

第一章 绪论

学习要点

1. 了解世界旅游业的发展现状。
2. 掌握世界旅游业的发展特点。
3. 掌握中国入境旅游客源市场的基本发展情况。
4. 掌握中国出境旅游市场的发展情况。
5. 培养学生对世界旅游业发展新趋势的认知。

世界旅游业从形成到发展,现在进入了稳定发展时期,21世纪将是旅游业的第二个黄金时代。旅游业将发展成为世界上最大的产业,旅游者将达到空前的规模,来自各个国家、各个阶层的旅游者将把他们的足迹印在世界的每一个角落。

2011年3月3日世界旅游及旅行理事会发布的《2011—2021旅游业经济影响报告》认为,尽管目前世界经济增长遇到了很多挑战和不确定因素的影响,但旅游业却一直是增长速度最快的部门之一,而且成为推动经济和就业增长的主要力量,并且,预计未来10年里,世界旅游业对全球国内生产总值GDP的贡献每年将达到4.2%,总额为9.2万亿美元,并创造6500万个就业机会。

第一节 世界旅游业

一、世界旅游业发展现状

旅游业作为国民经济的一个重要产业,作为世界经济的一个组成部分,旅游活动作为一种有组织、大规模的社会性活动,作为世界经济文化交流的一个重要领域,作为人类文明生活方式的一个组成部分,是随着近代世界商品经济的发展和世界政治经济文化体系的形成而产生并发展起来的。

近代旅游业发端于19世纪中叶的西欧和北美。伴随着火车和轮船的出现,19世纪60年代和70年代,西欧和北美出现了专门组织国内和跨国旅游的旅行社。从19世纪后期起,旅游活动的主体从少数的贵族、僧侣、商贾、士人、政客和探险家、科学家扩大到以观光游览和商务考察为主要目的的富裕市民,旅游的范围从局部地区向跨国、跨洲扩展。

20世纪前半叶,世界的主题从战争与革命转向和平与发展。科技革命日新月异,人类文明突飞猛进,经济文化迅速发展,国际交往日益频繁,人们的物质和文化生活水平不断提

高,世界旅游业也随之取得了空前的发展,进入了一个全新的阶段。

旅游业发展速度快、增幅大,从1950年到2011年,国际旅游人数从2 520万增加到9.8亿,增长了39倍。旅游活动遍及全球,它已从西欧、北美扩展到全世界,旅游者的足迹遍及欧洲、美洲、亚洲及太平洋、非洲以至南极洲。旅游业已成为当今世界经济中既有综合性又相对独立的最大产业,成为许多国家国民经济的重要产业和创汇来源。联合国世界旅游组织执行主任索丹·索莫基在2012年第六届联合国世界旅游组织、亚太旅游协会举办的“旅游趋势与展望国际论坛”上指出,当前旅游业对全球GDP的贡献率约为5%,每年为全世界提供数以百万计的工作岗位。旅游业的国内管理和国际协调走向制度化、规范化。许多国家设立了专门的旅游管理机构,世界性和区域性的国际旅游组织纷纷成立,国内调控和国际协调日臻完善。

总之,20世纪后半叶,世界科技革命的突破和政治经济化的飞跃引发了一场“旅游革命”,同时这场“旅游革命”又对“世界经济、环境和生活产生了深邃的影响”。人类已进入全球性的大众旅游时代。

在21世纪,随着现代科学技术和经济文化的突飞猛进,人类社会经历了农业革命、工业革命之后,正跨入服务业革命的时代。作为服务业重要组成部分的旅游业,从消费方式到经营方式都将发生重大变化。

科技革命的发展、社会经济文化的发展和人口结构的变化,使旅游者的数量剧增,素质提高。人们工作时间的缩短、弹性工作制的推广、退休年龄的提前、人口的老齡化、就业妇女的增多、晚婚趋势的发展、移民和出境限制的放松等,使更多的人将有更多的时间、财力和兴趣参加旅游活动。

在大众旅游市场更为兴旺的同时,由于旅游者文化素质的提高和旅游阅历的丰富,旅游者要求旅游的内容和方式更加多样化、更具参与性和更为个性化;城市化的发展与环境意识的强化使旅游者更加渴望返璞归真、回归大自然,生态旅游、绿色旅游成为新的时尚;求知欲的增强驱使人更加注重旅游的社会文化内涵,旅游将成为一种越来越重要的教育方式;科技革命的飞跃将推出太空旅游、海底旅游、返古旅游等新奇的旅游项目。

旅游需求的变化必然导致旅游供给和经营管理方式的革新。传统的团队式、全包价式的接待方式将发生变化,逐步向自由组合、自主选择、灵活多样的形式发展。计算机信息系统将应用于旅游经营管理和旅游活动的各个环节之中。旅游线路的选定、交通票证的预购,客房、餐饮和文体娱乐活动的预定和销售将逐步普及电脑化管理。世界各大旅行商、饭店集团、航空和其他交通部门将实行电脑联网经营。旅行商兼营吃、住、行、购、娱等多种业务;同时,工业、农业、商贸、交通和文化等企业将兼营旅游业务,旅游产业的综合性和整体性将达到更高的水平。

世界旅游业将在巨大的社会需求和激烈的国际竞争中超前、持续发展。世界经济全球化和区域一体化的潮流推动着世界旅游市场全球化和区域一体化的发展。21世纪,世界旅游市场上将形成欧洲、美洲和亚太三分天下的格局,亚太地区将超过美洲地区跃居世界第

二。亚太地区仍将是世界旅游市场上发展迅速、潜力最大的地区,因而也是竞争最为激烈的地区。欧洲经济共同体以及东南亚国家联盟的旅游业界联合销售的态势表明,面对国际旅游市场的激烈竞争,单靠一个国家单打独斗已不足取,联合起来开展集团竞争势所必然。

旅游业是一项集资源、资金、智力与人力一体的新兴产业,是现代化的硬件与高素质的软件的结合。发展旅游业既需要资源和资金,更需要人才与知识。国际旅游市场上的竞争,归根到底是人才的竞争,是智力的竞争。未来旅游业对人力和智力的巨大需求,将有力地推动旅游教育事业的发展。各国政府和各类旅游企业将越来越重视旅游人力资源的开发。旅游教育和培训工作在旅游开发中的战略地位更加突出。

二、世界旅游业发展特点及态势

纵观 60 年来世界旅游业的发展,其呈现以下突出特点和发展态势。

1. 旅游业增长高速、持续、稳定,没有哪一个行业可与之相提并论

有学者研究表明,就全球旅游者数量而言,从 1950 年到 2000 年的 50 年中,基本每隔 10 年就会翻番,从 1950 年的 2 500 万人次增加到 2000 年的 6.7 亿人次;从 2000 到 2010 年的 10 年中,由于旅游者基数不断增加,增速有所放缓,但 10 年中仍然增加了 2.7 亿人次,到 2010 年达到 9.4 亿人次。就世界旅游业收入增长速度而言,从 1950 年到 2010 年 60 年中,年平均增长率为 6.9%,也基本是每隔 10 年左右就会翻番。其中,从 1950 年到 1960 年的第一个 10 年,年均增长率为 10.6%;依次第二个 10 年为 9.1%,第三个 10 年为 5.6%,第四个 10 年为 4.8%,第五个 10 年为 4.3%,第六个 10 年为 6.5%。对比分析可见,世界旅游业收入增速明显高于同期世界经济年均增速(按每 10 年作为一个周期来测算,通常年均增长率在 3%以下)。据世界旅游组织公布的数据,截止到 2010 年,国际旅游业经济总量占全球 GDP 的 10%多,旅游投资占投资总额的 12%多。国际旅游业在世界经济中的地位和权重可见一斑。

