摘　要　文章结合大连市旅游业发展的实际，对大连市旅游业进行了SWOT分析，在此基础上提出了未来大连市旅游业的发展目标及应达到的相应标准，并为实现和达到这些目标提出了旅游业的管理、宣传、人才培养等多方面的相关举措。

关键字　大连；旅游业；SWOT分析；发展战略

据世界旅游理事会发表的年度报告，自1992年起，旅游业已成为世界规模最大的产业。世界旅游组织亦称“旅游是一个有耐力的和稳定的行业”。21世纪将是旅游的世纪。旅游业具有产业关联性强、规模大、利润丰等特点，其巨大的社会效应与经济效应，越来越受到世界各国、各地区的重视。大连市是我国24个重点旅游城市之一，是我国北方重要的旅游城市，具有海、山、林、水、礁、滩交相辉映的海滨旅游特色。因而在此大背景下，查清大连旅游业发展的优劣势及其所面临的机遇和挑战，将对大连市旅游业发展目标的确定和战略选择具有重要的现实和指导意义。

一、大连旅游业的SWOT分析

1.旅游业发展的优势分析(Strengths)

(1)区位优势

大连地处东北地区的最南端，东北亚港口群的中心，背靠东北地区资源丰富的广阔腹地，面向胶东半岛及渤海沿岸经济快速发展的城市群，隔海与亚洲经济强国日本、韩国相望，地理位置十分优越。大连是我国环渤海地区和辽东半岛沿岸港城通往国外的最近点，是我国东北地区最重要的出海口，也是整个东北亚区域进入太平洋、面向世界最便捷的海上门户。

(2)优良的城市景观建设

大连市在开拓旅游景点的同时，十分注意市区景观的建设，尤其自2003年以来城市花园化建设步伐明显加快，迁建市中心工厂、控制烟尘、整治河流，“还绿地于民”的拆墙运动，“还绿于园”的公园改造等都在有条不紊地进行，使大连到处绿草如茵，形成了大连亮丽的城市风景。

(3)交通条件便捷

大连市目前共有公路4 560km，其中高速公路和一级公路429km，二级公路1 476km。初步形成了以沈大和大庄高速公路、旅顺南路贯穿南

北，以国省干线公路为主骨架，布局合理的公路网和以市区为中心的2小时直达各区市的经济活动圈。

(4) 有力的经济投资支撑

大连市在2000年一年就投资近7.2亿美元于旅游业。雄厚的投资带动了大连市旅游业的高速增长。2000年，全市实现旅游总收入90亿元，比上年增长21.6%；占全市国内生产总值的8.1%，比上年提高0.7个百分点。旅游业已成为大连市国民经济和社会发展重要产业之一。2001年实现旅游总收入110亿元，比上年增长22.7%；占全省总数的35.4%，提高4.4个百分点。

(5) 完善的旅游基础设施

大连环境优美，知名度高。目前，大连市开通国际航线18条，国内航线数十条。现有星级宾馆饭店157家，加上社会旅馆等，可容纳10万游客。大连还有闻名中外的国际服装节、国际马拉松赛等大型活动，以及金石滩、旅顺口、星海湾、滨海路等旅游景点等。

2.旅游业发展的弱势分析(Weaknesses)

(1) 旅游业的发展速度仍处于发展期

如果将旅游业的发展分为开发期、发展期和成熟期的话，目前大连市尚未超出发展期。旅游业是一个产业关联度高、综合带动性强、辐射牵引力大的经济产业，涉及到众多的部门和行业。所以，作为大连当前的主导产业——旅游业，它的发展速度直接关系到整个大连市经济的发展。

(2) 旅游资源不够丰富

大连的城市景观建设比起我国其他重点旅游城市来说很有优势，优良的环境也很吸引客源，但这些看上去只是一些表面包装，尚欠缺一部分实质性的旅游资源开发，目前仍存在旅游资源种类不够全、质量不够好、品位不够高等缺陷。但是，由于大连的旅游开发投资潜力及良好的知名度，不久的将来在旅游资源方面有所创新是必然的。

(3) 旅游的宣传推介不足

大连的旅游特性虽然在国内比较显著，但是它目前还不能被称之为世界级的旅游目的地。大连仍需在国际旅游消费市场中加大自身的知名度，无论是作为旅游目的地的宣传力度和广度都有待加强。而且，大连目前进入国际旅游协会的企业和组织不多，掌握国际旅游市场的信息渠道并不通畅。所以，大连尚缺少对国际旅游市场信息变化的掌握，未真正地融入到国际旅游大环境中。

