

四、世界旅游业

D. world Tourist Trade

- 世界旅游发展状况综述
- 国际旅游市场概况
- 国际旅游市场动态
- 世界旅游业主要部门发展现状
- 世界主要旅游区旅游发展现状
- 世界主要旅游区旅游发展现状
- 各种国际性重大事件对全球国际旅游的影响
- 1992年北京旅游业
- 专论:旅游业经济效益断想

世界旅游发展状况综述

从1841年托马斯·库克组织第一次团体旅游开始,人类旅游活动进入了一个新的阶段,人们称之为近代旅游阶段。以后随着人类社会不断发展进步,如经济发展、生活方式变化以及科学技术的进步等,人类旅游活动不断具备新的便利条件,从而日益流行发展。到第二次世界大战后,特别是随着民用喷气客机的出现,开始了现代旅游的阶段,人类旅游活动迅速普及,逐渐成为当代社会一种重要而又复杂的社会现象,当代人类社会的各种活动中,很少有像旅游,特别是国际旅游这样的独特人类活动,它涉及到人类社会的方方面面,包括社会文化、经济、科技、生态与自然环境等等。其中旅游在社会经济上的作用与影响,长期以来受到人们重视。作为一种经济现象,旅游,尤其是国际旅游,在当今人类经济生活中日益占据其重要的地位。二战以后,特别是60年代以来,国际旅游一直在不断增长,为世界各种经济行业中佼佼者,令许多经济界人士和各国政府刮目相看。

80年代中期,国际旅游仍保持了持续发展的势头。虽然自那时以来,西方各国经济出现萧条和衰退,很多国家的传统产业都呈现不景气或下降趋势,但是第三产业,特别是旅游业并未因此而受到严重影响。据世界旅游组织统计,1990年全世界国际旅游达43856.1万人次,国际旅游总收入上升至25676.1亿美元,相当于同年全世界国民生产总值的5.5%。此外,全世界的旅游从业人数达1.12亿人,即全世界就业人员每15个人中就有1人从事旅游业。

(一) 80年代国际 旅游发展总况

综观80年代全世界国际旅游的发展,其总体状况可综述如下:

全球国际旅游人次总量有了较大增长,1989年

比1980年增长了42%(1980年为2.84亿人次,1989年为4.05亿人次)。

从全世界国际旅游接待人次总量的分布格局看,欧洲和北美合计约占80%,东亚和太平洋地区约占9%,拉丁美洲和加勒比地区约占6%,非洲约占2%,中东地区约占2%,南亚地区约占1%。

从国际旅游客源范围来看,全世界国际旅游绝大部分都是在本地区内国家间发生。据世界旅游组织估计,全世界国际旅游者总量的80%都来自本地区内其它国家。但各地区的具体情况不一,例如欧洲和北美和区内客源分别占其国际旅游接待总量的80%,南亚地区的区内客源占38%,非洲的区内客源占25%。由于欧洲和北美地区经济发达、交通便利、旅游基础设施充足,其本身既是国际旅游主要客源地又是旅游目的地,从而促进了这两大地区内国际旅游的发展。此外,在区内国际旅游中,数量最大的则是邻国间的国际旅游。随着客源国和目的国之间距离的加长,旅游客流量愈减。

按人们外出旅游的目的划分,在全部国际旅游人次中,70%主要外出动机为度假和消遣,14%主要动机为差遣性商务,其余16%则主要出于宗教、保健、体育运动、家庭事务等其它原因。

从旅游方式上看,在全世界国际旅游人次中,通过陆路交通前往旅游目的国访问的国际游客所占比重最大,约为70%左右,依次下排则为通过空路交通和海路交通出国旅游。在欧洲和北美地区所接待的国际游客中,乘私人小汽车来访者约占75%。这一比重自70年代中期以来一直很稳定。其主要原因在于这两个地区的国际旅游以区内客源为主,其中前往接壤邻国的国际旅游占相当大的比重;此外这两个地区内的国家多为经济发达国家,私人小汽车拥有率很高,加之自驾车外出旅游的便利、灵活和经济等优点,从而使这一旅行方式在这些地区的国际旅游中非常流行。但是对于其它地区的一些旅游接待国,特别是距离其主要客源国较远的国家,航空交通则是国际来访者最重要的旅行方式。例如在南

亚地区国家所接待的国际游客中,通过航空交通来访问者约占80%。在东亚和太平洋地区国家所接待的国际游客中,通过航空交通来访问者所占的比重约为75%。相比之下,欧洲国家所接待的国际游客中乘飞机来访问者的比重仅为15%。对于一些同客源国隔海相望的旅游接待国,航空和海上交通则是其国际来访问者的主要旅行方式。在少数国家中,铁路运输在其国际来访问者旅行方式中亦占重要地位,其中大部分为欧洲大陆国家,乘火车来访问的国际游客约占其国际旅游接待量的10%以上。

值得注意的是,国际旅游在80年代虽然保持了持续增长的趋势,但是同此前三十年相比较,增长速度已经逐渐放缓。

在50年代中,全世界国际旅游年均增长率为10.6%;60年代中的年均增长率为8.7%;70年代降至5.6%;到80年代则进一步下降为4.4%。然而从上述年代中全世界国际旅游人次净增的绝对数量上看,1980年比1950年净增4,400万人次。

1950~1990年全世界国际旅游增长率

	国际旅游人次(万)	年平均增长率(%)
1950~1960	2 520~6 920	10.6
1960~1970	6 920~15 960	8.7
1970~1980	15 960~28 420	5.6
1980~1990	28 420~64 856	4.4

资料来源:1950~1980年数字为世界旅游组织1987年发表的数字。1980~1990年数字摘自世界旅游组织TTN-2/1991。

1970年比1960年净增9040万人次,1980年比1970年增长12480万人次,1990年比1980年则净增15,372万人次。这些情况表明,全世界国际旅游增长率的持续下降并不说明国际旅游市场呈萎缩趋势。造成增长率下降的主要原因一是用于比较的期初旅游人次基数不断增大,再则是随着主要客源国家居民旅游密度的不断上升,一些国家居民的旅游密度已近封顶水平,因而其出国旅游人数不可能持续不断地大幅度增长。而全世界国际旅游人次绝对数量的持续增加,则说明在西方主要客源国居民出国旅游人次趋稳或增长渐缓的同时,一些新兴的工业化国家和地区居民出国旅游人次则迅速增加,从

