

海南旅游目的地发展环境分析

杜宇

(海南大学 经济与管理学院, 海南 海口 570228)

[摘要] 本文从旅游目的地营销角度, 审视海南岛安全、友好、旅游吸引物、可进入性等基本旅游目的地要素构成, 针对海南建设滨海型旅游目的地的现状, 运用SWOT分析法, 从供给角度对海南岛拥有的优势与其所面临的环境之劣势以及国际旅游岛蓬勃发展之机遇和威胁做出总结。

[关键词] 海南; 旅游目的地; 发展环境

[中图分类号] F590

[文献标识码] A

[文章编号] 1005-6432(2010)35-0077-02

1 海南旅游目的地概况

海南地处热带, 位于东经 $108^{\circ} 37' \sim 111^{\circ} 05'$, 北纬 $18^{\circ} 10' \sim 20^{\circ} 10'$, 是中国最南端的省份。北以琼州海峡与广东省划界, 西临北部湾与越南民主共和国相对, 东濒南海与台湾省相望, 东南和南边与菲律宾、文莱和马来西亚为邻。

海南岛形似一个呈东北至西南向的椭圆形大雪梨, 四周低平, 中间高耸。海南属热带季风海洋性气候, 年平均气温 $22.5^{\circ}\text{C} \sim 25.60^{\circ}\text{C}$, 干季、雨季明显。在长达 1617.8 千米的海岸线上, 沿岸 84 个港湾可开发成港口。近海水深 200 米以内的大陆架渔场 6.65 万平方千米, 海洋生物丰富, 有鱼类 1000 多种, 藻类 200 多种。

海南岛土地总面积 3.4 万平方公里, 人口 700 万人, 其中黎族、苗族、回族等 120 多万人。海口作为海南省省会城市, 是省政治、文化、经济、交通中心。三亚位于海南的最南端, 是著名的热带旅游城市 and 海港。农业多年来始终是海南经济的基础, 而以旅游业为龙头的现代服务业, 将是海南长远发展的支柱产业。

2 海南旅游业发展现状分析

2008 年海南接待游客 2060 万人次, 同比增长 9.97%。其中, 接待国内旅游者 1962.07 万人次, 接待入境游客 97.93 万人次, 接待外国游客 73.13 万人次。2008 年全省旅游总收入 192.33 亿元, 其中国内旅游收入 165.01 亿元, 旅游外汇收入 3.90 亿美元。全省有 A 级景区 (点) 32 家, 其中 5A 级 2 家, 4A 级 7 家; 旅游饭店 423 家, 星级饭店 266 家, 已评定五星级饭店 14 家、四星级饭店 53 家。随着海南旅游接待能力的持续增强, 旅游产业规模的逐步扩大, 旅游基础设施的不断完善, 旅游产业对相关产业经济发展的带动作用也十分明显。

3 海南旅游目的地服务分析

3.1 基础设施

交通运输: 海南岛陆上交通以公路为主, 有干线直通各港口、市、县, 并有支线延伸到全岛 318 个乡镇和各旅游景点。全省共有港口 54 个, 其中海口和三亚两港口已开辟对外贸易航线条, 和世界 24 个国家和地区有航运业务往来。拥有海口、三亚两个 4E 级标准的大型机场, 开通航线 384 条, 另有专门进行岛内客运的小型客机。海南主要铁路为海南

东环铁路 (建设中)、海南西环铁路、粤海铁路。食宿接待: 海南的“吃”有几大特点: 新鲜、天然、奇特、丰富。游览娱乐: 海南主要的娱乐场所所有酒吧、咖啡厅、夜总会等, 温泉度假区也是重要的娱乐场所, 海南岛已建成 8 个符合国际标准的高尔夫球场和若干个高尔夫球练习场, 设施齐全, 环境各具特色。旅游购物: 《国务院关于推进海南国际旅游岛建设发展的若干意见》 (以下简称《意见》) 提出, 海南要积极开展大型购物商场、专业商品市场、品牌折扣店和特色商业街区, 建设和经营好免税店, 完善旅游城镇和休闲度假区的商业配套设施, 逐步将海南建设成为国际购物中心。

