

# 我国社会旅馆业发展策略研究\*

安徽财经大学 唐超

[摘要] 本文对社会旅馆在我国旅游产业发展中的地位、作用和现状进行了深入考察,指出了目前我国社会旅馆业面临的问题,并对社会旅馆业的未来发展进行了初步设想和探索。

[关键词] 社会旅馆,现状,问题,发展策略

旅游住宿设施是旅游业发展的物质基础。自 1978 年以来,我国旅游住宿设施在“五个一起上”的政策引导下,旅馆、饭店的投资热潮此起彼伏,并取得了令人瞩目的成就。截至 2002 年底,全国旅游住宿设施达 27.61 万个。其中星级饭店 0.89 万家;社会旅馆 8.40 万家;个体旅馆 18.32 万家。如此规模的旅馆、饭店,以其不同的经济类型和规模档次为我国旅游业持续、快速发展提供了有力的物质保障,同时也极大地优化了我国各地的投资环境,为当地扩大对外开放、吸引外商投资创造了良好的条件。

然而旅游住宿设施的过速发展,尤其是 1991 - 1999 年期间,我国旅馆、饭店与客房数量均增长 80% 以上,远远超过同期旅游人数的增长速度。在数量失衡的同时,旅游住宿设施的结构矛盾也日趋突出。这种结构性矛盾,已无法适应我国旅游市场上国际旅游增长缓慢、国内旅游飞速增长的需求结构。结果造成旅馆饭店市场秩序混乱,低价竞争盛行,旅游住宿业整体出现严重亏损。2002 年,全国旅游住宿业亏损总额达 108 亿元,其中星级饭店亏损 30.33 亿元,社会旅馆亏损 77.37 亿元。不佳的经营业绩,尤其是社会旅馆业的巨额亏损,不仅成为我国旅游业增长模式转型的障碍,也使得大量国有资产闲置、低效甚至无效运营。国有资产存在严重流失和贬值的现象。因此,当前我国社会旅馆的经营管理和存量资产的调整与优化,亟待引起我们的高度关注。

## 一、我国社会旅馆业的发展现状及特点

社会旅馆系指非旅游部门主管的、主要由国家机关和企事业单位建设并经营管理的宾馆、饭店、招待所、疗养院、培训中心和会议中心等,并与旅游饭店和个体旅馆共称为旅游住宿设施。随着产权制度改革和多元经济成份的加盟,社会旅馆业也存在少量的私营以及港澳台、外商投资旅馆、饭店。

到 2002 年末,全国共有 84002 家社会旅馆,客房总数为 393.26 万间,床位总数达 836.55 万张,固定资产原值 3733 亿元,从业人员 342.79 万人。从某种程度上说,我国的社会旅馆是计划经济条件下的产物,在我国社会、经济及旅游业的发展过程中发挥了独特的作用,并体现出以下特点。

### (一) 国有资产规模庞大

与大多数行业中的国有企业一样,我国社会旅馆业也聚集了大量的国有资产存量,国家旅游局的统计数字显示,2002 年,全国 84002 家社会旅馆中,仅国有、集体单位就高达 6.04 万家(国有 33728 家,集体 26663 家)占社会旅馆总数的 77% 以上,国有社会旅馆的固定资产原值高达 2399.82 亿元,占社会旅馆业全部固定资产总额的 76% 以上。而在同期,全国旅游业(旅行社、星级饭店、旅游景区、旅游车船公司、社会旅馆及其他旅游企事业单位)的固定资产总额为 8238.20 亿元,社会旅馆业中的国有固定资产竟独占全国旅游业固定资产总额的 29% 以上! 社会旅馆业中国有资产规模及其在我国旅游业中的地位由此可见一斑。而这一数字尚未包括社会旅馆业其他所有制形式中的国有资产,如股份合作单位、有限责任单位、联营单位等。见表一。

表 1 2002 年全国社会旅馆业基本情况

	单位数(家)	客房总数(间)	床位总数(张)	固定资产原值(万元)	年末从业人员(万人)
总计	84 002	3 932 626	8 365 536	37 326 191	342.79
国有单位	33 728	1 894 445	4 078 410	19 077 906	163.54

