

□ 《改善旅游汽车行业经营管理研究》课题组

改善我国旅游汽车行业经营管理研究

改革开放以来,随着我国旅游业的发展,我国的旅游汽车行业得到了迅速发展。那么,旅游汽车行业有何特点,其在旅游业中的地位与作用以及经营管理的现状如何,怎样改善我国旅游汽车行业的经营管理,都是亟待研究的问题。本研究报告就上述问题作些探讨。

一、旅游汽车行业的特点及其在旅游业中的地位与作用

旅游汽车行业是随着旅行游览活动的兴起和发展而产生和发展起来的,其基本功能是满足旅游者空间移位的需要,是旅游不可缺少的物质条件之一。它在经营活动中具有如下特点:

一是商品的无形性。旅游汽车行业的经营活动,既不象物质生产部门那样生产有形的产品,也不象商业部门那样销售有形的商品,而是使旅游者发生位置或场所的变动。这种产品是旅游汽车行业对旅游者提供无形的服务,它同其他商品一样也具有价值和使用价值。其价值取决于使旅游者发生场所变动所需要的劳动量(包括物化劳动和活劳动);使用价值则是场所的变动。

二是商品的不可储存性。工农业产品的生产和消费表现为空间和时间上互相分离的两种行为,产品可以离开生产和消费过程,可以储存在仓库里备用,而旅游汽车行业的生产过程同时也是消费过程,即旅游汽车从运送旅游者开始,生产和消费同时开始;运送结束,生产和消费一起结束。这就是说,旅游汽车行业的产品不能象工农业产品那样可以多生产一些,储存备用,而只能储存运输能力以保证客运量增加时的需要。

三是经营的流动性。理发、照相、洗染等服务性行业的经营通常是定点服务,而旅游汽车行业却是单车作业,一人一车,流动服务,辐射面大,除车站、码头、机场等固定业务点以外,行驶没有规律,而且作息时间长短不一。

四是服务的灵活性。与航空运输的点上运输和铁路、水路的线状运输相比,旅游汽车行业能够提供机动、灵活和完善的服务。它送达速度快,替代性强,能深入到旅游点,实现“从门到门”的运送;对自然条件适应性强,一般道路都可行驶,可直抵偏远的旅游点;能满足旅游者的一般和特殊要求,服务不分昼夜,营运不分地域,行、止、歇、变都较为自由。

五是客流的不平衡性。旅游汽车的运送对象是旅游者。而旅游者对旅游汽车的需求在时间和空间上的不平衡性比较突出,往往要受到季节、气候、地理位置、节假日、生活习惯、车辆分布、政治形势和经济政策等条件的影响,这便形成了旅游汽车行业经营活动的旺季、平季和淡季,使旅游汽车行业的经营呈现出较强的季节性。

六是效益的综合性。旅游汽车行业通过为旅游者提供“方便、安全、舒适”的优质服务,不仅能缩短自身的投资回收期,获取更多的利润,而且能促进整个旅游业的发展,直接或间接地带动相关产业的发展,因而其效益是综合性的。

七是发展的制约性。旅游汽车行业是一个特殊的物质生产部门,它的发展既依赖于旅游业和交通运输业的发展,又受制于国民经济相关部门的发展,如汽车制造业、燃料加工业、道路修筑业等。

旅游汽车行业的上述特点决定了它在旅游业中的特殊地位和重要作用。从旅游汽车行业的地位来看,它是旅游交通的重要组成部分,而旅游交通是现代旅游业赖以发展的重要因素,是我国对外开放的重要窗口,是旅游业中的三大支柱(即旅行社、旅游饭店、旅游交通)之一,在整个旅游业的发展和经营过程中处于十分重要的地位,被人们称之为旅游业的大动脉。从旅游汽车行业的作用来看,主要有以下四个方面:

1. 旅游汽车行业是实现旅游目的的重要条件。旅游,就其实质而言,包括旅行和游览两个方面的内容。一般说来,旅行为手段,游览才是目的。旅游者由出发地到达旅游目的地的交通运输过程,一般不是由一种运输方式可以完成的,通常需要长途与短途、干线与支线的配合,需要几种运输方式的分工协作。旅游者的位移,总是需要旅游汽车运输发挥其衔接、补充和纽带的作用。如国外旅游者来上海游览,可以以航空运输方式到达虹桥机场,或以铁路运输方式到达上海火车站,但从机场或火车站到达其旅游目的地(如外滩、豫园等)或下榻之所必须使用旅游汽车运输方式,最后完成其空间的转移目的。

2. 旅游汽车行业是旅游收入的主要来源。在旅行游览过程中,食、住、行、游、购是旅游者的基本消费,也是旅游收入的基本来源。旅游汽车运输是旅游者在旅游活动中使用频繁的服务,因而其收入在旅游业总收入中占有相当的比重,成为我国旅游收入的主要来源之一。根据国家旅游局计划司的抽样调查,1987年海外旅游者在我国的人均花费中,城市交通花费为133美元,占人均总花费的16.1%。由此可见,在我国旅游外汇收入中,旅游汽车运输的外汇收入是可观的。近几年来,随着我国旅游资源的不断开发,旅游景点的不断增加,以及旅游汽车行业的迅速发展,我国旅游汽车运输收入也有较大增长,已成为整个旅游经济收入中不可忽视的一部分。

3. 旅游汽车行业在一定程度上能调节旅游业的发展速度。旅游汽车行业的发展规模和速度,在一定程度上可以调节旅游业的发展速度,即旅游汽车行业发展步伐快,运力设备投入量大,可以加快旅游业的发展速度;反之,则会影响和制约旅游业的发展速度。例如,旅游创汇收入多、旅游业发展速度较快的北京,除了旅游资源丰富的因素外,与该市旅游汽车行业较发达、交通比较方便也有较大的关系;而虽有举世闻名的敦煌、九寨沟、张家界、西双版纳等旅游景点的省区,其旅游创汇收入排名靠后、旅游业发展速度不够快,主要原因是由于这些省区的旅游汽车行业乃至旅游交通不发达、交通不方便所致。

4. 旅游汽车行业能促进旅游地区的经济发展。旅游汽车行业不仅是旅游活动的基本物质条件,而且是旅游地区赖以发展的一般基础条件。一方面,旅游汽车运输在量上的增加和质上的提高,要求改建、新建一些城乡公路、高速公路和桥梁等交通设施,这会给旅游地区带来宏伟、美观、现代化的面貌,给经济发展创造良好的社会环境。另一方面,旅游汽车行业除完成运送旅游者的任务外,还可以运送一般旅客和小型货物,这就促进了旅游地区与外界的人际交流、信息交流和物资交流,有利于该地区经济的发展。如我国在“七五”计划期间,国家投资60多亿元,改建、新建了西安至临潼、贵阳至黄果树、成都至峨嵋山、北京至承德、上海至杭州等旅游公路4700多公里。这些公路的建成,既促进了上述地区旅游业的发展,也给上述地区的经济带来了繁荣。

二、改善我国旅游汽车行业经营管理的紧迫性

我国旅游汽车行业,是从1978年改革开放以来逐步发展壮大起来的一个新兴行业。在此以前,各省、市只有几个汽车公司和少量的外事车队或旅游车队,全国也只有数千辆型号繁杂、老旧的汽车,负责接待国宾来访、外宾参观、华侨观光。经过十几年的艰苦创业,我国旅游汽车行业已具备了一定的规模。据统计,到1992年11月底,全国有旅游汽车企业339家,其中:旅游系统内(含直属)企业118家,旅游系统外企业221家;按经济类型划分,有全民所有制企业210家,集体所有制企业101家,三资企业28家;按企业规模划分,有大型企业17家,中型企业35家,小型企业287家。目前,全国共有旅游出租汽车10多万辆,专为接待旅游者的各种型号的大、中、小型豪华旅游汽车已达5万多辆,从业人员约15万人。