3.2 旅游服务

旅游咨询: 海南已拥有海南旅游咨询服务中心、海南旅游咨询网、海南旅游网等全方位服务的咨询网站。办理入境手续: 《意见》提出, 为了实施更加便利的出入境管理措施, 增加了芬兰、丹麦、挪威、乌克兰、哈萨克斯坦 5 国为入境免签证国家, 至此海南免签证国家达 26 个。财政信贷: 《意见》表明, 中央财政通过税收和发行国债等实现对旅游产业的直接投入, 主要用于旅游产业前期的基础设施建设, 而旅游产业进一步开发所需资金还是要通过多元化的融资渠道来实现。货币兑换: 根据《意见》提出的投资贸易便利化、货币兑换便利化、刷卡消费便利化、资金汇划便利化的金融需求, 这些必将利于实现国际旅游岛的建设。

目前, 美兰机场已开通的国际航线主要有海口至 9 个国家和地区 24 条。另外, 近年来海南的旅游企业越来越重视售后服务工作。通过建立完善的顾客管理档案与顾客回访制度, 在游客返程后, 主动征求游客对景区建设、服务等各方面工作的意见和建议。

3.3 可进入性

海南旅游目的地在设计旅游路线时充分遵循可进入性原则, 使其具有较强的体验功能, 同时, 它也充分考虑到其所涉及的地区和景点是否容易进入和离开, 重视景区 (点) 所在地区的交通状况和基础设施。

4 对海南旅游目的地发展的 SWOT 分析

4.1 优势

4.1.1 区位独特, 旅游资源丰富

海南位于我国南部沿海, 毗邻港、澳、台、粤等地, 又位于连接东亚和东南亚的交通要道上, 与菲律宾、马来西亚、

新加坡等国遥遥相望。目前已开辟了多条与周边地区连通的海运、铁路、航空等线路,区位优势为海南旅游客源市场的开拓创造了有利条件。海南旅游资源丰富,总体上表现为9大旅游景观:海岸带景观,湖泊水体景观,山岳、热带原始森林景观,森林公园与自然保护区,民族风情,历史遗迹,海南风貌,热带风光,海南特产。

4.1.2 政策优势

作为全国最大的经济特区,海南享有其他很多地区所不具有的优惠政策。例如,在吸引海外旅游者方面,海南享有“免签证”、“落地签证”、“异地签证”权的特殊政策,这不仅简化了入境手续,方便境外游客来海南旅游,同时为海南拓展客源市场提供了良好的政策环境。

4.1.3 丰富的特色旅游产品

海南旅游经过十几年的发展,已建成天涯海角旅游区、南山文化旅游区、博鳌旅游区、七仙岭温泉度假休闲区、尖峰岭国家森林公园等一批特色鲜明、内涵丰富的精品旅游景区。随着海南旅游业的不断发展,已经突破单一的观光产品结构,开始向度假旅游、生态旅游、高尔夫旅游、会展旅游、文化旅游等方面拓展。

4.1.4 旅游接待服务设施较完善,交通网络发达

旅游产业已形成较为庞大的规模,目前全省有旅行社150家,各类旅游景区、参观点69家。海南拥有中国第一个10万吨级国际油轮专用码头,旅游汽车1800多辆,自驾车租赁公司16家。旅游行业管理人员17730人,与旅游业直接相关的从业人员超过了13万人。全省98%的A级旅游景区(点)已按标准完成了厕所的改造,医疗设施设备不断改善,城市现代化水平不断提高。全省已形成了基本配套的旅游产业接待体系。

4.2 劣势

4.2.1 旅游资源的脆弱性

海南属于滨海旅游目的地,在具有独特吸引力的同时,也属于脆弱易损型资源。随着近年来旅游业的迅猛发展,游客的大量涌入,开发模式的错位导致对旅游资源持续利用的忽视,已经给资源和环境带来了巨大的压力,造成的环境污染、旅游者感受性体验降低、景观破坏等诸多问题,已在海南初露端倪。

