

宁夏大学优秀学术著作出版基金项目



旅游与贸易的互动关系研究 验证、效应与机理

赵多平 等 / 著



科学出版社

国家自然科学基金项目（41261028）阶段性成果

旅游与贸易的互动关系研究： 验证、效应与机理

赵多平等 著

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书在梳理国内外相关文献和理论的基础上,由广义旅游流和区际关联的研究视角切入,提出新的旅游与贸易互动关系假设,选取入境中国旅游与进出口贸易均非常典型的欧洲主要国家作为研究案例,采用统计分析、计量方法与结构模型相结合的多元整合方法,对旅游与贸易关系进行了系统研究。并且,提出了一个基于广义旅游流,用于阐释和分析研究旅游与贸易互动关系的系统框架,形成的成果丰富和拓展了旅游地理学与贸易地理学交叉性研究领域,并将为部分内陆省份或地区,探索内陆或沿边开放经济发展创新模式和实现路径,制定区别于沿海开放政策提供有效的理论依据。

本书研究内容属于旅游与贸易地理交叉性研究领域,可作为旅游管理与人文地理专业的研究生和研究者,以及旅游管理者和高校相关学科的教师参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游与贸易的互动关系研究:验证、效应与机理 / 赵多平等著. —北京:科学出版社, 2015.6

ISBN 978-7-03-045098-2

I. ①旅… II. ①赵… III. ①旅游业—关系—国际贸易—研究 IV. ①F59②F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 132958 号

责任编辑:刘彦慧 葛飞航 / 责任校对:檀晓希

责任印制:肖 兴 / 封面设计:铭轩堂

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学院印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2015 年 6 月第 一 版 开本:A5 (890×1240)

2015 年 6 月第一次印刷 印张:9.5

字数:300 000

定价:89.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

序

经济全球化与区域合作的快速融合，深化了国际分工的紧密程度，加快了包括资本、技术、信息、商品及人员等要素在全球范围内的流动，其实质是生产要素和非生产要素在全球范围内的扩展和重新整合。国际贸易和国际旅游作为物流和人流的典型类型是各种要素流动的内在驱动因素。其中，国际贸易是各国（或地区）在国际分工的基础上相互联系的主要形式，反映了世界各国（或地区）在经济上的相互依赖关系，而国际旅游是游客在全球范围内的“空间位移”，是人员流动和民间交往的重要形式，反映了世界各国人员往来和文化互动的密切程度。两者在时空上的互动关系已经成为近年来国内外经济地理与旅游地理的新交叉性研究课题，引起了国内外部分学者的关注。

赵多平副教授近年来密切关注和开展了旅游与贸易互动关系的研究，先后以中俄边境地区以及中国与欧洲典型国家为研究案例，完成了旅游与贸易互动关系的宏观对接关系辨识和验证以及欧美国家入境客流为研究对象的微观互动机理研究，取得了一些研究成果。该书正是前期研究成果的重要组成部分和系统总结。该书提出的观点和构建的研究框架将为进一步开展相关研究和探索国际旅游与贸易联动发展模式，深入挖掘国家之间入境旅游和进出口贸易的潜力提供科学依据，并将为部分内陆省份或地区探索内陆或沿边开放经济发展创新模式和实现路径，制定区别于沿海的开放政策提供有效的理论依据。

作者通过该书主体内容的分析与研究试图揭示旅游与贸易互动的关键性问题：一是选取近 26 年入境旅游与进出口贸易数据，构建欧洲主要国家入境旅游与进出口贸易在时间序列上的推拉模型，揭示旅游与贸易同升同降趋势及阶段特征。重点回答旅游与贸易各自生长及运行的特征。二是采用非平稳时间序列计量经济模型，将旅游划分为商

