

中国旅游服务贸易竞争力的影响因素分析

周经娟, 万红光

(安徽财经大学 国际贸易学院, 安徽 蚌埠 233041)

[摘要] 改革开放以来,我国旅游服务贸易保持了快速、健康的发展,中国旅游服务贸易竞争力越来越强,但与世界旅游强国相比仍有很大差距。实证分析的结果表明:我国旅行社数量对提高旅游服务贸易竞争力有促进作用。旅游交通对我国旅游出口收入有显著影响,其影响力要大于旅游产业组织的影响。我国的旅游人力资源状况对于旅游服务贸易竞争力的影响不显著。

[关键词] 旅游; 服务贸易; 竞争力; 影响因素

[中图分类号] F592 [文献标识码] A [文章编号] 1672-0598(2007)05-0045-04

一、引言

旅游服务贸易是当今世界发展最快、最具发展潜力的产业。1980年全球旅游服务贸易总收入只有1010.16亿美元,1990年增加至2660.50亿美元,1998年为4390亿美元,2003年为5140亿美元,年均增长速度达到6.6%。2005年世界旅游服务贸易出口增加至6850亿美元,年增速达8%,其中1990到1995年增长9%;1995年到2000年增长3%;2000年到2005年增长7%。

旅游服务贸易是我国服务贸易的重要组成部分,2005年运输和旅游服务出口合计占比高达60.5%,旅游创汇已经占到了服务贸易总额的2/3。从1978

—1995年,我国旅游外汇收入的年平均增长率为25.8%,这18年间,我国外贸逆差总共为603.96亿美元,同期旅游外汇收入为437.96亿美元,弥补率达72%。2005年,服务贸易逆差94亿美元,下降3%。其中,运输逆差130亿美元,增长4%;保险服务逆差67亿美元,增长16%,单单旅游顺差达75.37亿美元,增长14%。如表1所示,在“十五”期间,中国旅游服务贸易除2003年受“非典”影响,其他年份均保持快速增长势头,在旅游净出口额上,2005年比2001年增长了36.54亿美元,比2003年增长高达53.18亿美元,增长幅度超过了2002年全年的旅游出口收入。

表1:2001—2005年中国服务贸易及旅游出口额情况 单位:亿美元

年份	2001	2002	2003	2004	2005
服务贸易总出口额	333.4	397.5	467	589	744
服务贸易净出口额	-59.3	-67.83	-85.72	-97	-94
世界旅游服务贸易总额	4680	4890	5370	6350	6850
所占份额	31.3%	30.6%	29.4%	29.1%	28.4%
旅游出口额	177.92	203.9	174.06	242.67	292.96
旅游净出口额	38.83	49.86	22.19	65.9	75.37

数据来源:中国统计年鉴2006年相关数据整理所得,旅游服务贸易总额和比重数据根据《WTO International Trade Statistics 2006》整理所得。

自从改革开放以来,我国旅游服务贸易取得了较快的增长速度。按当年价计算,我国旅游外汇收入增加值从1978年的2.63亿美元上升到2005

年的292.96亿美元,其世界排名从1978年的41位上升至2005年的第4位。与自身相比,中国旅游服务贸易竞争力越来越强,但与世界旅游强国相

• [收稿日期] 2007-05-25

[作者简介] 周经娟(1980—),男,安徽舒城县人,安徽财经大学国际贸易学,硕士研究生,研究方向:国际服务贸易、商务研究。

万红光(1966—),女,安徽财经大学,副教授,硕士生导师。主要研究方向:国际经济学、国际贸易。

比仍有很大差距。为了便于直观的比较,表 2 列出了 2005 年世界主要旅游服务贸易国家的出口以及排名情况。

表 2:2005 年主要旅游服务贸易强国的出口情况及排名 单位:10 亿美元

国别	出口	年增长率	排名	国别	出口	年增长率	排名
中国	29.3	14%	6	德国	29.2	6%	7
美国	102	8%	1	西班牙	47.7	6%	2
法国	42.2	4%	3	澳大利亚	14.9	9%	8
意大利	35.7	1%	4	加拿大	13.6	6%	9
英国	30.3	7%	5	日本	12.4	10%	10

资料来源:根据(WTO International Trade Statistics 2006)整理。

我国拥有良好的自然资源和人文资源,仅联合国教科文组织 2000 年世界遗产名录上所列的 690 个世界遗产中,我国就占 72 个,位居世界第三。^①研究表明,我国自然类和人文类的旅游资源类型居世界第一位的数目超过美国、西班牙、法国等旅游强国。拥有如此丰富的旅游资源,为何中国在旅游服务贸易竞争力方面一直落后于一些旅游强国?影响我国旅游服务贸易竞争力的因素是什么?在此背景下,研究我国旅游服务贸易竞争力的影响因素,对于在“十一五”期间我国旅游业的全面发展和旅游贸易竞争力的提升无疑具有重要的理论意义和参考价值。

