



21世纪海上丝绸之路与东盟区域旅游合作丛书
Shiji Haishang Sichou Zhilu yu Dongmeng Quyu Luyou Hezuo Congshu



21世纪海上丝绸之路 与精品旅游

21Shiji Haishang Sichouzhilu
yu Jingpin Luyou

瞿华 著



廣東旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL & TOURISM PRESS
悅讀書·悅旅行·悅享人生



国家出版基金项目
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION



21世纪海上丝绸之路与东盟区域旅游合作丛书
Shiji Haishang Sichou Zhilu yu Dongmeng Quyu Luyou Hezuo Congshu

21世纪海上丝绸之路 与精品旅游

21Shiji Haishang Sichouzhilu
yu Jingpin Luyou

■ 瞿华 著



廣東旅游出版社
GUANGDONG TRAVEL & TOURISM PRESS

悦读书·悦旅行·悦享人生

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

21 世纪海上丝绸之路与精品旅游/瞿华著. —广州: 广东旅游出版社, 2017. 8
ISBN 978 - 7 - 5570 - 1144 - 4

I. ①2… II. ①瞿… III. ①旅游市场—市场营销—研究—世界 IV. ①F591

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 253924 号

出 版 人: 刘志松
策划编辑: 官 顺
责任编辑: 彭素芬
封面设计: 邓传志
责任技编: 刘振华
责任校对: 李瑞苑

21 世纪海上丝绸之路与精品旅游

21 SHI JI HAI SHANG SI CHOU ZHI LU YU JING PIN LU YOU

广东旅游出版社出版发行

(广州市越秀区环市东路 338 号银政大厦西楼 12 楼)

邮编: 510180

电话: 020 - 87348243

网址: www.tourpress.cn

印刷: 广州家联印刷有限公司

(广州天河吉山村坑尾路自编 3 - 2 号)

开本: 787mm × 1092mm 16 开

字数: 150 千字

印张: 17.25

印次: 2017 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

印数: 1 - 1000 册

定价: 48.00 元

【版权所有 侵权必究】

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书。

丛书编委会：

主 任：朱 竑

副主任：吴智刚、司徒尚纪（中山大学）、吴必虎（北京大学）

委 员：赵耀龙、蔡晓梅、方远平、瞿 华、李琼英、林德荣、李 爽、
宋一兵、朱定局、熊 伟、吴 颖、毕斗斗

丛书国际交流委员会：

主 任 委 员：Lily kong 教授（新加坡管理大学）

副主任委员：林初升 教授（香港大学）

苏晓波 副教授（美国俄勒冈大学）

总策划：朱 竑

主 编：刘志松

副主编：江丽芝 周向辰

编辑组：官 顺 厉颖卿 赵瑞艳 彭素芬 江 南 李政融

封面设计：邓传志

民心相通，和谐共建

——《21 世纪海上丝绸之路与东盟区域旅游合作》丛书总序

2013 年 9 月，习近平总书记在访问中亚四国期间首次提出了共同建设“丝绸之路经济带”的构想。2013 年 10 月，习近平总书记在访问东盟期间再次提出了共建 21 世纪“海上丝绸之路”的构想。自此，“一带一路”成为了中国国家层面乃至世界层面的大战略，影响深远，意义巨大。

《21 世纪海上丝绸之路与沿线国家区域旅游合作》丛书即是上述背景下的产物，是广东旅游出版社与华南师范大学旅游管理学院共同合作，积极响应国家战略而进行的主题出版，是从旅游的视角出发，服务于国家战略，为丝绸之路经济带的旅游发展提供创新理论和实践指导的一种尝试。本套丛书共分三辑，目前出版的是第一辑，聚焦于 21 世纪海上丝绸之路上中国与东盟区域旅游合作研究，包括吴智刚教授的《21 世纪海上丝绸之路与妈祖文化》，李琼英教授的《21 世纪海上丝绸之路与宗教文化之旅》，宋一兵、郭华、何向教授的《21 世纪海上丝绸之路——中国与东盟区域旅游合作研究》，瞿华教授的《21 世纪海上丝绸之路与精品旅游》，李爽、林德荣教授的《21 世纪海上丝绸之路与东南亚国家文化旅游》共五本。