而使全世界国际旅游市场的总体规模仍保持了不断扩大的发展趋势。

影响国际旅游需求的因素很多,但一般地讲主要有两大类因素。其中一类基本上属社会经济因素(例如人均可支配收入、失业率、就业结构、闲暇时间、人口年龄及家庭构成,等等)。这些因素决定着一个国家国际旅游需求量的总体水平,因而世界各国情况的总和也决定着全世界国际旅游需求量的总体水平。另外一类因素则包括客源国与目的国之间的空间距离,在政治、经济、历史、文化及移民等方面的交往关系、气候、汇率以及交通便利程度,等等。这类因素决定着旅游者的去向分布。一般地讲,一个国家每年出国旅游人次的数量虽然可能有变化,但是变化更大的则是其去向。此外,一些不可见的突发事件往往也对国际旅游者流向产生极大的影响,例如战争、国际恐怖主义活动、自然灾害、工人罢工(特别是交通运输部门和食宿接待部门的工人罢工)、环境污染事件、通货膨胀、申请签证的条件发生变化等等,都会影响前往某一国家或地区旅游的人数。因此,虽然全世界国际旅游人次总量可能不变或变化不大,但各旅游目的国或地区的国际旅游接待量往往因此会有很大的变化。

80年代全球国际旅游的一大突出现象是,在其他地区国际旅游增长速度普遍放慢并且低于全世界平均增长率的同时,亚太地区国际旅游继续以大大高于全世界平均增长率的领先速度迅速发展。1990年,亚太地区的国际旅游接待量已达5,000万人次,占全世界总量的12%。国际旅游收入达371亿美元,占全世界总量的16%。

亚太地区国际旅游持续迅速发展主要归因于两个方面,一是该地区自60年代以来一直是世界经济中最活跃、增长最快、并且潜力最大的地区。据世界银行的有关报告统计,亚太地区经济年增长率1960~1973年为6.3%,1973~1980年为6.2%,1981~1984年为5.9%,远高于西方发达国家同期4.6%、2.3%和2.1%的经济增长率。1988年世界90个国家和地区的经济平均增长率为5.2%,而亚太地区为8.8%。亚太地区成为新兴的国际旅游客源国,特别是为本地区国际旅游的发展提供了不断增多的区内客源,亚太地区国际旅游得以迅速发展的再一原因则是欧美传统客源地区远程旅游的增长,随着有关社会经济因素的有利发展,以及欧洲一些传统接待地区旅游环境质量的下降,欧美居民前往其他地区,特别是前往亚太地区的远程旅游自80年代中

期以来一直以超出国际旅游平均增长率的速度发展。由于以上两个方面的双重作用,使得亚太地区在全世界国际旅游市场中所占的份额不断增大。到1990年,亚太地区已有10个国家或地区位居全世界国际旅游主要接待国的前40名之列。这10个国家或地区是:中国、香港、新加坡、泰国、马来西亚、日本、韩国、澳大利亚、印尼和中国台湾。按接待人次统计,这些国家和地区的接待量为4376万人次,占全世界总量的9.98%。从国际旅游收入数额上看,上述国家和地区则位居全世界的前30位之列,占全世

界总量的12.6%。据世界旅游组织的预测,90年代亚太地区国际旅游仍将以领先的速度增长。国际旅游接待人次在全世界总量中所占的比例将上升至22%左右,国际旅游收入在全世界总量中所占的比例将上升至30%左右。根据这一发展趋势,全世界国际旅游形成欧、美和亚太地区三足鼎立的预言可望于本世纪末或下世纪初得以实现。但从目前看,例如在1989年,全球国际旅游接待人次为4.05亿,欧洲地区则为2.57亿,约占2/3,全球国际旅游收入为2,091亿美元,欧洲地区为1,098亿美元,约占1/2。

亚太地区国际旅游发展状况

	接待人次(万)	在全球总量中所占比重(%)	收入(亿美元)	在全球总量中所占比重(%)
1950	19	0.75	0.30	1.40
1960	68	0.98	1.95	2.80
1970	486	3.00	11.00	6.10
1980	1998	7.00	74.65	7.40
1990	5000	12.00	371.00	16.00

资料来源:根据世界旅游组织发表的有关数据整理。

世界国际旅游主要客源国

1990年 排位	国 别	旅游消费支出额 (亿美元)	
		1980	1990
1	美 国	103.85	386.71
2	德 国	205.99	301.36
3	日 本	45.93	248.85
4	英 国	68.93	197.79
5	意大利	19.07	138.26
6	法 国	60.27	134.76
	前六国总计	504.04	107.75
	其余各国总计	487.39	914.62
	全世界总计	991.43	222.37
	前六国在全世界总计 中所占比重%	50.84	60.62

资料来源:根据世界旅游组织 TTB-2/1991 发表数字整理。

(二)世界旅游经济发展状况分析

80年代中后期的有关研究资料表明,就全世界国际旅游的总况而言,经济发达国家的国际旅游接待人次约占全世界接待总量的66.39%;其国际旅游收入约占全世界总量的72.43%;其国际旅游支出约占世界总额的69.73%。实行市场经济的发展中国家的国际旅游接待人次约占全世界总量的19.26%;其国际旅游收入约占全世界总量的25.05%;其国际旅游支出占全世界总额的20.08%。以实行计划经济为主的发展中国家在上述方面所占的比重则分别为13.35%、2.52%和10.19%。

这一状况到1990年并无大的改变,有关数据表明,1990年全世界国际旅游消费额的60.62%出自6个旅游支出最高的客源国家,其中名列榜首的是美国,其国际旅游支出占该年全球世界总额的16.65%;其次是德国,占12.98%;居第三位的是日本,占

10.72%；处第四位的是英国，占8.52%；意大利和法国则居第五和第六位，分别占全世界总额的5.95%和5.80%。

在国际旅游收入方面，居前六位的国家依次为美国、法国、意大利、西班牙、英国和奥地利。1990年，这六国的国际旅游收入总额约占该年全球世界国

际旅游收入总额的50.11%，其中美国约占该年全球世界国际旅游收入总额的15.8%，法国占8.4%，意大利占7.6%，西班牙占7.3%，英国占5.8%，奥地利占5.1%。值得注意的是，美、法、意、英不仅居该年全球旅游收入的六大国之列，而且同时在该年全球旅游支出方面亦名列前茅。