放眼我国旅游汽车行业,旅游汽车企业为了适应社会主义市场经济发展的要求结合自己的现状和特点,积极探索建立新的企业经营制度,形成了多种多样的经营方式。目前,主要的经营方式有四:一是承包制。自1988年起,国家旅游局在本系统旅游汽车企业中广泛推行两个层次、多种形式的经营承包责任制,即第一个层次是部分全民所有制旅游汽车企业与旅游局或总公司签订承包合同,第二个层次是旅游汽车企业内部实行多种形式的承包经营。如福建省旅游汽车公司实行定车、定人、定安全、定收入、定成本、定利润、定服务质量、定安全公里的经营承包方式。二是租赁制。如北京联合汽车出租公司从1992年9月份起,把已经行驶20万公里左右的200辆皇冠牌“帽车”以租赁买断的方式交给承租司机经营。租赁经营期一般为3年。按合同规定,只要承租司机交清了租赁抵押金(按车辆作价的20%)、租赁费(每月约5000元)和残值费(车辆内部作价的20%),则租赁期满后,公司便将车辆过户给承租司机个人所有。实行租赁经营后,公司不再负担车辆的燃油、维修、保险等项费用,也不再负担司机的工资和奖金,只保留部分福利和补贴。三是合资制。10余年来,在旅游汽车行业先后建立了近30家三资企业,其中规模较大的是中国国际信托投资公司所属兴业公司和香港肖特基公司于1984年12月31日兴办的联合汽车出租公司。四是股份制。股份制是深化旅游汽车企业改革的现实选择之一。1992年5月19日,上海市大众出租汽车公司为了进一步理顺企业产权关系,完善企业经营机制,扩大企业经营规模,积极参与浦东开发,不断提高经济效益和社会效益,经上海市人民政府批准,改制为上海大众出租汽车股份有限公司,成为中国旅游汽车行业首家发行A、B股的股份制企业。

从管理体制来看,我国现行的旅游汽车行业管理体制是按照“统一领导、分级管理”的原则建立的。1988年10月,国家机构编制委员会审议并原则批准了《旅游局“三定”方案》。根据该方案,国家旅游局进行了机构改革,并明确综合业务司具体负责旅游汽车行业乃至旅游交通方面的综合协调工作。其主要职责是:研究、制定有关旅游汽车运输发展的长期和年度计划;做好旅游汽车运输方面的有关协调工作;会同物价和其他有关部门,制定旅游汽车运输的收费标准,并进行监督、检查。各省、自治区、直辖市人民政府及旅游重点城市,则从当地情况和发展的需要出发,建立了相应的客运管理机构。其主要职责是:贯彻执行国家有关旅游汽车行业发展的方针、政策和法规;对本地区旅游汽车的发展实行统一规划,制定地方性旅游汽车管理的规章制度,协调本地区各旅游汽车企业的关系;参与旅游汽车企业的审批工作,并依照有关法规,对本地区旅游汽车企业的经营活动进行监督、检查、指导;配合物价、税务部门制定旅游汽车统一收费标准、收费方法和收费票据。此外,为了充分发挥行业协会的作用,1990年经

国家旅游局同意、民政部批准,成立了中国旅游车船协会。该协会的主要任务是:传达贯彻党和政府有关旅游车船行业的方针、政策,传递旅游车船企业经营管理信息,反映旅游车船企业的愿望和要求,充当政府与旅游车船企业之间的纽带和桥梁。

党的十一届三中全会以来,我国的旅游汽车行业虽然获得了快速发展,实行了多种多样的经营方式,改革了管理体制,但是,随着我国改革开放的不断深入,以及旅游业的蓬勃发展,旅游汽车行业无论在经营上还是在管理上都还存在着比较突出的问题,亟待改进和完善。

