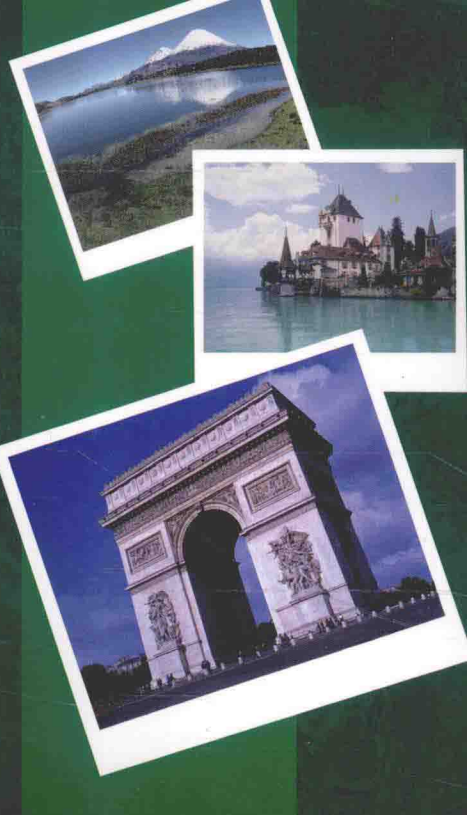




高等院校旅游专业“十二五”规划教材



中国旅游 客源国概况

主编 何丽芳 欧阳莉

湖南大学出版社
HUNAN UNIVERSITY PRESS

高等院校旅游专业“十二五”规划教材

中国旅游客源国概况

主 编：何丽芳 欧阳莉
副主编：姚丹君 刘列夫
刘孝利 何蔓莉

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：陈 芳 周志宏 伏六明

委员：（按姓氏笔画排序）

白稚萍 付检新 伍海琳 江 波 刘韵琴 刘剑飞 刘列夫
刘健文 陈 芳 陈幼君 杨文斌 张为民 周静波 周美芳
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

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核教材,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,欧阳莉主编. —长沙:湖南大学出版社,2013.2

ISBN 978-7-5667-0307-1

I. ①中… II. ①何… ②欧… III. ①旅游客源—概况—中国—高等学校—教材 IV. ①F592.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第033401号

中国旅游客源国概况

ZHONGGUO LUYOU KEYUANGUO GAIKUANG

作 者:何丽芳 欧阳莉 主编

责任编辑:严小涛 责任校对:全 健 责任印制:陈 燕

印 装:长沙超峰印刷有限公司

开 本:710×1000 16开 印张:13.25 字数:246千

版 次:2013年2月第1版 印次:2013年2月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5667-0307-1/G·580

定 价:32.00元

出版人:雷 鸣

出版发行:湖南大学出版社

社 址:湖南·长沙·岳麓山 邮 编:410082

电 话:0731-88822559(发行部),88821343(编辑室),88821006(出版部)

传 真:0731-88649312(发行部),88822264(总编室)

网 址:<http://www.hnupress.com>

电子邮箱:yanxiaotao@hnu.cn

版权所有,盗版必究

湖南大学出版社凡有印装差错,请与发行部联系



目次

第一章 世界旅游业与中国入境旅游市场

第一节	世界旅游业概况	001
第二节	中国入境旅游市场	007
>>>	思考与习题	014

第二章 东亚地区国家

第一节	日本	015
第二节	韩国	027
第三节	蒙古	035
>>>	思考与习题	039

第三章 东南亚地区国家

第一节	泰国	041
第二节	越南	048
第三节	新加坡	052
第四节	马来西亚	057
第五节	印度尼西亚	062
第六节	菲律宾	067
>>>	思考与习题	071

第四章 南亚地区国家

第一节	印度	073
第二节	巴基斯坦	081
>>>	思考与习题	085



第五章 西亚和北非洲地区国家

第一节	沙特阿拉伯	087
第二节	以色列	091
第三节	土耳其	096
第四节	埃及	100
>>>	思考与习题	105

第六章 欧洲地区国家

第一节	法国	107
第二节	英国	116
第三节	德国	125
第四节	意大利	130
第五节	俄罗斯	136
第六节	西班牙	143
第七节	其他欧洲国家	149
>>>	思考与习题	169