二、文献综述与分析框架

(一) 文献综述

随着旅游产业的进一步发展,一些国内学者对于我国旅游服务贸易竞争力进行了研究。高静、梁昭(2006)研究了我国国际旅游服务贸易的竞争力,认为我国的旅游服务贸易具有一定的竞争优势,但与发达国家相比还有差距,同时提出了具有针对性的提升竞争力的策略。董小麟、庞小霞(2007)采用了贸易竞争力优势指数和显示性比较优势指数等相关指标具体测算了我国与其他旅游服务贸易强国的贸易竞争力状况。郭鲁芳、万绪才(2001)在旅游竞争力的定量研究方面做出了开创性的工作,认为评估一国旅游贸易竞争力,应从三个角度进行考察即目前已表现出来的现实竞争力、旅游竞争潜力、未来旅游竞争的发展力。

综观国内外学者的研究动态不难看出,定性分析多,相关的定量分析较少,尤其是影响我国旅游服务贸易竞争力的因素分析更是少之又少,因此本文将运用回归分析的方法具体探讨究竟哪些因素影响着中国旅游服务贸易竞争力的进一步提升。

(二) 分析框架

影响旅游服务贸易竞争力的因素很多,因为旅

游行业本身涉及的层面广泛。整个旅游生产力体系由旅游交通、旅游游览、旅游餐饮、旅游住宿、旅游购物、旅游娱乐、旅行社等产业部门组成的相互联系、相互依赖的综合有机体^②。本文所有涉及旅游服务贸易收入或竞争力特指外国消费者的入境游即国际收入游。

长期以来由于统计制度的不完善,我国旅游业相关指标没有统一的标准,加上旅游产业本身的特殊性,相关数据无法具体获得。综合数据的可获得性并借鉴国内外相关文献,本文将主要度量旅游产业组织、人力资源状况和旅游交通三大因素对我国旅游服务贸易竞争力的影响作用,并以此为基础提出有针对性的提升我国旅游服务贸易竞争力的对策措施。

1、旅游产业组织。旅游产业国际竞争力的最终形成需依靠旅游组织来完成。旅游组织的国际竞争力如何必然决定着产业国际竞争力。旅行社^③是连接旅游服务供应商与旅游者使得旅游交易活动顺利实现的企业,旅行社通过其服务,将与旅游者的旅游需求紧密相连的各个组成要素有机的组合加工成满足市场需求的各种旅游产品,然后销售给旅游者。旅行社是推动旅游产业深入发展的重要因素,旅行社可以通过多种手段为旅游者提供专业化、真实有效的旅游信息,帮助旅游者在进行旅游活动时做出合理的选择。

2、人力资源状况。旅游业是一个劳动密集型的服务业,但是随着市场竞争的日趋激烈,高科技在旅游业中的应用等,对从业人员的素质有了更高的要求。尽管影响一国旅游服务贸易比较优势的因素有很多,但人力资本因素对于现代旅游服务贸易的发展有着至关重要的作用。由于新的技术、新的消费者、新的管理模式、新的环境因素等出现,旅游市场的日益多元化,尤其是产业资本与金融资本、知识资本的结合等等,新时代旅游业的营运模式起来巨大的变化,旅游服务贸易的竞争因而更趋多样化,与传统的大众旅游已有了明显的区别,这就必然要求旅游专业人才有更好的素质和完善的知识结构。

3、旅游交通。旅游交通是实现旅游需求的先决条件,是发展旅游业的命脉,也是旅游收入和旅游创汇的重要来源。交通运输对旅游服务贸易的发展有着深刻的影响,任何旅游者要使旅游活动得以顺利进行,都必须借助于良好的交通条件和一定的运输工具这两个重要的载体。旅游资源依赖旅游者来访而产生效益,没有健全的旅游交通体系,

就不可能有规模化和长期发展的旅游经济。旅游资源潜力再大,如果没有快捷便利的交通做后盾,也就无法发挥其优势。在国际旅游服务贸易中,航空交通的作用逐渐增强,对于远距离的游客,海运和铁路运输几乎不可能满足其旅游的需求。

三、数据与模型

(一)指标的选定

根据以上的分析,本文设定多元回归模型如下:

$$Y = \alpha + \beta_1 IB + \beta_2 HR + \beta_3 FX + \epsilon$$

模型中各变量的定义与度量如下:

Y:旅游服务贸易国际竞争力,以国际旅游外汇收入^④来表示。为消除价格变化的影响,本文对外汇收入进行了处理,将1995—2004年的外汇收入除以历年的价格变动因素,得出了实际的出口收入。