术人员到一些国家重点工科院校,培养他们的创新能力。同时,在一些大型的、技术先进的外资或合资企业建立实习基地,通过生产实践培养他们的动手能力。使他们成为既有扎实的理论基础又有熟练的动手能力的高级技术人员。

5、拓宽经费投入渠道,加大蓝领培养和培训的经费支持力度。政府要加大对高等职业教育的投入,增加高等职业教育专项补助经费,确保职业教育的财政性经费和生均事业经费逐年增长。调整普通高等教育与高等职业教育的公共教育经费的分配结构,努力做到二者协调发展。政府应出台相关政策,鼓励社会团体、个人、企业及国外投资者捐资助学。对于承担职业教育培训任务的企业给予减免税收的优惠或政府给予经费补贴。学校自身应积极发挥自身优势,主动扩大教育机会,根据社会需求举办各种非学历教育,既满足了社会的需求,也为学校创造了收入。同时,应该制定相关的规定要求大中型企业必须拥有对外开放的员工实习和培训设施,充分利用企业资源,来弥补经费紧张、培训设施、设备投入不足的状况,促进职业技术教育的发展。

\* 此研究受到安徽省教育厅人文社会科学研究项目(2003jw093)资助



	单位数(家)	客房总数(间)	床位总数(张)	固定资产原值(万元)	年末从业人员(万人)
集体单位	26 663	909 687	1 981 585	4 920 392	64.23
股份合作单位	3 327	143 840	308 499	1 251 622	11.29
联营单位	380	16 417	34 240	173 768	1.14
有限责任单位	7 469	452 544	928 532	5 114 660	48.53
私营单位	9 189	267 262	548 297	926 594	22.43
股份有限单位	1 680	112 922	230 556	1 404 592	12.81
其他单位	444	12 354	25 146	86 487	1.05
港澳台商投资	694	75 555	138 615	2 123 110	11.74
外商投资	428	47 601	91 655	883 383	6.03

资料来源:根据《2003 中国旅游统计年鉴》中有关数据计算制作

### (二) 社会旅馆规模普遍较小

由于社会旅馆大多为国家机关、企事业单位所建,因此社会旅馆的规模普遍较小。2002 年末,在全国 84002 家社会旅馆中,客房总数少于 50 间的单位高达 5.80 万家,占当期社会旅馆总数的 69%;50—99 间的有 1.86 万家,占总数的 22%,两项相加,100 间客房以下的社会旅馆已占社会旅馆总数的 91%。见表—2。

### (三) 社会旅馆多为经济型、档次较低

表 2 2002 年全国社会旅馆业基本情况(按规模分)

	单位数(家)	客房总数(间)	床位总数(张)
总计	84 002	3 932 626	8 365 536
300 间以上	347	335 658	648 455
100 - 299 间	7 114	1 006 564	2 061 557
50 - 99 间	18 572	1 242 413	2 629 082
小于 50 间	57 969	1 347 981	3 026 442

资料来源:根据《2003 中国旅游统计年鉴》中有关数据计算制作

32%,两项相加,2002 年,全国社会旅馆中床位价格在 50 元/天以下者占总数的 62%以上。见表—3。

### (四) 在旅游产业发展中的作用日趋重要

我国社会旅馆业的发展是随着我国社会经济及旅游业的快速发展而逐步壮大的,经过 20 多年,尤其是近几年的迅猛发展,国内旅游市场已逐渐走向成熟。资料显示,目前国内大多数旅游者已经是成熟的、理性的大众旅游消费者,所需住宿设施是以中低档价格旅馆饭店为主。而社会旅馆正是以其中低档价格迎合了这一消费市场的需求。一些国家机关、企事业单位在度假地和景区所建的疗养院、招待所、培训中心,除作为本单位的接待、培训场所,同时对外营业,从而大大缓解了景区和度假地在旅游旺季及“黄金周”期间住宿设施紧张的局面。

表 3 2002 年全国社会旅馆业基本情况(按档次分)

	单位数(家)	客房总数(间)	床位总数(张)
总计	84 002	3 932 626	8 365 536
100 元以上/日	10 554	1 000 496	1 944 772
50 - 100 元/日	21 099	1 199 947	2 492 532
20 - 50 元/日	27 051	1 130 918	2 498 081
20 元以下/日	25 298	601 264	1 430 151