2. 世界旅游市场逐步出现分化,呈现“三足鼎立”新格局

从旅游目的地的区域板块划分来看,长期以来欧洲和北美一直是世界上最受欢迎的两大旅游胜地,是全球旅游市场的“双雄”。但最近十多年来,情况却正在发生快速变化。经济全球化和区域经济一体化的进程深刻地影响着世界旅游业的发展轨迹,也打破了原有的旅游市场格局。东亚及太平洋地区经济的崛起,为世界旅游热点向亚太转移创造了经济平台。国际旅游者对于旅游目的地的选择出现多样化,东亚及太平洋地区已经成为第三首选目的地,从而形成欧洲、北美、东亚及太平洋地区“三足鼎立”的新格局。早在 1950 年,东亚及太平洋地区所接待的国际游客量不足 19 万人,到 2000 年接待的游客量达到了 1.12 亿人,2010 年接近 2.0 亿人,占全球份额约 20%。据预测,到 2020 年,东亚及太平洋地区接待国际旅游人数占全球份额将上升为 27.3%,超过北美(届时为 17.8%),位居世界第二,进一步巩固“三足鼎立”新格局。

如果从国别分布来看,长期以来,传统旅游目的地和客源地大国分别是美国、德国、英

国、法国、西班牙、意大利和日本,都是西方发达国家。20世纪80年代以前,西方发达国家几乎垄断了国际旅游市场,接待人数和旅游收入都占到世界总量的90%左右。而20世纪90年代以来,还要加上中国、俄罗斯、印度、巴西、波兰和亚洲“四小龙”等新兴工业化国家及地区。这种局面可以用“多极化”或“百花齐放”来描述。例如在2010年,全球9.4亿旅游人数当中47%来自新兴工业化国家。特别是中国是这一趋势的代表,成为当今全球第三大旅游目的地,2010年接纳旅游人数5600万人。据预测到2015年,中国将成为世界上第一大旅游接待国、第四大旅游客源国和世界上最大的国内旅游市场。但从总体看,发达国家旅游业占全球旅游业主导地位的局面在较长时期内仍难以改变。

3. 旅游已基本实现了休闲化、大众化和社会化,世界已经进入“旅游时代”

旅游已基本实现了休闲化、大众化和社会化,成为人们普遍的一种生活方式和基本权利,世界已经进入“旅游时代”。半个多世纪以来,随着科技进步和经济发展,人们的休闲时间与时俱增,恩格尔系数(食品支出总额占个人消费支出总额的比重)则与时俱减。早在1995年,全世界就有145个国家实行每周5天工作制,其中大多数国家又实行每年5~52天不等的在职带薪休假制。有些发达国家甚至打算实行每周工作4天、每天工作5小时、每周工作20小时,并进一步延长带薪休假时间。在发达国家和地区,恩格尔系数已降到20%~30%,人们可自由支配收入大幅度增加。在这种背景下,众多旅游者旅游的目的也从传统的开阔眼界、增长见识,向放松身心、陶冶情趣等方向转变,休闲度假旅游成为现代人生活的重要组成部分。从20世纪70年代末、80年代初开始,旅游者已不满足传统的观光旅游产品,开始选择具有鲜明地域特色、时代特色和个性特色的休闲度假旅游产品。欧美发达国家是休闲度假旅游的发源地。现在,休闲度假旅游已经成为最重要的市场方向,世界旅游强国基本也都是休闲度假旅游比较发达的国家。其中,海岛、滨海休闲度假是旅游业的第一大支柱,在一些国家和地区成为主要经济收入来源,如在百慕大、巴哈马、开曼群岛,旅游业收入占其国民收入的50%以上。像地中海沿岸、加勒比海地区、波罗的海及大西洋沿岸的海滨、海滩,则成为极负盛名的旅游度假胜地。

4. 旅游业成为跨领域、跨行业的综合性、战略性产业

旅游业与科技教育、文化体育、商务会展等产业的结合越来越紧密,特别是与信息化“珠联璧合”,成为跨领域、跨行业的综合性、战略性产业。

(1)科技进步和技术创新已成为世界旅游业发展的主要推动力。信息技术、网络技术、交通技术的快速发展,促进了旅游需求多样化、旅游管理信息化、旅游装备科技化。在线旅游预定业务、电子旅游信息、电子签证和电子商务等正在改变旅游业的市场环境,社交网络的广泛应用也在改变旅游业的面貌。人造主题公园则充分运用现代高科技结晶,如声学、光学、计算机模拟系统等,增加旅游对人的吸引力。

(2)旅游业与文化体育事业产业的结合成为亮点。文化是旅游产品的灵魂,没有文化的旅游是不存在的。像奥运会、世博会这样重大的世界性盛会,既可以为主办国带来强劲的旅游客源和旅游收入增长,也可以传播本国文化、展示文明成果、提升国家形象。

(3)旅游业直接促进了与其密切相关的酒店业、餐饮业、服务业和百货及奢侈品消费。而且,旅游公司本身也可以成为庞大的商业帝国。例如,全球最大的旅游企业美国运通公司,资产总额 2 000 多亿美元,有遍布全球 130 多个国家 1 700 多家营业网点,年收入 360 亿美元。

三、世界旅游业发展的新趋势

今后 10~20 年内世界旅游业发展还会呈现以下几个新趋势、新特点。

1. 旅游市场进一步细化分化

未来旅游者的旅游目的越来越个性化,旅游机构也越来越重视从更深层次开发人们的旅游消费需求,旅游市场更加细化分化,旅游产品更加丰富多彩。除了传统的观光旅游、度假旅游和商务旅游这三大主导项目和产品外,特殊旅游、专题旅游更有发展潜力,像宗教旅游、探险旅游、考古旅游、修学旅游、蜜月旅游、购物旅游、奖励旅游、民族风俗旅游等,将会形成特色突出的旅游细分化市场。而且,观光、度假、商务三大传统旅游项目也会进一步升级。观光旅游在中低收入国家仍将占据第一主导地位,并逐步普及化、大众化;在高收入国家的市场则会逐步萎缩。度假旅游方面,彰显区域文化特色和以生态、绿色、低碳的自然资源环境为支撑的这两类度假胜地,将成为旅游市场的主流产品。商务旅游方面,则会随着世界经济多极化和经济增长中心、商务热点转移而出现多极化、多元化,欧洲、北美、日本等传统商务旅游重点目的地的地位一时还难以撼动,但也会增加东亚、中东以及新兴经济体等新的商务旅游热点地区。

2. 旅游方式更为灵活多变

旅游方式将会朝个性化、自由化的方向发展,各种新颖独特的旅游方式将应运而生。随着世界各地旅游设施的建立健全,世界性预订服务网络的普及完善,使散客旅游越来越方便。在追求个性化的浪潮下,未来散客旅游特别是中短距离区域内的家庭旅游份额将逐步增加。旅游者在旅游中追求更多的参与性和娱乐性,那些富有情趣活力、具有鲜明特点的旅游场所,那些轻松活泼、丰富多彩、寓游于乐、游娱结合的旅游方式,将受到越来越多旅游者的追捧。民族风情、地方特色、游娱结合将成为未来旅游产品设计开发的重要方向。

3. “银发市场”不断扩大

按照联合国现行标准,一个国家 60 岁以上老年人口占总人口的比例超过 10%(或 65 岁以上老年人口占总人口比例超过 7%)即进入老龄化社会。老龄化是全球性问题。在发达国家老年人口占比通常在 20%以上,发展中国家的状况稍好但老龄化势头迅猛。在当地社会,老年人通常是一个有钱、有闲、健康活跃的阶层,对休闲度假和异国古老传统文化比年轻人更感兴趣,必然会是旅游者队伍的一支重要力量。近些年来,欧美等高收入国家出现了老人携儿孙辈一起出游的现象。“银发市场”越来越被各旅游接待国所重视,将来也会成为世界旅游业异军突起的一个重要市场。

