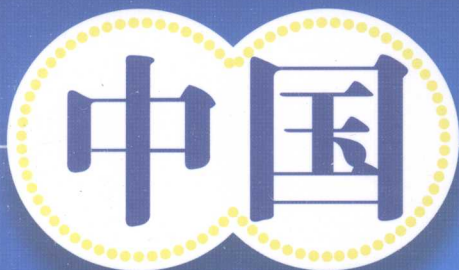


普通高等教育
旅游管理
“十一五”规划教材



旅游客源地概况

余子萍 主编 仇奔波 审



化学工业出版社

普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材

中国旅游客源地概况

余子萍 主编

仇奔波 审



化学工业出版社

· 北京 ·

本书在综述世界旅游客源市场和中国海外客源市场的基础上,深入研究中国主要旅游客源地,介绍各地概况,分析其旅游资源特色与对华关系,探讨、揭示其出境旅游及来华游客的特点。全书配图表 134 幅,图文并茂,可读性强。

本书既可作为高等院校、高职院校旅游专业的教材,也可作为国际旅游管理和接待服务人员的自学用书,还可作为相关人员的专业参考书。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游客源地概况/余子萍主编. —北京:化学工业出版社, 2008. 9

普通高等教育旅游管理“十一五”规划教材

ISBN 978-7-122-03591-2

I. 中… II. 余… III. 旅游客源-中国-高等学校-教材
IV. F592. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 130435 号

责任编辑:唐旭华
责任校对:凌亚男

文字编辑:彭喜英
装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装:北京云浩印刷有限责任公司

720mm×1000mm 1/16 印张 19½ 字数 402 千字 2008 年 9 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:29.80 元

版权所有 违者必究

编委会名单

主 编 喻学才

编 委 周武忠 任黎秀 黄震方 刘庆友

王国聘 张维亚 王永忠 万绪才

陈肖静 张 捷 魏向东 丁正山

黄倬成 贾鸿雁 赵宁曦 郭剑英

王金池 朱应皋 余子萍

序

在各种产业中,旅游产业是发展速度最快的一种。由于发展速度偏快,会带来一些急功近利的问题,如旅游项目的粗放式开发、旅游景区的同质化竞争、旅游企业服务的诚信度缺失、文化资源开发的简单化、遗产类旅游资源的建设性破坏问题等。

在各种学科中,旅游学科是发展速度最快的一个学科。由于发展速度偏快,也同样出现了一些急功近利的现象。如办学条件不够而硬上,培养目标定位的雷同,实践环节与理论学习的比重把握不好,行业需求过旺对师资队伍的影响等,都是发展中出现的新问题。

在旅游产业发展和旅游学科发展的大背景下,我们的教材建设实际上起着重要的推动作用。这种推动作用主要表现在两个方面:一是为培养旅游产业急需的各种类型、各种层次的人才提供最基本的课本;二是总结学科发展的研究成果,将学术研究的结晶做大众化的表达。让千千万万学子在较短的时间里能够快速吸收最新的研究成果。

改革开放三十年来,我国的高等院校旅游专业教材建设取得了长足的进步。从教育部的部颁教材,到各省的地方自编教材,估计总数有近百套之多。百花齐放,蔚为大观。江苏的高等旅游院校的师资有组织地编写旅游管理教材(简称“苏版”),始于1999年。当时那套苏版旅游教材自2000年推出以来,得到全国许多兄弟院校的认可和使用,我们也收集了不少的反馈意见。根据收集的反馈意见,我们为现在这套教材(即由化学工业出版社出版的苏版旅游教材)所确立的编写指导思想如下。

一、1999年主编的苏版教材主要实现了一个目标,即把大家组织起来,完成了江苏省旅游教材从无到有的目标。本套教材的目标应该有所超越。我们这次的目标是完成教材从粗到精的质变。我们把大家的聪明才智和努力形成合力,共同打造一个江苏旅游学术界的新形象。

