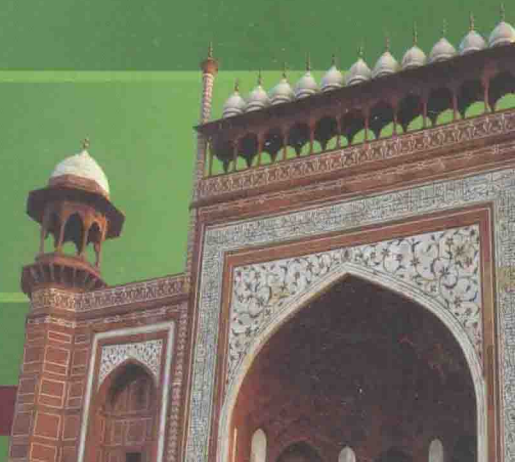


21世纪高职高专旅游专业模块化创新规划教材

中国旅游客源国概况

ZHONGGUO LUYOU KEYUANGUO GAIKUANG

主编 © 何丽芳



湖南大学出版社



21世纪高职高专旅游专业模块化创新规划教材

中国旅游客源国概况

ZHONGGUO LUYOU KEYUANGUO GAIKUANG

主 编 ◎ 何丽芳

副主编 ◎ 钟小东 刘列夫 刘 亢 刘孝利

参 编 ◎ 姚丹君 张丽萍 江 莲 翟 丽

教材审定委员会

郑 焱 钟永德 许春晓 彭蝶飞

教材编委会

主任：周志宏 伏六明

委员：（按姓氏笔画排序）

王卫国 白稚萍 付检新 伍海琳 江 波 刘韵琴 刘剑飞
刘列夫 刘健文 李凌眉 陈幼君 杨文斌 杨洪怡 张为民
欧阳莉 周静波 周美芳 尚军辉 钟小东 禹明华 胡旭晖
郭定芹 聂建波 曹 红 谢 冽 谢 敏 彭晓玲 覃业银
曾丽艳 曾庆安 颜 燕

湖南大学出版社

内 容 简 介

本教材按照世界地理和文化特征,将我国主要客源国归为七大客源国地区。对主要客源国的自然地理、历史人文、政治经济、民俗文化、旅游资源等知识进行了系统介绍,重点突出了其特色文化、习俗礼仪、主要城市和旅游景区景点。

本书适合普通高校及高职高专院校旅游类专业学生使用,也可作为旅游行业人员培训和职业资格考试教材,还可作为旅游者旅行参考书目。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游客源国概况/何丽芳主编.

—长沙:湖南大学出版社,2010.5(2012.1重印)

(21世纪高职高专旅游专业模块化创新规划教材)

ISBN 978-7-81113-788-0

I. ①中… II. ①何… III. ①旅游客源—中国—高等学校:技术学校—教材

IV. ①F592.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第086524号

中国旅游客源国概况

Zhongguo Lüyou Keyuanguo Gaikuang

主 编:何丽芳

策 划:邹 彬 严小涛

责任编辑:祝世英

出版发行:湖南大学出版社

责任印制:陈 燕

社 址:湖南·长沙·岳麓山

邮 编:410082

电 话:0731-88822559(发行部),88821094(编辑室),88821006(出版部)

传 真:0731-88649312(发行部),88822264(总编室)

电子邮箱:presszhusy@hnu.edu.cn

网 址: <http://www.hnupress.com>

印 装:长沙超峰印刷有限公司

开本:710×1000 16开

印张:14.5

字数:253千

版次:2010年7月第1版

印次:2012年1月第2次印刷

印数:4 001~9 000册

书号:ISBN 978-7-81113-788-0/F·255

定价:30.00元

版权所有,盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系



前 言

随着我国职业教育改革与发展的不断深入,坚持以就业为导向,构建以能力为本位,以基本职业素质和职业能力培养为主线,以模块化课程结构为主体,凸显高职与行业特色的课程体系,培养适合市场需求的高素质劳动者和实用型技术人才,已成为当前高等职业院校课程改革面临的重要课题!

