

U.S.
BASIC FACTS AND FIGURES OF
TRAVEL & TOURISM

美国 旅游业概况

薛亚平◎编著



Visit
CHINA
LIKE NEVER BEFORE

中国旅游出版社



BASIC FACTS AND FIGURES OF
TRAVEL & TOURISM

U.S.

美国 旅游业概况

薛亚平◎编著

中国旅游出版社

责任编辑：郭海燕
装帧设计：中文天地
责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

美国旅游业概况 / 薛亚平编著. --北京：
中国旅游出版社，2013.2
ISBN 978-7-5032-4605-0

I. ①美… II. ①薛… III. ①旅游业－研究－美国
IV. ①F597.12

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第 013969号

书 名：美国旅游业概况

编 著：薛亚平

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷：北京工商事务印刷有限公司

版 次：2013年2月第1版 2013年2月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：14

字 数：260千

定 价：45.00元

I S B N 978-7-5032-4605-0

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

多年以来，美国一直是世界上许多旅游目的地的主要客源市场。在过去的30年里，中国一直将美国视为最重要的国际游客客源市场之一。2011年有超过200万人次美国游客到中国旅游。如今，美国已是中国旅游第三大国际市场客源国。

自20世纪90年代起，中国消费者对出境旅游的热情日益高涨，越来越多的消费者选择海外旅游目的地的旅游观光产品，这种新的趋势和发展给旅游市场带来了巨大的变化。因此，中美间的旅游关系也进入了新的阶段：中美间的旅游不再是单边往来关系，而是横跨太平洋的互利共赢的双边往来关系。

中美两个国家的旅游业界都迫切地期待去了解对方并与对方进行合作。然而对于中方而言，多年来我们一直没有一本综合介绍美国旅游产业数据和信息的汇编图书可供参考。于是《美国旅游业概况》这本书就应运而生。

本书收集了2007~2011年美国旅游市场的有关事实、统计数据和其他相关信息，从宏观和微观的角度介绍了美国旅游产业的大致情况。中国国家旅游局驻纽约办事处作为此书的作者，希望借此为中国旅游业界提供有益和实际的帮助，以便于大家更加深入地了解美国旅游业，并为双方将来双边交流和合作提供服务。

由于此书是第一次出版，在许多内容方面我们还只是初步的实验性的探索。我们欢迎大家提出任何有价值的反馈和建议，使我们能够在此基础上进行更好的改进。

在此我们也要诚挚地感谢Partner Concept公司主席 Paul Cohen 先生为本书编撰而倾注的努力，以及他的同事斯凡先生的贡献。

薛亚平

中国驻纽约旅游办事处 主任

金宝石

主任助理

2012年6月26日

目 录

第一章 美国旅游业市场概况	1
1 2007年到2011年美国入境旅游市场和国内旅游市场规模概况	2
2 2007年到2011年美国出境旅游市场规模概况	4
第二章 美国旅游业界概况	6
1 美国旅游批发商概况	6
2 美国旅游零售商和旅游管理公司概况	7
3 美国旅游市场供应商	8
3.1 美国酒店产业	8
3.2 美国航空业	11
3.3 美国邮轮业	13
3.4 美国汽车租赁业	14
3.5 美国零售和购物业	14
3.6 美国主题公园	15
4 美国旅游业相关协会和组织	16
4.1 国际旅游组织和机构	16
4.2 美国旅游组织和机构	25
4.3 美国旅游产业相关的联邦政府机构和私有企业	32
第三章 美国旅游资源及相关组织机构概况	47
1 美国旅游资源概况	47
1.1 地理	47

