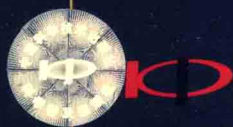
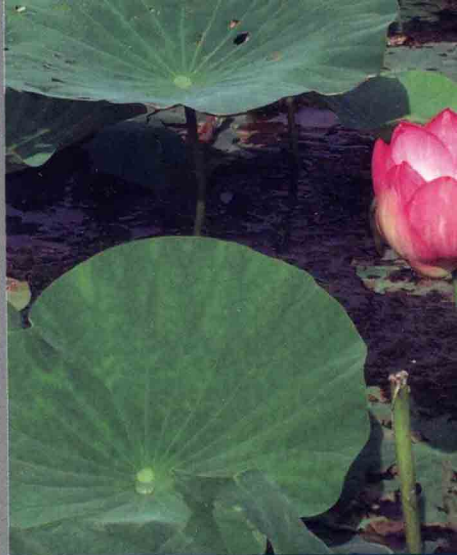


21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

# 中国旅游客源国概况

俞彤 赵爱华 主编



中国科学技术出版社  
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

# 中国旅游客源国概况

俞 彤 赵爱华 主编

中国科学技术出版社  
CHINA SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

· 北 京 ·  
BEIJING

## 图书在版编目(CIP)数据

中国旅游客源国概况/俞彤,赵爱华主编. —北京:中国科学技术出版社,2008. 8

21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

ISBN 978-7-5046-5119-8

I. 中… II. ①俞… ②赵… III. 旅游客源-中国-高等学校:技术学校-教材  
IV. F592.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第082712号

自2006年4月起本社图书封面均贴有防伪标志,未贴防伪标志的为盗版图书。

## 内 容 提 要

本教材介绍了中国20个主要旅游客源国国家的概况。全书共分为五章:第一章阐述了中国海外客源市场的现状、战略目标与前景展望;第二章至第五章分别对亚洲、欧洲、北美洲和大洋洲的主要客源国的国情概况、民俗风情、旅游业概况等内容加以介绍。本教材体例合理,简明扼要,既内容广泛,又重点突出。

本教材最适合高职旅游类专业使用,也适用于高等学校本科、专科及各类旅游专业培训。

中国科学技术出版社出版

北京市海淀区中关村南大街16号 邮政编码:100081

---

策划编辑	林培 孙卫华	责任校对	林华
责任编辑	程安琦	责任印制	安利平

---

发行部电话:010-62103210 编辑部电话:010-62103181

<http://www.kjbooks.com.cn>

科学普及出版社发行部发行

北京蓝空印刷厂印刷

\*

开本:787毫米×1092毫米 1/16 印张:13.75 字数:263千字

2008年8月第1版 2008年8月第1次印刷

ISBN 978-7-5046-5119-8/F·578 定价:23.60元

---

(凡购买本社的图书,如有缺页、倒页、  
脱页者,本社发行部负责调换)

# 丛书序

我国拥有世界上最为多样化的旅游资源，最为悠久的历史文化，最为丰富的劳动力储备，而且旅游教育体系比较完备，这是发展旅游业的突出优势。相对于高新技术、工业发展等方面与发达国家的差距，我国旅游业具有抢占全球高地的先天条件。旅游教育为旅游业抢占全球高地提供着人才保障，是变劳动力储备为人才优势，变旅游大国为旅游强国的重要途径。

近年来，随着我国旅游业的迅速发展，旅游高等教育，特别是高职高专教育，进入到一个新阶段。开办旅游管理专业的院校之多，招生数量之众，办学条件之好都大大超过了历史上任何一个时期。然而，作为高等院校基本建设之一的教材建设，却远远滞后于旅游教育发展的步伐，以致许多高等院校的旅游管理专业缺乏适用的教材，这势必影响旅游业继续发展的人才支撑，也不利于旅游高等教育的进一步发展。虽然有关部门、单位组织编写了一批旅游管理专业教材，但仍然远远满足不了旅游教育发展的需要。

