



21世纪全国高校应用人才培养旅游类规划教材

中国公民出境旅游目的地 国家(地区)概况

**Introduction of Countries & Regions of Tourism
Destinations for Chinese Citizens**

方海川 主 编

付景保 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高校应用人才培养旅游类规划教材

中国公民出境旅游目的地国家（地区）概况

方海川 主 编

付景保 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

《中国公民出境旅游目的地国家(地区)概况》一书共分5章,第1章主要介绍有关中国出境旅游市场的发展历程、特点、发展趋势,以及中国公民目前出境旅游目的地国家和地区的介绍;第2~5章分亚洲和大洋洲地区、欧洲地区、美洲地区、非洲和中东地区4大块,就主要目的地国家和地区与旅游相关的基本概况及主要旅游城市及名胜作了较为详尽的介绍。同时,本书结合教学和实际需要,针对相关主要目的地国家和地区介绍了一些发展深度旅游的专题旅游线路。

本书可作为高等院校旅游管理专业及相关专业的教材和参考书,也可作为相关行业的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

中国公民出境旅游目的地国家(地区)概况/方海川主编. —北京:北京大学出版社, 2007.8
(21世纪全国高校应用人才培养旅游类规划教材)

ISBN 978-7-301-09927-8

I. 中… II. 方… III. 旅游指南—世界—高等学校:技术学校—教材 IV. K919

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第132726号

书 名: 中国公民出境旅游目的地国家(地区)概况

著作责任者: 方海川 主编

责任编辑: 王登峰 李玥

标准书号: ISBN 978-7-301-09927-8/G · 1697

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787毫米×980毫米 16开本 15印张 362千字

2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷

定 价: 28.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024; 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

丛书总序

旅游在我国发展的历史源远流长,现代旅游则勃兴于欧洲。旅游在当今的影响是多方面的、深远的,涉及经济、文化、自然生态、社会环境等大的范畴。从经济角度来说,旅游是现今世界许多国家(包括一些发达国家)的重要产业,它引导经济生态圈和产业链的循环发展,其经济价值及相关产值规模巨大。而我国自改革开放以来,已经从国外借鉴并引进了旅游产业化的一些经验,取得了良好的效果。而今,根据国家规划,要发展大旅游,要建立具有可持续发展前景的科学旅游模式,就应当从教育、科技、学术三方面加强对我国旅游的投入。

我国经济与社会都在融入全球化潮流,旅游产业不仅在国内竞争已经很激烈,还面临着激烈的国际化竞争,而人才的竞争是关键。培养我国高层次、高素质、复合型的旅游人才,正越来越成为企业、社会、可持续发展战略的迫切需要。

《21世纪全国高校应用人才培养旅游类规划教材》是为适应旅游形势大发展的需要而组织的。本系列教材共17册,包括:《旅游学概论》、《导游基础》、《旅行社经营管理》、《旅游市场营销学》、《旅游经济学》、《旅游资源保护与开发》、《中国旅游地理》、《中国公民出境旅游目的地国家/地区概况》、《旅游文化学》、《旅游法规教程》、《旅游心理学》、《会展与节事旅游管理概论》、《旅游信息管理》、《旅游企业财务管理》、《现代旅游接待礼仪》、《中国西部旅游研究》、《世界遗产旅游开发与管理》。

与已有的旅游教育教材建设成果相比,该系列教材具有以下特点:

一是创新内容多。为及时从理论上跟踪旅游教育,总结旅游业的成就,一些近年来在实践中提出的大量新理论、新技术和新方法在教材的编写内容中得到体现,并及时反映到教学理论中。

二是针对性强。在编写中突出旅游实践和培养学生实际运用能力,并以学生的知识结构和技能水平能满足旅游业的实际需要为前提,体现学以致用原则。

三是编写力量强。该系列教材的编著者均是高校旅游专业中有影响、有研究的专家学者,他们长期从事旅游专业的教学和科研,教研成果丰硕,具有较高的学术造诣和丰富的实践经验,从而为该系列教材的高水平提供了坚实的基础。

旅游学科建设与教材建设还处于不断完善的过程中,这套教材是把旅游教材建设与教学改革相结合的实践成果,难免还存在许多问题,我们诚挚请求广大读者批评指正,我们将认真收集和听取意见,使之日臻完善。

卢 一

2006年2月于成都小鲜书屋

前 言

随着中国经济的持续、稳定、健康发展，旅游业进入一个前所未有的发展时代，与其同步的中国旅游学术研究和旅游教育也得以迅速发展。

近年来，随着人民生活水平的提高和改革开放进程的加快，中国公民出境旅游人数在迅速增长，国家批准的出境旅游目的地国家（地区）也在不断增多。为了使旅游教育紧跟旅游发展的需要，尤其是满足出境旅游领队教育与培训的需要，编者结合多年的专业及教学的经验编写了这本教材。

