目、名牌产品、拳头产品,以此来广泛吸引海内外的游客。所谓旅游精品,应该具有“品质优良、声名远扬、特色显著、市场公认、持久畅销”的特点,并且具备旅游名牌产品的五大基本要素,即知名度大、特色性强、进入性好、逗留期长、回头率高。通过实行旅游精品战略,积极创造一批旅游名牌产品、拳头产品,以塑造贵州省作为我国未来旅游大省的新形象。

### (三)点、线、片结合,实行网络开发。

目前,贵州省各旅游景区之间交通联系不畅通,还没有形成一个网络。为此,应按照“点、线、片结合”的原则,突出重点,集中开发,联线成网,



搞好旅游网络开发和建设。一方面,要突出重点,集中力量,抓好点(旅游城镇)、线(旅游线路)、片(旅游景区)的建设。另一方面,要加强旅游交通设施建设,搞好旅游线路规划,连点成线,由线及片,线线相连,逐步形成点、线、片有机结合的旅游网络。在每条旅游线路,要拥有若干重要的旅游城镇和旅游景区,每个旅游景区要具有一批著名的旅游景点,各旅游线路之间、贵州省与邻省区市之间应相互连接,以逐步形成一个旅游网络。

#### (四)旅游开发与资源保护相结合。

旅游开发往往是与特色旅游资源紧密联系在一起。如果旅游资源缺乏特色,或者受到人为的破坏,必将影响到旅游资源的价值和旅游产业的发展。因此,今后在旅游开发的过程中,必须树立“在开发中保护,在保护中开发”的观念。一方面,要加强对各种旅游资源的发掘、整理、维护和翻新;另一方面,要采取积极有效的措施,防止对旅游资源和景观的破坏,加强对旅游景区和景点的环境保护。特别是在旅游景区、景点建设的过程中,各种人文景观和建筑风格要与自然景观保持一致,并相互融合为一体。诸如黄果树瀑布这样国内外闻名和贵州省标志性的旅游景点,一定要加强瀑源白水河流域的保护和景点环境整治,使其能永葆“龙头”地位。

## 二、贵州省旅游业发展的战略定位

笔者认为,在今后一段时期内,贵州省在旅游业发展方面的战略定位为:中国多民族文化和高原生态旅游大省,中国西部旅游强省和旅游热点地区,旅游业要成为带动贵州经济发展的重要支柱产业。

### (一)中国多民族文化和高原生态旅游大省。

目前,贵州省经济发展水平较低,旅游经济总量规模较小,尤其是城市旅游和国际旅游发展非常落后。2000年,贵州省接待国际旅游人数居全国第26位,实现外汇收入居第25位,全省实现国内旅游收入仅占全国的1.6%。因此,从总量规模来看,近中期内贵州省还不具备建成全国旅游大省的实力。但是,贵州省的旅游资源具有两大突出优势:一是以少数民族风情、服装服饰和生活习俗,以及长征文化、酒文化、屯堡文化等为代表的民族文化旅游资源丰富;一是以喀斯特地貌形成的瀑布、溶洞、峡谷和石林,以及原始森林、自然保护区和青山绿水等自然风光为代表的自然和生态旅游资源优势突出。

立足这两大资源优势,今后贵州省旅游经济在全国的战略定位为:充分发挥资源和后发优势,集中力量,突出重点,力争经过10~15年的努力,把贵州省建设成为中国多民族文化和高原生态旅游大省,实现旅游经济的跨越式发展。

### (二)中国西部旅游强省和旅游热点地区。

目前,贵州省旅游在西部地区处于中下水平。2000年,在西部10个省、区、市中,贵州省接待国际旅游人数居第7位,实现国际旅游外汇收入居第6位。贵州省人均旅游收入仅有178元,只相当于全国平均水平(357元)的50%。

由于发展基数较小,旅游资源丰富,加上环境优美,今后贵州省旅游业有条件率先实现跨越式发展。力争经过10~15年的努力,把贵州省建设成为中国西部的旅游强省和旅游热点地区。(1)全省旅游收入在西部地区处于前列,位次逐步前移;(2)人均创造旅游收入达到西部平均水平,并逐