二、现在这套教材虽然是另起炉灶的工程,但前一系列教材好的东西我们还是要继承。有些基础比较好的书稿也不一定要大修大改。总之是发扬好的,完善不足。臻于至善是我们的共同目标。

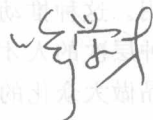
三、这套教材要及时反映本领域的最新学术成果;要及时反映本领域最新的政策法规。

四、这套教材要追求世界性、前沿性和兼容性的统一。所谓世界性,就是我们

编写教材的眼光应该是世界性的。我们不能只谈中国的，对本领域的世界范围的信息要有所涉及。所谓前沿性，就是要求我们的教材在介绍已经成为定论的东西的同时，也应适当跟踪正在出现的新理论、新概念和新方法。当然在措辞时应注意给读者以清晰的区别，不要让使用者分辨不清哪是定论，哪是未定之论。更重要的是用语要客观公正。因为教材不是学术专著，不是一家之言。所谓兼容性，就是说希望我们的每一本教材都应该追求多层面、多角度地包括相关的信息和知识。对有的教材而言，这种兼容性可能是理论、方法、案例几个内容的有机融合，而对另外某些教材来说，可能就是纵向、横向以及内在结构的知识和信息的表述。

五、文字风格上我们希望这套教材共同追求一种简洁明快的文风。

当然，我们的这套教材是否实用，要等着广大的用户评价。因此，我们真诚地期待着全国高等旅游院校的专业课教师以及广大学生的意见。因为学科尚在发展中，大家都在探索中，我们有一点可以承诺的是：我们会真诚欢迎所有使用者的批评意见。我们将随时记录读者的意见，在修订时吸收进去。“学，然后知不足；教，然后知困”，“止于至善”，古人的良训永远是我们的座右铭。



2008年清明
于东南大学旅游学系

前言

改革开放以来,中国旅游业迅猛发展,作为中国旅游业先导的国际旅游,入境旅游人数和外汇收入迅速攀升。从1978年到2007年,入境旅游人数从180.9万增加到1.32亿人次,增长72倍;旅游外汇收入从2.63亿美元增加到419亿美元,增长159倍。2007年,旅游业总收入首次突破1万亿元,达1.09万亿元。中国继续保持全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位。中国已经成为世界旅游大国,正在向世界旅游强国的目标奋进。

为了适应21世纪中国旅游业发展的新需求,目前各大中专院校的旅游专业纷纷开设有关客源地方面的课程,旨在通过对客源地相关知识的学习,分析、研究和预测我国的海外客源市场走向,掌握入境游客在旅游需求与旅游消费各环节的特点,从而结合我国实际,开发出适合客源地市场的旅游产品,促进我国入境旅游业的发展。

出于上述考虑,本书在综述世界旅游客源市场和中国海外客源市场的基础上,选取近三年我国排名前18位的旅游客源国和中国港澳台地区^①,介绍其自然、历史、文化、政治、经济等基本情况,分析其旅游资源特色,研究其对华关系与出境旅游动态,探讨、揭示其来华游客行为特点。书中134幅图表均由编者根据相关资料精心绘制,统计数据等均为已掌握的最新信息,时间截至2008年6月。

本书由三江学院、南京农业大学、江苏教育学院和厦门城市学院等高校的教师合作编写,具体分工:第1章,崔峰;第2章,余子萍;第3章第1、2节,高明;第3章第3~7节,汪希芸、余子萍;第3章第8~11节,王芳、余子萍;第4章,曾超;第5章,王兴山、余子萍;第6章,黄邦恩、余子萍;第7章,王丽。全书由余子萍拟定编写大纲并负责最后统稿。

本书编写过程中参阅了大量专家、学者和相关人员的研究成果,虽然编者试图一一列举、标注,疏漏之处恐难避免。在此向各位专家、学者以及同仁致以深深的谢意,对疏漏之处诚致歉意。