上海财经大学的全华教授等国内有关高校的众多一线教师，即将编写出版一套“21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。获悉此事，我甚感欣慰。翻阅系列教材的部分书稿，我认为这套教材体现了以旅游行业需求为导向，以应用为主，以必需、够用为度的编写思路，其突出特点有三。

## （一）行业能力的导向性

旅游业的发展实践证明，旅游管理队伍大多来源于一线员工的晋升，需要理论素养，更需要能力建设。这套系列教材，不拘于学科知识体系框架，更加突出旅游行业岗位能力标准，使学生在课程学习后，能形成适合旅游发展需要的行业能力结构。

## （二）学习兴趣的引导性

兴趣是最好的老师，旅游活动本身就是一种趣味活动，在知识和技术不断更新的情况下，旅游教材不仅应在内容上及时予以反映，更要激活学生不断探究旅游知识，掌握旅游管理技能的兴趣。这套教材重在学生对旅游业相关岗位兴趣的培养，在激发学生浓烈兴趣基础上，再提供经典的学习材料和进一步探索相关知识、培养相关能力的途径，变被动听讲，为主动求索旅游管理知识和技能。

## （三）因材施教的针对性

处在当今信息化社会中的大学生，思维活跃、接受能力强，而且精力充沛，追求着时尚和新潮。教材内容老套，教学手段落后，教学方法刻板，是当今大学生厌学的重要原

因。针对旅游本身就是青年人追求的生活时尚，这套教材版式活泼，图文并茂，做到了科学性、趣味性、可读性与当代大学生学习、思维特点的有机结合。每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”以及小案例或小对话，生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，不仅针对旅游行业特殊性，而且紧密结合当代大学生的思维特点，做到因材施教。

随着旅游业影响力的不断扩大，越来越多的莘莘学子步入高等学府，学习旅游专业；越来越多的高等院校开办旅游专业，输送旅游行业的新生力量；越来越多的出版单位和专家学者关注旅游教育，出版多种教材。欣喜之余，也企盼着在方方面面的努力下，旅游教材日臻完美，旅游教育日趋完善，中国早日由劳动力储备大国转变为旅游人才强国，由旅游教育大国转变为旅游教育强国。

中国旅游文化资源开发促进会副会长 魏小安

2008年夏

# 丛书引言

高职高专教育是旅游行业人才培养最为有效的形式之一，而一套适合高职高专层次、把握现代服务业发展脉搏、切准旅游业岗位需求的教材，是许多高职高专院校孜孜以求的教学要件。为了落实教育部《关于以就业为导向深化高等职业教育改革的若干意见》的精神，确保高质量教材进课堂，“21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”编委会，在全国范围内，精选高职高专教学一线的教师，根据高职高专旅游专业课程设置的需要，针对当前高职高专学生的学习特点，编辑出版了“21世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材”。对于出版社和编者而言，这是一大挑战，而对于高职高专院校来说，实为一大幸事。

纵观这套教材，具有如下特点：

1. 定位明确：紧紧围绕旅游行业岗位的要求、标准编写。教材的结构符合学生学习动机，能够诱发学生的学习兴趣。遵循从实际到理论，从具体到抽象，从个别到一般，或者说是提出问题、解决问题、归纳总结问题，选用任务导向和案例分析。教学目标具体、层次分明、文字凝练、信息传递高效，让学生一目了然。

2. 特色突出：突出了高职高专特色和旅游行业特色，强化就业中要用到的技能，弱化理论和原理介绍。对操作性比较强的课程，实训内容占较大比例。每本书的参编人员要求必须有一名和本书内容对应的旅游企业在岗人员，确保其实用性。

3. 版式活泼：图文并茂，力图做到科学性、趣味性、可读性和实用性的有机结合，每章有“学习目标”、“学习重点”、“引入部分”、“正文”、“课后总结”等几个板块。使教材使用者能便捷地把握主要内容、重点、难点以及知识和能力要求。章节正文内容之前的“小案例”或“小对话”生动活泼，吸引学生进一步学习后续内容。教材中插入的“小知识”、“小资料”、网址等，为学生在兴趣驱使下，自主深化学习内容，提供了丰富的材料和便捷的途径。