世界国际旅游主要接待国

(按收入计算)

1990年 排位	国 别	旅游消费支出(亿美元)	
		1980	1990
1	美 国	100.58	405.79
2	法 国	82.35	216.51
3	意大利	82.18	197.42
4	西班牙	69.93	186.83
5	英 国	68.93	149.98
6	奥地利	64.42	130.17
	前六国总计	468.09	1 286.70
	其余各国总计	555.63	1 280.91
	全世界总计	1 023.72	2 567.61
	前六国在全世界总计		
	中所占比重%	45.72	50.11

资料来源：根据世界旅游组织 TTB-2/1991 发表数字整理。

将1990年的数字同1980年的数字加以比较，不难看出，如果说1980年全世界国际旅游者的大多数产生自经济发达国家，而全世界国际旅游者的大多数又为经济发达国家所接待，那么到1990年这一状况不仅没有得到缓解，反而进一步有所加重，这一事实表明，到目前为止，全世界国际旅游的发展并未真正起到平衡发达国家与发展中国家经济的作用。

在一个国家的经济中，国际旅游业作为一经济部门的重要程度不仅取决于其接待人次及收入总额的绝对数量，同时还取决于它同其它行业比较之下的相对规模。在国际上，测定旅游业在经济中所占地位重要程度的指标一般有两个，一是旅游收入在出口创收总额中所占的百分比，再则是旅游收入在国民生产总值或国内生产总值中所占比重的大小。如果用这类指标来衡量，各国旅游业在本国经济中的重要程度则会显示出相当大的差异。根据现有的资料，西班牙的旅游业在其国民经济中占有非常重要

的地位。以1986年的数字为例，西班牙的国际旅游收入占其该年全部出口创收总额的44.4%，并且在其该年国民生产总值中占6.5%。相比之下，日本的旅游业在其经济中的地位则显得无足轻重。同样也以1986年的情况为例，日本的国际旅游收入占其该年出口创收总额的0.7%，而在其该年国民生产总值中则仅占0.1%。当然，旅游收入在经济产出中所占比重的动态变化也是衡量旅游经济发展状况的重要尺度。尽管就全球总的情况而言，国际旅游收入在世界经济中所占比重在80年代中并无大的变化，但具体到某些国家，这种变化还是较大的，例如西班牙便是其中一例。造成这种变化的原因不外乎有两方面，一是国家国际旅游接待人次和旅游收入本身的变化，再则是其它经济部门和发展速度高于或低于国际旅游的发展速度。

对于一个国家来说，国际旅游收支对其旅游帐户乃至对其整个经济都有一定的影响。世界旅游组

织曾对 81 个国家在 80 年代中的国际旅游收支状况进行研究,其分析结果表明国际旅游收支顺差的国家或逆差的国家分别都有一些共同的特点,其中国际旅游收支顺差的国家包括:地中海地区的欧洲国家、旅游业规模较大的某些发达国家、旅游业发达的发展中国家、加勒比地区各国,以及旅游业规模较小的某些发展中国家。国际旅游收支逆差的国家则包括:全世界旅游主要客源地、主要产油国,以及国际旅游收支量都很低的某些发展中国家。1990 年的有关统计数字表明,除了美国已由过去的国际旅游收支逆差国转为顺差国以外,上面所涉及的总体格局基本上没有什么变化。1990 年国际旅游收支顺差最大的国家仍然是西班牙(144.29 亿美元)。收支逆差较大的国家依次排列是日本(-213.27 亿美元)、德国(-194.53 亿美元)、英国(-47.81 亿美元)、荷兰(-34.7 亿美元)和加拿大(-20.16 亿美元)。另外值得注意的是,东亚地区国家中,特别是中国及其周边国家中,除了日本以外的所有其它国家或地区的国际旅游收支皆为顺差。

众所周知,旅游的发展可导致就业机会的增加。这方面经济影响由直接就业(即直接就业于旅游部门的人数)、间接就业(即其它经济部门因直接或间接地向旅游部门提供产品或服务而增加的就业人数)和诱发就业(即旅游目的地居民将得自于旅游业的新支配收入用于购买各有关经济部门的产品或服务,从而使这些部门得以增加的就业人数)所构成。但由于后两者的测定较为复杂,因而人们通常以直接就业情况说明旅游的发展在增加就业方面的经济影响。根据世界旅行和旅游委员会的有关统计资料,目前全世界旅游业的直接从业人数已达 1.12 亿人,约占全世界就业人数总量的 1/15。应当注意的是,这一数字包括各国的国际旅游业就业人数和国内旅游业就业人数。但这两部分各自所占的比重很难测定。因为在大多数国家中,这两部分很难、甚至无法区别开来。根据人们一般估计,在发达国家中,从事国内旅游业的就业人数在其全部旅游就业人数中占有绝大比重;而在发展中国家中,旅游从业人员的绝大多数主要服务于国际旅游业。

自 70 年代末以来,很多国际组织和专家学者曾对本世纪末世界旅游的发展前景做过种种乐观的预测。但是近些年来,世界经济的发展迹象显示,在作为全世界国际旅游主要客源地的工业化国家中,经济增长速度已经大大放慢,人均可支配收入的增长也几乎不前。此外,一些国家居民中有能力并且愿意

外出旅游的人数已接近饱和水平,例如在瑞典、瑞典和挪威等国家中,年旅游密度(即每年至少外出旅游一次的居民在全国人口中所占的比重)已高达 75%,因此不可能再有大幅度的增长。这些情况难免给今后世界旅游的发展蒙上一层阴影。然而大多数未来学家认为,目前世界经济的衰退是暂时的,未来世界各国发展的特点仍然是人们的可支配收入将大量增加、城市人口所占的比重将急剧增大、就业人员的工作时间将会进一步缩减。此外,不少传统工业化国家的旅游密度虽然也很高,但并非已失去增长潜力。新兴工业化国家经济的持续加速发展亦将导致新客源市场的产生。因此人们仍然有理由对本世纪末乃至下个世纪初的世界旅游发展前景充满信心。综上所述,今后世界旅游的发展将是挑战与机会并存,威胁与希望同在。