《21 世纪海上丝绸之路与妈祖文化》从妈祖文化的渊源谈起，探讨妈祖文化对于建设 21 世纪海上丝绸之路的积极作用，东盟沿线国家所存在的妈祖文化遗址及认同，以及如何通过妈祖文化实现“一带一路”的重要战略目标：民心相通。并提出了妈祖文化的道德内涵、信仰内涵和多学科文化内涵；认为妈祖文化是寻根文化、和平文化、爱国文化、美德文化和海洋文化的集合。

《21 世纪海上丝绸之路与宗教文化之旅》以广州为起点，以海上丝绸之路为线索，介绍世界三大主要宗教在广州、东南亚及南亚沿海地区的传播，及其在长期历史发展中遗存下来的著名宗教景观，以期寻找出中国与东盟国家宗教文化的同宗同源，找出人们之间信仰的共通点，从而为中国与东盟区域旅游合

作找出共通之处。

《21 世纪海上丝绸之路—中国与东盟区域旅游合作研究》以中国重要的区域旅游市场广东省为例，从旅游的视角研究海上丝绸之路上中国与东南亚地区的旅游交流活动，对于厘清广东等区域在海上丝绸之路中的文化旅游活动地位与作用、深入探讨中国与东南亚地区在旅游文化交流中的发展、特点与走向，提供可资借鉴的研究视角与方向，从旅游的视角重新审视其与东南亚地区的交流，不仅对双边的旅游业发展，同时更对双边的文化交流具有重要意义。

《21 世纪海上丝绸之路与精品旅游》以东盟精品旅游线路与营销策略为主线，分别对东盟精品旅游线路及营销策略进行研究与探讨，并对中国改革开放以来与东盟旅游合作进行了深入研究，提出了东盟精品旅游线路设计与营销的策略，从而为国内旅游部门和相关旅游者提供了决策参考。

《21 世纪海上丝绸之路与东南亚国家文化旅游》研究赴东南亚旅游的中国游客的行为特征及旅游体验，对于促进双方旅游业的发展，加强与东南亚的旅游合作，深化中国与东南亚各国的人文交流与务实合作具有重要意义。中国与东南亚很多国家历史上就以“海上丝绸之路”为途径，通过人口迁徙、贸易往来、文化交流和族群互动保持密切的社会交往，形成了复杂多元的社会网络体系，是当今中国与东南亚国家文化旅游合作的雄厚基础，在区域旅游合作过程中，中国与东南亚国家互为重要的客源地和旅游目的地。

建设 21 世纪海上丝绸之路，实现“民心相通”，达到“共商、共建、共享”之目标，是各行各业研究者当前学术建设的当务之急。作为旅游领域的研究者，本人非常荣幸成为此套丛书的总策划，也非常乐意为此套丛书的出版写几句话。

