

旅游业可为科技经济发展带来更多的机会

Tourism Will Provide More Opportunities for the Development of S&T and Economy

张万斌

(《中国科技论坛》杂志,副总编、副研究员)

说起旅游业,人们往往会认为它与科技、经济工作分属不同领域,有着不同的社会功能,似乎没有多大关系。旅游就是旅游,去休息、去游乐、去消费、去感受大自然的美景和文化的滋润。但是,如果仔细分析一下当今世界旅游业的发展,人们却会领悟到,各国旅游业间激烈的竞争和由此而引发的活力、旅游资源的综合开发、旅游者多重目标意识的出现,都与科技经济密切关联。说它们之间存在着渗透现象也不过分。这种现象意味着旅游业的社会功能正在扩展和延伸。旅游业的发展,将为科技、经济发展带来更多的机会。

一、旅游业的社会功能

旅游业是本世纪 50~60 年代出现在世界上的一种新型社会产业。通常人们认为它具有文化特性、经济特性、社会服务特性三种功能。同时,它还具有鲜明的时代特征。

随着改革开放而在我国崛起的旅游业这几年有很大发展。它不仅使那些收入增加、有闲暇时间的工薪人员在紧张工作之余得以积极休息和消费,通过游览名山秀川、古迹胜地等活动获得文化生活的补充,开阔眼界,陶冶情操,增强爱国意识;通过出国观光,增进了解世界的机会。而且它还吸引了大量外国游客来华了解这个东方古国悠久的传统文化、雄险迷离的自然风光、色彩纷呈的民俗风情,以及中国向现代化迈进的无穷魅力;同时,他们来此又为中国带来了“欧风美雨”,有利于促进中外价值观的互相了解和交流。此外,数百万侨居海外的华夏子孙,亲缘亲情牵引着他们络绎不绝地回内地探亲访友,旅游观光,重游故土,重温乡情,抒发血浓于水的情怀,投资支持家乡建设。如此等等,这都展现出旅游业的文化效应。

旅游业也是创造大量财富的产业。它是以物质

投入进行非物质生产的部门。建设宾馆饭店,开发旅游设施和景点,发展旅游交通等资源是物质投入;通过旅游者消费、旅游业服务,国家提取直接和间接的税收,增加大量财政收入(包括可观的外汇收入),这是从旅游业获取的非物质生产的收入。各国旅游业已成为其国民经济的重要产业部门之一。据统计,1990 年世界旅游业总收入已达 29 010 亿美元,净产值 14 490 亿美元,其增值额占全世界生产增值总额的 5.9%,共提供税收 2 510 亿美元(还不包括提取从业人员个人收入中的 1 820 亿美元税收),这充分体现出旅游业巨大的经济效益。

旅游业还为人们提供了广泛、有效的社会服务。由于它导引人们去享受优美的自然环境和精神环境,寓文化于游乐,故这种文化服务更直观,更透明;由于它导引人们去涉足陌生的异国他乡,感受和消费的对象是全新或独一无二的,故这种经济服务中还包含着良好的社会效益。再者,由于旅游活动中最少官气和外交色彩,它的民间性决定了交流的广泛性和深层性。还有,因旅游业发展能解决一大批人的社会就业问题(1990 年世界旅游业共提供 2.95 亿个就业岗位),故它体现出第三产业——社会服务业的发展趋势。

二、旅游与科技经济结合 是当代旅游业发展的一大特征

科技、经济发展是旅游业发展的物质基础,而旅游业的发展又会反过来成为促进科技经济发展的动力。因为只有科技、经济发展,生产力提高,人们的消费水平上升,从事旅游的人才会增多,旅游资源才会得到进一步开发,旅游范围才会进一步扩展。马克思曾说:“消费创造新的生产需要,因而创造出生产观念上的内在动机……”。用这句话来概括当今生产力(科技、经济)发展—消费需求增长—

旅游业发展(新的非物质生产)一创造利润从而推动物质再生产之间的辩证关系是再恰当不过了。欧洲旅游委员会(ETC)四年前曾预测,1992年旅游将成为世界上的第一大产业,成为推动世界经济发展的主要动力之一。事实证明,这一预测并不夸大,1992年美国旅游业增值3300亿美元,比农业(900亿)、纺织业(500亿)、金属业(400亿)、汽车业(550亿)增值均高,其它许多国家情况也基本如此。因此,旅游业的发展将支持和推动这些产业的发展。