教材编写者为了突出上述特色，做了许多努力，他们的每一点努力，哪怕是细微之处的改进，都将会使教师使用教材时，更加得心应手，学生学习教材时，收益更多。

我相信随着这套教材走进课堂，教师备课、授课将更加轻松，学生的学习活动，将变得更加生动有趣，高职高专的教学质量，将得到进一步提升。

高峻  
2008年6月22日

## 21 世纪全国高职高专旅游专业新创规划教材

### 编委会名单

顾 问 程文栋 魏小安 石培华 高 峻

主 编 全 华 于成国

委 员 (以姓氏笔画为序)

马荣霞 王永刚 王 晶 付向阳 刘琼英

朴松爱 张立达 张 帆 张柏君 李 飞

李 婍 李 森 李 颖 杨宏伟 陈 昀

郑旭华 郑 岩 俞 彤 姜海涛 柏 杨

凌 强 唐 飞 徐 兢 崔广彬 曹洪珍

彭绪娟 韩雪琴 蒯兴望

### 《中国旅游客源国概况》编委会

主 编 俞 彤 赵爱华

副主编 邱旭辉 史万莉 朱 智

编 委 于双鹏 张 颖 杨红霞

# 前 言

进入 21 世纪以来,随着中国经济的飞速发展,综合国力的不断增强,国民生活水平的显著提高,中国旅游业迅速发展起来,并且保持着持续发展的活力。2007 年,我国入境旅游人数 13187 万人次,比上年增长 5.5%。在入境旅游者中,过夜旅游人数 5472 万人次,增长 9.6%。国际旅游外汇收入 419 亿美元,增长 23.5%。国内居民出境人数达 4095 万人次,增长 18.6%。其中因私出境 3492 万人次,增长 21.3%,占出境人数的 85.3%。中国已经成为世界第四大旅游目的地国和亚洲最大的客源输出国。根据世界旅游组织的预测,2020 年中国将成为世界第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。

在我国入境旅游蓬勃发展的形势下,加强对来华旅游客源市场的分析,加深对海外旅游客源地国家的了解和认识,对于我国入境旅游持续、健康、稳定的发展,对于有的放矢地宣传促销,提高接待服务质量,不断提升我国旅游资源的吸引力和旅游产品的国际竞争力,真正实现我国从旅游资源大国向旅游强国的转变,有着重要的现实意义。对于高职旅游类专业的学生而言,主要旅游客源国的概况成为必备知识,“中国旅游客源国概况”也就成为高职旅游类专业的一门重要课程。

本教材选择了中国 20 个主要旅游客源国加以介绍。共分五章。第一章阐述了中国海外客源市场的现状、战略目标与前景展望等内容;第二章至第五章分别对亚洲、欧洲、北美洲和大洋洲的主要客源国的国情概况、民俗风情、旅游业概况等内容加以介绍。本教材体例合理,简明扼要,既内容广泛,又重点突出。

本教材是由具有多年高职旅游类专业教学经验的教师和旅游企业人士通力合作、共同编写完成。河源职业技术学院的俞彤和辽东学院的赵爱华担任主编,河源职业技术学院的邱旭辉、史万莉、朱智担任副主编,河源职业技术学院的杨红霞、张颖及丹东中青国际旅行社总经理于双鹏参加编写。编写的具体分工如下:俞彤编写前言、第一章、第二章第一节至第四节;赵爱华编写第二章第五节至第九节、第三章第二节;朱智编写第三章第一节、第五节、第六节;邱旭辉编写第三章第三节、第四节;史万莉编写第三章第七节、第四章第一节;杨红霞编写第四章第二节;张颖编写第五章第一节;于双鹏编写第五章第二节。

