

第9章 促进旅游产业的竞争力

对其它省市自治区来说，促进青海省旅游产业竞争力是今后青海省旅游发展的重大课题。本章整理了促进青海省旅游产业竞争力的必要观点和存在的问题，并且提出了相应的建议。而且就关于强化旅游基础和扩大市场占有率方面也整理提出了存在的问题和我们的观点、建议。

9.1 促进旅游产业的竞争力

9.1.1 促进旅游产业竞争力必要的观点

以下是促进旅游产业竞争力所必须的观点。

- **提高对顾客的服务质量**

高质量的服务水平就表示能为青海省所接受，所以是非常重要的。在青海省受到高质量服务水平的游客会对青海省留下很好的影响，并能向熟人口头宣传青海。

- **提高业务人员的工作能力、知识、技能水平和强化管理体制**

提高业务人员的工作能力、知识、技能水平和强化管理体制，对提高旅游产业的竞争力是非常重要的，提高服务水平对以下列举的各项也很重要。

- 制定开发旅游的规划
- 市场调查和宣传的实施
- 学习旅游产业和有关青海省方面的知识
- 掌握最新的旅游动向
- 发展阶段相对应的业务及对规划的适应能力

- **引进行业间的竞争机制**

一般来说，行业之间的竞争对提高业务效率和改善服务水平是相联系的。例如，如果有服务水平高并已成功的企业，那么竞争对手就会不得不采用这个标准。不能适应这个标准的企业就会撤出这个市场。

- **强化利益动机**

民间企业重视利益，投了资就要求回收资金。一般情况下国营企业虽然提供服务可对提高利益的动机方面有很多欠缺之处。很多民间企业就成为了改革的领头羊。

- **促进从省外的投资**

根据对旅游产业的进一步投资情况来看，青海省比其他省市自治区有很高的竞争力。包括国外和省外的投资者，他们有新的思维、革新的业务管理、期待将其它地区效果好的商业模式带入青海省。

• **提高市场中的知名度**

在确定了目标的旅游市场中，对新的旅游地区和潜在的旅游客人层³⁵进行宣传以及进行市场营销能够提高旅游业的竞争力。

• **管理体制与法规的建设**

青海省旅游局、人民政府、省旅游协会充分的监理监督是提高青海省旅游产业竞争力所必需的³⁶。

9.1.2 青海省旅游产业竞争力的现状

近年来，随着中央政府的市场改革、西部大开发、省人民政府（包括市、县、州）对旅游业的财政援助，民间投入也在增加。特别是在西宁市，省人民政府和省旅游局制定了几乎没有限制的参与旅游的自由市场³⁷。

在过去的两年时间里有很多民营旅游社（近 100 家）、三星级以上宾馆（6 家以上）开始了营业。青海省有很多的主要旅游景区（包括青海湖、沙岛、坎布拉）也被民间进行投资或在投资考察中。另外，对有开发潜力的旅游地方产业（藏药业、畜牧业）以及水利水电业，也在根据税制和土地利用的优惠政策上吸引着民间的投资。

为了在竞争中取胜，有些旅行社和团体开始提高和重视业务的内部效率，这也加强了同外省的竞争能力。但是，妨碍促进旅游产业竞争力的问题也明显存在，这些问题总结在表 9.1.1 中。

表 9.1.1 促进旅游产业竞争力的相关问题及改善点

| 观点 | 问题 | 内容/改善点 |
|------------|----------------|--|
| 提高对顾客的服务质量 | 低服务品质 | 旅游产业服务水平低。 |
| | 在服务焦点上培训不足 | 在教育机构实施的培训中以服务为焦点的培训课程不足。 |
| | 收集顾客意见和不满的方法不足 | 游客意见是针对团队游客中调查收集的，针对散客的意见没有在宾馆、饭店进行积极的调查和收集。 |
| | 低水平的培训 | 对业务员的培训不够。 |
| | 对顾客的期待低 | 要是顾客不断地不要求高质量的服务，业务员也就不努力提高能力。这种状况正在得到改善，现阶段作的还不够。 |
| | 缺乏对提供优质服务的奖励制度 | 有定期向为顾客提供优质服务人员的奖赏以及加薪制度的企业，也有没有此项制度的企业。有奖赏制度从业人员就有目标，维持高质量的服务水平是很重要的。 |
| | 旅游产业中经验不足 | 在投资者和管理人员中有对旅游产业没有经验的人员。这会造造成低水平的服务、顾客的不满，对旅游市场缺乏了解。 |

