

云南省旅游与边境商贸活动融合发展动力及策略研究

杨亚萍¹

(云南师范大学, 云南 昆明 650500)

【摘要】: 面对旅游需求的多样化及旅游产业的综合集成, 旅游业的融合发展已是大势所趋。从云南省旅游与商贸融合发展的历史基础与现实基础出发, 阐述了云南省旅游与边境商贸活动融合发展的形式, 提出了融合发展的策略, 旨在促进区域旅游转型升级, 以谋求更快更好发展。

【关键词】: 云南省; 边境商贸活动; 旅游融合发展; 发展基础及形式; 发展策略

【中图分类号】: F2 **【文献标识码】:** A doi:10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.22.017

1 旅游与商贸活动融合发展的动力分析

1.1 “旅游及旅行活动起源” — 旅游与商贸融合发展的历史基础

早在殷周时期, 殷人和商人用“旅”字来代替当时最活跃的一种旅行 — 商旅。“旅”字之所以用于商旅, 一是“旅”本来就含有行走之意, 二是“旅”常被古人假借为“庐”, 与“庐”字相通的“旅”字便成了当时商业旅游的专称。在《易经》中, 专讲行商客贾的一卦就成为“旅”卦。东周时期, 已经有了比较明确的旅游范畴, 能够把旅游与商旅、军旅、婚旅等功利性的旅游区别开来。古代旅行始于奴隶社会的形成时期, 其动机主要为贸易, 商人则是旅行活动的先驱者。中国在公元前 22 世纪就有了旅行活动。按周制, 朝廷将天下的道路分为五等, “径容牛马, 珍容大车, 深容一轨, 道容二轨, 路容三轨”, 其中深、道、路的建设考虑军事、外交、巡守, 径、珍则因为商旅。由此可见, 在我国整个奴隶社会时期, 以贸易为主的商贾旅行有着重要地位。因此, 旅游与商贸活动融合发展有着深厚的历史渊源。

1.2 旅游业发展的大环境 — 旅游与商贸融合发展的现实基础

旅游业不仅带动了国民经济及其他产业的发展, 并且其发展的大环境也在发生着变化, 主要体现为: 一是旅游需求的变化。旅游产业的融合发展是以旅游者的需求变化为导向的, 其内在动力为旅游消费需求的日益升级, 旅游方式与旅游类型的多样化决定了旅游产业融合发展的进程。随着社会经济的发展及消费观念的转变, 旅游需求逐步向大众化、多样化、个性化发展。观光旅游、养生度假等旅游消费逐渐成为人们生活消费的重要组成部分, 我国进入了大众化旅游消费阶段。当前, 除了以观光旅游为主的传统旅游方式外, 体育旅游、探险旅游、购物旅游、会展旅游等新兴旅游业态也在快速发展。同时, 为了满足不同人群的旅游消费需求, 个性化的旅游消费需求也得到广泛关注。二是市场的变化。一方面, 随着旅游需求不断膨胀及“旅游+”的背景下, 市场主体不再局限于旅游景区、旅行社等传统企业, 一些企业集团开始向旅游业进军发展, 市场主体变得有规模性, “旅游集团化”、“旅游商业化”趋势明显。另一方面, 因旅游业关联性好、效益高, 市场竞争空前激烈。在日趋激烈的市场竞争中, 要想赢得优势、满足多样化的旅游需求, 只有加快旅游产业融合、促使新型旅游复合型业态的形成, 才能共享日益扩大的旅游客源市场, 优化资源配置, 实现规模经济和协同经济效应。三是科学技术的变化。旅游产业融合的本质在于创新, 而旅

¹作者简介: 杨亚萍 (1993-), 女, 汉族, 甘肃武威人, 硕士研究生, 研究方向: 区域旅游开发与管理。

游创新的关键则是技术手段。信息技术的飞速发展已成为旅游业融合发展的直接动力，而信息化也成了旅游业融合发展的引擎和重要特征。新技术的普遍应用，使得旅游交易一键敲定、旅游宣传便捷迅速、旅游营销新颖有效，促使产业体制、经营管理及产品市场不断创新，加快了融合发展的深度、广度和速度。

2 云南省旅游与边境商贸活动融合发展的形式

2.1 边境购物旅游

购物旅游是旅游购物发展到极致的表现，是一种以到异地购买各种实物商品为主要目的的旅游形式。购物旅游包括旅游者在旅游目的地进行的购物行为及在购物中产生的其他行为，它作为一种专项旅游产品，强调的是“旅游活动”。购物旅游作为旅游与商贸活动融合发展的产物，对云南省旅游业及边境经济发展水平有着巨大影响力。目前，云南省旅游商品生产、销售企业聚集发展，边境地区开发了工艺品、艺术品、免税商品、文物仿制、生态保健品等数类商品，形成了腾越翡翠城、瑞丽东方珠宝城等一批大型旅游综合购物企业，依托区位优势、邻国特色物资、国际商贸等资源建立了综合性多功能型、加工销售型、景点依托型等经营管理模式，促进了边境购物旅游的发展。

