

论云南和四川旅游业发展状况的差异

陈 兴

(四川师范大学 旅游学院, 四川 成都 610068)

摘要:自改革开放以来,云南旅游业发展突飞猛进,取得了令人瞩目的成就。同为旅游资源大省的四川,其旅游业在可进入性、宣传力度、服务质量、环保意识及其经营收入和影响等方面均不如云南省,根源在于四川省的旅游发展意识和旅游资源开发观念落后于云南。因此,发展四川旅游应该走政府主导下的全民发展旅游的路子;在旅游资源开发中,坚持“体现特色、培育精品、保护环境”的原则。

关键词:云南;四川;旅游业;发展状况;差异

中图分类号:F592.77 **文献标识码:**A **文章编号:**1000-5315(2002)03-0118-06

云南和四川都是中国的旅游资源大省。从旅游资源类别看,云南作为中国少数民族聚居最多的省份,拥有特色十分突出的人文旅游资源;同时由于特殊的气候环境和地理环境,云南也有着特点明显的生态和自然旅游资源。这些人文、自然旅游资源使云南成为中国西南的重要旅游目的地。相比之下,四川也因特殊的地理环境形成了丰富的自然旅游资源,其旅游资源总量位居全国榜首;并且作为大熊猫的主要栖息地以及蜀文化和道教的发祥地,四川又拥有同样丰富的生态和人文旅游资源。中国3个世界自然遗产,四川占了2个;3个世界自然与文化遗产,四川占了1个;12个世界文化遗产,四川占了2个;全国119个国家级风景名胜区,四川占7.5%,居全国第三位;四川的省级风景名胜区数量占全国第一位;中国旅游胜地40佳,四川占了7个[1]。根据专家评估,四川省的旅游资源尤其是自然资源在西部地区位居前列,强于云南[2]。然而,近几年来,在旅游发展的进程中,四川却远远地落在了邻省云南之后。据1999年西部地区入境旅游统计:云南接待入境游客达104万人次,旅游外汇收入共35033万美元,比上年增长34.2%,居全国第7位;而四川接待入境游客仅37.34万人次,旅游外汇收入仅9722万美元,比上年增长16.2%,居全国第21位[3]。

一 云南、四川旅游业的差异

同样是旅游资源大省,为什么两省的旅游发展状况会有如此大的差距?通过对云南、四川旅游业的分析比较,我认为两省在发展旅游上有如下几个方面的差异。

(一)旅游可进入性

可进入性是旅游业发展的前提,是发展旅游首先需要解决的问题。但旅游可进入性并非仅指旅游者可由外界抵达旅游地的情况,而是要“进得来、散得开、出得去”,即指旅游目的地同外界的交通联系以及旅游目的地内部交通运输的通畅和便利程度。因而,旅游交通建设不仅包括通道建设,而且还包括各种交通运输工具的运营安排。经过多年努力,云南已建成了适应旅游业发展的各景区景点的立体交通网络。云南省的各重要旅游景点均建有中小型机场,并且形成了以昆明为中心的高等级公路网,连接着全省几乎所有的旅游景点。可以说,云南各旅游地的可进入性极其良好。四川的旅游基础设施建设近年来虽有所发展,但与云南

相比,仍处于相对滞后状态。四川的旅游机场建设相当缓慢。著名景区九寨沟,其机场去年才动工,制约九寨沟旅游发展的交通问题直到去年九环线完全竣工才有所缓解。拥有众多世界顶级风光和丰富旅游资源的甘孜州,不仅重要景区无机场,就连州中心城市康定的机场建设也才刚刚开始。虽然四川高等级公路的建设总量比云南多,但直接连接旅游景区景点的却很少,旅游交通工具的运营安排也很少直接考虑游客的便利。下面以云南路南石林和四川都江堰两个景区作一比较,以揭示两省在景区可进入性上的差异。