³⁵ SIT (Special Interest Tour) 特种旅游和特定地区的游客等。

³⁶ 详细在 9.2 中后述

³⁷ 根据 2003 年 6 月青海省实施西部大开发战略若干政策措施，在青海省对新参与旅游业的企业自营业之日起免征 6 年的所得税，之后按平常的 15% 征收。还有在土地利用上对特定的（包括药业、水利水电业为主的具有旅游观光价值的产业）给以优惠政策。

| 观点 | 问题 | 内容/改善点 |
|--------------------------|------------------------|---|
| | 做不到像大企业那样好的服务的小企业剧增 | 规模经济的大企业能做到廉价而且效果好的培训来。由于小企业剧增，恐怕很难做到所期待的服务水准上。 |
| | 维持提高服务质量的法规不足 | 青海省的法规对提高服务质量不充分。 |
| 强化从业人员的能力、知识、技能水平，强化管理体制 | 低的服务质量 | 参考前项 |
| | 低的培训水准 | 参考前项 |
| | 仅有短期目标的从业人员 | 很多从业人员和管理者欠缺长期的目标。不是为将来做计划，而只是在对付着现状。 |
| | 在旅游产业中经验不足 | 参考前项 |
| 引进行业间的竞争 | 服务质量低 | 参考前项 |
| | 过于简单的市场参与 | 具有一定资金的企业只向省政府登记就可能很方便的参与市场。也有对旅游产业经验不足的企业。 |
| | 只是国内企业间的竞争 | 新的企业全都是国内企业，没有外资宾馆、旅游社。提高市场水准的外资企业少，很难促进旅游产业的竞争力。 |
| | 市场上重复同样的商品 | 为了企业的独立的理念不被其他企业模仿，有必要确立保护权利制度。这样就会使企业具有了独创性，并能够扩大拓宽旅游产品。 |
| | 由于竞争的激烈，加重了业务检查的负担 | 由于很多企业的参与，旅游局很难进行全行业的检查。 |
| 强化利益动机 | 由于对国营企业有资金补助，从而欠缺改革意识 | 国营企业因有填补损失的补助金，和民间企业相比在效益、降低成本，加强竞争力方面改革意识低。 |
| | 旅游产业中国营企业占了很大部分，改革速度慢。 | 在青海省国有企业占了旅游产业的大部分，行业整体改革速度慢。 |
| 促进省外的投资 | 外部投资不多 | 投资者投入了一部分的资金，可数目不多。其理由是：1) 市场小；2) 省内的景点和资源的知名度低；3) 青海省对外国使馆的对应不足；4) 举办国内投资会议、展览会方面不足。 |
| | 慎重的投资者 | 人民政府为了投资市场的多样化进行了各种各样的活动，可投资者担心投资的回报还在犹豫。 |
| | 海外投资不足 | 新的投资主要来自中国国内。同投资一起从海外带来的经营理念、经营手段等在青海省很有限，妨碍着产业的成长和竞争力。 |
| | 基础设施不齐全 | 旅游基础设施不齐全，妨碍了投资者的热情。 |
| 提高市场知名度 | 集中化的旅游信息不足 | 为了加深对市场的理解，考虑把统计、旅行社间的信息进行集中管理设立旅游信息系统。这样企业就可以掌握先进的市场营销、特定的旅游团队、各国游客的特点、青海省的特点等方面的信息。 |