模块化教学是国际劳工组织为提高劳动者素质开发出的技能培训模式,是目前高职教育普遍认可的教育模式,也是职业教育的成功经验。高职教育应以行业需求为导向,高职院校旅游管理类专业教育与旅游行业联系紧密,其专业人才培养更应体现其职业和岗位的特点。近年来,许多高职院校的旅游管理类专业均结合自身办学优势、专业特点和行业实际,在教学改革上做了大胆尝试,积极开展模块化教学研究,并取得了较为丰硕的成果。但将模块教学改革及课堂实践的理论贯穿于整个课程体系的建设并用以践行成套教材的编写,还比较鲜见。

一般来讲,高职模块化教学就是从岗位驱动入手,确定专业的职业能力培养目标,根据该目标将教学课程分解为若干模块,学生可根据自身兴趣精修不同模块,以实现不同的分目标,达到就业需求。而模块划分的最大特点是非学科完整性,是行动导向性的,更有利于开展课堂教学活动。模块的划分是以主题为中心把相关的知识组织到一起,使之更加贴近生活、贴近学生需要,使内容变得更容易操作,有利于学生在活动中学习,在学习中活动。这些优点相对于传统教学有许多创新,也有非常好的效果。但对于教材的编写来说,却有相当难度。其主要原因是在教材的编撰过程中,模块的划分没有统一标准,也没有较成熟的方法可资借鉴,编写者往往很难把握其尺度。尤其对于基础理论课程教材的编撰,更是难以把握。基于此,我们组织了涵盖业内权威专家及有着丰富教学经验及旅游企业管理经验的教授、学者和骨干教师的作者团队,对此进行了积极、有效的探索。本套教材的编写力图体现如下特点:

1. 以学生为中心,贯彻高等教育新理念

当代教育理念告诉我们:学校(教师)应该牢固树立“以学生为中心”的服务观念,以学生为中心组织教学,发挥学生作为学习主体的主观能动作用。本套教材以专项能力课程内容为单元模块,整个教学过程围绕一个个模



块展开,以学生为主体,以教师为主导,教师在进行模块教学的过程中起组织、协调、示范和引导的作用。学生可根据确定好的模块有的放矢,把更多时间和精力放在自选模块上,不断地钻研直到精通;教师可在教学中针对学生特点,选择不同内容模块,做出相应的教学要求、指导和评价,让学生也能负责地控制和管理好自己的学习活动,增强学习的积极性和主动性。

2. 以就业为导向,突出职业能力培养

职业教育的主要目的就是直接为社会培养第一线的实用技能型人才,突出实用技能培养,追求“零距离就岗”。本套教材以专业岗位为模块,以实用技能作为核心内容,围绕主题拓展,把专业理论和操作技能有机地、系统地结合在一起,形成内容体系。同时,注重教学内容的实用性,强化学生的技能训练,促进学生动手能力的提高,循序渐进,边学边练,弥补了传统教材讲练分离的不足,能收到事半功倍的效果,充分体现了以技能为基础的职业教育特点,真正实现了专业教学的理论与实践一体化。这不但为学生的就业铺平了道路,也为社会的再培训节约了时间和成本,构建了学校—社会就业直通车。

3. 以模块为主题,构建动态教学模式

模块化教学是一种理论和实践有机结合的系统化教学方法。本套教材的编写充分借鉴课堂教学的程式,积极构建“设定目标——内容构架——任务分解——反馈评价”的模块化教学操作模式。教材首先通过提炼设定了综合性的教学目标及内容框架。这种综合性的教学目标既涵盖学生的知识学习,同时又涵盖学生的操作能力。其次是将模块的教学分解成若干个具体的任务。为了完成这个任务,学生不仅要参加活动,而且更重要的是要学习,要去了解情况,收集必要的资料,并且要发挥自己的特长。简单地说,在模块化教学的施教过程中,不再是以知识的传授为中心,而是以学与做相结合的活动为中心。最后是反馈评价。在教学任务完成后,教师对每位学生在本次活动中的表现给予评价,并对任务完成过程中的各种信息予以整理和反馈,实施动态调整,以此来帮助学生达成目标,从而有效保障整个教学目标的实现及学生能力的养成!