1. 旅游汽车行业在经营中面临的困境。从调查的情况看,旅游汽车行业在经营中面临的困境主要表现在:第一,成本高。车价及配件、油料价格的屡涨,以及各种税费的逐年增加,造成旅游汽车企业营运成本急剧增加,已严重影响和威胁着旅游汽车行业的生存。例如,北方大客车原来只卖55万元一辆,现在则要卖98.5万元一辆;1982年大日野车的挡风玻璃每块750元,1991年上涨到7500元;汽油由原来每公升1元涨到每公升2.70元;广州市汽车公司1985年缴纳的税种是21项,1989年增至36项。第二,运价低。长期以来,我国旅游汽车运价既不反映运输价值,也不反映供求关系,导致运价偏低,严重影响了旅游汽车行业的发展。从1984年到1992年,皇冠车售价上涨了7倍,而其每公里运价只提高了1倍。1982年大日野车每公里租价为2.50元,折合1.34美元,1993年每公里租价4.80元,只折0.80美元,反而低了0.54美元。纽约、伦敦、伯林、巴黎和东京出租车行程5公里的运价在6.75—12美元之间,而我国同样行程的旅游汽车运价只有2美元左右。第三,车况差。我国旅游汽车行业拥有的豪华旅游汽车中,80%以上是1985年以前购置的,大都已行驶20—30万公里,部分已行驶40万公里以上。这些车辆严重老化,已出现引擎无力、燃烧机油、车身腐蚀和空调制冷等各种病态,从而影响了正常的旅游接待工作,亟需更新。第四,效益低。几年来,由于旅游汽车价格大幅度上调,汽车营运成本急剧增加,而运价调整周期长、幅度小,以致旅游汽车企业的经营已由正常盈利到微利,甚至亏本。为了摆脱这种困境,许多旅游汽车企业提出了“一业为主,多种经营”的经营方针,以经营多种副业来维持主业的运转。

2. 旅游汽车行业在管理上存在的问题。目前,我国旅游汽车行业在管理上存在的主要问题有以下几方面:其一,管理体制尚未理顺。名义上,我国旅游汽车行业由国家旅游局综合业务司和地方客运管理机构实行“统一领导、分级管理”;但实际上,它还要接受交通部门、公安部门、物价部门、工商局等其他有关政府部门的管理,非旅游系统的旅游汽车企业还得接受主管部门的管理。这种管理体制上的多头领导,势必带来多头规章、多头指令、多头要求、多头收费、多头处罚、多头安排,不利于旅游汽车行业健康、有序地发展。其二,标准化工作落后于其他行业。旅游汽车行业标准化工作是在市场经济条件下,加强行业管理的主要环节。然而,我国旅游汽车行业与其他一些行业相比,则缺少一整套包括国家标准、行业标准、地方标准、企业标准在内的标准体系,这就影响了旅游汽车企业经营水平、服务质量和旅游汽车行业管理水平的提高。其三,统计工作较为薄弱。长期以来,旅游汽车行业的统计工作没有得到充分的重视,致使旅游汽车行业的统计工作存在着一些突出的问题,如有的旅游汽车企业不搞统计工作,有的统计指标过于简单,有的统计变成了估计,从而不利于促进旅游汽车行业管理水平的全面提高。其四,法规还不够完备。为保持旅游汽车运输市场的稳定发展,保护旅游汽车企业的合法经营,应当建立和健全有关旅游汽车运输市场管理的法规,以便依法管理、依法监督。可是,直至今日,除了由建设部、公安部、国家旅游局于1988年6月15日发布的《城市出租汽车管理暂行办法》以外,还没有旅游汽车行业自身的法规,更谈不上有比较完备的法规体系,因而难以用法律

手段制止不公平的竞争行为,维护旅游汽车企业和乘客(即旅游者)的正当利益。

三、90年代改善我国旅游汽车行业经营管理的思路

我国社会主义市场经济体制的建立,对旅游汽车行业的经营管理提出了新的要求。按照新的要求,我们对改善我国旅游汽车行业经营方式和管理模式提出如下思路。

1. 90年代改善我国旅游汽车行业经营方式的思路

在计划经济体制下,旅游汽车企业没有经营自主权,经营项目单一,企业无权根据利润最大化原则发展旅游汽车运营以外的其他经营项目;企业所有权虚置,企业缺乏追求最大限度利润的内在冲动和市场压力;企业只对国家负责,经营风险责任由国家承担;企业内部缺乏收入——效益激励机制,职工积极性无法调动。