作为三江学院重点教材建设项目,本书得到三江学院教务处的支持以及三江学院常务副校长骆志斌教授、旅游学院院长郑云波教授、副院长康泰教授和涉外旅游

^① 以前18位客源国和中国港澳台地区为主,对中东、非洲和拉丁美洲等潜在客源地也作了概括介绍;前18位客源国依据国家旅游局网站统计数据确定。

系系主任张孝君教授的关注，江苏省旅游局徐晓勤女士给予了帮助，东南大学喻学才教授全程指导编写，南京师范大学仇奔波教授为本书审稿，在此一并致谢！

本书相关电子课件将免费提供给采用本书作为教材的大专院校使用。如有需要可发邮件至 txh@cip.com.cn 索取。

由于编者学识、能力有限，书中不当之处在所难免，恳请各位专家、读者批评指正。

编者

2008年6月

目 录

1 世界旅游客源市场	1
1.1 世界旅游业概况	1
1.2 世界旅游区	11
1.3 世界旅游客源、客流情况	22
思考与练习	36
2 中国海外客源市场	37
2.1 中国入境旅游业概述	37
2.2 中国入境旅游政策	43
2.3 中国海外客源市场	46
思考与练习	58
3 亚太地区	59
3.1 韩国	59
3.2 日本	70
3.3 蒙古	88
3.4 哈萨克斯坦	95
3.5 新加坡	101
3.6 马来西亚	108
3.7 印度尼西亚	115
3.8 泰国	121
3.9 菲律宾	127
3.10 印度	133
3.11 澳大利亚	139
思考与练习	146
4 欧洲地区	147
4.1 俄罗斯	147

4.2 英国	162
4.3 德国	175
4.4 法国	187
4.5 意大利	200
思考与练习	210
5 美洲地区	211
5.1 美国	211
5.2 加拿大	222
5.3 拉丁美洲地区	229
思考与练习	238
6 中东和非洲地区	240
6.1 埃及	240
6.2 沙特阿拉伯	246
6.3 南非	250
思考与练习	256
7 港澳台和海外华侨华人客源市场	257
7.1 香港特别行政区	257
7.2 澳门特别行政区	270
7.3 台湾省	280
7.4 海外华侨华人客源市场	293
思考与练习	294
附录	295
附录1 1978~2007年来华旅游入境人数	295
附录2 1978~2007年中国入境过夜旅游人数和旅游(外汇)收入 世界排名	296
附录3 中国公民出境旅游目的地国家和地区名录	297
附录4 中国主要旅游客源地标志	300
参考文献	301

1

世界旅游客源市场

阅读提示

通过本章的学习，了解世界旅游客源市场的结构、组成、基本格局、发展变化规律和趋势，明确客源市场对旅游业和旅游目的地生存发展的重要基础作用，以及对中国旅游业发展的重要意义。

主要内容：

◆ 世界旅游业发展的历史沿革

世界现代旅游业的发展历程及其特点

现代大众旅游的特点

世界旅游业的发展趋势

◆ 世界六大旅游区

欧洲地区、美洲地区、东亚太平洋地区、南亚地区、中东地区以及非洲地区的基本情况与旅游业发展状况

◆ 世界国际旅游客源市场

世界国际旅游客源、客流的分布状况及客流流动规律

1.1 世界旅游业概况

1.1.1 世界旅游业发展简史

旅游业作为当今社会发展最为迅速的新兴产业之一，其产生和发展，一般认为主要经历了三个阶段：19 世纪 40 年代以前的古代旅行和旅游时期；19 世纪 40 年代至 20 世纪 40 年代的近代旅游业形成时期；20 世纪 50 年代以来的现代旅游业蓬勃发展时期。

1.1.1.1 古代旅行和旅游阶段

人类的旅游活动最初主要是以旅行的形式表现出来，而旅行作为一种人类有意识的活动，一般认为产生于原始社会末期。从历史唯物主义认识论的角度看，在原始社会早期，由于社会经济条件的限制，人们客观上并不具备外出旅行所需的物质条件，主观上也无外出旅行的需要。只有当生产力发展到一定阶段，尤其是到原始社会末期，社会上出现了所谓的第三次社会大分工之后，真正意义上的外出旅行活动才开始出现。正如马克思所说：“只有随着社会生产力的这种普遍发展，人们之

