



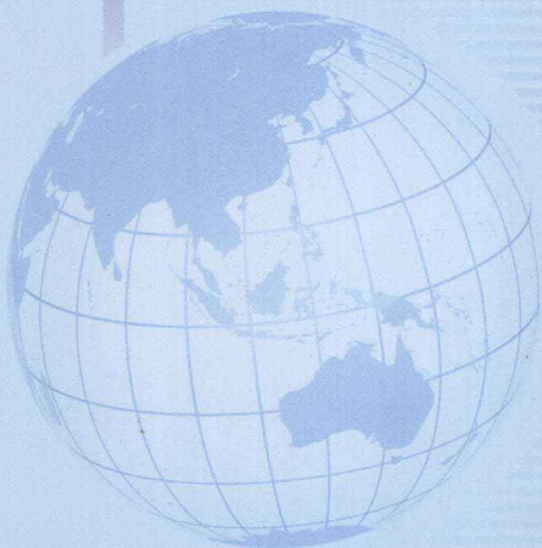
中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国区域旅游 发展年度报告 2010-2011

ANNUAL REPORT OF CHINA
REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT
2010-2011

中国旅游研究院



中国旅游出版社



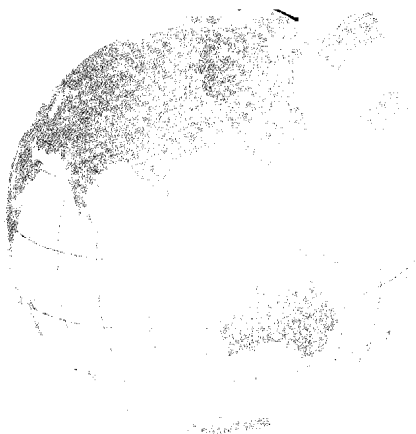
中国旅游发展年度报告

Annual Development Report of China's Tourism

中国区域旅游 发展年度报告 2010-2011

ANNUAL REPORT OF CHINA
REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT
2010-2011

中国旅游研究院



中国旅游研究院
China Tourism Academy
地址：北京市西城区三里河路
邮编：100044
电话：010-68403600
传真：010-68403601
电子邮箱：tj@ctar.cn
www.ctar.cn

中国旅游出版社

责任编辑： 洁 付 蓉

装帧设计： 中文天地

责任印制： 冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

中国区域旅游发展年度报告：2010~2011/中国旅游研究院著. --北京：中国旅游出版社，2011.3
ISBN 978-7-5032-3645-7

I. ①中… II. ①中… III. ①旅游业-区域发展-研究报告-中国-2010~2011 IV. ①F592.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 021320 号

书 名：中国区域旅游发展年度报告 2010~2011

作 者：中国旅游研究院

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@cmta.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

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2011 年 3 月第 1 版 2011 年 3 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：11.5

印 数：2000 册

字 数：187 千

定 价：45.00 元

I S B N 978-7-5032-3645-7

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

《中国区域旅游发展年度报告 2010 ~ 2011》编辑委员会

主任委员 戴 斌 中国旅游研究院院长 教授 博士

编 委 (按姓名音序排列)

保继刚 戴 斌 杜 江 贾法利 (Jafar Jafari)

李天元 马晓龙 宋海岩 田 里 魏小安

谢彦君 张凌云

《中国区域旅游发展年度报告 2010 ~ 2011》编辑部

主 编 马晓龙 中国旅游研究院区域旅游发展与规划研究所负责人
副研究员 博士

执行主编 吴丰林 中国旅游研究院区域旅游发展与规划研究所博士

编辑部成员 (按姓名音序排列)

