

广东省文化旅游服务贸易发展问题研究

孙俊 赵玲莉

(广州工商学院 商学院 广东 广州 511363)

摘要: 随着各国之间经济文化交流变得日益频繁,世界贸易发展的整体趋势也在不断发生变化,逐渐打破传统贸易的格局,开始有所突破,向现代新兴技术贸易、服务贸易转变发展。

服务贸易正以迅猛的势头带动着世界贸易发展新格局的形成,其中最具潜力的旅游服务贸易也具有自身发展的独特优势,日益成为服务贸易中稳步增长的主力军。与此同时,我国凭借灿烂的历史文化优势及独特的自然地理风光条件,在发展文化旅游服务贸易中也带有明显优越性,文化旅游服务贸易作为一种独特的贸易类型,将在我国今后的贸易中占据重要地位。本文从广东省自身经济文化发展特色出发,针对广东省文化旅游服务贸易发展中存在的问题,提出相应的具有建设性的意见及建议,从而促进广东省文化旅游服务贸易发展。

关键词: 文化旅游服务贸易;广东省;对外贸易

一、广东省旅游服务贸易发展现状分析

旅游服务贸易作为广东省服务贸易中的新增长点及重要的组成部分,为广东省对外贸易进出口额提高方面做出重要贡献。旅游服务贸易体系庞大,是广东省创汇收入的主要产业之一,相较于传统对外贸易发展模式,文化旅游服务贸易具有其得天独厚的特点及优势。^[2]

(一) 广东省旅游总收入分析

根据广东省统计年鉴有关《2015-2020年旅游总收入占GDP比重》(见图1)报告显示,2015年全省实现旅游总收入超万亿元,同比增长超11%;2019年全省旅游总收入达到历史新高,突15157.95亿元,占全省GDP的综合贡献率14.08%,位居全国第一。2020年受新冠肺炎疫情影响,旅游业发展速度有所下降。从广东省旅游总收入及GDP占比两方面对比分析,可以看出全省旅游经济发展前景可观。全省旅游总收入在2015-2019年间呈现阶梯式涨幅趋势,在收入不断增长的同时,对GDP的综合贡献率更是突破14%的比重。尽管是受新冠肺炎疫情影响下的2020年,也能在广东省文化和旅游厅积极有效的政策部署下,建设发展文化和旅游项目,推动文化产业及旅游业复苏发展,取得旅游总收入4690.59亿元的成效。

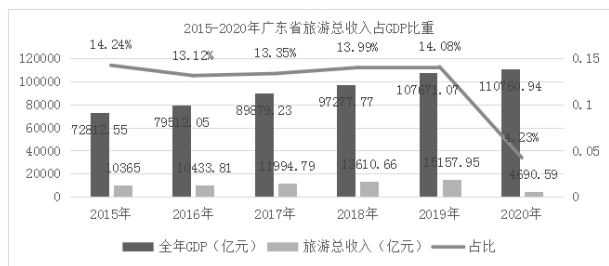


图1 2015-2020年旅游总收入占GDP比重

数据来源:广东省统计年鉴

(二) 广东省接待游客市场情况分析

在发展旅游服务贸易中,游客的客源市场是衡量旅游统计数据的重要因素指标之一。根据广东省统计年鉴中

《2015-2020年广东省接待旅游总人数及总收入统计图》可以看出(见图2),2015-2020年度,广东省旅游规模逐渐扩大并取得显著的成效。如图所示,全省接待游客总人数从2015年36225.2万人次逐渐增长至2019年53141.02万人次,呈现显著上升趋势。由于2020年受新冠肺炎疫情影响,广东省接待游客人数有所下降,但与全国各省接待游客总人数情况相比,仍具有一定优势。

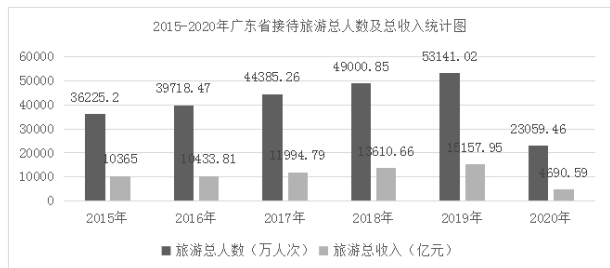


图2 2015-2020年广东省接待旅游总人数及总收入统计图

数据来源:广东省统计年鉴

广东省入境游客人数的逐渐增加,也为广东省创汇收入带来增长。根据广东省统计年鉴的报告显示,在2015-2020年度广东省入境旅游人数及旅游创汇收入统计图可以看出,2015-2019年入境旅游人数接待数量连年增加,在2019年达到最高值。与此同时,也相应的带动了广东省外汇收入的提高。