在编写过程中,编者参考了大量的相关著作、资料,在此特别向尊敬的作者表示衷心的感谢。

编 者  
2008 年 3 月



# 目 录

第一章 中国海外客源市场概述 .....	1
第一节 中国海外客源市场的历史回顾 .....	1
第二节 中国海外客源市场的现状 .....	3
第三节 中国海外客源市场的战略目标与前景展望 .....	8
第二章 亚洲主要客源国 .....	12
第一节 日本 .....	12
第二节 韩国 .....	23
第三节 蒙古 .....	33
第四节 马来西亚 .....	41
第五节 新加坡 .....	49
第六节 菲律宾 .....	58
第七节 泰国 .....	69
第八节 印度尼西亚 .....	80
第九节 印度 .....	88
第三章 欧洲主要客源国 .....	101
第一节 英国 .....	101
第二节 法国 .....	110
第三节 德国 .....	118
第四节 意大利 .....	127
第五节 俄罗斯 .....	135
第六节 荷兰 .....	147
第七节 西班牙 .....	152
第四章 北美洲主要客源国 .....	166
第一节 美国 .....	166
第二节 加拿大 .....	178
第五章 大洋洲主要客源国 .....	191
第一节 澳大利亚 .....	191
第二节 新西兰 .....	201
参考文献 .....	210

# 第一章 中国海外客源市场概述

## 知识目标

1. 了解中国海外客源市场的现状
2. 掌握中国海外客源市场的战略目标
3. 熟悉中国海外客源市场的发展前景

## 本章重点

中国海外客源市场的战略目标

中国历史悠久，文化灿烂，山川秀丽，民族众多，旅游资源丰富多彩且独具特色。经过近 30 年持续、快速、健康的发展，我国已实现了由旅游资源大国向亚洲旅游大国的历史性跨越。

## 第一节 中国海外客源市场的历史回顾

从中华人民共和国成立到党的十一届三中全会前的近 30 年间，由于受国际政治经济环境及国内因素的影响，中国国际旅游业的发展非常缓慢，主要是接待华侨、社会主义国家的游客和友好国家的人士。旅游接待工作属于外事活动接待和统战工作的一部分，旅游业没有纳入国民经济体系，入境旅游不论是人数还是国际外汇收入都微不足道。

改革开放以来，我国的旅游业有了高速的发展。境外游客蜂拥而至，近 30 年来，我国入境旅游人数和旅游外汇收入的增长速度远远超过世界平均增长速度，在世界排名逐年上升，见表 1-1。

表 1-1 1978~2005 年中国入境旅游人数和旅游（外汇）收入及世界排名

单位：万人次，亿美元

年 份	入境旅游人数	过夜游客		旅游（外汇）	
		人数	世界排名	收入	世界排名
1978	180.92	71.60	—	2.63	—
1979	420.39	152.90	—	4.49	—
1980	570.25	350.00	18	6.17	34
1981	776.71	376.70	17	7.85	34
1982	792.43	392.40	16	8.43	29
1983	947.70	379.10	16	9.41	26
1984	1285.22	514.10	14	11.31	21
1985	1783.31	713.30	13	12.50	21
1986	2281.95	900.10	12	15.31	22
1987	2690.23	1076.00	12	18.62	26
1988	3169.48	1236.10	10	22.47	26

续表

年 份	入境旅游人数	过夜游客		旅游（外汇）	
		人数	世界排名	收入	世界排名
1989	2450.14	936.10	12	18.60	27
1990	2746.18	1048.40	11	22.18	25
1991	3334.98	1246.40	12	28.45	21
1992	3811.49	1651.20	9	39.47	17
1993	4152.69	1898.20	7	46.83	15
1994	4368.45	2107.00	6	73.23	10
1995	4638.65	2003.40	8	87.33	10
1996	5112.75	2276.50	6	102.00	9
1997	5758.79	2377.00	6	120.74	8
1998	6347.84	2507.29	6	126.02	7
1999	7279.56	2704.66	5	140.99	7
2000	8344.39	3122.88	5	162.24	7
2001	8901.29	3316.67	5	177.92	5
2002	9790.83	3680.26	5	203.85	5
2003	9166.21	3297.05	5	174.06	7
2004	10903.82	4176.14	4	257.39	7
2005	12029.23	4680.90	4	292.96	6