间的普遍交往才能建立起来。”当然,这种人类最初的旅行实际上远不是消遣和度假活动,而是由人们的现实主义及人们扩大贸易、扩大对其他地区了解和接触的需要所产生的一种活动。之后,随着社会生产力的进一步发展,人们的劳动剩余物越来越多,商品交换愈益频繁。这样,在最早进入阶级社会、灌溉农业发达的古代中国、古埃及、古巴比伦以及古希腊、古罗马等地出现了人类早期的旅游活动。如古埃及,早在公元前3000多年就建成统一的国家,他们大规模兴建金字塔和神庙,吸引大批人前来参观游览,出现了祭祀旅行和朝觐旅行。公元前8世纪以后,在古希腊和古罗马帝国兴起了观光、公务、考察、疗养等旅行活动。当时,古希腊城邦之间的公务、考察旅游往来非常频繁,尤其是在奥林匹亚节庆活动上进行的宙斯神大祭,既是宗教庆典,又是体育竞技活动,有许多人前来参加,盛况空前。古罗马帝国疆域辽阔,水、陆交通发达,出现了庙宇观赏、古迹游览、自然风光欣赏和矿泉地疗养、治病等旅行活动,从而把古代旅行和旅游活动推向鼎盛时期。

随着封建社会生产关系的确立和资本主义的萌芽,古代旅行和旅游进入了新的发展时期。在中国,封建帝王的巡游、文人学士的漫游、僧侣的云游十分普遍。在公元7世纪兴起、8世纪臻于极盛的阿拉伯帝国,以穆斯林为主体的宗教朝觐旅行十分活跃,同时出现了以经商为主的公务旅行和以苏莱曼、马苏第、白图特等人为代表的以求知求学为内容的考察旅行。在欧洲,随着工商业城市在中世纪时的日渐形成,中产阶级开始成长,出现了以马可·波罗为代表的公务旅行。此后,伴随人类大航海时代的到来,以哥伦布、达·伽马、麦哲伦和郑和等航海家为代表的跨洲越洋的航海旅行,以库克船长为首的海外探险旅行,以达尔文为代表的科学考察旅行,对人类科学的进步和文化的交流作出了重大贡献。18~19世纪前半期,在西欧还出现了以回归大自然为特点的自然观光旅游,其中,以利用阳光、海水等自然要素进行疗养治病的休疗旅游最为盛行,人类有特定目的的旅游活动开始了。总之,世界古代旅行与旅游活动延续的时间很长,但由于政治、经济、交通等条件的影响和制约,当时参与旅行与旅游活动的人还较少,且大多以独立的个体进行,旅行的范围也有很大的局限,尤其是非经济目的,特别是消遣性质的旅游活动还不具有普遍的社会意义。

1.1.1.2 近代旅游业的产生

一般认为,世界近代旅游业发端于19世纪中叶的西欧,随即在北美发展起来。近代旅游业为什么会首先产生于西欧和北美?这是由当时西欧、北美所处的社会历史条件所决定的。资本主义生产关系产生后,经过几个世纪的发展,到19世纪已在西欧和北美占据了绝对的支配地位。资本主义生产关系在欧、美的确立,促进了社会生产力的进一步发展。特别是工业革命在欧、美主要资本主义国家的相继完成,使整个世界的经济和社会结构发生了深刻的变化。社会财富的增加、收入水平的提高,为人们有意识、有目的、较大规模的旅游活动提供了物质基础;城市化进程的加快和工业的发展,改变了一部分人的生活方式,旅游已成为以新兴资产阶级为代表的一部分人生活的组成部分,旅游作为一项经济活动得以产生(表1-1)。其最重要的标志是旅行社的出现。

