

客源地概况

世纪旅游管理专业系列教材

(第二版)

■ 主 编 张金霞

■ 副主编 鄢志武 苏 甦

21



An Introduction to Tourist-generating Areas



Tourism



武汉大学出版社

WUHAN UNIVERSITY PRESS

客源地概况

21 世纪旅游管理专业系列教材

(第二版)

主 编 张金霞

副主编 鄢志武 苏甦

An Introduction to Tourist-generating Areas



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

客源地概况/张金霞主编;鄢志武,苏甦副主编. —2版. —武汉:武汉大学出版社,2007.6

21世纪高职高专旅游管理专业系列教材

ISBN 978-7-307-05531-5

I. 客… II. ①张… ②鄢… ③苏… III. 旅游客源—中国—高等学校—教材 IV. F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 052107 号

责任编辑:路小静 谢群英 责任校对:程小宜 版式设计:杜 枚

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:湖北省荆州市今印印务有限公司

开本:787×980 1/16 印张:15.625 字数:283千字 插页:1

版次:2003年1月第1版 2007年6月第2版

2007年6月第2版第1次印刷

ISBN 978-7-307-05531-5/F·1050 定价:20.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。



世纪旅游管理专业系列教材

书目

旅游资源学

旅游法规

导游业务

饭店概论

饭店管理实务



客源地概况

世界遗产概论

实用礼仪教程

旅游文化与审美

旅游开发与规划

旅游营销策划理论与实务

新编旅游英语

新编导游英语

新编饭店英语

21 世纪旅游管理专业系列教材

编写委员会
(按姓氏笔画排列)

主 任	张 薇		
副主任	张立明		
委 员	邓 辉	陈 筱	张金霞
	胡 静	崔 进	曹诗图
	鄢志武	熊元斌	熊剑平

第二版总序



随着世界的和平、稳定及经济的发展与人民生活水平的提高,旅游逐渐成为现代人类生活中不可或缺的重要内容,是人类社会最重要的生活方式和社会经济活动之一。自改革开放以来,中国旅游经历了起步、发展和日趋成熟几个阶段。20世纪90年代以来,中国旅游业的快速增长,使旅游经济产业化进程加快,旅游对整个社会的促进作用和关联作用日益突出,旅游业已成为全国经济新的增长点之一。21世纪之初,中国旅游业的综合实力已位居世界第五,据世界旅游组织预测,到2020年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

旅游实践的发展客观上为旅游学科的发展提供了千载难逢的机遇,对旅游学科理论建设提出了更加迫切的要求,同时也给旅游研究工作与教育工作创造了良好的外部环境。与我国旅游学科发展相适应的是我国旅游教育事业的进步,二十多年来我国旅游高等教育和中等职业教育均获得了飞速发展,全国开办有旅游系(专业)的高等院校达574所(2004年)。伴随着高等旅游教育的迅速发展,旅游专业的教材建设也从无到有,从粗到精。为了进一步完善旅游管理专业教材体系,吸取国内外最新研究成果,充实教材内容,满足日益增长的旅游管理专业高等教育的发展需要,武汉大学出版社精心组织国内部分高等院校旅游管理专业的专家学者,编写了一套21世纪旅游管理专业系列教材。全套教材选题广泛,并紧扣教育部颁发的高等院校旅游管理专业教学指导计划。教材编写注重理论阐述与实际案例分析相结合,既考虑到国内外旅游业发展的现实需要,又注重理论研究的超前性和未来旅游业发展的宏观态势;既系统总结了旅游学科发展的研究现状和取得的研究成果,又指出了不同研究内容的未来发展方向;既注重使读者易于掌握研究的理论和方法,又兼顾技能的培养,体现系统、创新、前瞻、实用的特色。该套丛书出版发行以来,取得了较好的社会效益和经济效益,根据旅游管