务旅游、文化旅游、休闲旅游，将贸易划分进口贸易和出口贸易，分别对入境旅游和分类入境旅游与进出口贸易进行协整关系和格兰杰因果关系检验，重点辨识和验证旅游与贸易在动态中的关系特征。以此回答两者之间有没有关系，以及有何种关系。三是以文献资料和问卷调查为基础，提出路径假设，构建旅游与贸易互动的结构方程模型，确定其相互联系的路径及影响系数，揭示旅游与贸易互动的行为动机与引发路径关系，重点分析商务旅游者、观光旅游者及探亲访友旅游者形成的旅游与贸易互动的内在动态演化过程机理，提出研究二者循环往复形成的互动过程系统框架，来揭示旅游与贸易互动机理，以及两者关系是如何产生的。四是着眼于两者之间关系引发的关系效应，借助动态面板数据模型、脉冲响应函数、格兰杰因果检验法和方差分解法，分析国际货物贸易对入境旅游的影响及其效应，并且借助耦合模型来分析其在空间上的分异和耦合关系，以此回答旅游与贸易互动关系会产生何种效应。通过对旅游与贸易互动几个关键问题的分析，深入探究隐藏在旅游流与贸易流背后的本质属性与互动规律，初步构建了研究这一问题的系统框架。

纵观该书我认为有许多可点之处，是一部学术价值较高、具有一定参考价值的学术专著。该书具有以下特点：

第一，切入点具有跨学科特征。研究内容跨越国际旅游与国际贸易两大学科，紧密跟踪国际旅游与国际贸易关系研究的前沿进展，将两者纳入区际联系与广义旅游流的研究框架中，架起了沟通旅游与贸易联系的桥梁，系统探讨了入境旅游与进出口贸易的互动规律，揭示隐藏在其中的人流与物流的关系，具有跨学科和交叉学科的特点，研究视角具有一定的独特性。

第二，研究采取多元整合范式。研究采用统计分析、计量方法与结构模型相结合的整合多元方法，在识别与验证入境旅游与进出口贸易之间确定推拉、协整和因果关系的基础上，深入微观行为路径与机理层面，揭示了商务游客和非商务游客的动机行为引发商贸的路径与互动机理，发现商贸关联对商贸及重游意愿有直接路径影响，而信息传播与关系链接通过知识关联和广告效应间接引发商贸及重游意愿。

该研究范式弥补了过去宏观关系研究的不足，为旅游与贸易互动的继续深入研究和全面揭示提供创新思路。

第三，实证研究具有创新性。该书在实证研究的基础上，尝试性地提出了一个用于阐释和分析旅游与贸易互动关系的系统框架，以旅游与贸易产生的空间相互作用作为理论逻辑起点，由内外两个关系系统组成，外部系统揭示了旅游与贸易形成及演化的宏观关系，内部系统阐释了旅游与贸易关系形成的逻辑关联和行为机理。该成果丰富了旅游地理的相关研究理论和方法，拓展了旅游地理学与贸易地理学的交叉性研究领域。

在祝贺该书出版的同时，希望作者能够继续对不同空间尺度和不同类型区域的旅游与贸易互动关系进行深入研究，以取得更多成果。也期盼通过该书的出版能够进一步引起学术界对旅游与贸易互动关系的理论问题以及旅贸联动实践给予更多关注和探索。

宁夏大学资源环境学院教授
博士研究生导师 米文宝

2015年3月25日

前 言

旅游流与贸易流是跨国区际联系的主要形式，旅游与贸易互动关系是近年来国内外经济地理与旅游地理研究的新课题，但目前国内外主流研究均未能将二者进行交叉研究，其他研究缺少整合视角的多方法综合研究，尤其无法系统地揭示旅游与贸易的互动规律和行为机理。本书在梳理国内外相关文献和理论的基础上，由广义旅游流和区际关联的研究视角切入，提出新的旅游与贸易互动关系假设。通过选取入境中国旅游与进出口贸易均非常典型的欧洲主要国家作为研究案例，采用统计分析、计量方法与结构模型相结合的多元整合方法，构建宏观与微观两个分析框架。在宏观上构建旅游与贸易的推拉模型和协整模型，识别和验证旅游与贸易的宏观推拉、协整和因果关系。在微观上依据问卷调查和深度访谈，构建旅游与贸易互动的结构方程模型，分析旅游与贸易的关联路径和互动机理，深入探究隐藏在旅游流与贸易流背后的本质属性与互动规律。以此回答旅游与贸易“有没有关系”“有何关系”“如何产生关系”“有何效应”和“空间差异”等五个关键问题。本书主要包括以下内容。