4. 旅游安全日益受到重视

旅游目的地的局部战争、地区冲突、民族冲突、宗教冲突、国际恐怖主义、政局动荡、社会

不安定和自然灾害、重大事故、传染性疾病等因素,都会打击旅游者的消费信心,从而对世界旅游业的发展产生不利影响。特别是在美国“911事件”之后,旅游安全成为旅游者首先要考虑的问题。在具备闲暇时间和支付能力的条件下,唯一能使旅游者放弃旅游计划的因素就是对安全的顾虑。毫无疑问,未来的旅游安全和旅游目的地的社会稳定和谐,将越来越被旅游机构和旅游者所重视。

5. “绿色旅游”成为一个新动向

各国越来越重视旅游业的可持续发展,日益重视对自然资源、人文资源和生态环境的保护,加强旅游目的地的环境建设;同时,引导旅游企业和旅游者积极履行社会责任、环境责任,关注和应对全球变暖问题,努力减少旅游活动对自然、人文和生态环境的负面影响。例如,1983年世界自然保护联盟(IUCN)首先提出“生态旅游”这一术语,将其定义为“具有保护自然环境和维护当地人民生活双重责任的旅游活动”。目前,生态旅游发展较好的西方发达国家首推美国、加拿大、澳大利亚等国家,他们在生态旅游开发中,避免大兴土木等有损自然景观的做法,旅游交通以步行为主,旅游接待设施小巧玲珑,并与自然融为一体,住宿多为帐篷露营,尽一切可能将旅游对旅游环境的影响降至最低。再如,韩国观光公社近年出台了绿色旅游方案,开发出多种绿色旅游产品。

第二节 世界旅游区

按照世界旅游组织(UNWTO)统计标准,全球分为六个旅游区:欧洲、美洲、东亚及太平洋、非洲、南亚和中东。

一、欧洲地区

欧洲全称欧罗巴洲(Europe),全洲面积1 016万平方千米,占世界陆地总面积的6.8%。人口约7.4亿,是世界人口第三多的洲,仅次于亚洲和非洲。居民中绝大部分属欧罗巴人(即白种人),按语言划分,有5个语系:印欧语系(含斯拉夫语族、日耳曼语族、拉丁语族、阿尔巴尼亚语族、希腊语族和凯尔特语族),占全洲人口的90%,分布于全欧洲;乌拉尔语系,主要分布在芬兰、匈牙利、爱沙尼亚等地;还有高加索语系、阿尔泰语系和闪米特—含米特语系。居民中信奉基督教的约占65%(其中天主教34%,东正教16%,新教11%,圣公会4%),还有信奉伊斯兰教和犹太教的。

欧洲现有45个国家和地区,在地理上习惯分为南欧、西欧、中欧、北欧和东欧。

欧洲是希腊罗马古典文明和日耳曼文化的发源地,也就是世界资本主义发展最早、最发达的地区,是当今世界政治经济格局中的一支重要力量。第二次世界大战以后近半个世纪中,欧洲政治经济一体化的进程逐渐推进。

欧洲联盟(前身欧洲共同体,成立于1967年7月),简称欧盟。截至2013年7月,欧盟有28个成员国,分别是法国、意大利、荷兰、比利时、卢森堡、联邦德国、爱尔兰、丹麦、英国、希腊、葡萄牙、西班牙、奥地利、芬兰、瑞典、波兰、拉脱维亚、立陶宛、爱沙尼亚、匈牙利、捷克、

斯洛伐克、斯洛文尼亚、马耳他、塞浦路斯、保加利亚、罗马尼亚、克罗地亚。

欧洲历史悠久,经济基础雄厚,交通通信发达,文化绚丽多彩,旅游接待设施完备,发展旅游业具备充分的条件。随着欧洲一体化的深入,旅游业的国际协调和合作能力不断增强。欧洲旅游委员会成立于1948年,办公地点设在布鲁塞尔。该组织在对市场进行调查研究的基础上,组织成员国联合开发目标市场,提高旅游接待水平,加强成员国之间的合作,交流信息,开展旅游政策和理论的研究。

欧洲是近代旅游业的发源地,也是当代世界旅游业最发达的地区,历来居世界各大洲之首。欧洲出国旅游者中,90%在本地区内作近距离旅游,10%去其他洲作远距离的旅游。第二次世界大战后的半个世纪中,尽管欧洲接待国际旅游人数和旅游创汇在世界总份额中的比例逐渐减少,但迄今为止一直独占鳌头并占世界之半。据预测,1995—2020年,欧洲出境旅游将以年均增长3.4%的速度发展,2020年欧洲出境旅游者将达7.71亿人次,占世界旅游市场的份额从59.1%下降到48.1%,其中增长最快的是远程出境旅游,主要目的地是亚洲和美洲。

二、美洲地区

美洲全称亚美利加洲,位于西半球,自然地理分为北美洲、中美洲和南美洲,面积达4206.8万平方千米,占地球地表面积的8.3%、陆地面积的28.4%。人文地理则将之分为盎格鲁美洲(大多使用英语)和拉丁美洲(大多使用西班牙语和葡萄牙语)。美洲地区2011年拥有大约9亿居民,占到了人类总数的13.5%。1776年,美洲诞生第一个西方殖民独立国家——美国。居民大都是英、法等欧洲国家移民的后裔,其次是印第安人、黑人和混血种人。北美洲主要通用英语和西班牙语。南美洲巴西的官方语言为葡萄牙语,法属圭亚那为法语,圭亚那为英语,苏里南为荷兰语,其他国家均使用西班牙语。印第安人使用印第安语。居民主要信奉天主教和基督教新教。

全美洲包括35个独立国家和19个地区。35个国家,23个位于北美洲,12个位于南美洲。19个未独立海外地区,分别属于丹麦、法国、英国、荷兰和美国。

美洲的经济发展非常不平衡。北美是世界经济最发达的地区之一,拉丁美洲为发展中地区。20世纪70年代以来,拉丁美洲经济发展较快,巴西、墨西哥、阿根廷、委内瑞拉、智利、哥伦比亚和秘鲁等国,已建立起相对完整的工业体系和工业基础。

美洲文明的代表有玛雅文明、印加文明和阿兹特克文明。此外,奥尔梅克文明、瓦哈卡文明、特奥蒂瓦坎文明和托尔特克文明等在美洲发展史上也占有重要地位。

美洲的国际游客中,70%以上是本地区的居民,这是美洲国际旅游最突出的特点。在美洲,旅游最发达的是北美地区,其中美国是世界头号旅游大国。

自20世纪90年代以来,拉丁美洲各国的旅游业也取得了长足进展,每年以25%的速度增长。广袤的土地、漫长的海岸线、良好的生态环境,加上哥伦布到达美洲之前的文化遗迹和殖民时期的建筑物,吸引着众多旅游者。近年来,随着各国普遍重视发展旅游业,开发特色的旅游项目,尤其是生态、探险等旅游项目在拉丁美洲各国开展得有声有色。在拉丁美洲各国中,墨西哥和阿根廷是旅游最为发达的国家,尤其是墨西哥,历史上曾是十大旅游国之一。

