

中国旅游逆差“世界第一”背后的尴尬

在为人民生活日益富足、中国国际地位不断提高、人民币国际化步伐加快而欢欣鼓舞的同时，一个不容忽视的事实也应引起警觉：2009 年，中国旅游服务贸易自 1982 年以来首次出现逆差，规模超过 20 亿美元，仅仅 5 年后的 2014 年，这一数字将突破 1000 亿美元，增长近 50 倍。作为旅游资源大国，中国如今却已成为世界旅游服务贸易逆差最大的国家



旅游变购物 内需“挤出”成外需

又是一年“血拼季”。进入 12 月，境外许多国家和地区推出了圣诞节、年底大促销，商品折扣达到全年最低。在熙熙攘攘的购物大军中，不乏手持长长购物清单的中国游客身影。

在北京一家媒体工作的丁女士一年内两次往返韩国，行程基本都是购物，主要购买化妆品和名牌包，每次花费在 2 万元以上。以一款 LV 包为例，在韩国退税后价格在 8100 元，而在国内买至少需 1.2 万元，还不一定有货。“去一趟来回机票才两三千元，买一个名牌包相当于机票钱省出来了。”丁女士说。丁女士的观点在近年来以几何级数增长的出境游客中很有代表性。记者在北京、天津、海南、江苏等地调研了解到，居民的出境游意愿强烈，购物成为出境游最大花销和主要驱动力。

据中国旅游研究院统计，在出境游人群中，44 岁以下的中青年人群是绝对主力。短线旅游中，日韩等国最受青睐，长线旅游中，巴黎、伦敦、罗马等城市最受青睐。

世界旅游组织数据显示，2013 年中国以近 1 亿人次出境旅游，成为世界第一大出境客源市场。同时中国也以境外旅游消费 1020 亿美元，超过美国和德国而成为世界第一。

中国旅游研究院院长戴斌对记者表示，预计 2014 年我国出境旅游人数将达 1.15 亿人次，同比增长 17.5%；出境旅游花费 1550 亿美元，同比增长 20.8%，旅游服务贸易逆差将超 1000 亿美元。

与此形成强烈反差的是，2013 年我国入境旅游 1.29 亿人次，同比下降 3%；旅游外汇收入 480 亿美元，同比下降 4%。

“总体上中国出境人数比入境人数少，然

而中国出境消费金额要比入境旅游收入多得多。”研究中国跨境消费的中国人民大学经济学院范志勇副教授说，2013 年中国居民出境旅游人均花费 1368 美元，相当于中国入境旅游者人均消费的 3 倍左右。“这个数字非常惊人。”

中国社科院旅游研究中心副主任戴学锋说，国外游客来中国主要是看景，由于国内旅游产品供给严重不足，旅游商品往往也是价格低廉、千篇一律，导致入境游的人均花费较少。同时也造成“挤出效应”，国内游客纷纷外出，加剧了旅游逆差。

出境花销哪家强 首尔悄然拔头筹

就在国内景区深陷涨价、宰客等负面消息，将游客“挤出”的同时，日韩等邻国却早已瞄上了我国出境购物大军日益丰满的钱包。

韩国是近年来中国游客出境游的热门目的地之一，也许很多人并不知道，首尔已经成为我国游客出境游花销最高的城市。

记者调查发现，去韩国的游客主要目的就是购物，购物范围从奢侈品到日常用品，人群也已扩展至普通工薪阶层，越来越多的人认为去韩国购物就像出个远门，再平常不过。

专门从事韩国商品代购的天津姑娘王渐渐主要从韩国购买小商品，包括婴幼儿用品、女性衣物饰品、洗漱用品等，还有韩国旅游区的免税商品。“中韩对比，同款商品的差价能达到 30%，代购生意很火爆。”王渐渐说。

不仅是价格便宜，商品质量好也是游客大量购物的主要原因。天津游客许蕊说，韩国化妆品比国内便宜又好用。比如一款 BB 霜，价格只有 120 多元，但很好用，适合中国人的