1978年，来华旅游入境人数只有180.9万人次，旅游外汇收入只有2.63亿美元，但均创造了中华人民共和国成立以来的最高纪录，超过以往20多年的旅游接待人数的总和。

1979年，在我国饭店数量基本没有增加的情况下，旅游接待人数持续增长137.36%，旅游外汇收入增长70.7%，其中来自西方国家的游客迅速增长，美国旅游者首次达6.8万人次，仅次于日本。

1983~1985年，来华旅游人数又开始保持两位数的高速增长。1984年，海外旅游者来华人数首次突破1000万大关，旅游外汇收入增长速度达10%以上。1989年春夏之交的政治风波，使我国的国际旅游业受到严重的影响，当年来华旅游人数比1988年下降了22.7%，旅游外汇收入第一次出现负增长，为-17.2%。不过，我国国际旅游业很快就走出了困境，1990年旅游外汇收入和有组织接待外国旅游人数基本恢复到最高水平，这表明我国国际旅游业已具备一定规模，比以前更加成熟了。

20世纪90年代以来，我国旅游业持续发展，在国民经济中所占比重日益提高，取得多方面的经济效益、社会效益和生态效益，旅游产业定位日趋明确，国际旅游业保持稳定增长，其间，国际国内政治经济形势对我国国际旅游业产生了重要影响。1996年，旅游外汇收入第一次突

破 100 亿美元大关。1997 年 7 月 1 日, 香港回归祖国, 香港同胞回祖国内地开展旅游商贸活动的人数进一步增长, 1998 年高达 4694.8 万人次。1997 年下半年, 东南亚爆发金融危机, 包括日本、韩国、泰国等许多国家均受到打击。这些国家都是我国国际旅游主要客源国, 因此亚洲市场来华游客下降较多。1999 年 12 月 20 日, 澳门回归祖国, 为入境旅游市场进一步发展提供了更为有利的条件, 更多的人到祖国内地观光旅游, 澳门与祖国内地的经贸往来、技术交流更加频繁。1999 年澳门来祖国内地旅游人数为 878.37 万人次, 同比增长 23.24%。

2001 年的“9·11”事件对世界旅游业产生了严重影响, 它不但给美国的旅游业以沉重打击, 也让世界各地的旅游业都笼罩了一层阴影。2003 年由于“非典”的影响, 我国的入境旅游市场受到了严重冲击。2004 年, 旅游全行业迎难而上, 克服“非典”及禽流感等不利因素的影响, 积极开展对客源国的促销, 使入境旅游全面恢复并登上新的台阶。2004 年, 我国旅游外汇收入为 257.39 亿美元, 比 2003 年增长 47.87%, 居世界第七位; 入境旅游人数 10903.82 万人次, 比上年增长 18.96%, 过夜旅游者人数 4176.14 万人次, 比上年增长 26.66%, 居世界第四位。中国被 *TTGasis* 杂志评选为 2004 年最佳旅游目的地。2007 年我国入境旅游人数 13187 万人次, 比上年增长 5.5%。其中, 外国人 2611 万人次, 增长 17.6%; 我国香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾同胞入内地旅游 10576 万人次, 增长 2.9%。在入境旅游者中, 过夜旅游人数 5472 万人次, 增长 9.6%; 国际旅游外汇收入 419 亿美元, 增长 23.5%。中国已经成为全球第四大入境旅游接待国和亚洲最大出境旅游客源国, 从旅游资源大国发展成为世界旅游大国。

### 小思考

改革开放以来, 我国入境旅游市场发展迅猛的原因是什么?