事实上,当前职业教育中,除了专业层面的多元化专项技能模块教育的倾向外,更多、更实用的是课程教育的模块化尝试。我们希望这套教材能在日渐发展、深入的高职旅游管理的理论研究和教学实践中得以不断提升、完善和创新。

编者

CONTENTS

目次

模块一 世界旅游业与中国人入境旅游市场 ————— 001

任务1 世界旅游业概况 002

任务2 中国人入境旅游市场 008

◆ 思考与习题 016

模块二 东亚地区国家 ————— 017

任务1 日本 018

任务2 韩国 031

任务3 蒙古 039

◆ 思考与习题 043

模块三 东南亚地区国家 ————— 044

任务1 泰国 046

任务2 越南 052

任务3 新加坡 057

任务4 马来西亚 062

任务5 印度尼西亚 067

任务6 菲律宾 073

◆ 思考与习题 078

模块四 南亚地区国家 ————— 079

任务1 印度 080

任务2 巴基斯坦 089

◆ 思考与习题 093



模块五 西亚和北非洲地区国家—————094

任务1 沙特阿拉伯 096

任务2 以色列 100

任务3 土耳其 105

任务4 埃及 110

◆ 思考与习题 115

模块六 欧洲地区国家—————116

任务1 法国 118

任务2 英国 127

任务3 德国 135

任务4 意大利 141

任务5 俄罗斯 148

任务6 西班牙 155

任务7 其他欧洲国家 161

◆ 思考与习题 182

模块七 大洋洲地区国家—————183

任务1 澳大利亚 184

任务2 新西兰 190

◆ 思考与习题 195

模块八 美洲地区国家—————196

任务1 美国 197

任务2 加拿大 206

任务3 墨西哥 212

任务4 巴西 218

◆ 思考与习题 223

参考文献—————224

PART 1 模块一

世界旅游业与中国入境旅游市场

模块教学目标

知识目标：了解世界旅游业概况；熟悉世界各旅游区特点；掌握中国海外客源市场的特点

能力目标：能正确分析世界旅游客源市场格局

模块教学重点

国际旅游客流的地理分布规律；
中国海外客源市场的特点

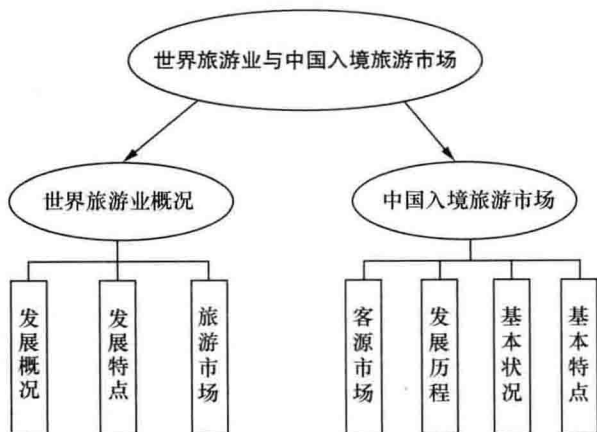
模块教学难点

世界旅游客源市场的分布格局

模块教学手段

1. 课堂讨论：世界各大旅游区的特点；世界旅游业面临的挑战
2. 资料分析：中国入境旅游市场的变化

模块内容框架





自第二次世界大战结束以来,随着世界经济的发展,人们生活水平的提高和闲暇时间的增多,旅游业在全世界的范围内得到了空前的发展。全世界的旅游客流总量(包括国际旅游和国内旅游)逐年增长,呈现出持续上升的趋势。中国自改革开放以来,入境旅游市场快速发展,到2009年我国接待国际游客人次排在法国、美国和西班牙之后,居全球第四位,入境旅游收入居全球第五位。

任务1 世界旅游业概况

一 世界旅游业发展概况

近代旅游业发端于19世纪中叶的西欧和北美。伴随着火车和轮船的出现,19世纪六七十年代,西欧和北美出现了专门组织国内和跨国旅游的旅行社。以后,随着科学技术革命的日新月异、经济文化的迅速发展、国际交往的日益频繁,旅游的范围从局部地区向跨国、跨洲扩展,现代世界旅游业进入了一个全新阶段。

根据世界旅游组织的有关统计数据,从1950年到2008年的半个多世纪,全世界国际旅游客流量增长了将近36.5倍,国际旅游总收入增长了将近429倍,见表1-1。

表 1-1 1950—2008 年全世界国际旅游人次和收入

年份	旅游人次(百万)	旅游收入(十亿美元)
1950	25.3	2.10
1960	69.3	6.9
1971	172.2	20.9
1980	286.5	105.4
1990	455.9	464.1
2000	687.3	473.4
2006	842.0	793.0
2008	924.0	900.0