表 1-1 工业革命对旅游的影响

时 间	交通工具变化	城市化进程	阶级结构变化	工作、生活方式变化
工业革命前	畜力车、风帆船	分散、农村聚落	城市手工业者	多样性农业劳动,忙闲有致,很少外出
工业革命后	蒸汽火车、蒸汽轮船 (大规模的人员流动成为可能)	集中、城市化(城市居民回归大自然的欲望强烈)	产业工人(享有一定的带薪休息时间)	单一、重复、枯燥的机器大生产,渴望外出放松身心

资料来源:彭顺生著,《世界旅游发展史》,中国旅游出版社,2006年。(有改动)

1841年7月5日,受一些协会之前组织团体火车旅游的启发,英国人托马斯·库克包租了一列火车,组织了一次由500余人参加的从英国的莱斯特到洛赫巴勒举行的禁酒大会。此次活动由托马斯·库克本人精心组织,办得非常成功,因而受到大家的一致赞扬。此后,要求他筹办旅行活动的人越来越多,托马斯·库克从此名声大噪。1845年,托马斯·库克在莱斯特创办了世界上第一家商业性旅行社——通济隆旅行社(也叫托马斯·库克旅行社)。该旅行社主要从事各种旅行代理业务,如办理交通票据、预订旅馆房间、提供导游、出售旅行支票等,并从一开始就把“为一切旅游公众服务”作为该社的服务宗旨。通济隆旅行社的出现,标志着旅游活动进入了一个新的阶段。它将原来分散的、个别进行的旅游活动进一步社会化了,在不同地区、不同国家的旅游者和旅游经营者之间建起了一座桥梁,成为连接旅游需求者和旅游供给者的纽带,使旅行和旅游这项古老的社会性活动,开始变成一项经济、文化性事业。之后,他又成功组织了诸如国内长途旅游、到欧洲大陆的跨国旅游、跨洲越洋的环球旅游等一系列旅游活动,从而开创了旅行代理业务这种新的旅游发展模式,为世界近代旅游业的产生与发展作出了重要贡献。正因如此,托马斯·库克被誉为世界近代旅游业的创始人。

托马斯·库克的这一创举,后来被世界各地纷纷效仿。19世纪50年代以后,在欧洲和世界其他国家都成立了许多类似的组织。1857~1885年,英国先后成立了登山俱乐部和帐篷俱乐部。1890年,法国和德国成立了观光俱乐部。1850年美国运通公司兼营旅行代理业务并于1891年发售旅行支票。此后,日本、意大利、沙俄也先后成立了旅行社。

随着旅行社行业的发展,人类旅游活动空前繁荣,作为旅游媒介的旅游业也应运而生。然而,从整个时代来看,旅游活动在近代虽已有很大发展,但影响还非常有限,还未成为真正独立的经济行业,它只是一种局部地区个别人经营的旅游代理业。至20世纪前半期,由于世界经济在危机、战争和革命风暴的冲击下起伏不定,旅游业也多受阻滞,时兴时废、时断时续、发展缓慢。

1.1.1.3 现代旅游业的蓬勃发展

第二次世界大战后,伴随着世界经济的迅速恢复和发展,世界旅游业进入了一个快速发展时期。特别是20世纪90年代以来,人类的旅游活动进入了历史上发展规模最大、速度最快、范围最广、形式最多的时期,导致了大众化旅游潮流,旅游

活动也随即发展成为独立的经济行业，因而被称为具有真正社会意义的现代旅游阶段。2000 年，全世界的国际旅游人数已达到 6.98 亿人次，是 1950 年的 26.6 倍，年均递增 6.9%；国际旅游收入达到 4760 亿美元，比 1950 年增加了 225.7 倍，年均递增 11.5%。旅游业的增长速度不仅远远超过了同期世界经济的增长速度，而且也超过了增长势头最为强劲的工业的平均增长速度（表 1-2）。世界旅游组织 2008 年 1 月发布的数据表明，2007 年全球国际旅游人数更是破纪录地达到了 8.98 亿人次，比 2006 年增加了 5200 万人次，增幅达 6%，超出了 4.1% 的长期预测；国际旅游收入达 8000 亿美元。