1.2 气候	47
1.3 地形	48
1.4 动植物种类	48
1.5 旅游类型	48
2 美国国家公园系统概况	55
3 美国旅游媒体概况	60
4 美国公共节假日概况	60
5 美国旅游面向业界和消费者展览会概况	62
6 旅游研究组织、公司和大学概况	62
7 美国交通运输基础建设概况	62
7.1 美国公路系统概况	63
7.2 美国客运航空系统概况	65
7.3 美国客运铁路系统概况	66
7.4 美国水路系统概况	67
第四章 科技发展推动美国旅游产业	70
1 社交网络 and 用户生成内容 (UGC)	71
2 脸谱网 (Facebook)	72
2.1 旅游目的地运用Facebook开展营销活动实例	73
2.2 旅游目的地在Facebook建立公共页面并与粉丝互动的10个实例	74
2.3 旅游消费者运用Facebook 制订旅行计划和购买旅游产品实例	80
3 博客	83
4 推特 (微博)	85
4.1 旅游供应商运用推特开展营销活动的实例	85
4.2 推特在制订旅行计划方面的应用	88
5 在线视频	88
5.1 YouTube 在线视频频道	89
5.2 旅游目的地运用YouTube 在线视频开展营销活动实例	89
6 照片分享网站	90
7 播客	92

8 简易资讯集合 (RSS)	94
9 标签	95
10 混搭和开放的API	97
11 维基	98
12 AJAX	99
13 移动科技和旅游产业	100
14 搜索引擎和陈列式广告在旅游营销方面的应用	103

表格目录

附录 1	107
------------	-----

表格1 2007~2011年美国入境旅游市场10大客源地 [按游客数量(万人次)排名]	107
表格2 2007~2011年美国入境旅游市场10大客源地 [按游客消费金额(亿美元)排名]	108
表格3 美国入境旅游市场15大港口城市排名	109
表格4 2007年~2010年美国入境旅游市场上市场占有率(%) 最大的10大旅游目的地	109
表格5 美国国内旅游市场最受游客欢迎的旅游目的地	110
表格6 2009年美国各州旅游数据统计和旅游经济效益	111
表格7 2007年~2011年美国国内和入境旅游市场接待人数和消费收益统计	113
表格8 美国旅游产业从业人数最多的7大细分市场	113
表格9 2007~2011年美国出境旅游市场旅游总人数和消费统计	113
表格10 2007~2010年美国出境去中国旅游总人数和消费统计	114
表格11 2007~2010年美国10大出境旅游目的地市场	114
表格12 2007年~2011年美国出境旅游人数历史统计	115
表格13 2010年美国出境市场30大出境机场	117
表格14 2007~2010年美国出境旅游客源地市场统计	118

附录 2	119
表格15 美国国家旅游协会中国入境旅游项目批发商名单.....	119
表格16 美国旅游市场主要的销售中国旅游产品的旅游批发商 (按旅游产品主题分类)	121
表格17 美国旅游市场主要旅游零售商和管理公司(按营业额排名)	127
表格18 美国旅游市场主要旅游零售商集团/公司(按门店数量排名)	131
表格19 美国旅游市场主要特许经营旅游零售商(按营业额排名)	131
表格20 美国旅游市场拥有客房数量最多的20大酒店企业.....	131
表格21 美国旅游市场拥有客房数量最多的50大酒店品牌.....	133
表格22 美国市场50大第三方酒店管理公司(按所管理的酒店客房数量排名)	135
表格23 美国连锁酒店星级等级分类.....	136
表格24 2010年美国市场酒店物业按地区分类.....	139
表格25 2011年美国主要航空控股公司(按2011年年营业额排名)	139
表格26 美国市场主要航空公司.....	140
表格27 2010年美国市场主要机场(按乘客数量排名)	141
表格28 主要航空公司联盟.....	142
表格29 2010年邮轮业发展迅速的主要国家和地区 (按照邮轮乘客占总人口比重排名)	142
表格30 2011年全球邮轮产业主要目的地市场(按邮轮公司部署的 轮船数量和其承载乘客在船上过夜的数量统计排名)	143
表格31 2011年主要邮轮公司(按邮轮数量和可停靠锚位数量排名)	143
表格32 主要受消费者喜爱的邮轮公司(按用户体验排名)	144
表格33 美国邮轮市场主要登船港口及主力轮船.....	145
表格34 2011年主要邮轮出发港口城市(按载客数量排名)	147
表格35 2011年美国市场主要租车公司(按可供使用的租车数量排名)	147
表格36 美国市场主要购物中心(按商场面积排名)	148
表格37 美国市场规模最大的折扣商场及开发商.....	150
表格38 2010年美国市场前20大零售连锁公司(按2010年销售额排名)	152
表格39 美国市场主要主题连锁公园(按2010年游客数量排名)	152
表格40 2010年美国市场按游客数量排名最多的主题公园.....	155
表格41 美国旅游产业私营企业和政府机构之间的协同作用.....	155