是为序。



2017 年 5 月

第一章 绪论 / 001

第一节 研究背景 / 001

第二节 研究意义 / 005

第三节 研究内容 / 006

第二章 中国至东盟精品旅游线路及营销策略 / 008

第一节 中国至越南、老挝、缅甸、柬埔寨旅游线路及营销策略 / 008

第二节 中国至新加坡、马来西亚、泰国旅游线路及营销策略 / 034

第三节 中国至印度尼西亚旅游线路及营销策略 / 061

第三章 中国至南亚精品旅游线路及营销策略 / 068

第一节 中国至印度、巴基斯坦旅游线路及营销策略 / 068

第二节 中国至尼泊尔、斯里兰卡旅游线路及营销策略 / 080

第三节 中国至马尔代夫、不丹旅游线路及营销策略 / 092

第四章 中国至西亚精品旅游线路及营销策略 / 105

第一节 中国至沙特阿拉伯、阿曼旅游线路及营销策略 / 105

第二节 中国至阿联酋旅游线路及营销策略 / 117

第三节 中国至土耳其旅游线路及营销策略 / 124

第四节 中国至约旦、也门旅游线路及营销策略 / 130

第五章 中国至非洲精品旅游线路及营销策略 / 145

第一节 中国至埃及旅游线路及营销策略 / 145

第二节 中国至南非旅游线路及营销策略 / 151

第三节 中国至摩洛哥、肯尼亚旅游线路及营销策略 / 160

第六章 中国至欧洲精品旅游线路及营销策略 / 181

第一节 中国至法国、英国、西班牙旅游线路及营销策略 / 181

第二节 中国至德国、奥地利、意大利旅游线路及营销策略 / 209

第三节 中国至瑞士、卢森堡、比利时、荷兰旅游线路及营销策略 / 228

后记 / 254

参考文献 / 256

第一章 绪 论

第一节 研究背景

一、“一带一路”重大战略构想的提出与实践

在当前全球经济缓慢复苏的大背景下，加强区域合作是推动世界经济发展的重要动力，并已成为一种趋势。2013年9月和10月，中国国家主席习近平在出访中亚和东南亚国家期间，先后提出共建“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想，得到国际社会高度关注和有关国家积极响应。具体来说，2013年9月7日，习近平主席访问哈萨克斯坦时提出，用创新的合作模式，共同建设“丝绸之路经济带”，以点带面，从线到片，逐步形成区域大合作。这是中国领导人首次在国际场合公开提出共同建设“丝绸之路经济带”的重大战略构想。2013年10月，习近平主席在印度尼西亚国会发表演讲时提出，中国致力于加强同东盟国家互联互通建设，倡议筹建亚洲基础设施投资银行，愿同东盟国家发展好海洋合作伙伴关系，共同建设21世纪“海上丝绸之路”。

2014年5月21日，习近平主席在亚信峰会上做主旨发言时指出：中国将同各国一道，加快推进“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”建设，尽早启动亚洲基础设施投资银行，更加深入参与区域合作进程，推动亚洲发展和安全相互促进、相得益彰。

2014年11月8日在“加强互联互通伙伴关系”东道主伙伴对话会上，习

近平主席指出共同建设丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路与互联互通相融相近、相辅相成。他指出，当务之急是协商解决影响互联互通的制度、政策、标准问题，降低人员、商品、资金跨境流动的成本和时间。有必要开展信息互换、监管互认、执法互助的海关合作，加快边境口岸“单一窗口”建设，推广旅客在同一地点办理出入境手续的“一地两检”查验模式。

2014 年 11 月 11 日，在 2014 年亚太经合组织（APEC）领导人非正式会议上，国家主席习近平提出亚太自由贸易区（FTAAP）发展设想，会议就《亚太经合组织推动实现亚太自贸区北京路线图》达成共识。

2014 年 12 月 16 日第三次中国—中东欧国家领导人会晤在塞尔维亚贝尔格莱德举行。与会各方发表《中国—中东欧国家合作贝尔格莱德纲要》，提出计划制定《中国—中东欧国家中期合作规划》、推进互联互通合作、促进经贸投资合作、扩大金融合作、拓展科技创新环保能源领域合作、深化人文交流和地方合作等内容。

2015 年 3 月 28 日，国家发展改革委、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，系统勾勒了“一带一路”路线图，宣布“一带一路”进入了全面推进阶段。

2015 年 5 月 8 日，中俄双方共同签署并发表了《关于丝绸之路经济带建设与欧亚经济联盟建设对接合作的联合声明》，“一带一路”战略与“欧亚经济联盟”战略实现对接。

2015 年 6 月 1 日，交通部披露，《交通运输部落实“一带一路”战略规划实施方案》已于近日审议通过。同一天，商务部印发《全国流通节点城市布局规划（2015—2020）》，提出落实“一带一路”战略规划，提升陆路、海路通达水平。

2015 年 11 月，结合“一带一路”合作倡议和《中欧合作 2020 战略规划》，中国同中东欧 16 国共同发表《中国—中东欧国家中期合作规划》，推动“16+1 合作”提质增效。