| 观点 | 问题 | 内容/改善点 |
|-----------|---------------------------------|--|
| | 旅行社不想提供统计数据 | 即时提高旅游产业整体的竞争力，旅行社不想和同行者共享信息。旅行社有每年向旅游局（行业管理处）提交年收支报告的义务，但这些数据不一定是很可靠的。 |
| | 对从业人员进行了解市场的动向及正确应对方面的培训 | 相关旅游业的培训，包括外部和内部的从业人员，让他们分析现状，需要有分析未来动向和发展的能力。 |
| 健全管理体制和法规 | 检查、管理部门人员的资金不足 | 与旅游业发展相伴的旅游局，根据已有的人员及财政预算，充分的对行业进行管理规范变得困难了。这对旅游业的服务水平，进一步对自身的竞争力也产生影响。 |
| | 宾馆星级制度的统一应用 | 根据宾馆管理者介绍，宾馆等级认定比以前容易了，而且，在青海省应用的标准比其他省低。其中的原因是，进行评定的职员不足，或者是游客对省内宾馆的期待比较低造成的。 |
| | 旅游局是政策的制定者而且还是约束者，有出现利益不一致的可能性。 | 旅游局在制定政策、规划的同时也在管理着行业。因此，如对企业限制业务标准时就有可能发生矛盾。产业管理应移交给别的部门去做，旅游局应该把工作集中在制定政策上。 |
| | 过分简单的市场参与 | 参考前项 |
| | 维持提高服务质量的法规不足 | 参考前项 |
| | 收集顾客意见和不满的方法不足 | 参考前项 |
| | 对市场的了解和信息储蓄的场所不足 | 旅游局没有被集中化的市场信息数据储蓄的场所。因此，难以做到对企业的市场动向和业绩的评价，会影响将来制定规划的能力。 |

9.1.3 对促进旅游产业竞争力的建议

随着旅行社数量的增加，引起了围绕游客的激烈竞争，根据对主要旅游行业（宾馆、旅游公司）进行的问讯调查，为了提高工作的持续性和效率，进行以下的工作。

- 为了扩大市场，旅游社要利用网站进行宾馆和旅游预订³⁸。
- 学习现在的旅游市场，加深对竞争的理解。
- 以特定的团体及类型为焦点确立市场营销计划。
- 进行企业间的业务合作、降低成本，扩大顾客和开发新型市场。
- 促进模范服务并对此进行表彰和奖励。
- 一名业务员来安排团体游客的一切工作。
- 在旅游局的监督下淡季进行服务竞赛的活动，来提高服务质量。
- 派遣业务员到国内其它省份进修，吸收其它城市的先进经验，来提高服务水平以及业务员的工作能力。

³⁸ 有一家旅游社开始通过网站向日本用信用卡进行办理转帐的业务。在国内不能直接办理在旅游商品方面的业务。

- 管理层的从业人员，送到国内其他省区与经营管理相关的学校学习深造。学习最新的管理技术来提高业务人员的工作能力。
- 为了确保顾客满意监督服务水平，在内部设立监控室。

另外，旅游局对以下的问题正在研究当中。

- 设立西宁市旅游服务中心，提供以下服务。
 - 提供景点、费用、气象、交通等的信息。
 - 发布省旅行社的宣传册子和广告
 - 提供预定住房，代购车票的服务。
 - 提供最新的安全信息
 - 设置投诉窗口
- 行业协会在行业规则方面开始发挥更大作用，旅游局政策相关业务上投入更多精力。

为了更进一步的发展，提高旅游产业竞争力将一些建议总结在表 9.1.2 中。这些是相关旅游行业者、青海省人民政府机关包括青海省旅游局、制定完成的规划等为依据提出的。以下引用的法规，没有特别记载的都要依照《青海省旅游条例》(2003)，还有引用青海省第“十一.五”计划旅游发展规划纲要的内容，用黑体字来表示。

表 9.1.2 促进旅游产业竞争力的建议

(对符合的地方用○表示)

- 1: 提高对顾客的服务水平
 2: 引进行业间的竞争机制
 3: 提高业务员的能力、知识和技能, 强化管理体制。
 4: 强化利益动机
 5: 促进省外投资
 6: 提高市场的知名度
 7: 完善管理体制和法规