(4) 缺乏旅游专业服务公司和专业人才

大连作为我国重要的旅游城市，要达到国际型知名旅游城市的标准尚存在一定差距。大连对开发旅游资源、旅游市场、旅游产品等方面十分重视，但是大连市的旅游专业服务公司却小而乱；而且对本地导游的认证标准也不很严格。在旅游黄金周或特殊节日庆典中，在专职导游人手不够的情况下，许多旅行团招收了部分非专业的兼职导游填补空缺。可见，大连旅游业的发展仍需在旅游专业服务公司和专业人才方面积极进行培养。

3.旅游业发展所面临的机遇(Opportunities)

(1) 加入WTO后大连旅游面临的机遇胜于挑战

我国加入WTO后，旅游市场将逐步全面放开，大连自身的对外宣传效应也将增强。再加之大连地处我国东部沿海边缘，与海洋邻国的经济贸易联系自然比较多，而且本身旅游市场的对外扩散效应就很强，所以借着入世的机遇，大连旅游市场会发展得愈来愈繁荣。

(2) 2008年奥运会将为大连旅游业发展带来新机遇

我国申奥成功后，大连市很快就打出了“比赛在北京，观光在大连”的奥运旅游宣传口号，在中国内地及海外电视台连续播放其旅游城市形象广告。大连市正抓紧建设一批适应奥运旅游的大项目。其中包括：建设高标准的大连金石滩主题公园，重新规划旅顺口旅游项目，将星海湾建成集体育、文化、会展商务、娱乐四大中心为一体的大型旅游休闲广场，把滨海路建成精品浪漫旅游线路等。

(3) 大连市政府对发展旅游业的支持

大连市政府在历次国家级、省级、市级的重

要规划中均把旅游业的发展项目作为重中之重的扶持对象，制定各项政策和法规为大连旅游业创造优良的发展环境。不仅引进一些国外知名旅游企业进入大连，还积极推进政府及相关旅游组织和旅游企业加入国际性的旅游组织协会。

4.旅游业发展所面临的威胁(Threats)

(1) 国内外旅游城市的竞争

对大连市旅游构成竞争威胁的亚洲地区的旅游国家主要有：新加坡具有优越的地理区位和基础设施等，是亚洲的旅游大国；日本作为亚洲的经济发达国家，拥有全亚洲最大的会展中心，又与大连隔海相望，亦对大连的旅游业构成不小的威胁；此外，还有韩国、泰国、马来西亚等。对大连市旅游构成竞争压力的国内旅游城市主要有：香港利用它优越的地理区位和发达的市场经济使其具备发展旅游业的良好条件；作为我国首都和政治文化中心的北京在全国的旅游市场也处于领先地位；上海作为我国的经济文化中心，亦是国内旅游业发展最早、旅游经济最活跃的地区之一；此外，还有深圳、成都等。

(2) 海外旅游商对大连本土旅游企业的威胁

大连的旅游业市场有着巨大的发展潜力，吸引着国际许多旅游商纷纷前来竞争。目前，日本、韩国、新加坡等一批外资旅游公司已进入大连。由于海外旅游商拥有广泛的客户营销网络、雄厚的资金支持、健全有力的组织和丰富先进的管理手段和经验，再加上国际知名度高，相比之下大连一些国内旅游企业在旅游市场的竞争中自身的弱项则暴露无遗。因此，北京奥运旅游市场“华洋竞争”的新格局也将会逐步形成。

二、大连旅游业的发展战略

1.发展目标

大连市在1999—2001年近三年实现了旅游业三年三大步的跳跃式发展，使旅游业成为大连市国民经济和社会发展的重要产业之一。大连接待海外旅游者人数从1999年的26万人次升至2001年的43万人次，旅游创汇由1999年的1.8亿美元升至2001年的3亿美元，连续三年以30%的速度增长；旅游总收入由1999年的74亿元升至110亿元，相当于GDP比例由1999年的7.4%升至9%左右；就业人数三年增加4万人次，旅游业已经成为名副其实的支柱产业。