IB:旅游产业组织,以每年的旅行社数量来衡量。

HR:人力资本状况,由于统计数据难以获取,最初是通过选取旅游院校数来表示,但回归结果没有解释力,所以改为选取我国旅游院校学生数量来表示。

FX:旅游交通状况,以定期航班航线数量来表示。由于本文要研究的是国际旅游服务贸易竞争力,主要是考察入境游的情况,所以相对于海运、铁路和公路运输而言,航空运输对国际旅游服务贸易的作用更大。

(二)方法的说明

本文采用了EViews统计软件分析,对1995—2004年共10年的数据进行了回归分析,数据分别来自《中国统计年鉴》、《中国旅游统计年鉴》、《中国国际收支平衡表》。为检验模型是否存在自相关性,使用了广义差分法从而消除自相关性。

四、回归结果与讨论

根据选定的数据进行了回归分析,回归结果如下表所示。根据回归结果,调整后的R²在0.9以上,显示模型有很好的拟合优度;模型通过了5%的F检验,说明该模型的线性关系是显著的,即表明模型中的解释变量对被解释变量的“总影响”是显著的。通过观察t统计量,解释变量FX和IB的t检验值均大于t_{0.05/2}说明解释变量FX和IB对被解释变量线性作用显著,由于HR的t检验值=0.2664 < t_{0.05/2} = 2.201,说明自变量HR对因变量的线性作用不显著。同时估计结果显示,AR(1)的t检验显著,说明确实存在一阶自相关性,并且自相关系数的迭代估计值为-0.973427。

表3:我国旅游服务贸易竞争力影响因素的回归结果

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-12.51296	9.077266	-1.378495	0.1981
IB	0.005447	0.002256	2.414693	0.0364
HR	2.04E-05	7.67E-05	0.266432	0.7953
FX	0.041630	0.017124	2.431131	0.0354
AR(1)	-0.973427	0.31398	-3.46897	0.007
R-squared	0.973400	Mean dependent var		61.32100
Adjusted R-squared	0.965420	S. D. dependent var		34.52445
S. E. of regression	6.420026	Akaike info criterion		6.791678
Sum squared resid	412.1674	Schwarz criterion		6.974266
Log likelihood	-43.54174	F-statistic		121.9814
Durbin-Watson stat	2.186777	Prob(F-statistic)		0.000000

回归结果表明:

1、旅行社数量对旅游服务贸易竞争力有显著影响,这表明随着旅行社数量的增加,旅游服务贸易外汇收入会相应的增长。旅行社业是旅游产业的先导产业,旅行社的性质和发展水平,将影响整个旅游业的发展水平。我国的旅行社业在经历1987—1991年的平稳增长后,1992年开始进入快速增长期,1992—1994年平均增长率达30.02%^⑤。从1995年开始步入调整期,旅行社数量不在刚性上升。从我国旅行社业的规模结构来看,小规模旅行社占绝对多数;从地理分布情况来看,东南沿海和经济发达地区数量明显多于中西部地区,分布相对比较合理;从经营状况来看,行业利润逐年下降,我国旅行社业已经成为一个低利润行业。

虽然旅行社在发展中存在一些问题,但目前增加旅行社数量对旅游出口收入的增加还是有很大的促进作用。

2、定期航班航线数量对旅游服务贸易外汇收入有显著影响。交通是旅游业发展的充要条件,交通条件的优劣在很大程度上决定了旅游服务贸易发展的快慢。在国际旅游中,火车和汽车的优势无法发挥,航空运输的优势将更加明显,特别是增加新的航班和开辟新的航线将大大激起旅游者的游览欲望。同时回归分析也清楚的显示,旅游交通状况对旅游外汇收入的影响要大于旅行社数量这一因素的影响。一般来说,在旅游目的地选择上,交通的便利与否是影响旅游者决策的重要因素。

3、人力资本对旅游服务贸易竞争力的影响不显著。这与我们一般的常识相违背,但实证回归的结果却显示人力资本的衡量指标旅游院校数与旅游外汇收入之间并没有显著的线性关系,这与理论预期不符。究其原因主要有以下几点:(1)在旅游人才资源形成机制方面存在缺陷。没有正确的区分旅游教育与培训,表面上看二者没有多大区别,

其实质是教育与培训是同一事物的两极,前者注重培养学生的理念,后者强调的是对技能的掌握。旅游院校的职能本来应以培养旅游业高级人才为主,但就目前中国的实际情况来看,不同层次的旅游教育分工不明确,从而没有发挥旅游教育的真正作用。(2)旅游教育不能适应国际旅游服务贸易的现实需要。随着我国旅游服务贸易的快速发展,旅游业参与国际竞争日趋激烈,但在旅游教育内容中,有关参与国际竞争、国际经营、跨国经营等知识虽然有所涉猎,但深度远远不够,大多只停留在较低层次的了解水平,没有很好的结合当前国际旅游服务贸易的实践,进而造成了我国大量缺乏具有国际化视野的跨国人才,长期来看是不利于我国旅游服务贸易竞争力的提高。