| 建 议 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 提高服务质量水平 | ○ | ○ | ○ | | | | |
| 建议把服务质量培训地, 重点设置在教育机关。 | ○ | | | | | | |
| 应用国际管理水准和对业务员的培训。 | ○ | ○ | | | | ○ | |
| 派遣业务员到其他省份实习或相关的学校学习。 | ○ | ○ | | | | ○ | |
| 用更长远的眼光, 推进描绘出未来蓝图培训工作。 | | ○ | | | | ○ | |
| 对业务员施行奖励制度。 | ○ | | | | | | |
| 人民政府对有革新的高水平的服务给与奖励。 | ○ | | | | | | ○ |
| 强化旅游产业相关的法律、法规, 提高服务质量和旅游的安全性。(13、17、22、25、27 条) | ○ | | ○ | | | | ○ |
| 为提高对旅游产业的管理和服务机能, 修改相关的法律法规。(17、24 条) | ○ | ○ | ○ | | | ○ | ○ |
| 规定把行业经验作为新企业参与的许可条件。 | ○ | | ○ | | | | ○ |
| 为提高小企业的业务效率和服务水平提倡行业协作。 | ○ | | ○ | | | | |
| 设立改善企业体系中心。(西宁市正在研究设立当中) | | ○ | | ○ | | ○ | ○ |
| 应用旅游信息系统。(16 条) | | ○ | ○ | ○ | | ○ | ○ |
| 应用旅游信息系统, 向潜在的投资商介绍青海省的市场和近年来的动向。(16 条) | | | | | ○ | | |
| 向旅游信息系统提供正确的信息, 促进提高国营企业和民营企业的企业经营、经理业务和成本制度。 | | | | ○ | | ○ | |
| 为了健全产业制度, 以旅游信息系统为基础, 引进监控制度。(16 条、28 条) | | | | | | ○ | ○ |
| 促进所有游客能够向旅游局直接提出反馈信息的调查制度。 | ○ | | | | | | ○ |
| 提高省旅游局的市场调查能力和市场营销能力。 | | | | | ○ | | |
| 促进市场的多样性。 | | | ○ | | | | |
| 对担心被模仿的旅游产品比起改革不如提高工序。 | | | ○ | | | | |
| 促进成立当地旅游产业的特定开发基金(人民基金)。(青海省促进民间投资政策 14 条) | | | ○ | | ○ | | ○ |
| 促进地方团体的参加, 强化政策促进对旅游产业指导力。(14 条) | | | ○ | | ○ | | ○ |
| 提高对处于地方团体、少数民族、妇女等不平等立场上的人们的法律保护。 | | | | | ○ | | ○ |
| 权利保护制度的再确立(知识产权及文化) | | | ○ | | | | ○ |

- 1: 提高对顾客的服务水平
 2: 引进行业间的竞争机制
 3: 提高业务员的能力、知识和技能，强化管理体制。
 4: 强化利益动机
 5: 促进省外投资
 6: 提高市场的知名度
 7: 完善管理体制和法规

| 建 议 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
| 国营旅游企业向民营企业学习，实施提高效益，降低成本的改革。 | | | | ○ | | | |
| 为提高国有企业降低成本意识，减少对国营企业的补助金。 | | | | ○ | | | |
| 促进所有国营企业的独立。 | | | | ○ | | | |
| 向外国使馆派遣省里的职员，开展引资活动。 | | | | | ○ | | |
| 扩大国内外的宣传和投资促进活动。 | | | | | ○ | | |
| 对成为有魅力旅游产业的地方独特产业（盐化工、发电厂、药草业等）的投资给与刺激性的奖励。 | | | | | ○ | | |
| 通过好的宣传、广告，促进海外投资。 | | | ○ | | | | |
| 提高（交通）等基础设施建设。 | | | | | ○ | | |
| 督促旅游相关企业建立高透明性的会计系统、如实地提供旅游信息系统的主要信息和业绩。 | | | | | | ○ | |
| 提高省旅游局市场宣传部的市场调查、宣传业务能力。 | | | | | | | ○ |
| 为保证纪念品的信誉、质量、工艺，青海省政府建立官方认定制度。（在旅游局正在讨论） | | | | | | | ○ |

Box 9.1.1 国际标准的旅游景区建设：景区的外观

青海省内景区的建设水平和中国其他旅游发达地区相比较为落后，这也是妨碍青海省旅游品牌提高的重要原因。旅游产品的多样化、服务的创新改革，首先要将省内现有的名胜风景区建成国际水平的景区是当务之急。

青海省宗教文化旅游的代表地塔尔寺是省内景区中建设最好的地方，从国际水平的眼光看，有待改善的地方很多。下面就塔尔寺的现状和需要改进的地方用图加以说明。

诱导、进入

- 2005 年建成了国际水平的道路和指示牌，但指示牌设置的位置、场所不合适（在驾驶员和行人看不到或不易看到的地方）。
- 在能看到塔尔寺全景的地方（道路交叉点的周围）有许多破坏游客对景区期待感的宣传标语，不相称的建筑物（铁塔）。



