



中国驻悉尼旅游办事处

CHINA NATIONAL TOURIST OFFICE (AU & NZ)

《澳大利亚国家长期旅游战略》建议
杰克逊代表旅游指导委员会所做的报告

作者：澳大利亚旅游指导委员会

翻译：中国驻悉尼旅游办事处

目 录

给部长先生的一封信	3
建议	7
旅游业对澳经济的重要性	22
业绩下滑需要采取行动	24
国际市场	24
国内市场	26
出境旅游市场	27
目前我们所面临的挑战和机遇	30
全球经济下滑和中期市场展望	31
客源市场的变化	32
人口构成的变化带来的挑战	32
非休闲旅游的增长	33
气候变化	34
制定全国战略	35
行业发展的美好前景	35
广泛磋商	36
供给方的问题必须加以重视	37
消除供给方存在的障碍	37
提高生产能力和生产效率	51
澳大利亚现有的竞争优势	52

给旅游部长马丁·福格森先生的信

亲爱的部长先生：

2008年7月，您成立了旅游指导委员会，目的是以长远眼光来看旅游产业，使之为澳大利亚的经济做出最大贡献。您指出，要着眼于供给方的研究，还要反映出行业目前所面临的挑战，只有这样才能使旅游业有高效的供给能力，以满足未来旅游消费者的需求。

旅游指导委员会在全澳大利亚境内与业内人士和政府有关人士进行了广泛的沟通和交流。经过查询目前现有的所有相关资料和委托进行相关研究，我们将完成的旅游指导委员会报告和建议呈上。

旅游指导委员会发现，澳大利亚旅游业如果不立刻采取紧急的持续行动，那么它将面临短期的挑战和严重的长期衰退。旅游业对澳大利亚来说是一个有着重要意义的必不可少的行业。在2007至2008年度，澳大利亚旅游业为国内生产总值贡献400亿澳元，吸纳直接就业人数为50万。此外，旅游业当年出口创汇超过230亿澳元。

我们的国际市场发生着深刻的变化，但是我们并没有意识到这些变化并抓住这些机会。从1995年到2008年，澳大利亚在全球旅游业的份额减少了14%。2001年旅游业在国内生产总值的比重达到了顶峰，然后开始逐渐萎缩。从1981

年至 2000 年，到访澳大利亚的国际游客每年增加 9.1%。2000 年悉尼奥运会的召开提升了到访澳大利亚的国际游客人数，当年增幅为 1.6%，与此同时，全球平均增幅为 3.9%，而亚太地区则达到了 7%。相对而言，休闲旅游的重要性正在下降，而教育旅游和商务旅游的重要性正在日益增加。我们的客源市场正在发生变化。作为主要新兴市场的中国和印度正在崛起，他们有着不同的消费者偏好。今后旅游者中相当大一部分将是超过 60 岁的银发族，他们将通过互联网来获取信息和旅游建议和进行预订。

让人更担忧的是，尽管澳大利亚经济长期向好，但在过去的十年当中，国内旅游却表现平平，与此同时，出境旅游却迅猛发展。正在成长的澳大利亚年轻一代并没有每年在国内度假的传统。这使得更多依赖于国内旅游消费的乡村旅游和区域性的旅游从业者处于较大的风险之中。

我们的旅游产品需要迎接正在变化的世界的挑战。

虽然我们面临挑战，但是澳大利亚旅游业现有很多资源可加以利用。作为令游客向往的目的地，澳大利亚有很高的国际知名度。在进行调研的过程中我们听到一致的意见，就是澳大利亚应该更加明确的基于我们独特的优势来开发旅游产品，我们独特的优势就是我们的本土文化和风光、色彩斑斓的城市和区域以及个种族的好客的人民。

旅游指导委员会认为重要的第一步就是应该加强国家

旅游研究能力，以便制定出正确的政策、规划和投资方案。这个一体化的扩大的行业研究需要具有涉及政府和行业的收集、分析和传播信息的能力，需要有洞察力。

需要共同合作的是推进澳大利亚旅游业在互联网上的市场推广和预订能力，这种能力是基于普遍同意和公开评审的协议，使消费者在选择和预订目的地时更有信心。

政府和行业需要根据澳大利亚比较优势和主要客源市场的特性为行业发展设定评价指标和目标。

此外，还应该发展符合行业需要的长期的职业技能基地和劳动力储备库。

各级政府和旅游行业应该更紧密的合作，将旅游纳入全面的规划、投资和发展的整体考量中去。

为了实现上述目标，旅游指导委员会强烈建议组建新的组织架构以便对行业进行强有力的领导和增进各级政府和旅游行业从业人员的联系。我们相信澳大利亚政府能够在更好的满足供需双方上发挥领导作用。

旅游业对澳大利亚经济的作用被大大低估了。旅游业的贡献很多，主要体现在创造大量就业、支持小企业的发展、促进出口、推动偏远地区和农村地区发展以及保护和维持自然遗产和环境。

报告中所列十条建议目的在于为了旅游业的长期发展进行基础和持续的改革。如果澳大利亚不进行必要的改革，

从现在开始到 2030 年，我们可能会失去 360 万国际游客、旅游业在国内生产总值中的 220 亿澳元的份额和 10 万份工作。绝对不能让这些事情发生。

如果澳大利亚政府采取正确措施，我们将有信心看到旅游业在规划、投资和创新方面的发展，看到旅游业在创造商机和就业的前景，看到旅游业在促进经济发展和增进社会福利方面的巨大贡献。

玛格丽特.杰克逊
旅游指导委员会主席

联合签署人：

旅游指导委员会成员

克里斯托弗.布朗 澳大利亚旅游和交通论坛行政董事

格里.海伍德 维多利亚州旅游局 总裁

凯琳.柯林斯 凯恩斯国际机场前任总经理

凯伦.雅各布 **Kwillana Dreaming** 土著旅游公司董事长

索尔.埃斯雷克 澳新银行首席经济学家

杰夫.肯尼特 深蓝企业船业信托公司董事长

马修.辛格提 澳大利亚出口委员会主任

珍妮.兰伯特 澳大利亚全国旅游联盟首席执行官

建议

在相当长一段时间内，澳大利亚旅游业满足现状。但是现在，我们遇到了很多重大挑战，首当其冲的就是此次全球经济衰退会极大影响行业短期表现，行业的长期发展自然也受到很大影响。

旅游指导委员会做出这个报告，就是为旅游业健康持续发展建立起一个平台，促进经济发展，增加经济弹性。这一目标必须建立在旅游业已经表现出来的长处和弹性基础上，只有这样旅游业才能在激烈的外部环境和可能面临的外部冲击下为整个国民经济做出更多的贡献。

要实现这一目标，各级政府和旅游业必须紧密合作来振兴旅游行业，确保行业今后的安全发展。对于政府和行业来说，采取目前按部就班的做法远远不够。

澳大利亚拥有独特的本土文化、无与伦比的优美风光、绚烂多彩的城市和乡村生活以及多元的好客的人民。我们的出发点必须是建立在这些优势和强项上，以长远的发展眼光来努力投资在这些优势上。

通过认真研究，旅游指导委员会认为必须从具体的供给方面的问题开始，以解决目前面临的棘手的旅游业出现的相对下滑的趋势。只有采取有效措施使供给和需求方面达到平衡，才能得到对旅游行业、澳大利亚经济和社会长期的最优结果。

以下十条建议是旅游指导委员会为澳大利亚旅游业今后快速持续的发展而提出的具有操作性的建议。

一、研究

发展专注于旅游业的高效的全国研究能力，作为对现有的需求方的研究和统计的补充。

旅游指导委员会认为在发展澳大利亚旅游业上，需要加强基础研究，加强与其他商业领域的联系，加强对信息的阐述和传播。

这种新型研究能力应该使市场信息与对产业和产品发展的预测相对应，与现有的研究机构如澳大利亚农业和资源经济局、基础设施、交通和区域经济局等保持一致。这将对于澳大利亚旅游局现有的需求方研究是一个极大补充，以支持起开展的市场推广活动。研究日程不应仅局限于高层政府和行业组织内部，还应该成为全国范围内旅游从业人员的指导性的资源，使他们了解发展趋势，充分利用资源和开展创新。

研究的关键是要使行业从业人员采用和掌握那些有用的信息。召开旅游行业的年会以及澳大利亚农业和资源经济局的展望研讨会将可实现上述目标，并加强业内的联系和纽带。召开这样的年会可以聚集多方人员，如各州的旅游主管部门、行业组织和对传播和使用信息至关重要的私营业主等。这样的年会将成为接洽中小旅游企业、提供短期和长期

发展信息和促进投资、创新和开拓市场的良机。

将研究成果转化成实际行动的另一个有效做法是农村研究和发展合作模式，联合从业人士和研究人员提出研发战略方向，资助那些在全球市场开拓的给行业带来创新和效率的项目。

这种新型研究能力应该能够获得足够的资源，以保证能够迅速吸引最合适的人选和建立起可信度。对可持续旅游合作研究中心的前两轮资助为旅游研究奠定了良好的基础。旅游研究应该继续对该项目进行资助，尽管可持续旅游合作研究中心的第三轮资金支持请求并没获得成功。