五、结论与对策建议

与世界旅游发达国家相比,中国旅游业的市场竞争力还很不够,一些标志竞争力和发展水平的指标较低,这反映了中国旅游业现阶段规模与效益的不对称,这也正是我国与世界旅游强国的主要差距所在。本文通过实证研究发现,影响我国旅游服务贸易竞争力的因素主要有旅游交通和旅行社的发展情况,相比较而言,旅行社的数量对旅游出口收入的影响要小于旅游交通对旅游出口收入的影响。我国的人力资源状况对旅游服务贸易竞争力的提高影响不明显。

本文的政策性建议在于:(1)加大旅游基础设施的建设。对于一些新开发的旅游度假区和景点要增加航空运力,并适时的拓展具有针对性的定期航线,从而更大限度地吸引海外游客;(2)应与时俱进的推进旅行社的改革。目前我国的旅行社组织还是比较分散的,尽管数量相对比较多,但缺乏真正的具有很强竞争力的国际旅游企业集团,为此应该整合资源优势,加速把小旅行社集中化的步伐,形成集团化、网络化的跨国企业;(3)尽快把旅游方

面丰富的人力资源转化为人力资本。尽管目前人力资源对提高旅游服务贸易竞争力的影响不显著,但从一个侧面反映出人力资本的潜在价值。为此要根据我国旅游业的发展对人才的需要,有计划、有步骤的发展旅游教育,培养旅游专业人才,尤其要重视高层次经营管理者的培养,积极创造条件和机遇,让旅游教育主动参与到国际旅游竞争的实践中去,培养一批复合型的旅游方面的高级人才队伍。

[注 释]

- ① 旅游资源是指凡能够吸引旅游者的,并能产生经济效益与社会效益的自然因素和社会因素或其他任何因素,旅游资源是旅游活动的客体和旅游业的基础。
- ② 参见杨森林、郭鲁芳:《中国旅游业国际竞争策略》上海,立信会计出版社,1996年:第18—22页。
- ③ 对于旅行社的定义世界旅游组织和中国有所不同。实际旅游组织定义为:零售代理机构向公众提供关于可能的旅行、居住和相关服务;1996年10月国务院颁布的《旅行社管理条例》规定:旅行社是指有营利目的,从事旅游业务的企业。
- ④ 国际旅游(外汇)收入:指入境旅游的外国人、华侨、港澳同胞和台湾同胞在中国内地旅游过程中发生的一切旅游支出,对于国家来说就是国际旅游(外汇)收入。
- ⑤ 丁力:《旅行社经营管理》,高等教育出版社1998年版,第167页。

[参考文献]

- [1] 杨森林,郭鲁芳,王莹. 中国旅游业国际竞争策略[M]. 北京立信会计出版社,1999.
- [2] 赵卫亚. 计量经济学教程[M]. 上海财经大学出版社,2003.
- [3] 董小麟,庞小霞. 我国旅游服务贸易竞争力的国际比较[J]. 国际贸易问题,2007,(2).
- [4] 杨英宝. 旅游竞争研究的回顾与展望[J]. 世界地理研究,2002,(2).
- [5] 冯学钢. 中国旅游业发展环境国际竞争力比较研究[J]. 世界经济研究,2003,(7).
- [6] 董小麟,庞小霞. 我国旅游服务贸易竞争力的国际比较[J]. 国际贸易问题,2007,(2).
- [7] 田喜洲. 入世背景下的中国国际旅游服务贸易[J]. 社会科学家,2003,(3).
- [8] 宋才发. WTO规则与中国旅游服务业的发展及保护[J]. 商业经济与管理,2004,(2).

(责任编辑:杨 睿)

Analysis of influential factors of tourism service trade competence of China

ZHOU Jing—juan, WAN Hong—guang

(School of International Trade, Anhui University of Finance and Economics, Anhui Bengbu 233041, China)

Abstract: Since China implemented the policy of reform and opening to outside world, China's tourism service trade rapidly and healthily develops, China's tourism service trade competence becomes stronger and stronger but has big gap when comparing with strong tourism countries in the world. The empirical analysis results indicate that the number of China's travel agencies has promoting effect on raising tourism trade competence, that tourism transportation has strong effect on China's tourism export revenue and that this effect is bigger than tourism industrial organizations and that the effect of China's tourism human resources situation on tourism service trade competence is not obvious.

Keywords: tourism; service trade; competence; influential factor