2016 年 8 月 17 日，习近平主席在推进“一带一路”建设工作座谈会上称，已经有 100 多个国家和国际组织参与其中，我们同 30 多个沿线国家签署

了共建“一带一路”合作协议，同20多个国家开展国际产能合作，联合国等国际组织也态度积极。习近平主席就推进“一带一路”建设提出8项要求^①：一是要切实推进思想统一，坚持各国共商、共建、共享，遵循平等、追求互利，牢牢把握重点方向，聚焦重点地区、重点国家、重点项目，抓住发展这个最大公约数，不仅造福中国人民，更造福沿线各国人民。中国欢迎各方搭乘中国发展的快车、便车，欢迎世界各国和国际组织参与到合作中来。二是要切实推进规划落实，周密组织，精准发力，进一步研究出台推进“一带一路”建设的具体政策措施，创新运用方式，完善配套服务，重点支持基础设施互联互通、能源资源开发利用、经贸产业合作区建设、产业核心技术研发支撑等战略性优先项目。三是要切实推进统筹协调，坚持陆海统筹，坚持内外统筹，加强政企统筹，鼓励国内企业到沿线国家投资经营，也欢迎沿线国家企业到我国投资兴业，加强“一带一路”建设同京津冀协同发展、长江经济带发展等国家战略的对接，同西部开发、东北振兴、中部崛起、东部率先发展、沿边开发开放的结合，带动形成全方位开放、东中西部联动发展的局面。四是要切实推进关键项目落地，以基础设施互联互通、产能合作、经贸产业合作区为抓手，实施好一批示范性项目，多搞一点早期收获，让有关国家不断有实实在在的获得感。五是要切实推进金融创新，创新国际化的融资模式，深化金融领域合作，打造多层次金融平台，建立服务“一带一路”建设长期、稳定、可持续、风险可控的金融保障体系。六是要切实推进民心相通，弘扬丝路精神，推进文明交流互鉴，重视人文合作。七是要切实推进舆论宣传，积极宣传“一带一路”建设的实实在在成果，加强“一带一路”建设学术研究、理论支撑、话语体系建设。八是要切实推进安全保障，完善安全风险评估、监测预警、应急处置，建立健全工作机制，细化工作方案，确保有关部署和举措落实到每个部门、每个项目执行单位和企业。

2017年5月14日至15日，“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举行。这是各方共商、共建“一带一路”，共享互利合作成果的国际盛会，也是加强

^① 习近平就“一带一路”建设提8项要求·新华网，http://news.xinhuanet.com/mrdx/2016-08/18/c_135609953.htm.

国际合作，对接彼此发展战略的重要合作平台。高峰论坛期间及前夕，各国政府、地方、企业等达成一系列合作共识、重要举措及务实成果，中方对其中具有代表性的一些成果进行了梳理和汇总，形成高峰论坛成果清单。清单主要涵盖政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通5大类，共76大项、270多项具体成果^①。

二、“一带一路”给中国旅游服务贸易发展带来新机遇

旅游业既可以赚取外汇，也可以促进居民境外消费。旅游服务贸易是中国服务贸易的重要组成部分。近年来，中国旅游服务贸易持续增长。据世界旅游组织预测，到2020年，中国将成为世界最大的旅游目的地国家以及第四大旅游客源国。

2015年3月28日，经国务院授权，国家发展改革委、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》（以下简称《愿景与行动》）。《愿景与行动》明确提出：“加强旅游合作，扩大旅游规模，互办旅游推广周、宣传月等活动。联合打造具有丝绸之路特色的国际精品旅游线路和旅游产品，提高沿线各国游客签证便利化水平。推动21世纪海上丝绸之路邮轮旅游合作”；要“推进西藏与尼泊尔等国家边境贸易和旅游文化合作”；要“加大海南国际旅游岛开发开放力度”；要“加强基础设施联通，大幅度提升旅游可达性”，等等。

在新的历史时期，沿着陆上和海上“古丝绸之路”构建经济大走廊，将给中国以及沿线国家和地区带来共同的发展机会和发展空间。丝绸之路是世界最精华旅游资源的汇集之路，汇集了80%的世界文化遗产；丝绸之路也是世界最具活力和潜力的黄金旅游之路，涉及60多个国家，44亿人口。目前，在“一带一路”沿线国家中，已有56个国家和地区成为中国公民出境旅游目的地，占中国公民出境旅游目的地总数的37%。据测算，中国与“一带一路”沿线国家双向旅游交流规模已超过2500万人次。据国家旅游局预计，“十三

^① “一带一路”国际合作高峰论坛成果清单。外交部网站，<http://www.fmprc.gov.cn/web/zyxw/t1461873.shtml>。

五”时期，中国将为“一带一路”沿线国家输送 1.5 亿人次中国游客、2000 亿美元中国游客旅游消费；目前我国已成为亚洲第一大客源输出国和全球出境旅游市场增幅最快的国家之一。同时，我们还将吸引沿线国家 8500 万人次游客来华旅游，拉动旅游消费约 1100 亿美元^①。国家旅游局将 2015 年确定为“丝绸之路旅游年”是旅游行业贯彻落实“一带一路”战略构想的重要举措。