黄 璜 刘珈伊 马晓龙 吴丰林 吴 普

叶 君 张佑印

序

区域旅游：地理学与经济学的双重审视

按照规范的解释，区域是指跨行政管辖权的空间。现实中，既有跨国境的东北亚区域、大湄公河次区域，也有跨省市的环渤海经济区、长江三角洲经济区、珠江三角洲经济区，还有依托相邻城市形成的长株潭经济区等。从旅游经济运行的角度来看，区域可以划分为旅游目的地、旅游客源地和旅游中转地。当然，对于北京这样的大都市而言，往往兼具双重功能甚至更多的角色。这些区域基本上是源于经济社会发展和历史演化而自然形成的，当然也不排除在创新机制和旅游市场发展需求的共同作用下，一些新的旅游区域、旅游圈、旅游带的概念被创造了出来。其中有的已经或者正在获得市场上的成功，如香格里拉旅游区、环京津休闲度假带；有的只是一种概念的堆积，如那些因为名称相同或者类似就连在一起的城市合作区。但无论如何，随着大众旅游时代的到来，旅游经济运行的散客化趋势越来越明显。最大限度地消除不同行政区域之间的制度与市场壁垒是市场发展的必然要求，也是政府公共服务提升和制度创新的方向。在上述背景下，界定区域旅游的内涵、要素和类型，阐释区域旅游的内在驱动力和演化机制，总结不同区域的旅游发展模式，引导其可持续发展，既是学术界对中国旅游产业发展现实需求的回应，也是本土旅游学术积淀、演化和创新的内在要求。

从筹建到运营，我所服务的中国旅游研究院已经走过了三个年头了。除了撰写半个月一期的《旅游内参》、不定期的《信息快报》，以及国家旅游局交办的专题研究课题外，我们还重点推进了包括旅游经济运行分析与发展预测、出境旅游、饭店产业、旅游集团、游客满意度等一批年度性研究报告。这些成果通过专题报告、政府文件、领导讲话、公开发布、论文专著等形式逐渐对我国旅游经济运行产生了或大或小的影响。回过头来看，一家成立两三年的智库机构之所以能够取得一些成绩，有时代发展的机遇，有政府和业界的大力支持，



更有着像晓龙他们这样一批有理想、有才华的青年学者的辛勤努力。事实上，无论是政府文件还是年度报告，都是科研机构的正常产出或者说学术成果。衡量一家学术机构的实力和竞争力的，不是那些过去式的成果，而是持续产出高质量学术成果背后的驱动因素，核心要素就是学科建设和人才培养体系。如同庞巴维克所阐明的那样，现代经济的本质内涵是“用机器生产机器”，对于当代学术机构的领导者来说，我们同样需要关注后面的“机器”。

区域所的全称是区域旅游发展与规划研究所。当初确定这个名称的时候就是想把区域旅游放在规划之前，也可以说是想把原创性的研究放在现实的应用之前。三年来，区域从两个人到现在的晓龙、吴普、黄璜、佑印和丰林 5 位同志，从配合完成全院性的重点项目到独立运作地方政府委托的规划项目，从一般性的研究报告到个人的学术著作，可以说他们一直在努力。可是我总觉得这些都只是产业，只是一些零散的个人学术成果，集体创作、相对成体系的大型项目还处于空白状态。也总是牵挂他们如果没有稳定的研究方向，则会导致整个学术团队的学科建设无法持续发展下去，那样的话，研究机构发展不起来，个人的成长空间也是有限的。不同于高校系统研究人员的自发探索，也不同于商业规划和咨询公司的项目驱动，对于研究院这样以学术底蕴为支撑的政府智库而言，科研成果必须以学术范式为支撑，以服务产业发展为导向。把这个思路与晓龙及区域所的其他研究人员沟通以后，他们是认同的，初步报上来的选题是《国内旅游发展年度报告》。几经思考，还是觉得这个选题没有创造力，可能与院内其他几个所的标志性成果区别不开。几位同志都有自然和人文地理学科的背景，完全可以从空间的角度切入，做成既有现实意义又有学术原创性的成果。当然，学科背景相同容易对话，但也容易形成路径依赖，更无法超越他们的师辈。因此，我和院内几位经济学科背景的同事加入了该项选题的深化工作。区域不仅仅是空间的概念，可以也更应当从制度的角度给予解读。这样思路便打开了，沿着经济学的“需求—供给”、“市场—政府”的范式，重新审视人文地理学视野中的空间和区域格局，用翔实的数据，用严密的逻辑去推导区域旅游竞争与合作的现状。经过多次研讨，甚至把整个框架推倒重来之后，我们确定了现在的研究框架和技术路线，并完成了现在摆在大家面前的这部更多打上学院派烙印的区域旅游发展年度报告。