随着市场经济体制的逐步建立,这种经营方式越来越难以为继。这是因为:第一,随着企业制度的改革和市场经济的逐步建立,企业获得了较大的经营自主权。同时,企业外部约束不断加强和市场竞争压力不断加大,促使企业探索建立能提高经营效益的新的经营方式;第二,几年来,由于旅游汽车销售价格逐年大幅度上涨,各种构成旅游汽车经营成本的有形和无形费用的增加较快,而车公里租价调高较少,使旅游汽车企业的车辆运营由盈利颇丰变成微利或赔本经营,企业不得不改变传统的经营方式。经过几年的探索,如上文所述,我国旅游汽车行业已形成了承包制、租赁制、合资制、股份制及多种经营等新的经营方式。

承包制和租赁制的最大好处在于:能极大地调动承租司机的经营积极性,历来油耗高、空驶多、服务差、车辆保养维修差的现象得以改变,从而提高了单车经济效益。同时,还有利于简化管理、降低管理成本,从而提高企业经济效益。但其如运用不好,也会产生诸如承包合同缺乏对等性,承租司机的劳动保护权力得不到保障,以及以包代管、放松管理等弊端。合资制的优点是:有利于利用外资,弥补国内资金不足,并有利于学习国外先进的管理方法和经验。股份制的主要优点在于:能通过建立产权明晰、责任明确、政企分开、管理科学的现代制度,构造出与市场体制相适应的微观基础,使企业成为市场竞争主体。多种经营方式则有利于企业利用现有资源,形成新的增长点,加速企业发展,并有利于企业增强竞争实力,减少或避免经营风险。但若旅游汽车企业在调整经营格局时,减少对旅游汽车运营的投入,便会导致旅游汽车行业的萎缩。

以上几种经营方式有相互交叉和包容之处,如采取股份制方式的企业同时也采取承包制和多种经营方式,而采取多种经营方式的企业也采取承包制方式等。

上述几种经营方式都在不同程度上提高了旅游汽车企业的经济效益,但要进一步完善这些经营方式,需做好以下几项工作:

第一,对国有旅游企业,改善经营管理的重点应放在建立现代企业制度上。旅游汽车行业是个竞争性行业,国有旅游汽车企业继续采取国有国营是不合适的,应改组为各种形式的公司。对中小型企业可改组为有限责任公司,而大中型企业则可根据股份制改革的进程,逐步改组为股份有限公司。对于股份制企业,关键要建立与之相适应的领导体制,建立法人治理结构;要加强战略决策与管理,用好筹措到的大量资金。

第二,开发多种经营,要注意对旅游汽车业的适当投入。现在,许多旅游汽车企业都以经营多种副业来维持主业的运转,对旅游汽车运营则不敢投入。其实,大中型旅游企业在发展中高档旅游汽车运营方面还是有优势的(如接待国宾、旅游团和各种大型会议用车),应该更新部分

运营的旅游汽车,巩固现有市场,并开拓新的业务领域,争取得到高于同行业水平的投资回报。

第三,有些同志担心,国有旅游汽车企业采用“租赁买断、产权过户”形式会蚕食国有资产。其实,从实物形态看,好像是如此,但从价值形态看,在产权过户之时,企业回收了购车资金并有所盈利,企业可利用回收的资金购置新车,使国有资产保值和增值,不存在蚕食国有资产的问题。国有旅游汽车企业也可采用“租赁买断、产权过户”的形式,但对承包租赁经营要加强合同管理:一是租赁费的确定要合理,因为它涉及到国家、企业和承租司机三者之间的利益分配关系。既不能损害国家、企业利益,又不能挫伤司机的承租积极性。二是要强调承包合同的对等性,明确规定合同双方的责任、权利和义务,加强劳动保护。

2. 90年代改善我国旅游汽车行业管理模式的思路

目前,我国旅游汽车行业管理体制是按“统一领导、分级管理”的原则设置的。但是,这种管理体制至今尚未理顺,仍存在不少问题。例如,旅游汽车企业分属许多部门,而旅游局只管下属旅游汽车企业,不管他属企业,故对整个旅游汽车行业的发展战略、计划、方针、政策缺乏指导,对行业日常经营中出现的过度竞争、旅游汽车更新改造困难等问题无法解决。而且行政主管部门对所属企业,往往用行政方法实行管理,企业缺乏经营自主权,致使同行业企业之间难以发生必要的联系。

