

马中建交与旅游产业的发展

吴明珠

内容摘要: 马中建交40年, 1974年签署协约时, 不管在政治上或外交上, 对两国来说都是很大的转折点。40年前两国的国情和国际上的评点, 与21世纪的现代非常不同。那时候两国忙于各自的新经济政策和文化大革命; 两国虽然建交了, 但是还是处在诸多限制与保留的关系。1980年代中国开放通商政策以后, 大马(马来西亚简称)政府也放宽对大马华商与中国来往的限制, 这促使了双边民间经贸的加速发展。旅游产业是伴随经贸来往而成长的。由于马中两国经贸、投资和设厂数额倍增, 双方往来的商人和旅客是几倍数的增加, 无论是公事公干或是休闲度假, 对旅游业提供服务的需求量大幅度提高。

近十几年来, 大马政府在发展经济特区和工业园以外, 也推行许多无烟囱的服务产业, 如第二家园计划、房地产、教育和医疗旅游等等的促销活动。这些促进大马经济发展的活动, 都需要旅游产业的配合和提供服务。当然, 在两国发生事故或摩擦时, 两国关系会有起落, 暂时打击旅游产业, 像最近发生的马航事件、强虏人质等; 不过事过境迁, 时代的巨轮依旧运转, 步伐也不会停止。根据报纸上‘旅游广告’的小统计, 大马人对中国旅游的兴趣, 确实是很高的。

关键词: 旅游产业; 广交会; 世界遗产保护区

作者简介: 吴明珠博士, 马来西亚拉曼大学创意产业学院助理教授。研究方向: 海外华人、社会经济、文化与妇女课题的研究。邮箱: wumc@utar.edu.my

Title: Development of Sino-Malaysia Diplomatic Relations and the Tourist Industry

Abstract: 40 years ago, Malaysia and China re-established diplomatic relations. At that time, in 1974, this agreement was a major turning point in terms of politics and diplomacy. The national and international conditions at that time were very different from what it is today. Then, both nations were preoccupied with their own problems: New Economic Policy for Malaysia, and Cultural Revolution for China. Although diplomatic relation was re-established, many restrictions and reservations persist. It is not until the 1980s, when China relaxed its trade policy that Malaysia Government follow suit with relaxation on the restriction of trades between Chinese businessmen of Malaysia and their counterparts in China. This sped up trade exchanges between the two nations. Tourism industry flourishes as business grow, and the number of merchants and tourists visiting both nations increase many folds. Irrespective of whether for business or leisure, the demand for tourist related services increase. In past years, the Malaysian Government has developed special trade zones, industrial parks; at the same time it encouraged chimney less industries, such as 'second home plan', real estate, education, medical tourism, etc. All these promotional activities required the cooperation of tourism industry to provide quality service in order to be successful. In this paper, I will present a statistical study based on newspaper advertisement targeting at Malaysians to visit tourist spots in China.

Keywords: Tourism industry; Canton Fair; UNESCO Heritage

Author: Dr. Wu Ming Chu, Assistant Professor, Faculty of Creative Industries, University Tunku Abdul Rahman. Major areas of research: Overseas Chinese, Social economics, Culture and Women issues. E-mail: <wumc@utar.edu.my>

一、导言

19 世纪以来，中国南部沿海几个省县，地理上为背山靠海，农耕地不大，加上频繁的战乱和天灾，百姓生活困苦难过，将近一个世纪陆续有人不断乘船，涌往南洋讨生活，寻找赚钱维生的机

会。当时马来西亚（以下简写称大马）^① 是英国殖民统治时期，英国殖民政府大力发展经济，需要许多人力；在两地一推一拉的情况下，南来的‘新客’^② 一到新加坡或马六甲港口，就上岸去投靠亲友讨生活，契约工被中介带去农地或矿地，开始劳工生涯。对此学术文献上多有研究与记载。随后中国和马来西亚两地关系的发展，由于两国各自内部政治体制的变化，关系不明朗。两国经济贸易的往来，一直到 20 世纪中还是很间接的（吴明珠 2011）。