本教材在结构、体系、风格上有所突破。全书由5章组成，第1章对中国出境旅游市场作了较为全面地阐述，第2~5章主要是按照亚洲和大洋洲、欧洲、美洲、非洲和中东4块分章节、有选择地介绍了主要旅游目的地国家（地区）的基本概况和主要的旅游城市及名胜。考虑教学的实用性和综合性，本教材考虑到要提高出境旅游领队的综合素质，根据旅游目的地国家（地区）的具体情况增设了一些较为典型的专题旅游线路。

编写本教材，意在希望将多年的教学和实践所得拿出来和大家分享，并得到同行的指教。限于水平，尤其是旅游目的地国家（地区）所涉及的范围和知识的广泛，在写作过程中也许没有一一考虑周全，这个目的可能难以充分实现。但这仅仅是一个开端，有待进一步更新和完善，希望本书能为中国旅游业培养优秀人才尽绵薄之力。

本书在编写过程中，参考了不少专家学者的论著、文献、资料、消息报道，在此向所有这些给予方便的作者表示真诚的谢意。

由于编者的水平有限，书中疏漏之处在所难免，望读者随时予以匡正。

编者

2007年2月

目 录

第1章 中国公民出境旅游市场概述.....	1
1.1 中国公民出境旅游的发展历程.....	1
1.1.1 初步形成阶段(1983年11月~1997年7月前).....	1
1.1.2 稳步增长阶段(1997年7月至今).....	2
1.2 中国出境旅游市场的特点及发展趋势.....	7
1.2.1 中国出境旅游市场的特点.....	7
1.2.2 中国出境旅游市场发展趋势.....	10
1.3 中国公民出境旅游目的地概述.....	11
1.3.1 中国香港、澳门和台湾.....	12
1.3.2 东南亚.....	13
1.3.3 东亚和南亚.....	14
1.3.4 大洋洲.....	14
1.3.5 欧洲.....	15
1.3.6 美洲.....	15
1.3.7 中东及非洲.....	15
1.4 思考与练习.....	16
第2章 亚洲和大洋洲地区.....	17
2.1 东亚之旅.....	18
2.1.1 中国香港、澳门、台湾.....	18
2.1.2 樱花之国——日本(Japan).....	30
2.1.3 隐逸之都——韩国(R.O.Korea).....	36
2.2 东南亚之旅.....	41
2.2.1 黄袍佛国——泰国(Thailand).....	41
2.2.2 城市岛国——新加坡(Singapore).....	45
2.2.3 锡和橡胶王国——马来西亚(Malaysia).....	47
2.2.4 万岛之国——印度尼西亚(Indonesia).....	50
2.2.5 佛塔之国——缅甸(Myanmar).....	54
2.3 南亚之旅.....	57
2.3.1 高山之国——尼泊尔(Nepal).....	57
2.3.2 月亮之国——印度(India).....	60
2.3.3 印度洋上的珍珠——斯里兰卡(Sri Lanka).....	64
2.3.4 花环群岛——马尔代夫(Maldives).....	67
2.4 大洋洲之旅.....	69
2.4.1 骑在羊背上的国家——澳大利亚(Australia).....	70

2.4.2	白云之乡——新西兰 (New Zealand)	75
2.5	思考与练习	77
第3章	欧洲地区	78
3.1	北欧之旅	79
3.1.1	极地之国——挪威 (Norway)	79
3.1.2	童话王国——丹麦 (Denmark)	83
3.2	西欧之旅	86
3.2.1	绅士风度——英国 (United Kingdom)	87
3.2.2	浪漫之都——法国 (France)	93
3.2.3	风车之国——荷兰 (Netherlands)	99
3.3	东欧之旅	103
3.3.1	列宁的故乡——俄罗斯 (Russia)	104
3.4	中欧之旅	109
3.4.1	欧洲走廊——德国 (Germany)	109
3.4.2	音乐之邦——奥地利 (Austria)	113
3.4.3	欧洲屋脊——瑞士 (Switzerland)	117
3.5	南欧之旅	120
3.5.1	露天历史博物馆——意大利 (Italy)	121
3.5.2	神话王国——希腊 (Greece)	126
3.5.3	斗牛王国——西班牙 (Spain)	130
3.6	思考与练习	134
第4章	美洲地区	135
4.1	北美洲之旅	136
4.1.1	枫叶之国——加拿大 (Canada)	136
4.1.2	山姆大叔——美国 (United States)	140
4.1.3	仙人掌王国——墨西哥 (Mexico)	148
4.1.4	墨西哥湾的钥匙——古巴 (Cuba)	155
4.2	南美洲之旅	159
4.2.1	热带巨人——巴西 (Brazil)	159
4.2.2	天涯之国——智利 (Chile)	164
4.2.3	玉米之仓——秘鲁 (Peru)	168
4.2.4	通往南极洲的桥梁——阿根廷 (Argentina)	173
4.3	思考与练习	177
第5章	非洲和中东地区	179
5.1	北非之旅	180
5.1.1	地中海的门户——摩洛哥 (Morocco)	180
5.1.2	地中海十字路口——突尼斯 (Tunisia)	186
5.2	西非和中非之旅	190
5.2.1	铜矿之国——赞比亚 (Zambia)	191
5.2.2	石头城——津巴布韦 (Zimbabwe)	194