表一. 路南石林与都江堰交通状况比较

旅游景区	资源价值	距省会距离 (km)	散客路途所需平均时间	交通设施状况
云南 路南石林	国家级重点风景名胜	85	约 80 分钟	高速公路直通景区停车场
四川 都江堰	世界文化遗产, 国家级重点风景名胜	56	至少 70 分钟	高速公路通市区, 汽车驶入长途汽车站, 车站口无旅游标识、无公共汽车站牌

云南路南石林与四川都江堰距省会城市都很近,同属具有很强吸引力的著名景区,但作为世界文化遗产的都江堰,其旅游交通建设远不如路南石林,这明显地制约了占游客绝大部分比例的散客前往旅游。

(二) 旅游宣传力度

旅游业的发展,不仅依靠丰富的旅游资源,更需要广泛的宣传,使游客对旅游地有明确的认知,进而做出决策。在这一点上,云南做得尤其出色。首先,政府每年都投入大量资金进行云南旅游形象宣传。仅在 1998 年 11 月举行的上海国际旅游交易会上,云南一次性投入的资金就达 200 万 RMB。1999 年,云南投入 4000 万 RMB 进行旅游宣传,而同期四川只投入了 200 万 RMB,仅相当于云南在上海国际旅游交易会上的—次性投入金额。

其次,在宣传的手段、范围、内容上,云南也强于四川。云南常借助中央电视台的媒体优势,大力宣传自己富有特色的旅游资源。尤其是 1999 年昆明世博会期间,云南不惜重金在中央电视台一套黄金时间每天播出关于世博会和云南风光的宣传广告,取得了显著效果。此外,云南省电视台及各地方电视台都把旅游类栏目作为日常播报的重要内容。另外,关于云南旅游的书不仅面广、量多、质高,而且发行了一些精美的英译本小册子和全面介绍云南旅游的光盘。近年来,随着电子商务(E-commerce)的迅猛发展,云南又把网络作为旅游宣传的手段。例如:中国历史文化名城之一的丽江就建有如 www. lijiansouth. com 之类的数个旅游网站。通过大量、广泛的旅游宣传,树立了云南在国内外的旅游总体形象和旅游产品的品牌形象。相比之下,四川的宣传方式比较单一,仅参加国内的一些旅游展览活动和香港国际旅游贸易展览会、印发旅游小册子等,对电影、电视和网络等媒体的借助较少,多数材料甚至只介绍单一的旅游目的地或景点,难以找到较为标准的英语译文,一些介绍四川风光的光盘也仅局限于九寨沟、峨眉山等众人熟知的景点。

(三) 旅游服务质量

旅游服务属于旅游产品中的软件部分,是旅游产品极其重要的组成部分。旅游服务质量是影响旅游地客源数量的重要因素之一,它在某种程度上决定着旅游地未来发展的前景。旅行社是旅游业的三大支柱之一。旅行社的服务质量影响并决定旅游整体服务质量。1999 年,国家旅游局发布中国旅行社业务年检情况通报,云南既是中国国际旅行社又是中国国内旅行社各项主要指标(包括行业规模、总体经营效益、主要旅游业务状况等)排序前十名的省市之一。然而,这两项排名,四川均不在其列。另外,其公布的优秀旅游城市百强社,昆明是名列国际、国内百强社总数前茅的十大城市之一,四川却无一城市入选[4]。最近,国家旅游局和中国消费者协会共同评选出中国 15 个保护旅游消费者示范单位,云南有 3 个人选,其中路南石林排在首位,四川却没有一个单位入选。在旅游服务质量上,四川与云南相比,差距很大。

从根本上说,旅游服务质量取决于旅游从业人员的素质。甚至可以说,旅游业的兴衰是与旅游教育的发展状况密切相关。云南在这方面起步较早,其中云南大学是西南地区最早建立旅游院系的大学。云南省对