三、东亚及太平洋地区

东亚及太平洋地区,简称东亚太地区,包括东亚、东南亚和大洋州。

亚洲是亚细亚洲(Asia)的简称,面积4 400万平方千米,占世界陆地面积29.4%,为世界第一大洲。联合国2012年《世界人口状况报告》显示,亚洲人口42亿,约占世界总人口的60.5%(2012年),为世界人口最稠密的大陆。居民多属黄种人,即亚细亚人种或蒙古人种,约占全洲人口的五分之三以上;其次为白种人。亚洲是世界所有宗教的发源地,流行有佛教、伊斯兰教、基督教、印度教、犹太教、锡克教、道教、神道教、袄教等。亚洲现有49个国家,在地理上习惯分为东亚、东南亚、南亚、西亚、中亚和北亚。亚洲是世界文明古国中国、印度和巴比伦的所在地,也是世界三大宗教佛教、伊斯兰教和基督教的发源地。亚洲人民为世界文化作出了伟大的贡献。

大洋洲(意为大洋中的陆地),面积897.1万平方千米,为世界上最小的洲(占世界陆地面积6%),是世界人口最少的一个洲(3 400万,占世界总人口的0.5%),以占70%的欧洲移民和20%的当地土著人为主,讲英语,信奉天主教。大洋洲共有14个独立国家,其余十几个地区为英、法、美等国的属地。

东亚及太平洋地区包括中国、朝鲜、韩国、蒙古、日本、泰国、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、菲律宾、文莱、东帝汶、越南、老挝、柬埔寨和缅甸等国,还有澳大利亚、新西兰以及其他南太平洋岛和地区。

东亚及太平洋地区按经济发展水平,主要有三类国家:一类是经济发达国家,如日本、澳大利亚和新西兰;二是新型工业国家,如新加坡、韩国等;其余为发展中国家。多年来,东亚太地区一直是经济发展飞快的地区,已成为推动世界经济和贸易增长的主要力量。

亚太地区各国经济的多样性和互补性,使该地区的经济合作具有巨大潜力,区内经济合作正在逐步推进。亚太经济合作组织成员现有21个,该组织的宗旨是“维护和促进亚太地区的经济发展,增加经济交往,发展和加强开放的多边贸易体系,减少成员之间的关税堡垒”。

近30年来,东亚太地区旅游业的发展速度远远超出世界平均值,居世界之首。据世界旅游组织预测,到2020年以后,这一地区国际旅游的发展,将超过美洲而居世界第二位。东亚太地区在20世纪60年代主要是接待欧美游客,以发展入境旅游、赚取外汇收入为主要目的。随着经济的起飞和居民生活水平的提高,该地区旅游消费能力大为增强,在开展国内旅游的同时,居民的出境旅游也在迅速发展。今天的东亚太地区正在并已经成为全球继欧洲、北美之后又一重要的、富有潜力的旅游客源产产地。

四、非洲地区

非洲全称阿非利加洲(Africa),总面积3 020万平方千米,约占世界陆地面积20%;非洲大陆人口2011年已达到10亿人,每年增加2 400万人,预计到2050年将达到20亿人。居民主要为黑种人(约占全洲人口的三分之二)和白种人。一般认为非洲语言总数在800种以上,分属尼日尔—科尔多瓦语系(包括班图语系)、尼罗—撒哈拉语系、亚—非语系(闪米特—

含米特语系)和科伊桑语系。北部居民多信奉伊斯兰教,其他地区居民多信奉原始宗教、基督教新教和天主教。

因赤道横贯非洲的中部,有四分之三的土地受到太阳的垂直照射,所以,其中有一半以上地区终年炎热,故称为“阿非利加洲”(“阿非利加”是希腊文阳光灼热的意思),简称非洲。

非洲的沙漠面积约占全洲面积的三分之一,为沙漠面积最大的洲。其中,撒哈拉沙漠是世界上最大的沙漠。非洲东部还有世界上最大的裂谷带。当然,除了沙漠,非洲也有郁郁葱葱的森林和一望无际的大草原。

非洲的尼罗河流域是世界古代文明的摇篮之一。尼罗河下游的埃及是世界四大文明古国之一。古埃及在建筑、雕刻和绘画等艺术方面也取得了巨大成就。至今巍然屹立在尼罗河畔开罗附近的宏伟金字塔和狮身人面像是公元前 27 世纪前后古埃及人的杰作,它们是人类建筑史上的奇迹,也是古代埃及劳动人民卓越智慧和辛勤劳动的不朽丰碑。

非洲的历史悠久,文化独特。15 世纪以后,长期遭受西方主义掠夺。目前已全部独立,有 56 个国家和地区。非洲国家都属于发展中国家。

非洲的旅游业起步晚,基础差,发展缓慢。非洲的旅游业主要接待国际旅游者,其最大的客源市场是欧洲,约占国际游客总数的 45%,本地区内的游客约占 30%,美洲的游客约占 5%。近年来,旅游业发展较快的国家有埃及、摩洛哥、突尼斯、南非、肯尼亚、赞比亚、毛里求斯和阿尔及利亚等。

非洲具有丰富的历史文化遗迹、迷人的自然风光和奇异的野生动植物,发展旅游业具有巨大的潜力。由于大多数国家经济比较落后,旅游设施不完善,一些地区社会动荡和自然灾害较重,影响着旅游业的发展。近年来,许多国家重视旅游开发,利用本地特有的自然风光和民俗风情,针对游客的猎奇和求新心理,大力开展各种专项旅游活动,如奇特风光游、民族风情游、沙漠探险游、珍奇动植物观赏游、考古旅游和海上旅游等,吸引世界各地游客。非洲的旅游业具有十分广阔的发展前景。

五、南亚地区

南亚地区包括斯里兰卡、马尔代夫、巴基斯坦、印度、孟加拉国、尼泊尔、不丹等国家。南亚地区是世界文明发源地之一,18 世纪后这里的大多数国家相继沦为西方的殖民地或半殖民地,第二次世界大战后先后取得了独立,民族经济得到不同程度的发展。由于受经济发展水平的制约和一些国家政局动荡、民族和宗教战争迭起的影响,旅游业起步晚、发展慢、起伏大。南亚地区旅游发展较好的国家是印度、斯里兰卡和尼泊尔。

印度是南亚次大陆上的文明古国和强国,其历史悠久、文化灿烂、山河秀丽、名胜古迹珍奇。印度的旅游业起步较早,20 世纪 50 年代末、60 年代初就建立了旅游管理机构。现由旅游民航部管理,上有旅游发展委员会的顾问咨询,下有印度旅游发展公司的推销、组织和接待,还有考古局、民航局、林业局、铁路局、旅行社、旅游出版社的支持和配合。近年来,印度政府采取一系列措施加强宣传促销,树立旅游的安全感;筹办“黄金旅游区”“遗产村”“度假村”,推出充满印度神奇特色的旅游产品,如传统舞蹈、宫廷宴会、森林宴会、古堡旅游、王公

式旅游等项目。

斯里兰卡是南亚地区的一个具有悠久文明历史、奇特民俗风情、珍奇动植物和珍贵宝石珍珠的热带岛国。1965年,国际游客仅2万人次;2011年12月份,斯里兰卡接待外国游客9.6万人次,创下单月游客数量最高纪录。2011年到斯里兰卡旅游的外国游客中,印度人占比例最大,超过17.1万人次;其次为来自英国和德国的游客;中国游客数量也有可观增长,超过1.6万人次。斯里兰卡政府目前正在世界各主要地区推广旅游资源,到2016年,预计斯里兰卡国内15%的人口将从事与旅游相关的职业,届时每年到斯里兰卡旅游的外国游客有望达到250万人次。