马来西亚前首相敦拉萨于 1974 年 5 月 28 日应中国政府邀请，率领大马政府代表团访问中国。5 月 31 日两国在北京签约建立正式邦交（李建发 2011）。签署协约的当时，不管在政治上或外交上，对两国来说都是一个很大的转折点。40 年前两国各自的国情和在国际上的评点，与当今的情境非常不同。当时两国各自忙于国内的经济建设和社会安定，如大马施行新经济政策和中国的文化大革命；两国虽然建交了，但是两国在外交、政治和经贸各方面都还是处于诸多限制与保留的关系中（吴明珠 2011）。1980 年代末中国实施对外通商政策以后，大马政府也随之放宽大马华商与中国往来的限制，这促使了双边民间经贸的加速发展。旅游产业是伴随经贸往来而成长的服务产业。由于马中两国在经贸发展和投资设厂数额倍增，双方往来的商旅更是几倍数的增长，不管是政府部门或工商界的公事公干或者是个人的休闲度假，对旅游产业提供服务的需求量大幅度提高。旅游产业的相关行业很广，最直接的包括旅游业、餐饮业、旅馆酒店业、交通运输业、娱乐业、商店销售业，甚至包括许多行业买卖中间的引介等等。近十几二十年来，大马政府努力发展多种无烟囱的服务产业，如第二家园计划、房地产、教育和医疗旅游等等。这些增进大马经济发展无烟囱服务产业的促销，使得相关旅游产业更蓬勃起来。本文旨在探讨马中两国建交，促进旅游产业的课题。

① 马来西亚在英殖民地时代，称为马来亚（Malaya），1957 年独立时为马来亚联合邦（Federation of Malaya），1963 年新加坡、砂拉越以及沙巴加入以后，乃改称为马来西亚（Malaysia），虽然在 1965 年新加坡退出马来西亚，马来西亚仍为马来西亚。

② ‘新客’泛指在 18 世纪末，19 世纪初之间，大批到南洋来谋生的中国人，他们多数是在锡矿厂或橡胶园当劳工。

二、经济贸易营运与旅游产业

马中两国虽然在 1974 年建立邦交，但是两国经贸的发展还是很局限。1980 年代中国经济改革开放后，大马华商在中国的经贸发展就比较活跃，不过一直到 1989 年马共和大马政府签署停火协议后，马中两国之间的贸易企业和投资创业才起了重大的改变，变得频繁并且数额倍增：马中双边的贸易额在 1974 年不到 2 亿美元，1985 年 3.68 亿美元，2003 年突破 200 亿美元，2013 年达到 1060.8 亿美元。在最近马中政府经贸合作的 5 年规划下，预估两国贸易额在 2017 年能够达到 1600 亿美元。这些庞大的增长数据，代表工商经贸的活跃营运，而在庞大营运中有几万甚至几十万人投入双边的生产线和服务线，这些包括了许多工商行业的经营和投资创业。而在这许多工商行业的经营和投资创业里，双边都有各层次人员的投入参与，他们在两国间的往来公干，不管是暂时的、短期的或长期的居留，都需要旅游产业界的服务，协助安排在中国或在大马，无论是境内或境外，工作上以及生活上的需求，这就增加了旅游产业很大的服务市场。马中的双边贸易投资从上世纪末开始，就有民间企业的大宗投资，例如 1984 年大马的香格里拉酒店集团在杭州开设第一家饭店；1994 年百盛集团进驻中国零售业市场。而 1996 年中国的小天鹅洗衣机、1998 年的海尔家用电器、以及后来的华为、北京同仁堂集团和近年德宝房地产、首钢集团钢铁厂等等。这些大宗工业与经贸的投资与建厂，投资资本和人力资源数额都很大；当然从策划投资到实际设厂、生产到产品上市，物流和人员的需求和投入工作，这些都需要当地专业服务产业中介的协助。例如投资的参观、场地的考察、相关产业界和政府部门的开会，都需要专业服务人士给予安排机票、住宿和交通，甚至会议的安排，都得做出妥善规划，办事和行程才能顺利的进行。

每年两次广交盛会^①就是一个很好的例子。根据记录，2010 年秋季广交会共有展览位 57,136 个，到会境外采购商 200,612 个，境内外企业参展商有 23,599 个，成交额 343 亿美元（中国公安部 2010）。这样一个汇集的景象，这么大的经贸交易活动，这么多的

① 广交会是 1957 年中国政府由中国对外贸易中心在广州承办中国进出口商品交易会，作为对外通商窗口。1958 年开始启动。最初广交会一年一次只在广州举行，后来发展成一年两次，有春交会和秋交会。

参与人数，需要非常多的食、宿和交通的配备。对此，旅游产业从业者提供服务，作出事先安排不仅很重要且必须。因为业者提供良好的服务安排，将影响商旅们的需求和交易的顺利，以及整个广交会经贸交易活动成功进行的顺畅程度。

