

世界旅游改变

戴斌 著



旅游教育出版社

国民旅游休闲讲稿（三）

世界 旅游改变

戴斌 著

北京·旅游教育出版社

特约编辑:雷 蕊

责任编辑:郭珍宏

图书在版编目(CIP)数据

旅游改变世界 / 戴斌著. --北京:旅游教育出版社, 2016.7

(国民旅游休闲讲稿:三)

ISBN 978-7-5637-3444-3

I. ①旅… II. ①戴… III. ①旅游业—中国—文集
IV. ①F592-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 173180 号

国民旅游休闲讲稿(三)

旅游改变世界

戴斌 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepdfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京柏力行彩印有限公司
经销单位	新华书店
开 本	720 毫米×1000 毫米 1/16
印 张	13
字 数	149 千字
版 次	2016 年 7 月第 1 版
印 次	2016 年 7 月第 1 次印刷
定 价	42.80 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

序

十年弹指一挥间,与戴斌先生,我的良师益友,相识十多年了。

同程 2004 年诞生在苏州,像今天很多旅业创业团队一样,随时都可能在异常激烈的市场竞争环境中消失。当时我无意中看到一本叫《旅行社管理比较研究》的书,觉得很有价值,从中我了解了世界一流的旅游企业是怎样经营管理的。公司那时候很缺钱,但还是花钱买了 100 本,员工人手一本,大家集体学习。这本书的作者就是戴斌先生,当时是北京二外的一名教授。2006 年,我和王老师到北京第一次拜访了先生,从那时候开始,同程播下了小小的梦想种子——我们虽然只是一个在苏州创业的普通团队,未来有没有可能去影响世界旅游业的发展?

与先生的交往并不多,一年能见到几次,彼此都是风尘仆仆,但却总能心意相通,先生总是说他和同程一样,都走在创业的路上。先生很关心同程的发展,如同他关心数以百计的中国旅游业的创业团队一样,每次嘘寒问暖,关键时刻,也会直言提醒。

这次受先生之托,为《旅游改变世界》作序,倍感荣幸。我理解,这本书是《国民旅游休闲讲稿》三部曲的第三部,前两部《城市:可以触摸的生活,可以分享的文明》《创业照耀旅游的星空》早已拜读。如果说前面两部是站在中国的视角下看中国旅游城市发展,看中国旅游业的创业生态,那么这本书我的理解应该是站在世界角度看中国旅游业的发展,站在中国的角度看世界旅游业的发展。书中收录了先生从 2006 年到 2015 年近十年在国际交流中的演讲稿,这十年正是中国出境旅游业高速发展的十年,这十年也正是中国旅游业全面融入全球旅游发展的十年,这十年,也是先

生为让世界了解中国,了解中国旅游业,做好“主人”而奔波呼吁的十年,更是先生为中国游客更方便、更有尊严地在世界行走而努力的十年。

这十年的演讲稿,包含了从两岸旅游交流,到相关各国各地区旅游业与中国出境游发展的互动研究,也包括了对中国旅游业、世界旅游业的现状及发展趋势的解读与研判。一篇篇读下来,每每惊讶于这其中庞大的信息量和深厚的学术底蕴,但这之于先生,却又毫不奇怪,翻看他的朋友圈,经常看到他凌晨一两点还在伏案写作。世界上从来没有什么天才,如果有,只是因为比别人更勤奋,花了比别人更多的时间。

各国旅游政策的制定者和旅游业者可以在这本书中看到如何更好地分享中国一年过亿出境游客的巨大市场,各国旅游研究者和中国旅游院校的同学可以在书中看到中国与世界旅游业对接中的理论与实践,中国旅游的政策制定者又可以在这本书中看到消费升级的巨大潜力和供给侧改革面临的机会与挑战,而全书给我留下最深刻印象的还是先生十年一贯的“大众旅游情结”。“大众旅游”在先生关注研究了十年后的今年已经正式进入了政府工作报告,而先生还在为“老百姓的旅游梦想”继续努力着;当然,作为市场嗅觉敏感的中国旅游创业者,在这本书中我也发现了诸多出境旅游市场的商机,你发现了吗?