步向全国平均水平靠近;(3)旅游业增长迅速,使贵州逐步成为中国西部旅游的热点地区。

(三)带动贵州省经济发展的重要支柱产业。

旅游业是贵州省最具发展潜力的优势产业之一。“九五”期间,贵州省政府已把旅游业列为全省大力发展的支柱产业。到2000年,贵州省实现旅游总收入已达62.9亿元,相当于全省国内生产总值的6.33%,超过全国5.05%的平均水平。

随着居民收入和消费水平的不断提高,今后我国旅游业将进入一个快速发展的黄金时期。据世界旅游理事会(WTTC)预测,到2010年,中国旅游业将为GDP贡献三万多亿元,而2000年中国旅游总收入实际只有4519亿元。据此估算,在未来十年内,中国旅游业平均增长速度将达到20%以上。因此,贵州省应充分抓住这一机遇,加大旅游资金投入,强化旅游基础设施建设,深化旅游体制改革,促进旅游业持续稳定快速发展,使之成为带动全省经济发展的新增长点和重要支柱产业。力争经过10~15年的努力,使旅游业对全省经济增长的贡献率有较大幅度提高,旅游总收入相当于国内生产总值的比重达到10%以上。

### 三、贵州省旅游业发展的战略目标和阶段

(一)发展战略目标。

根据旅游业发展的基本态势,结合贵州省的实际情况,在今后10~15年内,贵州省旅游经济发展的基本目标是:(1)力争把贵州省建成中国多民族文化和高原生态旅游大省,成为中国西部旅游强省和旅游热点地区,实现旅游经济的跨越式发展;(2)旅游业成为支撑全省经济增长的支柱产业,其对全省经济增长的贡献有较大幅度提

高,旅游总收入相当于国内生产总值的比重达到10%以上;(3)形成2~3个世界知名的顶级旅游品牌,6~8个全国知名的国家级旅游品牌,以及一大批具有一定知名度的省级旅游精品;(4)培育3~4个在全国有影响的重点旅游城市和若干有特色的旅游城镇,形成一批具有较强竞争能力,能适应社会主义市场经济发展需要的旅游优强企业;(5)在全省范围内逐步建成一个布局合理、运行畅通,各旅游城市、旅游线路、旅游景区和旅游景点有机连接的旅游经济网络;(6)逐步形成一个多元化的投融资体制,构建一个吃、住、行、游、购、娱相互配套协调的大旅游产业格局。

(二)战略实施阶段。

为实现上述发展战略目标,从现在起到2015年,大体可以分三个阶段进行。

2001~2005年:重点是打基础、上规模、上档次、创品牌、树立形象。要搞好旅游规划,改善基础设施和接待条件,抓好旅游形象建设和推介工作,加强旅游人才培养。集中力量,突出重点和特色,积极开拓国内外市场,培育一批旅游精品项目,搞好深度开发,提高品位和档次。继续搞好黄果树瀑布群的开发和生态环境建设,组织梵净山、荔波樟江申报自然遗产工作。

2006~2010年:进一步完善旅游产品,加强深度开发和系列开发,逐步形成若干在全国和世界知名的旅游精品,基本形成旅游经济网络和大旅游发展格局,旅游业开始成为支撑全省经济增长的支柱产业,旅游总收入相当于国内生产总值的比重接近10%。在搞好资源和环境保护、进行形象建设和包装的基础上,组织黄果树瀑布群等景区申报世界自然遗产工作。

2011~2015年:进一步完善旅游经济网络和大旅游发展格局,搞好各旅游景区的深度开发,将贵州省建设成为中国多民族文化和高原生态旅游大省,以及中国西部地区的旅游强省。贵州省旅游在西部地区处于前列。继续组织世界自然遗产和世界文化遗产的申报工作。

#### 四、贵州省旅游业发展的总体思路

根据世界旅游业发展趋势,立足贵州省现有发展条件,今后贵州省旅游经济发展的总体思路是:打好两张牌,突出三个重点,强化一点四线,实行精品战略,搞好综合开发,提升旅游形象。