第二节 研究意义

一、理论意义

2100 多年前，张骞两次出使西域开辟了横贯东西、连接欧亚的陆上“丝绸之路”。同样，从 2000 多年前的秦汉时代起，连接我国与欧亚国家的海上丝绸之路也逐步兴起。2013 年 9 月和 10 月，中国国家主席习近平在出访哈萨克斯坦和印度尼西亚时先后提出共建“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”的战略构想。此后，有关“21 世纪海上丝绸之路”的研究日益增多起来。但关于“21 世纪海上丝绸之路”沿线国家旅游经济发展和旅游营销策略的研究还不多见，本书主要针对“21 世纪海上丝绸之路”沿线国家的基本概况、国民经济发展，特别是旅游经济发展以及各国对其他国家的旅游营销策略进行系统研究，对丰富“21 世纪海上丝绸之路”相关问题的研究具有重要的理论意义。

二、实践意义

建设 21 世纪“海上丝绸之路”是新时期从我国未来发展战略的高度确定的深化改革开放战略的重大举措，也是加强区域内经贸、文化、旅游等方面交流，共同抵制区域内外新贸易保护主义，提升中华民族文化软实力，增强我国国际影响力的重要途径，是一项伟大的系统工程。目前，我国上下和沿线其他

^① 旅游局：“一带一路”的旅游愿景如何实现。中央政府门户网站，www.gov.cn 2015-04-01.

国家或地区将秉持和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢的理念，以“五通”，即政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通为主要内容，全方位推进务实合作，打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、责任共同体和命运共同体。我国和沿线相关国家正积极投入到这一伟大的实践当中。本研究将对我国和沿线相关国家国民经济发展特别是旅游经济发展以及旅游营销具有重要的实践意义。

第三节 研究内容

本研究主要包括六个部分，即六章。第一章绪论，阐明研究背景、研究意义和研究内容。第二章至第六章分别是关于中国至东盟、南亚、西亚、非洲、欧洲精品旅游线路及营销策略研究。选择这些区域以及这些区域的国家是基于它们处在海上丝绸之路沿线（如图 1.1 和图 1.2 所示）。

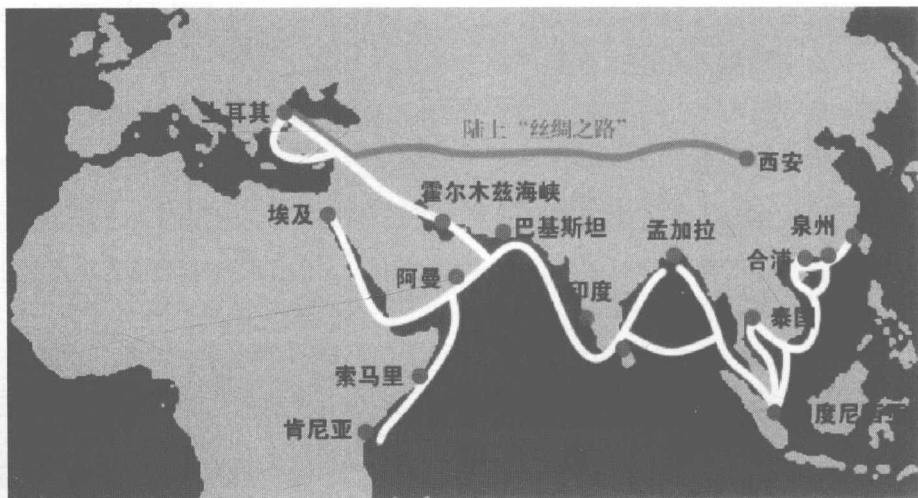


图 1.1 海上丝绸之路沿线国家（白色线条）示意图

资料来源：<http://fj.people.com.cn/GB/339045/340945/361327/index.html>.

本研究选择海上丝绸之路沿线的国家如下：东盟的八个国家，即越南、老挝、缅甸、柬埔寨、新加坡、马来西亚、泰国、印度尼西亚；南亚的六个国

家，即印度、巴基斯坦、尼泊尔、斯里兰卡、马尔代夫、不丹；西亚的六个国家，即沙特阿拉伯、阿曼、阿联酋、土耳其、约旦、也门；非洲的四个国家，即埃及、南非、摩洛哥、肯尼亚；欧洲的十个国家，即法国、英国、西班牙、德国、奥地利、意大利、瑞士、卢森堡、比利时、荷兰。中国至上述国家旅游线路的研究主要按照国家简介、经济概况、旅游业概况、旅游营销策略（包括该国对他国和中国对该国的旅游营销策略）的思路展开。



图 1.2 海上丝绸之路沿线国家（黑色线条）示意图

资料来源：经济视点报、经济观察网，2015-04-06.