表 1-2 20 世纪 50~90 年代全球国际旅游增长水平比较表

比较项目	50 年代	60 年代	70 年代	80 年代	90 年代
世界旅游增长率/%	12.4	10.1	19.3	9.8	5.9
世界经济增长率/%	5.4	4.9	3.5	2.8	3.0
世界工业增长率/%	6.8	6.5	5.3	2.6	3.2

资料来源：罗明义著，《国际旅游发展导论》，南开大学出版社，2002 年。

纵观 20 世纪 50 年代以来世界旅游业的发展变化情况，又可把现代旅游大致划分为三个发展阶段。

（1）现代旅游快速发展阶段（1950~1960 年）

20 世纪 50 年代以后，随着战后世界经济的快速发展、人口的迅速增加、国民收入水平的提高和闲暇时间的增多以及交通运输条件的不断改善等，人们对旅游的需求日益旺盛，从而拉动了世界旅游业的快速发展。从 1950~1960 年的 10 年间，全球国际旅游人数从 2528.2 万人次增加到 6932.0 万人次，增长了 1.74 倍，年均递增 10.61%；国际旅游收入从 21 亿美元增加到 68.67 亿美元，增长了 2.27 倍，年均递增 12.58%。由于这一阶段旅游劳动生产率较低，旅游者人均消费水平仅为 99.06 美元，旅游收入增长率略高于游客接待增长率。因此，从总体上看，全球旅游业基本处于一种“高速低效”的发展阶段。

（2）现代旅游波动发展阶段（1960~1980 年）

从 20 世纪 60 年代开始，随着国际社会经济交往的扩大、人们生活水平的进一步提高和生活质量的改善，外出观光度假逐渐成为人们生活中不可或缺的重要组成部分。这时，世界旅游业进入了所谓“大众旅游”（mass tourism）的发展阶段。这一时期，工业化发达国家涌现出了大量旅游者，从而使世界旅游业在经历了 20 世纪 50 年代的“高速低效”发展之后，从 20 世纪 60 年代开始进入了波动发展阶段，并一直延续到 20 世纪 80 年代初期。从 1960 年到 1980 年的 20 年间，全球国际旅游人数从 6932 万人次上升到 28533 万人次，20 年间增长了 3.12 倍，年均递增 7.3%；国际旅游收入从 69 亿美元上升到 1053 亿美元，20 年间增长了 14.3 倍，年均递增 14.6%。这一阶段国际旅游人数年均增长率虽然比上一阶段减少了 3.31 个百分点，但仍保持在 5% 以上；而国际旅游收入的年均增长率则比上一阶段增加

了 2.02 个百分点。因此,总体上把这一阶段称为“中速中效”的波动发展阶段。

(3) 现代旅游持续稳定发展阶段(1980 年至今)

20 世纪 80 年代以后,世界旅游业开始进入了“低速高效”的持续稳定发展阶段。1980~2000 年,全球国际旅游人数增长了 1.45 倍,年均递增 4.6%;国际旅游收入增长了 3.52 倍,年均递增 7.8%。由于这一阶段国际旅游收入年均增长率几乎比国际旅游人数年均增长率高 1 倍,同时旅游者人均消费水平进一步提高到 711.3 美元。因此,尽管这一阶段国际旅游增长率比上一阶段仍有所下降,但总体反映出国际旅游已经从数量增长型向效益发展型转变,世界旅游业正逐渐成为成熟的经济产业。特别是如果排除 80 年代初(1980~1984 年)由于世界能源危机和国际经济下滑等因素而使国际旅游一度处于停滞不前的状况,而从 1985 年以后全球国际旅游接待人数年均递增 5.0%、国际旅游收入年均递增 11.1%的情况看,世界旅游业实际上已进入了“低速高效”的持续稳定发展阶段。