此相当重视,每年对云南大学旅游学院进行巨额资金投入。目前,该系已发展成为西部地区办学水平最高的旅游院系。四川在旅游人才的培养上尤其是旅游高级人才的培养上起步晚于云南。另外,四川现有的旅游教育也还存在着一些问题。其一,硬件上,缺乏旅游人才培训必要的设备和设施。其二,软件上,缺乏该领域内高层次的培训教师。绝大多数培训单位,尤其是高等院校,许多教师是临时改行或是兼职教旅游,所以,教师缺乏行业经历和深入的理论研究。其三,总体上,缺乏旅游管理培训能力。据了解,旅游企业经营者认为旅游专业毕业的学生所学课程只有30%是学有所用的,因此,他们还得对所聘毕业生进行额外的培训。但是,旅游企业既缺乏经过良好培训的人员,也没有形成良好的人员培养机制。所以,要提高四川旅游从业人员的素质,首先应该提高旅游人才培训者的素质和能力。

(四)旅游环保意识

云南在旅游基础设施建设中有一个突出成就,就是旅游区环境整洁、优美。无论是省会城市昆明、边陲重镇个旧,还是烟草城市玉溪和有“珠江源”美誉的曲靖等,都以整洁的城市环境给游客留下深刻印象。漫步城市街道,几乎看不到污染物,地面的灰尘也很少。1999年昆明世博会期间,昆明大大小小的街道、公园、各类休闲广场均布满了各式各样的鲜花,一派群芳争艳的景象,吸引了大量游客,进一步提高了昆明的旅游知名度。另外,云南人已养成爱护环境卫生,不随手乱扔废弃物的良好习惯。这不仅是云南长期以来高度重视发展旅游业的结果,而且与云南下大决心、花大力气进行旅游基础设施建设和精神文明建设密不可分。这一切都为云南旅游业的发展创造了良好的环境。

四川的旅游景区,脏、乱、差现象还较为严重。同样是国家级旅游城市,成都的城市环境卫生就不如昆明,而且城市的污染指数也高于昆明(见中央电视台“主要城市污染指数公报”)。府南河的整治虽使成都的市容环境有了很大改观,但人们的环保意识还很差,很多整治过的污染源又有死灰复燃的倾向。这类问题在四川各地均严重存在。据报道,有“东方沙姆尼”之称的四姑娘山,景区环境相当糟糕,到处是正在施工的建筑,到处是黄沙飞舞,当地最豪华的宾馆,污水仍然直接排进河里。这样的景区环境使外商丧失了对景区投资的信心[5]。

二 云南、四川旅游业发展差异形成的原因

通过对云南与四川旅游业发展状况的比较分析,我们不难发现四川和云南旅游业出现差距的两个原因。

(一)旅游发展意识的差异

云南旅游发展战略的确立比四川早。云南的重工业资源并不丰富,农业经济仅烟草、甘蔗等经济作物的种植较发达,加上云南有着大量的处于贫困状态的少数民族,因此,处于祖国西南边陲的云南,与东南沿海省份相比,并不具有经济优势。因而,云南省很早就把烟草业和旅游业确立为拉动本省经济增长的重要支柱产业,并加以大力发展。云南省曾将大量财政收入投入旅游业,以期通过对旅游的短期投资获得全省经济的长远发展。另外,云南走的是从上至下全民动员发展旅游的路子,从省政府到各级政府都把促进旅游业发展提上了非常重要的议事日程。云南人对发展旅游的参与意识很强,各地在政府的带动下,十分注重保护环境,并不断开发具有当地特色的旅游资源。经过多年的努力和引导,云南人已经形成了利用旅游业来提高自身生活水平的强烈意识。例如:在昆明,几乎所有的服务行业,包括非服务行业的建筑业,都能让人感受到该城市强烈的旅游氛围。虽然有些方面很细小,但它反映出的却是意识观念的大问题。最近,中央制定了西部大开发战略,云南省政府则初步形成了《中国西部大开发 云南行动计划总体构想》,确立了三大目标,即把云南建成“绿色经济强省”,“民族文化大省”和“中国连接东南亚、南亚的国际通道”。这三大目标均与旅游业的发展密切相关,很值得四川思考和借鉴。

