

境外消费持续升温引发的反思

梁达

2014年我国旅游业实现了平稳增长。出境旅游首次突破1亿人次大关,达到1.09亿人次,同比增长18%以上。据携程旅游发布的《2015中国人春节出游意愿调查报告》显示,有七成内地居民希望通过旅游方式度过羊年春节,境外游意愿首次超过境内游,出境客源地正从一线城市与沿海地区向二三线城市和中西部转移。多种迹象或信息均表明,今年春节境外旅游将会再现“井喷”现象,国人又将涌出境外旅游购物。

当前,我国正在由投资拉动型向消费驱动型经济转型,希望依靠消费推动经济发展,而境外消费高烧不退和奢侈品消费高速增长的背后,让我们看到了国民购买力的强盛,国民并不缺乏消费能力,缺乏的是如何跟进消费政策和消费环境从而把这强劲的消费能力留在国内。

从国内旅游和消费市场看,经过有关部门多年的整治,消费环境有所好转,但仍有一些因素导致居民舍近求远,不断涌向境外旅游和消费。

一是旅游市场秩序混乱问题依然存在。当前我国旅游市场旅行社承包、挂靠现象普遍,加剧了低价恶性竞争;旅游商品购物点、旅游景点的门票和旅游酒店的住宿费用虚高标价,导游获取回扣问题依然存在,既严重影响了旅游形象和旅游服务质量,也不利于自助式的散客旅游的壮大发展。

二是旅游业标准化、规范化水平

较低。市场定价不规范,买卖双方市场存在信息不对称,部分景点定价随意。服务标准不统一,旅游消费活动链条多,一旦出现合同条款不明晰、各项活动安排服务标准和责任界限模糊。由于旅行社经营者没有长远的战略规划,市场定位不明确,同时受经济利益驱动,各种不正当竞争现象在旅游市场中依然存在。

三是产品、服务质量不高直接导致消费外移。据全国消费者组织受理的消费投诉显示,2014年上半年,商品类投诉为171610件,占到总投诉量的52.4%;服务类投诉有91837件,占总投诉量的28.0%。产品质量和服务质量不高、售后服务不到位等对旅游业产生较大影响,并严重影响到居民消费信心和消费意愿,使居民消费安全感进一步降低,导致消费者心有余悸,不敢消费,也影响了消费需求的增长。

由于以上这些因素的共同影响,使国内消费者有钱不敢消费,或消费不放心、少消费,甚至转移到境外消费。购买力大量“外流”应引起关注。如何采取措施创建让国人在国内花钱的良好环境,需要一个漫长的过程。

一是尽快制定适应消费需求的相关政策。目前我国人均GDP已超过6000美元,正处在消费规模扩大、消费升级不断加快的重要时期,尤其是富裕阶层对高档商品的需求空间迅速放大。在这一关键时期,如果能将高收入居民在境

外的高消费转化为境内消费,对于促进国内经济的发展会大有益处。因此,应适应新的消费变化,尽快调整现有的相关政策。可考虑继续降低有关商品的进口关税,适当降低化妆品等高档商品的进口税率,增加高档商品进口量,将部分境外消费转化为境内购买,扩大国内市场的份额。

二是继续整顿市场秩序,净化消费环境。扩大消费必须率先打破制约消费的种种“瓶颈”,继续治理流通消费领域的乱象,彻底消除抑制消费的梗阻,真正把不合格的产品挡在市场的门外之外,尽快营造一个让居民安心消费、放心消费的环境。

三是努力打造国内名牌产品。作为生产厂家,要考虑如何打造世界高档商品品牌,改变过去那种单纯以低廉价格取胜的形象,更多地依靠科技技术、研发设计、品牌质量和综合服务占领市场。政府要鼓励企业不断走向海外,把中国制造的产品和创新的成果推向海外,让企业在获得海外消费者认可的同时,也赢得国内消费者的信赖。

四是净化旅游市场。国家应建立全国性的旅游资源开发规划和相应的管理法规,以指导和协调旅游资源开发,约束旅游资源开发中的不良行为,把旅游资源开发中的外部不经济效应减小到最低。要建立市场竞争机制,加强宏观管理,全面提高旅游业的服务质量。

责任编辑 李艳芝