任何人都是时代的产物,中国旅游业的发展选择了勤奋、博学、善良的先生作为中国旅业智库的代言人,作为中国旅业的学界领袖、业界导师。

任何企业也都是时代的企业,同程愿与先生一起,愿与中国旅业的同学们一起,在世界旅游业发展的大潮中奋力拼搏,展现中国旅游人的智慧、情怀、格局。



2016年7月6日

目录

综合篇

“美丽中国”吸引了世界各国、各地区游客的到访和投资机构的进入,“中国梦”让每年数以亿计的国人有机会跨出国境,现象级的出境旅游在提升国民自身素质、惠及目的地经济社会发展的同时,也在更大范围和更深程度上改变了世界。旅游是人类长存的生活方式,中国政府和旅游业界为了国民大众的旅游权利,一直在不懈地努力着。我们欣喜地看到,世界也在为此前行。

中国出境旅游的演化进程与学术价值	2
美丽中国旅游梦	6
把“欢迎中国”落实到旅游接待的细节中去	11
老百姓的旅游梦想与中国政府的不懈努力	14

报告篇

作为旅游智库建设的标志性成果,中国旅游研究院每年都会出版一部汇集市场数据和消费分析的出境旅游报告。在这个并不孤独的星球上,我们比邻而居,希望天下一家,希望走亲戚一般常来常往。我们分享异地的生活空间,尊重地球上的每一份空间,每一类人群,也希望你们能够了解和接受来自中国的游客,并对出境旅游初级阶段存在的历史性问题给予必要的理解和宽容。

比邻而居,天下一家	22
走亲戚一般地常来常往	27
重视中国出境游客的满意度评价与产业诉求	32
这颗星球并不孤独	35

转折之际,主客之间 40

说走就走的旅行:理念、政策及其商业实现 44

理性的增长与变化的应对 49

亚洲篇

远亲不如近邻。从“一衣带水”的日本,“鸡犬相闻”的朝鲜半岛,到“不可思议”的印度,再到“一千零一夜”的西亚,特别是曾经作为出境旅游代名词的“新马泰”,每年数千万的中国游客在家门口感受相似的文化,感受不同的生活。随中国游客而来的,是日趋常态的消费增量,是多元增长的投资主体。确实,旅游对世界的改变是从亚洲开始的。

中国游客眼中的奈良与奈良旅游的中国机遇 56

青年人是中印旅游共同的未来 61

济州旅游的引力与潜力 70

进一步巩固东盟作为中国出境游客的首选目的地 76

让更多的中国人来阿联酋走一走,看一看 80

港澳台篇

微博和微信的朋友圈里每天都可看到游客在台湾实时发出对于美景、美食和人文的感叹,直让人感慨那湾浅浅的海峡是不是真的承载过几代人的乡愁。而那条中英街,还有拱北口岸,也早已为潮水般往来的游客淹没在历史的记忆中了。旅游政策放开,特别是个人游政策实施以来,海峡两岸、港澳与内地的紧密联系,从来没有像今天这样融入老百姓的日常生活。