实际上,今后的世界旅游发展进程将为很多经济和社会因素的发展变化所影响,这在很大程度上亦构成今后世界旅游发展趋势的组成部分,因而也是各国政府旅游管理部门和旅游企业人士上关心的课题。综观目前已有的研究材料,人们对其中主要问题发展趋势的预测和分析包括以下几个方面:

80 年代部分国家旅游就业状况

	旅游就业 总人数(1)	国际旅游业 就业人数(2)	(1)在(2)中 所占%
德国	797 000	109 189	13.7
英国	2 049 000	537 453	26.2
意大利	1 605 000	324 825	20.2
法国	870 800	268 465	30.6
西班牙	1 452 600	967 432	66.6

资料来源:根据国际劳工组织 ILO/1983 和世界旅游组织:1988 年底统计年鉴中有关数字整理。

1. 经济方面

不少经济学家预测指出,在传统的国际旅游主要客源国家中,今后 20 年中经济增长速度将普遍降低,居民人均可支配收入增长缓慢。80 年代中欧洲一些研究机构所进行的民意调查显示,一旦需要压缩消费的情况发生,西德人和奥地利人表示旅游消费应是第一位的被压缩对象;瑞士人则将旅游排在珠宝、糖果、收音机、电视设备之后,为压缩对象的第四位。虽然这些被调查对象并未表示他们将会因此而停止旅游,但有一点可以肯定,即今后旅游需求的

价格弹性将会增大。有些专家从另一角度得出同一结论,即随着今后人们闲暇时间的增多而导致外出旅游时间的加长,那么在旅游预算增量很小甚至不增加的情况下,旅游者的日均消费额将会减小。因此在保证外出旅游这一“基本需要”的同时,旅游需求的价格弹性因之增大。其结果是人们对廉价旅游的需求将会扩大。人们希望住低价饭店,使用较少服务以及缩短旅行距离的情况将会增加。因此在今后20年中,不仅低价饭店的市场份额可望增大,而且各旅游接待国的市场份额将会出现较大变化。

经济方面的另一重要因素是能源成本。世界能源会议等机构所进行的大规模能源调查结果表明,就全球长远而言,能源供应将会趋紧。虽然有些学者对这一结论有异议,但从折衷角度看,人们有理由预料,尽管今后石油价格可能会有暂时的下跌,但能源的廉价时期已经结束。如果燃料成本大幅度上升,则可能导致下列变化的出现:

- (1)很多远程旅游将变为短程旅游所取代;
- (2)商务旅行将更多地用现代通讯手段所取代;
- (3)国内航空经营困难以盈利而被其它运输手段所取代,特别是高速铁路将会有较大的发展。

人们预料这些情况在90年代内当会发生。其主要理由是,如果原油价格上涨6~8%,即在十年内增长一倍,那么人们只有通过采取合理化对策才有可能抵消这些新增加的成本。总之,油价上涨的发展趋势将导致交通运输价格的上升,从而会对未来旅游的发展产生不利影响,特别是将成为远程旅游发展的重要限制因素。

2. 社会方面

在社会人口方面,人口结构的老龄化和家庭规模小型化的趋势今后仍将继续发展。国际旅游科学家联合会(AIEST)的一项研究表明,鉴于这些趋势的发展,下列市场部分将会以超出平均增长率的速度增长,并将在今后旅游市场中占据重要地位:

- (1)老年人;
- (2)单身者(特别是35岁以下的成年单身者);
- (3)城市中年轻的专业工作者;
- (4)青年学生;
- (5)年轻的家庭;
- (6)夫妻都就业的双收入家庭(特别是无子女负担的双收入家庭)。

在闲暇时间方面,目前已有迹象表明,由于科学技术的发展和劳动生产率的不断提高,欧美国家居民的闲暇时间和带薪假期将会继续增加。这一趋势

无疑有助于今后旅游人次的进一步增加。但与此同时,闲暇时间的其它应用范围也正在不断地扩大,例如用于本地进行休闲活动,用于生产性目的以及用于知识更新和进修培训,等等。这一趋势的扩大可能会影响旅游的增长。

在社会文化方面,不少西方研究机构的调查结果显示,人们的生活方式正在从重视“外在价值”的生活方式向重视“内在价值”的生活方式发展。“后实利主义价值观”将越来越为人们所重视,并将在社会中占据重要地位。也就是说,人们对精神和文化方面的需要以及对环境的关心正在不断增大,对个人职业和地位等实利方面的关心程度日渐衰减。这一趋势无疑也是今后旅游发展的又一推动因素。目前已经呈现出来的一种趋势是,人们的兴趣正在从被动的包价旅行团旅游方式转向较为主动的多样化旅游方式。换言之,人们对个性化旅游活动的追求以及对针对各自特定需要的旅游服务的需求正在迅速增长。这主要是因为:人们要求能够自己决定旅游线路和活动项目的编排组合,以求旅游过程中的自我解放;旅游经历的增多使人们对旅游产品的内容、质量和服务形式更为挑剔;人与人之间旅游需求差异的复杂程度不断增大,其选择范围亦因此不断增大。鉴于上述原因,下列趋势不仅目前已经表现得很明显,而且将会长期存在下去:

- (1)旅游需求的差异或多样性进一步扩大;
- (2)新的特殊兴趣旅游市场随时都会出现;
- (3)被动形式的旅游减少,人们喜欢较为活跃主动的参与型旅游和娱乐。
- (4)环境意识的提高使人们愈加希望回归自然,以获得亲身体验。目前一些国家中流行的乘牛车或徒步的自然天地游以及乡村生活游等等皆属此类。
- (5)“活动、经历、参与和学习”将构成未来旅游中的重点因素”,因而体育和保健旅游、探险旅游以及修学旅游者将更为流行。
- (6)包价旅游的项目组合将致力于最大限度地允许个人自由。

