



高等院校旅游专业“十三五”规划教材

中国旅游 客源国概况

主 编 何丽芳 欧阳莉

副主编 李 昭 金 磊 梁德华 陈爱梅



本书配有PPT课件

湖南大学出版社



高等院校旅游专业“十三五”规划教材

中国旅游 客源国概况

主 编 何丽芳 欧阳莉

副主编 李 昭 金 磊 梁德华 陈爱梅



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。

本书适合高等院校旅游专业学生使用,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图书。

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,2017.8

ISBN 978-7-5667-1356-8

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(2017)第182676号

中国旅游客源国概况

ZHONGGUO LUYOU KEYUANGUO GAIKUANG

作 者:何丽芳 欧阳莉 (主编)

策 划:严小涛

责任编辑:严小涛 责任校对:全 健

印 装:长沙宇航印刷责任有限公司

开 本:710×1000 16开 印张:13.25 字数:253千

版 次:2017年8月第1版 印次:2017年8月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5667-1356-8

定 价:38.00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

高等院校旅游专业“十三五”规划教材

编委会

总 主 编：韦开蕾

执行总主编：王永强

执行副总主编：何 彪 傅 轶 杜肖寒 潘 富

审定委员会委员：(以姓氏笔画为序)

韦开蕾 王永强 冯树祝 李永文 李旭芳 邵小慧
张宇红 陈 芳 陈德广 吴肖淮 罗艳菊 尚志强
欧阳莉 柴 勇 黄学彬

编委会委员：(以姓氏笔画为序)

于 丽 韦开蕾 邓文渊 王永强 王 丹 尹华光
田言付 冯树祝 伍海琳 李永文 李旭芳 李 昭
李 铭 邵小慧 张宇红 张国强 张洪双 张 静
陈 芳 陈德广 何进武 何丽芳 何 彪 吴肖淮
杜肖寒 杨哲昆 欧阳莉 尚志强 罗艳菊 金海龙
金 颖 赵梦雪 柴 勇 徐新华 银 又 黄学彬
谢彦波 董在明 彭 飞 蒋 岚 蒋 宸 傅 萍
傅 轶 谭殊萌 熊艳琴 潘 富 颜 燕



前言

中国正进入大众旅游时代，未来十年，中国旅游业将迎来新一轮的发展周期。旅游业具备融合度高、覆盖面广、拉动力强的综合特性。在新的发展时期，为了满足多元化旅游消费需求，如何通过产业融合开发旅游新业态将成为旅游供给侧改革的重要问题和考量方向。随着旅游消费需求的不断升级和产业变革的不断深化，旅游新业态不断涌现，市场上出现了“旅游+互联网”“旅游+地产”“旅游+文化”“旅游+虚拟现实（VR）/增强现实技术（AR）”等新概念。与此同时，在全域旅游的带动下，目的地全域大旅游综合协调管理体制能够发挥“旅游+”功能，旅游与其他产业融合势必形成新的生产力和竞争力。可以预见，旅游业作为综合性产业在经济社会发展中的作用和影响将会更加广泛、更加深远。

随着中国社会经济的发展、旅游业的快速增长，作为旅游供给侧改革的一部分，旅游高等教育的重要性日益凸显。质量强国、人才强国的理念下，以提高质量为核心的内涵式发展成为高等教育发展的必由之路。旅游高等教育质量的提升同样需要不断深化教育教学改革，探索新的人才培养模式和教育教学方法。在这个进程中，开发适用于旅游高等教育的教材成为一个不断探索的课题。海南省旅游人才培养创新联盟的成立，旨在加快旅游教育教学模式改革和人才培养机制创新，实现资源共享、优势互补，培养旅游产业急需的一流创新型、应用型人才。有鉴于此，为更好地服务旅游业，促进旅游高等教育的发展，产教融合型教材的建设甚为迫切，经湖南大学出版社和海南省旅游人才培养创新联盟精心策划，汇集了重点高等院校旅游专业的专家、学者，组织编写了这套产教融合的旅游管理系列教材。该套教材直接为社会培养第一线的实用型人才，强调学以致用，具有以下几方面特色：