旅游指导委员会认为对可持续旅游合作研究中心的资金支持是开展旅游研究的最低限度的要求。拒绝为其提供资金帮助并不意味着政府在节省开支。组建一个包括必要投入和人员的研究机构要求每年至少资助其三千万澳元。旅游研究的各种资源应该尽可能整合，以实现规模与范畴的效能最大化，避免各种研究努力相互竞争或出现过剩。

目前开展供给方研究的机构主要有可持续旅游合作研究中心、澳大利亚旅游研究中心和相关业内机构如澳大利亚旅游和交通论坛、澳大利亚全国旅游联盟。此外，一些政府机构也在进行相关研究，如澳大利亚统计局在供给方研究方面所进行的努力。

旅游指导委员会认为可以在以下三种整合方案中进行

选择，第一种是在澳大利亚旅游局框架下进行整合，第二种是在资源、能源和旅游部框架下，第三种是按照研究功能区分，由澳大利亚旅游局负责需求方研究，而资源、能源和旅游部负责供给方研究。

我们认为将供给方的工作重点与需求方的活动相互沟通，将是加强研究功能的最有效和最具可行性的方法。对于开展的重大的文娱活动的变化及时告知，将确保研究工作是强劲的，并且有助于研究工作在政府和行业从业人员中间树立威信。旅游指导委员会认为在重新组建的澳大利亚旅游局框架内整合各种研究力量是最佳方案。

研究工作要符合现行的发展政策和政府建议。我们认为资源、能源和旅游部下属的旅游司在政策制定上应该加强，例如在委任首席经济学家这一问题上。这一职位应该来自重组的澳大利亚旅游局或其新机构，由开展高质量研究和分析的人士担任。这将增强旅游司在与其他主要政府部门和联邦经济部门进行讨论时的可信度和力度。

二、数字化传播

我们需要尽快支持澳大利亚旅游产品在互联网上的传播能力，通过与各州旅游部门合作来支持物有所值的数字化平台建设，推进网络传播和网上预定的发展，加速中小企业采用网络营销和运作。

澳大利亚在旅游产品的网络营销方面已经落后。虽然传

统的营销渠道仍然很重要，但是我们需要更快的构建起数字化平台，是国内外游客能够进行在线预定。我们还应该理解发展数字化平台的意义，特别在是消费者满意幅度和消费者保护方面的作用。

政府发展全国性高速网络的决定为旅游行业全面接触消费者增加了可能性。然而旅游行业需要一些支持来实现这些转变。旅游行业中的中小企业需要成本低收益大的方式来跟上数字化经济的步伐。

各州旅游部门和澳大利亚旅游局一起拥有澳大利亚旅游资料库，这一数字化的基础平台现在已经有超过 2 万 5 千个产品线，可以用于各种数字推广渠道。这一平台应该成为推进数字化工作的绝佳基础，因为它采用了成熟的技术，有主要行业相关人士参与，并且已经与澳大利亚旅游交流系统建立了联系。

塔斯马尼亚州旅游局与澳大利亚旅游资料库和澳大利亚旅游交流系统联合建立起来的在线推广项目为数字化推广树立了一个良好典范。例如，塔斯马尼亚州的一个小旅馆自从采取了在线推广的方式后入住率从 45% 上升到了 90%。

澳大利亚旅游局需要马上与各州旅游局一起检验这种新型做法的效果。澳大利亚旅游局还应该考虑将 www.Australia.com 这一网站链接到各州现有的网站上去。

在线推广澳大利亚的旅游产品就应该为世界主要在线

旅游经销商提供免费进入这些产品的渠道。在线旅游公司如 Expedia、TripAdvisor 和 Wikitravel 等每年通过方便使用的网络渠道为几百万国际和国内游客提供信息查询和预订服务。目前这些大的旅游经销商在线获取澳大利亚旅游产品的时候要收取一定的费用，这将打击这些经销商的积极性，也不利于澳大利亚旅游业的发展。我们应该为这些经销商提供公开的获取信息和进行预订的渠道，这将极大的有利于澳大利亚旅游业的发展。

成功开展在线推广的一个关键因素就是要采取一套质量认定系统，使消费者对在线选择产品和进行预订充满信心。澳大利亚政府现在正在与各州进行合作，将现行的多种认证和评定制度整合成为一种模式，并制定出标准进行引导。旅游指导委员会强烈支持建立国家旅游认证框架。

三、人才

要确保在全国和各州范围内，发展旅游业有合适的充足的人才保障，应该将人才培训和人才政策重点放在以下两方面：招募和培训旅游行业从业人员，保持充足的旅游行业兼职和非正式劳动力。

发展旅游业很重要的一点就是要在全国范围内招募到有一定技能的从业人员。必须要注意到开展职业技能培训有以下两个层次，高技能的全职专业人才和从事兼职和临时工作的基础从业人员。

需要采取灵活的移民和签证政策，以保证旅游业能够招募到发展所需人力资源。通过移民政策，不但可以招募到旅游专业人才，还能够在本地人才不足的情况下招募外劳从事旅游行业。

四、建立全国旅游评价机制

要建立起全国性的旅游业综合评价体系，这其中要包含能够反映出对经济发展、环境影响、社会影响和产品质量的目标和关键绩效指标。

旅游业需要尽快明确使命，建立起含有清晰目标的关键绩效指标体系。建立起全国性的旅游评分体系有助于帮助澳大利亚更好的提升全国旅游产品质量，了解全国旅游业的表现。

各州政府和主要行业组织需要紧密合作来发展这一评分机制，支持其合法性，通过信息收集和参与其各项活动来支持其发展。发展和保持这一机制，将使政府和行业联系更加有效，可以发现存在的不足，找到发展机遇，在统一标准的基础上更好的开展规划。

五、投资

要将旅游投资纳入地区整体发展规划之中，确立国家旅游优先发展名录。

澳大利亚旅游业必须关注那些有很大发展潜力的目的地国家和那些重要细分市场，例如会议和重大节庆活动，编

制旅游优先发展名录。旅游部长理事会应该领导该项工作。旅游优先发展目录应该由旅游行业、各州政府提出，并经过相关行业研究人员独立分析。这种分析结果也可以被商家用来发现商机。

在一些主要旅游目的地，作为当地综合发展规划的一部分的旅游优先发展名录可以使公私股东投资者对于开展规划和投资充满信心，同时这也有助于其他非旅游行业的投资者使用。当然，各地做出目的地综合发展规划也是十分重要的。这一名录不应该是静止不变的，应该随时根据目的地市场和消费者的变化进行更新。目的地发展规划与统一标准的评价体系，将使目的地规划更加有效，便于发现抓住机会。目的地规划还应该与区域经济发展规划相适应，以便今后在基础设施、施工进度等方面为旅游发展提供充足空间。

对于那些符合国家优先发展标准的和政府投资的项目，应该加强项目管理以满足项目需要。对于一些项目可以授予重大项目的称号予以推进，这一计划是由交通、基础设施、区域发展和地方政府部开展的。

旅游指导委员会认为如果能够成功设立“旅游基础设施基金”，使之成为澳大利亚政府投资奖励基金，这将有助于加速旅游优先发展项目的发展，促进旅游业对经济的贡献。作为第一步，应该先考虑设立这一基金的范围。

六、加强统筹

应该加强旅游与政府规划、项目批准、税收和基础设施投资规划之间的统筹。我们认为澳大利亚政府理事会应该立即开展一次系统性的可能对旅游投资有影响的规划、监察和税务机构的大检查。

目前规划和审批部门对于许多旅游行业的投资计划来说是种障碍。很多规划部门并没有认识到旅游业的重要性和必要性。各州政府需要马上检查那些审查程序，确保在全国范围内规划的一致性。没有足够的投资，旅游业将无法在国内外竞争环境中制胜。旅游业严重依赖外部的基础设施，这些设施相当部分是由各级政府部门进行管理，部分由私营机构负责。所有这些方面都需要在目的地发展规划的框架下进行整合，以更好地满足旅游投资和旅游发展的需要。现在的分割状态意味着旅游业需要强有力的研究和分析做支持，重现行业雄风。

行业组织需要和各级政府旅游发展部门在规划过程上进行合作，比如为某些项目提供支持和帮助。高品质的旅游需要有绝佳的位置。这样的申请经常会因社区对于不当开发的担忧而陷入困境。这部分担心有时是必要的，有时则不然。不幸的是，通常规划管理部门采取的措施使那些支持投资的人陷入大量金钱消耗和各种法律和咨询程序的困境当中。这非常不利于旅游业的投资。各州政府有能力来消除当地的顾