为此,旅游服务企业必须注意调整其产品战略,针对消费者方面的具体问题和需要提供服务项目,使旅游者能够有更多的机会按自己的意愿组合并完成旅游活动。

3. 科学技术方面

在旅游发展的历史上,先进科学技术在交通运输中的应用曾推动了旅游需求的迅速扩大。但人们估计到本世纪末交通运输手段不大可能有新的重大

突破。除了油价方面的原因而使高速火车有可能扩大发展外,飞机、汽车和普通火车仍将构成交通运输手段的主要格局。从这意义上讲,今后十年中交通运输技术的发展对旅游需求的变化不会产生较大的影响。

科学技术的发展对今后旅游的影响主要是对旅游供给方面的影响,特别是远距离通讯技术、数据处理技术和自动化办公设备方面的发展和普及将使旅游业中某些部门的结构和经营方式发生变化。例如,由于这些新技术的普及应用,电子计算机化的销售渠道将取代传统的销售方式,很多旅游公司、航空公司以及饭店集团都可能采用以直接销售为主的经营方式。这意味着旅游零售代理商的地位将大大削弱。但是从另一角度讲,旅游零售代理商也可以利用这些新技术,特别是借助计算机信息系统更好地为消费者提供咨询服务。在这种情况下,旅行代理商的业务重点则会相应变化,即它们主要为咨询服务处,其代办预订业务将大大削弱。

4. 生态环境方面

80年代以来的发展趋势已经表明,人们对生态环境的重视程度一直在不断提高。这意味着人们将抵制那些已超负荷接待,从而严重影响旅游环境质量的旅游目的地。这绝不仅仅是学术专家的观点,而且也是来自消费者的观点。世界上一些旅游地区,特别是地中海地区的旅游接待状况已经很好地说明了这一趋势。

由于对自然环境的破坏不是一下子可以停止和纠正的,因此某些传统旅游地区的衰落和尚未受损的新旅游地区的兴起今后仍将继续下去,此外,很多传统旅游接待地区都在设法创造人造消闲环境,以部分地弥补自然环境的不足或质量下降。这种情况

在世界很多地区都有发生,并且今后仍会发生。

需求方面对环境问题的关注将促使旅游接待地区采取足够措施去保护和提高其自然环境及社会文化环境的质量,特别是要建立和实施能使人类与自然友好相处的旅游发展战略。有关专家指出,长期以来很多国家和地区在旅游规划工作方面普遍存在两大弊端,一是规划时期太短,再则是往往只从单方面着眼(例如单纯从经济或美学观点)考虑规划问题。这类规划往往会带来不理想的生态、社会或经济后果。这些后果往往是长远性后果,并且在某些情况下是不可逆转的后果。目前世界上已有不少这方面的教训。因此,今后旅游规划工作方面的发展趋势是:

(1)人们有必要以全方位的系统规划观念取代陈旧的单方面规划观念。无论是一个旅游目的地还是一项旅游设施,都应从经济、技术、生态、社会以及美学等观点综合分析和全面规划。参与旅游规划工作的不仅包括政府旅游管理机构、旅游科研机构和旅游企业的代表,而且还要有商业、农林等所有有关部门以及当地居民的代表。

(2)注重从长远的战略观点考虑规划工作。旅游发展同其最终影响之间的因果关系往往具有长期性的特点,对旅游业本身的影响同样也是如此。因此人们已开始注意求取目前利益与长远利益这两方面需要之间的平衡。在今后的旅游规划工作中,人们将更加注重维护和建设作为旅游业未来发展之基础的环境资源,其中既包括自然生态环境资源,也包括社会文化环境资源。对于很多国家或地区来说,有关生态环境方面的政策和规划对于维护该地区及其旅游业的长远利益将是最为重要的问题。

(南开大学 李天云 张伯山)

国际旅游市场概况

近年来,国际旅游业的稳步发展,促进国际旅游市场不断走向稳定与繁荣。无论是国际旅游接待市场还是客源输出市场都表现出一定的规律性;六大区域旅游市场在国际旅游市场中所占的份额已基本定位;法国、美国、英国等世界上最大的旅游接待国的地位已经形成;度假旅游、商务旅游等已成为国际旅

游市场的主体。但是,由于旅游需求不断趋向于多样化和复杂化,尤其是90年代初国际政治经济形势的变化和发展,使得国际旅游客流量和流向以及市场构成都出现了一些新特征。

(一)当前国际旅游市场 总的客流量及流向

1990年国际旅游的市场呈持续增长趋势,客流量达4.15亿人次,比上年增长2.5%;国际旅游收入为2300亿美元,比上年增长10%。从流量的分布看,欧洲占63%、美洲占20%,东亚占11%,其余6%流向非洲、中东和南亚。

1990年国际旅游客流量及流向表现为以下特征:

1. 国际旅游客流量及国际旅游收入有所增长,但增长速度减慢。1990年上半年国际旅游客流量达2.8亿人次,比上年同期增长8.4%,国际旅游收入达938亿美元,比上年同期增长8.6%;国际旅游市场仍表现为高速增长的势头。下半年,国际旅游市场呈现较大的不稳定性。八月份爆发的海湾战争是造成国际旅游市场下滑的重要原因。它不仅严重地冲击了中东地区旅游业的发展,而且使北美和日本前往欧洲的远距离旅行者也急剧减少,给欧洲旅游业造成损失。

2. 国际旅游客流分布基本稳定。从区域分布看,欧洲仍然保持了最大国际旅游市场份额;其次是美洲,居第二;东亚地区居第三。上述三个地区的客流量占到总客流量的94%。从客流量在国家间的分配情况看,法国、美国仍然保持了世界第一、二号旅游接待大国的地位,接待人数分别占客流总量的11.4%和9.10%。

1990年国际旅游客流量及流向

流向	客流量		收入	
	人次(万)	比上年增长(%)	亿美元	比上年增长(%)
欧洲	26000	1.5	170	6.5
美洲	8400	5.4	659	17.4
东亚太	4650	4.3	350	13.1
非洲	1400	5.2	65	19.1
中东	600	-19.8	35	-25.9
南亚	350	9.1	21	5.4
合计	41400	2.5	2300	10

资料来源:根据1991年《中国旅游年鉴》资料整理。

3. 各地区发展速度呈现较大的不平衡。1990年

国际旅游客流量增长速度为2.5%。除了中东地区因海湾危机使客流量下降了19.8%以外,增长速度低于平均速度的唯一地区是欧洲。虽然海湾危机对欧洲旅游业具有一定程度影响,但这个增长速度也显示出欧洲国际旅游市场已步入成熟期。南亚、美洲、东亚及非洲地区增长速度均高于平均速度,其中东亚市场的发展速度虽有所减缓,但仍不失为最有前途的国际旅游市场之一。