附录3	157
表格42 2010年美国旅游市场上文化遗产游客访问最多的14个旅游目的地	157
表格43 2010/2011季度美国各州运营的滑雪场数量排名	157
表格44 美国主要的滑雪度假管理公司	158
表格45 美国50处最大的滑雪度假区（按滑雪场海拔排名）	159
表格46 美国国家公园系统各州分布情况	161
表格47 美国58处国家公园（按地点分布排列）	162
表格48 美国76处国家历史纪念碑（按地点分布排列）	170
表格49 美国18处国家保护区（按地点分布排列）	172
表格50 美国46处国家历史公园（按地点分布排列）	172
表格51 美国89处国家历史遗址（按地点分布排列）	174
表格52 美国4处国家战地公园（按地点分布排列）	177
表格53 美国9处国家军事公园（按地点分布排列）	177
表格54 美国11处国家战役遗址（按地点分布排列）	177
表格55 美国34处国家纪念碑（按地点分布排列）	178
表格56 美国18处休闲娱乐区（按地点分布排列）	179
表格57 美国10处国家海岸（按地点分布排列）	180
表格58 美国4处国家湖岸（按地点分布排列）	180
表格59 美国15处国家河道（按地点分布排列）	180
表格60 美国3处国家保护区（按地点分布排列）	181
表格61 美国10处国家公园大道（按地点分布排列）	181
表格62 美国世界遗产（按加入世界遗产名录年份排列）	181
表格63 美国前25大报纸（按发行量排名）	186
表格64 精选美国旅游细分市场杂志	188
表格65 美国联邦节日列表	193
表格66 精选美国每年旅游消费者和贸易展销会列表	194
表格67 精选美国旅游业研究机构	196
表格68 主要州/城市的州际公路	198
表格69 美国客运铁路系统	208
表格70 美国主要地铁系统（按客流量排名）	211

第一章

美国旅游业市场概况

旅游业是美国重要的产业之一，每年为数以百万计的国际和国内消费者提供旅游服务。美国入境游客不但欣赏美国的自然景观、城市风情、历史古迹，而且体验旅游设施，探索人文情怀。同样地，美国人也热衷于同样的风景名胜、休闲度假胜地^①。

19 世纪末到 20 世纪初，美国旅游业以“都市旅游”的形式迅猛发展。19 世纪 50 年代，不论作为文化活动，还是作为产业模式，美国旅游业都已经颇具雏形。19 世纪 90 年代，纽约、芝加哥、波士顿、费城、华盛顿特区和旧金山等诸多城市吸引了大批游客前往，逐渐成为重要的旅游目的地。20 世纪中叶，人们对“都市旅游”这一概念从初期的模糊认知有了显著的提高，并且逐步形成了游览现代化进程标识的城市建筑和环境业态的趋势^②。

科技的发展也潜移默化地影响着美国旅游产业的发展。20 世纪早期，汽车的发明革命性地推动了美国旅游产业的发展。同样地，在 1945 年至 1969 年间，航空工业的革新也深刻影响着美国旅游产业的发展^③。