当然,现代旅游业在不断向前发展的过程中,并非一帆风顺。过去的年代里,世界旅游业也曾经历过各种危机。1991 年的海湾战争、1999 年的科索沃危机都使世界旅游业的增长受到抑制,但在随后的几年中很快就得以恢复。世界旅游业所经历的类似危机还有 1997 年在埃及卢克索(Luxor)地区发生的旅游者被袭事件,1997~1998 年间在亚洲爆发的金融危机,尤其是 2001 年在美国发生的“9.11”恐怖袭击事件,整个世界为之震惊!此间立刻有评论家指出,“这次的事件与以往不同”,旅游业的前景很难预料。然而,从某种意义上讲,历史的事实给予了恰当的证实:2001 年全球旅游业的增长仅比 2000 年有微弱的下降(0.5%),这样的下降并不像人们之前所担心和想象的那么严重。此后,在印度尼西亚发生的巴厘岛爆炸事件、几乎席卷整个中国的 SARS 疫情和美国对伊拉克发动的战争,都没能阻挡全球旅游业持续增长的势头。

1.1.2 现代大众旅游的特点

第二次世界大战后,战争的创伤被迅速抚平,和平与发展成为世界的两大主题。各国都开始致力于经济建设和社会环境的稳定。西方国家普遍推行了高工资、高消费和高福利的社会经济发展政策,发展中国家的国民收入也都较战前有了普遍的增长。巨大的旅游潜在需求被激发了出来,越来越多的社会成员加入到旅游者的行列,在世界范围内出现了大规模的人员流动,大众旅游(mass tourism)的时代已经到来。关于“大众旅游”的概念,直到今天,专家们的观点都莫衷一是,对大众旅游的功过是非也是众说纷纭。

我们认为,大众旅游既可视作为一种旅游发展模式(方式、形式),也可看作一个旅游发展阶段(时期)。不管从哪个角度理解,大众旅游都呈现出如下三个最基本(最本质)、最鲜明的特点。

1.1.2.1 大众参与性

20 世纪 50 年代之后,随着世界经济的突飞猛进,全球旅游人数空前增长、旅游活动规模空前宏大,参加旅游活动的人群(阶层)空前广泛,旅游者的足迹几乎

遍及世界各个角落。特别是 20 世纪 60 年代之后，旅游已逐渐成为一种普遍的社会现象和大众的生活方式。在发达国家，居民出游率已高达 50%，几乎每人每年都有机会、有能力外出观光旅游或休闲度假一次乃至多次。如在英国，平均每年外出度假 3~4 次的民众约占全国人口的 55%，每年出国旅游的人次近乎达到全国人口的半数。在法国，平均每年外出旅游 3~4 次的人也占到全国人口的 45%。在瑞典，该比例更高，已达到 75%。在中国，随着社会经济的不断繁荣，旅游活动在国民中也在朝着大众化的方向发展，参加旅游活动的人数正以年均 10%~20% 的比例增长，这在以前是难以想象的。表 1-3 所列全球国际旅游人数、收入及增长速度，则更清楚地说明了大众旅游的发展状况。

表 1-3 1950~2005 年全球国际旅游人数和国际旅游收入情况

年代	国际旅游人数 /百万人次	年均增长率/%	国际旅游收入 /十亿美元	年均增长率/%
1950	25.3	—	2.1	—
1960	69.3	—	6.9	—
1965	112.9	7.9	11.6	15.2
1970	165.8	3.4	17.9	8.9
1975	222.3	8.7	40.7	20.3
1980	278.1	4.0	104.4	22.8
1985	320.1	4.3	119.1	5.2
1990	439.5	7.2	270.2	10.2
1995	540.6	4.0	410.7	7.5
2000	687.0	7.4	481.6	4.5
2001	686.7	0	469.9	-1.3
2002	707.0	2.9	488.2	3.9
2003	694.6	-1.7	534.6	9.5
2004	765.1	10.1	634.7	18.7
2005	906.8	5.5	682.7	7.6