第一，以学生为中心，贯彻高等教育新理念。人才培养是高等学校的根本任务，提高人才培养质量的重点是提高教学质量。当代教育理念告诉我们：学校及教师应该牢固树立“以学生为中心”的服务观念；解放思想，以学生为中心组织教学，发挥其学习主体的主观能动作用。



第二，以就业为导向，突出能力培养。旅游高等教育以实用为核心内容，把专业理论和操作技能系统地结合在一起，追求“零距离就岗”，即用最短的时间和最有效的方法，使学生熟练掌握某项技能，适应中国旅游业发展的新趋势、新业态，弥补了传统教材讲练分离的不足，能收到事半功倍的效果。

第三，以新技术为工具，提高学习的趣味性。数字化教材的框架下，本套教材用二维码链接编者的微课或PPT课件，生动形象地帮助学生更好地理解 and 复习所学知识。借助手机扫描二维码，学生能从枯燥无味的单色课本上体验到多姿多彩的视频教学；借助手机扫描二维码，大段的文字说明变成简单的演示，学生可以更好地学习、掌握重点和难点。

总而言之，本套教材的编写体现了产教融合的特点，提供了国际前沿的行业资讯和实践范例，具有一定的创新性和引领价值。

本套教材共15种，包括旅游学概论、旅游文化学、旅游经济学、旅游心理学、旅游市场营销、旅游英语、中国旅游客源国概况、中国旅游地理、酒店管理概论、酒店前厅服务与管理、酒店餐饮服务与管理、酒店市场营销、酒店英语、商务礼仪和旅游人力资源管理。本教材适合高等院校旅游专业学生使用，也可作为旅游从业人员行业培训和资格考试的教材，还可作为旅游者参考图书。

编委会



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 | 006 |
| >>> | 思考与习题 | 011 |

第二章 东亚地区国家

- | | | |
|-----|-------|-----|
| 第一节 | 日本 | 012 |
| 第二节 | 韩国 | 025 |
| 第三节 | 蒙古 | 032 |
| >>> | 思考与习题 | 036 |

第三章 东南亚地区国家

- | | | |
|-----|-------|-----|
| 第一节 | 泰国 | 038 |
| 第二节 | 越南 | 044 |
| 第三节 | 新加坡 | 048 |
| 第四节 | 马来西亚 | 053 |
| 第五节 | 印度尼西亚 | 058 |
| 第六节 | 菲律宾 | 063 |
| >>> | 思考与习题 | 068 |

第四章 南亚地区国家

- | | | |
|-----|-------|-----|
| 第一节 | 印度 | 070 |
| 第二节 | 巴基斯坦 | 078 |
| >>> | 思考与习题 | 081 |



第五章 西亚和北非洲地区国家

第一节	沙特阿拉伯	083
第二节	以色列	087
第三节	土耳其	092
第四节	埃及	096
>>>	思考与习题	101

第六章 欧洲地区国家

第一节	法国	103
第二节	英国	112
第三节	德国	121
第四节	意大利	126
第五节	俄罗斯	132
第六节	西班牙	139
第七节	其他欧洲国家	145
>>>	思考与习题	165

第七章 大洋洲地区国家

第一节	澳大利亚	166
第二节	新西兰	172
>>>	思考与习题	177

第八章 美洲地区国家

第一节	美国	179
第二节	加拿大	187
第三节	墨西哥	192
第四节	巴西	198
>>>	思考与习题	203

参考文献	204
------	-----



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、美国和西班牙之后，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2014年，全世界国际



旅游客流量增长了将近 44.7 倍，国际旅游收入总量增长了将近 595 倍，见表 1-1。

表 1-1 1950—2014 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 (亿美元)
1950	25.3	21
1960	72.1	68
1970	158.7	179
1980	285	925
1990	415	2 650
1995	527	4 150
2000	674	4 734
2005	809	6 790
2010	949	9 190
2013	1 087	11 970
2014	1 133	11 018