资料来源:根据《2003 中国旅游统计年鉴》中有关数据

计算制作

规模化、服务规范化、管理科学化的市场环境下,由于社会旅馆业在资产结构、经营管理等方面的改革严重滞后,使得社会旅馆的优势没有得到充分发挥,反而显现出经营越来越艰难的局面,进而达到整个行业全面亏损的境地。目前,我国社会旅馆业面临的问题主要表现在以下几个方面:

表 4 2002 年全国社会旅馆业基本情况(按开业时间分)

开业时间	单位数(家)	客房总数(间)	床位总数(张)	年均床位出租率(%)	年末从业人员(万人)
1980 年以前	8 955	528 710	1 163 759	37.21	48.85
1981 - 1990 年	19 589	978 193	2 129 020	36.46	67.08
1991 - 2000 年	46 963	2 091 482	4 378 105	37.60	195.44
2001 - 2002 年	8 495	334 241	694 652	36.98	31.42

资料来源:根据《2003 中国旅游统计年鉴》中有关数据计算制作

在我国旅游企业中,社会旅馆属于国内旅游住宿设施。由于投资主体、设施设备、服务项目、服务对象等原因,使得我国社会旅馆多为经济型、档次较低。2002 年,客房床位价格在 20 元/天以下的社会旅馆为 2.53 万家,占当期全国社会旅馆总数的 30%以上,20—50 元/天的有 2.71 万家,占社会旅馆总数的

30%以上,20—50 元/天的有 2.71 万家,占社会旅馆总数的

### (五) 为社会提供大量就业机会

统计资料显示,2002 年末,社会旅馆业从业人员高达 342.79 万人,占同期全国旅游业从业人员总数 612.63 万人的 56%以上。其中国有和集体单位从业人员 227.77 万人,占社会旅馆业从业人员总数的 66%,占全国旅游业从业人员总数的 37%,为社会做出了较大贡献。

### 二、当前我国社会旅馆业面临的问题

近几年来,在投资主体多元化、经营

(一) 规模不经济, 缺乏市场竞争力。由于 70% 以上社会旅馆的客房总数少于 50 间, 加之绝大多数社会旅馆系独立经营, 因此在经营成本、管理水平、市场营销、人力资源等方面缺乏竞争力。加入 WTO 以后, 随着国外各类大型饭店集团的进入, 以及国内较具实力的饭店集团的兼并和重组热潮, 社会旅馆业正面临着日益严峻的双重压力, 经营管理举步维艰。

表 - 5 2002 年全国社会旅馆出租率情况

	单位数(户)	客房总数(间)	床位总数(张)	年均床位出租率(%)
宾馆饭店	30 733	2 017 578	4 136 763	40.38
旅馆	20 542	628 436	1 370 738	34.80
招待所	27 196	993 647	2 208 441	35.29
疗养院	266	15 072	33 561	36.30
培训中心或会议中心	2 640	153 288	335 917	34.92
其他	2 624	124 605	280 117	41.86

资料来源: 根据《2003 中国旅游统计年鉴》中有关数据计算制作

(二) 管理水平落后, 难以满足市场要求。长期以来由于相当一部分社会旅馆, 如招待所、疗养院和培训中心等, 隶属于国家机关和企事业单位, 且由内部人管理, 从而养成了浓厚的官商作风, 管理思想落后, 对市场的发展和变化反应迟钝, 卫生、安全和服务有时甚至达不到旅游者的基本要求, 因此受到市场的冷落, 导致一些景区和度假地出现了大量接待设施闲置, 而旅游者又抱怨旅游目的地没有足够的接待设施的怪现象。

(三) 设施设备老化, 亟待更新改造。由于历史原因, 不少招待所、疗养院建于改革开放初期, 设施设备严重老化, 已难以满足现代旅游市场的消费要求, 更新改造势在必行。但是, 在现实金融体制框架下, 社会旅馆从金融机构获取资金支持的可能性极小。因此, 社会旅馆已陷入亟待更新改造, 而改造资金又严重匮乏的两难境地。