##### (一)贵州省旅游业的发展要打好两张牌:

1. 打“生态”牌。贵州省地处我国第二阶梯的云贵高原,自然风光秀丽,生态环境优美,到处都是未被现代工业文明污染的青山绿水。尤其是荔波樟江风景区的喀斯特原始森林、梵净山自然风光、兴义马岭河峡谷、赤水桫欏保护区、南江大峡谷等,是开展自然观光、科学探险、休闲和生态旅游的极好去处,使游客能真正感受到“返璞归真”和“融入大自然”。而且,贵州省属于亚热带湿润性季风气候,具有气候温和湿润,冬无严寒,夏无酷暑,光、热、水基本同季的特点,一年四季均可以推出旅游项目。因此,贵州省旅游业的发展一定要打好“生态”这张牌,在“生态”、“绿色”和“山水”上做文章,搞特色旅游,突出重点,在生态旅游、休闲旅游方面走在前面。

2. 打“文化”牌。贵州省具有深厚的文化底蕴,文化旅游资源十分丰富。尤其是民族文化、长征文化、大山文化、屯堡文化和酒文化,在全国具有重要的地位。因此,打好“文化”这张牌,突出主题,在文化与旅游的结合上做文章,加强对各类

文化旅游资源的挖掘、开发、形象策划和宣传,将有利于推动整个贵州旅游经济的快速发展。当前,要充分利用“长征”的政治品牌优势、黔东南世界乡土文化保护圈的社会品牌优势和“茅台”的经济品牌优势,将它们逐步延伸到旅游品牌上来,搞好形象策划和宣传,做大、做强、做优,推动贵州省文化旅游的大发展。

##### (二)突出三个重点。

贵州省旅游资源丰富,种类齐全,分布面广。但由于建设资金有限,当前应按照“有所为,有所不为”的原则,集中全社会力量,突出重点和特色,着重抓好以下三方面的旅游开发:

1. 喀斯特王国旅游。贵州省喀斯特地貌十分发育,是世界喀斯特分布最集中连片的地区之一,号称“喀斯特王国”。最具特色的喀斯特山、水、林、洞、瀑、湖等旅游景观组成了绚丽多姿的喀斯特王国旅游产品。贵州省现有国家级风景名胜区分大多以喀斯特为主,如黄果树、织金洞、舞阳河、红枫湖、龙宫、荔波樟江、马岭河峡谷等,都是分布在喀斯特地区。因此,搞好喀斯特旅游产品开发,构建“世界喀斯特旅游中心”的目的地形象,将具有十分重要的意义。

2. 多民族风情旅游。贵州省是我国布依族、苗族、侗族、水族、仡佬族、白族、彝族和土家族等众多民族的聚居地,少数民族人口占全省总人口的1/3。贵州省少数民族风情堪称文化旅游的迷宫,每年有多达一千多个民族节日,民族服装、服饰、饮食、歌舞等更是绚丽多彩。而且,这些少数民族聚居地,大多山青水秀、环境优美、风光秀丽。特别是舞阳河畔的黔东南地区,不仅是“公园省”贵州的“园中园”,而且拥有“唐朝发型、宋代

服饰、明清建筑、魏晋遗风”的民族风情,被世界教育文化组织确定为“返璞归真、回归自然”的旅游首选地之一,更是独具魅力。因此,以少数民族重大节日为主题,将自然风光和民族文化旅游有机结合起来,将能给旅客留下许多迷惑和好奇。

3. 长征文化旅游。长征文化不仅具有深远的历史意义,而且其内涵十分丰富,开发潜力巨大。中国工农红军长征在贵州省留下了一大批具有深刻而丰富文化内涵的革命历史遗迹和重大历史事件,如黎平会议、遵义会议、四渡赤水、娄山关战役等,尤其是,遵义是中国工农红军长征的转折点。因此,以遵义为中心,以北线开发为重点,大力发展长征文化旅游,将可能使之成为今后贵州省极具品牌优势的旅游产品。