肤质，这个价格在国内根本买不到相同质量的商品。“还有面膜，一大摞才四五百元，质量又好。好多中国人都是成箱购买，我花了一万多元，其中化妆品占了一半，还买了韩剧里女主角同款的包、眼镜和衣服。”许蕊说。

此外，境内外旅游购物环境的巨大差别也是游客“舍近求远”的重要原因。

“景区里没有人兜售东西，吃饭价格也很合理，基本和商业街区的价格一样。我在南怡岛买了个双色球的冰淇淋，价格相当于人民币 12 元左右，而在天津的一个景区买，要 30 元。”王渐渐说。

海南游客黄艺今年春节第一次去韩国。她说，韩国的购物环境特别好，大的商场免税店都有中文服务，可以刷银联卡结账，服务态度也热情。

记者亲历韩国购物游也发现，出行前在国内的中文网站，就可以下载并打印韩国各种美食、购物优惠券。而在首尔最著名的明洞购物街，每个门店至少有一名会讲中文的导购，购物完毕后，导购会特意准备一个装小票的信封，并给游客讲解要到哪里完成退税，有的店家还免费将游客买的商品邮寄到其所住酒店。与国内一些景区购物店给司机、导游回扣相反的是，韩国一些免税店吸引游客的方式是“用出租车发票兑换代金券”，而且对入境游客提供“多重优惠”：免税购物、用护照号当时办理优惠卡、部分品牌刷银联卡（即国内银行卡，无需多币种）累计打折优惠等。韩国著名的新罗免税店还专门针对中国游客推出了多重优惠活动，如微信关注可获赠 5000 韩元交通卡，关注其官方微博并转发活动信息还有机会赢取名品包等。

据韩国旅游发展局统计，韩国已成全球最大的免税购物市场，2013 年销售额超过 50

亿美元，约占全球的 10%。所有到韩国旅游的外国游客中，中国游客的人数排在了第一位，且远远多于其他国家。在经济萧条的情况下，酒店和免税店销量大增，主要归功于中国游客。仅今年前三季度，韩国接待中国游客同比增长近四成，超过 468 万人次，而去年全年为 392 万人次，赴韩旅游的中国游客人均消费约人民币 1.4 万元。

业内一位投资公司经理指出：“中国人出国旅行购物时，最热衷于海外免税店。”但比起签证手续繁复，旅行费用昂贵的欧美各国，很多消费者都更青睐签证容易、费用低廉、购物环境优越的邻国韩国。

据韩国亚洲经济中文网报道，为满足中国游客消费需求，韩国政府决定增设市内免税店，同时要求顾客年龄必须在 19 岁以上的限制也被取消。而关于外国人在韩国日兑换货币金额不得超过 2000 美元的规定，目前韩国政府正在商议关于调高上限的方案。

千亿旅游逆差 暗含货物贸易进口

戴斌分析认为，中国出境游客购物消费超过出游总花费的一半以上，集中于化妆品、钟表和奢侈品，反映了国内相同商品价格虚高。实际上，1000 亿美元的旅游服务贸易逆差可以被视为中暗含了货物贸易进口，出境游客纯在“游”上的花费较少。

中国人民大学经济学院副教授范志勇说，出境购物热最主要是由于国内外消费品的巨大差价，这其中品牌商因素、代理商利润、国内场租、广告、物流费用及居高不下的税费，使同样的高档消费品，国内价格高于发达国家和地区。

值得强调的是，中国游客出境购物，绝不仅仅涉奢侈品消费问题。众所周知，同样质量、同样品牌的服装，国际市场大都比国内市场便宜不少。工薪阶层出境旅游回来也要扛一个大包。从葡萄酒到旅行箱包，从皮鞋到服装，都面临国内外“价格倒挂”。