2011 年美国旅游市场概况

美国旅游业是美国国内生产总值、出口和就业的重要组成部分。美国作为全球最受欢迎的旅游目的地，其旅游产业提供了巨大的就业机会和经济贡献。2011 年，美国商务部的报告显示，旅游业共创造了 1.2 万亿美元的经济收入^④。整体经济增长为 1.7%，实际旅游消费增长了 3.5%，远超整体经济增速^⑤。

2011 年，旅游产业为美国国内生产总值直接贡献了 434.4 亿美元，占美国国内

① 维基百科，“美国旅游业”，参看 http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_the_United_States

② 维基百科，“美国旅游业”，参看 http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_the_United_States

③ 维基百科，“美国旅游业”，参看 http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_the_United_States

④ 商务部，工业与贸易管理局，旅游产业办公室，《2011 年美国旅游产业概况》，参看 http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/Fast_Facts.pdf

⑤ 商务部，经济分析局（BEA），新闻发布，2012 年 3 月 21 日，参看 <http://www.bea.gov/newsreleases/industry/tourism/2012/pdf/tour411.pdf>

生产总值的 2.7%^①。同时,旅游业也创造了 188.4 亿美元的工资,并为美国政府直接贡献了 118 亿美元财政税收^②。

2011 年,旅游业为美国整体出口业贡献了 807 亿美元的直接收入和 385 亿美元的间接收入,规模占美国整体出口的 7%。美国入境旅游市场,国际游客消费共计 153 亿美元,使得 2011 年旅游进出口贸易市场顺差达到 42.8 亿美元^③。全球旅游市场中,国际游客在美国的消费支出最多,占全球游客消费总额的 11.2%,远远领先于西班牙和法国。美国接待的国际游客人数占全球游客总数的 6.4%,屈居于法国位居第二^④。

旅游产业还为美国提供了 760 万个就业岗位,其中 540 万个为旅游产业发展直接贡献(占美国就业市场总数的 4.1%),另外 220 万个为旅游产业发展间接贡献^⑤。从业人员最多的美国旅游业相关产业依次分别是酒店业、航空业、交通相关产业、食品餐饮业、休闲娱乐和购物业。附录 1- 表格 8,罗列了从业人员最多的美国旅游业相关产业。此外,表格显示截至 2011 年年底,美国旅游市场共有 30730 位注册的团队导游,4110 位个人导游,以及 67490 位旅游代理商。预计到 2012 年,美国旅游业将会直接创造大约 560 万个就业机会^⑥。

1 2007 年到 2011 年美国入境旅游市场和国内旅游市场规模概况

根据美国商务部旅游办公室的报告,美国入境旅游的游客数量自 2007 年的 5590 万人次增长到 2008 年的 5790 万人次,其后由于全球金融危机,2009 年入境旅

① 商务部,经济分析局(BEA),新闻发布,2012 年 3 月 21 日,参看 <http://www.bea.gov/newsreleases/industry/tourism/2012/pdf/tour411.pdf>

② 美国旅游协会,《旅游行业岗位就业增长,超过了其他行业》,2012 年 2 月 3 日,参看 <http://www.ustravel.org/news/press-releases/travel-industry-posts-employment-gains-outpacing-other-sectors>

③ 商务部,工业与贸易管理局,旅游产业办公室,《2011 年美国旅游产业概况》,参看 http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/Fast_Facts.pdf

④ 商务部,工业与贸易管理局,旅游产业办公室,《2011 年美国旅游产业概况》,参看 http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/Fast_Facts.pdf

⑤ 商务部,工业与贸易管理局,旅游产业办公室,《2011 年美国旅游产业概况》,参看 http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/Fast_Facts.pdf

⑥ 商务部,工业与贸易管理局,旅游产业办公室,《2011 年美国旅游产业概况》,参看 http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/Fast_Facts.pdf

游人数回落到 5500 万人次。到 2010 年,美国入境旅游人数迅速反弹,旅游人数达到了 5980 万人次。2011 年入境旅游人数持续增长,达到 6230 万人次,使得美国成为全世界最大的入境旅游目的地市场,之后依次是西班牙和法国^①。