泰国《星暹日报》曾发表一篇文章,揭示当今旅游业迅猛发展的时代特征,那就是旅游业正在受到消费者旅游自由度增大的需求刺激。各国为了竞争,不断扩展旅游服务领域,延伸其社会功能。如今的旅游者已不满足于以往那种单纯的游山玩水,而是希望同科学技术、经贸活动、历史考古、人文地理、环境保护、空间探索等领域的活动紧密地结合,于是各国推出的旅游项目逐年翻新。属于这些方面的旅游有探险旅游(如南极旅游)、大漠旅游(如探测塔克拉玛干的“死亡之海”)、原始森林旅游(如有人欲解神农架“野人”之谜)、水下旅游(如美国佛罗里达海滨建有奇特的海底旅馆)、生态旅游(如考察珍奇动植物的生存环境与条件)、空中旅游(如我国北京、上海、广东、黑龙江、河北、河南等省市已开展这种游览),等等。开发这些旅游项目、建设这类旅游设施,没有科技和经济的投入是不行的。再说,在这些充满奇情异趣的旅游中存在着危险和奥秘,没有科技人员和其他专业人员的指导和配合也是很难实现的。所以,当代旅游业延伸其社会功能,实行与科技经济结合是必然的。

三、旅游与科技经济之间存在着产业上的依托和活动中的渗透

由于旅游业是国民经济中最有经济效益和最具前景的产业部门之一,它也是积累建设资金的有效途径之一,故各国政府和有关产业部门无不为之投入大量人、财、物力,帮助其规划和建设。仅就我国来说,尽管旅游业兴起是在改革开放之后,但在很短时期内旅游设施的建设已初具规模。1988年涉外旅游饭店已有1496座,各种旅行社1573家,固定资产400亿元,从业人员157万人,开通国际航线40条,国内航线32条。当然,旅游业也为国家创造了大量财政收入和外汇,并为诸多科技经济部门带来了信息和机会。

在当今旅游业激烈竞争的国际环境中,各国为发展自己有特色的旅游项目,都在学习和借鉴它国的成功经验。例如许多外国游客对中国的东方式园林流连忘返,后来他们便索性邀请中国园林专家赴欧洲,在他们土地上设计、建造有中国古典色彩的

皇家园林和私人园林;针对许多人寻求非洲撒哈拉大沙漠“野性”式旅游的刺激,中国便借鉴和发展国外的经验,开发了丝绸之路的旅行;人们青睐美国夏威夷的海滨风光和冲浪活动,在科学的比较研究下,专家们认为海南岛的滩涂资源颇具优势,现正规划把海南热带旅游与吸引外资结合起来;人们憧憬塞内加尔河口蔚为壮观的候鸟群集,我国适应游客兴味的西双版纳热带雨林也进一步得到旅游开发。如此等等的开发活动,每一项都凝聚着旅游和科技、经济部门的相互依托和配合。

据我国驻英使馆科技处提供的资料介绍,英国贸工部(DTI)在推进对外经济技术合作中,注意把旅游业也纳入其计划。他们统计,仅1989年去英国旅游的日本人就高达50万人,消费额3.6亿英镑。他们认为,依托旅游业是为国民经济增加积累的好办法。也有一位日本营销人员这样表白:他去欧洲旅游一程,一方面游山玩水,一方面寻找贸易的机会,哪里有便宜的原材料,哪里有廉价劳动力,哪里有市场,回来后优化组合生产要素,尽快把产品打出去,占领市场。自然,事情不一定象他所说的那样简单和轻松,但也确实表明他们有这样的意识。

外国人来华,有的以科技、经济活动为主,伴随着也进行旅游;有的以旅游观光为主,遇有机会也不放弃科技、经贸活动。就拿国内游客来说,一些企业的工作人员也自觉不自觉地利用旅游机会来获取信息,了解市场,有的还意外地找到了合作的伙伴。因为生活在市场经济中的人们,他们的信息和机遇观念是增强了,都不愿意在轻松的旅游中放弃额外的收获。现在确实是科技经济活动中常伴有旅游,旅游中又伴有科技经济活动,只是哪个是主体行为,哪个是非主体行为罢了。固然,旅游本身不是生产行为,但是寓科技、经济于旅游之中已是精彩纷呈的新世界的重要一景了。