5.3 东非之旅	197
5.3.1 野生动物王国——肯尼亚 (Kenya)	197
5.3.2 世界天然动物园——坦桑尼亚 (Tanzania)	203
5.4 南非之旅	206
5.4.1 黑人土地——南非 (South Africa)	207
5.5 中东之旅	211
5.5.1 金字塔之国——埃及 (Egypt)	211
5.5.2 勇敢者的国家——土耳其 (Turkey)	217
5.6 思考与练习	223
参考文献	224

第1章 中国公民出境旅游市场概述

学习目的

通过本章学习,了解中国公民出境旅游的发展历程。在此基础上,分析了解中国出境旅游市场的特点和发展趋势,并简要地掌握目前中国主要出境旅游目的地市场概况。

主要内容

● 中国公民出境旅游的发展历程

初步形成阶段 稳步增长阶段

● 中国出境旅游市场的特点及发展趋势

特点 发展趋势

● 中国出境旅游目的地概述

中国香港、澳门和台湾 东南亚 东亚和南亚 大洋洲 欧洲 美洲 中东及非洲

出境旅游作为国际旅游的一个组成部分,是指一国公民跨越国境到另外一个国家或地区进行的旅游消费活动,包括公务旅行、商务旅行和观光旅游等。就我国目前的情况,中国公民出境旅游主要是指经旅行社组织的中国公民以旅行团形式进行的自费出境旅游,包括港澳台旅游、边境旅游和出国旅游三部分。

1.1 中国公民出境旅游的发展历程

中国公民自费出境旅游,是中国改革和对外开放的产物。虽然历史不长,但发展很快,已经形成了一定的规模,并继续保持快速发展的势头。基于我国基本国情和旅游业的发展状况,中国公民出境旅游经历了一个从无到有,从“出境探亲旅游”的初步形成到“自费出境旅游”的稳步增长的一个逐步市场化的发展过程。

1.1.1 初步形成阶段(1983年11月~1997年7月前)

初步形成阶段主要是逐步尝试和有限度地开放中国公民的出境旅游业务,以“出境探亲旅游”为主。

中国公民自费出境旅游首先是由内地居民赴港澳探亲旅游发展而来的。1983年中国开始确定中国公民出境旅游目的地,中国香港和澳门游开创了中国公民出境旅游的先河。当时,香港和澳门还没有回归,故一直暂时作为“境外”旅游目的地来对待。而真正出国旅游始于1988年的泰国。

1983年11月15日,为了方便内地的港澳眷属到香港、澳门地区探亲访友,广东省旅游公司组织了首个广东省内居民的“赴港澳探亲旅游团”,反响强烈。为此,国务院于1984

年3月22日批准了由国务院侨务办公室、港澳事务办公室、公安部联合上报的《关于拟组织归侨、侨眷和港澳台眷属赴港澳地区探亲旅行团的请示》，规定统一由中国旅行社总社委托各地的中国旅行社承办归侨、侨眷和港澳台眷属赴港澳地区探亲旅行团在内地的全部组织工作，香港、澳门的中国旅行社负责在当地的接待事务，由此拉开了中国公民出境旅游的序幕。1986年12月经国务院批准，由公安部发布《中国公民因私往来香港地区或者澳门地区的暂行管理办法》。1992年，国务院港澳事务办公室又增批福建省海外旅游公司、华闽旅游有限公司开办赴港澳地区探亲旅游业务。

随着港澳地区与内地关系的日益密切，内地居民赴港澳地区旅游得以迅速发展。随之开放的中国公民出国探亲旅游，进一步促进发展了中国公民的自费出境旅游。

1988年经国务院批准，规定由海外亲友付费、担保，允许我国公民赴泰国探亲旅游；1990年10月30日，经国务院批准，国家旅游局会同外交部、公安部、侨务办公室等部门，发布施行了《关于组织我国公民赴东南亚三国旅游的暂行管理办法》，增加了新加坡、马来西亚两国。该办法当时决定只由中国旅行社总社、中国国际旅行社总社统一组团，开展中国公民自费赴泰国、新加坡、马来西亚三国的旅游业务。1992年7月，又批准增加菲律宾为探亲旅游的目的地国家。这一时期是中国内地出境旅游政策发展历程中的重要转折。

这一阶段的主要特征是旅游者的构成以归侨、侨眷和港澳台眷属为主，旅游的费用按规定采用“境外付款”制度，即公民旅游所需费用自理，但必须由海外亲友担保，在国外与中国的旅行社结算。中国公民自费出境探亲旅游的发展为我国公民自费出境旅游奠定了基础，在管理和操作上积累了相当的经验。