进入景区的指示不良

停车场、新设商业街、入口广场周围 (东拉山上)

- 东拉山里新建了停车场，离寺院有 200m 长的陡坡、台阶，没有考虑到游客的方便性。
- 入口门前的广场上车不能调头，旅游旺季团体有不可能上下大巴。
- 新设了以前没有的塔尔寺全景导游图，但设在来访的司机、参观者视线相反的位置上，不能看到。
- 旧商品街搬走的地点上建了下沉式的大广场，这个广场没有去寺院的入口，广场里也没有游客，除了举行特别的活动外，通常是没有用处的。
- 新搬迁的商品街在靠广场一侧建有民族特色的大门，游客会自然而然的从商品街的停车场通过入口向塔尔寺寺门方向移动（从入口门逆行出去）。而且，商品街的建筑都是没有特色的。这些建筑要有当地民族、地方的魅力、气氛才能引起游客的购买欲。



停车场的缺点

塔尔寺内

- 向塔尔寺这种规模的景区参观以前要有简单了解的小型博物馆，或者是游客中心。现在没有类似的设施。希望利用八塔广场旁边的售票处和旅游纪念品商店。
- 纪念品商店内有拜佛的客人用的纪念品、用具等，没有对一般游客介绍塔尔寺历史、来由的书和塔尔寺的明信片。

- 没有塔尔寺佛堂的简单导游、配置示意图。即使收费这也是必要的。
- 没有佛堂配置和标示现在位置的地图指示牌，至少在寺内 5、6 个主要地点设置。
- 一部分佛堂（2、3 处）有中文、藏文、英文导游指示牌，其它地方没有。这是主要佛堂必不可少的。
- 有编号的参观路线标示，但没有寺院整体的导游线路，所以起不了作用。要有整个景区的导游示意图和完整的顺路标示牌。
- 在寺院的深处，高台上的吉祥行宫前建有石造的栏杆、石凳的展望台。栏杆前拉有黑色的电话、电视电缆线，妨碍游客的照相和眺望。可以简单的移到展望台的下面，希望尽早移动。



旅游纪念品商店



参观线路指示牌的缺陷



电缆线妨碍眺望的展望台

Box 9.1.2 旅游纪念品的更新：高品质化、开发新商品、改善包装和品牌

在“3.3 旅游产业开发课题”中叙述的一样，现在青海省景区内出售的旅游纪念品存在着“三低一少”的问题（低品质、低水平的商品创造、低包装水平、缺少鲜明的宣传和形象）。无论是外国游客还是了解旅游发达地区商品的国内游客来说，都是些缺乏魅力的纪念品。

为了提高青海省旅游的竞争力，通过旅游纪念品的开发、制作、销售来扩大旅游收入，必须要打破“三低一少”的现状，使旅游纪念品达到国际水平。也就是说，当务之急是实现高品质化，开发创造性的新商品，改善包装和品牌。

为了实现这个目标，提出以下具体建议。

- **向旅游发达地区派遣视察、学习团**
 - 派遣省内纪念品、手工艺品制造销售人员，以及相关者到旅游发达地区视察、学习。

- 有什么纪念品、工艺品，它的品质、设计、包装，怎样制造、商品化，怎样展示、流通、销售，怎样宣传等仔细地听取学习。

- **邀请省外专家、引进技术**

- 邀请精通游客需求最新动态的东部沿海地区的旅游纪念品、工艺品专卖店、大商店的商品开发专家、商品包装设计师、销售采购人员、促销专家等来青海省。
- 对现有的纪念品、手工艺品进行评价，对其制造、商品化的过程提意见，寻求具体的技术指导和改善意见。更近一步挖掘有可能进行商品开发的原材料，并对此进行指导和建议。
- 和商品开发专家共同开发，和办企业、签订收益各半的协议，实现开发技术、设计、促销方法等的稳定发展（还期待着促进投资效果）。