理专业学科的发展,修订下列教材:《旅游资源学》、《旅游营销策划理论与实务》、《旅游开发与规划》、《饭店概论》、《饭店管理实务》、《旅游法规》、《旅游文化与审美》、《实用礼仪教程》、《导游业务》、《客源地概况》、《世界遗产概论》和《新编旅游英语》、《新编导游英语》、《新编饭店英语》共14本教材。另外,此套教材都会有相应电子课件,可在相应的网站下载;外语类教材均配有mp3光盘,方便老师和学生的使用。

本套教材既可作为高等院校旅游管理专业教学用书,又可作为高等职业教育、自学考试、职业培训或相关专业的参考用书。欢迎本专业师生和旅游行业人士选用。

21世纪旅游管理专业系列教材
编写委员会

第二版前言



《客源地概况》出版后，得到了很多读者和院校师生的肯定，作为主编，本人在此表示衷心地感谢。但是由于时间匆忙，占有资料不足，本书第一版在结构、内容以及数据方面有一些不完善之处；在使用的过程中，一些读者提出了不少有益的意见和建议，加上世界和中国旅游业的迅猛发展使原有的内容和数据发生了较大的变化，因此，在武汉大学出版社的积极组织和帮助下，我们的编写人员重新对本书进行了讨论研究，并进行了系统地修订，修订本的写作宗旨和特色并无变化。

本书主要对以下内容进行了修订：

第一，引用或补充了较新的旅游统计数据，主要以 2005 年《中国旅游统计年鉴》为准，力求反映旅游业发展的最新动态；

第二，书中涉及的地名和地理数据以《辞海》和《大百科全书》为准；

第三，内容上进行了删减，使之更为精炼和实用；

第四，附录和参考文献进行了补充和更新。

本书是在 2003 年第一版的基础上进行修订的，在此，我们谨对第一版的作者表示诚挚的谢意。参加第二版写作的主要有张金霞、苏甦、黄其新、熊凯和吴卫东等老师。

本书的完成要特别感谢武汉大学出版社编辑路小静女士，江汉大学的资深教授李家声先生以及中国地质大学工商管理学院鄢志武教授。此外，我们还要感谢三峡大学的周宜君副教授和江汉大学的熊继红老师，他们为本书提出了许多宝贵意见。正是他们所给予的支持，才使我们能专心研究和写作，并使本书得以尽快与读者见面。

编 者

第二版前言

目 录



第一章 中国海外客源市场概述.....	1
第一节 中国海外客源市场的历史回顾.....	1
第二节 中国海外客源市场的现状特征.....	4
第三节 中国海外客源市场的战略目标与前景展望.....	9
第二章 港澳台地区	13
第一节 香港	13
第二节 澳门	26
第三节 台湾省	33
第三章 东亚与南亚地区	47
第一节 概述	47
第二节 日本	48
第三节 韩国	59
第四节 蒙古	68
第五节 印度	73
第四章 东南亚地区	83
第一节 概述	83
第二节 新加坡	87
第三节 马来西亚	94
第四节 泰国.....	102
第五节 菲律宾.....	110
第六节 印度尼西亚.....	117

第五章 大洋洲地区	124
第一节 概述	124
第二节 澳大利亚 (Australia)	125
第六章 欧洲地区	137
第一节 概述	137
第二节 英国	140
第三节 法国	151
第四节 德国	163
第五节 意大利	173
第六节 西班牙	183
第七节 俄罗斯 (Russia)	192
第七章 北美地区	203
第一节 概述	203
第二节 美国	204
第三节 加拿大	216
附录一 欧洲申根签证	227
附录二 目前中国已开放的出境旅游目的地国家 (地区)	228
附录三 国家旅游局驻外旅游机构	233
附录四 境外旅游机构驻中国办事处	235
参考文献	238