根据一位旅游业资深从业员的看法，在大马旅游产业除了组团带队参观以外，主要的服务还是为商业企业家在国内国外做商务行程和接洽的安排，如安排中国人在大马参观经济特区、了解第二家园计划、考察房地产、视察业务行情等等。相同的，很多大马商企业家到中国进行业务商谈和考察时，也需要这种服务。一般上两国两地旅游产业者之间都有联系，互相接洽配合，提供两头在地和外地服务，这样就能提供更专业的服务。旅游专业者和顾客之间往往是一次生两次熟，过后就成为常客了。

三、马中旅游产业的发展

1980年代中国政府就确定了‘大力发展入境旅游，积极发展国内旅游，适度发展出境旅游’的政策。一般上旅游出境有经过旅行社组织的，和以休闲度假为目的的个人出境。以前因公出境占出境总人数的大多数，近年来，因私出境已多过因公出境，而且多数是参加旅游团出境的。早期中国政府对出境旅游政策认为宜‘疏’不宜‘堵’，政府志在改善国内旅游基础设施和旅游服务设施，创造良好的外部环境，使国民在国内旅游、度假更加便捷，体验更加独特；并提高国内旅游产品和服务的质量，加强对国内旅游产品的促销，增强国民在国内旅游的兴趣，加强与相邻国家的合作，开展独具特色的边境旅游。当时还认为出国旅游会有‘外汇流失’的问题。（张广瑞 2005）

不过现在这些观念和政策都改变了；当国家社会经济起飞，一般人的生活水平提升，人们有足够的经济支付能力，在境内或出境旅游已经是一般国民的普遍消费了。

1990年代马中两国双边出入境旅游的人次增加。大马人到中国旅游人数：1990年有4万多人次，2002年有55.7万人次。中国游客访大马：1998年有15.9万人次，1999年第一季度，约有6.1万中国游客前往大马购物旅游，比上年同期增长了89.4%（李建发 2011）。

进入 21 世纪, 经贸更带动了旅游业。像 2014 年, 第十一届北京国际旅游博览会, 吸引了 81 个国家和地区; 有 27 个中国省级地区的 985 名展商前来参展。中国国内和国际的买卖双方之间的商务交易额超过 53 亿元, 现场的 33 家旅行社共计销售旅游产品和旅行套餐 10 万个, 超过 26,000 人成功预订旅游产品, 交易额超过 6,300 万元。

大马在 1975 年由 30 个旅游业者成立了马来西亚旅游和旅行社的组织 (MATTA), 近年来这个组织每年举办两次旅游节, 2014 年旅游节在 9 月 7-9 日在吉隆坡世界贸易中心举行。2013 年的旅游节共有海内外 1500 个摊位参加旅游促销活动 (国家旅游局 2013), 到来旅游节的访客人数达到 100,188 人 (MATTA Fair 2013)。

马中两国政府把 2014 年定为马中两国 ‘友好年’, 以为两国建交 40 周年纪念。40 年来两国的友好伙伴关系随着经贸的发展, 一直都很密切。根据旅游专业人士的经验, 旅游是有季节性和年龄组合性, 对旅游地的选择和安排的需求不同; 公共和学校假期是旺季, 年龄组合大的比较会要求参观历史文物与古迹和闲游观景。

基本上马中两国间的旅游, 两国地理上相距不远, 旅程不长, 对大马华人来说, 除了一些乡情以外, 办理入境签证手续, 近年来也很方便, 而中国的山水名胜古迹, 确是很让人向往一游。根据联合国教科文处列出中国有 48 个世界遗产保护区^①, 其中 34 个是属于文化遗产, 10 个是属于自然景观和 4 个是属于自然景观加上世