4. 为争夺国际客源,各地区之间的竞争日益加剧。由于1990年上半年西欧客流量的严重下降,欧洲旅游委员会发起了“联合招客”活动,以增加西欧对世界其它地区旅游者的吸引力。面对西欧的挑战,亚太地区各国也纷纷制订出争夺市场的对策,如在国外开辟新航线和在主要客源市场加强促销策略。积极开拓市场;美洲地区则通过加强和改进旅游业的经营管理来争取游客;北非国家也积极新建和扩建旅游设施,开发旅游资源,扭转1989年市场的不景气现象,八仙过海各显神通的国际旅游市场竞争益发激烈。

由于90年代世界经济发展速度减缓,发达国家面临衰退,致使国际旅游市场的前景不大乐观。1991年的增长速度不会太大。但是,据世界旅游组织所作的预测表明,根据国际经济形势的扭转。至2000年,全球国际旅游客流量将达6.37亿人次,国际旅游收入达5270亿美元。欧洲和美洲市场趋于成熟阶段,游客增长速度仍会减缓;东亚地区的增长速度仍远远高于平均速度。在今后几年中,东亚地区的客流量和国际旅游收入都将不断上升。

(二)重要区域市场

世界旅游组织把国际旅游市场划分为六个区域,即欧洲、美洲、东亚太、非洲、中东和南亚地区。这六个区域市场不仅在客流量规模上有较大悬殊,而且旅游者的来源、市场特征也有很大不同。

1. 欧洲国际旅游市场

欧洲是世界上国际旅游市场最发达的地区,其客流量一直占据国际游客的80%以上。这不仅是由于工业革命首先是在欧洲取得成功,欧洲的经济的发展最早,旅游业首先在欧洲出现;同时,欧洲的旅游资源丰富,旅游设施完善,旅游意识深入人心,欧洲市场80%的客源来自本地区,是最大的区域旅游

市场。另外,欧洲地区主要旅游接待国重视宣传促销也是地区旅游繁荣的成功之道。但进入80年代中期后,欧洲市场的增长速度开始放慢;同时在国际旅游市场中所占的份额也在逐年下降。这标志着欧洲市场已从增长走向成熟,国际旅游重心已开始东移。

1989年,欧洲接待的区城外旅游者达1,150万人次,比上年增长约12%;花费(不包括航空费用)约为157亿美元,比上年增长25%。美国是欧洲最大的远程旅游市场,1989年旅欧人次达691万人次,比上年增长6.5%;花费增长9.1%,1990年访欧人数继续出现增长趋势。欧洲是美国人度假、商务旅行和探亲访友的重要目的地。加拿大是欧洲的第二大远程旅游市场,1989年旅欧人数达141万人次。

日本是欧洲唯一在80年代保持持续增长的外海外市场。1989年日本访欧人数达92万人次,比上年增长17.1%,在欧洲远程旅游市场中占8.5%。1990年日本访欧人数达121万人次,比上年增长25.4%。日本人在欧洲的花费比亚太及北美旅游都要高,旅行目的多以休闲旅游和商务旅游为主,1990年上述两种类型的旅游者在旅欧日本游客中分别占71.6%和20.5%,其中商务旅行的增长速度尤为显著。另外,日本青年的蜜月旅行也是欧洲市场的重要组成部分,且正处于增长势头。1989年,欧洲日本蜜月旅行市场的占有率为15.6%,1990年上升到23.0%。

1989年欧洲海外市场构成

来源	客流量(千人)	份额(%)
美国	6912	60
加拿大	1410	12.3
日本	972	8.5
澳大利亚	460	4.0
巴西	277	2.4
香港	157	1.4
阿根廷	108	0.9
其它	1204	10.5
总计	1500	100.0

资料来源:根据1991年第1期《旅行与旅游分析家》资料整理。

澳大利亚、巴西、香港和阿根廷也是欧洲远程旅游市场的重要客源国。另外,韩国、中国台湾旅欧人数增长迅速,是欧洲很有潜力的远程旅游市场。

虽然近年来在国际旅游市场中欧洲市场所占份

额呈现逐年下降趋势,但由于90年代区域内旅游增长迅速,而且根据1985年欧共体八国(德国、法国、意大利、比利时、荷兰、卢森堡、西班牙、葡萄牙)达成的关于1992年年底或1993年年初八国之间将相互开放边界的协议,必将进一步促进欧洲区域旅游的发展。欧洲仍然不会失去世界是最大的国际旅游接待地区的地位。

2. 美洲国际旅游市场

美洲是位于欧洲之后的第二大国际旅游市场。80年代该市场一直处于增长趋势。1986年客流量为6270万人次,占国际客流总量的18.4%;1990年客流量达8400万人次,市场份额上升为20%,国际旅游收入比重由1987年的23.8%上升为28.6%。与其它地区相比形势喜人。

北美洲是美洲旅游市场的重心。1990年仅美国和加拿大的客流量就占美洲总客流量的65%以上。1991年上半年,美国国际旅游客流量继续保持了稳定增长的势头,而加拿大前五个月的客流量则有所下降。美洲的另一重要市场组成部分是加勒比地区,1990年该地区客流量达1160万人次,占美洲总客流量的13%。加勒比的主要客源来自美洲和欧洲。80年代后期,加勒比在美国和加拿大市场的占有率呈现下降趋势,欧洲客源市场虽有所增长,但增长率在不断降低,1989年增长率为13.4%,而1990年竟降至3.1%。海湾战争爆发后,美洲和欧洲游客前往加勒比地区的流量开始恢复。中南美洲的客流量在1990年也处于回升状态。

美国国际旅游客流是稳定增长的,加勒比及中南美洲市场的总流量的不断回升,使1990年美洲国际旅游市场保持了5.4%的增长率。但从长远看,美洲市场将趋于进入成熟阶段,在今后几年,客流量增长率将会趋于减缓。