从容推进两岸民众的旅游往来 86

两岸民众的自由往来是旅游产业融合的市场基础 90

服务品质是两岸双向旅游交流可持续发展的保障 97

面向大众的品质,走向融合的产业 105

中国应当,也能够,在世界旅游经济中发挥更大的作用 109

香港的价值与旅游的未来 115

“世界旅游休闲中心”的理论内涵与政策设计	120
让世界来分享澳门的花样年华	125

欧洲篇	2004 年, 欧盟与中国签署了 ADS, 我们漂洋过海去看他们, 一路走, 一路买, 什么都是好的。他们瞧我们呢, 也是新奇, 从来没有在家门口接待这么多买东西还讲价、找个空地就跳广场舞的中国游客。2012 年, 中俄两国互办“旅游年”, 开创旅游外交大格局。2015 年, “欢迎中国”广为工商各界所接受, 中文接待环境成为海外目的地各国各地区的日常关注。
	漂洋过海来看你
	130
	跨越欧亚大陆的往来
	134
	让不同国家的人民沿着丝绸之路旅游、对话与合作
	137
	好客之道需要更多的日常关注
	142
	民众之间的自由往来是旅游合作, 也是国家对话的战略基础
	145
	中俄旅游投资的成长空间与路径选择
	150
	共享文化记忆, 共建旅游合作
	156
	迎接旅行购物的中国时代
	160

美洲篇	旅游之于美国的政商各界, 大体上局限于宣传推广、旅行社、酒店、主题公园等概念。后来, 他们听到世界旅游组织宣布中国已经成为全球第一大旅游客源国和消费支出国, 听到古巴和更为遥远的阿根廷都在吸引更多的中国游客到访和商业投资, 听到省州旅游局长会议上的数据和信息, 中美双方高层启动了“旅游年”等多个重大项目。
	在游客增长的基础上务实推进中美旅游产业合作
	168
	旅游应当, 也能够成为中古经贸合作的优先领域
	173
	阿根廷: 中国游客的感知与企业家的机会
	175

更加广泛的民间交流,更为多样的产业合作	180
---------------------------	-----

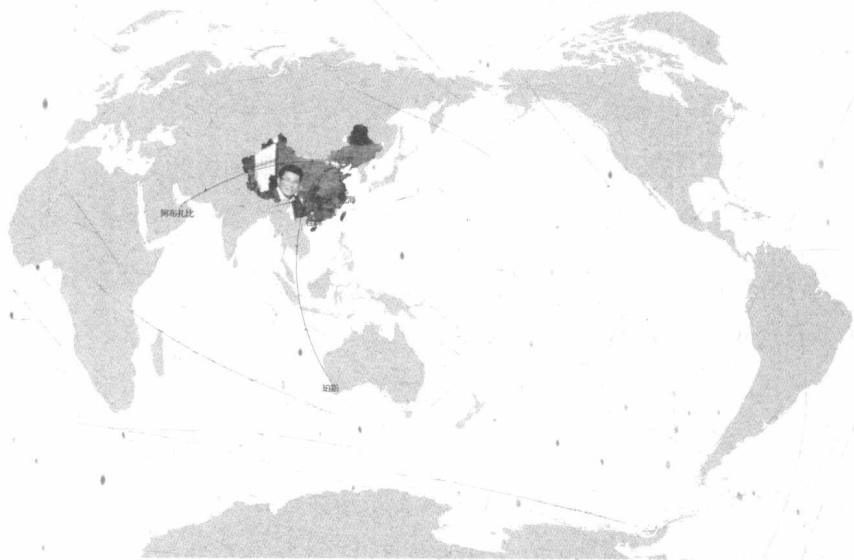
大洋洲篇	无论是从双边外交,还是从世界旅游发展格局来看,中澳旅游合作都有诸多的可圈可点之处。双向往来的游客规模从未因为市场之外因素的影响而波动,一直保持着持续增长的态势。适应散客和自组织旅游市场发展的签证政策、营销推广和商业接待体系,惠及的不仅有游客,还有旅游业界和政府主管机构。
------	---

以 ADS 升级为契机,构建中澳旅游合作新机制	188
-------------------------------	-----

后 记	以国家的名义
-----	--------

在中国旅业国际创新方面做出更大努力	192
-------------------------	-----

综合篇



“美丽中国”吸引了世界各国、各地区游客的到访和投资机构的进入，“中国梦”让每年数以亿计的国人有机会跨出国境，现象级的出境旅游在提升自身素质、惠及目的地经济社会发展的同时，也在更大范围和更深程度上改变了世界。旅游是人类长存的生活方式，中国政府和旅游业界为了国民大众的旅游权利，一直在不懈地努力着。我们欣喜地看到，世界也在为此前行。

中国出境旅游的演化进程与学术价值

——在国际旅游学会 2014 年年会上的主题演讲

女士们,先生们:

上午好!