位于“世界屋脊”的尼泊尔是一个人口仅1910万的山地之国。神秘的喜马拉雅山风光、四季宜人的气候、古老的宗教、独具一格的文化习俗、精湛的手工艺品,吸引着充满好奇心、富于探险精神的众多游人。远足、登山、滑雪、漂流、空中鸟瞰喜马拉雅山等旅游项目,使世界各地游客趋之若鹜。尼泊尔的旅游业已成为该国国民经济的龙头产业和外汇的主要来源。20世纪60年代一年仅接待5000名游客,而目前每年大约有50多万外国人到尼泊尔旅游。旅游业已经成为尼泊尔的第三大经济支柱产业。来尼泊尔游客居前三位的国家依次为印度、英国和美国。

六、中东地区

中东地区包括西亚的伊朗、巴勒斯坦、以色列、叙利亚、伊拉克、约旦、黎巴嫩、也门、沙特阿拉伯、阿拉伯联合酋长国、阿曼、科威特、卡塔尔、巴林、土耳其、塞浦路斯和埃及(地理上属北非)等国家。除以色列为犹太人,信仰犹太教外,其余国家多为阿拉伯人,信奉伊斯兰教。

中东地区地扼欧、亚、非三大洲的要道,除土耳其、黎巴嫩等国外,大多数国家国民经济以开采原油和炼油为主,是世界上最大的石油输出地。沙特阿拉伯、科威特、阿联酋、卡塔尔、巴林和阿曼等国是石油输出高收入国家,以色列和土耳其属中等发达国家,其余大都是发展中国家。

中东地区的旅游业长期受该地区战争和恐怖活动的制约,起伏不定,发展缓慢。中东地区旅游业较为发达的国家有埃及和以色列。

中东地区是世界文明的发源地之一,是基督教、伊斯兰教和犹太教的发源地,具有丰富而独特的人文和自然旅游资源;地处欧、亚、非三大洲交会处,交通便利;旅游资源丰富、经济发展潜力大。所有这些都为旅游业的发展提供了十分有利的条件。随着中东和平进程的推进,该地区的旅游业前景看好。

第三节 中国的旅游业

一、中国旅游业的历史

中国是一个历史悠久、文化灿烂、幅员辽阔、风光多姿的文明古国。中国人历来有旅行

游览的传统。大禹治水足迹遍天下,孔子周游列国,秦皇、汉武、唐宗、宋祖、成吉思汗、康熙、乾隆叱咤疆场、巡游四海,司马迁、李白、李时珍、徐霞客云游名山大川,张骞通西域,郑和下西洋,玄奘印度取经,鉴真东渡扶桑;孙中山漂泊欧美,康有为游历欧洲,周恩来求学法德,鲁迅和郭沫若东渡日本……在中国五千年的文明史上,凡是成就杰出、彪炳史册的政治家、军事家、思想家、文学家、科学家,许多都是足行万里、神游天涯的旅行家。

然而,在自然经济占统治地位的封建社会中,虽有旅行游览活动,但没有也不可能作为经济行业的旅游业。中国旅游业的出现是在西方产生旅游业半个多世纪后的事情。20世纪初,英国的通济隆洋行、美国的运通公司和日本的国际观光公社,在上海、天津和广州等沿海城市建立了分公司,经营中国的国际旅游。直到1923年8月,上海商业储蓄银行设立了“旅游部”,开始经营国内旅游业务,主要范围在沪、宁、杭三角区,1925年组织第一批旅日“观樱团”。1927年6月,该部正式领营业执照,改名“中国旅行社”,其总社设在上海,全国有22个分社、9个支社、旅馆7家,并在马来西亚、印度、越南、缅甸、菲律宾、美国、新加坡和香港等国家和地区设有办事处。“中国旅行社”开了中国人自办旅行社的先河。

中华人民共和国成立后,中国旅游业的历史揭开了新的一页,1949年12月后,福建、广东先后成立华侨服务社,免费或低费为华侨出入境提供服务。1957年3月,全国华侨服务旅行社成立,1974年成立中国旅行社并与华侨旅行社合署办公。1954年4月,中国国际旅行社成立。1964年,中国旅行游览事业管理局成立。1959年1月到1965年2月,先后举行5次全国翻译导游工作会议。随着经济发展和人民生活水平的提高,国内旅游业也逐步开展起来。

二、中国旅游业的历史性转变

1978年底,党的十一届三中全会后,随着改革开放的深入,中国的旅游业经历了历史性的转变。

1. 在旅游事业的性质上

在旅游事业的性质上,从政治接待活动转变为经济产业,旅游业成为由行、游、住、食、购、娱6个要素组成的综合性的相对独立的新兴产业。2010年,全国旅游直接从业人员达1100万人,全国旅游业间接从业人员约为6000万人。

2. 在接待对象上

在接待对象上,从过去的半封闭式转为向世界全面开放。入境旅游快速发展,国内旅游迅猛崛起,出境旅游稳步发展,三大旅游相互促进、全面发展。

3. 在接待区域上

在接待区域上,从北京、上海、天津、广州、南京、杭州和桂林等少数几个旅游城市扩展到全国各地。海内外旅游者的足迹遍及神州各地。

4. 在经营接待体制上

在经营接待体制上,从由中国旅行社和中国国际旅行社等几家发展为以中国旅行社、中国国际旅行社和中国青年旅行社(成立于1980年)三家为骨干的遍布各省市的众多旅行社网络。到2011年末,全国纳入统计范围的旅行社共有23690家,比上年末增长4.0%。

5. 在产业规模上

在产业规模上,从少数几家旅行社、高档宾馆、餐馆,发展为由饭店业、旅行社、旅游交通、旅游商品、旅游娱乐、旅游教育、宣传出版等构成的综合性的产业,旅游业与农业、轻工业、商业、建筑、交通、邮电、城建、环保、卫生、园林、文化、文物、教育、出版、科技、海关、公安、外事等各行业各部门相配合,成为第三产业中的重点产业之一。

6. 在旅游文化体系上

在旅游文化体系上,随着旅游业的发展和旅游质量的提高,旅游的文化含量逐渐加重,旅游活动的信息量日渐扩大,旅游从业人员的数量不断增长,质量不断提高。截至2011年,全行业在职人员培训总量达435.65万人次,比上年增加9万人次,增长2.1%。

7. 在旅游经济的所有制构成上

在旅游经济的所有制构成上,从单一的全民所有制结构转向以公有制为基础的全民、集体、私营、个体、中外合资、合作和外商独资并存的多种所有制结构。

8. 在管理体制上

在管理体制上,从政企合一的指令性计划管理开始向政企分开的市场经济型管理转变。旅游企业从外事接待单位、行政机构的附属物转变为自主经营、自负盈亏、自我积累、自我发展的旅游商品的生产者和经营者;国家行政管理机构对旅游业的管理模式从指令式的、微观管理开始向导向型的、宏观调控转变。

9. 在国际联系上

在国际联系上,从过去的隔绝式转为开放式、参与式,从坐等海外游客上门转向主动外出招徕。1983年10月,中国正式加入世界旅游组织,成为其第106个会员,继而当选为该组织的执委会委员、东亚太地区委员会副主席。1994年中国加入太平洋亚洲旅游协会。到2010年底,国家旅游局先后向美国、英国、法国、德国、西班牙、澳大利亚、日本和香港等国家和地区派出19个驻外办事处。中国代表团参加了各类国际旅游展销交流活动。中国旅游业开始登上世界旅游舞台。

10. 在旅游教育方面

到2011年末,全国共有高等旅游院校及开设旅游系(专业)的普通高等院校1115所,比上年末增加148所,在校生59.98万人,增加0.37万人;中等职业学校1093所,比上年末增加92所,在校学生48.34万人,减少0.69万人。两项合计,旅游院校总数2208所,在校学生为108.33万人。