加拿大是最大的美国入境旅游市场客源地市场。按美国入境旅游市场客源地规模排序,加拿大之后依次是墨西哥、英国、日本、德国、法国、韩国、澳大利亚、巴西和意大利。附录 1- 表格 1 罗列了 2007 年至 2011 年美国入境旅游市场 10 大客源地及入境游客数量。附录 1- 表格 2 展示了从 2007 年至 2011 年美国入境主要客源地市场及对应的游客消费支出信息。图表显示加拿大在这五年中连续排名第一,日本和英国在第二位的名次上互相胶着,2007 到 2008 年英国位列第二,而 2009 到 2011 年日本胜出。但根据消费支出统计,墨西哥是美国第二大入境游客来源地。

截至 2011 年年底,纽约州已经连续十年成为接待国际游客数量最多的州。根据接待游客数量排名,加利福尼亚州、佛罗里达州、内华达州、夏威夷州、马萨诸塞州、得克萨斯州、伊利诺伊州、关岛和新泽西州分别位列第二到第十位。附录 1- 表格 4 罗列了 2007 年至 2010 年间美国十大接待国际游客最多的目的地市场(根据市场占有率排名)。2011 年,纽约成为境外游客访问最多的城市。在纽约之后,国际游客接待数量最多的城市依次为洛杉矶、迈阿密、旧金山、拉斯维加斯、奥兰多、华盛顿特区、火奴鲁鲁檀香山、波士顿和芝加哥。这些知名城市热门旅游目的地,也深受国际游客欢迎。附录 1- 表格 3 详细展示了 2011 年美国入境旅游市场 15 大港口城市(此白皮书定义美国的“海外市场”中不包括加拿大和墨西哥),纽约、迈阿密和洛杉矶是三大主要美国入境港口城市。

美国入境旅游市场上,2011 年国际游客共消费了 1530 亿美元,相比于 2010 年的 1344 亿美元的总消费增长了 13.8%。2009 年,美国入境国际游客消费共计 1203 亿美元。2007 年和 2008 年美国入境国际游客总消费金额分别为 1224 亿美元和 1417 亿美元^②。[附录 1- 表格 7 展示了 2007 年至 2011 年间美国国内和入境游客消费对于美国旅游产业的经济贡献。该表格清晰地显示了美国国内旅游市场游客消费总额的变化(2007 年美国国内旅游市场游客消费总额为 6413 亿美元,而 2011 年达到了 7043 亿美元)和美国入境国际游客消费总额的变化(2007 年美国入境旅游市场国际游客消费总额为 1224 亿美元,2011 年为 1530 亿美元)]。

《2011 年美国旅游协会旅游预测报告》显示,2011 年美国国内旅游市场的旅游

① 商务部,工业与贸易管理局,旅游产业办公室,《2011 年美国国际游客数量:美国访问量统计摘要》,参看 http://www.tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_Visitation_Report.pdf

② 商务部,工业与贸易管理局,旅游产业办公室,《美国旅游观光趋势:国际游客消费》,参看 http://www.tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2011_International_Visitor_Spending.pdf

总人数为 20.049 亿人次（2011 年美国公民平均每人每年旅游次数为 6.43）。2010 年为 19.657 亿人次（平均每人每年旅游次数为 6.39），2009 年美国国内旅游市场的旅游人数为 19.006 亿人次（年平均 6.22 次/人），2008 年为 19.649 亿（年平均 6.46 次/人），2007 年则为 20.045 亿人次（年平均 6.63 次/人）。2011 年美国国内旅游市场游客消费总额为 7043 亿美元。2010 年统计数据为 6552 亿美元，2009 年为 6102 亿美元，2008 年和 2007 年分别为 6624 亿美元和 6413 亿美元^①。2011 年美国国内旅游市场接待游客数量最多的城市依次是拉斯维加斯、纽约、奥兰多、芝加哥、洛杉矶、旧金山、圣地亚哥、迈阿密、波士顿和亚特兰大。附录 1- 表格 5 总结了美国国内旅游市场接待游客数量最多的旅游目的地。拉斯维加斯、纽约、奥兰多、芝加哥和洛杉矶是美国国内旅游市场五大主要旅游目的地，而夏威夷则排除在美国国内旅游市场最受欢迎的 20 大旅游目的地榜单外。