与此同时，边境旅游作为出境旅游的一种形式，也开始在我国的一些沿边省份展开，并且得到较快发展。

1987年11月，国家旅游局和对外经济贸易部批准辽宁省丹东市赴朝鲜新义州市的“一日游”，由此拉开了中国边境旅游的序幕。辽宁丹东—朝鲜新义州一日游的开放，启发了与之有着相同或类似条件的其他边境地区。1989年9月23日，国家旅游局发布《关于中苏边境地区开展自费旅游业务的暂行管理办法》；1992年4月8日，内蒙古自治区旅游局、外事办公室、公安厅联合发布了《中蒙多日游暂行管理办法》和《中俄边境旅游暂行管理办法》；1992年7月16日，国家旅游局向国务院递交了《关于扩大边境旅游，促进边疆繁荣的意见》；1992年9月5日，吉林省旅游局发布了《吉林省边境旅游暂行管理办法》；1992年9月16日，广西壮族自治区旅游局、公安厅发布了《关于开展中越边境旅游业务的暂行管理办法》；1993年2月25日，云南省旅游局、公安厅发布了《关于云南省中越、中老、中缅边境旅游管理有关问题的通知》；1996年3月8日，国务院批复了《边境旅游暂行管理办法》，并于1997年10月15日，由国家旅游局、外交部、公安部、海关总署联合发布施行。到1998年上半年，经国家批准，黑龙江、内蒙古、辽宁、吉林、新疆、云南、广西等7个省、自治区先后开放了中朝、中俄、中蒙、中哈、中越、中缅、中老等边境旅游口岸，大批旅游者出入口岸地区购物、边贸和观光，形式从“一日游”到“八日游”等多种。

1.1.2 稳步增长阶段（1997年7月至今）

稳步增长阶段明确了中国公民“出境旅游”的概念。随着中国公民出境旅游需求的上

升,在有组织、有计划、有控制地适度发展出境旅游的方针指导下,国家对出境旅游市场供给进行了全面规范和有序管理,出境旅游市场不断规范和扩大,逐步走上了健康、稳步发展的轨道。

1997年7月1日,由国家旅游局与公安部共同制定,并经国务院批准的《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》发布实施,至此中国公民出境探亲旅游正式改为中国公民自费出境旅游。并在该管理暂行办法颁布后,国家旅游局批准了67家组团社有权经营出境旅游业务,这标志着中国公民自费出境旅游业务的正式开始。

自20世纪90年代国家旅游局明确提出“大力发展入境旅游,积极发展国内旅游,适度发展出境旅游”的指导方针,我国的出境旅游市场一直以来是朝着有组织、有计划、有控制的方向发展,具体表现在以下3个方面:

(1)管理制度更加完善,市场秩序更加规范。由于我国的出境旅游市场在新的发展阶段面临新的发展形势,尤其是中国加入WTO(世界贸易组织)后,形势的发展对旅游业提出了许多新的要求,需要在管理手段上做出新的规范和调整,以理顺相关关系、提高国内旅行社企业的竞争能力,并达到引导和促进出境旅游市场良性发展的目的。为保障出境旅游者和出境旅游经营者的合法权益,有关部门经过研究论证,在《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》的基础上,经过进一步的补充、完善和修改后形成了《中国公民出境旅游管理办法》,并由国家旅游局和公安部联合发布,自2002年7月1日起施行。

国家旅游局又于2002年7月27日起发布实施了《旅行社出境旅游服务质量》;2002年10月8日起发布实施了《出境旅游领队人员管理办法》等相关法规政策以保证出境旅游市场的健康发展。

(2)出境旅游市场稳步快速增长。自1997年中国正式开办中国公民出境旅游业务以来,出境旅游规模迅速扩大。具体表现在以下几个方面:

第一,中国公民出境旅游人数快速增长。1997年的出境人数为532万人次,而正式开放的出境旅游目的地只有泰国、新加坡、马来西亚、菲律宾4国和香港、澳门地区。随着越来越多的国家和地区的开放,中国公民的出境游人数连年大幅度增长。2000年,中国公民出境游人数首次突破1000万人次,达到1047万人次,同上年增长13.4%;2001年,中国公民出境游人数达到1213万人次,比上年增长15.9%;2002年,中国公民出境游人数达到1660万人次,增速高达36.8%。2003年,虽然受“非典”影响,但中国公民出境游人数闯过2000万人次大关,达到2022万人次,比上年增长21.8%。2004年,中国公民出境游人数已达到2885万人次,比上年增长42.7%。2005年,中国公民出境游人数突破3000万大关,达到3103万人次。至此,中国已成为亚洲地区一个快速增长的新型客源输出国。