二十年前,我还是一名刚刚就读于旅游管理专业的研究生,很多学生的梦想是毕业后当一个可以接待外国人的导游,可以挣外汇。那个时候,1 美元大约可以换到 8.8 元人民币,黑市的价格更高。十年前,随着国民旅游需求的持续增长,很多人的梦想是成为酒店经理,可以有体面的工作环境,可以挣高薪,还有机会出国接受培训。当时出国还是件稀罕的事情,偶尔会在半夜里被亲友的国际电话吵醒,“早上好!哦,对不起,忘记有时差了”。哪是忘记了啊,就是想告诉我他现在在国外呢!弄得自己真是羡慕嫉妒恨啊,做梦都是走在纽约的大街上。

事实上,直到 1997 年 7 月颁布实施《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》,才标志着市场化意义上的出境旅游市场开始发育。虽然起步较晚,但是发展速度很快。经过 1998—2008 年这十年的孕育,中国成为了亚太和世界旅游市场最重要的客源国之一。2009 年,中国旅游服务贸易首次出现逆差,标志着中国旅游业的发展进入了一个新的历史阶段。到了 2013 年,9819 万的出境人次和 1286 亿美元海外消费,深刻影响了亚太乃至世界旅游市场格局。“中国游客”已经成为国际旅游业界、各大媒体和各国政要口中的热词,2012 和 2013 年,中国和俄罗斯首次互办“旅游年”,明年开始,中韩两国也将互办“旅游年”。在这个月刚刚结束的 APEC 北京峰会上,习近平主席宣布“未来五年将有 5 亿中国公民出境旅游”,美国总统奥巴马则宣布给予中国游客十年有效的签证。而业界发起的面向中国游客的专项计划就有近十项,如“欢迎中国”“中国友好”等。与此同时,旅游学术界也配置了越来越多的资源对这一现象加以系统研究,广泛涉及市场规模、消费结构、消费评价、发展趋

势、政策演变以及主客关系等主题。

研究表明,经过十多年的持续高速增长,中国已经成为全球最大的出境旅游客源国和海外旅游消费支出国,正在对旅游市场和经济社会产生日益广泛的影响。1998年,中国出境旅游人次还仅有842.56万,预计今年将达到1.14亿人次,年均增长17%,是同期全球出境旅游增长最快的国家。出境旅游消费由1998年的92亿美元增加到2014年的1550亿美元,年均增长19%。对于这一现象,我看可以从由封闭走向开放的社会转型、国民收入增长与人民币升值的经济发展、ADS协议与签证便利化等政策利好、购物体验与品牌认同等消费行为等多个维度加以解释。购物消费一直都是中国游客消费的主要项目,早期曾经占到目的地消费65%的比重,以至于国际旅游业界把中国游客视为“会行走的钱包”。在总体上欢迎中国游客到访的同时,也有一些针对游客不文明行为的负面评价。事实上,出境旅游的高速发展不仅对目的地经济,而且对当地生活环境、自然环境、社会舆论也产生了日益显著的影响。对此,中国政府一方面通过《旅游法》《出境旅游文明公约》加以约束,另一方面也通过广泛的宣传加以引导。习近平主席在南亚进行国事访问时,与游客聊天,提到“不要乱扔矿泉水瓶子,不要随意破坏珊瑚礁。少吃点儿方便面,多尝尝当地的海鲜”。我本人也在今年九月应中央人民广播电台之约做了30天的《公益报时》:“爱国就是在我们出境旅游时将文明融入到一言一行中,不大声喧哗、按秩序排队、尊重当地的风俗习惯”。

女士们,先生们:

展望未来五年,中国出境旅游市场在保持总量继续增长的同时,也将会出现一些值得关注的新动向。尽管承受了越来越大的旅游贸易逆差,但是迄今为止,尚没有迹象表明中国政府将加大出境市场的管制力度。相反,我们愿意看到世界各国、各地区都能够搭上中国出境旅游繁荣发展的快车。预计到2020年,中国将实现小康社会的中国梦,届时每年将有超过2亿的出境旅游人次。随着市场基数的增大和消费心理的成熟,出境人次和海外消费的增速肯定会有所下降。统计调查表明,中国出境旅游客源地正在从北京、上海、广州、深圳等一线城市和沿海发达地区向二

三线城市和中西部地区扩展,这些地区和城市的居民,特别是中产阶层将成为中国出境旅游的主力。中国游客仍将选择周边国家和地区作为主要目的地,但是北美洲、大洋洲、欧洲等远程目的地将会不断扩大中国出境旅游的市场份额。南美洲、非洲,甚至南极洲和北冰洋则会成为更多中产阶层和青年游客的新增线路选项。值得关注的是,随着信息技术应用的普及、人们旅行经验的丰富以及自主性强的“80后、90后”成为中国出境旅游市场的主体,出境旅游市场的散客化和自由行趋势越来越明显。游客正在从早期一日多地的“高速公路游”“土豪购物游”转向文化体验游、休闲度假游、康体养生游,甚至十天半个月的行程就待在一座城市里,以最大限度地分享和体验高品质的目的地生活。

之所以乐见国民大众花了上千亿美元到世界各地走一走,看一看,是因为我们认识到:旅游是人类长存的生活方式,是国民权利和中国梦的有机组成部分,是“人民群众生活水平提高的重要指标”,而“人民群众对美好生活的追求就是我们的奋斗目标”。当然,我们也在关注人出去了,钱花了,文明程度也在不断提升,能不能获得更好的服务品质呢?受国家旅游局委托,中国旅游研究院连续8个季度开展的中国出境游客满意度调查表明:在以加拿大、法国、新西兰、新加坡和西班牙为代表的目的地国家获得了中国游客较高的满意度评价的同时,我们的同胞对国际旅游目的地的中文接待环境、中餐、导游,以及电视、报纸、网络等的中文资讯,及居民的包容度等方面还有颇多抱怨之处。从近期数据来看,由于民航安全、恐怖袭击和接待设施不尽完善等方面的原因,中国游客到访最多的周边国家如马来西亚、菲律宾、印度尼西亚、柬埔寨、越南等,满意度呈下降趋势。无论是满意,还是不满意,都是国人的旅游梦想实现过程中阶段性的视角。中国有句老话,“挑的才是买的”,游客的挑剔反映了他们对目的地国家的期待,并希望以此促进其旅游接待环境和服务品质的提升。希望国际社会能够更加深入地研究中国市场和中国游客的消费需求,能够对中国游客的生活习惯和旅游行为给予更多的宽容和理解,并为中国游客提供更多的人文关怀和更高品质的旅游服务。



在欢迎“中国游客”的同时,世界也需要做好迎接“中国服务”的准备。随着中国经济的增长和企业竞争力的强大,特别是中国出境市场的持续增长,必然会吸引更多的相关企业“走出去”,在全球范围为游客提供“中国服务”。港中旅集团、国旅集团、首旅集团、锦江集团、岭南集团、海航集团、万达文旅等综合旅游运营商,中青旅、春秋、广之旅、携程、去哪儿等旅行服务商,开元、金陵、铂涛、华住、布丁等酒店运营商,海昌、长隆、乌镇等主题公园和景区投资者,以及更多正在成长中的商业机构,在国内市场获得了相对稳定的竞争优势以后,当然也会遵循商业规则谋划在全球旅游市场的战略布局。我们已经看到越来越多的中国机构在欧洲、在东盟、在美国、在日本收购酒店、葡萄酒庄、餐馆、购物中心,并有更多的职业经理人员、专业技术人员和劳务派遣人员在世界各地提供“中国服务”。对于这些正常的跨国商业行为,有的国家和地区却以“国家安全审查”“反垄断调查”“劳工福利调查”等名义对中国投资者和品牌运营商实行国别歧视和所有制歧视,甚至人为阻碍公司业务的正常开展。我看,还是让“政治的归政治、商业的归商业”为好。如果说中国游客“走出去”是世界旅游市场的新常态,那么中国企业、中国文化和中国服务“走出去”也是世界旅游产业的新常态。在中国的旅游服务走向世界的进程中,我们希望获得各位的认可与支持,就像中国游客今天所获得的礼遇一样。