针对上述问题,我们认为,旅游汽车行业必须加强行业管理。行业管理是指按照市场经济体制有效配置资源的要求,以维护本行业利益为目的,通过贯彻国家的产业政策、行业法规与行业契约,对行业内企业的生产经营活动实行间接的规范化的管理。我国目前行业管理中有三种基本模式:第一种为“公司型”行业管理模式。这是一种由国家通过组织全国性行业总公司实行全行业统一集中管理的模式。其基本特点是行业管理方式为分级直接管理,管理客体为具有垄断性质的特殊行业,如中国烟草总公司、中国石化总公司等。第二种为“职能部门型”行业管理模式。这是一种由国家通过设置政府行业管理部门来统管全行业经济活动的管理模式。其基本特点是行业管理部门一般不直接管企业,而只是作为政府主管该行业的职能部门统管全行业的方针政策、统筹规划,适应于竞争性的大行业。第三种为“协会型”行业管理模式。这是一种以行业协会为管理主体的管理模式。其基本特点是;行业经济的发展与运行,主要通过同行业企业自愿组织的行业协会的自律管理、契约管理和民主协商管理,以适应市场经济需要。

由于旅游汽车行业是竞争性行业,同时又是非常专业化的行业,因此不能采取“政府主导型”的行业管理。理想的模式应该是实行“协会型”行业管理,这是由市场经济运行的客观要求以及旅游汽车行业的特点所决定的。但由于目前旅游汽车行业部门管理的格局未被彻底打破,中央和地方各有关政府部门仍直接管理所属旅游汽车企业的生产经营活动,经济运行仍是自上而下地按“条条”、“块块”进行,行业内各企业之间未形成客观的共同利益,企业没有为更好地实现自身利益而追求行业共同利益的客观要求。因此,旅游汽车行业实行以自律管理和契约管理为特征的“协会型”行业管理的条件还未成熟;目前,可采用“职能部门型”与“协会型”行业管理相结合的模式作为过渡形式。随着现代企业制度的建立和政府管理职能的转变,旅游汽车行业应逐步过渡到“协会型”行业管理模式。

四、政策建议

为了改善旅游汽车行业的经营管理,需要财税政策、产业政策、金融政策、外汇政策、价格

政策等一系列经济政策的密切配合。

1. 财税政策。

我国目前交通运力不足已成为发展旅游业的最大制约因素。旅游汽车特别是豪华型旅游车的不足是旅游交通不足的一个方面。因此,制定财税政策应考虑对旅游汽车行业的适当扶植。按这一思路,我们提出以下财税政策建议:

(1)对需进口的旅游用车,给予关税优惠。需进口的旅游用车,一般都属于豪华型的、能接待国际旅游者的,而国内因受种种限制又无法生产的。对这类车子的进口,我国现在课以高额关税。其理由可能有两条:一是把进口车辆当作消费性或行政性的;二是为了保护国内民族汽车工业。其实,这两条理由是不充分的:第一,旅游用车是生产性用车,而不是消费性或行政性用车;第二,进口的豪华车是国内目前无法生产的,不会构成对国内汽车工业的很大冲击。因此,应该允许旅游汽车企业用自有外汇进口车辆,并给予关税优惠。

(2)统一旅游汽车行业的税负水平。现在国家、地方、部门、集体、个人都在发展旅游汽车运营,而它们的税负不一样。这种税负不一,使不同旅游汽车企业之间的车辆运营成本构成不同,以致于使部分低税负的企业有能力任意采取降价竞销手段进行恶性竞争。恶性竞争,使许多未享受财税优惠的旅游汽车企业的经营陷入困境,使肥水外流,影响了经济效益。因此,要统一税负水平,使参加运营的同类车辆有相同的税负。同时,应根据车辆的类别,对某些豪华车采取比较优惠的税收政策。这是因为:第一,由于汇率变动,人民币不断贬值,无形中增加了用外汇购置豪华车的成本。第二,由于我国经济发达程度与经济发达国家不同而引致的消费水平的不同,使豪华旅游车经营较之普通旅游车更为困难:不降格接待国内旅游者,在旅游淡季时,会发生车辆闲置;接待国内旅游者,由于收费标准较低,运营收入又会降低。豪华旅游车是发展国际旅游业所不可缺少的,为了使豪华旅游车能维持正常的利润和进行正常的更新改造,应给予企业一定的税收优惠。