过去的 60 多年，旅游经历了持续扩张和多元变化，已经成为全球经济中最大和增长最快的行业，成为创造就业和创业、出口创收以及拉动基础设施建设的关键驱动力。全球越来越多的目的地，重视旅游并投入资金用于旅游发展，许多新兴目的地已经成为继欧洲、北美等传统热门目的地之外的新宠。

二 世界旅游业发展格局

1. 世界旅游区

按照世界旅游组织的统计标准，全球分为五个旅游区：欧洲、美洲、亚太、中东和非洲。

(1) 欧洲旅游区

欧洲旅游区包括南欧、西欧、中欧、北欧和东欧，涉及法国、英国、意大利、荷兰、比利时等 45 个国家和地区。

欧洲历史悠久，文化绚丽多彩，是希腊、罗马古典文明和日耳曼文化的发展地区。旅游资源有皇宫、城堡、教堂等丰富的人文资源和迷人的海滨风光。旅游接待和服务设施齐全，交通发达。作为世界上最大的旅游目的地，欧洲旅游区的国际旅游人数和收入均呈现稳定上升态势。2014 年国际入境旅游人数达到 5.81 亿人次，国际旅游收入达到 5 750 亿美元。

(2) 美洲旅游区



美洲旅游区：包括北美洲、中美洲、南美洲，涉及美国、加拿大、墨西哥、巴西等国家。

美洲旅游资源以自然旅游资源为主、人文旅游资源较少，有山脉、峡谷、洞穴、湖泊、瀑布、热带雨林等自然资源和繁华大都市、文化遗址等人文资源。美洲旅游区国际入境旅游收入增长平稳。2014年美洲旅游区国际入境旅游人数达到1.81亿人次，国际旅游收入达1 892亿美元。

(3) 亚太旅游区

亚太旅游区包括东亚、东南亚、中亚、南亚、大洋洲地区，包含日本、澳大利亚、新西兰等经济发达国家，新加坡、韩国、马来西亚等新兴工业国家，中国、朝鲜、印度等发展中国家。

亚太地区自然资源丰富，为古中国文明，印度文明的发源地，旅游资源极其丰富，包括以建筑、宗教、习俗等为特色的文化旅游资源和由名山大川、滨海岛屿、雨林草原、火山地震景观等构成的自然旅游资源。

近十年来，亚太旅游区的国际旅游人数和收入呈现明显上升态势，即使在2009年经济危机的不利影响下，也只是轻微下降。2014年亚太旅游区的国际旅游人数达2.63亿人次，国际旅游收入达2 674亿美元。

(4) 中东旅游区

中东旅游区扼亚、欧、非三大洲，包括非洲东北部和亚洲西南部的国家，包含阿拉伯、科威特、阿联酋、阿曼、以色列、土耳其等国家。

中东地区具有丰富而独特的民族风情和宗教文化、古迹、沙漠、死海等奇特的自然景观，神秘而诱人。但由于战争和恐怖主义活动，旅游发展缓慢。2014年中东旅游区的国际旅游人数510万人次，国际旅游收入370亿美元。

(5) 非洲旅游区

非洲旅游区包括北非、西非、东非、南非、中非地区，包含布隆迪、科特迪瓦、多哥、卢旺达、利比里亚、加纳、南非等国家。

非洲历史悠久、幅员辽阔，具有独特的动植物资源、沙漠、热带雨林等景观，有许多供游览欣赏、探险狩猎和考察研究等活动的重要场所。由于经济落后，基础差，起步晚，加之政治环境不安定和疾病困扰等因素，旅游业发展缓慢。2014年非洲旅游区的国际旅游人数557万人次，国际旅游收入332亿美元。

2. 世界旅游新格局

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轨



迹, 亚太地区强势崛起。2010年, 亚太地区接待国际旅游人数占世界的21.7%, 超过美洲(15.9%), 一跃成为世界第二, 从而形成了当前全球旅游市场的“三足鼎立”新格局(表1-2)。