2 2007 年到 2011 年美国出境旅游市场规模概况

根据美国商务部旅游办公室报告，2011 年美国出境旅游人数为 5850 万人次，相比 2010 年同期的 6030 万人次出境游客人数降低了 3%^②。附录 1- 表格 9 显示了 2007 年到 2011 年美国出境游客人数和对应的境外消费总额。尽管自 2007 年来美国出境游客人数持续减少，然而境外消费支出却大幅度提高。2009 年，美国出境旅游人数为 6140 万人次，2008 年和 2007 年分别为 6360 万人次和 6400 万人次。2010 年，美国游客的境外消费总额为 1028 亿美元，与 2009 年同期的 993 亿美元消费相比增长了 3.5%。2008 年，美国游客境外消费共计 1123 亿美元，2007 年为 1048 亿美元^③。

美国商务部提供的 2007 年至 2010 年美国出境旅游的数据展示了美国出境旅游主要客源地市场（统计数据不包括出境加拿大和墨西哥的游客人数）。附录 1- 表格 14 总结了美国主要地区、州和城市出境旅游的统计数据。其中，大西洋中部地区（纽约州、新泽西州、宾夕法尼亚州）在出境游客数量所占比例中排名领先，而南太平

① 美国旅游协会，《2011 年美国旅游预测摘要》，参看 <http://www.ustravel.org/sites/default/files/page/2009/09/ForecastSummary.pdf>

② 商务部，工业与贸易管理局，旅游产业办公室，《2011 年美国公民出境旅游市场报告》，参看 <http://www.tinet.ita.doc.gov/view/m-2011-O-001/index.html>

③ 商务部，工业与贸易管理局，旅游产业办公室，《2010 年美国旅行和旅游出口，进口和贸易平衡》，参看 http://www.tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2010_International_Visitor_Spending.pdf

洋地区（佛罗里达州、弗吉尼亚州、佐治亚州、华盛顿特区、马里兰州和南卡罗来纳州）出境游客数量所占比例逐年增长（2007 年所占比例为 15%，2011 年数据增长为 22%）。此外，商务部的报告中还展示了美国出境旅游市场最繁忙的 30 个机场的详细数据。附录 1- 表格 13 罗列了美国出境旅游市场最繁忙的机场。根据载客量显示，位于纽约、迈阿密和洛杉矶的机场占有较大的市场份额。值得注意的是这三大市场也与表格 3 中呈现的主要入境市场目的地一致。

最受美国旅游消费者欢迎的出境旅游市场地区依次是北美地区（墨西哥和加拿大）、欧洲、加勒比海地区、亚洲、美洲中部、南美洲、中东地区、大洋洲和非洲。附录 1- 表格 12 展示了 2007 年至 2011 年 5 年期间美国公民出境旅游目的地的数据统计。

2010 年，最受美国出境旅游消费者欢迎的十大目的地市场依次为墨西哥、加拿大、英国、多米尼加共和国、法国、意大利、德国、牙买加、中国和日本^①。附录 1- 表格 11 展示了 2007 年到 2010 年美国出境旅游主要的目的地市场及游客数量。表格还展示了前往中国旅游的美国游客数量。中国作为美国主要的出境旅游市场，2007 年和 2008 年在美国游客数量上排在第九位，2009 年的美国游客数据跌落到第十位，2010 年再次回到第九大美国出境旅游市场的位置。根据世界旅游组织的预测，到 2020 年，中国将成为最大的海外旅游目的地。此外，中国是 2006 到 2015 年间出境旅游消费支出增长最快的国家，其境外支出消费总额预期在 2015 年跃升至第二位^②。附录 1- 表格 10 显示美国出境前往中国的游客数量。数据显示出 2009 年经济跌落后呈现出强健的复苏态势。