由于国际金融危机的发生和甲型H1N1流感等不确定因素影响,世界旅



游近年出现了下滑趋势。2008 年国际旅游者人数比 2007 年增加了 1 600 万,增幅 2%,而全年的增幅逐步放慢,上半年增幅为 5%,下半年降到了 1%。2009 年前四个月国际跨境旅游人数仅为 2.47 亿人次,比上年同期下滑 8%。就具体目的地而言,除非洲外,2009 年前七个月所有地区游客接待人数比去年同期均有所减少。欧洲下降了 8%,亚太地区下降了 6%,美洲下降了 7%,降幅最大的是中东地区,为 13%。唯一增长的地区是非洲,增幅为 4%。

据世界旅游组织最新报告显示,2009 年下半年以来,全球国际旅游降幅趋缓,7 月份全球国际旅游人数比去年同期下降 4%,但与 5 月和 6 月 10% 和 7% 的降幅相比,已有所趋缓。

二 世界旅游业发展的特点

1. 世界各国旅游业发展存在差异

世界旅游业发展步伐持续加快,但由于世界各国经济发展水平不同,旅游业的发展存在很大差异。

根据世界旅游组织发布的数据,2007 年国际旅游人数为 8.98 亿人次。其中欧洲依然是旅游首要目的地,吸引游客 4.8 亿人次,市场份额为 53.5%;其次分别为亚太地区、美洲、非洲、中东,市场份额分别为 20.6%、15.8%、4.9%、5.2%。欧洲因为集中了全球最多的工业化国家,经济较发达,旅游市场相对成熟,游客占世界整个旅游市场份额保持在一半以上,为全球最大的旅游市场。从各地区入境游客增速来看,中东增速最快,达到 13.4%,其中沙特阿拉伯和埃及发展迅速;亚太地区也保持了较快的增速,为 10.2%,其中中国增速为 10%;非洲增速为 7.9%;美洲和欧洲的增速较为平稳,分别为 4.7% 和 4.2%。可以看出,发展中国家的增速要明显快于发达国家。同时,2007 年发展中国家的入境游客数已达 3.6 亿人次,占全球份额的 40%。

2008 年由于国际金融危机的发生,欧、美、亚太地区旅游业都出现下滑现象,但按国际旅游人数分析,欧洲所占比例为 53%,亚太地区为 20%,美洲为 16%,全球国际旅游“欧洲—亚太—美洲”的三足鼎立格局并没有发生变化。

2. 区域旅游仍将盛行

据世界旅游组织统计,1989 年区域旅游者占全世界旅游者总数的 2/3,



这种趋势在以后的旅游业发展过程中仍不会改变。首先,邻近国家之间的政治、经济、文化联系更为紧密。如欧洲各国间的政治、经济和文化紧密相连,语言相通,相互往来的手续简便,因此欧洲国际客源中的80%在区域内流动。其次,区域旅游时间短,花费少。进行长距离洲际旅游总要受到一定的时间限制,而进行短期的区域旅游则可利用节假日,甚至周末就可进行。洲际旅游要支付昂贵的国际交通费用,其平均花费要比区域旅游高出一倍以上,这就加强了区域旅游的替代性。

区域旅游由于其“地利、人和”的优势,总是会以更高的速度增长,区域旅游仍将是世界旅游业的发展主流。对大部分国家来说,邻近市场仍将是本国旅游客源的主体市场。

3. 绿色旅游将成为亮点

根据《达沃斯宣言》的要求,今后国际旅游业的发展必须与减少二氧化碳排放量相结合。世界旅游组织总干事弗朗西斯科·弗兰基阿利弗指出,20世纪70年代国际游客人数仅为1.6亿,2006年则达到8.42亿,预计到2020年将增加到16亿,如此众多的游客在世界各地旅行不可能不对环境和气候产生影响。测定数据也充分证明,国际游客的旅行以及为他们提供服务的旅游机构参与了温室气体的排放。弗朗西斯科表示,若不尽快采取有效举措,今后30年,随着国际旅游年均人数的大幅攀升,与旅游业有关的二氧化碳气体排放将增长150%。

为了减少旅游业排放的二氧化碳,《达沃斯宣言》呼吁世界各国政府大力发展绿色旅游产业。在有100多位主管旅游业的政府部长参加的伦敦“世界第28届旅游交易会”上,世界旅游组织主席菲奥纳·杰弗里指出,科学家已证明世界旅游业对气候变化产生了深远的影响,旅游业不能无视气候变化,向全球200多个国家的400多万业界人士呼吁,希望旅游界使用可再生能源和减少温室气体排放的技术,并与消费者、政府及国际组织一道采取行动,共同应对气候变化。

资料:

全球旅游业受到三大挑战

2009年11月18日,联合国世界旅游组织秘书长塔勒布·瑞法依在广西桂林旅游高等专科学校对师生演讲时称,全球旅游业目前受到生态环境、经济环境、社会环境的挑战,需要世界各国共同努力应对。



塔勒布·瑞法依认为,目前旅游业受到生态环境的严峻挑战,虽然旅游业对生态环境有一定积极影响,但气候条件、气体排放的不利因素也对生态环境造成一定的损害。据世界旅游组织统计数字显示,每年经旅游业排放的二氧化碳占5%,一些大城市的排放量更大。旅游业还受到经济方面的挑战,如果经济衰退,人类的生存受到威胁,没有钱何谈去旅游?旅游业不是一个孤立的行业,是与经济发展相得益彰的行业,促进经济的发展,就为旅游业的发展奠定了坚实的基础。旅游业对社会的影响也是十分巨大的,对消除贫困、解决就业起着重要的作用。旅游是人们生活中不可或缺的一部分,人人都有享受旅游乐趣的权利。

因此,塔勒布·瑞法依提出,各国政府应携手合作,积极采取相应措施,应对各种不利因素的挑战,大力发展旅游业,促进人类社会之间的和睦相处。各国要把经济战略与环境战略紧密联系在一起,努力发展“绿色经济”。

三 世界各旅游市场概况

按照世界旅游组织的统计标准,全球分为六个旅游区:欧洲、美洲、东亚及太平洋地区、南亚、中东和非洲。

(一) 欧洲地区

欧洲历史悠久,经济实力雄厚,交通通信发达,文化绚丽多彩,旅游接待设施完备。它是近代旅游业的发源地,也是当代世界旅游业最发达的地区。旅游业已经成为该地区规模最大、就业人口最多的行业。随着欧洲一体化的深入,旅游业的国际协调和合作不断加强。

1. 世界上最大的旅游区

欧洲是资本主义发源地,人文旅游资源非常丰富。其中地中海沿岸是世界上开发最早、最发达的海滨度假旅游地。2001年该地区接待国际游客占全世界总量的55%,旅游收入占全世界旅游收入的50%。2001年世界前五位接待外国游客的旅游目的地国家,此地区占有3个。其中名列第一的法国当年接待外国游客7500万,西班牙接待4800万,意大利接待4100万。但是,此地区接待的国际游客人数和旅游收入占全世界总份额中的比例逐渐降低。据预测,到2020年欧洲占入境旅游市场的份额将为44.7%。



2. 世界最大旅游客源区

2001 年全世界出国旅游人数为 6.89 亿人次, 此地区便有近 3 亿人次, 其中 89% 在洲内和地中海沿岸旅游, 还有近 400 万人赴亚洲和大洋洲旅游。在世界 10 个出国消费最多的国家中, 该地区有英国、德国、法国、荷兰、奥地利、瑞典等 6 个国家。欧洲出境旅游正以年均增长 3.4% 的速度发展, 2020 年出境旅游者将达 7.71 亿, 占世界旅游市场份额的 48.1%。其中增长最快的是远程出境旅游, 主要目的地是中东、亚洲和美洲。

(二) 美洲地区

美洲的经济发展不平衡。北美是世界经济最发达的地区之一, 而拉丁美洲多为发展中国家。

1. 世界第二大旅游接待区

美国名胜古迹虽然不多, 但旅游资源开发得很好。一是充分利用自然风光, 如世界闻名的科罗拉多大峡谷和黄石国家公园; 二是建造了许多人造景观, 像世界闻名的“迪士尼乐园”、环球影城等; 三是开放了白宫、国会山、众参两院、宇航馆、联邦调查局、制币厂等比较特殊的参观点。

加拿大的情况和美国相似。

墨西哥由于是文明古国, 又有美丽的海滩、神奇的印第安文化、古代金字塔、宫殿遗址和巨幅壁画, 每年都吸引来数百万的外国游客。

2001 年, 该地区接待国际旅游者占全世界的 17.4%, 占国际旅游收入总额的 26.5%。

2. 世界第二大旅游客源输出区

该地区为世界旅游市场大约提供了 20% 的客源。还有世界上最大的旅游客源输出国——美国, 每年有近 6 000 万人次到国外旅游。

(三) 东亚及太平洋地区

近三十年来, 东亚及太平洋地区旅游业的发展超出世界平均速度, 居世界之首。

1. 世界第三大旅游接待区

本地区的旅游市场规模居世界第三位。据统计, 其接待人数每年以 17% 的速度上升。据权威预测, 到 2020 年该地区占入境旅游市场的份额为 27.3%, 将成为世界上第二大旅游区。