3. 东亚太地区国际旅游市场

东亚太地区国际旅游业的高速发展已成为世界旅游业的一大特点。1990年该地区的客流量占国际旅游客流量的11%,国际旅游收入占总收入15%。

东亚太地区的主要客源来自于区域内的旅游者,主要有日本、香港、中国台湾、韩国和东盟国家,其客流量占该地区客流总量的60%。在远程旅游者中,欧洲居首位,1989年欧洲客人达360万人次,在总客流量中所占的份额达25%。欧洲人最喜欢的目的地是泰国,其次是新加坡,1990年访问两目的地的欧洲游客分别为120万人次和93万人次,并且保持较高的增长率。东亚太地区的其它远程旅游者则

来自于北美、中东、非洲和南美。

从旅行目的看,区域内旅游者多以城市旅行、商务旅行和探亲访友旅行为主。而远程旅游者多以海滨度假和商务旅行为目的。80年代东亚太地区的商务旅行人次明显地超过了度假旅游者,日本、韩国和菲律宾的商务旅行者的增长速度比度假旅游者高两成以上。日本是本地区最大的商务旅游市场,其次是欧洲。

近年来,推动东亚地区国际旅游市场不断繁荣的因素主要有以下几方面:

(1)各国(或地区)政府对国际旅游业的重视。

东亚太区域中越来越多的国家认识到旅游业给国民经济及其它诸方面带来的益处,采取了积极支持旅游业发展的政策。东盟五国、韩国及中国等国家近年来都投入相当多的人力、物力和财力,对旅游业的发展给以举国支持政策,这是促使东亚地区旅游事业迅速发展和旅游市场繁荣的主要因素之一。

(2)地区经济的增长,促成区域内旅游活动频繁。

近年来,东亚地区经济稳步增长,国民收入不断提高,公民出国旅游的需求也随之增强,而从游客的出游心理看,第一次出国旅行者大都选择在本地区内进行。据统计,日本出境旅游者的50%、香港的75%、中国台湾的80%都是在近邻国家旅行;韩国、新加坡、泰国等国家的旅游者有一半以上都选择在近邻国家或本地区旅游。1990年,东亚地区区域内旅游者达2000万人次,为该地区国际旅游市场的繁荣等起了重要作用。

(3)具有发展旅游业的资源。

丰富的自然资源和人文资源是东亚地区旅游业得以发展的基础。该地区的海滨度假目的地正在受到欧美远程旅游者的青睐;与地中海、加勒比等传统的海滨度假目的地相比,东亚地区无论从资源的保护还是旅游服务及价格方面,对远程度假旅游者都有更大的吸引力。另外,东亚地区所具有的独特的人文资源也对欧美旅游者产生浓厚的猎奇感,人们对一些能反映当地风俗民情的专项旅游活动深感兴趣。

4. 专项旅游市场已初具规模

首先,奖励旅游市场迅速发展,在美国市场已取得一定的占有率。目前,这种市场规模虽不大,但由于消费水平高,已成为东亚地区重要的专项旅游市场。香港因能提供满意的奖励旅游产品成为美国最满意的目的地;其次是泰国,其服务质量和异国情

调都颇具魅力。新加坡、澳大利亚也积极开拓奖励旅游市场;中国也被认为是具有开发奖励旅游市场条件的目的地之一。

其次,近年来亚太地区会议旅游发展也很迅速。80年代平均增长率为10%,高于世界会议旅游的平均增长速度。从1983年至1989年所招揽的会议次数看,日本居世界第11位,新加坡居第18位,韩国第21位;从城市看,新加坡居第9位,汉城居第15位,东京为第16位,曼谷第19位。除此之外,中国、马来西亚、台湾省和菲律宾近年来会议旅游的增长速度也很快。会议旅游市场与其它专项市场相比,季节影响较小,价格无弹性,停留时间较长,消费水平高。据韩国旅游部门统计,会议旅游者的停留时间和消费是一般旅游者的两倍;香港则分别为两倍和三倍。但是,目前,东亚地区的会议市场份额仍还有很多,需要继续开发。

随着世界经济重心的东移,东亚地区的区域内旅行和远距离旅游市场将会进一步增长。商务旅行和海滨度假旅游市场将进一步迅速发展,奖励旅游和会议旅游等市场也将会得到开发。根据世界旅游组织对全球和亚太地区旅游发展所作的预测,2000年亚太地区仍将是国际旅游最有前途的地区。

4. 南亚、中东及非洲地区国际旅游市场

1990年,南亚、中东和非洲地区国际客流量之和占国际客流总量的6%,国际旅游收入所占份额为5%。

世界和亚太地区国际旅游
客流量和国际旅游收入趋势比较

	1991	1995	2000
世界国际旅游客流量(亿人次)	4.2	5.15	6.37
亚太地区国际旅游客流量(亿人次)	0.6	0.95	1.4
世界国际旅游收入(亿美元)	2120	3430	5270
亚太地区国际旅游收入(亿美元)	440	860	1610

资料来源:根据世界旅游组织资料整理。

南亚地区国际旅游业在经历了几年萧条之后,1990年开始复苏,客流量比上年增长9.1%,国际旅

游收入比上年增长5.4%。但南亚地区国际旅游市场仍不稳定,1991年又出现下降趋势。

中东地区自1990年8月份伊拉克入侵科威特以来,该地区第一旅游接待大国埃及的退团率为50%左右,第二接待大国以色列8月份客流量就下降了48%;客流量的急剧下降给中东地区国际旅游业带来严重损失。但战争结束后,随着伊拉克和科威特重建工作的展开,预计商务旅游会较快恢复。

非洲地区1990年客流量增长居世界第三位,国际旅游收入则跃居世界第一位。非洲的主要客源来自欧洲,80年代欧洲游客占总客流量的45%左右,区域内游客占30%,美洲游客占5%。非洲国际旅游市场的重心在北非,北非游客占非洲接待全部客流量的60%;其余40%散布在撒哈拉以南的非洲国家。世界旅游组织最近发表的调查表明,非洲这块古老的土地正在吸引越来越多的游客,而且如今的非洲国家已懂得利用旅游业为本国经济服务。突尼斯、摩洛哥、乌干达、尼日利亚、喀麦隆都在致力于旅游业的发展,非洲国家旅游市场将会逐日繁荣。