### (三)强化一点四线。

当前,贵州省旅游开发的基本框架已初步形成。但由于基础设施落后,各旅游城市、景区和景点之间缺乏连接,没有形成一个有机的网络,由此形成“进不来、出不去、留不住”的局面,旅客路途时间长,逗留时间短,常常走回头路。为此,要加快基础设施建设,强化各种配套服务,沟通点、线、片之间的联系,构筑一个以贵阳为中心,以四条跨省旅游线路为骨架,以重点旅游景区为支撑,点、线、片有机结合的开放性旅游经济网络。

1. 强化贵阳中心旅游区的地位。贵阳市是贵州省政府所在地,也是各地游客进出贵州的集散地和中转站。以贵阳为中心,包括黔灵山、南郊溶洞、河滨公园、森林公园、花溪公园和清镇红枫湖等中心旅游区,是贵州省旅游的门户和窗口,具有十分重要的战略地位。因此,贵州省旅游要想有大发展,就必须把贵阳中心旅游区做大做

强、做优做精,搞好吃、住、行、游、购、娱等方面的配套协调,使之成为贵州省大旅游发展的核心。在此基础上,要统筹规划、合理布局,重点搞好安顺、遵义、凯里、都匀、兴义等旅游业中心的建设。

2. 抓好四条跨地市旅游线路建设。要继续完善西线和南线旅游区的配套建设,加快开发东线和北线旅游资源,建设一批具有品位、知名度较高的旅游景区和景点,逐步形成四条各具特色的跨地市旅游线路。(1)西线旅游区,包括黄果树瀑布、天星桥、龙宫、织金洞、马岭河大峡谷、万峰湖等景区。该线路以自然景观为主,开发较早、知名度高、交通和接待设施较为完善,是贵州省旅游发展的龙头。(2)东线旅游区,包括凯里民族村寨、施秉云台山、舞阳河、梵净山、镇远青龙洞、剑河温泉等景区景点。这里自然、人文景观相互交融,其资源优势可与西线旅游区相媲美,是贵州省极具开发潜力的线路。(3)南线旅游区,以荔波樟江风景区为主要旅游目的地,其自然风光原始古朴、种类多样,开发潜力巨大。(4)北线旅游区,包括十丈洞瀑布、梭椌自然保护区、楠竹竹海、遵义会址、四渡赤水、酒乡等景区景点。该线路以长征文化、酒文化和赤水自然风光为主。

### (四)实行精品战略。

西部地区旅游资源丰富,发展旅游业潜力巨大。目前,西部各省区都相继提出要加快旅游业的发展,有许多都提出要把旅游业建成本地区的支柱产业。因此,在今后一段时期内,西部地区旅游业的竞争将日趋激烈。为了在这种竞争中抢占到市场的制高点,今后贵州省一定要从本地实际出发,集中力量,重点抓好一批旅游精品项目,实行旅游精品战略。

1. 制定切合实际的战略目标。力争经过10~15年的开发建设,在全省范围内形成2~3个世界知名的顶级旅游精品项目,6~8个全国知名的国家级旅游精品项目。通过这些旅游精品项目建设,全面提升贵州省旅游形象,增强旅游业竞争能力,带动旅游业的快速发展。

2. 提升各旅游景区品牌形象。目前,在贵州省各大旅游景区中,影响力最大、知名度最高的是黄果树瀑布。但由于管理体制不顺,深度开发不够,形象建设和宣传不力,加上绿化和景观保护等方面的问题,目前黄果树品牌并没有做大,也没有申请到世界自然遗产,离世界顶级旅游精品仍有较大差距。遵义目前还主要是政治品牌,茅台主要是经济品牌,都还没有形成知名的旅游品牌。因此,对贵州省来说,当务之急是要通过形象建设工程,提升各旅游景区的品牌形象。