虑。旅游业不能仅仅依赖于那些特别的政治干预，还需要切实的有效的、可预测的系统的投资环境，只有这样才能使旅游业发挥最大潜力。

税收对于旅游投资也有很大影响。旅游业所面临的是一个开放的高度竞争的世界环境，因此我们需要一个简单、高效和透明的税收系统，以便澳大利亚旅游业在世界范围内竞争。这一问题应该在进行税务制度讨论时加以重视，需要重视完税成本、对于小企业的税务问题、税收和福利制度的关系以及对旅游投资的影响等问题。澳大利亚政府理事会应该成为讨论上述问题的一个平台，它可以协调不同的政府部门之间的利益。此外，还应加强与地方政府的联系，给予他们一定利益，赋予他们涉及旅游行业的决策权和基础设施建设的权利。行业组织和政府旅游发展部门应该通过对具体项目提供资助来共同推进规划进程，加强合作。

七、产品发展和创新

要通过发展和保持澳大利亚长期产品战略来重塑澳大利亚的旅游竞争力。

如果我们对澳大利亚基础的旅游资产进行再认识，并对此进行投入，那么澳大利亚旅游业的未来发展会更好。我们有这个星球上最古老并延续下来的本土文化，优美的自然风光、种类繁多的动植物、丰富多彩的城市和乡村生活，这一切构成了我们西部的遗产资源和东部的文化资源。此外，我

们还有多种族和谐生活的友善人民，这些美誉名声在外。

为了使这些资源得到最大程度的利用，行业、各级旅游政府部门以及行业和相关行业的投资者们应该通力合作。应该推动而不是限制私营部门在旅游行业的发展和竞争。要兼顾行业的短期和长期发展趋势，比如现有的银发族旅游人群和今后的中国和印度市场。

现在的国家土地奖励计划对于推动这个进程是一个典范，特别是对于那些交叉管制和跨部门管理的项目。

现有的鼓励产品开发的项目，例如澳大利亚旅游发展项目、特许目的地项目等项目应该继续进行，但还应该注重经济影响和创新、引进行业专家对项目评估、评估结果的透明度、已完成项目的影响评估等方面。

八、领导和行业合作

联邦总理成立了一个工作小组，定时检讨旅游业的问题，发现与那些主要非旅游部门共有的机遇。

在政府和行业之间加强协调有利于旅游行业的发展。就像之前我们的那些建议一样，行业利益相关者和其他非旅游部门的政府部门之间要加强合作。由政府总理成立的高层次部际工作小组将为发现和解决那些存在部门职能交叉的问题提供一个有效的高层次的机制。

九、行业组织的作用

旅游行业组织要领导行业从业者与政府开展合作，确保

这些建议取得实效。

政府不可能也不应该事事亲历亲为。旅游业是一个涉及众多行业和部门的综合性产业。此报告的主旨就是要阐明加强旅游行业和各级政府合作和联系的重要性。因为存在着大量的交叉和重叠及各行业目标不一致的情况，使得协调工作困难重重。因此，旅游行业协会要在推动以上建议得到落实方面发挥主要作用，要在整合各种资源、平衡战略所设定的挑战和机遇方面发挥更积极的作用。

十、改组澳大利亚旅游局

要改组澳大利亚旅游局，使之能够完成以上各项建议。这个报告指出了在国家层面上旅游行业发展存在的不足，同时还确保对于需求方的刺激能够得到最大回报。要最大限度的实现这些目标，就要将这个战略所提出的行业发展的建议融入对需求方进行研究的澳大利亚旅游局。

旅游指导委员会不想在一开始就假定给予澳大利亚旅游局更多的责任。我们只是审查了国家和各州政府在旅游业上的工作安排，并借鉴国际上有关国家的做法，目的是找到旅游业发展需要哪些功能，以及如何开展市场和广告工作的。

在澳大利亚各州政府中，昆士兰州政府将旅游发展的职能纳入州政府，维多利亚州政府将全部旅游业职能纳入政府进行管理。其他各州则把旅游业发展的职能纳入各州旅游

局。相反，在新西兰和瑞士，旅游业发展的绝大部分职能都纳入国家层面的政府管理。虽然这些国家的体制可能与澳大利亚不同，但是正是因为国家直接控制了旅游相关产业的公共资产，他们的政府才能更好进行旅游发展。在澳大利亚，各州政府需要对旅游相关资产拥有更大的控制器和经费支出权。

旅游指导委员会认为没有一个单一的最佳管理模式。成功与否的关键在于关主要领导个人的素质和组织一体化程度。为了达到平衡，我们认为在国家层面上，对供需双方的研究应该达到平衡。我们也认为这些研究的开展应该在一个与政府保持一定局里的商业氛围内进行。

我们的结论就是澳大利亚旅游局应该承担起行业发展的角色，而政策支持和经济分析和研究则应该有政府部门来进行整合。图标一阐述了如何在澳大利亚旅游局内开展供需双方的研究，而资源、能源和旅游部则应该作为政府部门发挥政策制定的作用。

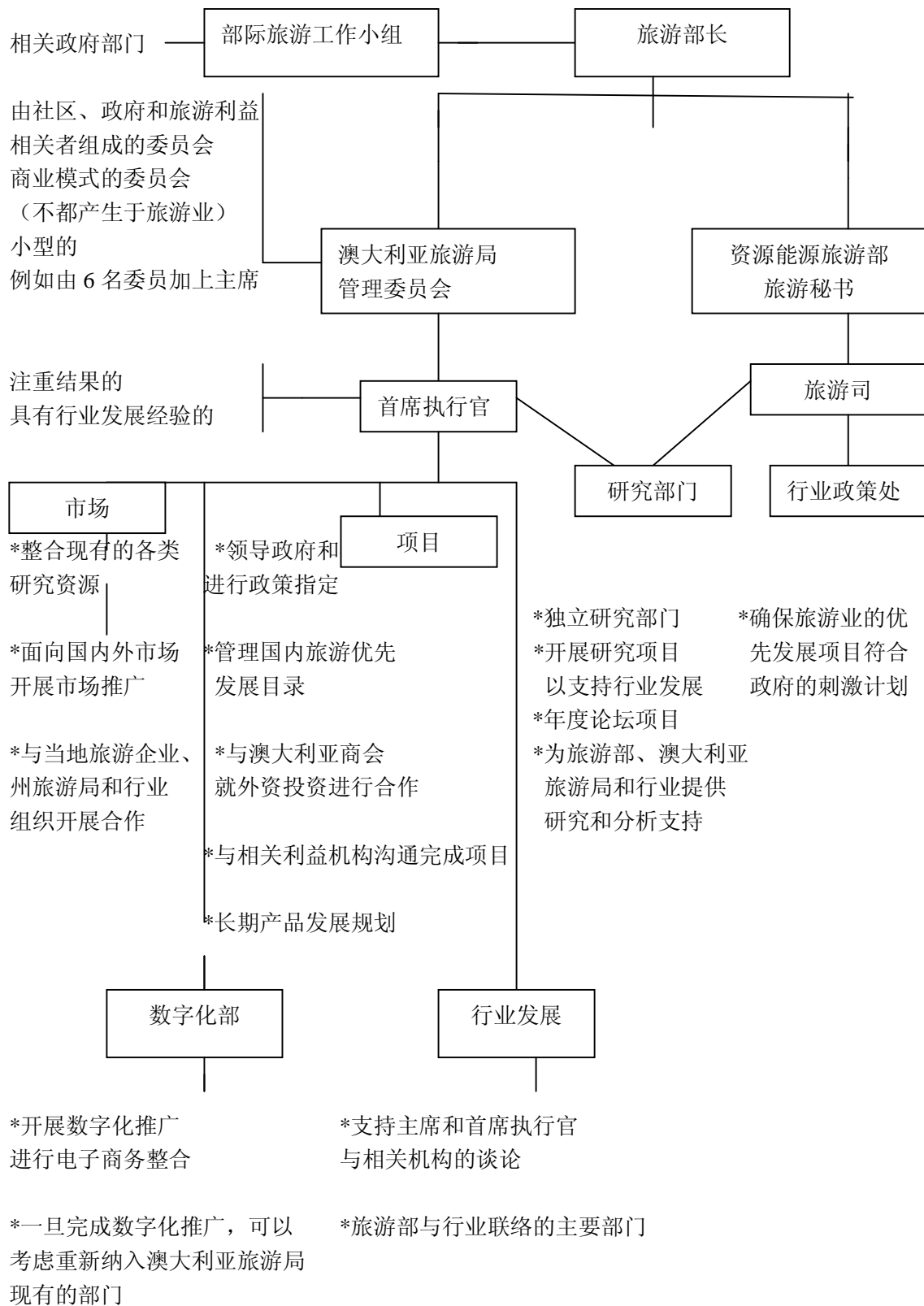
我们也认识到进行这样的改组会面临风险，会使澳大利亚旅游局倾向于进行需求方的激励计划而弱化现在对于行业和政府管理的介入。澳大利亚旅游局需要从根本上改变现在的指导思想和运作方式，在与政府和行业组织密切合作的基础上，有效开展对供需双方的研究和工作。

在现在困难的经济环境下，保持现有资源的分配是十分

重要的，并且在将来随着资源的增加，按照清晰的业绩产出模式进行资源的分配也是十分重要的。

无论采取何种架构来实行这个战略，采取新的模式来增强旅游部门、旅游行业和其他相关政府部门的联系都是必须的，需要在基础设施建设、投资和培训上加强联系，特别是要加强澳大利亚旅游局和澳大利亚商会之间的联系。