(1) 理论基础与模型构建：梳理国际旅游与国际贸易的相关理论，分析影响国际旅游与国际贸易的主要因素以及隐藏在其中的人流与物流关系，提出新的国际旅游与国际贸易互动关系假设，分析旅游引发贸易和贸易推动旅游的动力机制，构建基于国际关联框架下的旅游与贸易互动的概念模型。

(2) 阶段特征与推拉关系：分析欧洲七国入境中国客流量与进出口贸易的发展态势、波动周期及其影响因素，并以近 26 年入境旅游与进出口贸易数据，构建欧洲主要国家入境旅游与进出口贸易在时间序列上的推拉模型，揭示旅游与贸易同升同降趋势及阶段特征。

(3) 关系辨识与关系验证：将入境旅游划分为商务会议旅游、观光休闲旅游、探亲访友、其他旅游四类，将贸易划分为进口贸易、出口贸易，依据近 26 年的统计数据，采用非线性时间序列计量经济模型，分析入境旅游与进出口贸易的协整关系，从时序上辨识入境旅游与进出口贸易的增长和互动关系，并对旅游与贸易的关系进行质性揭示。从动态过程中认识旅游与贸易的格兰杰因果关系，即是旅游促进贸易，还是贸易促进旅游或互为因果关系。

(4) 互动机理与路径分析：旅游引发贸易有多条路径（如观赏学习、旅游购物、使用体验、发现商机等），贸易促进旅游也有多条路径（如广告效应、使用体验、朋友推荐、信息传播等），依据旅游与贸易互动的路径提出多条假设，并开展相应的问卷调查收集 1200 份问卷，运用结构方程模型 Amos 软件测定路径系数，揭示旅游与贸易互动的微观行为机理。

通过对旅游与贸易互动关系的研究得出以下几点结论。

(1) 入境旅游与双边贸易同升同降趋势明显，呈现显著的相关关系，旅游客流量对进口和出口贸易推拉作用明显，但存在差异性和阶段性特征。从横向对比上看，入境旅游客流量对进出口贸易边际弹性推拉作用存在差异性，德国、瑞典和瑞士三国旅华客流量对进口贸易拉动作用持续大于出口贸易。对英国、荷兰、法国和意大利四国的出口贸易推拉作用整体上大于进口贸易，但存在阶段性差异。从纵向上看，入境客流量对进口、出口和进出口贸易总额的后期弹性推拉作用均明显大于前期，结果与本书提出的旅游与贸易互动阶段演化假设一致。

(2) 入境旅游及不同类型入境旅游客流量与进口贸易、出口贸易之间均存在确定的协整和因果关系，具有明显时间滞后性。入境中国客流量对进口贸易、出口贸易的短期弹性远小于长期趋势，该结果与入境旅游客流量对贸易之间的互动关系存在时间上的滞后性一致，显示出了不同滞后期下其弹性关系和惯性作用有所不同；入境客流量大小对于进口贸易额促进影响作用相对应，入境客流量对出口影响存在一定差异，意大利入境中国客流量与进口贸易呈现双向因果关系；英

国、德国与瑞典入境客流量与出口贸易额呈现单向因果关系；出口贸易额对入境客流量的拉动作用中，意大利呈现单向因果关系；进口贸易额对入境客流量影响作用中，瑞士呈现单向因果关系；这与各国与中国双边贸易的模式、不对称性关系、顺逆差水平和贸易相对地位等因素的影响有关。