2011年,国内旅游人数达26.4亿人次,比上年增长13.2%;国内旅游收入1.93万亿元,增长23.6%;入境旅游人数1.35亿人次,增长1%;入境过夜旅游人数5730万人次,增长2.9%;旅游外汇收入470亿美元,增长2.5%;出境旅游人数6900万人次,增长20%;全国旅游业总收入2.25万亿元,增长20.8%。新增旅游直接就业约50万人。旅游业已成为中国国民经济的新的增长点、第三产业的新兴产业。中国已经从旅游资源大国发展成亚洲旅游大国。

三、中国正努力成为世界旅游强国

改革开放 30 多年来,中国旅游基础设施建设、开发和管理水平全面提高。目前,中国颁布了 17 类旅游业行业标准,成为世界旅游业标准管理的先进国家。旅游业是中国与国际接轨最早并紧跟世界潮流的行业,已初步形成了“大旅游、大产业、大发展”的格局。旅游业已成为中国社会新的经济增长点。

根据 2009 年颁布的《国务院关于加快发展旅游业的意见》,我国将力争到 2020 年旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。

《国务院关于加快发展旅游业的意见》指出,旅游业资源消耗低,带动系数大,就业机会多,综合效益好。当前我国正处于工业化、城镇化快速发展时期,日益增长的大众化、多样化消费需求为旅游业发展提供了新的机遇。要进一步深化改革开放,转变发展方式,提升发展质量,把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。要破除体制机制性障碍,充分发挥市场配置资源的基础性作用,走内涵式发展道路,坚持以人为本,安全第一,不断满足人民群众日益增长的旅游消费需求。以国内旅游为重点,积极发展入境旅游,有序发展出境旅游,坚持节能环保,合理利用资源,实现旅游业可持续发展。

根据《国务院关于加快发展旅游业的意见》,到 2015 年,我国旅游市场规模进一步扩大,国内旅游人数达 33 亿人次,年均增长 10%;入境过夜游客人数达 9 000 万人次,年均增长 8%;出境旅游人数达 8 300 万人次,年均增长 9%。旅游消费稳步增长,城乡居民年均出游超过 2 次,旅游消费相当于居民消费总量的 10%。经济社会效益更加明显,旅游业总收入年均增长 12% 以上,旅游业增加值占全国 GDP 的比重提高到 4.5%,占服务业增加值的比重达到 12%。每年新增旅游就业 50 万人。力争到 2020 年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。

1. 我国建设世界旅游强国的总体目标

(1) 实现从亚洲旅游大国向世界旅游强国的历史性跨越。

(2) 数量指标:到 2020 年,旅游业总收入将超过 3.6 万亿元人民币,为 2000 年的 800%,相当于届时国内生产总值的 11%,真正成为国民经济体系中的支柱产业。这个规划发展指标体系,提出了一个 20 年持续倍增计划,在综合性指标——旅游业总收入上明确了 20 年翻三番,最终达到 8 倍的增长。

(3) 旅游消费普遍化、发展模式完善化、旅游产品系列化、服务质量标准化、旅游促销多样化、技术配备高度现代化、产业组织集团化、宏观管理法制化、行业管理现代化、经济运行有序化,这 10 个方面综合体现了一个国家的旅游总体竞争力,最终构成建设旅游强国的总体目标。

2. 建设“世界旅游强国”十大标准

(1) 入境旅游接待人数和创汇水平名列世界前茅。

(2) 国内旅游的人次、出游率和消费居世界先进行列。

(3) 出境旅游的规模居世界前列。

- (4) 旅游经济总量在国民经济中的比重接近世界平均水平。
- (5) 培育一批享誉世界的旅游名品、精品和绝品。
- (6) 拥有一批具有国际竞争实力的骨干旅游企业集团。
- (7) 建立现代旅游科技教育支撑体系。
- (8) 造就一支宏大的高素质的旅游产业队伍。
- (9) 形成与国际接轨的旅游经营管理机制。
- (10) 建立经济效益、社会效益和环境效益互相促进的旅游可持续发展体系。

第四节 中国人境旅游市场概述

一、中国入境旅游客源市场的历史回顾

新中国成立以后至 20 世纪 70 年代末,中国的旅游业在计划经济体制和对外关系格局的制约下,入境旅游者的地区、阶层和数量经历了多次重大变化。

新中国成立初期到 20 世纪 60 年代初,中国外交实行“一边倒”的战略方针。这个时期中国接待的外国旅游者绝大部分来自当时“社会主义阵营”的国家,即苏联、东欧国家和亚洲的朝鲜、越南和蒙古等国,还有一些友好国家的人士。1954 年 4 月成立的中国国际旅行社总社及其上海、杭州、南京、满洲里等 14 个分社,主要承担这方面的接待任务。在此期间,一些向往新中国的华侨和港澳同胞回大陆探亲访友、参加家乡建设。20 世纪 50 年代初在福建、广东等地成立的华侨服务社,1957 年 3 月成立的中国华侨旅行总社(即中国旅行社总社前身),主要承担接待海外华侨的任务。

20 世纪 60 年代,随着国际关系的大变动和中国对外关系的大调整,苏联“大家庭”和支持苏共的政党和团体与中国的交往中断。“文化大革命”动乱期间,海外华侨的接待工作也基本停止。20 世纪 60 年代中期至 70 年代初,除接待少量第三世界友好进步人士外,中国国际旅游接待工作基本瘫痪。

20 世纪 70 年代后,随着中国恢复在联合国的合法席位和中美、中日关系逐步走向正常化,中国国际旅游接待的对象转向西方各界人士,并对自费旅游者实行收费(开支外加收手续费),使旅游收支略有盈余。此后开始与西方国家的旅游组织发生联系,自费和散客旅游者逐步增多。

1978 年底党的十一届三中全会以后,国际旅游业进入大发展的阶段。特别是 20 世纪 80 年代末、90 年代初,中苏(俄)关系正常化,中国的海外客源市场走向全方位、多元化。

香港、澳门、台湾旅游者和华侨旅游者,是大陆人民的骨肉同胞,不同于外国旅游者。但由于历史原因和现实情况,对他们的旅游接待和招徕与国际旅游者有不少相似之处。作为入境旅游者,港、澳和华侨游客自新中国成立以来一直是中国入境客源市场的主体。1988 年后,随着两岸关系的发展,台湾旅游者成为入境客源市场的又一重要组成部分。

二、中国入境旅游客源市场现状

中国入境旅游客源市场由两部分组成,一部分是外国旅游者,约占旅游入境总人数的九分之一;另一部分是华侨、港澳和台湾同胞,约占旅游入境总人数的九分之八。

2011年中国旅游业统计公报显示:入境旅游人数13 542.35万人次,比上年增长1.2%。其中外国人2 711.20万人次,增长3.8%;香港同胞7 935.77万人次,与上年基本持平;澳门同胞2 369.08万人次,增长2.2%;台湾同胞526.30万人次,增长2.4%。入境过夜旅游者人数5 758.07万人次,比上年增长3.4%。其中外国人2 194.10万人次,增长3.1%;香港同胞2 691.59万人次,增长3.2%;澳门同胞427.94万人次,增长8.9%;台湾同胞444.44万人次,增长1.8%。国际旅游(外汇)收入达484.64亿美元,比上年增长5.8%。

1. 外国市场

2011年,我国入境外国客源市场平稳增长,各大洲来华人数均保持稳定的增长。全年入境外国游客人数2 711.20万人次,同比增长3.8%。

(1)亚洲市场依旧是主要客源市场,入境人数占入境外国人总数的61.7%,比上年增长2.8%。其中韩国为第一大入境客源国。

(2)其他大洲的入境市场均保持了稳定增长的势头,其中欧洲市场比上年增长4.2%,美洲市场增长6.9%,大洋洲市场增长8.9%,非洲市场增长5.4%。

(3)2011年,外国入境过夜旅游者在我国境内平均停留时间为7.3天,比上年减少0.1天,下降1.4%;人均每天花费为209.22美元,比上年增长11.29美元,增长5.7%。