与云南相比,四川在资源上有着相对优势。四川在水力、矿产、冶金、电子、化工等工业发展上处于西部地区前列。另外,四川是农业大省,水稻、生猪等产量在全国榜上有名。“天府之国”的富庶使四川在确定发展旅游战略时起步较晚,意识不强,认识不够。这主要体现在,在旅游业发展的初期四川对本省旅游方面的资源优势认识不足。随着整个旅游业发展环境的形成,这一缺陷逐渐得到了弥补。然而,四川旅游发展意识仍然不强,仍然没有充分认识到旅游业的发展对本省经济的促进作用,从而导致四川旅游业发展缺乏预见性

和前瞻性。四川与云南的省情固然有很大不同,但是有一点却是相同的,那就是:旅游业作为新的经济增长点,它的发展可以带动许多相关行业的发展,并且可以大大改善投资环境。对旅游业的投入,促进的不仅仅是旅游业本身,旅游业的发展还将带动整个经济的发展。四川极具旅游业发展的潜力,其旅游业发展现状之所以落后于云南,原因在于旅游发展意识不强和重视程度不够,对旅游发展投入的资金量少,致使旅游基础设施和促进旅游业发展的其他方面建设严重滞后。四川省委书记周永康在去年召开的省旅游工作会议上强调指出,必须进一步提高对发展旅游业的认识,认识不到位,起点就不会高。

(二)旅游资源开发观念的差异

云南把丰富的旅游资源优势变成经济优势,成为中西部旅游大省,靠的就是讲质量、讲信誉、创精品名牌打天下的全新路子。云南是多民族聚居的省份,在旅游资源开发中,云南人就紧紧抓住自身的这一特点,将自然景观与人文风情有机地结合起来,在已建成的5条精品旅游线路中体现了鲜明的、浓郁的民族风情和深厚的历史文化底蕴。这5条精品旅游线是:以昆明为中心的滇中旅游线,以滇西北大理、丽江为中心的香格里拉之旅,滇西的景洪风情线路,滇西南西双版纳的风情旅游线,滇东的喀斯特地质奇观及中越边境少数民族风情旅游线[6]。不管是否到过云南,人们只要一看到那亚热带雨林风光,就会联想到云南西双版纳;一听到歌曲《五朵金花》,就会联想到大理的蝴蝶泉;一看到那些尖顶方肚的小乘佛教建筑或迷人的孔雀舞,就会想到丰富多彩的傣族文化。傣族的泼水节更是闻名海内外。另外,由于独特的气候,云南已成为全国第一大鲜花大省。自1994年以来,云南鲜花产量一直位居全国首位。云南抓住这一生态资源大做旅游文章。1999年,昆明世博会给云南带来了巨大的经济和社会效益,同时也掀起了云南旅游的又一高潮,使云南的旅游业进入了一个崭新的发展阶段。世博会期间,云南省接待海内外游客近千万人次,旅游收入近10亿元人民币。闭园后的2000年1—7月虽还未进入旅游旺季,入园游客总数却超过113万人次,园内商旅、餐饮、服务业营业收入已接近1亿元。另外,由于世博会的召开,仅昆明的城市现代化建设就提前了10年,云南各地州中心城市的建设也有很大改观。世博会还增加了云南旅游从业人员人数。据昆明市旅游局统计,仅昆明市旅游行业的从业人员就已达10万人以上。世博会期间和闭园后的旅游旺季,商家的成交额要比平时高出10个百分点[7]。世博会的召开为云南旅游在世界范围内做了一次极好的宣传,大大增加了其旅游知名度。抓住这一契机,2000年,云南省又相继成功地举办了首届中国昆明国际旅游节、中国民族服装服饰博览会及中国昆明国际花卉节。其中,花卉节期间,有13个国家和地区组团参展,共签订29个项目,成交额11.888亿元。在短短的一年时间内,云南以其独特的魅力,陆续推出一系列大型国际盛会,博得了世界的喝彩,赢得了全球的瞩目。这一切都应归功于云南在旅游资源开发中观念的创新。云南省长李嘉廷曾经大胆地设想:让昆明市所有服务行业的从业人员都穿上具有云南少数民族特色的服装进行服务。果真如此,那必将成为昆明旅游的又一道亮丽风景线,从而吸引更多的国内外游客。