注：由于统计口径的不同，表中个别年份的数据与前述可能有些许出入。

资料来源：世界旅游组织（UNWTO）。

1.1.2.2 全球普及性

随着世界经济的持续发展、社会文化联系的日益密切和交通工具的现代化，庞大的世界逐渐成为手可及的“地球村”，旅游的地理障碍迅速缩小，人们已不再局限于在邻近的国家或地区旅游，出国旅游、洲际旅游和环球旅游变得越来越容易，手续越来越简便。旅游目的地在全世界范围内迅速扩大，连非洲的原始部落、南极洲，甚至太空都成了旅游者追逐的对象。与此同时，旅游客源地也从发达国家逐渐扩展到发展中国家和地区。多年来世界旅游以欧洲为主体的市场格局开始动摇，现在已经形成欧洲、亚太地区和美洲三足鼎立的格局，各国在国际旅游市场中都占有一席之地，对此，我们将在本章第三节“世界旅游客源、客流情况”中详细介绍。

1.1.2.3 影响广泛性

“旅游发展到今天，可谓是无所不可及、无所不可有、无所不可为的特大业体，旅游业已是世界通业，各个国家都在打旅游牌。旅游早已冲破时空局限，不再是有权者、有钱者、有闲者的专利享受，不再是‘智者乐水，仁者乐山’的高雅话题。到处都在发掘旅游资源，到处都在发展旅游产业。面之广，速之快，难于估量。而正是这个特大业体的拉动和驱动，使相关相应的多种产业一俱腾飞。全球游业兴起，实当刮目相看”。这是朱昌勤先生在2006年10月16日的《环球游报》上撰写的一段话，从中清楚地说明了旅游业对当今世界经济、社会等领域正产生着日益广泛而深刻的影响。

当然，大众旅游的发展在给人类创造大量物质财富和精神财富的同时，也给人类社会的可持续发展带来许多不容忽视的问题和压力，具体表现在：①随着大众游客的增加，旅游目的地盲目进行旅游开发并发展跨国连锁企业，制造了许多相同的城市、商场、景点、公园、服务和设施，使旅游地的多样性和差异性退化和消失。②大众旅游带来大规模的客流量，使许多目的地交通拥挤，景区人满为患，不仅造成了对旅游资源的破坏，而且引起了当地居民的反感和怨恨。③由于旅游业经营管理不善，导致了各类接待设施对景区环境及湖泊、河流、海滨及地下水的污染；过量使用各种机动车辆造成空气污染；过多的娱乐歌舞设施造成噪声污染。④地方民俗的过度商业化减弱了地方文化的真实性及其对旅游者的吸引力。⑤游客的不文明行为导致对许多有价值的文物古迹的损毁等。

1.1.3 世界旅游业发展趋势

世界旅游业从形成到发展，现在正进入一个前所未有的发展时期。面对世界政治、经济、科技等领域发生的新的变化，世界旅游业也必将呈现出新的发展趋势。

1.1.3.1 从旅游业经济地位上看，旅游业仍将是全球最大的产业之一和世界经济的引擎

旅游业作为当今世界发展最为迅速的产业之一，随着21世纪世界经济进入新一轮的上升阶段，将会继续表现出持续发展的良好态势。对此，很多国际组织都作了非常乐观的预测。根据世界旅游组织（UNWTO）所作的2020年世界旅游业发展形势预测（以1995年为基础），全球国际旅游人数到2010、2020年将分别达到10.06亿人次和15.61亿人次，年均增长速度为4.1%，仍将高于同期世界经济3%的年均增长速度（表1-4）。旅游业对全球经济的贡献将继续加大（表1-5）。

表 1-4 1995~2020 年世界旅游发展预测

项 目	基 期 年	预 测 年	
	1995 年	2010 年	2020 年
国际旅游人数/百万人次	565	1006	1561
1995~2020 年均增长率/%		4.1	

资料来源：世界旅游组织（UNWTO），《Tourism 2020 Vision》，2000 年。