① 根据联合国教科文处列出中国 48 个世界遗产保护区, 其中 34 个是属于文化遗产, 10 个是属于自然景观和 4 个是属于自然景观加上文化遗产 (UNESCO World Heritage List): 1. 泰山, 2. 长城, 3. 明清故宫, 4. 莫高窟, 5. 秦始皇陵, 6. 周口店北京人遗址, 7. 黄山, 8. 九寨沟风景名胜区, 9. 黄龙风景名胜区, 10. 武陵源风景名胜区, 11. 承德避暑山庄及其周围寺庙, 12. 曲阜的孔庙、孔林、孔府, 13. 武当山古建筑群, 14. 拉萨布达拉官历史建筑群, 15. 庐山, 16. 峨眉山, 17. 丽江古城, 18. 平遥古城, 19. 苏州古典园林, 20. 颐和园, 21. 北京皇家祭坛—天坛, 22. 大足石刻, 23. 武夷山, 24. 青城山与都江堰, 25. 皖南古村落西递, 26. 龙门石窟, 27. 明清皇家陵寝, 28. 云冈石窟, 29. 云南三江并流保护区, 30. 高句丽王城、王陵及贵族墓葬, 31. 澳門歷史城區, 32. 四川大熊貓棲息地, 33. 殷墟, 34. 中国南方喀斯特, 35. 开平碉楼与村落, 36. 福建土楼, 37. 三清山, 38. 五台山, 39. 天地之中, 40. 中国丹霞, 41. 西湖, 42. 元上都, 43. 澱江化石地, 44. 天山山脉, 45. 红河哈尼梯田, 46. 大运河, 47. 丝绸之路, 48. 土司遗址。

界文化遗产（UNESCO World Heritage List）。这 48 个世界遗产保护区广分布中国各地，吸引了非常多的国内外游客去中国旅游，纵然去了很多次，旅游地也还是看不够，走不完。

最近笔者作了一个剪报的小统计，剪报是根据 2014 年 5 月 8 日到 7 月 2 日，收集在星洲日报刊登的旅游广告，从广告版位的大小、黑白或彩色、该则广告是否有刊登中国旅游、以及某个中国旅游地出现次数，从这些角度来观察大马人对旅游中国的倾向：

- 大部分广告登在大都会版，少数在国内版和综合版；
- 56 天内刊登 185 则大小不等的广告；其中彩色的有 151 则，黑白的有 34 则；
- 广告里有刊登中国旅游的有 87 则，没有的 98 则；
- 广告占版面约 1/5 的高度，横跨左到右版位的有 138 则，大过这尺寸的有 30 则，小过这尺寸的有 17 则。
- 城市和地区出现最多的依顺序为：
 - 桂林、阳朔、柳州
 - 北京、承德、天津 / 上海、江南、黄山、杭州、南京、西塘
 - 港澳、广州
 - 西安、少林寺、兵马俑、开封
 - 九寨沟、黄龙、峨眉山、乐山 / 张家界、天门、凤凰古城
 - 福建、厦门、武夷山、土楼
 - 丽江、昆明、石林、大理、香格里拉

这些地区，包括了 48 个大部分的世界遗产保护区。

现在大马也成为吸引中国游客旅游重点之一。大马是一个多元种族文化的社会，各个种族有其文化的特色，像服饰、饮食、宗教、节日庆典等等，都是吸引外国游客的地方。一般人旅游看景观、历史文物与古迹、饱馋当地饮食和购物。大马社会的 3 大种族，马来人、华人和印度人，和中国的 6 大民族又有不同。这 3 大种族的文化特色，宗教、饮食、衣着、语言都不相同，构成了大马旅游的特色。虽然大马是一个新兴的国家，但是热带的风土人情、文物和饮食却也是很吸引外国旅客的。

联合国教科文处列出的世界遗产保护区，大马有 4 个^①。2 个是自然景观，还有 2 个是文化遗产。前者是砂拉越姆禄国家公园和沙巴京那巴鲁国家公园；2 个文化遗产是马六甲海峡沿海的两个城市：马六甲和乔治市，另外还有玲珑谷的考古遗址（UNESCO World Heritage List）。

目前两国人民之间的旅游往来非常频繁，马中两国间的休闲旅游业与经贸发展对旅游企业需求的服务还在继续增长。根据中国旅游业统计公报：2011 年大马人入境中国旅游人数达 124.51 万人次。2013 年，中国人到大马游客达到 160 万人次，成为大马第 3 大客源国（国际在线 2014）。

两国之间的关系，有时候也会发生起落的情况。像 2014 年大马最不幸的两宗空难事件和南菲律宾人在东马沙巴绑架中国人的案子，旅游业的确受到一定的影响。但是经过一段时间，人们会慢慢淡忘。2014 年 8 月 13 日大马政府宣布将免除中国^② 等 5 个国家游客单次入境签证费（国际在线 2014）。