表一 组织结构图



旅游业对澳经济的重要性

旅游业对澳大利亚经济的强度、多样性和经济弹性有很重要的作用，2007 至 2008 年度，旅游业为澳大利亚国内生产总值贡献超过 400 亿澳元，占国内生产总值的 3.6%。

旅游业是澳大利亚最大的服务出口行业。在 2007 至 2008 年度，旅游业出口创汇 236 亿澳元，占总出口值的 10.1%。旅游业创汇是纺织品、服装和鞋类行业创汇的 10 倍，是汽车行业创汇的 5 倍，但是在要求政府帮助方面却远远少于上述行业。其出口创汇值比上述两个行业总和还多。旅游业还为农村和偏远地区提供了大量就业岗位，拓宽了经济发展的范围，提高了当地生活水平。有将近一半的旅游花费用在了这些地区。国内旅游者的花费超过一半用于农村和偏远地区，将 53% 的旅游消费用于上述地区，而国际游客只有 21% 的消费用于上述地区。

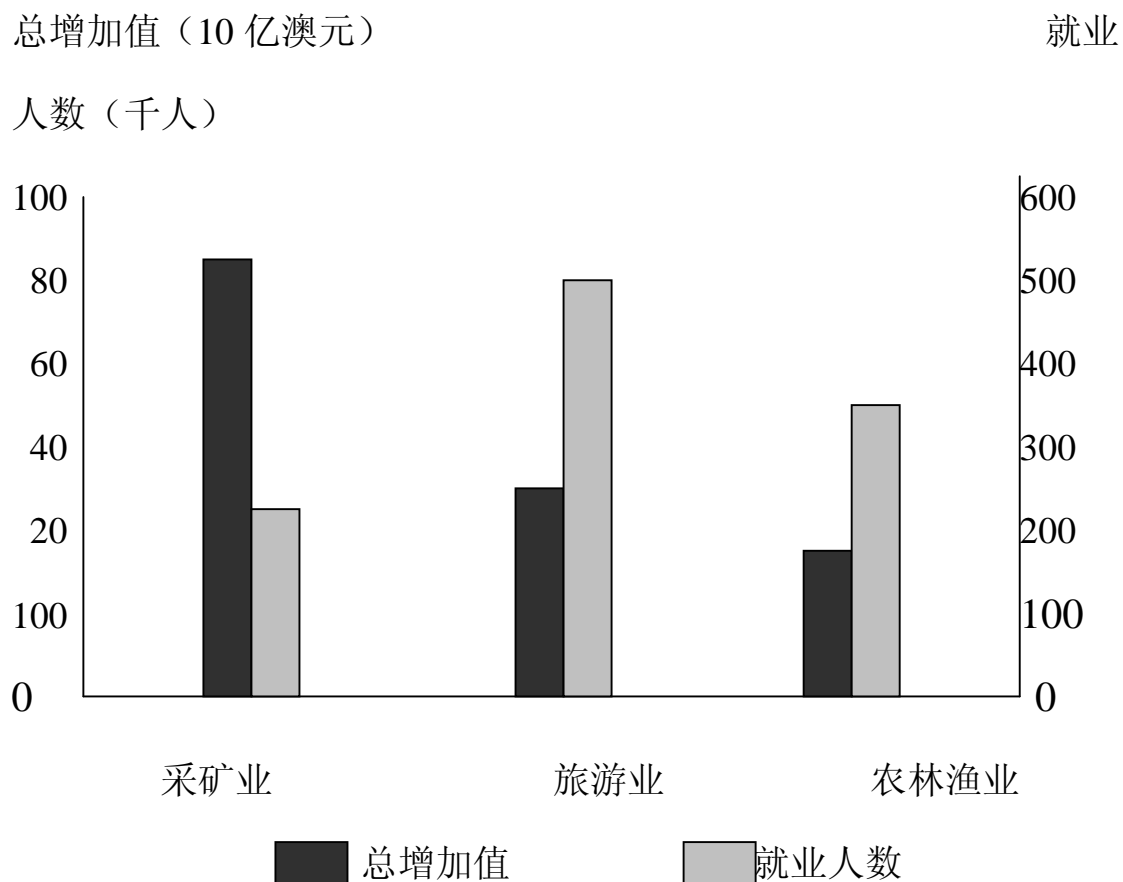
旅游业对澳大利亚是十分重要的，占有所有企业数量的三分之一。旅游企业中 93% 都是单人经营或者小企业。只有 6.5% 是雇佣 20 到 199 人的中型企业，雇佣超过 200 人以上的大型企业不超过 0.5%。

2007 至 2008 年度，旅游业直接就业人数为 50 万人，占全部就业的 4.7%。不能单纯看绝对就业人数，旅游业的就业范围十分广泛。旅游业不仅提供全职岗位，还提供了大量兼职和临时性就业岗位，符合我们现在的多样性的现代劳动力

市场的要求。此外，旅游业不仅在城市地区提供就业机会，还在农村和偏远地区提供了大量工作岗位。

旅游业对于社区发展也有积极贡献，不但提供了大量长期的工作岗位，还为保护自然和文化资产做出了巨大贡献。尽管旅游业贡献巨大，但是按照国际统计标准，旅游业还不能正式列为一项统计科目。为此，澳大利亚统计局采取了旅游卫星账户的做法。这种由于旅游业特性带来的问题，使人们无法深刻认识到旅游业对经济的巨大贡献。作为主要出口行业，旅游业创造的就业岗位超过采矿业，也比农业创造出更多的增加值。详情见表二。

表二 2007 至 2008 年度旅游业就业岗位和总增加值对比



业绩出现下滑，需要采取行动

旅游业对澳大利亚十分重要，它增加了社会赋值，提供了就业岗位，扩大了经济发展区域，对文化和环境的保护也发挥了巨大作用，创造了大量外汇收入。我们似乎对于旅游业的发展过于自满。在 2000 至 2001 年度，旅游业的发展达到了巅峰状态，占当年 GDP 的 4.7%，旅游就业人数占全部就业人数的 5%。在 2007 至 2008 年度，则出现了下滑，只占当年 GDP 的 3.6%，旅游就业人数占全部就业人数的 4.7%。从那时候开始，我们的旅游业就面临严重下滑的危险。

一、国际市场

在过去的 25 年中，澳大利亚的入境旅游一直呈上升势头，然而在最近几年增长率则出现了下滑。

1981 年接待入境游客约 100 万人次。到 1994 年，入境游客人数达到 400 万人次。到 2008 年，澳大利亚当年接到入境游客 550 万人次。从 1981 年到 2008 年，入境游客人数年均增长 6.8%。虽然面临外部环境的剧烈动荡，旅游业还是实现了增长的目标。

然而，需要指出的是两个不同时期的增长。从 1981 年至 2000 年，澳大利亚接待国际游客年均增长 9.1%，但从 2000 年到 2008 年，增长率只有 1.6%。对比全球游客增长速度，1981 年至 2000 年，全球接待入境游客平均增长速度为 4.8%，2000 年到 2008 年增速为 3.9%。而亚太地区的接待入境游客

增长率为 8.1%。

澳大利亚在全球旅游市场的份额从上世纪年代中期的 0.7% 下降到 2008 年的 0.6%。尽管这个趋势还有一些起伏，但是这种快速下滑的趋势已经为旅游业的未来发展拉响了警钟。需要指出的是其它成熟的旅游市场也经历了是全球市场份额下降的问题。这是针对那些竞争激烈的目的地而言的。

虽然面临下滑，但我们澳大利亚旅游品牌独特的吸引力仍在。在我们主要的客源市场，澳大利亚仍为主要的向往目的地。在 2008 年国家品牌指数排名中，澳大利亚连续第三年荣居榜首。根据世界经济论坛的旅行和旅游竞争指数，澳大利亚在亚太地区位居首位，在全球 133 个国家位居第九。澳大利亚在航空运输方面的竞争优势居第三位，自然资源方面居第四位，旅游基础设施方面居第九位。此外，澳大利亚在政府优先发展旅游业的重视程度、目的地营销效果方面也都名列前茅。

而然，在最近几次的世界经济论坛的旅行和旅游竞争指数排名中，澳大利亚已经从第四位滑落到第九位，主要是由于在政府优先发展旅游业的重视程度的弱化、公共交通和通信基础设施方面的负面评估。此外，因为较高的燃油价格、机场税和机场附加收费方面，澳大利亚被列为世界上最昂贵目的地之一。

除非澳大利亚能改变这种下滑趋势和将游客对澳大利亚的潜在向往变成出游现实，否则我们在全球的份额会继续下降。

旅游预测委员会的中期预测认为，到 2017 年，接待国际入境游客人数将到达 810 万人次，与 2007 年相比，平均年增 3.7%。全部旅游消费将从 2007 年的 911 亿澳元增长到 2017 年的 1076 亿澳元，绝大部分增长来自入境旅游。因为目前的经济环境仍不明朗，加上面临的下滑趋势，我们对这一预测保持谨慎态度。