相比之下,四川在旅游资源开发观念上则远远落后于云南。四川的旅游资源在全国位居前列,但是其开发的观念却不到位,力度也不够,很少有能充分展示四川旅游形象的精品。比如:四姑娘山、海螺沟冰川、稻城“香格里拉”等川西高原独有的风光,均仅仅处于一般的开发状态,有的甚至处于低水平开发状况,并且这些旅游资源的开发极少与四川的整体旅游形象挂钩,也缺少特色。位于川滇交界的泸沽湖,一半在川,一半在滇。然而,位于云南的那一半旅游搞得红红火火,而四川这一半却略显冷清。这种由于旅游资源开发观念不到位而造成的旅游资源闲置现象,在四川还较为严重地存在着。众所周知,国宝大熊猫,主要栖息地在四川,应该说它是四川生态旅游资源中的重要组成部分。然而令人遗憾的是,许多国外游客却只知道中国有大熊猫,而不知道大熊猫的主要栖息地在四川,甚至还出现过一些外国游客弄不清楚建有世界最大的熊猫研究繁殖中心的成都处于中国的什么位置。这不能不说是四川在生态旅游资源开发中的一个疏忽。另外,四川是古蜀国和蜀汉文化的发祥地,也是道教的发源地,人文景观和宗教文化十分丰富。但是,在四川的旅游资源开发中,人文特点却体现得很不够,甚至还有众多文化旅游资源尚处于未开发状态,如:羌族、彝族独特的民俗风情,正在消失的古城镇建筑和以大邑县刘氏庄园为典型的乡村建筑,西昌卫星发射基地,代表中国现代工业的攀枝花钢铁基地;以五粮液集团为代表的四川酒文化旅游资源等。很多游客只了解四川的一些自

然风光如九寨沟、黄龙等,却往往忽略了四川的人文旅游资源。这是值得引起四川旅游资源开发者注意的问题。

三 发展四川旅游业的建议

四川旅游业发展,应该注意高质量地开发旅游资源,并实施可持续发展战略;抓精品,树名牌,塑造旅游整体形象;下大力气抓好交通等旅游基础设施建设;抓好人才培训和旅游法制建设。

(一)增强旅游发展意识,在政府主导下全民发展旅游

发展四川旅游业,首先应该学习云南对旅游的超前发展意识,走从上至下全民动员发展旅游的路子。各地方,尤其是旅游资源极其丰富但又相对贫困的四川西部甘、阿、凉地区,应充分意识到发展旅游对本地经济发展和居民增收的重要意义,积极地开发一切可以开发和利用的旅游资源。

其次,应坚持政府主导战略。一方面,政府应对旅游业的发展进行大力的引导和协调,而不是让政府把旅游业全面地管起来。“主导并非主管,不是把旅游业‘管’死。政府不是高高在上、指手划脚,而是身体力行、大力提倡,统一协调行业之间、地区之间的利益冲突,以确保整体利益,塑造整体形象,从根本上杜绝各自为政、不顾大局的割据行为”[8]。另一方面,全省旅游形象的宣传和产品的促销工作必须由政府主管部门来承担,统一进行。旅游企业的能力毕竟有限,而旅游宣传需要多渠道、高质量、广泛地进行,没有政府的大力支持和鼎力相助是难以取得良好成效的。