3. 搞好世界遗产的申报工作。贵州省旅游资源十分丰富,但目前大多品位较低,缺乏世界顶级的旅游精品项目。至今为止,贵州省还没有申请到一个世界自然和文化遗产项目。今后,贵州省应高度重视世界自然和文化遗产的申报工作,在对现有优质旅游资源进行挑选的基础上,有重点地进行推介和申报。笔者以为,大体可以按照以下顺序进行申报,即梵净山、荔波樟江、黄果树瀑布群、织金洞、赤水、镇远古城、屯堡遗址(含海龙屯、云山屯、隆里所等)等。力争到2015年,贵州省有2~3处旅游资源列为世界自然和文化遗产名录。

4. 突出各地旅游特色和主题。各旅游景区的建设,一定要主题鲜明,突出特色,防止低水平重复建设,出现相互恶性竞争。比如,兴义要突出

“马岭河地缝漂流”;遵义要突出长征文化;等等。各地根据实际情况,还可以建设一批有特色的主题公园,如“中国长征博览园”、“中华高新技术药物园”、赤水“侏罗纪公园”等。

#### (五)搞好综合开发。

目前,贵州省旅游还处于主要以旅游观光为主的初级发展阶段,旅游业与地区经济及相关产业发展联系不紧密,旅游产业链各个环节相互不配套,旅游消费形式单一,旅游收入增加缓慢。这一点与云南省形成鲜明的对照。今后贵州省旅游资源的开发,一定要与经济社会文化发展紧密结合起来,走旅游综合开发的道路。

1. 贵州省旅游要做大做强做优,真正成为本省的支柱产业,就必须全面强化旅游产业链的各个环节,实现吃、住、行、游、购、娱等的协调发展,促进旅游消费的多样化。为此需要建立一个有利于旅游业发展的社会支撑服务体系,包括饭店旅馆、旅行社、车船公司、文化娱乐场所、旅游商品的生产和销售、人员培训和科技信息服务等,形成“大旅游、大市场”的发展格局。

2. 通过旅游资源的综合开发,带动观光农业、生态农业、旅游品工业、观光工业,以及交通运输、餐饮服务、商品购物、文化娱乐、会展等相关产业的发展,使之成为地区经济的新增长点。为此,贵州省旅游业的发展必须与特色经济发展、农民脱贫致富、生态环境保护结合起来,突出地区经济和产业发展的特色,走地区综合开发的道路。比如,可以考虑搞一些带观光性质的生态农业基地,建设集旅游观光、科研生产和市场销售于一体的“中华高新技术药物园”。

3. 突出民族文化特色,把旅游资源开发与

发扬传统文化和民族文化有机结合起来。要树立“在开发中保护,在保护中开发”的思想,加强对少数民族文化的发掘、整理、开发和保护,把少数民族文化资源的开发与保护有机结合起来。

#### (六)提升旅游形象。

旅游是一种特殊的产品,除了具备高品位的质量外,还需要大量的广告宣传才能招徕众多游客。目前,贵州省在全国乃至世界著名的旅游品牌还不多,除黄果树和龙宫的知名度较高外,其他许多品位较高且极具开发潜力的景区却鲜为人知,这主要是广告宣传不利所致。

贵州省要想提高旅游产品的知名度,首先要科学确定其旅游形象定位。根据贵州省的旅游资源特色,笔者以为,今后贵州省可把旅游形象定位为:“世界喀斯特王国”、“中国高原生态公园省”和“中华民族服饰博览园”。其次,要针对上述旅游形象定位,进行形象策划、设计和大包装,提出一些有特色的形象宣传口号,如“贵州——返璞归真、回归自然的世界喀斯特旅游中心”,“漂在贵州”,“贵阳——中国休闲之都”,“不渡赤水非英雄”等。再者,要充分利用各种宣传工具,如电视、广播、报纸、广告牌、网络、会议等,加强对旅游形象的宣传和推介,提升贵州的知名度,树立贵州旅游的新形象。在形象宣传和推介方面,可以考虑借鉴“广西旅游大篷车”的做法,采取各种生动活泼的形式进行旅游宣传促销活动。