目

录

客源地概况

第一章



中国海外客源市场概述

第一节 中国海外客源市场的历史回顾

在中华人民共和国建立初期到党的十一届三中全会以前的 20 多年间, 由于受国际政治经济环境及国内因素的影响, 中国国际旅游业的发展非常缓慢, 在有些年份甚至停滞不前; 旅游接待工作属于外事活动接待和统战工作的一部分, 即始终是“政治接待型”的模式, 旅游业没有纳入国民经济体系, 对国家的经济贡献微不足道, 与世界上许多国家通过发展旅游业而促进经济社会协调发展的现实形成了强烈的反差。旅游业从旅游人数上看不仅微不足道, 而且从旅游收入上没有进行相应的经济核算, 即没有专门对于国际旅游的外汇收入进行统计。

党的十一届三中全会以后, 随着改革开放的深入进行, 在邓小平理论及其旅游经济思想的指引下, 在党中央、国务院的正确领导下, 旅游行业广大职工开拓奋进, 旅游业迅速发展, 海外游客纷至沓来, 在经济社会发展中的作用不断加强, 在世界旅游业的地位不断提高, 见表 1-1 和表 1-2。

表 1-1 历年来海外来祖国大陆旅游入境总人次

年份	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
入境人数 (万人次)	180.92	420.39	570.25	776.71	792.43	947.70	1285.22	1783.31	2281.95

续表

年份	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
增长率 (%)	—	132.36	35.65	36.20	2.02	79.59	35.61	38.76	27.96
年份	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
入境人数 (万人次)	2690.23	3169.48	2450.14	2746.18	3334.98	3811.49	4152.69	4368.45	4638.65
增长率 (%)	17.89	17.81	-22.70	12.08	21.44	14.28	8.95	5.20	6.19
年份	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
入境人数 (万人次)	5112.75	5758.79	6347.84	7279.56	8344.39	8901.29	9752.83	9166.21	10800
增长率 (%)	10.22	12.64	10.23	14.7	14.7	6.67	9.99	-6.4	18

表 1-2 历年来中国旅游业在世界旅游市场中的排名

年份	接待过夜旅游者人数 (万人次)	排名	国际旅游收入 (亿美元)	排名
1980	350.0	19	6.2	34
1986	713.3	12	9.8	29
1990	1 048.4	11	22.2	25
1995	2 003.0	8	87.3	10
1998	2 507.3	6	126.0	7
1999	2 704.7	5	140.99	7
2000	3 122.9	5	162.31	7
2001	3 320.0	5	178.0	5
2002	3 639.9	*	199.47	*
2003	3 297.1	5	174.06	7
2004	4 100	4	257.39	7

1978年,来华旅游入境人数只有180.9万人次,其中外国人只有22.96万人次,华侨、港澳台同胞回乡探亲旅游人数157.9万人次,旅游外汇收入只有2.63亿美元,但均创造了中华人民共和国成立以来的最高纪录,超过以往20多年的旅游接待人数的总和。

1979年,在我国饭店基本没有增加的情况下,旅游接待人数继续增长

客源地概况

137.36%，旅游外汇收入增长70.7%，其中来自西方国家的游客迅速增长，美国旅游者首次达6.8万人次，仅次于日本。

1983年至1985年，来华旅游人数又开始保持两位数的高速增长。1984年，海外旅游者来华人数首次突破“千万”大关，旅游外汇收入增长速度达10%以上。1989年春夏之交的政治风波，使我国国际旅游业受到严重的影响，当年来华旅游人数比1988年下降了22.7%，旅游外汇收入第一次出现负增长，为-17.2%。不过，我国国际旅游业迅速走出困境，1990年旅游外汇收入和有组织接待外国旅游人数基本恢复到最好水平，这表明我国国际旅游业已具备一定规模，比以前更加成熟了。