4.2.2 管理和服务水平低,旅游市场混乱

现阶段,由于海南旅游管理体制的改革未能及时跟上旅游业快速发展的需求,海南旅游企业社会化、市场化、规模化程度低,管理体制具有明显的政企不分、条块分割等不健全的特点,旅游行政管理部的管理和服务水平低下,产业内部竞争过度,外部竞争乏力,给海南旅游市场带来严重的负面影响,从而导致了海南旅游业综合竞争力不强。

4.2.3 营销目标单一化

不少旅游目的地只是单纯把旅游接待游客数量及其增长速度和旅游收入等数量作为旅游业绩考核的主要指标,而缺乏对旅游服务质量、目的地社区居民感知及目的地可持续发展的考量。结果造成在旅游促销期内,大量游客涌入,客流量超过环境承载力,给当地社会、环境带来负面的影响。海南在建设国际旅游岛时,要吸取成熟旅游目的地的教训,尽量减少此类现象的发生。

4.3 机遇

2006年5月,海南省政府通过《海南省旅游发展总体规划》;2007年4月,中共海南省第五次代表大会上作出建设国际旅游岛的战略决策;2008年3月,国务院同意海南设立国际旅游岛综合试验区,同年4月,海南省出台《海南国际旅游岛建设行动计划》;2009年年初,海南省政府出台了《关于积极应对金融危机促进旅游经济平稳增长的十项措施》;2010年初,中国国务院发布《意见》,提出国际旅游岛建设发展的六大战略定位,将海南建设国际旅游岛上升为国家战略。这些国家和地方政策的支持为海南国际旅游岛的建设提供了广阔的市场空间。

4.4 挑战

海南的滨海旅游资源与环境并不具有垄断性。放眼周边许多旅游目的地,如济州岛、马尔代夫乃至夏威夷等,由于在气候、生物、水文等地理环境条件及旅游资源都与海南相似,加上旅游设施完善、服务和管理水平高、产品特色鲜明等原因,在国际旅游者的心目中,已树立起稳固的滨海旅游胜地的形象,在国际旅游客源市场上具备很强的竞争力。因此,未来海南能否确立起自身的优势,树立差异化的旅游目的地形象,是海南旅游目的地发展必须要面对的重要课题。

综上所述,海南旅游的发展有良好的优势和发展机遇,但是,也存在着劣势和威胁。只有发挥优势,改善劣势,才能最终实现海南旅游的可持续发展。

参考文献:

- [1] 海南省发展与改革厅.2009年海南省国民经济和社会发展报告[EB/OL].(2010-02-08) <http://news.china.com.cn/rollnews/2010-02/08.htm>.
- [2] 肖光明.旅游目的地营销特点与策略研究—以肇庆市为例[J].热带地理,2008(9).
- [3] 吴碧漪.海南旅游业可持续发展环境分析[J].华南热带农业大学学报,2002(6).
- [4] 谢祥项,安应民,吴珏.海南省旅游产业优势转化对策研究[J].重庆科技学院学报(社会科学版),2007(6).

[作者简介] 杜宇(1984—),女,汉族,河南新乡人,海南大学经济与管理学院2008级企业管理专业硕士研究生,研究方向:市场营销。

(上接P67)

3.3 通过考核,明确责任是关键

集团企业管理层次多,一般以集团章程来规范集团成员企业之间的经营行为,而要使经营行为不偏离预算,必须要实行考核。考核时需要建立科学的考评体系,按责任归属不同采用不同的考评标准,避免出现次优化现象,如

不能用利润指标考核成本中心,不能用成本加成法预算下级单位之间内部结算。要明确责任归属,体现公平、公正原则。对待预算超支和结余,不能盲目下结论进行处罚或奖励,而要充分剔除一些非人为因素,根据调整后的预算进行考核,充分调动组织完成预算的积极性,最大限度地实现企业价值最大化。