表1-2 1990—2014 世界各旅游区国际旅游人次和收入情况表

旅游区	国际旅游人次(百万)						国际旅游收入(亿美元)					
	1990	1995	2000	2005	2010	2014	1990	1995	2000	2005	2010	2014
欧洲	261.5	304.7	386.4	453.0	288.9	581.8	2 507	3 040	3 901	4 522	4 978	5 750
亚太	55.8	82.1	110.3	154.0	205.4	263.3	587	863	1 141	1 529	2 060	2 674
美洲	92.8	109.1	128.2	133.3	150.1	181.0	998	1 082	1 308	1 367	1 563	1 892
中东	9.6	12.7	22.4	33.7	54.7	51.0	82	86	128	210	333	370
非洲	14.7	18.7	26.2	34.8	49.5	55.7	9.8	115	149	193	321	332

据近年统计数据, 世界入境旅游人数和国际旅游收入前十国家(地区)和十大旅游客源国集中在欧洲、亚太和美洲旅游区, 其中世界入境旅游排名前4位的是法国、美国、西班牙和中国等, 世界三大客源国是中国、美国和德国(表1-3)。

表1-3 2013、2014年国际旅游入境人数、国际旅游收入和出境旅游消费前十强国家(地区)

国家 (地区)	入境旅游人数(百万)		国家 (地区)	国际旅游收入(亿美元)		国家 (地区)	出境旅游消费(亿美元)	
	2013	2014		2013	2014		2013	2014
法国	83.6	83.7	美国	1 729	1 772	中国	1 286	1 649
美国	70.0	74.8	西班牙	626	652	美国	1 041	1 108
西班牙	60.7	65.0	中国	517	569	德国	914	922
中国	55.7	55.6	法国	567	554	英国	527	576
意大利	47.7	48.6	中国澳门	518	508	俄罗斯	535	576
土耳其	37.8	39.8	意大利	439	455	法国	429	478
德国	31.5	33.0	英国	410	453	加拿大	352	338
英国	31.1	32.6	德国	413	433	意大利	270	288
俄罗斯	28.4	29.8	泰国	418	384	澳大利亚	286	263
墨西哥	24.2	29.1	中国香港	389	384	巴西	250	241

3. 国际旅游流市场特点

(1) 邻国旅游火热不变。近距离出国旅游, 特别是前往邻国的国际旅游一直占据绝对地位, 主导位置难撼动。

(2) 远程旅游客源集中。远程国际旅游的客流较为集中, 主要来自欧洲(尤其是西欧)、北美洲、东北亚。

(3) 亚太地区潜力无限。亚太地区成为国际旅游市场最具活力、发展最



快的地区和极富发展潜力的国际游客产生地和接待地。

三 世界旅游发展趋势

1. 休闲度假游成主体

在未来的旅游市场发展，观光型旅游并不会完全失去市场，但度假旅游将更为盛行，将逐步取代观光旅游成为国际旅游的主体。以浓厚的区域文化内涵和生态、绿色、低碳的自然资源环境为支撑的度假胜地，如地中海地区、加勒比海地区，仍将是国际旅游者集中的地区。这些彰显区域文化特色的度假胜地将成为主流产品和重要支柱。

2. 市场细分成大势

现代旅游者的旅游目的越来越个性化，而且旅游组织者也越来越重视从更深层次开发人们的旅游消费需求，旅游产品市场变得更加细分化。除了传统的观光旅游、度假旅游和商务旅游外，特殊旅游、专题旅游更有发展潜力，如宗教旅游、探险旅游、考古旅游、修学旅游、蜜月旅游、购物旅游、奖励旅游、民俗旅游等，将会形成特色突出的旅游细分市场。

3. 散客带活个性化旅游

世界各地旅游设施的建立健全，世界性预订服务网络的普及完善，使得散客旅游越来越方便。在追求个性化的浪潮下，散客旅游人数已超过旅行社包价旅游人数，散客旅游和中短程家庭旅游比例将逐渐增加，小包价、个人委托代办服务也会占有越来越重的市场份额。