第二章 中国至东盟精品旅游线路及营销策略

第一节 中国至越南、老挝、缅甸、柬埔寨旅游线路及营销策略

一、中国至越南旅游线路及营销策略

(一) 国家概况

越南，全称为越南社会主义共和国（英语：Socialist Republic of Vietnam，越南语：Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam），是亚洲的一个社会主义国家。位于东南亚中南半岛东部，北与中国广西、云南接壤，西与老挝、柬埔寨交界，国土狭长，面积约33万平方公里，紧邻南海，海岸线长3260多公里，是以京族为主体的多民族国家。越南是印度洋和太平洋的交通中枢，矿产资源丰富，种类多样，主要有近海油气、煤、铁、铝、锰、铬、锡、钛、磷等，其中煤、铁、铝储量较大；旅游资源丰富，其中5处风景名胜被联合国教科文组织列为世界文化和自然遗产^①。越南地处北回归线以南，高温多雨，属热带季风气候。年平均气温24℃左右，年平均降雨量为1500～2000毫米。北方分春、夏、秋、冬四季；南方雨旱两季分明，大部分地区5～10月为雨季，11月～次年4月为旱季。

^① 根据 http://www.fmprec.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/yz_676205/1206_677292/1206x0_677294/和 <http://baike.haosou.com/doc/4608901-4821100.html#4608901-4821100-12>的相关资料整理。

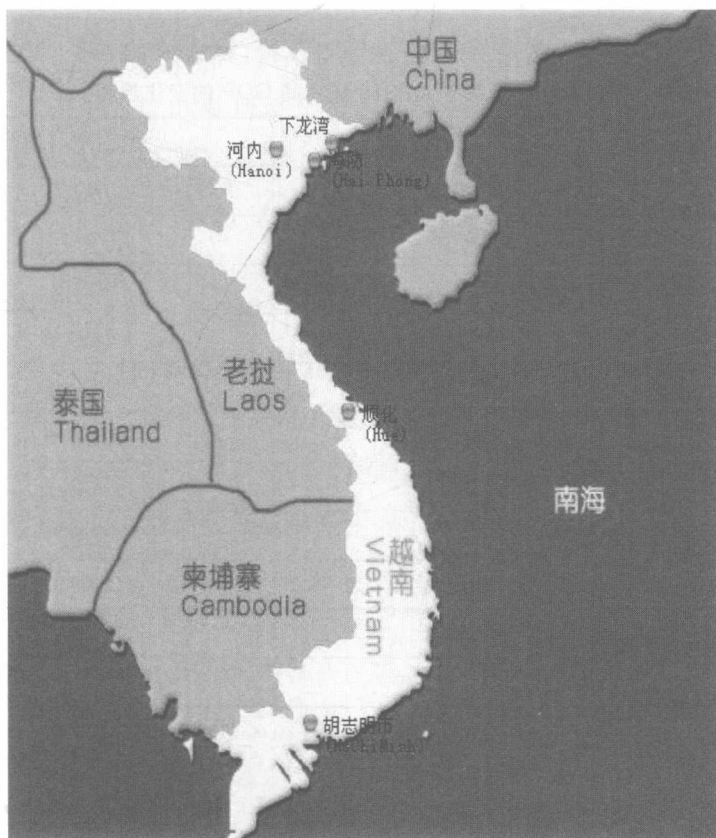


图 2.1 越南地理位置

资料来源: <https://image.baidu.com/search/detail?ct=503316480&z=0&ipn=d&word>.

(二) 经济概况

1. 越南整体国家经济概况

越南是中低等收入国家。从表 2.2 可见, 越南从 2009—2015 年基本呈现出上升的 GDP 年增长率, 并且越来越靠近东亚与太平洋地区 GDP 年增长率。从表 2.1 可以看出, 2005—2015 年期间, 越南 GDP 总量和 GDP 的年均增长率逐渐增长, 且在 2015 年国内生产总值达到 1933.71 亿美元, 增长率达到 6.7%, 人均国内生产总值达到 2110.9 美元。由此可见, 越南居民生活越来越稳定, 城市居民的生活质量也变得更好, 更重要的是全国贫困户和贫困地区的