《中国区域旅游发展报告》以空间意义上的旅游区域为研究对象，以制度经济学的诱致型变迁理论和集体行动逻辑为工具，以微观层面的旅游者流动和宏

观层面的客源地、中转地与目的地互动为线索，展开了对中国区域旅游发展的跟踪研究，是本项课题研究的学术特征，也是其理论意义之所在。我们希望通过本选题的首部成果，加上今后若干年的连续工作，能够把我国区域旅游和旅游规划的学术研究，无论是在深度还是广度上，甚至是在研究范式上都往前推进一步。而且我也始终认为，一个能够在理论上有突破、有建树的成果也一定是能够指导现实的。当然，社会科学成果的现实转化是多元的，也是多路径的。既可以通过区域所的同事们今后在旅游规划项目中去应用理论、检验理论、深化理论，也可以在更大范围内的学术对话去完善理论。学术进步和青年学者的成长从来就是依靠这些边际累积的，要静下心，更要沉得住气。

此时，正在京承高速路上，去承德参加国际旅游城市研究课题的会议。随着高速交通体系的完善，整个国家的区域格局正在经历着急剧的变动，更多的课题需要我们付出全部的才情和毕生的精力去展开理性的探讨。而在旅游者的眼中，很多时候是没有区域概念的。走在长安街上，行者不会觉得这是东城区，那是朝阳区，有的只是一个总体的北京。同样，当我们行走在太湖、杭州、苏州、水晶晶的南浔、橹声欸乃的西塘，就是行走在人文的江南，诗画的江南啊！



教授、博士生导师

2010年12月28日

目 录

CONTENTS

第一章 导论	1
一、区域旅游及其相关概念	2
(一) 区域	2
(二) 区域旅游	2
二、区域旅游研究的背景	3
(一) 区域旅游是我国旅游产业发展和经济运行的重要 依托	3
(二) 区域旅游在国民经济发展中的地位不断加强	6
(三) 区域旅游发展的内外部条件不断成熟	8
(四) 区域旅游发展依然有很多问题需要关注和 解决	10
三、区域旅游发展的指导思想	12
(一) 区域旅游的发展应特别重视国内旅游的作用	12
(二) 区域旅游的发展要面向大众、面向民生, 以人 为本	12
(三) 区域旅游必须向产业融合寻求大发展	14
(四) 区域旅游需要政策指导与地方创新相结合	14
(五) 区域旅游应立足区域实际有序发展	15
四、本报告的价值	16
(一) 理论价值	16



(二) 实践价值	16
五、本报告的逻辑架构	17

第二章 旅游客源地研究

19

一、客源地潜在出游力概念解析	20
二、客源地潜在出游力识别与判断方法	21
(一) 指标体系	21
(二) 客源地潜在出游力识别与判断方法	22
三、客源地潜在出游力的总体特征	23
(一) 客源地潜在出游力的主要影响因子	23
(二) 客源地潜在出游力排名	26
(三) 客源地潜在出游力的空间布局特征	27
四、客源地潜在出游力空间分异的内在机制	31
(一) 客源地潜在出游力的系统解析	31
(二) 游客系统驱动力作用机制	32
(三) 环境系统驱动力作用机制	34
(四) 影响要素作用变迁产生的影响	34
五、依据抽样调查资料的客源地总体特征	35
(一) 城镇客源地总体特征	35
(二) 农村客源地总体特征	39
六、客源地发展趋势展望	43
(一) 产业结构调整将促使客源地整体格局西移	43
(二) 区域国家战略及城市群发育将促使新客源地 形成	44
(三) 高铁等交通方式的冲击将分散现有客源地 格局	45

第三章 旅游目的地研究

47

一、旅游目的地研究框架	48
(一) 旅游目的地研究思路	48
(二) 旅游目的地研究数据来源	48

二、国内旅游目的地识别	49
(一) 国内旅游接待量	50
(二) 国内旅游收入	54
(三) 国内旅游目的地的确定	60
三、国内旅游目的地主要特征	69
(一) 国内旅游人均消费	69
(二) 国内旅游收入占 GDP 比重	73
(三) 国内旅游人次与总人口比值	77
四、国内旅游目的地发展驱动力	81
(一) 旅游景区指数	81
(二) 旅游接待能力指数	83
(三) 游客满意度指数	86
五、2011 年国内旅游目的地发展预测	88
(一) 旅游目的地发展绩效	88
(二) 旅游目的地发展驱动力	89
(三) 旅游目的地性质特征	89

第四章 区域旅游流研究

一、区域主要旅游流判断	92
(一) 主要客源地空间分布呈现出较强的区域集聚性和 经济导向性	92
(二) 主要目的地空间分布呈现出较强资源经济导向性	94
(三) 我国主要旅游流流向	95
二、区域旅游流主要特征	95
(一) 大尺度旅游流分析	96
(二) 中尺度旅游流分析	104
(三) 小尺度旅游流分析	113
三、区域旅游流形成机制分析	114
(一) 区域旅游流影响因素	114
(二) 区域旅游流发展模式分析	127