第七章 大洋洲地区国家

第一节	澳大利亚	170
第二节	新西兰	176
>>>	思考与习题	181

第八章 美洲地区国家

第一节	美国	183
第二节	加拿大	191
第三节	墨西哥	196
第四节	巴西	202
>>>	思考与习题	207



第一章

世界旅游业与中国入境旅游市场



- ▶ **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
- ▶ **教学难点** 世界旅游客源市场的分布格局
- ▶ **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
- ▶ **主要内容** 世界旅游业概况
世界旅游发展概况 世界旅游业发展的特点 世界各旅游市场概况
中国入境旅游市场
中国入境客源市场划分 中国入境旅游市场的发展历程 中国入境旅游市场的基本状况
中国入境旅游市场的基本特点

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 and 西班牙之后，居全球第四位，入境旅游收入居全球第五位。

第一节 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2010年,全世界国际旅游客流量增长了将近36.9倍,国际旅游收入总量增长了将近476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
2010	935.0	1 000.0

过去60年来,世界旅游业发展一直长盛不衰,期间虽然也有波动,但总体上呈现高速增长态势。推动世界旅游业迅速发展的关键因素有三个:一是各国经济快速增长及与其相关的国民收入稳步提高,使人们有能力支付旅游旅行费用;二是交通运输技术的迅速发展,使长途旅行发生了巨大的变化,大大缩短了国家与国家之间的距离,使“地球村”的理念成为现实;三是劳动生产率的大幅度提高和人权、民生状况的不断改善,使人们可以有大量的闲暇时间用于旅游旅行。

二 世界旅游业发展的特点

1. 世界旅游市场出现的新格局

从旅游目的地区域板块划分来看,欧洲和北美长期以来是世界上最受欢迎的两大旅游胜地,是全球旅游市场的“双雄”。但最近10年来,情况却在发生快速变化。经济全球化和区域经济一体化的进程深刻地影响着世界旅游业的发展,也打破了原有的旅游市场格局。东亚及太平洋地区已经成为国际旅游者第三首选目的地,形成了欧洲、北美、东亚及太平洋地区“三足鼎立”的新格局。1950年,东亚及太平洋地区所接待的国际游客量不足19万人,到2000年接待的游客量达到了1.12亿人,2010年接近2亿人,约占全球份额20%。据预测,到2020年,东亚及太平洋地区接待国际旅游人数占



全球份额将上升为 27.3%，超过北美，位居世界第二，进一步巩固“三足鼎立”的新格局。

2. 度假旅游呈持续增长之势

随着经济社会的发展，人们的休闲时间与时俱增，恩格尔系数则与时俱减。早在 1995 年，全世界就有 145 个国家实行每周 5 天工作制，其中大多数国家实行每年 5~52 天不等的在职带薪休假制，人们可自由支配的收入大幅度增加。休闲度假旅游已经成为最重要的市场方向，世界旅游强国大多数是休闲度假旅游比较发达的国家。其中，海岛、滨海休闲度假是旅游业的第一大支柱，是一些国家和地区的主要经济收入来源，如在百慕大、巴哈马、开曼群岛，旅游业收入占其国民收入的 50% 以上。地中海沿岸、加勒比海地区、波罗的海及大西洋沿岸的海滨、海滩，则成为极负盛名的旅游度假胜地。

3. 旅游市场的供求内容发生了实质性变化

与传统观光旅游的基本内容相比较，整个旅游市场的供求内容发生了实质性变化。从 20 世纪 70 年代末、80 年代初开始，旅游者已不满足传统的大众化的观光旅游，开始选择具有鲜明地域特色、时代特色和个性特色的度假旅游产品。因此，供给者便着力培育世界一流的旅游度假胜地，形成规模性的复合型度假产品体系，满足各个层次的游客需求。度假者在度假期间除了在度假地活动以外，往往还会以该地为中心，做短途游览，进行观光、考古、探险等，认识、感悟和体验不同旅游度假地的特色文化，扩大视野，放松身心，提升内涵。

4. 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，若不及时采取有效举措，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1-1