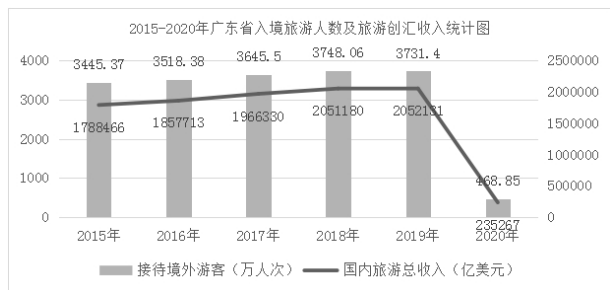


图3 2015-2020年度广东省入境旅游人数及旅游创汇收入

统计图

数据来源:广东省统计年鉴

（三）广东省旅游交通情况分析

交通基础设施是保障旅游服务贸易发展的重要基础设施因素。交通工具作为重要的硬件设备，对于发展旅游业产生重要的影响。目前随着我国高铁技术的发展，已经加大了改变了我们出行的时间成本，缩短了区域之间的距离，进而带动了整体交通运输业的发展。并且广东省地区利用自身沿海优势，在“粤港澳”大湾区发展的带动之下，也为当地发展旅游服务贸易提供了广阔的交通空间。根据2015-2020年度广东省高铁建设数量及里程数统计图可以看出，从2015年开始，广东省高铁建设数量连年增加，呈现稳步增长态势。并且在2020年达到高峰，由2015年的7条稳步增长到2020年的14条之多，并且里程数也随之逐渐增加，呈现增长态势。

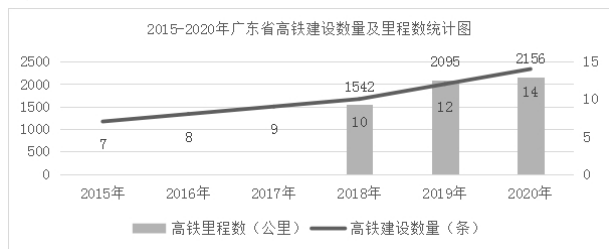


图4 2015-2020年度广东省高铁建设数量及里程数统计图
数据来源：广东省统计年鉴

二、广东省文化旅游服务贸易发展现状分析

就广东地区而言，在发展文化旅游服务贸易中具有优越的自身条件。广东省地理位置优越、气候宜人、风光旖旎，有着悠久的历史 and 灿烂的自然、人文景观优势。不仅如此，广东省社会稳定、经济发展增长速度较快，为文化旅游服务贸易发展营造了良好的经济社会文化环境。尤其是近几年来，各项基础配套设施逐步完善并达到一定高度，为文化旅游服务贸易的发展提供了有利的物质支持。^[1]

（一）广东省文化旅游服务贸易发展综合竞争力分析

1. 历史文化优势

广东省不仅具有优越的自然风光，历史文化物质资源也相当丰富。广东省有6个地市被国务院列为“国家级历史文化名城”；与此同时，拥有不可移动文物约2.5万处，可移动文物约87万处；拥有国家、省、市、县文化保护单位约5912个。在革命历史文化宣传中，广东省也具有自身的明显优势，建成4A级以上国家红色经典旅游景区23个，拥有红色文化旅游示范基地、爱国主义教育基地、旅游博物馆、纪念馆等各项历史文化旅游基础设施。

2. 民俗资源优势

在发展文化旅游服务贸易中，广东省在民俗方面具有资源丰富，地域性强的优势。广东省被称为“岭南文化”传承之地，分别以广府文化、客家文化、潮汕文化为主分为三大民系。在我国的方言中，广东省就具有三种地方特色方言，分别是粤方言、闽方言、客家方言。独具地方特色的粤方言，被称为“白话”、“粤语”、“广东话”。饮茶是广东人日常生活