四、区域旅游流趋势展望	130
(一) 区域合作将促进新兴旅游流不断涌现	130
(二) 资源驱动将促使中西部地区旅游流快速发展	130
(三) 交通驱动促使旅游流空间进一步拉大	131
(四) 自驾车旅游导致旅游流形式更加多样	131
第五章 区域旅游发展案例研究	133
一、北部湾：借助国家战略，打造无障碍旅游区	134
(一) 案例地的旅游概况	134
(二) 案例地的研究价值	135
(三) 案例地的主要做法	139
(四) 案例地的经验推广	145
二、云南省：以自主创新实现旅游大省向旅游强省的转型	145
(一) 案例地的旅游概况	145
(二) 案例地的研究价值	147
(三) 案例地的主要做法	150
(四) 案例地的经验推广	156
三、云台山：注重品牌，打造世界一流的旅游景区	157
(一) 案例地的旅游概况	157
(二) 案例地的研究价值	158
(三) 案例地的主要做法	162
(四) 案例地的经验推广	168
第六章 区域旅游发展环境与预测	169
一、2011 年区域旅游发展的新特征	170
二、2011 年区域旅游发展的对策建议	172
后 记	174

第一章

导 论



本章从区域和区域旅游的概念出发，重点回顾和介绍我国区域旅游发展的历程、背景以及当前面临的一系列问题，并根据产业发展的实际，提出我国区域旅游发展的指导思想和进行区域旅游研究的时代价值，最后介绍本报告的逻辑架构和主要内容，试图为阅读者提供一个全面而直观的认识。

一、区域旅游及其相关概念

（一）区域

“区域”是一个普遍的概念，不同学科对“区域”有不同的理解：经济学把“区域”理解为一个在经济上相对完整的经济单元；政治学一般把“区域”看做国家实施行政管理的行政单元；社会学把“区域”作为具有人类某种相同社会特征（语言、宗教、民族、文化）的聚居社区；地理学则把“区域”作为地球表面的一个地理单元，是指一个连续的地段，其中心具有一定程度的共性，却又缺少明确的界限。无论如何，就区域的本质而言，它是地球表面的一个范围，是地球表面各种空间范围的泛称或抽象。由此，我们可以将“区域”表述为：区域是一个空间概念，是地球表面上占有一定空间的、以不同的物质客体为对象的地域结构形式。与区域相近的词有“地区”、“地域”，其实质是一致的。只是“区域”是泛指，而“地区”是特指，如华北地区；“区域”范围有大有小，而“地域”一般范围较大，且更强调地方性和景观性。

（二）区域旅游

从中国旅游发展的历程来看，大体在 20 世纪 80 年代中期，区域旅游的概念开始形成。当时之所以能够提出区域旅游，主要是从世界旅游发展上看，很少

有国家只考虑一国自身的发展，必须考虑与周边国家的联合。如欧洲，国家比较多，交通方便，区域旅游自然发展。而美国的夏威夷，其市场主要不是依托美国本土，而是依托周围的市场，形成区域联动方式。通过对国际经验的借鉴，中国的学术界和产业界提出了具有本土特色的区域旅游的概念。显然，当时对区域旅游的理解存在一定的局限性，仍然将区域旅游理解为跨区域的旅游发展，但从区域本身概念的内涵上讲，区域旅游可以理解为发生并依附在区域空间上的旅游活动，而根据尺度差异，区域旅游既可以是隶属于某一单一区域的旅游活动，也可以是跨区域的旅游活动。因此在本报告中，如非特殊说明，所指的区域旅游则是基于这种理解的一个概念。

二、区域旅游研究的背景

（一）区域旅游是我国旅游产业发展和经济运行的重要依托

中国旅游产业 30 多年发展的经验表明，区域旅游一直是主导我国地方旅游产业发展和支撑旅游经济运行的重要载体和依托，区域旅游发展为全国旅游业的发展积累了宝贵的经验，也见证了我国旅游产业发展的整个历程。