(3) 不同类型入境旅游与进口和出口贸易额之间存在因果关系，也具有明显时间滞后性。从量上看，欧洲七国入境中国商务旅游客流量大小与对进出口贸易额影响促进作用相对应，各国商务旅游客流量越大与中国进口贸易关系更为密切，法、德和意三国入境中国商务旅游客流量至少与进口贸易呈现单向因果关系，与其对华出口贸易在二期滞后中呈现双向因果关系。贸易额较小的国家入境中国的休闲观光、探亲访友及服务员工等形式旅游与进出口贸易关系更为密切，如荷兰入境中国探亲访友和休闲观光旅游与其从中国进口贸易呈现单向因果关系；各国入境中国不同类型旅游对中国出口贸易的推动作用大于进口贸易。从时间滞后情况来看，不同类型入境中国客流量与进出口贸易的关系均存在明显时间滞后现象，尤其在商务旅游与其出口贸易关系中表现更为明显。

(4) 商务游客的旅游动机与商贸及重游意愿之间的路径关系显著。主要存在一条直接路径和两条间接路径——商贸关联直接与商贸及重游意愿的引发路径（商贸关联→商贸及重游意愿），体现在商务游客在实际情况下重游频繁，由于直接与商贸关联的行为导向或公务导向动机如“商品销售”“商品订购”“商品消费”“新产品展示及试用”，无论是专门参加展销会还是博览会，这些产生一次商务旅游的动机既是经贸关系的开始，也是反复产生商务旅游的动因，形成了商贸关联与商贸及重游意愿的路径关系。另外还存在“关系链接→知识关联→商贸及重游意愿”和“信息传播→广告效应→商贸及重游意愿”两条间接路径关系，“观点交流”“结交朋友”“维持顾客”“寻找商业伙伴”和“访问高端名人或专家”等商务旅游中的关系链接动机，间接向国内外“传递需求信息”“发现商业机会”“了解产品偏好信息”“收集商业建议”等，以此产生商贸和重游意愿；另外一条路径是有商务游

客“学习新趋势”“体验不同文化”“探索未知事物”“获得新产品信息”和“收集购买或销售信息”的信息传播有意或无意地产生了对中国主要旅游目的地和城市的广告效应，可以激发商务旅游者对中国的良好感知，帮助其更好地了解中国，激起商务旅游者对中国的更多关注，或因此激发了在中国做生意或者进行经贸活动的兴趣，同时将其看到的一切景点景区或景物以及体验过的特色产品与服务告诉自己的亲朋好友，这些都会激发自己或亲朋好友前往中国重游或进行商贸的意愿。

(5) 非商务游客模型中直接路径也呈现正向影响关联，还存在“关系链接→知识关联→商贸及重游意愿”和“信息传播→广告效应→商贸及重游意愿”两条间接路径关系。非商务游客主要是为了观光休闲、探亲访友、文化交流或者假日旅游，但在旅游过程中有意或无意地会带有“学习新趋势”“体验不同文化”“探索未知事物”“获得新产品信息”和“收集购买或销售信息”的附带行为，产生了广告效应，形塑商务旅游者对中国的良好感知，帮助其更好地了解中国和更多的关注，因此激发了在中国做生意或者进行商贸活动的兴趣，并且对其亲朋好友进行口碑宣传所见所闻，均会引发自己或亲朋好友前往中国重游或进行商贸的意愿；另外一条路径“关系链接→知识关联→商贸及重游意愿”，从引发路径上与商务游客类似，但从载荷系数来看其中的两个测度指标“维持顾客”与“发展商业伙伴”与旅游动机的载荷系数较小，非商务游客的商贸关联路径系数明显弱于商务游客，但在知识关联和广告效应等直接关联路径上与商务游客差异不大。