女士们,先生们:

世界旅游进入“中国时代”以后,对学术研究和旅游研究也提出了新的研究对象、新的学术视角,并将产生新的学术思想。1841年,托马斯·库克先生组织的“禁酒之旅”开启了近代旅游的大门,同时也启动了旅游作为独立学科的建构历程。自那时起,一代又一代旅游学者围绕旅游、旅游者、目的地、旅游业等基本概念,围绕旅游动机、旅游条件、旅游影响、旅游规划、旅游市场、可持续旅游、旅游政策等专题,借鉴并创新人类学、社会学、心理学、经济学、管理学、地理学等研究方法,搭建学术期刊、专业教学组织、国际学术组织等平台,逐渐形成了旅游学术共同体,并在世界范围内与政府机构、非政府组织、商业机构和社区居民进行互动,形成以欧美

发达国家为主导的学术话语体系。今天,高速增长的中国出境旅游则成为国际旅游学术发展全新的观察、分析和研究对象。对“中国现象”的解释,既需要坚持传统的学科范式,又需要注入东方的学术视角,并形成全新的学术思想和当代旅游发展理论。中国的学术传统在价值取向上强调“格物、致知、诚心、正意,修身、齐家、治国、平天下”,或者说“学以致用”,在表现形式上则强调“义理、考据、辞章”。就是说只追求逻辑自洽和同行认可还不够,还得对社会实践有指导作用,得让受众听得懂,而且有文采。由是出发,当代旅游学术研究的繁荣发展就必须与时代共进、必须及时回应产业实践的现实要求,而不能仅仅满足于读学位——发论文——拿课题——得终身教授这样传统学者的成长道路。我和我的同事曾经对出境旅游市场进行了长达十年的跟踪研究,近年来又开展了“中国出境游客满意度调查”项目。在此过程中,我们固然看重围绕这些项目所形成的论文、著作、教学课件等学术成果,也更加看重与此相关的研究报告、政策建议、专业演讲、媒体采访和国际交流与合作等应用成果。在为服务政府建言献策和服务产业发展规划的过程中,我们也在探索世界格局和中国视角的当代旅游发展理论,并愿意与国际学术界进行分享。

作为一名国家旅游智库的领导者,我期待与国际同行和政商各界开展广泛的交流与合作,为推动亚太和世界旅游业的繁荣发展,为人类在大地上更加自由、更有尊严地行走,而付出所有的才情与努力。

谢谢!

(2014.11.26 澳大利亚·珀斯)

美丽中国旅游梦

——在2014中国国际旅游研讨会上的主旨演讲

女士们,先生们:

20世纪80年代早期,对于绝大多数的国人来说,旅游是长城、故宫、兵马俑等



景区里熙熙攘攘的境外游客。我们从电视画面上、报纸版面上好奇地打量着欧洲人、美国人的金发碧眼,日本人、韩国人的精致妆容,港澳同胞、台湾同胞和海外侨胞的时髦衣着。如果各位坐着时光机器穿越到那个时候的中国街道,一定会经常听到“哈喽”“老外”这样热情招呼的声音。那个时候,国人的梦想是能够成为一名导游,会说外语,能挣亲戚邻居很是眼热的外汇券。至于工作、学习之外的旅游离中国人还很遥远,政府主导的旅游发展目标就是赚更多的外汇,以支持国家的经济建设。