(3)免税提留购车基金。目前,在我国豪华旅游汽车中约80%以上是1985年以前进口的,现已老化,严重影响了服务质量和旅游者安全,这些车况严重恶化的车辆面临着周期性的淘汰。而由于受汇率变化和高关税等因素的影响,旅游汽车价格逐年大幅度提高,旅游汽车企业无力更新这些车辆,使豪华型旅游汽车逐年锐减。为了改变这种状况,我们认为,在现在汇率和关税条件下,可考虑允许旅游汽车企业免税提留一定比例的纯利润,建立购车基金,专款专用,专门用于旅游汽车的更新改造。此项政策曾作为权宜性措施在北京市被采用过,现在可考虑继续采用,并在几个大的旅游城市中加以推广。

(4)对旅游汽车行业采取比较灵活的财税政策。旅游业,尤其是国际旅游业是一个很敏感的产业,而属于旅游产业的旅游汽车行业的经营除了具有很强的季节性外,对世界政治局势、世界经济形势、自然条件、突发事件等难以预料的外界因素的影响也特别敏感。因此,在旅游汽车行业受到难以预料的外界因素的影响而面临困境时,国家要采取比较灵活的财税政策,以帮助它们渡过难关。

2. 产业政策。

车价太高和过度竞争是制约旅游汽车行业改善经营管理的重要原因。因此,产业政策应主要体现在以下两个方面:

第一,促进国内汽车工业产业组织合理化,以降低汽车造价。汽车工业不仅是一个资金密集、技术密集、附加值高、效益显著的支柱产业,而且前后的产业关联极大,是驱动整个国民经

济结构升级换代的带头产业。汽车工业是我国必须大力发展的。从发展民族工业的角度看,旅游用车早晚要用国产车,问题是要使国产车降低成本和提高质量。现在我国的国产车成本高、质量低,主要是由于汽车工业过度分散,没有规模经济效益造成的。按规模经济组织专业化大流量生产,是汽车工业发展的灵魂。目前,汽车生产规模经济的最低界线已提高到200万辆,而我国平均每个汽车厂的产量只有约1万辆。为此,可采取以下措施促使国内汽车工业产业组织合理化:适当降低关税,利用政策性进口控制市场总规模,造成一定的竞争压力,迫使一批规模太小、效益太差的汽车制造厂通过关、停、转退出汽车制造业;减少对汽车业的地方主义保护,促进汽车制造企业之间的竞争,通过兼并和合并,扩大企业规模;组建中国汽车工业开发信托投资公司,对效益好的大型汽车企业进行倾斜投资等。

第二,建立旅游汽车行业适度竞争的市场秩序。在保护市场机制下的竞争活力的同时,提高旅游汽车行业的进入壁垒,抑制过度竞争。所谓进入壁垒,是企业进入特定市场所存在的障碍。目前,我国旅游汽车运输市场发育不够成熟,市场机制不够完善,产权界定不清,投资风险责任主体不明,旅游汽车企业只对上级主管机关负责,而缺乏对市场负责的自觉性和外在压力。当其经营不善发生亏损时,主管部门往往为其输血或给予政策上的倾斜。而且,发展中低档的旅游汽车所需资金最低限额不高,旅游汽车行业的社会期望和信度较高,筹资容易,使旅游汽车行业的市场进入壁垒较低,易于进入。加上不同部门的税负不一,又为能享受税收优惠的潜在进入者非理性市场进入提供了一种鼓励。为了建立良好的竞争秩序,国家需要制定合理的产业组织政策。所谓产业组织政策就是国家为了获得理想的市场效果,所制定的旨在干预产业的市场结构和市场行为的公共政策。我们目前一方面要通过现代企业制度的改造,界定企业产权,使企业真正成为自主经营、自负盈亏的竞争主体,维护市场竞争活力;另一方面,应采取适当措施提高进入壁垒,使旅游汽车行业能提高社会资源的配置效率,确保进入企业的质量,维护旅游者的权益,改善我国旅游汽车行业的形象。可供选择的措施有:引导旅游汽车企业提高规模经济效益和产品(经营)差别化,以提高经济性进入壁垒;对接待国际旅游团体的旅游汽车企业需获得准许和执照,达不到一定服务质量的企业不得接待国际旅游团体;对欲新投资于旅游汽车者应严格审批,若经营规模、资金筹措、经济效益和社会效益达不到要求者不予批准,以此提高行政性和法律性进入壁垒。