20世纪90年代以来，我国旅游业持续发展，在国民经济中占比重日益提高，取得多方面的经济效益、社会效益和生态效益，旅游产业定位日趋明确，国际旅游业保持稳定增长，其间国际国内政治经济形势对我国国际旅游业产生了重要影响。1996年，旅游外汇收入第一次突破100亿美元大关。1997年7月1日，香港回归祖国，香港同胞回祖国大陆进行旅游商贸活动的人数进一步增长。1998年高达4 694.8万人次。1997年下半年，东南亚暴发金融危机，包括日本、韩国、泰国等许多国家均受到打击。这些国家是我国国际旅游主要客源国，因此亚洲市场来华游客下降较多。1999年12月20日，澳门回归祖国，为这个市场进一步发展提供了更为有利的条件。澳门人与祖国内地的感情更加贴近，更多的人到祖国内地观光游览。澳门与祖国内地的经贸往来、技术交流更加频繁。1999年澳门来祖国内地旅游人数为878.37万人次，同比增长23.24%。

2001年的“9·11”事件对于世界旅游业无疑产生了深刻影响，它不仅给美国的旅游业以致命的打击，也让世界各地的旅游业都笼罩了一层阴影。2003年由于“SARS”的影响，我国入境旅游市场受到了严重冲击；但到了2004年，旅游全行业迎难而上，克服“SARS”个案及禽流感等不利因素的影响，积极开展对客源国的促销，使入境旅游全面恢复并登上新的台阶。2004年，我国旅游外汇收入为257.39亿美元，比2003年增长47.87%，居世界第7位。入境旅游人数10 903.82万人次（1.09亿人次），比上年增长18.96%，过夜旅游者人数4 176.14万人次，比上年增长26.66%，居世界第4位。中国被TTCasia杂志评选为2004年最佳旅游目的地。2005年，我国入境旅游人数12 029.23万人次，比上年增长10.3%。我国入境过夜旅游者人数4 680.90万人次，比上年增长12.1%。旅游外汇收入为292.96亿美元，比上年增长13.8%。中国已从旅游资源大国发展成为世界旅游大国。

第二节 中国海外客源市场的现状特征

一、客源构成分析

(1) 从客源来分析, 中国海外客源市场分为两大部分, 一部分是我国香港、澳门、台湾同胞和华侨, 另一部分是外国人(包括已加入外国国籍的海外华人)。近十几年来, 港、澳、台同胞和华侨一直是我国海外客源市场的主体。2005年, 我国入境旅游人数 12 029.23 万人次, 其中香港同胞 7 019.38 万人次, 澳门同胞 2 573.41 万人次, 台湾同胞 410.92 万人次, 外国人 2 025.51 万人次。

(2) 从区域来分析, 根据来华旅游人数, 中国海外客源市场分为亚洲市场、大洋洲市场、欧洲市场、北美市场。目前, 中国海外客源市场主体为亚洲太平洋市场, 其次为欧洲和北美市场, 这种格局自 1979 年一直延续至今。

(3) 从国籍来分析, 20 世纪 70 年代以前, 客源国主要是日本、苏联及东欧国家, 而近在咫尺的港、澳、台及海外华侨华人都属于严格控制入境之列。80 年代以后, 随着我国改革开放的不断深入, 我国海外客源市场打破了过去狭窄的地域分布格局, 客源国数量剧增, 遍布世界各大洲, 其中日本、美国、英国、法国、德国、菲律宾、泰国、马来西亚、新加坡成为我国十大稳定的客源市场。进入 90 年代, 世界政治经济局势进一步发生变化, 我国客源市场又发生了较大变化。2005 年列入前 20 位的客源国依次为: 韩国、日本、俄罗斯、美国、马来西亚、新加坡、菲律宾、蒙古、泰国、英国、澳大利亚、德国、加拿大、印度尼西亚、法国、印度、哈萨克、意大利、荷兰、朝鲜。

(4) 从旅游目的来分析, 外国旅游者来华旅游的主要目的是观光休闲、参加会议及从事商务活动。2005 年来华旅游者中, 观光休闲者占 46.1%, 参加会议和商务活动者占 22.7%, 探亲访友者占 2.0%, 服务员工占 9.9%, 其他占 19.2%。