活的真是写照，具有浓厚的地方特色。广东人的“饮茶”包括早茶、下午茶、晚茶以及凉茶等。以此催生出的相关产业也在一定程度上带动了广东地区经济的发展，同时也展示了当地独具魅力的生活特色。广东省的民俗文化也呈现出多种多样的态势，比较著名的有富有美好寓意的广东舞狮表演；具有浓郁文化底蕴和豪迈激情的普宁英歌；将舞蹈与历史史诗相互结合的吴川飘色等，都是能够体现广东地区独特文化色彩的民俗风俗资源。并且每逢春节，当地还会举办具有特殊的迎春花市；春节行花街等具有地方特色的节目。不仅丰富了当地居民的文化娱乐生活，同时也将传统文化传承发扬，以此带动相关产业的进步与发展。

3. 地方美食特色云集

一方水土养育一方人，广东地区作为岭南美食的代表地区，将广东饮食文化的魅力充分的展现出来，让全国乃至全世界人们所喜爱。从为人们熟知的早茶文化，到口感鲜香的云吞面，再到经典的多样肠粉的搭配，以及独具广东特色的粥品、虾饺、糯米鸡、广式凤爪、萝卜牛腩等吸引着八方游客，也刺激着他们的味蕾。老火靓汤也是广东地区的一大特色菜，奠定了广东宴席别具一格的格局。客家菜式盐焗鸡、粤菜系文昌鸡、炸子鸡、南方菜系白切鸡、广东烧鸭、隆江猪脚、湛江生蚝等也体现着老广味道的独特魅力，吸引着八方游客，留下美好回忆。

（二）广东省文化旅游服务贸易市场化程度分析

1. 文创产品凸显优势

广东省在发展文化旅游服务贸易的同时，不断进行文化创意产品的开发与创新。2018年，广东省文化和旅游厅在首批省级文物保护单位中启动了16个文化创意产品开发试点单位，旨在开发出结合多元文化需求、满足现代生活需求的优秀文化创意产品，以积极推动文化与旅游融合发展。佛山的茶具、陶瓷公仔等文化产品品种及样式不断丰富，带动广东省文化创意产品工作不断深入开展。

2. 文化旅游路线丰富多彩

在发展文化旅游服务贸易中，对于文化旅游路线的开发是十分重要的，决定文化旅游服务贸易发展的成败。广东省积极探索地方文化特色与旅游服务相互融合，在进行旅游路线设计的过程中，将地方特色、文化遗产保护、旅游便利性、经济收入相互结合，打造出具有经济发展潜力、地方特色的文化旅游线路。2020年发布的“历史文化游径”中，更加注重原有历史文化遗址的改造升级，将现代文化与历史文化相互交融。并且，积极弘扬及宣传岭南地方文化，让全世界游客领略到广东文化的魅力和丰富的人文内涵。

三、广东省文化旅游服务贸易发展中存在的问题分析

（一）文化旅游区域发展平衡程度有待提高

根据2020年广东省统计年鉴提供的《广东省各地市A级景区数量及分布统计图》显示，（见图3）目前广东省各地区景区分布呈现出不平衡的态势，其中广州市景区开发程度及

状况相对较好,珠海、汕尾、潮汕等地区相较于其他各地对于景区开发仍有待提高,并没有充分发挥出地方特色及优势,发展内生增长力不够充足。因此会呈现出各地景区开发数量分布不均的局势。

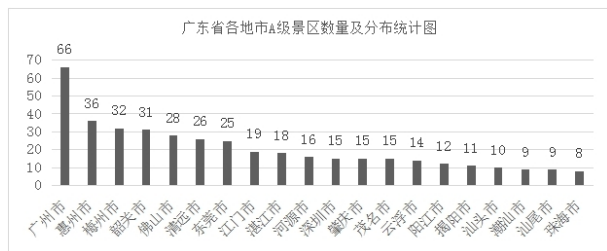


图5 广东省各地市A级景区数量及分布统计图

数据来源:广东省统计年鉴

(二) 文化旅游基础设施有待提高

随着我国经济逐渐发展,居民收入也随之提高,大家的消费观念及消费习惯也在随之发生变化。作为旅游服务贸易发展的物质基础,旅游基础设施的完善程度至关重要。住宿条件的完善程度、卫生状况;餐饮条件的丰富与否都在很大程度上决定了顾客的满意程度及游客量的程度。并且,由于年轻人对于新奇事物的推崇,具有民俗风情特色及人文关怀的新型民宿也开始大受欢迎。但就目前广东省文化旅游服务贸易中 2015-2020 年度基础设施建设的相关数据显示,(见图6)全省星级宾馆数量呈现下降趋势。同时,广东省各地餐饮业数量也呈现分布不够均匀的状态,各地区发展不平衡。(见图7)