本书以中国与欧洲主要国家为例，在分析成长态势及周期波动、辨识和验证旅游与贸易关系的基础上，通过对案例区旅游与贸易的互动机理与路径的研究，实现以下目标：①微观层面，在中国与欧洲国家旅游与贸易对接关系分析研究的基础上，构建旅游与贸易互动的结构模型，通过深度访谈和问卷调查，定量测定其关键路径和影响系数，揭示旅游与贸易互动的关联路径与互动机理；②宏观层面，对中国与欧洲国家的商务旅游、观光旅游、休闲旅游和进口贸易、出口贸易与进出口贸易的关系进行分析，依据近 10 年的抽样调查和统计数据，采用计量经济分析和协整分析，分析出入境旅游与进出口贸易的均衡关

系以及动态演化规律；③实践层面，结合中国与欧洲各国的旅贸互动的具体情况，分析出入境旅游与进出口贸易的发展变化过程与结构弹性变化，为推进中国与欧洲各国旅游与贸易互动的发展模式和创新途径，以及为政府有关部门政策的制定提供科学依据和理论启示。

赵多平

2014年12月于银川

目 录

序

前言

第 1 章 旅游与贸易互动关系解构	1
1.1 旅游与贸易关系的缘起	1
1.2 旅游与贸易关系形成与演化史	4
1.3 学科关注与理论响应	9
1.4 研究方法与研究框架	22
1.5 样本选取与数据来源	25
第 2 章 理论基础与模型假设	27
2.1 旅游与贸易概念解析	27
2.2 理论基础	35
2.3 旅游与贸易互动理论假设	44
第 3 章 旅游与贸易的发展态势与推拉关系	49
3.1 欧洲七国对华贸易发展态势及特征分析	50
3.2 欧洲七国旅华客流发展态势及结构特征分析	59
3.3 旅游与贸易关系的阶段划分及特征分析	69
3.4 欧洲七国旅华客流量与进出口贸易的推拉关系	71
3.5 本章小结	95
第 4 章 旅游与贸易关系的辨识与验证	100
4.1 研究方法 with 数据说明	101

4.2 入境旅游与进出口贸易整体关系辨识与验证	102
4.3 不同类型入境旅游与进出口贸易的关系辨识与验证	125
4.4 本章小结	161
第5章 旅游与贸易互动关系的溢出效应	163
5.1 理论分析与研究假设	164
5.2 实证模型与数据说明	167
5.3 实证结果与分析	169
5.4 本章小结	176
第6章 旅游与贸易时空耦合关系分异	178
6.1 入境旅游与进口贸易耦合内涵及协调机制	178
6.2 模型构建与参数选取	179
6.3 入境旅游与进口贸易耦合协调度计算	183
6.4 入境旅游与进口贸易耦合协调度分异分析	187
6.5 本章小结	190
第7章 旅游与贸易互动的路径与机理	192
7.1 路径假设与数据获取	192
7.2 旅游行为动机与商贸意向路径关系分析	232
7.3 旅游与贸易互动机理	250
后记	250
主要参考文献	278
附录：调查问卷（英文版）	282

第1章

旅游与贸易互动关系解构

经济全球化与区域合作的快速融合，深化了国际分工的紧密程度，加快了资本、技术、信息、商品及人员等要素在全球范围内的流动，在此背景下，国际贸易和国际旅游获得了快速发展，贸易是维护两国良好关系的“硬性”因素，而包括旅游在内的民间交往是塑造友好民意和“柔性”化解政治危机的纽带，两者还具有互相激发和互动共促的潜在关联，贸易的增长促进了经济的联系，经济的联系推动了人员的交流；商务旅游引发国际贸易，国际贸易提高了对伙伴国的关注和兴趣；旅游引发贸易，贸易促进旅游，国际旅游与国际贸易互动已经成为新的交叉性研究课题，并引起了国内外部分学者的关注。该领域的研究可以揭示旅游与贸易之间的联动机制与关联效应，为深化关联区域经济发展和跨国区际联系提供创新思路。