大连要建设成世界一流的旅游目的地，应达到以下标准：努力实现旅游业的R&D效应达到国际平均水平，加强旅游与其相关产业之间的联系，实现旅游产业消费链；组建一批具有国际竞争力的旅游企业集团，进行跨地区、跨部门的战略重组，实现大连旅游业的资本扩张；形成与国际接轨的旅游经营管理机制，建立、健全的旅游法规理念、信息网络、企业的经营与机制、人才的培育与引进等；促进旅游业的可持续发展体系，达到大连旅游业经济效益、社会效益、环境效益三者之间的相互促进与平衡。

2.发展对策

从大连旅游业的竞争环境SWOT分析来看，大连旅游业具有优势与劣势并存、机会与威胁同在的特点，因此需要努力弥补劣势，减少威胁，采取相应的对策。

(1) 实施政府主导型战略

大连要发展旅游业，应走政府主导型发展之路。随着大连旅游业的发展，市场对旅游业的作用将日益增大，因此，政府要有意识地培育旅游业成立其专业协会，引导旅游行业实行行业自律，减少对旅游行业的微观干预，逐步将目前旅游项目审批制过渡到行业协调制。大连市政府应在政策上保障旅游业健康有序发展，尤其要在旅游资金投入、旅游信贷规模、土地利用、税收比例以及对外交流等方面进行重点扶持，强化大连的旅游功能、培植世界级的旅游中心；而且还应持续加大对大连城市基础设施建设的投资，包括对交通设施、生态环境及公共设施的改造等，为大连旅游业创造一个良好的环境。

(2) 注重旅游人才的培育和引进

旅游专业人才是影响大连旅游业发展的关键因素之一。大连是一个先进的对外开放沿海城市，同时也拥有十余所国家和省级重点院校，大多数院校也相应地开设了旅游开发与管理专业，

这为大连发展旅游业提供了培养专业人才的便利途径。政府可与各高校和企业联手，尽快为培训本土化的旅游专业人才打好根基，并可通过采取旅游研讨会、专业人员短训班等不同形式来提高从业人员的素质；同时，应从海外引进一批旅游人才和专业的旅游公司，实现人才培养本土化和国际化的有效对接。

（3）旅游产品“捆绑经营”理念的延续

大连市应继续“捆绑经营”的理念，把大连的旅游产品与沈阳、鞍山、长春、哈尔滨、北京、西安等地的旅游产品整理归类捆绑销售，谓之“打联合牌”，效果将会十分显著。这是大连旅游业发展到一定水平的必然要求，它代表着旅游产业发展的方向。

（4）打造大连的品牌旅游和旅游精品

要增强大连旅游业的竞争实力，提高大连旅游的知名度和美誉度，就应大力发展品牌旅游，培育一批属于大连的品牌旅游和旅游精品。为此，建立大连的品牌旅游就应实现“五化”标准，即旅游的国际化、专业化、规模化、规范化和特色化，同时依托大连的风俗民情如赏槐节、服装节、啤酒节等优势，科学有序地规划和培育一批世界一流的旅游精品。

（5）强化旅游业的服务标准和功能

在全市旅游行业及相关行业中开展“度假休闲游，满意在大连”的竞赛活动，推行旅游标准化服务，强化质量管理，进一步提高参赛单位的整体素质，争取尽快与国际标准和惯例接轨。建立旅游服务“一条龙”体系，为游客提供方便、满意、安全的服务。

三、小结

本文通过研究大连这座沿海城市“以小见大”来说明沿海城市发展旅游业存在着优势、劣势、机遇与挑战，并通过对大连旅游业提出的相关对策归纳出沿海城市发展旅游业需应注意的目标与对策。沿海城市是我国对外开放的窗口，也是国家给予发展政策最优惠的地区，所以，具有发展旅游业潜力的沿海城市一定要借助这种优良时机，注意以下几点：首先，市政府做好主导工作提供政策上与资金上的支持；其次，抓住最新旅游市场信息并抢占国际旅游市场；再次，打造本土化的具有国际竞争性的旅游集团与组织并培育优秀的旅游专业人才；最后，注重旅游开发条例的制定与执行和管理机制的有效运行。

参考文献

1 胡斌，王春雷．上海会展业SWOT分析及其发展目标对策探讨[J]．人文地理，2004，19（4）：34～36
2 刘雁．大连市旅游业发展现状分析及对策研究[J]．吉林师范大学学报（自然科学版），2004（3）
3 李悦铮．沿海地区旅游系统分析与开发布局——以辽宁沿海为例[M]．北京：地质出版社，2002
4 大连市旅游局．http://www.dltour.gov.cn

（作者单位 辽宁师范大学海洋经济与可持续发展研究中心）