改革开放之初的 20 世纪 80 年代，旅游业刚刚起步之时，邓小平多次发表谈话，提出“旅游事业大有文章可做，要突出地搞，加快地搞”，强调“发展旅游事业，增加国家收入”。在这样的发展方针指导下，各地区兴起了发展旅游业的第一个高潮，各省、市、自治区和地方政府在这个阶段均以出口创汇为导向，面向国外游客，大力发展旅游业。1985 年，中国旅游报社在北京召开了“中国十大风景名胜评选结果公布大会”。经过 8 个月的评选活动，全国人民包括港澳台同胞和海外华侨共投票 375627 张，写到选票上的风景名胜共 600 多个。得票最多的万里长城、桂林山水、杭州西湖、北京故宫、苏州园林、安徽黄山、长江三峡、台湾日月潭、承德避暑山庄、秦陵兵马俑 10 个风景名胜区（点）被评出。从 1986 年起，旅游业被正式纳入国民经济系列，作为一种新兴产业形态，这些著名旅游景区也成为国家旅游局向海外重点营销的旅游产品品牌，并依托这些产品形成了最早的一批经典旅游线路。同时，作为世界主要旅游目的地国



家和旅游商业投资的神州大地上，也诞生了第一批传统的旅游城市，如北京、杭州、苏州、西安、桂林等，这些城市在旅游业兴起之初，甚至 30 年后的今天，仍旧在中国区域旅游发展版图中占有极其重要的地位。

20 世纪 90 年代以来，随着大交通格局的不断完善、长假制度的逐步形成以及黄金周制度的确立，中国国内旅游逐渐兴起，区域旅游再次成为我国旅游产业发展和经济运行的重要依托，在以观光旅游为主要形式的旅游行为模式主导下，旅游目的地建设先后形成了一系列热点板块。而为了促进城市旅游业的发展，从 1998 年开始，国家旅游局出台了《中国优秀旅游城市检查标准（试行）》和《中国优秀旅游城市验收办法》，并开始了中国优秀旅游城市的评定和检查工作，通过特定的方式推动了区域旅游发展的进程。从省域尺度来看，安徽、云南等省份成为这一时期的旅游热点，主要景区和城市则包括黄山、昆明、大理、西双版纳等新兴旅游城市。区域旅游热点的转移和旅游新兴城市的产生带动了地方经济的迅速发展，并成为推动全国范围内旅游产业现代化可供借鉴的重要经验。随着这种经验的推广，在原有旅游热点地区地位逐渐巩固的基础上，旅游热点中又增加了湖南、四川、新疆、西藏等省（区），涉及的城市和景区则包括张家界、凤凰、香格里拉、九寨沟、黄龙、喀纳斯、拉萨、日喀则等。总的来看，中国城市旅游市场总体表现出“传统城市旅游需求持续走高，新兴热点城市不断涌现”的特征。新兴热点城市在空间上表现出从东部向中部并最终向西部偏远地区过渡，由传统的城市旅游目的地向多类型、多元化的城市旅游目的地推进的趋势，这种区域旅游发展的模式与路径为区域社会经济的全面发展作出了不可磨灭的贡献。

21 世纪以来，在国内旅游蓬勃发展的宏观背景下，为了进一步满足人民群众的旅游需求，国家旅游行政主管机构先后以 A 级景区评定、旅游强县建设等手段，不断强化旅游服务质量。在地方政府层面，多层次、宽领域的区域旅游合作则进一步推动了区域旅游的全面发展，区域旅游协作的地理范围呈现由省市区内向临近的省市区乃至向全国蔓延的趋势，以广东省为例，先有省内的西三角旅游组织和粤东旅游协作圈，后有粤港澳旅游协作圈、北部湾旅游协作，再有闽粤赣 13 地市旅游协作、计划中的京广铁路线旅游协作等，通过区域间的旅游协作，很大程度上扩展了广东的旅游市场范围。目前这种具有全国意义的区域旅游协作有陇海兰新 72 城市旅游协作区、长江经济带 29 城市旅游协作、“龙之旅”全国旅游协作网、西部旅游网等，区域旅游在旅游经济运行中的地位