① 商务部，工业与贸易管理局，旅游产业办公室，《2010 年美国居民出境旅行摘要》，参看 http://www.tinet.ita.doc.gov/outreachpages/download_data_table/2010_US_Travel_Abroad.pdf

② 维基百科，“中国旅游”，参看 http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_China

第二章

美国旅游业界概况

1 美国旅游批发商概况

旅游批发商，又称为旅游承包商。他们筹划、组装、推广和销售包含各种旅游元素的旅游套餐和服务。这些服务可以包括安排飞机或陆地上的交通及酒店住宿等。团队游套餐通常通过旅游代理（又称为旅游零售商）出售给大众消费者。旅游批发商通常会和旅游供应商比如航空公司、酒店、其他陆地接待厂商和邮轮公司等合作，以创建更轻松和经济的旅行组合产品及提供特别的目的地旅游体验^①。

在美国有成千上万家旅游批发商。他们针对细分市场规模、销售和提供美国出境旅游、外国团入境美国旅游，以及美国国内旅游的产品和服务。从组团游到自由行，这些旅游批发商提供非常广泛的旅游产品，比如休闲游、探险游、文化游、美食游、会议和奖励旅游等，用以满足游客不同的兴趣和要求。这些旅游批发商服务于不同年龄层次的游客，从高龄老者到年轻学生。2011年，美国市场上拥有超过2600家旅游批发商公司。他们雇用了超过27000名员工，年销售额超过40亿美元^②。美国两大最主要的旅游批发商协会收录了绝大多数在美的旅游批发商公司。

全美旅游协会（NTA）会员名单中有近700家旅游批发商公司。他们提供国外旅游团入境美国、美国出境旅游以及美国国内旅游的产品和服务。对于全美旅游协会的旅游批发商来说，中国已经成为美国入境旅游的重要客源地市场。2011年，有146家获中国国家旅游局核批，并在全美旅游协会登录在册的旅游批发商具有资格承接中国团的旅游项目^③。附录2-表格15提供了全美旅游协会登录在

① IBISWorld,《美国旅游运营商：市场调研报告》，参看 <http://www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid=1482>

② IBISWorld,《美国旅游运营商：市场调研报告》，参看 <http://www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid=1482>

③ 国家旅游局,《国家旅游局旅游运营商摘要》，参看 <http://www.ntaonline.com/includes/media/docs/NTA-Tour-Operator-Snapshot.pdf>

册会员中获中国国家旅游局核批具有承接中国旅游团资格的旅游批发商名单和地址。需要指出的是,150家被中国国家旅游局核准的旅游批发商中,76家来自加利福尼亚州,55家来自夏威夷,14家来自纽约,5家来自内华达州。美国旅游批发商协会(USTOA)拥有超过140家旅游批发商会员,这些会员需要交纳100万美元作为定金,以保证其游客基本权利。这其中有42家旅游批发商销售前往中国的旅游项目^①。附录2-表格16列举了销售前往中国项目的主要旅游批发商名单(按旅游产品主题分类)、它们的地理位置、开展这项业务的时间和关于该项目的简短介绍。42家登记在册的旅游批发商中,15家来自加利福尼亚州,7家来自马萨诸塞州,5家来自纽约州。

2 美国旅游零售商和旅游管理公司概况

旅游零售商一般是指私有的零售商或者是向大众消费者提供旅游相关服务的旅游供应商,比如航空公司、汽车租赁公司、邮轮公司、酒店、铁路公司和旅游代理。除了和普通的观光客打交道以外,大多数旅游零售商还有一个专门的部门用来为商务旅行者和其他专项服务于商务和贸易旅游的旅游零售商制定旅行安排^②。