- **行政、法制上引入奖励机制**

省上要制定促进旅游商品更新的行政、法制上的奖励机制。

- 向旅游发达地区派遣视察、学习代表团，或者促进吸引、招聘发达地区的指导员
- 设立省内旅游纪念品相关人员的新产品开发研究会
- 对新产品的开发、研究提供费用帮助
- 召开旅游纪念品评审会、选出并表彰优秀纪念品、或者提供奖金，强化对这种活动的宣传
- 主要的旅游交易会青海省展厅中特设新开发旅游纪念品的展示、开展抽奖等宣传活动。

9.2 充实旅游基础、扩大市场占有率

9.2.1 充实旅游基础和扩大市场占有率所必要的观点

提出以下四点作为充实旅游基础和扩大占有率所必需的观点。对于各个观点青海省存在的问题和内容以及改善点总结在表 9.2.1 中。

- **提高青海省的旅游品牌**

以青海省固有的独特的旅游资源为焦点，必须要突出有别于其它省、市、自治区不同的个性。

- **纪念品、旅游名胜、节庆活动的高品质化**

为提高青海省旅游地区的竞争力，对具有信赖的高品质纪念品、旅游名胜、节庆活动、公共演出等是不可缺少的。

- **旅游产品的多样化**

为了吸引游客的兴趣，必须将旅游产品进行多样化。为了发展青海省独特的旅游产品，必须要进行有效的宣传。

- **旅游产品与服务的革新**

新的想法（团队旅游、有组织的宣传活动）、理念（口号）、方法（管理及实施）提高旅游领域的竞争力。

表 9.2.1 充实旅游基础和扩大市场占有率的问题及改善点

| 观点 | 问题 | 内容/改善点 |
|--------------------|------------------|--|
| 提高青海省的旅游品牌 | 对省外的游客宣传不足 | 对国内游客来说，在青海省青海湖和塔尔寺是非常有名的，对国外游客来说，藏族文化是最有名的。国内外的游客在青海省很难找见其他旅游地、活动、节庆活动、名胜古迹。对有文化遗产、节庆活动为核心的地区进行宣传，提高省内魅力旅游景区的知名度。 |
| | 对省外投资者的市场宣传不足 | 提高青海省旅游地的魅力必须要有投资，可是很多投资者对青海省的独特性和对投资效果的认识是不够的。没有追加投资就不能充分实施新的计划项目和开发。 |
| | 有必要将青海省的独特性作为焦点 | 除了青海湖与藏族文化之外，在青海省还有很对有魅力的旅游资源，有野生动物，少数民族（撒拉族、土族），许多景区（三江源）等。扩大青海省的旅游范围，必须以多种德、独特的旅游资源为对象。 |
| | 对市场的理解不够 | 在没有被中央化了的旅游信息数据中，企业很难追踪市场动向和业绩，对特定的市场区域和未来的规划方面带来影响。 |
| 纪念品、旅游名胜、节庆活动的高品质化 | 没有独特的纪念品 | 很多纪念品在北京等地可以买到，但是，不能满足游客只有在青海省才能买到纪念品的心愿。 |
| | 缺乏对纪念品的许可和认定制度 | 缺乏能让游客信赖，高品质纪念品的许可和认定制度。有了认定制度，就可以把利用青海省旅游纪念品的伪造商品及黑市排除。印章制度能保证退货制度和扩大正规的旅游纪念品商店。 |
| | 商业化的传统活动，祭祀活动，公演 | 少数民族传统的习惯、祭祀活动、公演等许多有很强的娱乐要素，成了商业性质的演出，这对想接触传统文化的游客来说是失望的。 |
| 旅游产品的多样化 | 旅游局市场宣传部人才不足 | 旅游局市场宣传部应该发掘出有潜力的旅游市场，可是，由于人才的不足，没有开发出更多样的旅游资源。 |
| | 缺乏多种多样的旅游景区及活动 | 青海省存在着作为财政收入来源的受人欢迎的地方产业、生产工程，文化古迹等。充分利用这些，促进开发多种多样的旅游景区和活动，这样，青海省就会成为第一旅游目的地，可以真正地利用内部自身的实力和独特性。文化旅游不仅是藏族，也将土族和撒拉族作为焦点。 |
| 旅游产品与服务的革新 | 扩大旅游行业人士利用 ICT | 充分利用网络有以下 3 点的重要性。更新信息，有刊登大型活动日程等的必要。 1) 向青海省旅游业者介绍有潜力的市场。 2) 很方便的进行预约和决算。 3) 能够宣传旅游景区和各种活动。 |
| | 集中化的旅游信息 | 为了加深对市场的了解，设立旅游信息系统，将旅游行业的信息进行集中管理，这样，特定的旅游团队及国内的游客可以得到企业先进的市场营销计划和青海省独特的信息。 |
| | 必须要有自己独特的革新的旅游线路 | 旅游公司不能相互模仿，为了让游客感到有魅力，对未发掘的旅游，必须进行有革新的开发独特的产品。这也是在扩大青海省有潜力旅游的基础。 |