(5) 从性别来分析, 男性仍是我国客源市场的主体。2005 年来华外国旅游者中, 男性为 1 321.16 万人次, 占 65.2%; 女性为 704.36 万人次, 占 34.8%。

(6) 从年龄上来分析, 中青年仍是我国海外客源市场的主力军。2005 年来华外国旅游者 90% 以上集中在 25~64 岁之间, 其中 14 岁以下为 79.93

万人次, 15~24岁为164.46万人次, 25~44岁为97.97万人次, 45~64岁为70.38万人次, 65岁以上为97.55万人次。

(7) 从入境方式来分析, 乘飞机仍是主要入境方式。2005年来华外国旅游者中, 乘船舶的为239.64万人次, 占11.8%; 乘飞机1154.52万人次, 占57.0%; 乘火车74.36万人次, 占3.7%; 乘汽车316.15万人次, 占15.6%; 徒步240.83万人次, 占11.9%。

(8) 从旅游者在华消费水平来分析, 依次为: 外国人, 我国香港同胞、台湾同胞、澳门同胞。2005年入境过夜旅游者在境内人均每天花费154.16美元, 其中外国人167.33美元; 香港同胞117.10美元, 澳门同胞100.04美元, 台湾同胞152.70美元。

(9) 从职业来分析, 来华旅游的成分比较复杂, 分布比较广泛, 商人偏多, 这也正说明来华从事商贸活动的较多, 是中国经济快速发展的反映。

(10) 从来华旅游停留时间来分析, 与旅游业发达的国家相比还较短。2005年来华旅游者人均停留6.0天, 外国人、台湾同胞停留时间较长, 香港同胞、澳门同胞停留时间较短。

(11) 从入境旅游月份来分析, 来华游客较多集中在8~11月, 是旅游旺季, 特别是在10月份形成高峰; 而1、2、12月较少, 是旅游淡季。

(12) 从入境旅游者的流向来分析, 据2005年对入境旅游者抽样调查资料显示, 在入境旅游者中, 到我国“一日游游客”和以我国为最终目的地的游客居主导地位, 85.0%的游客离境后径直返回各自的国家或地区。近程市场多数是只到我国旅游的“一日游游客”, 接近或超过90%; 欧美、大洋洲等远程市场, 出境后呈现多样性, 超过30%离境后前往其他国家或地区。

二、客源市场分析

经过20多年的发展, 我国逐步形成了具有中国特色、符合旅游业持续发展需要的海外客源市场组合, 表1-3为2005年中国海外客源市场的基本情况。

表1-3 2005年中国海外客源市场的基本情况

地区	入境旅游者人数 (万人次)	占总数比重(%)	比上年增长 (%)
亚洲	1250.63	61.74	16.48

续表

地区	入境旅游者人数 (万人次)	占总数比重 (%)	比上年增长 (%)
欧洲	478.49	23.62	26.73
美洲	214.58	10.59	19.91
大洋洲	57.36	2.83	26.86
非洲	23.80	1.17	37.30
其他	0.65	0.32	25.45
合计	2025.51	100.00	19.70