(四) 营业绩差, 国有资产流失严重。基于上述原因, 我国社会旅馆业经营业绩差, 亏损严重也就不足为奇了。2002 年, 尽管全国社会旅馆业的营业收入为 1093.85 亿元, 但亏损却高达 77.4 亿元, 出现了全行业亏损的悲惨局面。见表 - 6。在 77.4 亿元的巨额亏损中, 仅国有和集体单位的亏损就高达 26.73 亿元, 占全行业亏损的 34.53%, 若加上其他单位中的国有资产, 则国有资产的流失和贬值程度将更加惊人。

表 - 6 2002 年全国社会旅馆业主要经济指标

单位: 万元

	营业收入	营业税金及附加	利润总额	固定资产原值
总计	10 938 489	610 146	- 773 656	37 326 191
国有单位	5 164 522	264 186	- 247 755	19 077 906
集体单位	1 551 269	93 439	- 19 452	4 920 392
股份合作单位	337 555	19 856	- 44 768	1 251 622
联营单位	33 967	1 988	- 1 396	173 768
有限责任单位	1 890 128	110 363	- 192 719	5 114 660
股份有限公司	503 010	30 058	- 19 824	1 404 592
私营单位	618 620	41 494	- 18 496	2 290 272
其他单位	23 023	1 699	- 821	86 487
港澳台商投资	611 213	34 761	- 158 187	2 123 110
外商投资	205 183	12 291	- 70 237	883 383

资料来源: 根据《2003 中国旅游统计年鉴》中有关数据计算制作

### 三、我国社会旅馆业新世纪发展策略

进入新世纪, 随着我国国民经济持续、健康的发展, 人们可自由支配收入的增加以及闲暇时间的增多, 利用假期外出旅游的人会越来越多, 国内旅游市场必将进一步扩大, 加之消费结构的改变, 这些都为社会旅馆业在新世纪创造了广阔的发展空间。但是, 社会旅馆业也需要抓住机遇, 与时俱进, 在资产重组、经营管理等方面进行战略调整, 以适应新世纪旅游业的发展要求。

(一) 国有资产应进行战略重组。从以上对我国社会旅馆业资产状况的分析, 我们已经得出在社会旅馆业中国有经济比例过高的结论。我国已进入“混合经济”时代, 社会旅馆业中过高的国有资产应快速、有序地退出这一行业, 实现战略性重组。通过改组、转制、租赁、托管、合资、兼并等资本运营手段, 使国有资产从实物形态转变为价值形态。在社会旅馆业大力推进私营经济、集体经济和吸纳多元投资主体, 培育具有混合经济特色的股份制经济, 真正实现适应市场经济要求的多种企业制度和经济成份的并存。而资产重组和产权流动必将引起社会旅馆业中国有经济内部的分化, 从而为经营管理水平较高的国有旅馆、饭店提供了资本运营的空间。毫无疑问, 通过资本存量的流动、重组、重置, 可以充分发掘国有资产的潜力, 实现资源的优化配置。

# 丹东市旅游文化开发研究

辽东学院 郑德平

[摘要] 丹东市是中国最大的边境城市,其文化作为重要的旅游资源是开发中需要进一步挖掘和整理的。典型的边境文化是这个城市最张扬的个性,是旅游业发展不竭的动力。

[关键词] 丹东市,旅游文化,个性

依山濒江濒海的丹东市,是一个只有75年历史的年轻城市,城市的风格受自然地形与气候条件及地域发展影响,城市清新、明快、干净、整洁。

丹东是辽宁旅游业发展的“金三角”的一个重要端点。城市规划的现代设计理念,增添了这座城市的艺术魅力;每年一度的鸭绿江国际旅游节,为这座城市增添了文化魅力。

## 一、丹东市旅游文化开发的SWOT分析

### (一) 旅游文化开发的SWOT分析内涵

SWOT—优势(Strengths)—弱势(Weaknesses)—机遇(Opportunities)—威胁(Threats)这种分析最初是在制定企业或区域发展战略和进行竞争对手分析中经常被使用的一种方法。SWOT分析实际上是将对区域外部条件各方面内容进行综合和概括,进而分析组织的优劣势、面临的机会和威胁的一种方法。其中,优劣势分析主要是着眼于区域自身的实力及其与竞争对手的比较,而机会和威胁分析将注意力放在外部环境(分为两大类:一类表示环境威胁,另一类表示环境机会。环境威胁指的是环境中一种不利的发展趋势所形成的挑战,如果不采取果断的战略行为,这种不利趋势将导致区域的竞争地位受到削弱。环境机会就是对区域行为富有吸引力的领域,在这一领域中,该区域将拥有竞争优势)的变化及对区域的可能影响上,但是,外部环境的同一变化给具有不同资源和能力的区域带来的机会与威胁却可能完全不同,因此,两者之间又有紧密的联系。