2.2 边境会展旅游

旅游会展的宣传促销作用不仅为旅游业带来更多的商务客源，也促进了贸易交流和经济发展。“中越（河口）边贸旅游交易会”、“西双版纳边境贸易旅游交会”、“中缅边境经济贸易交易会”及“腾冲火山热海节暨宝石玉石博览会”等国际经贸旅游会展活动，成为沿边特色旅游区具有吸引力的旅游会展内容。边境会展旅游已成为云南省同周边国家及地区旅游合作的重要内容和载体、完善和巩固旅游合作机制的推进器，不仅，在拓宽云南旅游市场、建设目的地旅游品牌、传播地方和民族文化、提高经济效益和社会效益等方面凸显出重要的作用，而且在带动其他产业快速发展、促进经济技术交流和经济外向型发展、拉动旅游基础设施建设等方面都起到了巨大的作用。

3 云南省旅游与边境商贸活动融合发展的策略

3.1 优化旅游公共服务平台

公共服务是影响云南省旅游与边境商贸活动融合发展的重要因素，它包括旅游信息咨询服务体系、旅游安全保障服务体系、旅游交通便捷服务体系、旅游便民惠民服务体系、旅游行政服务体系等公共服务体系。整合云南省智慧旅游、旅游网络营销、旅游信息化等方面已有成果，以硬件设备和软件服务并重的原则，推动云南省边境地区旅游电子商务平台及旅游信息化建设，建立一批国际化旅游咨询服务站点，争取为边境及省内游客提供全方位的旅游信息咨询、查询及导览服务，实现边境地区旅游资源共享及旅游管理向系统化、集约化、数字化方向发展。在健全旅游安全预警机制及监管机制的同时，建立旅游紧急救援体系，增强应急处置能力，完善旅游安全服务规范，并且开展旅游安全定期检查，为云南边境地区旅游营造安全、有序、和谐的发展环境。

3.2 创新旅游投融资结构

通过参加边境旅游交易会的方式，拓宽引资渠道，结合边境优惠政策吸引国际大企业参与云南省边境地区旅游资源开发、旅游基础设施建设、旅游商品开发生产等项目。同时，加快建立多元化投资机制，形成政府支持、社会化投资、企业化经营、市场化运作的模式。建立边境旅游投融资中介服务机构，提供投融资信息咨询、决策服务；开展项目融资，推动旅游项目融资创新，采取 TOT、BOT 等融资模式，拓宽投融资渠道；简化投融资审批手续，开辟项目审批绿色通道，营造宽松的旅游投融资环境。建立公开规范的云南泛亚旅游要素信息交易平台，推动有关旅游开发项目及招商项目在平台上进行投融资信息的发布

和交易，实现边境地区金融机构与投资者的有效对接。

3.3 多元化开发旅游产品

结合云南本土文化资源，推动“云南旅游购物工程”在边境地区的展开，调整边境购物旅游的供给结构，开发设计具有独特性的旅游购物品及创意旅游纪念品，提升其文化内涵和附加值，并且在实施商品品牌建设的同时，加强知识产权保护；在具备条件的口岸设立出境免税店，优化商品品种，提高国内精品知名度。立足培育、提炼的原则，开发边境会展旅游资源，打造具有代表性和云南地方特色的旅游会展产品，培育一批美誉度高的旅游会展品牌，发展一批竞争力强的旅游会展经营企业；将边境丰富的旅游活动与大型会展活动结合起来，依托云南深厚的民族文化资源及民族历史底蕴，开发新的会展旅游产品，如新的会展场馆的建设、会展地环境的改善及会展培训体系的建立，形成产品种类丰富、文化特色鲜明、功能配套完善、服务规范健全的复合型会展旅游产品体系。

3.4 建立组织机构及保障机制

在旅游产业融合的初级阶段，制定推动其融合发展的政策、制度及规划，能有效避免盲目、重复、破坏资源的追求利益的融合行为，逐渐形成有利于旅游产业融合的市场运行机制。建议在云南省边境地区设立旅游与商贸融合发展领导小组，制定出系统的相关政策和整体规划，为两者融合发展做出统一战略部署，并且及时创新、完善组织领导体系；发展初期在人财物方面给予支持，制定有效的激励机制、约束机制和协调机制来实现相融双方的利益平衡与行为规范，在充分发挥市场导向作用的同时，加强政府工作职能，确保旅游融合发展的各项工作领导有力、组织有序、统筹有方、推进有效；与边境旅游行业协会、消费者联盟等组织结合起来，监督相关企业商品生产、销售的行为，形成多方位的行业管理和政策扶持体系环境，为融合发展的有序性及安全性提供重要保障和支撑。

参考文献

- [1] 张辉，黄雪莹．旅游产业融合的几个基本论断[J]．旅游学刊， 2011 ， 26 （ 4 ） ．
- [2] 何建民．我国旅游产业融合发展的形式、动因、路径、障碍及机制[J]．旅游学刊， 2011 ， 26 （ 4 ） ．
- [3] 姜永常．旅游产业融合发展的动力、机制与策略研究——以文化旅游业为例[J]．哈尔滨商业大学学报（社会科学版）.2013.（ 4 ） ．
- [4] 王元浩．市场依托型城市购物旅游发展模式研究 — 以义乌为例[D].杭州:浙江大学，2004.
- [5] 陆蓓．中国旅游产业融合研究 — 以杭川市会展旅游为例[D]．杭州：浙江大学,2011 ．