1.1 旅游与贸易关系的缘起

(1) 旅游与贸易同升同降趋势明显——有何关联？

国际统计年鉴统计数据显示，1950 年全球货物进出口贸易总额为 1261 亿美元，1980 年货物贸易进出口总额增长到 4.05 万亿美元，1990 年攀升到 6.99 万亿美元，2000 年为 13.18 万亿美元，2009 年进出口总额飙升到了 25.11 万亿美元。根据世界旅游组织统计报告，同期全球旅游人数也大幅增长，1950 年为 2500 万人次，1980 年为 2.77 亿人次，1990 年增长到 4.39 亿人次，2000 年达到 6.84 亿人次，2008 年飙升到

9.22 亿人次，该组织预测，到 2020 年全球旅游人数将增长到 16 亿人次，旅游收入将达到 20 000 亿美元（WTO，2000）。2011 年全球旅游业规模已经占世界 GDP 的 9%，达到 6 万亿美元，已经成为世界第一大产业。可以看出，国际旅游和国际贸易在增长趋势上表现出了明显的时间同步性和同升同降趋势。国际贸易作为商品和货物的跨境流转，是跨国区际联系的主要物流形式，贸易往来深化了双边经济的联系和经贸合作的基石，背后隐含着巨大的人流，对同期旅游客流量增长产生促进作用。国际旅游作为人员的跨国流动，是国际往来的主要人流形式，可以引发广告效应和扩散效应，增加双边的关注和了解，提升双边贸易的层次和规模。

我国入境旅游和对外贸易同步快速增长。改革开放 30 多年来，旅游人数从 1980 年的 420.4 万人次（其中外国入境旅游 67.5 万人次）增长到 2011 年的 13 542.4 万人次，入境旅游世界排名从 41 位上升到第 3 位，同期的对外贸易从 206 亿美元增长到 3.6 万亿美元，国际贸易从第 32 位上升到第 2 位。2011 公布的《中国的对外贸易》白皮书指出，我国货物贸易总量跻身世界前列。2010 年我国出口总额和进口总额占世界货物出口和进口的比例分别提高到 10.4% 和 9.1%，我国已经成为世界经济举足轻重的力量，并且连续两年成为世界货物贸易第一出口大国和第二进口大国。从纵向发展时间过程看，入境旅游与对外贸易同涨同落，数据上呈现出较强的时间同步性和高度的相关性，国内外部分国家和地区的案例研究的结果表明：贸易和旅游具有相互促进和驱动关系，众多传统的客源市场入境客流量与进出口贸易额呈统计上的对数直线关系，一些新兴客源市场入境客流量与进出口贸易额呈直线关系。进出口贸易是商品和货物的国际“旅游”，国际旅游是人员和资金的进出口“贸易”。贸易的增长促进了经济的联系，经济的联系推动了人员的交流；商务旅游引发国际贸易，国际贸易提高了对伙伴国的关注和兴趣；旅游引发贸易，贸易促进旅游，两者之间存在何种联系？如何互动？内部机理为何？这些都需要进一步深入研究。

（2）入境旅游与对外贸易存在的两种错位关系——有何动因？

改革开放以来的 30 年间，我国入境旅游客流量和进出口货物贸易

数量在规模不断扩大、排名大幅提升,同时我们应该看到我国入境旅游流中存在高低两种层次的错位现象:一是地位错位,即从宏观客流量和世界排名来看,我国规模巨大的入境旅游流中外国入境旅游流所占比例与贸易地位排名存在明显的悬殊错位;二是空间错位,即从外国入境我国客流量的分布来看,各省旅游资源品位与入境旅游人数及业绩的空间错位现象,外国入境旅游客流量大省不一定是旅游资源丰度极高的大省,而与我省经济规模和发展水平基本保持一致。两个错位现象提出了一个非常值得探索的问题,我国外国入境旅游地位能否与贸易地位关联匹配大幅提升?此问题突出表现在了国际贸易(进口和出口贸易)作为旅游需求的驱动因素之一,其作用并没有得到应有的重视,尤其是我国巨大规模的货物流及不断提升的货物贸易位置与外国入境旅游规模存在一定的错位关系。重新审视我国货物贸易地位与外国入境旅游之间的关系,重视国际旅游与国际贸易之间的匹配驱动,对解读和全面认识全球范围内或主要贸易伙伴国与我国之间的持续增长的巨大贸易流和旅游流的动因与驱动,提供了新的视角,也是未来我国成为第一大外国游客入境旅游目的国的关键驱动因素和路径之一。