3. 金融政策。

国家应利用各种金融手段支持旅游汽车行业改善经营管理:第一,旅游汽车业是个敏感产业,因此,旅游汽车业发展多种经营以降低经营风险和获得稳定收益势所必然。发展多种经营有两条途径:一是通过企业在不同领域的投资来实现;二是通过收买其他企业的设备或兼并、合并其他企业来实现。企业兼并或合并是一种资本存量调整,有利于社会资源的优化配置和抑制过度竞争。但企业兼并与合并需要一定的资金投入,国家为了鼓励企业兼并与合并,应给予金融支持。第二,对有条件的大中型旅游汽车企业可改制为有限责任公司和股份有限公司,通过向社会集资,解决旅游汽车行业资金紧缺的矛盾。第三,向旅游汽车企业购置发展旅游业所需的豪华型旅游车提供优惠贷款。第四,银行对部分效益较好的旅游汽车企业发行债券,应予以支持。

4. 外汇政策。

多年以来,我国一直在调低汇率。调低汇率,对旅游汽车行业有两方面的影响:一方面,使海外旅游者到中国来旅游显得便宜,增加了客源,有利于旅游汽车行业的发展;另一方面,由于

有些企业是利用外资发展旅游汽车的,调低汇率增加了还债成本,加重了这些企业的偿债负担。为了减轻企业因汇率调整而增加的偿债负担,应放宽外汇留用规定,允许企业从所实现的外汇收入中提取一定比例外汇以偿还债务。

5. 价格政策。

几年来,我国旅游汽车不仅运价偏低,而且各档次的旅游车运价未充分拉开,形成了越高档的旅游车运营越困难,投资回收期越长。另外,兑换券的取消,使接待国际旅游团体原先以兑换券计费收费的豪华型旅游车的运价更偏低,豪华型旅游车因无力更新而逐年锐减。为了改变这种状况,价格制定部门要了解国际旅游运价状态,改革计费收费方法。要拉大不同档次的旅游车的运价,实行优质优价。对接待国际旅游者的车辆,逐步制定星级标准和服务标准,并按星级定价。

此外,还要建立、健全旅游汽车行业的法规体系和各类标准体系,加强和完善旅游汽车行业的统计工作,以促进旅游汽车行业经营管理水平的全面提高。

(刘志远、林云执笔,彭辉芳、刘志远修改定稿)

(上接第 27 页)保险和超额就业,二是社会服务如幼儿园、食堂、医院学校等。第一种属于社会保障体系范围,应由地方政府负责;第二种应由政府提供优惠政策,作为“非生产性活动”脱离而归入第三产业。

6. 健全和完善企业破产制度,强化企业自我约束机制和投资风险责任。投资活动是一项具有风险性的事业。将先进的科学技术应用于生产实践可能发生的失败,国内外市场的变化和竞争,利率、汇率、价格的变化等因素都会给企业的投资带来风险。企业破产制度的建立使优胜劣汰机制的形成和有效运行具有法律保障,使企业投资主体在进行投资决策时不得不认真考虑投资风险的大小,做好投资项目的可行性研究工作,促进企业用好、管好投资,以提高资金的使用效率,从而在企业追求自身利益的同时,可以更为有效地促进全社会投资效益的提高。

· 简讯 ·

中美共同举办“资产评估研讨会”

为推动现代企业制度的建立,加强国有资产管理,上海最大的会计师事务所——我校主办的大华会计师事务所与美国最大的“美国评估有限公司”,日前在沪共同举办“资产评估研讨会”。我校会计学系石人瑾教授主持了研

会,会上美国著名评估专家 G·海弗教授作学术报告。上海市国有资产管理委员会负责人和有关专家、学者三百余人参加了研讨会。

(朱)