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。

1. 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。

2. 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6000万人次到国外旅游。

3. 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。

4. 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。



5. 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。

6. 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。

第二节 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，外国人占入境市场的比重逐年上升，20世纪80年代为百分比个位数，90年代为10%以上，到2011年达到20%。外国人的比重上升在一定程度上反映出我国入境旅游市场国际化的进程。

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。到 2008 年中国接待入境旅游人数基本稳定在 1.30 亿人次以上，入境过夜旅游人数 5 300 万人次以上。2012 年，中国接待入境旅游人数 1.33 亿人次，入境过夜 5 740 万人次，旅游外汇收入 485 亿美元。

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、2011 年来华旅游外国人数 (按洲别分)

洲别	年份 接待 情况	1980		1990		2001		2008		2011	
		接待数 (人)	份额 (%)	接待数 (人)	份额 (%)	接待数 (人)	份额 (%)	接待数 (人)	份额 (%)	接待数 (人)	份额 (%)
亚洲		262 647	49.6	915 172	52.4	6 982 361	62.2	14 561 714	59.9	16 652 000	61.4
欧洲		111 774	21.1	446 260	25.5	2 567 272	22.9	6 112 653	25.1	5 910 800	21.8
美洲		119 482	22.6	303 542	17.4	1 278 383	11.4	2 581 910	10.6	3 201 000	11.8
大洋洲		31 175	5.9	63 497	3.6	310 207	2.8	688 723	2.8	859 300	3.2
非洲		3 545	0.7	12 582	0.1	73 263	0.7	378 401	1.5	488 800	1.8
其他		501	0.1	6 264	0.4	14 898	0.1	1 936		1 900	
总计		529 124	100	1 747 315	100	11 226 384	100	24 325 337	100	27 112 000	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 2011 年入境外国旅游者人数 (按国籍分)

序号	国家名称	入境人数 (万人)	占百分比 (%)
1	韩国	418.54	15.41
2	日本	365.82	13.46
3	俄罗斯	253.63	9.33
4	美国	211.61	7.78
5	马来西亚	124.51	4.57
6	新加坡	106.30	3.91
7	蒙古	99.42	3.65
8	菲律宾	89.43	3.28
9	加拿大	74.8	2.72
10	澳大利亚	72.62	2.65
11	德国	63.7	2.32
12	印度尼西亚	60.87	2.22



续表

序号	国家名称	入境人数 (万人)	占百分比 (%)
13	泰国	60.8	2.22
14	印度	60.65	2.21
15	英国	59.57	2.17
16	哈萨克斯坦	50.62	1.84
17	法国	49.31	1.80
18	意大利	23.51	0.85
19	荷兰	19.75	0.70
20	瑞典	17.01	0.63
21	西班牙	13.99	0.51
22	朝鲜	15.23	0.55
23	新西兰	12.09	0.44
24	巴基斯坦	9.25	0.34
25	瑞士	7.53	0.28
26	比利时	7.04	0.26
27	奥地利	6.69	0.24
28	墨西哥	5.37	0.20
29	挪威	5.14	0.19
30	吉尔吉斯斯坦	4.76	0.18

从多年的中国前十位客源国分析(表1-4),我国外国客源市场已经趋于相对稳定。韩国、日本、俄罗斯、美国等前四位的客源国占到市场份额的一半以上,号称中国四大客源国。即使经过近年的金融危机,这种基本格局也没有改变。

表 1-4 1979、1988、1994、2001、2008、2011 年中国前十位客源国

位次	1979	1988	1994	2001	2008	2011
1	日本	日本	日本	日本	韩国	韩国
2	美国	美国	美国	韩国	日本	日本
3	菲律宾	英国	俄罗斯	俄罗斯	俄罗斯	俄罗斯



续表

位次	1979	1988	1994	2001	2008	2011
4	英国	德国	韩国	美国	美国	美国
5	法国	菲律宾	蒙古	马来西亚	马来西亚	马来西亚
6	新加坡	泰国	新加坡	新加坡	新加坡	新加坡
7	德国	新加坡	马来西亚	菲律宾	菲律宾	蒙古
8	泰国	加拿大	菲律宾	蒙古	蒙古	菲律宾
9	加拿大	法国	英国	英国	澳大利亚	加拿大
10	澳大利亚	澳大利亚	泰国	泰国	泰国	澳大利亚