(二)突出特色,培育精品,重点塑造四川旅游的整体形象

旅游资源是旅游业发展的基础。因此,四川旅游资源开发必须立足于四川旅游资源本身。四川在进行旅游资源开发时必须把握“体现特色、培育精品、保护环境”的原则,以增强旅游地的竞争力和吸引力。应尽快制定规划,合理有效地开发四川独有而至今尚未开发的旅游资源。2000年,四川省旅游工作会议确定了四川旅游发展的两条主线和三个精品,即自然生态主线和历史文化主线,以及大熊猫、九寨沟、三星堆三个精品,这是四川旅游发展的新起点。其实,范围还可以再大些,精品还可以再多些,同时注意自然与人文景观的有机结合。关键是要不断创新,重点在于塑造四川旅游的整体形象,因为一个地区旅游发展的核心与关键在于塑造和体现这个地区旅游整体形象和精品特色。实际上,整体形象和精品特色是一种共性和个性的关系,两者相互联系,缺一不可[9]。首先,只有具备共性特征,才有利于一个地区旅游业的整体发展,才有利于该地区进行旅游宣传。尤为重要的是,只有具备了整体形象,才可能扩大该地区旅游业的积极影响,从而为稳定和扩大客源市场奠定坚实的基础。其次,在体现共性特征的同时,还要充分体现各旅游景区景点的个性特征,以增强对游客的吸引力。如果不能塑造出一些精品特色,那么游客在该地区旅游的时间和次数,必将受到影响。云南旅游业的成功,关键在于它同时具备了这两个要素。云南旅游的五条精品线路都体现出一条共同的鲜明的主线——民族风情、亚热带风光,这就是云南旅游的整体形象。但五条线路又独具特色,丝毫不会使人产生重复感。四川旅游的精品特色虽已基本具备,但还不甚明显,而整体旅游形象则没有。这是一个需要花大力气着重解决的问题。在塑造旅游整体形象时要注意一个问题,就是不要把形象的定位固定化、僵化,最好让游客来为四川的旅游整体形象定位。从云南旅游整体形象的塑造中,我们可以看到,它既不取决于政府,也不取决于旅游开发商,而是取决于游客。因此,一个地区的旅游整体形象应由地区旅游特色去体现,应蕴涵在旅游开发意图中,而不是由政府或开发商去僵化定义。只有这样,该地区的旅游整体形象才不至于僵化,也才可能达到最佳的效果。

(三)保护环境,走旅游可持续发展道路

良好的环境对旅游业的发展至关重要。旅游环境包括旅游景区的环境和旅游目的地环境两个部分。旅游资源是旅游业发展的基础,因而对旅游资源及其环境的保护是旅游业持续稳定发展的保证。旅游目的地的良好环境是创造该地区良好旅游氛围、塑造良好旅游形象、吸引游客的重要环节。因此,必须树立“保护第一,开发第二”的旅游开发观念,坚持旅游的可持续发展战略。另外,还必须努力提高全省人民,尤其是重要旅游城市及景区、景点人们的环保意识。

参考文献:

- [1] 1992年中国旅游年鉴[M]. 北京:中国旅游出版社,1992.
- [2] 四川省旅游局,世界旅游组织. 四川省旅游发展总体规划[Z]. 1998.
- [3] 中国旅游统计[M]. 北京:中国旅游出版社,1999.
- [4] 关于1999年度全国旅行社业务年检情况的通报[N]. 中国旅游报,2000-07-05.
- [5] 刘建. 四姑娘山“东方沙姆尼”? [N]. 华西都市报(成都),2001-03-29.
- [6] 张耿豪,沈若云. 云南的“变脸”——变旅游资源大省为旅游经济强省[J]. 西部旅游,2000,(6).
- [7] 张耿豪. 世博效应促进云南旅游大发展[J]. 西部旅游,2000,(5).
- [8] 胡敬民. 云南旅游业的发展对贵州旅游业的启示[J]. 贵州民族研究,2000,(3).
- [9] 李天元,王连义. 旅游学概论[M]. 天津:南开大学出版社,1999.

On Development Differences in Yunnan's and Sichuan's Tourism

CHEN Xing

(Tourism Institute, Sichuan Normal University, Chengdu, Sichuan 610068, China)

Abstract: Sichuan, a province rich in tourist resources, is not equal to Yunnan, another province rich in tourist resources, in tourist accessibility, publicity, service quality and environment protection consciousness, owing to the fact that Sichuan lags behind Yunnan in tourist development consciousness and resources development sense. Sichuan must stick to the principle of “feature display, excellent variety cultivation, and environment protection” in developing tourist resources.

Key words: Yunnan; Sichuan; tourism; development; difference

[责任编辑:凌兴珍]