### 五、加快贵州省旅游业发展的战略措施

为把贵州建设成为中国多民族文化和高原生态旅游大省,成为中国西部的旅游强省和旅游热点地区,实现旅游经济的跨越式发展,使旅游

业成为支撑全省经济发展的支柱产业,在今后一段时期内,应重点抓好以下几方面工作。

#### (一)解放思想,转变观念。

当前,贵州省旅游经济之所以发展缓慢,关键是思想不够解放,观念落后,受传统计划经济体制的束缚较大,以至于各级政府部门在改革开放方面缩手缩脚,迈不开步子。特别是,由于政企不分,政府职能转变不到位,在旅游业发展的过程中,各级政府部门大多存在严重的“三位”现象,即“越位”、“缺位”和“错位”现象。由此导致旅游企业经营机制不活,营销能力不强,旅游市场管理乏力。一些有利的事情大家争着管,一些没有利益的事情则无人管。

为此,必须按照发展社会主义市场经济的要求,进一步解放思想,转变观念,加大改革开放步伐,切实把政府职能转变到经济调节、市场监管、社会管理和公共服务上来。坚决打破政府部门对旅游资源开发的行政垄断,加大旅游投资公司改革的步伐,建立股权多元化的股份化公司。采取特许经营权拍卖、BOT等多种形式,鼓励大跨国公司、沿海旅游大企业和国内民间资本,参与贵州省优质旅游资源的开发。各级政府部门要搞好服务,创造一个有利的投资环境和经营环境。

#### (二)加强旅游基础设施建设。

旅游基础设施尤其是旅游交通设施落后,旅游景区可进入性差,时间成本大,这是制约贵州省旅游业发展的最大瓶颈。贵州省是一个喀斯特高度发育的多山省份,素有“地无三尺平”之说。由于地面崎岖破碎,地势起伏大,交通建设难度大、造价高。贵州省每修建一条交通线路,其投入大约是我国平原地区的3~4倍。在这种情况下,国

家在实施西部大开发的过程中,应加大对贵州省旅游交通设施的投入力度,并在政策上给予一定的倾斜。贵州省和各级地方政府也应加大投入,调动各方面社会资源,加强旅游交通设施建设,积极改善旅游配套条件,为贵州省旅游发展创造一个有利的外部环境。当前应做到:(1)建设一个便利、快速、安全、舒适的旅游交通网络,沟通各旅游景区之间的交通连接,改善通往主要旅游景点的交通条件,提高主要旅游景点的可进入性。(2)加快铜仁机场的建设,加快建设兴义、荔波、黎平、黄平等机场,逐步形成一个以贵阳为中心的支线航空网络,促进旅游业的发展。(3)尽快打通遵义至重庆、黎平至桂林、兴义至昆明等省际通道,将贵州省旅游纳入到整个大西南旅游经济圈之中,为各地游客到贵州省旅游创造有利条件。(4)进一步完善重点旅游景区和旅游中心城市的接待设施条件,实现吃、住、行、游、购、娱的相互配套。

### (三)加快旅游产业结构调整的步伐。

目前,贵州省旅游仍以观光旅游为主,生态旅游、工业旅游、科学探险、休闲度假、会展旅游等还处于起步阶段。而且在旅游各个环节,吃、住、行、游、购、娱相互不配套,观光游览的多,吃住、购物和娱乐的少,由此影响了旅游收入的提高。为此,根据旅游业和旅游市场发展的需要,加快旅游业结构调整势在必行,其意义重大而深远。

1. 加快旅游产品结构的调整。在巩固和完善传统观光旅游产品的基础上,要不断推出一些新的旅游产品,如生态旅游产品、民族风情旅游产品、会展旅游产品、度假旅游产品、康体旅游产

品、科考旅游产品、探险旅游产品、工业旅游产品、农业旅游产品等,实现旅游方式由单一的观光旅游向参与性强的民族风情旅游、历史文化考察、休闲度假、购物、探险、会展等多样化旅游发展。