二、国内市场

在过去的十年中，澳大利亚国内旅游市场出现了相对的下降。从 1998 年到 2008 年，国内旅游表现平平，但同时出境旅游却增长了 84%。从 1998 年到 2008 年，国内过夜旅游人次和国内旅游人天数分别下降了 4.5% 和 7.4%。同一时期，国内一日游人次下降了 11.4%。

国内旅游花费也表现一般。每年花费大约为 600 亿澳元。通过与总花费对比就可以看出这种下滑趋势。在 1998 年到 1999 年和 2007 年到 2008 年的这段时间内，家庭用在国内旅游上的花费占全部花费的比重从 10.9% 下降到 8.6%，因为消费者更愿意在电器、住房和出境旅游方面消费。

1998 年澳大利亚人进行国内旅游的倾向为平均每人 5 次，而出境旅游为平均每人 0.2 次。到 2008 年，进行国内旅

游的倾向已经下降为平均每人 4.1 次，而出境旅游为平均每人 0.3 次，增长 63%。

根据预测，从 2007 年到 2017 年，国内旅游人天数将从 2 亿 8890 万人次下降到 2 亿 2850 万人次，尽管过夜旅游人次预计将从 2007 年的 7380 万人次上升到 2017 年的 7790 万人次。国内旅游占全部旅游消费的份额将从 2007 年的 74% 下降到 2017 年的 67%。考虑到国内旅游对于农村旅游的重要作用，这一下降趋势应该加以重视。更为担心的是，澳大利亚旅游研究院研究认为澳大利亚人不再将国内旅游视为有吸引力的体验，特别是和那些容易实现的和易感知的体验相比，比如大屏幕电视机和其他电子消费产品。

双职工家庭面临生活压力，因此将每年的年假时间用于照顾孩子，这是传统的澳大利亚家庭国内度假数量下降的原因。我们将面临这样的风险，下一代澳大利亚人成长并有了自己的家庭后将不喜欢国内度假的生活方式了。

三、出境旅游市场

在近年来国内旅游表现平淡，入境游客增长缓慢的情况下，出境旅游市场却迅猛增长。从 2000 年到 2008 年，出境旅游增长 66%，出境人数从 350 万人次增长到 580 万人次。根据预测，到 2017 年出境旅游人次将达到 780 万人次，年均增长为 3.6%。

出境旅游迅速增长是由于以下原因：澳元升值、出境旅

游产品的价格优势、收入增加带来的可支配收入增加、低成本航空公司的兴起和东南亚和太平洋地区的包价旅游产品的增加。

蓬勃发展的出境旅游并不是一件坏事情。这有利于澳大利亚旅游业的发展，这有助于航空业的可持续发展、邮轮旅游的发展和旅游代理商的发展。

澳大利亚的经济依赖于强劲的双向贸易往来。出境旅游和入境旅游的发展有助于增进经济纽带。在目前经济不景气的大背景下，日益增加的保护主义倾向不利于全球贸易和经济复苏，也有损全球旅游业的发展。澳大利亚旅游和交通论坛最近的报告做出以下结论：“日益增加的保护主义有损全球贸易，旅游业将成为受害者”。

结论

尽管收入水平的增加通常会引发更多的旅游活动，但是在过去的十年中，旅游业在澳大利亚经济中所占的比重在下降。尽管从绝对数量上来讲旅游活动并未下降，但是旅游活动对国内生产总值的贡献比重和在消费支出中所占比重还是相对下降了，这说明旅游业相对澳大利亚其他经济行业而言表现较差。

澳大利亚旅游业需要更多投入。如果这一下降趋势不能得到改变，将会产生严重经济后果，不但影响旅游业自身发展，将在更大范围内影响澳大利亚的经济。

如果澳大利亚的入境游客占全球游客的份额继续按现有速度下降，到 2030 年我们将减少 360 万国际游客。如果旅游业占国内生产总值的比例按现有速度继续下降，到 2030 年将只占国内生产总值的 2.5%，这将造成国内生产总值减少 220 亿澳元。

澳大利亚的经常贸易项目在过去的十年中已经出现了结构性的恶化。考虑到商品出口在数量和价格上都可能出现的增速趋缓，旅游业所占份额的下降将加速这一情况的恶化。和其他服务出口行业一样，旅游业具有增加经济多样化、增强经济弹性、改善收支平衡的潜力。但只有马上采取重大措施就能行变革，才能使之成为现实。

旅游业在增加就业、提高出口等方面对经济发展的作用十分重要。资源、能源和旅游部的经济分析已经显示旅游业与其他行业的关联性很强。据测算，旅游业的总产值乘数为 1.85，也就是说在旅游业直接消费 1 元，将会在其他行业产生额外的 85 分消费活动。在就业方面，在旅游业上每消费 100 万澳元用于购买货物和服务，就会创造出超过 12 个工作岗位。按照旅游业在现有国内生产总值的份额计算，旅游业下降 220 亿澳元就意味着在旅游行业和相关行业减少 10 万个就业岗位。

澳大利亚绝不能任由旅游业出现如此下滑。否则会对国家发展、劳动就业、经济弹性和收支平衡方面造成巨大危害。

目前我们所面临的挑战和机遇

为了阻止这种下滑趋势，我们需要明确所面临的挑战，并且要抓住机遇。

短期上来看，旅游业面临全球经济衰退的冲击。

中长期来看，澳大利亚客源市场和游客构成都发生了显著变化。非休闲旅游从游客数量和消费上来讲都正在兴起。

气候变化、政府和公众对旅游业的态度将会对行业发展有着重要的但不可预测的影响，因此在制定长期发展规划时要将上述因素加以考虑。

但是如果我们采取了正确的做法，从长期来看澳大利亚的旅游业仍然十分强大。

澳大利亚旅游研究院已经开发出一套研究模型，用来研究从 2007 年到 2030 年的市场变化情况。在入境游客研究方面，将对前十位的客源国市场以及印度市场加以研究和分析。根据该模型预测，到 2030 年澳大利亚全部游客数量将达到 1 亿人次，其中包括 8100 万国内游客、1000 万出境游客和 900 万入境游客（只包括前十大客源国和印度市场）。根据该预测，年度旅游消费总额将增长 60%，从 2007 年的 870 亿澳元增加到 1380 亿澳元。其中国内游客消费 480 亿澳元、出境游客消费 550 亿澳元、入境游客消费 350 亿澳元。

要将以上预测所含的巨大市场潜力变成现实，我们需要马上采取行动才能抓住这些机遇。

一、全球经济下滑和中期市场展望

从短期来看，澳大利亚的旅游业会受到全球经济危机的影响，尽管旅游业之前也从外部影响中复苏，但这次危机的范围和速度前所未有，因此目前我们还不知道这次的危机何时结束。

由于旅游是一种随意支出的消费行为，因此只要经济和收入水平继续下滑或者经济不景气，旅游业就一定会受到影响。世界旅游组织的资料已经显示 2008 年下半年国际旅游增长出现下滑，而且这一趋势将很可能延续到 2009 年和 2010 年。

尽管澳元兑美元的汇率已经从 2008 年 7 月的 0.97 最高点开始下滑，但是澳大利亚主要客源国的财富和消费信心大受打击，加上我们国内市场也深受影响，这次的世界经济危机对于旅游需求的影响是不言而喻的。

2008 年 12 月，旅游预测委员会预测 2009 年入境旅游市场回下降 4.1%，但是情况有可能继续恶化。对于入境旅游在 2010 年止跌回升我们谨慎乐观。

而国内旅游继续与上年持平，到 2010 年可能有缓慢增长。根据预测出境旅游在 2009 年将下降 2.9%，出游人次为 560 万。

二、客源市场的变化

中期来看，澳大利亚的主要客源市场将发生巨大变化。根据研究模型预测，到 2030 年入境旅游市场最主要客源国就是中国和印度。中国目前已经仅次于英国和新西兰位列入境客源国的第三位，而目前印度的入境人数还未能进入前十位。这一变化将极大影响澳大利亚入境旅游。例如，来自中国的游客第一次来澳大利亚旅游很少会去乡村地区旅游。如果这样的游客在入境游客的比重继续加大，那么乡村地区的旅游将受严重影响。

三、人口构成的变化带来的挑战

游客人口构成上的变化将对我们的旅游业产生重要影响。其中最主要的变化就是游客的年纪在增加。在国内旅游市场上，根据预测，六十岁以上游客的比例将增加。根据目前的预测，从 2007 年到 2030 年只有 60 岁以上年龄组的过夜游客数量和消费在增加。

同样的趋势也将出现在入境旅游市场上。在赴澳旅游的日本游客当中六十岁以上人群已经有很高比例。从 2010 年起，中国和德国赴澳旅游的游客当中处于工作年龄的游客比例将显著下降。在我们的主要客源市场中，印度是唯一一个处于工作年龄的游客比例增加的国家。