四 中国入境旅游市场的基本特点

1. 总体为“一主两翼”的市场格局

中国旅游发展遵循世界入境旅游市场的基本规律，邻近市场是本国旅游客源的主体市场，亚洲和东太平洋区域成为了中国入境旅游市场主体，经济发达的欧洲和北美远程洲际市场成为了两翼。

2. 容易受到各种因素的冲击

作为一个敏感的产业，旅游业的发展容易受到各种因素的冲击，这一特征在 2008 年体现得尤为明显。受到 2008 年各类自然灾害、政治事件以及国际金融危机的综合影响，2008 年中国入境旅游 13 002.74 万人次，比上年下降 1.40%；全国旅游外汇收入 408.43 亿美元，比上年下降 2.57%。这是改革开放以来入境旅游业继 1989 年和 2003 年之后的第三次下降，但降幅远远低于前两次。而从 2007 年 12 月 31 日到 2008 年 12 月 31 日，美元兑人民币汇率从 7.304 6 下降到 6.834 6，这实际意味着人民币兑美元在 2008 年升值了 6.88%。因此如果扣除汇率变动因素，入境过夜游客的人均花费实际下降了 3.33%。

3. 边境旅游是重要组成部分

边境省区特殊的地理位置决定了在入境旅游市场中边境旅游是重要组成部分。中国边境省区的旅游市场具有旅游产品多样化、停留时间较短、旅游足迹向腹地延伸、旅游购物为重要的消费活动之一等特点。

目前，中国边境省区入境旅游已经有了较大的市场规模，对当地旅游业及经济社会的发展起到了很大的推动作用。



资料1-2

相辅相成的出入境旅游

基于特殊的国情，中国旅游业的发展是从入境旅游开始的，大力发展入境旅游是中国需要长期坚持的发展旅游的基本方针。经济改革和开放政策实行了30多年，国家的社会经济发生了巨大的变化，作为改革开放产物的中国旅游业变化更大。其中变化最大的是国民旅游，即公民的国内旅游和出境旅游。目前，对发展国内旅游，无论是中央政府还是地方政府，无论是学术界还是业界，似乎没有多少歧义。但是，在如何处理好入境旅游和出境旅游的关系方面还存在着明显的不足。

1. 中国出境旅游的发展历程

1978年以来，中国改革开放不断深入，经济得到了迅速发展。随着中国居民人均可支配收入的增加，出境旅游的需求也不断增加，中国公民出境旅游市场得到了迅猛发展。中国公民出境旅游人数1993年为374万，2000年为1000多万，2003年为2022万，2007年高达4095万。从1993年到2003年，年平均增长率达到20%；从2003年到2007年，年平均增长率更高达25%。据世界旅游组织预测，到2015年，中国居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，居全球第4位。

中国出境旅游是从中国公民自费出境探亲旅游发展而来的。1990年起，中国政府陆续批准新加坡、马来西亚、泰国、菲律宾为探亲旅游的目的地国家；1997年起，根据新的原则与程序，又陆续批准开放了一些中国公民自费出国旅游的目的地国家，使出境探亲旅游正式改变为中国公民自费出国旅游。截至2008年年底，中国政府已经批准了137个中国公民自费出境旅游目的地国家（地区）。

2. 中国入境旅游的功能变化

与20世纪80年代相比，国家对旅游业的期望有了很多变化。改革开放伊始，百废待兴，而外汇短缺的矛盾格外突出。1980年国家的外汇储备是负数，整个80年代国家外汇储备在20亿和30亿美元间徘徊，最高的年份也没有超过100亿美元。应当说，那时的国际旅游业是为数不多的赚取外汇的行业之一。当时旅游业所赢得的外汇收入虽然不多，但是对国家现代化建设是非常宝贵的。似乎当时开展入境旅游的主要目的就是为赚取外汇。

到2006年底，中国的外汇储备超过了10000亿美元。入境旅游的外汇