(3) 入境旅游的多种功能挖掘和时空视角关注——有何意义?

进入21世纪以后,“流动”“传播”“移民”“离散”“旅行”“跨界”等关键词成为与全球化密切相关的高频率使用的空间概念(闵冬潮,2008)。地理空间的概念从“实体空间”“地方空间”到“流动空间”再到“行动者网络空间”演化,不断被“刷新”(艾少伟,苗长虹,2010)。其内涵和外延在全球一体化和信息化的冲击下被扩展,在此趋势下,不应该简单锁定入境旅游的单一经济或创汇功能,其他如交往功能、信息传播功能、文化交流功能、展示形象功能,以及激发创新和知识关联(溢出)的功能也应受到关注。入境旅游不仅能够直接强化两国之间的互动,促进国际贸易,并且对于在国与国之间构建了文化与民间民众交流的桥梁,推动民间外交、消除民众误解,提升国际形象等都具有显著正面效应。旅游流可以提高区域生产效率,在无形资产、基础设施和空间溢出效应方面发挥积极的作用(Marrocu,2011)。在欧洲,因旅游者作为传递新理念和新信息的重要渠道,提高了旅游目

的地创新和区域生产效率，欧洲决策者因此已经将其作为区域创新的重要考量（European Commission, 2009）。

中国是世界上最大的发展中国家和正在崛起的大国，欧盟是世界上最大的区域一体化组织之一，中欧之间一直存在一个“隐形”的博弈关系。欧洲七国分别是指英国、法国、德国、意大利、荷兰、瑞士、瑞典，它们是中国入境旅游和对外贸易的重要伙伴。1985年至今，欧洲入境中国旅游平均市场占有率达到24.72%，对同期外国入境中国客流量增长率拉动作用明显，对于双边及多边均衡博弈和向着多极化发展有一定推动作用。在一定程度上反映了中国入境旅游的基本客流规律和基本特征，具有一定的典型性。国与国之间紧密的经贸往来与频繁的民间交往成为双边关系变化的指示器，其中进出口贸易是维护双边或者多边关系长期在一定范围内均衡博弈的硬性因素，而包括以旅游为主要形式的民间交往成为塑造友好民意和柔性解决贸易争端及政治危机的纽带，旅游与贸易互动对于双边均衡博弈和向着多极化发展有一定推动作用。研究旅游与贸易之间的关系，尤其若能从机理上揭示旅游与贸易互动，将有助于从微观行为和路径上透视出入境旅游流所具有的这些功能如何传递和演化。

1.2 旅游与贸易关系形成与演化史

本书所探讨的旅游与贸易关系是现代的国际旅游和贸易关系，后续互动关系研究是基于中国与欧洲典型国家的稳定经贸关系时期的旅游与贸易数据进行分析和探究，但旅游与贸易作为人流和物流的主要存在形成的萌芽、产生和兴盛并不是现代才出现的。因此，为了更清楚地梳理和揭示两者关系的萌芽、形成、演化和确立，有必要对旅游与贸易各自的产生、发展和两者之间产生的互动关系进行演化史的理论梳理，并且进行必要的阶段划分和归纳提炼。

1.2.1 旅游与贸易发展的阶段划分

从原始社会末期到奴隶社会初期，随着社会生产力的发展和社会