## 第二节 中国海外客源市场的现状

### 一、海外游客构成分析

#### 1. 人员构成

中国海外客源市场由两部分构成: 一部分是香港同胞、澳门同胞、台湾同胞及华侨, 另一部分是外国旅游者(包括已加入外国国籍的海外华人)。近 10 多年来, 港澳台同胞和华侨一直是中国海外客源市场的主体。2007 年, 中国入境旅游人数达 13187 万人次, 其中香港、澳门和台湾同胞 10576 万人次。

#### 2. 地域构成

从区域看, 根据入境旅游人数, 中国海外客源市场分为亚洲市场、

大洋洲市场、欧洲市场、北美洲市场。由于我国是亚洲国家，国际旅游长期以来又以区域内近距离旅游为主，因此，在外国旅游者中，来自亚洲的人次最多；欧洲因为经济发达，出游人数较多，在中国海外客源市场中较为重要，居第二位；美洲经济发展不平衡，来华旅游者中以北美旅游者居多，居第三位；人口数很少的大洋洲和经济不发达的非洲，占我国入境旅游者的比重很小。

按国家来说，20世纪70年代以前，客源国主要是日本、前苏联及东欧国家，而近在咫尺的我国港澳台及海外华侨华人都属于严格控制入境之列。20世纪80年代以后，随着中国改革开放的不断深入，中国海外客源市场打破了过去狭窄的地域分布格局，中国客源国数量剧增，遍布世界各大洲，其中日本、美国、俄罗斯、英国、法国、德国、菲律宾、泰国、马来西亚、新加坡成为中国十大稳定的客源市场。进入20世纪90年代，世界政治经济局势进一步发生变化，中国客源市场又发生了较大变化。2005年至今，韩国取代日本，成为中国最大的客源国。

### 3. 旅游目的

外国旅游者来华旅游的主要目的是观光休闲、参加会议及从事商务活动。2007年来华旅游者中，观光休闲者占50.3%，参加会议和商务活动者占26.7%，探亲访友者占0.3%，服务员工占8.9%，其他占13.8%。

### 4. 年龄结构

中青年仍是中国旅游客源市场的主体。2007年来华的外国旅游者80%以上集中在25~64岁之间，其中14岁以下为107.77万人次，15~24岁为209.43万人次，25~44岁为1192.54万人次，45~64岁为948.39万人次，65岁以上为152.83万人次。

### 5. 入境方式

乘飞机是主要入境方式。2007年来华的外国旅游者中，乘飞机的为1505.66万人次，占57.7%；乘船舶的为286.06万人次，占11%；乘火车的为82.52万人次，占3.2%；乘汽车的为354.46万人次，占13.6%；徒步的为382.27万人次，占14.6%。

## 二、客源市场分析

经过改革开放以来近30年的发展，我国逐步形成了具有中国特色、符合旅游业持续发展需要的海外客源市场组合。

### 1. 持续增长且基数大的亚洲客源地

亚洲各国是中国最重要的海外客源市场，20世纪90年代中期以来，是亚洲各国来华旅游人数的快速增长时期。除1997年、1998年受亚洲

金融危机的冲击外,其增长速度均在20%以上,并且形成了日本、韩国、东南亚五国及蒙古等主要客源国。尤其是日本,近20年来,因为其与中国隔海相望的地理位置、悠久的历史渊源和经济文化交流传统,使其一直是我国最大的客源国。进入20世纪90年代后,由于中韩两国邦交正常化,使来华旅游很快进入超常发展阶段,到2005年韩国成为中国第一位的客源国。东南亚五国作为中国的近邻,也一直是中国传统稳定的客源国,特别是20世纪90年代以来,随着其经济的发展,旅华市场进入快速发展时期。蒙古是随着中蒙边境贸易的兴旺而逐步发展起来的一个主要客源国,其旅游者多为边境旅游者。

由于受到1997年东南亚、东亚的金融危机的影响,各国来华旅游不同程度地出现了负增长,受2003年“非典”和2004年的禽流感等因素的影响,各国来华旅游速度放慢,但是2005年中国旅游业全面振兴,中国旅游业进入高速发展的时期。