美国有四种不同类型的旅游零售商:超大规模零售商,集团旅游零售商,地方零售商和独立零售商^③。美国运通和卡尔森嘉信旅行公司是超大规模旅游零售商的代表。Ensemble和Virtuoso是旅游集团零售商的代表。独立零售商的产品和服务通常针对一个特殊或者细分的市场,比如为一些处于高端市场的居民组织一些类似的活动,如橄榄球、高尔夫或网球等体育活动,并为他们提供来回城镇和郊区通勤的交通服务。超大规模零售商通过特许经营方式扩展业务,被特许经营的加盟厂商支付一定比例的特许经营费用来获得超大规模零售商一系列的经销系统,包括在一定时间内使用特许经营公司的名字和获得营销和公关等方面的帮助。Travel leaders和Uniglobe是特许经营公司的代表。

随着网络的发展,一些旅游零售商开始建立自己的网站,并提供详细的信息和强大的在线预订功能来获得品牌的网络曝光率。本文称类似的Expedia.com和Priceline.com等网站为在线旅游零售商(OTA)。在线旅游零售商主要采用电脑预订

① 美国旅游批发商协会(USTOA),《美国旅游运营商协会名单》,参看<http://www.ustoa.com/2009/ActiveMemberProfile.cfm>

② 维基百科,《旅游零售商》,参看http://en.wikipedia.org/wiki/Travel_agency

③ 维基百科,《旅行社类型》,参看http://en.wikipedia.org/wiki/Travel_agency#Types_of_agencies

系统，又叫作全球零售系统（GDS），例如 SABRE，Amedeus CRS，Galileo CRS 等。通过这些全球范围的电脑预订系统，大众旅游消费者能够在旅游零售商的网站上预订和购买机票、酒店客房、汽车租赁和其他旅游相关服务。大多数旅游零售商允许游客根据自己的偏好、价格范围和距离来排序旅游项目^①。

2011 年，美国有 11159 家旅游零售商和超过 117551 位员工，累计营业额达到 220 亿美元^②。Expedia、美国运通、卡尔森嘉信、霍格罗宾森集团、差旅治理公司（BCD 旅行）、Priceline、Orbitz、美国汽车协会旅游部门（AAA 旅游）、Travel leaders、Flight Central USA 是 2011 年按营业额收入排名前十大的旅行零售商和旅游管理公司（附录 2- 表格 17 列举了美国这些顶尖的旅行零售和旅游管理公司，包括它们的排名、位置和成立时间，2010 年它们的营业额收入，它们的员工数目和每个公司的简短介绍；除了上述的前十家公司，表格还列举了表单的其他十五家公司）。Vacation.com，Travelsavers.com、Ensemble、Virtuoso、Nest、Signature Travel Network、Mast Vacation Planners 是按门店数量排列的前七大旅游零售商集团（附录 2- 表格 18 列举了美国前七大旅游零售商集团的排名、总部、门店数目以及每年的营业额；Vacation.com、Travelsavers.com、Ensemble 和 Virtuoso 排名前四）。按照特许经营旅行公司的规模排名，美国运通是最大的旅行代理公司，其后依次是 Uniglobe、Results Travel、Travel Leaders、Cruise Holidays、CruiseOne 和 Travel Network。附录 2- 表格 19 列举了按照年营业额排列的美国特许经营旅行公司名称和排名，门店数量和年营业额。

3 美国旅游市场供应商

3.1 美国酒店产业

酒店行业术语一览

以下是酒店业中常用的专业术语指南：

ADR（平均每日房价）^③

平均每日房价：计算方法是用房间总收入除以已预订房间的总数

① 维基百科，《旅行社类型》，参看 http://en.wikipedia.org/wiki/Travel_agency#Types_of_agencies

② IBISWorld，《美国旅游运营商：市场调研报告》，参看 <http://www.ibisworld.com/industry/default.aspx?indid=1481>

③ STR 国际，术语表，参看 <http://www.str.com/Resources/Glossary.aspx>