第二,中国公民出境旅游目的地国家和地区不断增加。近年来,国家不断加快开放出境旅游目的地地的进程,并朝“全球化”方向发展,并且中国公民出境旅游的政策也不断放宽。

中国公民出境旅游的目的地国家和地区是由国家旅游局会同外交部、公安部提出,报国务院批准的。目的地国家和地区确定主要基于以下多方面的考虑:对方是我国的客源国;政治上对我国友好;旅游资源有吸引力、具备适合中国旅游者的接待服务设施;对中国旅游者在法律、行政等方面没有歧视性、限制性政策,旅游者有安全保障;具有良好的可进入性等。在符合条件的情况和时机成熟后,再确定正式开放为中国公民出境旅游目的

地国家和地区。

1998年5月,经国务院港澳事务办公室与香港特别行政区政府协商,决定扩大香港游的规模,并增加中国国际旅行社总社为承办“香港游”的单位。国家旅游局于1998年8月10日发布了《关于加强“香港游”管理工作的通知》,对“香港游”的有关事项加以规范。从2002年1月1日起,经香港特区政府与国家旅游局商定,取消“香港游”配额制度。“香港游”内地组团社由原来的4家扩大到所有获准具有经营内地居民出国旅游业务资格的旅行社。自2003年1月1日,《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》和《内地与澳门关于建立更紧密经贸关系的安排》(CEPA)开始实施,至2004年7月1日止,共有32个内地城市的居民可以“个人游”身份赴港澳旅游。

除中国香港、澳门地区外,1988年泰国成为对中国公民开放的第一个旅游目的地。随后,中国公民旅游目的地国家(ADS)的开放以每年一两个的速度增长,从2002年尼泊尔、印度尼西亚、马尔他、土耳其和埃及等五个国家成为获准组团的旅游目的地之后,2003年德国、印度、马尔代夫、斯里兰卡、南非、克罗地亚、匈牙利、巴基斯坦、古巴等九个旅游目的地获准组团,到2004年9月1日正式开展中国公民赴希腊、法国、荷兰、比利时、卢森堡、葡萄牙、西班牙、意大利、奥地利、芬兰、瑞典、捷克、爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛、波兰、斯洛文尼亚、斯洛伐克、塞浦路斯、丹麦、冰岛、爱尔兰、挪威、罗马尼亚、瑞士和列支敦士登欧洲26国的团队旅游业务。同时,埃塞俄比亚、津巴布韦、坦桑尼亚、毛里求斯、突尼斯、塞舌尔、肯尼亚、赞比亚非洲8国和约旦也获准组团,截至2005年底,国务院已分别批准了中国香港、中国澳门、泰国、新加坡、马来西亚、菲律宾、澳大利亚、新西兰、韩国、日本、越南、柬埔寨、缅甸、文莱、尼泊尔、印度尼西亚、马尔他、土耳其、埃及、德国、印度、马尔代夫、斯里兰卡、南非、克罗地亚、匈牙利、巴基斯坦、古巴、希腊、法国、荷兰、比利时、卢森堡、葡萄牙、西班牙、意大利、奥地利、芬兰、瑞典、捷克、爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛、波兰、斯洛文尼亚、斯洛伐克、塞浦路斯、丹麦、冰岛、爱尔兰、挪威、罗马尼亚、瑞士、列支敦士登、埃塞俄比亚、津巴布韦、坦桑尼亚、毛里求斯、突尼斯、塞舌尔、肯尼亚、赞比亚、约旦、北马里亚纳群岛联邦、斐济、瓦努阿图、英国、智利、牙买加、俄罗斯、巴西、墨西哥、秘鲁、安提瓜和巴布达、巴巴多斯、老挝、蒙古、汤加、格林纳达、巴哈马、圣卢西亚等81个国家和地区,作为我国公民自费出境旅游目的地(见表1-1),并开展了与所有毗邻国家的边境游。

表 1-1 已开放的出境旅游目的地国家(地区)

序号	国家/地区	启动时间	开展业务情况	备 注
1	香港	1983 年	全面开展	2003 年 7 月部分省市开始实现香港个人游
2	澳门	1983 年	全面开展	2003 年 7 月部分省市开始实现澳门个人游
3	泰国	1988 年	全面开展	
4	新加坡	1990 年	全面开展	
5	马来西亚	1990 年	全面开展	
6	菲律宾	1992 年	全面开展	

(续表)