## 2. 发展基本平稳的欧洲客源国

欧洲是仅次于亚洲的中国重要客源市场。作为东亚地区的重要旅游目的地,中国在欧洲游客的远程旅游中扮演着重要角色。20世纪90年代中期以来,欧洲各国来华旅游人数不断增加,1997年我国香港回归,欧洲游客出现高速增长。虽然1998年受亚洲金融危机的影响,一度出现负增长,2003年的“非典”和2004年的禽流感等,使欧洲游客来华旅游受到一定影响,其他年份欧洲游客平稳增长,其旅游人数占来华旅游者的比例在20%以上。来华旅游人数由1990年的44.63万人次增加到2007年的620.73万人次,并且形成了英、德、法、俄、意等主要客源国,特别是俄罗斯一跃成为中国第三大客源国。

## 3. 持续平稳增长的美洲客源地

美洲客源国,尤其是北美客源国是我国第三重要的客源市场,美国和加拿大是中国在美洲的两个主要客源国,20世纪90年代中期以来,它们占据了美洲市场份额的90%左右,来华旅游呈平稳增长的态势。人数由1990年的28.08万人次增加到2007年的272.10万人次,特别是美国一直是我国十大稳定的客源国之一。20世纪90年代以来,美国经济进入良性循环,美国人对其经济前景持乐观态度,从而加大了他们在旅行方面的支出与消费。同时,随着中国在国际舞台上的地位不断提高,中美关系总体而言趋于改善,这无疑刺激了美国游客来华旅游的愿望。尽管“9·11”事件给美国国际旅游业造成了沉重的打击,但到2002年后已得到扭转,美国经济逐渐复苏,因而促进了国际旅游形势的好转,其来华旅游人数也开始出现恢复性上升。

## 4. 发展中的大洋洲与非洲客源地

对于中国海外客源市场而言,大洋洲与非洲各国属于发展中的客源

市场,人数还比较少,2007年,大洋洲来华旅游人数为72.85万人次,非洲为37.91万人次。其中澳大利亚是大洋洲最重要的中国海外客源国,目前已成为中国位居前10位的客源国。澳大利亚是一个经济发达的国家,随着亚太经济的崛起,澳大利亚与亚洲各国的政治交往和经济往来更加频繁,澳大利亚必将成为我国重要的客源国。

### 讨论一下

为什么韩国能超过日本成为中国第一大旅游客源国?

## 三、客源国特征分析

总体而言,中国海外旅游客源国主要有四方面的特征。

### 1. 客源地分布广泛,少数重要客源国居主导地位

中国海外客源国广泛分布于亚洲、欧洲、美洲、大洋洲、非洲各地,客源地组成上具有地域多样性。但从客源国所占来华旅游市场的份额来看,少数重要的客源国提供了大部分客源,居主要地位。具体表现为亚洲国家居多,欧洲与美洲国家次之;且主要客源国客源输出量累计占外国客源总数的70%左右,其中前5名的客源国占50%以上,且近年来这一比例仍不断上升,反映出主要客源国的作用越来越明显。这种少数重要客源国居主导地位的格局,在一定时期内还会有所强化,并维持相当一段时间。同时,重要客源国地域上的广泛性,又为中国防范区域性的危机或其他偶发事件影响旅游业提供了条件,易于促成东方不亮西方亮,此消彼长的局面,从而有利于中国旅游业健康平稳地发展。

### 2. 各大洲分布不均,亚洲客源市场扮演重要角色

近几年,在中国入境旅游客源市场上,亚洲国家始终扮演着重要角色,比重超过50%,呈快速上升趋势,而欧洲、美洲、大洋洲、非洲依次下降。

中国地处东亚,发展亚洲客源市场具有先天优势。一方面距离近,在旅游交通费用在旅游花费中占有较大比重的前提下,这种优势往往被强化;另一方面有相近的文化传统以及频繁的经济往来,国与国之间往来限制的放宽,手续的简化等。此外,日本、韩国及东南亚各国人口密集,在其经济快速发展的背景下,已成为世界上重要的客源产出国。特别是对于这些国家的大多数初访者来说,中国是一个较为理想的旅游目的地。因此,拓展亚洲客源市场,尤其是深层次拓展邻近国家客源市场,对于中国入境旅游业的发展,是一件事关全局,意义深远的事情。