9.2.2 对充实旅游基础和扩大市场占有率的建议

现在，青海省正在进行以下的工作。

- 通过地区的旅游网站，在网上直接预定宾馆、旅游，积极介绍推出更大的有潜力的市场
- 企业间相互合作，降低成本，多方面的为顾客提供各种各样的旅游产品
- 制定州、县水平上的地方自治团体与当地居民能够参与的政策。

为了进一步加强旅游业的发展，对扩大市场占有率及充实旅游基础的建议总结在表 9.2.2 中。这些是相关旅游行业者，青海省人民政府机关包括青海省旅游局，制定旅游规划等的依据。以下引用的法规，特别是没有记载的都要依照《青海省旅游条例》（2003），还有引用青海省第“十一.五”旅游发展计划纲要的内容用黑体字来表示。

表 9.2.2 充实旅游基础和扩大市场占有率的建议

(对符合的地方用○表示)

- 1: 提高青海省的旅游品牌
- 2: 高品质的纪念品、旅游景区, 祭祀活动
- 3: 旅游产品的多样化
- 4: 旅游产品与服务的革新

| 建 议 | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
| 强化对国内外游客及有潜力的投资家们宣传青海省独特的旅游资源。 | ○ | | | |
| 热情的宣传土族、撒拉族等少数民族 (重点是藏族文化)。 | ○ | | ○ | |
| 加强向潜在的投资者们宣传青海省的独特性。 | | | ○ | |
| 对投资者们提高青海省的知名度, 促进青海省独特的地方工业。 | ○ | | | |
| 对成为有魅力旅游产业的地方独特产业 (盐化工、发电厂、药草业等) 的投资给与刺激性的奖励。 | ○ | | ○ | ○ |
| 促进成立本地的旅游产业特定的开发基金 (人民基金)。(促进青海省民间投资政策 14 条) | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 促进地方自治团体的参加, 强化政策促进对旅游产业的指导能力。(14 条) | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 提高处于地方自治团体、少数民族、妇女等不平等立场上人们的法律保护。(劳动条件、工资等)。 | ○ | | ○ | ○ |
| 研究出对从事农业、畜牧业人们参与旅游的模式和标准。(14 条) | ○ | | ○ | |
| 对具有传统的民俗旅游、产业旅游、农业旅游、体育旅游的青海省独特的旅游, 政府给与补助。 | ○ | ○ | | |
| 促进民族艺术团体, 丰富节目内容。 | | ○ | ○ | |
| 保护参加具有地方文化的祭祀活动和朝圣的活动。那是真正有文化遗产价值的。 | ○ | ○ | | |
| 制作青海省独自的纪念品和民族工艺品。 | | ○ | | |
| 采用旅游信息系统。(16 条) | ○ | | | ○ |
| 提高旅游局市场调查和市场营销的能力。 | | | ○ | |
| 为保证对纪念品质量、工艺的信赖, 引入青海省的官方认证制度。(旅游局正在研究当中) | | ○ | | |
| 人民政府对有革新的高水准的服务给予表彰奖励。 | | | | ○ |
| 开发具有革新的独特的旅游产品 (例如:对游客有吸引力的地方产业) | | | | ○ |
| 扩大旅游名胜、旅游地、旅游产品。 | | | ○ | |
| 加强权利保护制度 (知识文化产权) | | | | ○ |
| 通过行业协会等建立多功能的网站, 让游客选择多种多样的旅游。 | | | | ○ |
| 对各种服务能够直接用信用卡支付。 | | | | ○ |