4. “银色市场”前景看好

按照现行标准，一个国家老年人口比例超过总人口比例的7%即为老年型国家。西方主要客源国大都进入老年型国家，其中英国、德国、瑞士等国家老年人比例已达14%。现代社会，老年人是一个有钱、有闲、健康活跃的阶层，在退休后开始人生的新阶段，他们对异国的古老传统文化比年轻人更感兴趣，对旅游休闲度假更加偏爱。“银色市场”越来越被各旅游接待国重视，它将会成为一个很重要的市场发展方向。

5. 区域旅游势头不减

由于地缘和文化的因素，邻国市场仍将是本国旅游客源的主体市场。区域经济一体化会以其“地利、人和”的优势，推动区域旅游业以更高的速度增长。在不久的将来，东南亚海域将成为世界滨海游乐业蓬勃发展的地区之一，中国—东盟自由贸易区以及东北亚的中日韩将是亚太地区重要的旅游度假区域接待板块。



6. 旅游安全引重视

民族和宗教冲突、国际恐怖主义、政局动荡、传染性疾病等旅游目的地社会不安定因素，都会随时对国际旅游业的发展造成局部威胁。在具备闲暇时间和支付能力的条件下，唯一能使旅游者放弃旅游计划的因素就是对安全的顾虑。旅游安全和旅游目的地的社会和谐将越来越受到旅游者的重视。

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、2010年上海世博会和2016年杭州G20峰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。

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，中国入境旅游业初具雏形，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（1976~1980年）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（1981~1985年），来华旅游入境人数发展到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(1986~1990年)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(1991~1995年),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(1996~2000年)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。2015年,中国接待入境旅游人数1.338亿人次。

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、法旅华客流量保持较高水平;另一方面,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1-4)。可以预测,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1-4 1980、1990、2001、2008、2011年来华旅游外国人数(按洲别分)

年份 接待 情况 洲别	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

续表

年份 接待 情况 洲别	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 (%)
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 1-5)。

表 1-5 2015 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	444.44	17.10
2	日本	249.77	9.61
3	美国	208.58	8.03
4	俄罗斯	158.23	6.09
5	马来西亚	107.55	4.14
6	蒙古	101.41	3.90
7	菲律宾	100.40	3.86
8	新加坡	90.53	3.48
9	印度	73.05	2.81
10	加拿大	67.98	2.62
11	泰国	64.13	2.47
12	澳大利亚	63.73	2.45
13	德国	62.34	2.40
14	英国	57.96	2.23
15	印度尼西亚	54.48	2.10
16	法国	48.69	1.87
17	意大利	24.61	0.95
18	哈萨克斯坦	24.15	0.92
19	朝鲜	18.83	0.72
20	荷兰	18.18	0.70



续表

序号	国家名称	入境人数 (万人)	占百分比 (%)
21	西班牙	13.63	0.52
22	新西兰	12.54	0.48
23	瑞典	11.84	0.46
24	巴基斯坦	11.31	0.43
25	瑞士	7.27	0.28
26	墨西哥	6.83	0.26
27	比利时	6.52	0.25
28	奥地利	6.08	0.23
29	斯里兰卡	5.81	0.22
30	葡萄牙	5.34	0.20

从多年的中国前十位客源国分析 (表 1-6), 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 1-6 1979、1988、1994、2001、2008 年、2015 年中国前 10 位客源国

位次	1979	1988	1994	2001	2008	2015 年
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	美国
4	英国	德国	韩国	美国	美国	俄罗斯
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	蒙古
7	德国	新加坡	马来西亚	菲律宾	菲律宾	菲律宾
8	泰国	加拿大	菲律宾	蒙古	蒙古	新加坡
9	加拿大	法国	英国	英国	澳大利亚	印度
10	澳大利亚	澳大利亚	泰国	泰国	泰国	加拿大

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。