### 3. 客源国构成与世界主要客源产出国基本相对应

从世界旅游市场的大背景上看,世界主要客源市场依次为欧洲、亚太地区、美洲、中东及南亚地区、非洲。从主要客源国看,有日本、美

国、德国、英国、法国、荷兰、加拿大、俄罗斯、意大利等。

而对于中国海外旅游市场而言，德国、日本、美国、英国、法国、加拿大、俄罗斯等国家已是目前我国主要的客源地，荷兰、意大利来华旅游发展也相当迅速，但由于这些客源国都是远程市场，其来华旅游受到一定限制。但是近程市场，特别是邻国旅游，日本、韩国、蒙古、新加坡、泰国等仍是中国主要客源地。显然，这种客源市场格局是符合世界旅游市场发展规律的，它将在相当长的时间内支持我国国际旅游业的持续发展。

表 1-2 2007 年中国 16 个主要客源国的入境旅游人数和增长情况

序号	国家	入境旅游人数 (万人次)	比上年增长 (%)
1	韩国	477.70	21.73
2	日本	397.75	6.18
3	俄罗斯	300.39	24.90
4	美国	190.12	11.16
5	马来西亚	106.20	16.64
6	新加坡	92.20	11.37
7	菲律宾	83.30	18.30
8	蒙古	68.20	8.04
9	泰国	61.16	3.32
10	澳大利亚	60.74	12.88
11	英国	60.51	9.50
12	加拿大	57.72	15.52
13	德国	55.67	11.21
14	印尼	47.71	10.18
15	法国	46.34	15.22
16	印度	46.25	14.16

#### 4. 潜在客源地发展前景乐观

受经济发展水平、距离和国民旅游习惯等多种因素的影响，南亚、中东地区、南美、非洲国家来华旅游的人数很少，但是它们是中国潜在的客源国。这些地区近年来出国旅游市场发展较快，其迅速发展的势头已引起业内人士的关注。例如，中国近邻印度就是一个特别值得注意的潜在市场，10 亿人口的背景和中产阶级的迅速崛起，使得出国旅游需求迅速膨胀。据预测，这种膨胀速度在今后 10~20 年内仍有加快趋势，会使印度成为重要的客源产出国之一。20 世纪 80 年代末，印度来华旅游人数为 1 万人次左右，1995 年达 5.5 万人次，1999 年达 8.43 万人次，跃入中国前 20 位客源国之列。2007 年达 46.25 万人次，比上年增长 14.16%，已成为我国第 16 位客源国。



### 第三节 中国海外客源市场的战略目标与前景展望

#### 一、战略目标

据世界旅游组织预计，到2020年，中国将成为世界最受欢迎的旅游目的地，其国际旅游者将达到13000万人次。同时，中国将成为世界第四大旅游客源市场，中国公民出境旅游数量将达到1亿人次，占全球出境旅游市场的6.2%，仅次于德国、日本和美国。世界旅游及旅行业理事会（WTTC）预测，未来10年间，中国旅游业将保持年均10.4%的增长速度，其中个人旅游消费将以年均9.8%的速度增长，企业、政府旅游的增长速度将达到10.9%，到2020年，中国将成为第一大旅游目的地国和第四大客源输出国。

#### 小资料

表 1-3 2020 年世界十大旅游目的地

国 家	接待人数（百万人次）	市场份额（%）
中国	137.1	8.6
美国	102.4	6.4
法国	93.3	5.8
西班牙	71.0	4.4
中国香港	59.3	3.7
意大利	52.9	3.3
英国	52.8	3.3
墨西哥	48.9	3.1
俄罗斯	47.1	2.9
捷克	44.0	2.7

表 1-4 2020 年世界十大客源国

国 家	出境旅游人数（百万人次）	市场份额（%）
德国	163.5	10.2
日本	141.5	8.8
美国	123.3	7.7
中国	100.0	6.2
英国	96.0	6.0
法国	37.6	2.3
荷兰	35.4	2.2
加拿大	31.3	2.0
俄罗斯	30.5	1.9
意大利	29.7	1.9