

涓 杓漢兼姘緇 - 涓 涑鏃 工 逢 鑑 伴 榭 鏃 朵 龔 - 鏃 儿 棉 錦 冬 汉 緇 惧 施 浜 中 侯 日本打中华牌 每天欲吸引三万中华客

旅行

浣滣

鏃 賤 龔 浜 庸 緇 2009/03/23 20:22

本报讯（记者周宏）中国有句俗话：远亲不如近邻，近邻不如对门。日本政府最近出台“促进访日外国人旅行的中长期战略”表明，为了振兴日本地方经济，需要中国人访日旅游这张充满活力的王牌，来拉动日本的内需。估计至2020年，两岸三地的访日华人约为1000万人，消费额度将达到1.9兆日元，附加价值将达到2.4兆日元，增加就业人数31.1万人。

3月13日，日本政府内阁官房长官河村建夫、国土交通大臣金子一义、观光立国推进战略会议负责人牛尾治朗等，在首相官邸4楼会议室召开了第13回“观光立国推进战略会议”，就2020年访日外国游客增至2000万这一政府目标，确立了《促进访日外国人旅行的中长期战略》最终建议方案。该方案提议，日本政府今后将大打旅游牌，以此作为振兴地方经济活力的王牌，以旅游带动日本内需。

“中长期战略”表明，要使访日外国游客人数从2008年的835.2万人增加两倍以上，至2020年达到2000万人，必须改善接纳外国人游客的环境，确立“日本”这一旅游名牌，使日本成为世界上公认的高质量旅游国家。为此，日本必须实行“第二次开国”。

过去，日本明治政府首次打开国门，快速达成工业化，使日本成为惟一的非西欧诸国列强。现在日本政府遭遇社会发展瓶颈，在21世纪只有观光产业才是能够维持日本成长的极少数亮点。

在全球化时代，国家间的竞争更加激烈，日本已经认清国家在全球的位置，所以才推出“第二次开国”决断。可以说，每年访问日本的外国人若达2000万人，即表明日本“第二次开国”的社会构造基本实现。

欧美有识人士预言，将来的世界经济将是以美国、欧盟、中国、印度这四大势力为主，日本只能屈居第二集团的领头羊。随著日本社会人口逐渐减少，人均生产力需要逐步提高，这种经济结构若不焕发活力，日本的持续成长将成泡影。在这种状况下，日本瞄准了最有发展潜力的海外市场。旅游观光不局限于经济效果，还能够增进人与人之间的交往，为日本社会带来新的活力。为了达成访日外国人2000万人目标，中长期战略指出：中国大陆、台湾、香港这三大华人市场今后将占到全体的5成左右。2008年访日中国人100万人，中国台湾139万人，中国香港55万人，约占全体的35.2%。2020年预计访日中国人将达600万人，台湾200万人，香港80万人，约占全体的44.0%——这意味著每天会有近2万名中国人，或是近三万名中华客入境日本，蔚为壮观。世界旅游组织预计2020年中国将有1亿人赴海外旅游，日本的保守目标只是吸引其中的6%；而台湾旅游者则占台湾总人口的1成，香港旅游者则占香港总人口的1成以上。

目前，来日外国人游客访问三大都市圈和地方的比例为7比3。当访日外国人游客达成2000万人时，约有55%的人访问三大都市圈，约45%的游客会访问地方，这将给日本地方经济带来良好的效果。45%的外国人游客访问日本地方，在数量上相当于两岸三地访日华人游客的总和。届时，访日华人游客的消费额度将为日本地方创造1.9兆日元产值，比现在的0.4兆日元增加4.75倍；附加价值将达到2.4兆日元，比现在的0.5兆日元增加4.8倍；增加就业人数31.1万人，比现在的7.3万人增加4.3倍。

此外，针对如何改善接纳外国人游客的环境，中长期战略建议增加可使用海外信用卡的自动取款机（ATM），扩充能够用外语服务的旅游问讯处，保护古街道等历史景观，实现景区无电线杆等。在树立“日本”这一观光品牌方面，中长期战略建议日本应去海外宣传歌舞伎等高雅文化和艺术、独特的饮食文化，还有日本良好的治安。在此基础上，拥有众多文化遗产和优美自然景观的地方也要以“原汁原味的魅力”为宣传点，积极向海外宣传旅游信息。

小资料：世界旅游组织（UNWTO）公布数字显示，2006年访日外国人为730万人，居世界第30位；法国以7910万外国人游客，居首位；西班牙5850万人，次之；美国5110万人，第三；中国4960万人，第四。2020年预计访日外国人为2129.2万人，上升至世界第18位；中国以1亿4195.3万人，跃居榜首；法国1亿0875.2万人，退居第二；西班牙8379.5万人，第三；美国8271.5万人，第四。