在国内，灵活的劳动力市场和双职工家庭的出现已经改变了澳大利亚人过去的度假习惯。越来越多的积攒下来的假

期说明工薪家庭已经忘了每年的度假，更不乐观的是这些家庭成长起来的新一代将不会有每年在国内度假的习惯。除非采取诱人的吸引，否则我们的国内旅游从长期来讲处于十分危险的境地，这一市场将被其他商品和服务包括出境旅游所代替。

此外，旅游行业的劳动力人口比例也发生着变化，这将对我们这个以中小企业为主的行业产生重大影响。除非我们通过移民或者增加吸引就业吸引力，否则更少的适龄劳动力从事旅游行业意味着对收入和利润将征收更高的税。这不但会影响劳动力的供给，也会影响企业投资和参与旅游业的热情和积极性。

四、非休闲旅游的增长

现代旅游不仅仅包含休闲旅游，它还包括其他目的的旅游，例如商务、教育和就业等。目前，休闲旅游仍占据入境游客数量和消费的主要部分，但其他非休闲旅游的重要性正在显著增加。

从 2000 年开始，国际游客收入增长的 45% 是由以受教育为主的国际游客那里获得的。探亲访友的游客对于收入增长的贡献了超过 20% 的，紧随其后。

根据预测，从现在到 2030 年，非休闲旅游的游客增长速度将远远超过休闲旅游游客。因此我们要将商务、教育和就业带来的机遇纳入我们的旅游发展规划中去。

五、气候变化

从短期和中期来看，气候变化将增加企业为了满足政府改革和消费者购买习惯变化而产生的成本。从中长期来看，气候变化将会因为旅游业对于关键自然资源和环境的依赖而增加成本。不根据气候变化而采取行动，将会削弱行业对经济的贡献程度。

制定全国战略

一、行业发展的美好前景

2008年5月，旅游部长马丁·福格森先生宣布要制定一个全国性的长期旅游发展战略。这一战略的重点将放在供给方或者行业生产能力上，以使旅游业对经济做出最大贡献。

供给方的研究，就意味着澳大利亚旅游业要拿出有吸引力的、有竞争力的旅游产品。这些产品将能体现出澳大利亚的比较优势，将考虑到国内国际市场上长期需求的变化趋势。还要考虑如何采取合适的广告和营销方式将这些产品推出。这一战略的目标就是基于我们独特的比较优势将澳大利亚大造成一个优质的旅游目的地。

当然这并不意味着需求方的研究就不重要，我们就不加以考虑。将旅游行业作为一个需求方研究的概念就已经表明了政府政策和行业的侧重点已经主要放在了对需求方的研究上。为了获得行业继续前进的弹性和竞争力，我们需要加强在供给方的研究，以改变目前的这种不平衡。

部长先生指定了由旅游业业内和业外的市政和商界领袖组成的旅游指导委员会。他们基于个人的经验和经济、行业和政府部门的专长，为制定这一战略做出了贡献。

从一开始，指导委员会就认定了要提出高层次的具有较高潜在反馈的建议，而不是一些从小处着眼的细小建议。只有这样的建议才会对旅游行业产生更好的效果。

报告中提出的十条建议目的就是为了提高行业的生产能力和创造能力，而这一能力的提高是建立在有效的统计和研究基地、质量评定标准和为了长期成功而建立起来的行业联系和领导力的基础上的。

旅游指导委员会认识到这一战略的组成是政府的事情，因此也很有必要由政府采取协商的办法来实现。在政府内部，资源、能源和旅游部已经与相关政府部门建立起部际委员会代表政府采取统一措施。

二、广泛磋商

旅游指导委员会同业内主要利益相关者进行了广泛接触。主要行业组织、各州政府和全国旅游组织都表达了他们的意见。我们咨询了所有和旅游相关的政府部门的意见。

尽管不可能与全部 60 万旅游行业的小企业举行座谈，咨询委员会还是尽可能多的听取相关人员的意见和看法。

旅游指导委员会的工作已经在若干政策审查过程中得到体现，通过表达旅游业的利益并将其加入这些政府政策中去，例如在国家航空政策声明、国家基础设施审查和优先目录、澳大利亚税收制度评估和出口政策和项目评估等政策中都得到了体现。

在研究和测试可能的反馈过程中，我们邀请了业内利益相关者组成了咨询小组。为了更好地理解现代旅游业，指导委员会也咨询了主要旅游研究机构的意见。

供给方的问题必须加以重视

多年来，澳大利亚旅游的重点关切都放在如何通过广告和营销来刺激需求。但面对竞争激烈又快速变化的外部环境，澳大利亚的旅游业必须同时兼顾供给方的研究，要致力将澳大利亚打造成为一个有吸引力的、价格合理的、进入便捷的、具有良好基础设施的目的地。只有通过产品开发和创新，扩大在优质旅游项目上的投资以及发展包括电子商务和优秀人力资源在内的基础设施才能实现上述目标。

一、消除供给方存在的障碍

通过广泛征求意见，旅游指导委员会明确了那些对旅游生产过程至关重要的因素，但由于目前我们所面临的挑战和机遇而无法实施。通过征求咨询工作小组的意见和查看之前的旅游行业的报告，我们列出了 54 个方面的问题。通过进一步深化，我们把这些问题的归纳为对旅游业有最重要影响的七项。这七项问题分别是：

1、基础设施

在制定规划的过程中，旅游业没有被纳入其中进行考虑。

2、研究和统计

现有的资料库是基于需求刺激和市场推广而形成的，应该将供给方研究和行业发展的需要纳入其中进行研究和统计。

3、人力资源和技能

目前在劳动力供需方面和劳动力技能的供需方面都存在着不平衡现象。

4、数码技术、数字化营销和渠道

旅游行业在采用在线技术和电子商务开展业务上步伐缓慢。

5、监管、规划和批准过程

在监管、规划和批准程序上过于复杂和不透明，而且整个申请过程不能保持一致。

6、投资

私营企业因为缺少行业投资机会的信息而不愿意对旅游行业进行投资。

7、领导力

因分散的领导力而导致行业错失提高生产效率的机会。

1、基础设施

澳大利亚旅游业的经济发展能力很大程度上依赖于包括公路、机场、港口、游客中心、博物馆、住宿设施等在内的基础设施的质量和数量。旅游行业利益相关者都认为对旅游基础设施的投资不足已经严重影响了行业的表现和发展前景。

尽管各州旅游报告显示澳大利亚各种旅游基础设施较为发达，但是仍有必要继续增加和吸引对旅游基础设施的投

入以确保行业的发展。需要继续加强的领域包括中型住宿设施、游船设施、体育运动场馆和野生动物讲解中心等。

绝大多数国际游客都是通过飞机进入和离开澳大利亚，因此旅游处理系统的质量将给游客留下很重要的印象。在确保澳大利亚检疫和安全的前提下，相关行业和政府部门需要通力合作优先解决旅客通关设施等。尽管作为世界上最大的岛屿国家澳大利亚需要避免外来威胁确保国家安全，但是我们确实需要将由此带来的不便降到最低程度，以高效的好客的姿态迎接和送别国际游客。相关边防和安全部门需要加强合作，确保旅游业采取合适的方法为游客提供便捷的通关服务。

目前我们的国际航班口岸需要跟上旅客需求的步伐。悉尼机场在旅客入境高峰时刻明显表现出设备设施的不足。要满足可能增加的游客数量，机场方面需要添置更多的设施和设备。

我们认识到游客进入澳大利亚的便捷性是一个很重要的供应方的问题。对绝大多数国际游客而言，澳大利亚都是一个远程国家，为了尽可能多的吸引国际游客，我们就需要在全全球提供便捷的航空中专和联接服务。但目前我们采取的仍是几十年前的保守的双边航空管理条例。而且许多政府都将开放国际航线作为政府的特权和影响力的表现，这就导致了我们在航空业上的保护主义和曲解。旅游指导委员会支持

《政府航空业发展讨论稿》所列出的在指定航空业政策时要优先考虑旅游业发展的需要，要继续推动对航空业的自由发展。我们也认识到了航空业对于澳大利亚本地和旅游业的重要性。

游客进入澳大利亚境内就要使用各种交通设施，但目前我们在交通设施上的投入不足已经造成交通设施的匮乏和不便。此外包括道路、步行道、游客中心、外语指示牌、残疾人设施、国内机场和会议设施等方面的基础设施也明显不足。这些基础设施的不足已经影响到各地接待游客的数量，从而影响旅游业对当地经济的贡献。

而在一些偏远地区，包括水、电、道路等基本基础设施都不足，这严重影响了对该地区的旅游投资的吸引力。

但是很多旅游相关基础设施部门的负责人并未认识到他们的部门属于旅游相关基础设施部门，这种认识上的不足会发生在一些交通部门、娱乐业、文化单位、甚至是一些游客经常到访的单位和部门身上。

许多有很大潜力发展旅游的单位例如国家公园、文物古迹等并没有用作旅游用途，甚至不对游客开放。这导致旅游业错失很多良机。同时这些机构也因为没有投资而面临维护和保养上面的困难。塔斯马尼亚的旅游业议会的报告就明确说明了这一点。