东北亚区: 主要有中国、朝鲜、韩国、日本等国家, 是世界上人口最多



的地区。自然旅游资源方面以温带、亚热带森林景观占优势。文化方面以儒家文化为主,深刻影响人们的思想观念;同时受佛教文化影响较大,因此佛教等宗教内容的建筑、石刻等人文景观亦占较大优势。

东南亚区:主要有缅甸、泰国、柬埔寨、老挝、越南、新加坡、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾等国家。自然旅游资源以热带季风气候和热带雨林气候为主,热带森林自然景观占优势。文化方面差异较大,中南半岛信仰佛教,马来半岛及马来群岛信仰伊斯兰教,菲律宾信仰天主教。

太平洋地区:主要国家有澳大利亚、新西兰及太平洋群岛国家。自然旅游资源方面属于热带、亚热带风光,多火山岛和珊瑚岛;居民多欧洲移民,文化属于西方文化区,80%的人信仰基督教。

2. 主要客源输出区

东亚及太平洋地区外出旅游的主要目的地是欧洲和美洲。该地区到2020年的出境旅游人数将达到4.62亿,在世界旅游市场所占份额将从1995年的15.1%上升到28.8%。

日本作为世界上第二大经济强国,亚洲第一大经济强国,生活水平高,带薪假期长,又有强烈的旅游意识,是亚洲最大的旅游客源国,每年有几千万人出游。

韩国市场自1992年中韩两国建交后,一直保持高速增长的态势,1999年达99万人次,2007年达477万人次。

东南亚五国(新、马、泰、菲、印尼)每年给中国带来300万~400万人次的市场规模,这个市场相当稳定。这五个国家也是中国游客最早到国外旅游的目的地,有来有往,市场稳定可靠。

(四) 南亚地区

南亚地区各国都是发展中国家,由于受经济发展水平的制约和一些国家政局动荡、民族和宗教纷争的影响,该地区旅游业起步晚、发展慢、起伏大。2001年,南亚接待国际旅游者和旅游收入分别占世界份额的0.9%和1%。据预测,2020年南亚地区入境游在世界旅游市场将占到1.2%的份额。

(五) 中东地区

中东地区的旅游业长期受该地区战争和恐怖活动的制约,起伏不定,发展缓慢。2001年,中东地区接待国际旅游者和旅游收入分别占世界份额的3.3%和2.4%。据预测,2020年中东地区入境游在世界旅游市场将占到



4.3%的份额。

(六) 非洲地区

非洲的旅游业起步晚，基础差，发展缓慢。2001年，非洲接待国际旅游者和旅游收入分别占世界份额的4%和2.5%。据预测，2020年非洲入境游在世界旅游市场将占到4.7%的份额。

任务2 中国入境旅游市场

近年来，中国经济发展迅速，国际地位不断提高。2008年北京奥运会和2010年上海世博会等一系列重大国际活动，使中国日益成为世界焦点。中国旅游业也因此蓬勃发展，旅游基础设施不断改善，旅游产品日益丰富。世界旅游组织多次预测到2015年中国将成为世界第一大旅游接待国，这些都使中国作为世界旅游目的地的知名度大大提高。

一 中国入境客源市场划分

中国入境客源市场，即中国海外客源市场，分为两块：一是香港、澳门和台湾同胞及侨胞；二是外国人（包括已加入外国国籍的海外华人）。作为海外旅游者，港、澳和华侨游客自新中国成立以来一直是中国海外客源市场的主体。1988年后，随着海峡两岸关系的变化，台湾旅游者成为海外客源市场的又一重要部分。

在海外游客中，港、澳、台同胞和华侨约占9/10，外国人约占1/10。二十多年来，中国海外客源市场基本上保持这种格局。

外国客源市场以亚洲为主体，欧洲和北美为两翼。亚洲客源市场约占中国外国客源市场的1/2，是中国的基础客源市场。欧洲市场约占1/4，北美市场约占1/10，欧美市场是中国的传统客源市场。

二 中国入境旅游市场的发展历程

从1949年到1978年，中国入境旅游业粗具雏形，但尚未形成产业。1978年以后，在改革开放政策的推动下，中国的入境旅游业有了巨大的发



展。其发展历程如下:

(1) 起步时期。“五五”时期后三年,来华旅游入境人数由 180.92 万人次,发展到 570.25 万人次,年均增幅为 46.6%。这一阶段的超高速增长,主要是由于发展基数较小所致。

(2) 大发展时期。“六五”时期,来华旅游入境人数由 776.71 万人次发展到 1 783.31 万人次,五年内人数净增 1 000 万,年均增幅高达 18.1%。

(3) 高速发展时期。“七五”时期前三年(不考虑 1989 年的特殊因素),来华旅游入境人数突破 3 000 万人次,年均增幅为 11.6%。

(4) 由初创阶段进入到发展阶段。“八五”时期,中国的入境旅游业经过十年的高速发展后,随着基数的增大,增势有所减缓,到 1995 年来华旅游入境人数已达到 4 638.65 万人次,年均增幅为 6.8%。

(5) 稳步发展阶段。“九五”时期以后,中国入境旅游业继续保持强劲的增长势头。“九五”时期开局第一年就实现了历史性突破,入境人数超过 5 000 万人次,到 1998 年来华旅游入境人数已达到 6 348 万人次,年均增幅为 11.4%。到 2007 年,中国接待入境旅游者 1.3 亿人次,入境过夜达 5 472 万人次,国际旅游外汇收入 419 亿美元,分别是 1978 年的 72 倍、70 倍和 159 倍,中国已成为全球第四大入境旅游接待国和第五大旅游创汇国。受金融危机的影响,2008 年中国接待入境旅游人数 1.30 亿人次,入境过夜旅游人数 5 300 万人次,分别下降约 2%、3%,但仍然保持较强发展势头。

三 中国入境旅游市场的基本状况

中国的入境旅游市场主要集中在亚洲国家。外国人来华旅游市场按照规模大小排列依次为亚洲市场、欧洲市场、美洲市场、大洋洲市场和非洲市场。与 20 世纪 80 年代的情况相比,欧洲市场由原来的第三位进至第二位。这是因为传统的西欧来华旅游市场中的英、德、法旅华客流量,自进入 20 世纪 90 年代以来都已经超过了十万人次,而且意大利等西欧国家的旅华人数也都有显著增长。另一方面,随着苏联的社会变化,俄罗斯也从过去的潜在市场转变为来华旅游的现实市场。本世纪来,这种格局没有变化(表 1-2)。可以预料,在今后相当长的时期内,外国人来华旅游市场可能不会有大的变化。



表 1-2 1980、1990、2001、2008 年来华旅游外国人数（按洲别分）

洲别 \ 接待情况	年份		1980		1990		2001		2008	
	接待数	份额	接待数	份额	接待数	份额	接待数	份额	接待数	份额
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
亚洲	262 647	49.6	915 172	52.4	6 982 361	62.2	14 561 714	59.9		
欧洲	111 774	21.1	446 260	25.5	2 567 272	22.9	6 112 653	25.1		
美洲	119 482	22.6	303 542	17.4	1 278 383	11.4	2 581 910	10.6		
大洋洲	31 175	5.9	63 497	3.6	310 207	2.8	688 723	2.8		
非洲	3 545	0.7	12 582	0.1	73 263	0.7	378 401	1.5		
其他	501	0.1	6 264	0.4	14 898	0.1	1 936			
总计	529 124	100	1 747 315	100	11 226 384	100	24 325 337	100		

以国别划分,亚洲的主要客源国是韩国、日本、俄罗斯(东部地区为主)、马来西亚、新加坡、菲律宾、蒙古、泰国、印度和印度尼西亚等国家;欧洲的主要客源国是英国、德国、法国、意大利、荷兰、瑞典、西班牙、瑞士、比利时和奥地利等国家;美洲的主要客源国是美国和加拿大;大洋洲的主要客源国是澳大利亚和新西兰(表 1-3)。

表 1-3 2008 年入境外国旅游者人数(按国别分)

序号	国家名称	入境人数	占百分比(%)
1	韩国	3 960 392	16.28
2	日本	3 446 117	14.16
3	俄罗斯	3 123 415	12.84
4	美国	1 786 448	7.34
5	马来西亚	1 040 494	4.27
6	新加坡	875 826	3.60
7	菲律宾	795 255	3.26
8	蒙古	705 270	2.90
9	澳大利亚	571 534	2.35
10	泰国	554 275	2.28