2. 加强旅游资源的深度开发。目前,在贵州省各大旅游景区,对旅游资源的深度开发都很不够。比如,贵州省世居少数民族有17个,淳朴的民族风情享誉海内外,但目前集中开发的少数民族村寨则为数不多,加强对其开发将有助于改善贵州旅游资源的内部结构。又如,黄果树瀑布群有18个瀑布,目前只开发了黄果树大瀑布,周围的其他瀑布大都没有得到很好开发。在其他各大旅游景区,也大多没有利用它们的辐射效应,开发其附近层次稍低、具有互补性的景点。这样很难使游客逗留下来,由此影响了旅游收入的增加。

3. 搞好各旅游环节的相互配套。要改变重旅游、轻配套的传统观念,加强各种旅游配套设施的建设和管理,使吃、住、行、游、购、娱于一体,形成完善的大旅游行业结构,以增加旅游收入,增强旅游区的吸引力,提高全行业的经济效益。尤其是,要发展不同档次和价位的宾馆饭店,开发一些具有地方特色的菜系、食品和饮料,开展丰富多彩、形式多样的文体娱乐活动,不断提高城市文化艺术品位,以满足不同层次游客的需要。只有这样,才能使游客进得来、出得去、留得住,玩得痛快,花得开心。

4. 抓好旅游商品的设计和开发。在旅游业发达的国家或地区,旅游购物一般占旅游总收入的40%以上,如新加坡为59.6%,美国为54.7%。我国旅游购物占旅游总收入的23%左右,而贵州省在“九五”期间平均只有16%,远低于全国平均水



平,更低于发达国家的水平。目前,贵州省旅游商品生产存在的主要问题是:(1)产品设计落后,销路不畅,受外来商品冲击较大;(2)企业规模小,手工作坊式的生产难以保证产品质量,导致产品档次不高,缺乏市场竞争力;(3)商品包装粗糙,削弱了商品的吸引力。为此,要加强对旅游商品的设计、研制和创新,引进资金、先进技术和设备,实行规模化生产经营,开发各种具有民族和地方特色的旅游商品,如各种蜡染制品、大方漆器、少数民族服饰、首饰、民族刺绣、挑花、簸箕画、地戏面具、竹具竹器、木具木器等传统工艺品。

#### (四)推进旅游管理体制的创新。

目前,贵州省许多地方旅游管理体制不顺,主管机构众多,部门林立,责权利划分不清,职能相互交叉,多头管理现象严重。比如,各大旅游风景区的管理,旅游局管销售,建设局管生产,造成生产与销售相互脱节。在一些旅游市县,旅游业发展涉及到规划局、建设局、旅游局、风景管理处、园林站、文物局、林业局等诸多部门,规划、宣传、开发、建设和经营相互割裂,各自为政,局面纷乱。特别是,对于新兴的生态旅游,建设部门、旅游局、林业局等都在管,各方的利益冲突难以协调。各地旅游局普遍无法承担建设大旅游的任务,与文化局、林业局等协调很困难。有的地方旅游局机构不健全,人员较少,经费十分困难。为此,必须加快旅游管理体制改革的步伐,依靠制度创新来推动旅游业的发展。

1. 正确处理好政府与市场的关系。朱镕基总理在九届人大五次会议上的政府工作报告中明确指出:“必须进一步解放思想,彻底摆脱传统计划经济的羁绊,切实把政府职能转到经济调

节、市场监管、社会管理和公共服务上来”。从这一要求出发,今后各级政府部门要重点搞好旅游规划,加快旅游基础设施建设,加强市场监管,强化旅游管理,制定招商引资政策。一些经营性的旅游开发项目,要通过招商引资或者市场化的途径,交给旅游公司和民间去办。要按照政企分开的原则和建立现代企业制度的要求,对现有国有旅游企业进行改制和重组,建立健全的激励和约束机制,促使旅游企业逐步走上规模化经营的良性循环。各级政府部门不要直接干预企业的微观经营活动。

2. 大力推进旅游管理体制的创新。加快政府机构改革的步伐,精简机构,简化程序,减少行政审批,加强部门间职能分工,提高政府办事效率。比如,兴义市既有旅游局,又有国家旅游风景区管理处、园林站,从精简机构、提高效率的角度看,应该考虑予以合并,建立新的旅游风景园林局。同时,为适应大旅游业发展的需要,强化政府管理职能,可以借鉴赤水等地的经验,建立一个层次较高、具有权威性的旅游管理委员会,由当地主要领导任主任和副主任,各旅游相关部门负责人直接参与。旅游管理委员会作为常设机构,其主要职能是在地方政府的领导下,对旅游业实行统一管理、指导、协调、监督和服务。