不仅仅是价格，在商品质量、旅游软环境等方面，国内景区宰客、人满为患、旅游不文明现象等也备受诟病。

海南三亚海棠湾免税购物中心离岛免税政策曾被寄予厚望，但受额度有限、价格优势不明显等限制条件，其效益并未充分发挥。与日本冲绳岛 16000 元的限额相比，海南岛 8000 元的免税限额依然不够，商品类别并没有增加，退换货政策也没有国外灵活。另一方面，当地屡禁不止的宰客现象也对海南打造“国际旅游岛”造成了一定程度的伤害。中国（海南）改革发展研究院院长迟福林、海南现代管理研究院院长王毅武建议，海南离岛免税政策最终应全岛化、居民化，才能惠及消费者及当地居民。（关桂峰 鲁畅 王存福 方问禹 秦华江 钱春弦）

韩美林：中国设计必须既重视传统又重视创新

第二届“韩美林·艺术讲坛”日前在北京举办。韩美林、冯骥才、白岩松、蔡志忠等共聚一堂，探讨艺术设计的现状与未来。

讲坛上，嘉宾们以“艺术设计的十字路口”为主题，探讨如何深刻理解、正确把握、有效呈现艺术设计的实用、时尚、前瞻、经典的特性，使之既符合艺术规律，又体现发展潮流。

中国文联副主席冯骥才指出，艺术设计的“十字路口”有两条线，一条代表过去、现在和未来，另一条代表东方、西方，而中国的设计正好在这样的一个十字中间点上“彷徨”。他认为，中国的设计应当找到属于自己的“民族审美”。

“设计应该既是传统的，又是现代的。”著名艺术家韩美林在讲坛上强调，中华民族有自己的传统，有民族艺术，中国的设计应当强调民族性、历史性；同时又要有独立的创新精神，让传统文化在当代获得新的生命。“必须重视传统，也必须重视创新，没有这两个我们没法前进。”

据欧洲艺术基金会估计，中国今年已成为世界第二大艺术品市场。随着需求的不断膨胀，标新立异者也越来越多，求洋、求怪、求奢华的设计之风盛行。上世纪 70 年代，韩美林创办了“艺术大篷车”，每年他都和学生花一段时间深入基层，学习民间艺术，迄今已有 37 年。韩美林认为，中国的艺术家必须到群众中去，从传统中汲取营养，不能让中国成为“洋风”“怪风”的建筑试验场。

为支持艺术事业，由韩美林艺术基金会捐赠的“韩美林艺术奖学金”，向清华大学、中国残疾人联合会、北京师范大学中国文化国际传播研究院、第九届华语青年影像论坛、银川草根文艺家、重庆市奉节县天升村老村小学等进行了捐助。

此次艺术讲坛是第二届“韩美林日”系列活动之一。早在 1980 年，韩美林就在美国举办了个人画展。纽约曼哈顿区专门设立了“韩美林日”。去年，“韩美林日”首次在中国举办系列活动。（聂可）

贵州水晶开展预防职务犯罪专题教育活动

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 陈贵均

为深入学习贯彻党的十八大及十八届三中、四中全会精神，充分发挥检企共建预防职务犯罪联手反腐平台的作用，维护企业和职工的权益，推进依法治企，日前，贵州水晶特邀清镇市检察院检到企业开展预防职务犯罪专题教育活动。

清镇市反贪局局长陈光永，市检察院预防职务犯罪科科长彭庆莉在教育活动中，以案说法，结合水晶结构调整转型中引进战投、盘活资产、租赁经营、废旧物资处置等工作，讲解了如何防止资产流失、国企职务犯罪的主要特点及防范措施等。通过教育活动，警示公司各级干部正确行使权力，依法规范运作，履职尽责，提升企业领导干部廉洁风险防控能力，全力预防和减少失职渎职、滥用权力及腐败行为的发生。

贵州水晶公司领导干部及供销、财务、合同拟签相关人员参加了教育活动。



● 专题教育活动现场



触摸李天翼

■ 本报记者 宋延涛

结缘著名书画家李天翼是记者几年前在南京夫子庙的一次偶遇。当时李天翼正在南京夫子庙举办画展，这位得白石先生真传的书画家其中的一幅《虾趣》的作品让记者留连。生性豪爽的李天翼以友情价格赠与了记者。就这样，与李天翼有了一面之缘。