### (二) 丹东市旅游文化开发的优势分析

1. 地缘优势。丹东是中国通往朝鲜半岛的最佳陆上通道,交通设施充分现代化(丹东—沈阳,丹东

(二) 强化内部管理,提高服务质量。随着人们生活水平的不断提高,旅游者对旅游住宿设施的要求也随之提高。作为提供中低档次住宿服务的社会旅馆,可以在硬件档次、服务项目上进行适当调整,以适应大众消费的要求。但是,社会旅馆更应在服务质量上满足旅游者的心理需求,尤其是在服务意识、卫生、安全、实用性等方面满足旅游者的基本需求。尽管大多数社会旅馆规模小、档次低,仍应尽快建立和完善符合现代旅游市场发展趋势的各项规章制度和服务规范,并借鉴星级酒店的相关管理办法,不断提高服务质量。

(三) 发挥行业优势,创造规模经济。社会旅馆业应发挥分布面广、又相对集中的优势,建立自己的预订网络,充分利用高度发达的信息技术,实现资源共享、信息共享。在行业内推行多种形式的连锁经营、联合经营、或委托经营,从而实现规模经营,降低经营成本,提高经营效益,逐步改变社会旅馆多、杂、散、乱的现象,树立社会旅馆业新的、良好形象。

(四) 开展网络营销,扩大市场空间。随着旅游电子商务的迅猛发展,社会旅馆要想获得生存和发展的空间,就必须充分利用互联网的优势,使自己的产品突破时间、空间的限制,与旅游消费者建立更加直接的联系,形成更大的客源市场。应该说,在网络营销方面,社会旅馆与旅游饭店和星级酒店相比尚存在较大的差距。当前,社会旅馆业应高度重视网络营销所蕴藏的巨大商机,因为在网络普及率较高的地区,每一个终端都有可能成为自己现实的或潜在的客户。对社会旅馆业来说,网络营销不仅可以大幅度降低营销和推广费用,还可以有效降低技术开发费用和风险。如果社会旅馆业将自己的专业网络与全国性的旅游信息网络乃至国际互联网携手合作,将会形成一个覆盖范围广泛、信息资源丰富、信息传递速度更加快捷的服务体系。毫无疑问,该体系将会使社会旅馆在经营中获得更大的市场空间。

(五) 倡导个性化服务,提升竞争优势。近几年来,旅游消费正日益走向大众化,而来自社会不同阶层的游客对旅游有着不同的需求。传统的团体旅游正受到自助旅游、结伴旅游、家庭旅游等个性化旅游形式的挑战。正是由于旅游市场消费需求结构的多层次性,为社会旅馆业提供了极具潜力的发展空间。在为游客提供标准化、规范化服务的基础上,社会旅馆更应注重对不同游客提供较具针对性的个性化服务,如在环境、设施、设备等方面,社会旅馆可以利用“船小调头快”的优势,尽可能为有不同喜好的客人提供方便、舒适的服务,使他们真切感受到“家”的温馨。应当说,社会旅馆在这方面的潜能与星级酒店相比,毫不逊色。

### [参考文献]

- [1]魏小安,刘赵年,张树民.中国旅游业新世纪发展大趋势[M].广东:广东人民出版社,1999.
- [2]王元.市场竞争与企业对策[M].广东:广东旅游出版社,1997.
- [3][美]查尔斯·汉普登,等.国家竞争力[M].海南出版社,1997.
- [4][美]威廉·瑟厄波德(William Theobald)著;张广瑞,等译.全球旅游新论[M].中国旅游出版社,2001.
- [5]Peter Johnson, Barry Thomas. Choice and Demand in Tourism[M]. Mansell Publishing Ltd. 1994.