3. 逐步建立多元化的投融资机制。旅游资金投入不足,是当前贵州省旅游业发展面临的普遍难题,也是贵州省旅游业规模难以做大的重要原因之一。由于缺乏资金,贵州省的一些优势资源如鲁布格,现在主要由云南省在进行开发。为此,必须实行“借船出海”的战略,充分借助外部力量,采取股份制、合资、独资、经营权拍卖、BOT

等多种形式,加大招商引资的力度,广泛吸引外商投资和国内民间资本,参与旅游业的开发建设。尤其是,要积极争取国家投资和国债资金,广泛吸引国内外民间资本,加大对旅游精品建设的投入,确保推进重点旅游项目和基础设施建设。各级地方政府应制定相应的投资引导政策,鼓励各种所有制经济参与旅游开发,形成国家、集体、企业和私人共同发展的局面,把旅游资源全面推向市场。

#### (五)加强旅游资源和环境保护。

优美的环境是建设优质、高品位旅游区的前提条件,也是吸引大量游客的重要保障。没有一个好的环境,旅游业将是无源之水。贵州省旅游业起步较晚,虽然上级主管部门制定了一些管理措施,但有些景区的管理工作人员和当地居民保护意识不够,破坏了景区美观,降低了其质量。比如,在马岭河峡谷风景区,马岭化肥厂和兴义纸厂的废水已经严重影响了景点的水质和气味;红枫湖景区湖中小岛上的摊点乱丢塑料饭盒,影响了湖面的整洁,破坏了景区的美感;黄果树后面有一个步行街,对黄果树大瀑布影响较大;等等。只有加强旅游资源的管理和保护,才能促使旅游业健康地向前发展。

为此,必须加强主要旅游景区的环境整治,搞好旅游景观规划,加强市容市貌建设,强化景区环境监管,统一制作标识牌,增设一些美观的果皮箱,禁止乱设摊点、乱丢废弃物。对于一些影响旅游景区美观的各种设施,要予以拆除和搬迁。对于一些造成旅游景区环境污染的企业,要严格实行限期治理、达标排放。治理后仍达不到

环保要求的,要坚决予以取缔和关闭。要多方面筹措资金,加快黄果树旧街的搬迁工作,搞好黄果树新城的规划建设。

#### (六)实行跨区域联合开发。

贵州省有许多优质的旅游资源,如马岭河大峡谷、赤水、荔波、梵净山、雷公山等,都分布在远离贵阳的边界地区。比如,赤水县城至四川泸州市公路距离仅78公里,去重庆水路也不过243公里,距宜宾、自贡、内江也不远。这一地区经济较为发达,人口众多,当地游客市场较大。如果能连同川渝的客源市场借助泸州、重庆作为中转地,而同其他一些省市的客源市场相连接,其开发价值就更大。事实上,赤水旅游景区已经属于我国三峡旅游圈的外缘。此外,马岭河大峡谷与云南昆明、黎平与广西三江和桂林、铜仁与湖南张家界等的联系也比较方便。

为此,必须充分利用周边地区的区位和资源优势,加强与周边省份之间的合作,实行跨区域联合开发。这样既可以吸引周边省份以及经昆明、重庆等地中转的大量游客,又可以使贵州省旅游融入全国主要旅游线路,特别是大西南旅游经济圈。当前,在实行跨区域联合开发的过程中,要妥善处理以下两方面突出问题:(1)搞好跨省区旅游规划、开发、管理、协调和利益分配,做到统筹规划、联合开发、统一管理、相互协调、利益均沾,从而实现“双赢”甚至“多赢”的目标;(2)重视省内跨区域联合开发问题,突破行政区域范围和条块分割的桎梏,按照发展市场经济的原则,实现区域旅游经济的融合发展。