序号	国家/地区	启动时间	开展业务情况	备 注
7	澳大利亚	1999 年	北京、上海、广州开展	2006 年 8 月 1 日全面展开
		2004 年 7 月	天津、河北、山东、江苏、浙江、重庆正式开展	
8	新西兰	1999 年	北京、上海、广州开展	
		2004 年 7 月	天津、河北、山东、江苏、浙江、重庆正式开展	
9	韩国	1998 年	全面开展	
10	日本	2000 年	北京、上海、广州试办	
		2004 年 9 月 15 日	辽宁、天津、山东、江苏、浙江正式开展	
		2005 年 7 月 25 日	全面开展	
11	越南	2000 年	全面开展	
12	柬埔寨	2000 年	全面开展	
13	缅甸	2000 年	全面开展	
14	文莱	2000 年	全面开展	
15	尼泊尔	2002 年	全面开展	
16	印度尼西亚	2002 年	全面开展	
17	马耳他	2002 年	全面开展	
18	土耳其	2002 年	全面开展	
19	埃及	2002 年	全面开展	
20	德国	2003 年	全面开展	
21	印度	2003 年	全面开展	
22	马尔代夫	2003 年	全面开展	
23	斯里兰卡	2003 年	全面开展	
24	南非	2003 年	全面开展	
25	克罗地亚	2003 年	全面开展	
26	匈牙利	2003 年	全面开展	
27	巴基斯坦	2003 年	全面开展	
28	古巴	2003 年	全面开展	
29	希腊	2004 年 9 月	全面开展	
30	法国	2004 年 9 月	全面开展	
31	荷兰	2004 年 9 月	全面开展	
32	比利时	2004 年 9 月	全面开展	
33	卢森堡	2004 年 9 月	全面开展	
34	葡萄牙	2004 年 9 月	全面开展	
35	西班牙	2004 年 9 月	全面开展	
36	意大利	2004 年 9 月	全面开展	
37	奥地利	2004 年 9 月	全面开展	
38	芬兰	2004 年 9 月	全面开展	
39	瑞典	2004 年 9 月	全面开展	
40	捷克	2004 年 9 月	全面开展	
41	爱沙尼亚	2004 年 9 月	全面开展	

(续表)

序号	国家/地区	启动时间	开展业务情况	备 注
42	拉脱维亚	2004 年 9 月	全面开展	
43	立陶宛	2004 年 9 月	全面开展	
44	波兰	2004 年 9 月	全面开展	
45	斯洛文尼亚	2004 年 9 月	全面开展	
46	斯洛伐克	2004 年 9 月	全面开展	
47	塞浦路斯	2004 年 9 月	全面开展	
48	丹麦	2004 年 9 月	全面开展	
49	冰岛	2004 年 9 月	全面开展	
50	爱尔兰	2004 年 9 月	全面开展	
51	挪威	2004 年 9 月	全面开展	
52	罗马尼亚	2004 年 9 月	全面开展	
53	瑞士	2004 年 9 月	全面开展	
54	列支敦士登	2004 年 9 月	全面开展	
55	埃塞俄比亚	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
56	津巴布韦	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
57	坦桑尼亚	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
58	毛里求斯	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
59	突尼斯	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
60	塞舌尔	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
61	肯尼亚	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
62	赞比亚	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
63	约旦	2004 年 12 月 15 日	全面开展	
64	北马利亚纳群岛 联邦	2005 年 4 月 1 日	全面开展	
65	斐济	2005 年 5 月 1 日	全面开展	
66	瓦努阿图	2005 年 5 月 1 日	全面开展	
67	英国	2005 年 7 月 15 日	全面开展	
68	智利	2005 年 7 月 15 日	全面开展	
69	牙买加	2005 年 7 月 15 日	全面开展	
70	俄罗斯	2005 年 8 月 25 日	全面开展	
71	巴西	2005 年 9 月 15 日	全面开展	
72	墨西哥	2005 年 9 月 15 日	全面开展	
73	秘鲁	2005 年 9 月 15 日	全面开展	
74	安提瓜和巴布达	2005 年 9 月 15 日	全面开展	
75	巴巴多斯	2005 年 9 月 15 日	全面开展	
76	老挝	2005 年 9 月 15 日	全面开展	
77	蒙古	2006 年 3 月 1 日	全面开展	
78	汤加	2006 年 3 月 1 日	全面开展	
79	格林纳达	2006 年 3 月 1 日	全面开展	
80	巴哈马	2006 年 3 月 1 日	全面开展	
81	圣卢西亚	2006 年 3 月 1 日	全面开展	

从 2004 年 9 月 1 日中国公民赴欧洲旅游团成行到 12 月中国公民的德国自由行开始, 中国出境旅游获得突破性发展。12 月 6 日中美两国《旅游合作谅解备忘录》的签署, 使中国公民出境旅游目的地在北美实现零的突破, 至此, 中国公民出境旅游目的地已经遍及世