在制定政府规划的时候就要考虑到旅游业发展的需要。

只有用一种开放的视野，各级政府部门才能制定统一连贯的政策，将旅游业的发展纳入经济全面发展计划。

2、研究和统计

研究和统计对于政府和行业在进行科学决策、投资、产品开发和市场推广方面都是开展工作的基础。

澳大利亚旅游研究院是澳大利亚旅游局主要的研究机构。在刺激需求方扩大回报为主要目标的情况下，澳大利亚旅游研究院的研究工作对于开展市场推广和促销是特别重要的。然而，现在我们需要在对供给方的研究上有所加强，使我们的旅游业获得强劲的可持续的发展。

旅游业可持续发展研究中心是澳大利亚旅游研究的另一重要机构。目前该机构是世界上最大的专注于旅游研究的机构。它成立于 1997 年，隶属于澳大利亚政府合作研究中心。该机构联合旅游行业、国内高校和其他公有部门的研究机构一起研究澳大利亚旅游业所面临的战略挑战，为旅游行业和政府提供智力支持。其研究成果在旅游行业得到广泛应用。因此，政府应该为其提供足额的资金和人力资源方面的支持。

澳大利亚统计局是全国统计机构，负责向政府和社会提供统计服务，其提供以下三种旅游统计报告：

(1) 澳大利亚旅游卫星账户，测量旅游业对澳大利亚经济的直接贡献程度

(2) 出入境游客数量，统计海外游客入境人数和类别，统计澳大利亚居民出境次数

(3) 旅游住宿业调查，测量短期澳大利亚境内商业住宿设施的活动情况

澳大利亚统计局广泛搜集经济和人口统计的数据，提供信息咨询服务，主要提供包括生产、投资、利润、劳动力、家庭人口构成和消费等信息。这些信息作为旅游相关信息被运用在政策制定、规划和决策方面。

澳大利亚旅游研究院和其他研究机构并没有特别关注供给方的研究，因此需要在旅游业政策制定、旅游投资规划和产品开发方面有所加强。目前一些市场研究公司开展了有关方面的研究，但是这些中小类型的商业企业远远不能胜任这些决定行业发展大事的工作。

3、人力资源和劳动技能

旅游业为澳大利亚提供了接近 50 万的就业岗位，其中一半位于农村和偏远地区。旅游业从业人员包括旅游代理商、旅游批发商、饭店和餐馆从业人员、零售业从业者、博物馆和文化中心从业人员、出租车和旅游车司机、机场和航空业者、酿酒业从业者和其他从事旅游市场推广活动机构的人员。为了生存和发展，旅游业需要获得足够的合适的人力资源。行业发展既需要兼职的合同制的基本技能服务人员，也需要掌握高技能的职业从业者。在制订任何关于行业人力

资源的政策时，都要考虑到以上两种不同类型人力资源。

对于低技能人才来说，旅游业可以转移日益萎缩的制造业和处于低谷的采矿业的剩余劳动力。旅游业是年轻人、移民和大量低技能劳动力的主要雇主。住宿业、餐饮业和零售业超过 35% 的就业人口年龄在 15 岁到 24 岁。此外，旅游业也为那些寻求兼职、小时工、合同制工作、季节性工作的劳动力提供了大量就业岗位。

在以前的经济衰退和危机中，旅游业已经表现出了较强的弹性。旅游业应该是全球经济复苏中最先好转的几个行业之一。作为季节性和周期性行业，旅游业具有灵活就业、劳动力流动迅速等优势。旅游业能根据需求迅速扩大就业的特点决定了它能加快经济复苏的步伐和范围。

旅游业的发展同样也需要掌握很高技能的专业从业者。但是因为认为旅游行业难以提供长期职业发展而使得该行业难以吸引高素质的专业技能人才。事实上，接受过专门的职业技能培训的从业者中有 40% 至 60% 的都能在旅游行业从业超过 5 年。旅游行业的技能较容易转变成为其他相关行业的技能，这些技能在国际市场上也较为吸引人。旅游行业从业人员跨行业跨国家就业能为澳大利亚的旅游业带来创新、多样化和全球经验。

目前主要通过院校培养高层次的旅游专业人才，并以此获得行业必须的经验和技能。但是需要考虑的是如何按照行

业的需要来培养人才，并且根据行业发展的需要提供相应的资源。

像其他许多行业一样，目前旅游行业发展面临劳动力匮乏的问题。虽然目前因为经济危机的出现，旅游行业劳动力不足的问题暂时得以解决，但是行业仍面临如何长期吸引到足够合格的劳动力的问题。旅游行业的领导人还需与教育培训机构加强合作，旅游经销商也要展示出更多的行业发展机会。

此外，澳大利亚的移民政策和签证发放政策需要保持足够的灵活，以保证旅游业发展可以获得足够的人力资源。还要对专门技术人才提供就业通道。当行业需要增加劳动力时，应该确保那些低技能的外国劳工可以进入劳动力市场。

许多长期暂时移民被允许进入澳大利亚工作，这对于旅游业中的住宿业和零售业来说十分重要。假日劳动就业签证政策使得旅游业和其他行业可以获得足够的劳动力。此外，457 签证类型使得那些稀缺专业的技能人才在澳工作。

此外，太平洋季节工项目也有有益于满足旅游行业对人力资源的需求。这一项目是作为一种增进澳大利亚与南太国家关系的外交手段，同时也有利于解决澳大利亚旅游业劳动力短缺的问题。我们要认识到类似项目对于解决行业劳动力短缺的作用。

通过移民政策，我们已经有足够的外语技能人才。在面

临如何更好服务国际游客的问题上，语言技能仍是十分重要的问题。需要考虑如何吸引外语人才进入旅游行业。此外，还应该考虑导游人员任职资格和持证上岗的问题，确保澳大利亚旅游接待水平的一致性。

4、数码技术、数字化营销和渠道

澳大利亚旅游业非常需要采用数字化技术。消费者需要准确的及时的旅游信息，并且需要充满信心的在线购买旅游产品。

目前传统营销渠道对于旅游代理商和批发商来说仍很重要，特别是对于那些新出现市场和小众市场来说。但是目前缺乏目的地信息和产品介绍，在线购买旅游产品较为困难，将是澳大利亚旅游业提高国际竞争力的最大障碍，特别是对于农村和偏远地区的旅游业来说。澳大利亚的国内旅游市场目前面临那些价格相对便宜、中短途的国外旅游目的地的强有力竞争，这些目的地的信息很容易在线获得，并且容易进行比较和预订。

数字化技术在澳大利亚旅游业中扮演着越来越重要的角色。在线预订量从 2001 年的 5% 上升到 2008 年的 35%，年均增幅 34.6%。澳大利亚广大中小旅游企业需要尽快跟上数字化潮流，这一方法将是他们以更低的成本接近本地和国际游客。政府决定建设覆盖全国的高速宽带网络也使之成为可能。政府需要对中小企业如何采用在线技术提供帮助。

2001 年澳大利亚旅游局联合各州旅游局推出了澳大利亚旅游信息库项目。该项目作为旅游行业的互联网公用项目，联接了旅游经销商、景区点和目的地以及广大在线旅游分销渠道。塔斯马尼亚政府联合其他行业部门一起组建了电子塔斯马尼亚中心，并鼓励该州的旅游业采用此中心作为开展数字化营销的平台。我们认为该模式可以被其他地区借鉴。

在推进澳大利亚旅游业迈向电子商务时代的过程中，如何确保旅游者对在线购买旅游产品充满信心是十分重要的。其他许多行业已经开始进行统一认证和评级以提高标准和保证行业质量。但在澳大利亚旅游行业大概有 21 个不同类型和部门的认证和评级制度。尽管其中一些制度取得了一些成功，但这种分割的缺乏统一标准的做法已经严重影响了游客在线购买产品的意愿。另外，产品提供和产品营销的脱节也已经影响了澳大利亚旅游以整体统一的形象出现在市场上。在这一方面，澳大利亚的旅游业与很多国家差距不小。例如新西兰和香港，在采用统一的全国或地区性的旅游质量体系方面做得较为出色，值得澳大利亚旅游行业借鉴和学习。尽快采用全国统一的认证评价体系对澳大利亚的旅游业是十分重要的。

5、监管、规划和批准过程

行业一致认为目前在偏远地区高水平的住宿设施十分

匮乏。但不幸的是各州的规划和监管要求十分复杂，这严重打消了企业投资的积极性，使得投资者不得不打消投资的念头。

企业进行旅游开发从立项到建成都必须按照法律和有关规定的要求来办，这就意味着没完没了的控制和管理。要经过全部三级政府的审查，包括环境、规划、基础设施、外国投资、地区发展和原著文化等部门在内的各部门的审查。规划重叠、程序复杂、结果不确定以及其他种种在投资过程中可能碰到的问题严重了投资者对澳大利亚旅游业投资的热情。而我们的国际竞争对手则做的很好，特别是亚洲和中东国家。