2011年,我国主要客源国入境旅游人数和增长情况如表1-1所示。

表 1-1 2011 年主要客源国入境旅游人数和增长情况

序 号	国 家	入境旅游人数(万人次)	与上年比较(%)
1	韩 国	418.54	2.67
2	日 本	365.82	-1.96
3	俄 罗 斯	253.63	7.0
4	美 国	211.61	5.3
5	马来西亚	124.51	-0.01
6	新 加 坡	106.3	5.91
7	越 南	100.65	9.4
8	蒙 古	99.42	25.15
9	菲 律 宾	89.43	7.97
10	加 拿 大	74.8	9.15
11	澳大利亚	72.62	9.8

序号	国家	入境旅游人数(万人次)	与上年比较(%)
12	德国	63.7	4.67
13	印尼	60.87	6.15
14	泰国	60.8	-4.33
15	印度	60.65	10.4
16	英国	59.57	3.61
17	法国	49.31	-3.82

2. 港澳台地区市场

2011年,作为入境旅游市场的主体的港澳台市场中,台湾市场增幅最大,港澳市场稳步增长。

(1)2011年,香港市场入境人数7 935.77万人次,比上年增长0.1%。其中过夜旅游者2 691.59万人次,增长3.2%,占33.9%;一日游人数5 244.18万人次,下降1.5%,占66.1%。

(2)2011年,澳门市场入境人数2 369.08万人次,比上年增长2.2%。其中过夜旅游者427.94万人次,增长8.9%,占18.1%;一日游人数1 941.14万人次,增长0.9%,占81.9%。

(3)2011年,台湾市场入境人数526.30万人次,比上年增长2.4%。其中过夜旅游者444.44万人次,增长1.8%,占84.4%;一日游人数81.86万人次,增长5.5%,占15.6%。

三、21世纪中国入境旅游客源市场开发前景

在21世纪,中国的入境旅游客源市场将向横广和纵深的方向拓展,规模更加宏大,质量不断提高,逐步进入成熟阶段。

中国的客源市场将在保持“一个主体,两翼起飞”格局的基础上,进一步拓展到世界五大洲更多的国家和地区,趋向全方位、多元化。

在亚太地区经济进一步提升和该地区区域经济合作进一步深入的基础上,中国这一主要客源市场将达到一个新的水平。

随着香港和澳门回归祖国、海峡两岸关系的进一步发展,港澳台同胞赴大陆探亲、观光、度假、商务和会议旅游的势头会更加强劲。随着海峡两岸关系的改善,海峡两岸“三通”的实现,台湾客源市场将提高到一个新的水平。

在东南亚市场上,新加坡、菲律宾、泰国、马来西亚和印度尼西亚等国的客源市场继续增长的同时,文莱市场的大门也将打开,随着越南改革开放的深入和国民经济的发展,越南将成为中国的又一个新兴市场。大洋洲市场也将稳定增长。

在东北亚地区,日本旅华市场将覆盖该国更多的地区。韩国客源市场将大幅度增长,成

为中国一大客源国。俄罗斯、蒙古的旅华游客随着其国内改革、稳定和发展,将继续逐步增长。

在欧洲市场上,由于中国与西欧各国经济合作的扩大和中国旅游产品的更新升级,英国、德国和法国等传统客源市场将有新的增长;南欧的意大利、西班牙、希腊和葡萄牙等国,中欧的瑞士、荷兰、比利时和卢森堡等国,北欧的丹麦、挪威和瑞典等国,来华旅游者数量将会有显著的增长。东欧各国先后完成转型的过渡期后,在社会稳定和经济复兴的基础上,来华旅游者将有较大幅度增长,消费的质量和水平也将有所提高。中国的客源市场将覆盖整个欧洲。

在美洲市场上,美国将仍然是中国的一个重点客源市场,来华旅游者将从目前主要集中在纽约和加利福尼亚等几大城市扩展到美国的其他地区。加拿大市场亦会有较大的增长。南美洲是中国国际客源市场中的一项空白,具有巨大的潜力,随着中国与南美洲新航线的开通,将会成为中国一个新的客源地。

中东和非洲历来是中国国际客源市场中的薄弱环节。随着中东和平进程的推进、中以建交、中南(非)建交和我国推出穆斯林专项旅游产品,中国将陆续打开这个富有潜力的国际客源市场。

20世纪90年代,中国遵照“海外抓促销,国内抓建设”和“一手抓国际旅游,一手抓国内旅游”的方针,逐步调整旅游的产品结构,改变产品形式,改变中国旅游产品以观光为主的结构、以全包团队为主的形式和以大众市场为主的定位,以适应国际旅游市场对产品需求的细分化、多样化、专项化和个性化的趋势。当前,我国还应进一步提高和更新观光型产品,培育和推出度假型、生态型、探险型旅游产品,大力发展会议展览和商务型旅游产品,开发文化考察、科技交流型产品。

在21世纪,中国这个具观光游览悠久历史的泱泱大国,将以唯我独有的旅游资源、绚丽多彩的旅游产品、国际水准的旅游设施和东方风度的接待服务,跻身于世界旅游强国之列。

第五节 中国出境旅游市场概述

进入21世纪以来,中国出境旅游业继续高速发展,中国成为亚太地区最大的客源国和世界旅游最为活跃、发展速度最快的市场。

一、中国出境旅游现状

1. 出境旅游市场需求旺盛

进入21世纪以来,随着中国国民经济的高速发展和人民生活水平的不断提高,中国出境旅游市场呈现出旺盛的需求。截至目前,国务院已批准开放146个国家和地区为中国公民组团出境旅游目的地,其中113个国家和地区已实施组团业务。2010年出境旅游人数5 739万人次,2011年出境旅游总人数达7 025万人次。2011年比2010年同期增长22.

85%，2012年，受人民币升值、欧美放宽中国签证等因素的影响，我国出境游市场再度增长。中国内地居民出境的人数达到8 318万人次，同比增长18.41%。我国正式成为世界第一大出境旅游客源国。据预测，到2015年，中国出境旅游人数或将过亿，二三线客源地区将是新的增长点，自由行在线预订的人数也将持续增长。

2. 出境旅游目的地相对集中

尽管中国已正式开展组团业务的出境旅游目的地国家(地区)达到146个，其中113个国家和地区已实施组团业务，但中国出境旅游者绝大多数集中于中国香港、中国澳门、中国台湾、韩国以及东南亚等周边国家与地区。其中赴港、澳、台的游客，占出境总人数71%。除了港、澳、台，2012年中国公民海外游目的地国家前10名为韩国、泰国、日本、柬埔寨、美国、马来西亚、越南、俄罗斯、澳大利亚、印度尼西亚。总体而言，我国游客赴亚洲和欧洲人数仍然维持高幅度增长。

3. 出境旅游的服务质量有待提高

目前，中国出境游依然没有摆脱价格竞争的情况，导致出境游服务质量一直难以真正飞跃，现在很多旅行社虽然都开始注重品牌建设，但服务质量还是有很大的提升空间，同时，旅游目的地当地接待社的服务质量监管还需要进一步加强。

二、中国出境旅游市场的特点

1. 出境旅游市场规模继续扩大，游客结构进一步优化

2012年，我国出境市场规模继续保持旺盛增长的态势。2012年，我国出境旅游为8 318.27万人次，同比增长18.41%。其中因私出境的主体格局进一步强化，因公出境人数占比首度降至10%以下。