界所有有人居住的各个大洲。

第三,经营出境旅游业务的旅行社不断增多。1997年,经国家旅游局批准特许经营中国公民出境旅游业务的旅行社只有67家,其中,北京市10家(含中央社),广东省6家,上海市、福建省、江苏省各5家,辽宁省和浙江省各3家,山东省、四川省、云南省、陕西省、湖北省、新疆维吾尔自治区各2家,其他省、自治区、直辖市各1家。自2002年7月《中国公民出国旅游管理办法》颁布实施,国家旅游局审批了528家组团社具有出境旅游经营权,约占当年中国1358家国际旅行社的38.9%。截至2005年底,国家旅游局批准经营出境旅游的旅行社增加到672家,其中,广东省111家,北京市69家,江苏省、辽宁省各36家,上海市35家,山东省32家,浙江省29家,黑龙江省23家,广西壮族自治区22家,福建省21家,湖北省、河南省各19家,湖南省、山西省各17家,云南省16家,四川省、吉林省、河北省、新疆维吾尔自治区(包括新疆生产建设兵团3家)各15家,陕西省14家,天津市、重庆市、江西省各13家,安徽省、内蒙古自治区各10家,海南省、甘肃省各9家,贵州省7家,青海省5家,宁夏回族自治区4家,西藏自治区3家。

1.2 中国出境旅游市场的特点及发展趋势

出境旅游市场指的是旅游者在出境旅游过程中所反映的经济现象和经济关系。随着人们生活水平的普遍提高,价值观念、消费观念、休闲方式的逐渐转变,以及出境旅游因私护照政策的出台,吸引了越来越多的人加入到出境旅游的队伍中,出境旅游已经成为中国公民一个新的消费领域和一种新的时尚。

1.2.1 中国出境旅游市场的特点

(1) 出境旅游市场发展迅速。与国内旅游和入境旅游市场相比,中国的出境旅游市场发展快,规模小。资料表明,中国出境人数从1997年的532万人次增长到2005年的3103万人次,年均增长25.8%。但是,出境旅游人数还不到国内旅游人数的3%。中国入境旅游总体上继续保持较高的增长态势,入境旅游者从1995年的4639万人次增长到2005年的1.20亿人次,年均增长为10.2%;其中过夜旅游者从2003万人次增长到4680.9万人次,年均增长为7.9%。与出境旅游相比,无论是国内旅游还是入境旅游的增长都大为逊色(详见表1-2)。中国的出境旅游人数在2003年就超过了亚洲传统的客源输出大国——日本(1700万人次),成为亚洲第一客源国。

中国出境旅游快速增长的原因,主要有以下几点:

① 中国政府根据各方面条件的变化,放宽了对出境旅游的限制。中国公民出境旅游的发展一直受到中央政府高度的重视,成为协调外交关系、促进内地和港澳经济关系的重大措施。有关旅游合作和关于成为中国公民出境旅游目的地协议的签署,已成为中外双边外交会谈的成果之一。仅2004年,国家主席、人大委员长、国务院总理等中国政府最高层领导就曾先后14次出席国家旅游局的对外交流与合作活动,直接参与谈判或出席有关旅游合作协议的签字仪式。使得中国公民出境旅游目的地的范围越来越多。港澳个人旅游(即港

澳自由行)等旅游政策,以及外汇管理等相关政策的进一步调整,均促进了出境旅游活动。

② 国际社会对中国出境旅游市场的关注,表现出积极姿态,采取了积极措施。中国公民出境旅游的高速发展,使得越来越多的国家希望开放本国,成为中国公民出境旅游目的地。一方面,各国政府加强外交公关活动,通过采取加大针对中国出境旅游市场的促销力度,与中国相互之间开展文化交流活动等措施,争取尽早成为中国公民出境旅游目的地,以抢先赢得中国的市场。另一方面,不断调整政策,积极创造条件,扩大旅游供给和改善供给的渠道,拓展中国出境旅游的市场。

③ 中国公民强烈的求知欲,促使他们利用一切可能的机会到国外学习、看看,丰富“接轨”话题。出境旅游是在国内旅游的基础上发展起来的——富裕起来的居民先在国内旅游,积累了一定的经验后,为了开阔视野,随着国际旅游合作的不断扩大,越来越多的中国公民开始出境旅游,去更远的地方。

④ 有充分的可供自由支配的时间。目前,假日出游人次占总出游人次的 40%。

⑤ 20 年来,中国公民收入的大幅度提高,使有出境旅游支付能力的人越来越多。

⑥ 中国出境旅游客源分布越来越广。中国出境旅游客源在 20 世纪 90 年代末,主要分布在北京、上海、广州及东部沿海各省的大中城市;目前,出境客源市场已逐步向中国的中西部推进。

(2) 因私自费旅游成为出境旅游市场的主体。1997 年以前,中国的出境旅游基本上是以商务旅游为主。1997 年中国正式开放出境旅游以来,因私自费出境旅游者年均增长速度达到 35% 的快速发展水平,2003 年尽管受到“非典”的严重影响(一度出现 100 多个国家限制中国人入境的情况),但因私出境旅游者仍然达到创纪录的 1480 万人次,同比增长 47.2%。2004 年国内出境人数达 2885 万人次,增长 42.7%;其中因私出境 2298 万人次,增长 55.2%,占出境人数的 79.7%。2005 年国内出境人数达到 3103 万人次,其中因私出境 2514 万人次,占出境人数的 81% (详见表 1-2)。在过去的 5 年中,中国出境人数的平均增长率为 24.96%,其中因私出境人数的平均增长率高达 36.02%,中国已经成为亚洲增长最快的新兴客源输出国。