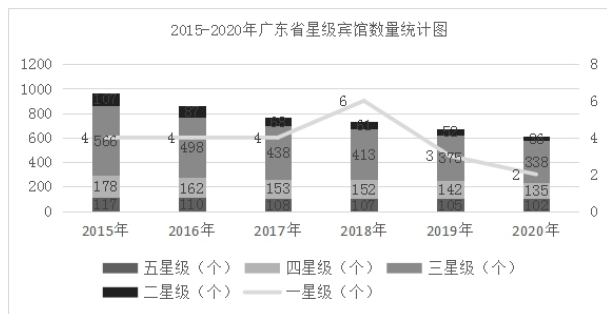


图6 2015-2020年广东省星级宾馆数量统计图

数据来源:广东省统计年鉴



图7 2020年广东省各地市餐饮业数量统计表

数据来源:广东省统计年鉴

(三) 文化旅游特色品牌效应不够凸显

在发展文化旅游服务贸易的过程中,对于地方文化产品品牌效应的合理运用是十分重要的。地方特色文化产品品牌

如同对外宣传的名片,能够充分体现当地的特色,同时也能提高当地经济发展水平。但就目前广东省文化旅游服务产品品牌建设的情况来看,各企业对于文化旅游品牌价值的认知度不够高,文化创意产品的发展程度不够完善。并没有充分融入岭南地区特色文化及广府文化的内涵,文化创意产品品种相对单一,没有形成独具特色的品牌形象及品牌意识。

四、促进广东省文化旅游服务贸易发展的对策

(一) 整合文化旅游资源,促进旅游区域协调发展

面对文化旅游区域发展不均衡的局面,应积极整合广东省各地区文化旅游资源,加强各地文化旅游资源的投入,针对不同地区提供不同发展方案及提供不同优惠政策,以此带动各地区文化旅游服务资源的协调发展及区域间的平衡。对于发展不够充分的地区加强资金支持及提高宣传力度。充分挖掘地区优势,重视偏远地区优质文化旅游服务资源的开发利用,积极打造地方特色优势。整合全省多地优质文化资源,同时也要加强文化资源的保护,重视合理利用及开发,将经济增长与自然资源保护相互融合。

(二) 加强旅游基础设施建设,打造龙头企业

积极推进广东省旅游服务贸易基础设施建设规划及部署,全省应积极发展相关产业群,创建具有竞争优势的龙头企业、服务标杆企业。加强对于住宿、餐饮等相关行业的监督管理,充分保护消费者的合法权益。并且加强服务人员素质培训,提高优质服务意识。加强服务行业技能培训,开设文化旅游服务培训课堂,增设服务人员岗前培训等课程。逐渐强化广东省服务人才培养机制,提高服务人员自身素养。

(三) 塑造特色旅游文化品牌

应不断深度挖掘岭南文化内涵,打造富有地方风土人情特点的文化创意产品,并利用品牌优势效应,增加产品自身附加值,提高文化旅游产品吸引力。注重产品品牌宣传力度,提高产品自身吸引力。将文化宣传同产品宣传相互结合,可以设计生动自然的故事情节,既能够体现文化特点,又能够起到产品销售的目的。开展文化创意产品设计大赛,积极吸取优秀作品,增加文化创意产品的辐射力度。

五、总结

我国目前正处于经济发展的关键阶段,经济水平稳步发展,人民生活水平不断提高。广东省具有自身经济发展的独特优势,如能把握机遇,充分认识到文化旅游服务贸易的发展前景以及对于促进广东省对外贸易发展的重要作用,必将带动地区经济发展。因此,广东省应充分利用当地优势,积极稳步发展文化旅游服务贸易,加强文化研究,将自身地区优势充分发挥,进而带动整体经济稳步前进。

参考文献:

[1]蒋洲、赵勇.旅游服务贸易与旅游文化.财经贸易.2000
 [2]寇晓慧.文化差异对旅游服务贸易的影响.旅游管理研究.2019