注：未包括港、澳、台地区。

(一) 持续增长且基数大的亚洲客源地

亚洲各国是中国最重要的海外客源市场，研究表明，20世纪90年代中期，是亚洲各国来华旅游人数的快速增长时期。除1997年、1998年亚洲金融危机的冲击外，其增长速度在20%以上，并且形成了日本、韩国、东南亚5国及蒙古等主要客源国。尤其是日本，近20年来，因为其与中国隔海相望的地理位置、悠久的历史渊源和经济文化交流传统，使其一直是我国最大的客源国。韩国进入90年代后由于中韩两国邦交正常化，使其很快进入超常发展阶段，成为中国位居第二位的客源国。而东南亚5国作为中国的近邻，也是由于与中国的历史渊源、经济、文化交流，也一直是我国传统稳定的客源国，特别是90年代以来，随着其经济的发展，旅华市场进入快速发展时期。蒙古是随着中蒙边境贸易的兴旺而逐步发展起来的一个主要客源国，其旅游者多为边境旅游者，但由于受到1997年东南亚、东亚的金融危机的影响，各国来华旅游不同程度地出现了负增长。2003年的“SARS”和2004年的禽流感等因素的影响，各国来华旅游速度放慢，但是2005年又出现全面反弹。

(二) 发展基本平稳的欧洲客源地

欧洲客源国是我国仅次于亚洲客源国的重要客源市场。作为东亚地区的重要目的地，中国在欧洲游客的远程旅游中扮演着重要角色。研究表明，20世纪90年代中期以来欧洲各国来华旅游，除1997年香港回归时欧洲游客出现高速增长、1998年受亚洲金融危机的影响所出现负增长、2003年的SARS和2004年的禽流感等使欧洲游客来华旅游受到一定影响外，其他年份均处于平稳增长时期，其旅游人数占来华旅游者的比例在20%以上。人数由20世纪90年代的44.63万人次增加到2005年的478.49万人次，并且形成了

英、德、法、俄、意等主要客源国，其中英、德、法、俄是我国十大较稳定的客源国，特别是俄罗斯一跃成为我国第三大客源国，尤以远东地区游客为多。边境旅游占较大比重，且以购物为主；住在游船上仅前往我国沿海口岸观光购物的游客也占一定比例。

（三）持续平稳增长的美洲客源地

美洲客源国，尤其是北美客源国是我国第三重要的客源市场，研究表明，美国和加拿大是我国在美洲的两个主要客源国，20世纪90年代中期以来，它们占据了美洲市场份额的90%左右，来华旅游呈现平稳增长，旅游收入在来华游客的比例一直稳定在10%以上。人数由1990年的28.08万人次增加到2002年的150.96万人次，特别是美国一直是我国十大稳定的客源国之一。20世纪90年代以来，美国经济进入良性循环，美国人对其经济前景持乐观的态度，从而加大了他们在旅行方面的支出与消费，加上美元对国际主要货币的汇率居高不下，大大加强了美国在国际旅游市场的购买力，同时，随着中国在国际舞台上地位不断提高，中美关系总体而言趋于改善，这无疑刺激了美国来华旅游的愿望。尽管“9·11”事件给美国国际旅游业造成了沉重的打击，但到2002年后已得到扭转，美国经济复苏迹象已开始出现，因而促进了国际旅游形势的好转，其来华旅游人数也开始出现恢复性上升。

（四）发展中的大洋洲与非洲客源地

对于中国海外客源市场而言，大洋洲与非洲各国属于发展中的客源市场，人数还比较少，2005年，非洲来华旅游人数为23.80万人次，大洋洲为57.36万人次。其中澳大利亚是大洋洲最重要的中国海外客源国，目前已成为中国位居前11位的客源国。澳大利亚是一个经济发达的国家，随着亚太经济的崛起，澳大利亚与亚洲各国的政治交往和经济往来更加频繁，澳大利亚必将成为我国重要的客源国。

三、客源国特征分析

总体而言，中国海外旅游客源国主要有四方面的特征：

（一）客源地分布广泛，少数重要客源国居主导地位

通过以上论述，我们可以看到我国海外客源国广泛分布于亚洲、欧洲、美洲、大洋洲、非洲各地，其组成具有地域多样性。但从客源国所占来华旅游市场的份额来看，少数重要的客源国提供了大部分客源，居主导地位。其具体表现为亚洲国家居多，欧洲与美洲国家次之；且主要客源国客源输出量累计占外国客源总数的70%左右，其中前5名的客源国占50%以上，且近