表 1-2 中国公民出境人数对比表

单位:万人次, %

年份	国内旅游人数	增幅	入境旅游人数	增幅	出境人数	增幅	因私出境人数	因私出境所占比重	增幅
1995	62 900	20.0	4 638	6.2	452	21.1	205	45.4	25.1
1996	63 900	1.6	5 112	10.2	506	11.9	241	47.7	17.5
1997	64 400	0.8	5 758	12.6	532	5.1	244	45.8	1.1
1998	69 400	7.8	6 347	10.2	843	58.5	319	37.9	30.7
1999	71 900	3.6	7 279	14.7	923	9.5	427	46.2	33.7
2000	74 400	3.4	8 344	14.6	1 047	13.4	563	53.8	32.0
2001	78 400	5.4	8 901	6.7	1 213	15.9	695	57.3	23.3
2002	87 800	12.0	9 790	10.0	1 660	36.8	1 006	60.6	44.9
2003	87 000	-0.9	9 166	-6.4	2 022	21.8	1 481	73.2	47.2
2004	110 200	26.7	10 903	18.96	2 885	42.7	2 298	79.7	55.2
2005	121 200	10.1	12 029	10.3	3 103	7.6	2 514	81.0	9.4

资料来源:据《中国旅游统计年鉴》等国家统计局确认的统计资料。

(3) 具有较高文化水平的高收入阶层是目前出境旅游群体的主体。出境旅游者大体分为三部分：主体是因公务、商务、考察、交流、援外等国有企事业单位公职人员，其次是乡镇企业家和企业承包者，还有一部分是改革开放以来富裕起来的专业户和城市个体户。他们主要集中在我国经济发达的东部沿海省市和边疆省份。通过对旅行社组团人数进行统计，2005年旅行社组织出境旅游团的总人数为679.69万人次，其中北京、上海、广东、江苏、浙江5省市的出境旅游比重较大，尤以广东为最，约占全国经旅行社组织出境旅游人数的29.31%。而在广西、云南、黑龙江、吉林等边疆省份的出境旅游人数中则以边境游所占比例较大。表现出中国公民出境旅游者具有较强的地域性（详见表1-3）。

表1-3 主要出境旅游客源产地经旅行社组织出境游人数

单位：万人次，%

年份		1997	1998	1999	2000	2001
广东	总数		73.3	93.3	116.2	
	增长		22.7	27.4	24.5	
北京	总数	3.8	6.6	10.5	13.7	21.0
	增长	38.6	74.4	60.6	30.3	53.3
上海	总数	4.4	6.3	10.7	14.0	
	增长	59.7	44.1	68.6	31.6	
浙江	总数	2.2	4.3	5.8	7.3	
	增长	10.6	93.1	35.9	25.5	
黑龙江	总数	9.0	12.7	13.0	20.0	
	增长	7.0	41.1	2.2	53.8	

资料来源：《中国旅游市场概论》徐汎编著，中国旅游出版社，2004年。

在出境旅游目的地选择上，价格仍然是起决定性作用的因素。综观近些年中国的出境旅游市场的火爆，多集中在千元单位价格的线路上。3000元左右的泰国、韩国游最火，5000~6000元的新马游、东京一地游次之，当标价1万元的澳洲游上市后，成团频率大大降低。欧洲虽然是中国游客“最想去旅游目的地”，但至少1万元以上的报价不得不使很多人止步。因此，中国出境旅游者的流向，85%在亚洲国家，10%左右在欧洲各国，另有5%流向北美等地。但北美等地目前仅限于商务旅游，自费度假旅游尚难涉足。

出境旅游第一站按人数排列，2003年列前10位的国家和地区依次是香港、澳门、日本、俄罗斯、越南、韩国、泰国、美国、新加坡、马来西亚。

中国公民出境旅游的消费主要表现为观光性、花费高、以团队包价旅游为主等特点。据世界旅游组织2003年9月公布的数据显示，2002年中国公民出境旅游消费占全球市场份额的3.2%。据2004年国家统计局公布的数据，中国公民出境旅游者的人均花费为663.75美元，而实际花费远高于此。中国公民出境旅游人均消费已成为世界人均消费最高的国家之一（见表1-4）。据国际亚太地区旅游监测机构（IPK）所属的中国旅游视屏统计显示，中国旅游者一次长假旅游的平均日消费为175美元（不包括购物）。据有关报道，中国人在德国的日平均购物消费为110美元，又据瑞士信息网（Swissinfo）报道，中国游客每人每天在瑞士的平均消费为400瑞士法郎，约合为313美元，足见中国游客消费之高。