到了20世纪90年代中后期,旅游是拥挤在景区里看山、看水、看人。中国人第一次拥有可以休息两天的周末,第一次拥有连休七天的“黄金周”,加上改革开放以后近二十年的经济发展,口袋里多少有了些闲钱,旅游的热情一下子被激发起来。有钱的坐飞机、住星级酒店,钱少的坐绿皮火车、坐大巴、背着凉开水就出发了。曾经有年轻人裹着军大衣在黄山的山顶上坐了一夜等着看日出,现在想来倒不失为温馨浪漫的青春记忆,真实的情况是游客没有充足的住宿预算,目的地也没有合适的经济型酒店可供选择。

进入21世纪,作为国内旅游的自然延伸,越来越多的中国人跨出国境,在欧罗巴好奇地打量着从小就在课堂上了解到的埃菲尔铁塔、蓝色多瑙河、威斯敏斯特教堂,在南美洲实地感受曼哈顿的繁华、潘帕斯草原的辽阔和尼亚加拉大瀑布的壮观,还有新加坡的鱼尾狮、马来西亚的双子塔、香港的红磡体育馆、台北的101大楼,甚至会在北极熊和企鹅的旁边合影。在观光游览的同时,各国各地区精致的商品和远低于国内市场的价格,极大地激发了中国人的购物欲望,以至于中国人被视为“行走的钱包”。因为快速增长的出境旅游,特别是近乎狂热的旅游购物,2009年,中国的国际旅游贸易第一次出现了逆差,并呈不断扩大的态势。

而今,旅游已经成为老百姓常态化的生活方式,成为“人民群众生活水平提高的重要指标”(习近平,2013)。2014年,中国的国内旅游、出境旅游和入境旅游将分别达到36亿人次、1.14亿人次和1.28亿人次,国民人均出游率达到2.8次。旅游已

经成为“现代服务业的重要组成部分”(国务院,2014)。我们的目标是到2020年,中国全面建成小康社会的时候,实现人均出游率4.5次,那将是一个60亿人次、5万亿人民币的消费市场,将成为国民经济的战略性支柱产业。国民大众的旅游梦想正在成为“中国梦”的重要组成部分,为此,中国政府和旅游业界正在积极谋划中长期发展战略,并从技术、人才和项目上进行认真的准备。

女士们,先生们:

经过三十五年的发展,中国正在从大众旅游发展的初期阶段向中高级阶段演化。展望今后的五年,如何让更多的国民能够参与到旅游活动中来,让中低收入的城乡居民能够享受基本的旅游权利,如何让旅游者享受更高的服务品质,确是摆在我们面前的重大现实课题。13亿多人口的大国啊,有人连真正意义上的观光旅游还没有享受呢,有人已经对十万元级的订制旅游挑三拣四了;城里的人想逃离钢筋水泥的丛林,山区和农村的居民想过上城市的现代化生活;有人想多一些、再多一些假期让自己可以实现“想走就走的旅行”,还有很多人想获得更多的工作时间,多挣些钱让自己的基本生活能得到有效的改善。新一届政府宣告,“人民群众对美好生活的向往就是我们的奋斗目标”。作为一名始终关注国民旅游的学者,我欣喜地看到了体现国家意志的《旅游法》、承载政府战略的《国民旅游休闲纲要》《国务院关于加快旅游业改革与发展的若干意见》等文件,为国家旅游发展确定了方向、目标、实施路径和保障手段。由于中央政府明确了发展的信心,各级地方政府不断加大对高铁、机场、高速公路、江河湖海的客运码头等旅游基础设施,以及旅游问询中心、旅游宣传推广、游客满意度监测与投诉处理等旅游公共服务的投入,金融资本、产业资本、现代科技应用和年轻人的创业创新,让国民大众的旅游活动有了更多可供选择的市场主体。在这一旅游权利均等化的伟大历史进程中,同样离不开国际资本和旅游业界的合作,中国将以更大的开放力度吸引国际资本、技术和人才投资国内旅游市场,引入新型的旅行服务、酒店管理、主题公园、文化创意、汽车租赁、房车宿营等商业形态。一个开放、多元的旅游产业体系正在加速形成中。