现在来华的游客中,自觉有双重目标行为的人也确大有人在。例如,不少侨胞回乡(仅1991年台胞来大陆就有120万人次),既有观光旅游意向,又有投资探路意向。大陆改革开放政策确实给炎黄子孙提供了建设家园和报效祖国的机会。又如,最近一位美国哈佛大学教授哈沃德·雷法先生来华旅游,在途经香港时和抵达北京后,均进行了学术讲演,并积极宣传他关于在东南亚地区建立“亚萨”(国际应用系统分析研究所的简称)这样的地区性组织的建议,其目的在于推进区域间经济技术合作与交流(因为他曾是总部设在比利时的欧洲该组织的第一任主任)。这就是双重目标行为。再如笔者在一次对意大利的科技考察中,深为对方的组织安排工作所启迪。他们在会议过程中穿插有参观、游览,以及与企业界、商会人士的接触,当他们发现中方(当时代表团中的广西同志)的有关需求时便导向

贸易洽谈,随后旅游一程,在我们离罗马返国前签署了双边贸易意向协议书。这种集科技交流、经贸活动、游山玩水为一体的安排,就是来自对方的一种多重目标行为。

四、旅游业可为科技经济发展带来更多的机会

综上所述,旅游业确能为国家科技、经济发展带来不同层面的好处。但因我国旅游业发展时间不长,社会服务功能还未充分发挥,故继续开发旅游软、硬件,加强管理和完善法规、制度势在必行。为了使旅游业在其运行中更好地体现为经济建设中心服务的方针,我们在这里仅就它与科技、经济工作有关的部分,提出对其发展的几点建议:

1. 为使旅游业能更好地发挥大众传播媒介的作用,今后的组织、宣传和导游工作应更加充实,不仅是景点、文化遗产、民情习俗、饮食购物等方面的介绍,还应加强对我国现代化建设成就、改革开放成果和各地区、部门科技经济发展情况的介绍。这样,可以发挥“大窗口”的作用,使外国人不仅了解中国的昨天,而且了解中国的今天,还能展望中国的明天,从而增强与中国发展科技经济往来的吸引力。

2. 在旅游服务工作中要增强导向意识,要运用自身信息灵的优势,抓住时机,及时帮助中外旅游者之间、旅游者与旅游地区之间疏通科技、经济联系的渠道。在宾馆中、在游览中、在旅游购物中都存在着这样的大量信息和机会。有心境、有心计的热

心服务者过去已经有过这种疏通联系渠道的行为,起过导向作用,今后还应积极提倡。自然,不是说要让旅游业去做份外的科技、经济方面的工作,那样就舍本逐末了。导游者的主体行为应是导游,这是毫无疑问的。但是,如果在完成主体行为的同时,辅之以牵线搭桥的导向工作,似乎也在情理之中。要做到这一步,一是旅游部门应加强与旅游地区科技、经济部门的联系;二是要提高旅游服务人员的素质,使他们有一定的科技、经济知识和导向意识,从而有利于多方位服务;三是从事科技经济开发的科技工贸人员,乃至参谋决策人员也要大大增强利用旅游业,渗入旅游业的自我意识,这也是当今世界发展大交叉大交融趋势中的又一新兴大趋势。

3. 旅游业应进一步发挥其乘数效应的优势。据旅游部门介绍,旅游业对世界经济的贡献,不仅是它本身提供的产值和就业岗位,它还通过从其它产业采购原料,通过利润消费、股票分红和员工收入等方面的贡献,刺激其它各门各类产业的发展。这种现象被称为乘数效应,即它以投资的乘数为基数,相应地引起收入、消费、税金、就业等各类乘数效应的发生。一般说来,任何一种投资都会产生乘数效应,但旅游业的乘数效应远高于平均乘数效应。1990年世界旅游业对所需原料和服务的采购金额为15 000亿美元,这使得全世界经济总产值增长73 000亿美元,并总的提供了2.95亿个就业岗位,这是一个了不起的数字。我国旅游业应借鉴国外的经验,不断在提高乘数效应上下功夫,以便为国家科技、经济发展作出更大的贡献。

(责任编辑 冷远猷)

(上接第38页)

6. 以横向联合为纽带,推进数据库生产服务向集团化发展

通过横向联合,带动政府、企业及各学术团体对数据库建设的资金、技术、智力投入,拓展数据库信息资源,沟通数据库产销渠道,改善数据库服务条件,提高数据库服务效率和质量,有利于充分发挥数据库“资源共享”的特点和提高数据库系统的

整体功能。在这方面,武汉市和国内近30家图书情报单位联合发起组建的“武汉科技情报数据库联合推广应用中心”不失为一个成功的尝试。当然,这种横向联合也应不断向国际间联合发展,争取我国有更多的数据库进入国际信息循环系统,为数据库应用开辟更加广阔的前景。

(责任编辑 宋义荣)