而后的几年间，记者一直关注着李天翼的书画，而其赠送的《虾趣》也一直珍藏在记者的书房。作为衣钵白石先生真传的李天翼一直深深地印在了记者的脑海中。也一直在感受和追随着李天翼的书画而走进了李天翼的书画世界，也有了这次近距离触摸李天翼的机缘，也有了这次与李天翼书画的这次邂逅。

触摸李天翼，我们能够感受到在他身上的那份执着和洒脱。当记者的电话打通李天翼的电话时，那份爽朗虽然几年不见但是仿佛就在眼前。触摸李天翼，我们就是在触摸当代中国当代花鸟画的水墨世界。李天翼的中国花鸟画有着其独特的韵味。作为传统的视觉表现形式中国花鸟画，李天翼的作品中有着独特的艺术审美价值，它常被李天翼用来借物寄情，抒发个性。李天翼的艺术触角首先伸向现实生活和周围自然世界，在亲近自然，走近自然中，向自然界多姿多彩的景象获取创作灵感，并从中提炼符号、意象和笔墨语言，同时恰当地实施肌理的制作手段，以丰富自己的艺术形式，提升自己的文化境界和艺术水准，从而形成他自己独特的艺术风格。

触摸李天翼，我们发现在李天翼的书画世界中他画作中的虾和梅兰竹菊别有特色，品读李天翼的作品，扑面而来的感觉是鲜活、清新和自然的生命力。李天翼作品最大艺术特征是章法简洁明快，气韵生动，笔简意宏。他的每幅作品都很精美，从造型的概括取舍，到用线用色都十分讲究，但是却不拘谨。他笔下的虾，得白石老人真传，其形体丰秀大方，线条遒劲圆润，既放得开，又收得住，墨色统一协调又有统一中的细微变化。他的梅、兰、竹、菊、荷花等，在突出画面主体时，注意到主体和环境的联系，照顾到借物言情，努力把对象表现得有活力，有诗情画意。让人在品鉴他的作品营造许多画外的遐想，产生余韵无穷的感觉。从他的作品中，可以看到画家高雅的情趣，看到其深厚的传统文化功力。

触摸李天翼，我们总能在他的画作中感受到他对人生的态度以及他精神世界中的那份淡然。古人云，画不难为繁，难于用简，减之力更大于繁，非以境简，简以笔，所谓弄一车兵器不如寸铁杀人也。李天翼的作品，物象多的画面，密而通灵；物象少的画面，少而不空，空白处皆成意境。观其作画，李天翼创作重在表现自己的情思，重在立意，而不在于手法上的标新立异，只要立意确定后，为了突出主题，表现作品意境，李天翼常常采取很多不同技法。因为他强调创作言情，注重表现思想境界，并且以笔为骨，线为形，墨为质，意为魂，努力营造出万千气象，无穷意趣，所以李天翼的作品自然地渗透了自己的个性，形成了自己的风格，表现出中国传统文化博大精深的艺术魅力。

触摸李天翼，我们知道书画同源，李天翼书画皆精，李天翼最大的特点是以书法入画，极大提升了作品品位。清人唐岱评画曰：“胸中具有上下千古之思，腕下具有纵横万里之势。”说明无论绘画还是书法，必须具有深厚的学识和艺术修养。李天翼自幼受名家熏陶，七十年代师从刘海粟，后承林散之、朱屺瞻等名家。他吸取百家之长，融会贯通，毕其精力追求心灵的净化和升华的品性修养过程，最终使他的笔墨语言较好地完成了传统图式的现代转换，逐渐形成了自己的、符合现代审美情趣的笔墨语言符号。



李天翼介绍

李天翼，字鲲化，号毓春。1959 年出生，江苏连云港人，1991 年毕业于北京干部管理学院，后就读于中央美术学院国画系。现为中国书画学术委员会委员，中国百杰书画家，中国签名设计艺术家协会理事，北京成名翰墨书画院特聘国画师、签约书法家，北京盛世軒特聘画家、签约书法家，林散之纪念馆、求雨山书画院画家，南京静海画院理事，香港东方书画艺术研究院名誉院长，国家一级装裱师。