表 1-1 中国优秀旅游城市在各省份的分布和评选时间

数 量 省 份	时 间	1998 年	2000 年	2001 年	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	合 计
直辖市		3	1	—	—	—	—	—	—	4
河北省		2	1	1	2	1	—	1	2	10
山西省		—	2	—	1	—	1	—	—	4
内蒙古自治区		—	2	—	4	2	1	—	2	11
辽宁省		2	4	1	1	2	2	2	2	16
吉林省		1	1	—	—	2	—	—	2	6
黑龙江省		1	5	—	1	1	1	—	—	9
江苏省		5	8	1	2	1	5	2	2	26
浙江省		3	4	3	4	2	5	2	3	26
福建省		2	3	1	1	—	—	—	—	7
安徽省		3	3	—	—	—	—	2	—	8
江西省		1	1	1	1	—	2	1	2	9
山东省		6	4	2	4	2	2	3	6	29
河南省		1	4	1	6	1	6	1	1	21
湖北省		—	5	—	4	—	—	—	—	9
湖南省		3	2	—	1	1	1	1	1	10
广东省		4	6	3	5	—	2	—	—	20
广西壮族自治区		3	2	1	—	1	—	—	5	12
海南省		2	2	—	1	—	—	—	—	5
四川省		3	2	—	3	1	5	4	3	21
云南省		4	—	—	—	1	1	—	—	6
贵州省		—	1	1	—	1	1	—	2	6
西藏自治区		—	1	—	—	—	—	—	—	1
陕西省		2	1	—	1	—	—	1	1	6
甘肃省		1	1	—	1	1	2	2	—	8
青海省		—	—	—	1	1	—	—	—	2
宁夏回族自治区		—	1	—	—	—	—	—	—	1
新疆维吾尔自治区		2	1	—	1	2	3	2	1	12
新疆生产建设兵团		—	—	—	—	—	1	—	—	1
合 计		54	68	16	45	23	41	24	35	306

得到显著提升。而为了展现中国国家旅游的整体形象，引导海内外游客的旅游流向，国家旅游局又在 2009 年推出了首批包括“丝绸之路”、“香格里拉”、“长江三峡”、“青藏铁路”、“万里长城”、“京杭大运河”、“红军长征”国家旅游线、“松花江鸭绿江”、“黄河文明”、“长江中下游”、“京西沪桂广”、“滨海度



假”在内的 12 条国家旅游线路征求方案。从区域旅游的角度来看，通过历史文化、民俗风情、地貌景观以及海陆空交通的延伸与连贯，国家旅游线路品牌的推出打造了一批旅游热点线路、热点地区和热点产品，也为区域旅游的发展注入了新鲜的血液，再次将区域旅游发展推向了新的高潮。

（二）区域旅游在国民经济发展中的地位不断加强

在成为旅游产业发展和经济运行重要依托的同时，区域旅游在我国国民经济遭遇的历次重大困难和危机面前，也总是能以最坚实的力量和最稳健的步伐推动中国的旅游产业健康地持续前行，区域旅游在国民经济中的地位和作用也不断得到加强，并最终成长为国民经济的战略性支柱产业。

随着中国旅游业从事业接待型向经济效益型的转变，到了 20 世纪 80 年代中后期和 90 年代初期，国家最短缺的资源是外汇资源，所以发展旅游最主要的目的就是给国家创汇，区域旅游随之进入了以出口创汇为导向的新阶段。1986 年，旅游业被纳入国民经济计划，当时国务院决定每年给旅游 5 个亿的投资，目的都是增加外汇收入。90 年代以后，特别是在 1993 年，为了有效应对“市场疲软”，即消费需求不足，首次在国家层面重视并提倡国内旅游，国内旅游开始逐步兴起，区域旅游的功能随之转换为创汇、创收的产业，在国家增加外汇收入的基础上，赋予了增加经济收入的职能。1997 年，亚洲金融风暴波及中国，使得我国的入境旅游市场受到一定程度的影响。在此背景下，1998 年中央经济工作会议进一步明确旅游业是国民经济新的增长点，为旅游业在国民经济体系中进行了清晰定位，旅游产业地位从此得到了确立。1999 年，国务院改革出台新的法定休假制度，即实行国庆、春节和“五一”三个黄金周制度，由此假日旅游热的掀起和国内旅游消费的拉动对区域旅游的发展无疑是一剂强心剂。

新世纪以来，区域旅游发展已经成为国民经济的新兴增长点，特别是在应对 2008 年以来的全球经济危机过程中，面对入境旅游的下降，区域旅游更加重视国内旅游市场的培育和发展，坚持以国内旅游为重点，不断创新发展方式，各地方政府通过发放旅游优惠券、施行联票制度、组织“本地人游本地”等活动，承担了旅游业在应对经济危机中的应有责任，如山东省旅游局通过组织 1500 多家旅行社采用抱团“取暖”的方式，组织 6 城市联合推出大幅度的优惠措施，助力旅行社共拓国内旅游市场，共商渡过难关的办法。从 2000 年以来的