四、结论

这个时代，经贸网络已纵横全球，企业的往来是国际性的。网路资讯的传递，像商业旅程服务配备，美丽风景、美食佳肴、古刹古都等等的介绍，琳琅满目，比比皆是。旅游产业也成为经贸项目里的一个项目，可以是一笔大进账。旅游产业对国家社会，是一种外汇收入，增进社会经济繁荣，并可以提升国与国、人与人之间的了解与和谐。风景文物古迹的价值观，应予以维持、保护和提升，那就是人的精神文明和经济文化质的享受了。很多国家对自然景观区和文物古迹都定有严格的维修和保护规格（李国武等 2003），对旅游产业从业者也有专业培训和专业执照的机制。出国旅游在游客眼中，目的还是要找一个愉快，能增广见闻的地方。近年来很

① UNESCO Heritage Sites of Malaysia: 1 Kinabalu Park, 2. Gunung Mulu National Park, 3. Melaka and George Town, historic cities of the Straits of Malacca, 4. Archaeological Heritage of the Lenggong Valley

② 中国游客 2 人或以上来大马免签证，2016 年 3 月 1 日正式开跑。不过中国游客仍需付 20 美元的网上登记手续费。

多企业给予员工免费旅游，作为员工的奖赏^①。韩剧在很多国家流行，像“冬季恋歌”、“大长今”和最近的“来自星星的你”，因而吸引了不少游客去韩国旅游。这些都是经贸企业和旅游挂钩互利的实证。当然在两国之间发生事故或摩擦时，两国关系有起落，暂时性的打击旅游产业。2014年发生的马航事件以及东马的强掳人质等，使得马中两地的旅游人次大减（人民网2014）。不过时过境迁，时代的巨轮依旧运转，步伐不会停止。

上大半个世纪，旅游产业还是靠经贸在前跑，现在旅游产业已是一个外汇收入考量的一个项目了。

参考文献

1. 吴明珠：〈马中经贸：乡情抑是商机〉，第199-214页。收录于廖冰凌与林志敏编：《审视马中：一场跨疆域的对话》，马来西亚吉隆坡：拉曼大学中华研究中心，2011年。
2. 李国武、Chau Sun Kerya、张齐娥与聂邦瑞：〈以文化遗产作资本来创造价值的旅游卖点〉，第160-181页。收录于冯久玲编：《东盟中国：营造全球最大自由贸易区》，马来西亚吉隆坡：马中经贸总商会，2003年。
3. 杨慧、陈志明与张展鸿：《旅游，人类学与中国社会》，中国云南：云南大学出版社，2001年。
4. Yamashita, Y., Din, K.H. and Eades, J.S. (1997). *Tourism and Cultural Development in Asia and Oceania*. Bangi, Selangor: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
5. Glaesser, D. (2003). *Crisis Management in the Tourism Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
6. 中华人民共和国商务部亚洲司网页数据 <http://www.yzs.mofcom.gov.cn/g/g.html>。
7. 范世平：〈大陆出境旅游与两岸关系之政治分析〉，中华人民共和国公安部出入境管理网页数据，2010年，<http://www.mps.gov.cn/n16/n84147/n84211/n84424/2478762.html>。
8. 中华人民共和国商务部国别报告书马来西亚，2013年，<http://country>

^① 中国完美集团这几年来，每年都组团到大马旅游，2016年3月来大马旅游的团员人数达一万多人。（星洲日报2016年3月日国内版的报道）。

- report.mofcom.gov.cn/record/view110209.asp?news_id=38527。
9. 李建发, 2011 年, <http://www.utar.edu.my/ics/file/shenshimazhong15-23.pdf>。
 10. Malaysian Tourism Promotion Board (2014). http://www.statistics.gov.my/portal/download_akaun/files/tsa/2005-2012/TSA_2005-2012_penerbit.pdf.
 11. 中国公安部出入境管理局, 2010 年, www.mps.gov.cn/n16/n84147/n84211/n84424/2478762.html。
 12. 国际在线, 2014 年, gb.cri.vn/42071/2014/08/13/7551s4652594.html。
 13. 张广瑞, 2005 年, 人民网: <http://theory.people.com.cn/GB/40536/3355937.html>。
 14. 2011 年中国旅游业统计报告: 国家旅游局 (2012 年 10 月)
<http://www.cnta.gov.cn/html/2012-10/2012-10-25-9-0-71726.html>。
 15. MATTA Fair September 2013. <http://blog.malaysia-asia.my/2013/08/matta-fair-september-2013.html>.
 16. 人民网: world.people.com.cn/n/2014/0326/c157278-24745647.html。
 17. UNESCO World Heritage List. <http://whc.unesco.org/en/list/>。