2. 开放目的地稳中有升，签证办理更趋便利

中国公民旅游目的地国家和地区达到146个，正式实施开放的旅游目的地达到113个。同时，许多国家和地区针对中国游客争相降低签证门槛。例如，申根25国共同实施欧盟签证法典，推进签证便利化并适度降低签证费；德国开通了网上预约系统；韩国法务部发布《放宽中国游客签证标准方案》，放宽中国个人旅游签证标准；日本推出更加宽松的个人旅游签证等。

3. 旅游安全备受关注，旅游保险加速规范

台湾苏花公路坠车、冰岛火山喷发、中东地区政局动荡等突发事件，使得出境旅游安全日益为人们所关注和重视。对此，有关部门不断据情优化救援机制，特别是对旅游保险制度进行了明显的完善。2010年10月29日，中俄顺利签署旅游保险合作协议，中外旅游保险体系对接加速推进。2010年11月8日，《旅行社责任保险管理办法》正式审议通过，境外旅游保险的法律基础得以全面更新。

4. 消费规模大幅增长，境外支付日趋便利

2012年，中国首次在公民出境游消费金额这项指标上排名世界第一，消费总额达到

1 020亿美元(约合6 330亿元人民币),2011年则为726亿美元(约合4 506亿元人民币),创历史新高。德国从以前的第一位退居第二位。购物成为推动消费规模增长的重要因素。而继银联境外受理网络向所有贴有银联标识的卡片开放后,目前已有98个国家和地区开通了银联业务。不仅受理网络不断延伸,包括便捷的ATM中文操作界面、特惠商户、境外紧急救援和境外热线等在内的,日益丰富和完善的持卡人境外服务体系也逐渐形成。

5. 中长线目的地比重在持续增长

2011年,前往美洲、欧洲、大洋洲与非洲等中长线目的地的游客占据了出国游客总数的三分之一,其中赴非洲游客的增长接近40%。

6. 区域出游的增长潜力正在释放

我国东部地区长期以来占据着中国出境旅游的主力位置。但随着中西部地区经济实力和开放程度的进一步提升,中西部地区出境市场的增长潜力正在得到不断释放。从全国出境组团社销售额的增长率来看,中部地区增长率达到53.2%,西部地区增长为47%,均超过全国42.2%的平均增长率。

7. 深度与专题旅游正在成为趋势

目前,近半数游客出境旅游时长为3~7天,而在境外停留7天以上的游客占比已经超过总量的四分之一。与此同时,各大旅行社更加注重深度与专题旅游产品的打造,并将其作为满足游客特质化需求和增强产品差异性的重要渠道。

8. 追求更加经济的旅行方式

在市场不断成熟的过程当中,游客消费的行为也逐渐理性,具体表现在追求更加经济的旅行方式。统计数据表明,选择高星级酒店(四星级及以上)入住的游客比例正趋于下降,在游客总量中的占比不到10%,而中等价位酒店(二星、三星)、经济型酒店以及社会旅馆等成为中国游客的住宿首选。

三、中国出境旅游市场发展展望

1. 政府主管部门对出境旅游发展需要有系统化的制度安排

政府主管部门一是要研究并提出中国视角的旅游经济思想;二是要用好出境旅游的市场力量,推动中国企业、文化与国家形象走出去;三是要推动建立国际游客的满意度评价体系;四是要推动形成旅游交流与合作新格局。

2. 境外目的地需要将对中国游客的关注从购物转向服务提升

中国出境旅游目的地国或地区应该更加注重包括中国公民在内的游客体验。以游客满意度为抓手提升相关服务,更加有效地保障游客权益和全面提升中国游客的满意度水平。

3. 中国旅游企业要以更加从容的心态应对市场与产业各种变化

中国旅游企业要以更加积极的心态应对市场的散客与多元化,既需要更加重视针对细分市场的产品设计,也需要更加关注游客满意度在内的各种诉求,以全面提升服务应对市场变化。要以更加平和的心态看待企业“走出去”,需要蛰伏、等待时机,充分利用资本的力量,

等做大做强之后,再对“走出去”进行系统谋划。要以更加从容的心态迎接外资企业的进入,应调整心态,以产品与服务的转型升级来积极应对。

阅读专栏

世界“新七大奇迹”

世界七大奇迹是指古代世界上7处宏伟的人造景观,分别是埃及胡夫金字塔、奥林匹亚宙斯巨像、阿尔忒弥斯神殿、摩索拉斯基陵墓、亚历山大灯塔、巴比伦空中花园、罗德岛太阳神巨像。最早提出世界七大奇迹说法的是前3世纪的旅行家昂蒂帕克。

2001年,“新七大奇迹”基金会(由法国人贝尔纳·韦伯创办,成立于2001年)发起新七大奇迹网上选举。2007年7月8日凌晨在葡萄牙首都里斯本揭晓,中国长城、约旦佩特拉古城、巴西基督像、印加马丘遗址、奇琴伊查库库尔坎金字塔、古罗马斗兽场、泰姬陵成为世界“新七大奇迹”。其中,中国的万里长城位居首位。

前沿资讯

2012年世界旅游市场的新趋势

全球商业智能和战略市场分析的供应商 Euromonitor International 2012年11月5日在世界旅游交易会(World Travel Market)上发布《2012年世界旅游市场全球趋势报告》。该报告指出了世界范围内出现的九个主要的旅行和旅游新趋势,探讨全球、地区与各个国家的政治、社会和经济形势对旅游业的影响。

美洲:之前未开放旅游的国家受关注

自2010年起,之前不对美洲游客开放的国家开始开放,这些国家从旅游收入中获得了经济效益。Euromonitor 旅行与旅游研究负责人 Caroline Bremner 表示:“这是一个规模虽小但是不断发展的市场。大多数前往之前未开放国家的美国游客预计都是婴儿潮时代出生的人。”

欧洲:金砖四国大规模的购物之旅

巴西、俄罗斯、印度和中国(金砖四国)青睐主要欧洲旅游目的地的购物旅游。这些国家强劲的经济增长推动可支配收入水平大幅提升,加上人们提高生活质量的意识不断提高,因此金砖四国的消费者更愿意在旅游方面增加开支。

中东:购物酒店兴起

具有大量现金的大富豪们推动了中东在大型购物中心内建设酒店的趋势。来自巴林和沙特阿拉伯的富有消费者拥有大量可支配的收入并且热爱购物,因此中东的超级购物中心(mega-mall)不断兴起。旅游业在2011年经历困境之后,在购物中心和相关酒店发展的

推动之下有所复苏。

非洲：瑙莱坞的目的地

尼日利亚庞大的电影业(被称为“瑙莱坞”)是继印度宝莱坞(Bollywood)之后世界第二大电影制造产业,已经超过好莱坞,每年生产2 000多部电影。瑙莱坞在许多非洲国家越来越受欢迎,随着这个休闲行业不断吸引影迷,它将成为非洲主要的经济增长推动力。

地球村：戒掉数字产品瘾

在技术成为日常生活不可或缺的一部分、越来越多的客户沉迷于各种设备的时期,一些酒店开始不随大流,帮助客人登记入住和关掉各种设备。一些酒店面向忙碌的游客提供“远离高科技”的入住组合,成为他们休息的避风港。

(来源:中国旅游新闻网 2012-11-06)

教学检测

一、简答题

1. 世界旅游业的发展特点有哪些?
2. 世界旅游业的基本组成是什么?
3. 中国主要的入境旅游客源市场有哪些?
4. 中国旅游业的发展现状怎样?
5. 我国旅游业的发展目标是什么?

二、思考题

1. 世界旅游业的全面发展需要哪些条件?
2. 如何实现中国旅游业的大发展?
3. 中国旅游市场如何有效吸引欧美游客?

三、实训题

在香港、澳门、台湾三个地区,任选一个地区,就其旅游发展特点、优势作出自己的分析报告。