澳大利亚交通、基础设施、区域发展和地方政府部推出了重大项目推进计划。这一计划涵盖各行各业，这其中也包含旅游业中的住宿业。但是目前并没有一个具体部门来负责为旅游业提供一站式的帮助，而其他行业比这些项目规模小的项目都获得了重大项目的称号，成功获得帮助。

澳大利亚政府正在重新评价和检讨有关环境保护方面的法律和规定，这涉及到世界和国家遗产以及联邦国家公园等。这将有利于旅游业开展投资和推出新的旅游产品。

另外一个困扰行业发展的问题是税收制度。过于复杂的税收制度和高昂的管理成本困扰着旅游企业的发展，特别不利于小型旅游企业的发展。此外。旅游业雇佣了大量低技能

的劳动者，目前复杂的福利和税收制度不可避免的影响到行业雇佣劳动力的积极性。

澳大利亚政府理事会是负责联邦政府和各州政府改革的主要机构。目前该机构正在将改进审批程序作为其改革的一部分。如果在一个州的改革获得良好效果，这一做法将会在其他各州得到推广，这将会大大减少有关监管规定对旅游业发展的阻碍。

发展问题与有关法律和监管并不是对立和矛盾的。旅游业需要更加努力以获得社会的支持。旅游业的发展对澳大利亚做出了积极贡献，促进了社会繁荣和经济发展。但是人们通常认为旅游业会降低社区凝聚力、破坏自然环境等，所以发展的过程并非一帆风顺。旅游业需要更多的考虑到社会的关切，将旅游业为社会发展带来的益处扩大到更多的区域。

6、投资

对旅游业提供更多的投资才能保证更多的产出、行业长期的利润水平以及行业发展和创新。尽管近年来私营部门对旅游业的整体投资有所增加，但行业普遍认为该投资仍低于一般水平，特别是对于住宿业的投资不能满足游客的需求。外资对于旅游业的投资下降明显应该引起关注。

旅游业被认为是一个相对投资回报率较低的行业，这确实影响了对旅游行业的投资热情。在 1998 年至 1999 年和 2003 至 2004 年期间，旅游行业的投资回报率平均为 11.8%，

而与此同时其他行业的平均回报率则为 14.9%。这也反映了在住宿和餐饮行业相对较低的利润空间。根据澳大利亚统计局的调查显示，2006 年至 2007 年，住宿和餐饮行业的利润率只有 9.5%，位于全部澳大利亚各行业的倒数第三位。

从 2001 年至 2007 年，澳大利亚各类住宿设施所能提供的住宿设施数量年均增长 1.6%。同时期，入住率则从 57% 上升至 66%。尽管房价有所上升，但仍未赶上入住率上升的水平，这也阻碍的进一步投资住宿业的热情。

旅游业的需求会出现季节性的周期变化，加之容易受到行业之外的因素影响。金融机构一般不愿投资旅游行业，因为行业发展面临较高风险和较低回报。在农村和偏远地区这一问题会更加明显。

旅游业需要强有力的公共和私营基础设施和其他设施来为游客提供高质量的旅游服务。但是这些基础设施并不在旅游从业人员的掌控之中，这就增加了复杂性，结果造成了旅游投资收益的不确定性。此外，缺乏测量旅游业表现的基准以及缺乏对行业的了解，使得较少投资者愿意进入旅游行业进行投资，客观上阻碍了旅游行业的发展。

复杂漫长的审批程序增加了旅游投资成本，同时也带来了不确定性。很难明确一个旅游发展计划获批需要多长时间，特别是对于那些有很高旅游价值的自然和文化资源的开发和利用。

7、领导力

澳大利亚全国旅游联盟和澳大利亚旅游和交通论坛被认为是旅游行业主要领导机构。

旅游业是一个多样化的有众多小企业构成的行业。因为没有足够的信息这些小企业很难形成对于行业的共同认识。但是因为他们都关系到游客在澳期间的旅游感受，这些企业之间还是有很多共同利益和相互依赖。旅游业这一分散的特性不但很难让人认识到其经济的重要性，还使政府在政策制定、规划和发展评估方面容易忽视旅游业的需求。

目前旅游行业的领导力分散在各级政府和行业组织中。在国家层面，澳大利亚全国旅游联盟代表全国的旅游业。此外，其他主要全国性的旅游组织包括澳大利亚旅游和交通论坛和澳大利亚旅游出口理事会。旅游行业中的餐饮业、住宿业、航空业等也都有各自的行业组织。在各州都有旅游管理机构 and 旅游行业议会和数量繁多的地区性旅游组织。

这种分散的局面不利于旅游行业私营部门和政府部门携手为旅游业的发展提供更好的发展机遇。行业的人才流动率很高，这不利于行业参与和影响决策过程。

旅游行业需要统一的领导来表达行业对经济发展的重要性，并且能够将旅游业的关切纳入全国的规划中去。行业领袖和政府代表需要密切合作确保旅游业得到整合，实现共同发展。

二、提高生产能力和生产效率

旅游行业的生产能力和利润率通常会比行业平均水平低，这使得旅游行业难以吸引人才和资金。

旅游业是一个劳动密集型行业。支持战略发展的经济模型已经指出了提高生产效率特别是劳动力生产效率的方法，这是实现旅游业对澳大利亚经济贡献率最大的有效方法。

提高生产效率意味着降低单位生产成本，使得行业可以根据市场情况做出更灵活的价格调整。

在公司层面，通过企业改革以及企业文化创新可以提高生产效率。要根据顾客需求和购买习惯的变化来改变企业的生产。为此，旅游经销商和市场营销人员要掌握足够信息，而过去十年中我们开发的注重需求、游客数量的信息库和开展的市场活动可以加以利用。而旅游指导委员会关于收集、分析和使用信息的建议有利于行业根据顾客需求开展创新。

澳大利亚现有的竞争优势

澳大利亚一贯良好的旅游形象表明我们应该充分利用那些将我们与其他目的地区分开来的独特的优势。

在今后的二十年中，澳大利亚旅游业需要满足游客多样的需求。按照个别旅游经销商或投资者的要求来规定澳大利亚旅游业所需提供的旅游类型既是不必要的也是不可取的。但是我们旅游指导委员会一直认为四个方面的竞争优势是我们的重点所在，它们分别是土著文化、独特风光、丰富的城市和乡村生活以及热情好客的人民。

澳大利亚正在吸引着世界各地的游客。以上四个主要竞争优势构成了澳大利亚的精髓。我们面临着激烈的竞争，因此我们要么更加努力将我们的优势推向市场，要么寻找其他的竞争优势资源。

一、澳大利亚的土著文化

土著文化是我们与其他国际竞争对手加以区别的一个重要优势。在 2007 年有超过 16% 的赴澳国际游客至少参与了一项有关土著文化的旅游活动。有 67.7 万国内过夜游客参加了至少一项的土著文化活动。

土著旅游有助于提高土著人个人和社会的经济收入和福利水平，为土著文化保护和跨文化交流提供了一个平台，同时也有助于提高旅游业和整体社会经济的发展。总之，土著旅游所发挥的作用不仅仅是在经济上带来的回报。

旅游指导委员会发现许多地区存在着将更深层次的土著文化纳入旅游发展的机会。这些地区需要投入资源实现现有的项目或者开发新的项目。

二、澳大利亚的独特风光

以自然资源为主的旅游是澳大利亚旅游的核心。澳大利亚在游客心目中的形象就是优美的海滩、独特的野生动植物和难忘的人生旅程。以自然为主的旅游可以将游客分散到大城市以外的地方，包括农村地区和土著人社区。此外，从保护资源和环境的角度，以自然为主的旅游也有十分重要的价值，可以培养、提升和展示我们与自然、与文物古迹和活着的文化的良好关系。

截止到 2008 年 9 月的全年入境国际游客当中有超过三分之二的游客参与了一项以上的自然旅游项目。在所有市场上游客都喜欢参观国家或州的森林公园，国内游客会更喜欢丛林漫步和热带雨林漫步。旅游指导委员会认为应该将我们的自然资源加以明确，以便发现那些以前未曾发现的发展旅游业的潜力和机遇。

澳大利亚政府已经制定了国家土地项目，用以明确如何保护自然资源和如何用于旅游开发。这一项目旨在鼓励人们更多的接触自然环境。

三、多样的城市和乡村

澳大利亚的旅游业要想获得长足的发展和进步，就必须

加大在城市和乡村地区的投资。城市地区在商业、生活、工作、学习以及感受澳大利亚方面对游客都有十分重要的意义。澳大利亚的农村地区也需要开发出有吸引力的项目来迎合新型市场游客的需要。

目前，澳大利亚有许多成功的艺术、美食和美酒的节庆活动。此外，澳大利亚的会议和商务活动设施也十分完备，也同样具备了举行大型体育赛事和文化活动的的能力。但是国际竞争是十分激烈的，对此我们仍需要投入更多精力。

四、我们的人民

澳大利亚旅游很重要的一项资源就是我们好客、宽容和多样性的社会。在国家品牌指数中因为我们好客的天性使得澳大利亚在该排名中名列前茅。澳大利亚人的热点和生活方式有助于展示我们是如何理解国际化的。这为澳大利亚提供了独特的优势。