(三)重要国别国际旅游市场概况

国际旅游客流量在旅游接待国家之间的分布已基本定型。1990年接待国际旅游人次居前25名国家的客流量之和是国际客流总量的78.2%;其中居前10名国家的客流量之和为国际客流总量的57.9%。这些国家国际旅游市场的构成及其发展变化对世界旅游市场具有重要的影响。下面对客流量居世界首位的法国、美国和英国的国际旅游市场的特点介绍如下。

1. 法国国际旅游市场。法国是第一号国际旅游接待大国,1990年在国际客流总量中占11.4%。自1980年以来,国际旅游客流量一直处于领先地位,1990年继续保持世界第一,客流量达5000万人次。

法国最大的客源在西欧。德国居首位。1989年客流量达1059万人次;其次是比利时和卢森堡共为660万人次;意大利为524万人次;瑞士为446万人次。法国接待的西欧旅游者占其客流总量的87.3%。

美国和日本是法国远程旅游市场的重要客源。1989年法国接待的美国游客达217万人次,日本游客为77万人次。但1990年上半年两国客源都有所

下降,下半年又有所好转。

1989年法国国际旅游市场构成

来源	客流量(万人次)	份额(%)
西欧	43249	87.3
美洲	3004	6.0
非洲	1582	3.2
亚洲	1013	2.1
其它	696	1.4
总计	49544	100.0

资料来源:根据1991年第4期《国际旅游报告》资料整理。

法国国际旅游市场类型

旅行目的	人次	份额%
度假	21601.1	43.6
探亲访友	6044.4	12.2
度假与探亲访友	2328.6	4.7
商务旅游	5251.7	10.6
个人与商务旅游	2576.3	5.2
中转	3913.9	7.9
其它	1337.7	2.7
投声明	6490.3	13.1
合计	49544	100.0

资料来源:根据1991年第4期《国际旅游报告》资料整理。

法国国际旅游市场以度假为主要。度假旅游者中份额最大的是城市旅游,而不是单纯追求阳光、海滩的度假模式。1989年城市旅游占28.8%,海滩旅游占12.4%,山地旅游占8.7%,乡村旅游占8.0%。另外,法国的国际会议旅游也是重要的组成部分。1989年巴黎接待了388批国际会议,是国际上最大的国际会议、博览会和专业展览中心。

1990年爆发的海湾战争对法国国际旅游市场造成严重影响。1991年上半年来自欧洲的客流量下降6.96%;亚太地区的客流量减少27.33%;美洲客流量减少了32.97%;非洲减少21.72%。为此,法国作出了一系列吸引上述客源重新返回法国的规划。

例如为吸引日本客源推出了科技旅游和乡间旅游。利用1992年冬季奥运会的召开,迪斯尼乐园的建成以及英吉利海峡工程竣工的时机,恢复和扩大法国国际旅游市场。

2. 美国国际旅游市场

美国是国际旅游业最发达的国家之一。1990年国际旅游客流量位于法国之后居世界第二,占国际客流总量9.1%;但国际旅游收入居世界第一位,占国际旅游总收入的15.80%。

美国的客源主要来自区域内的旅游者。其中加拿大和墨西哥是最大的国际客源市场,1990年分别占其客流总量的43%和20%左右,加拿大旅美市场已趋于成熟并有适当的增长;墨西哥旅美市场停留时间逐年下降。预计随着墨西哥经济的增长,1991年将有所改善,仍然是很有前途的市场。

在海外市场中,欧洲居首位。1990年旅美人数达769万人次,占美国海外市场的52%;其次是亚洲与中东,客流量为469万人次,占美国海外市场的32%;南美洲居第三位,旅美人数为126万人次,在美国海外市场中的份额为9%。大洋洲、中非洲和非洲各为66万人次,41万人次和13万人次,占美国海外市场的7%。从游客的国别看,日本居首位,其次是英国和法国,1990年上述三国访美旅游者在美国际客流总量中所占的份额分别为8%、5%和2%。

美国的国际旅游市场以娱乐旅行和商务旅游为主。1989年,娱乐旅游占42%,商务旅游为34%,探亲访友旅行行为17%,科研旅行占5%,会议旅行占2%。

客 源	客流量(千人)	份 额 %
加拿大	17179	43
墨西哥	7745	20
海外市场	14849	37
合 计	39772	100

资料来源:1991年第2期《国际旅游报告》。

1991年上半年,美国国际旅游市场继续呈现良好的发展势头,由于美元疲软和机票价格下降,来自美洲地区的旅游者比上年同期增长6.12%,亚太地区增长1.52%,欧洲地区增长2.38%。因此,90年代初,美国国际旅游市场将继续保持稳步增长的趋势。

3. 英国国际旅游市场

英国是旅游业发展的鼻祖,目前仍是国际旅游业最发达的国家之一。1990年客流量占世界总流量的4.10%;国际旅游收入居第五位,占国际旅游总收入的5.80%。80年代英国国际客流量平均增长为3.8%,进入90年增长速度有所下降。

英国的主要客源市场来自本地区。1990年西欧旅游者占其客流总量的59%。其中,法国、德国和爱尔兰共和国占居总量的一半以上,其它重要的客源市场是意大利、荷兰、比利时、西班牙、瑞士和瑞典。80年代中期西欧所占份额有所下降,低于80年代的最高记录(64%)。但也说明了英国对本地区市场的依赖性低于其它欧洲国家。英国总客流量的60%,总停留时间的50%和旅游总收入的40%来自本地区的旅游者,而其它欧洲目的地的上述三项指标一般都在70~90%的水平。

在海外市场中,美国居首位,1990年占英国接待客流量总量的17%,花费占21%。其次是加拿大、澳大利亚、新西兰等国家。

1990年英国国际旅游市场构成

来 源	客流量(千人)	份额 %
西 欧	10598	59.1
美洲	3056	20.7
其中: 加拿大	661	
亚洲	762	7.5
其中: 日本	578	
中东	488	2.7
非洲	590	3.2
其它	1220	6.8
合计	17957	100.0

资料来源:根据1991年第3期《国际旅游报告》整理。

英国的度假旅游市场虽然在整体市场中占有优势,但与欧洲其它目的地相比,度假旅游市场所占的份额相对较低,而商务及探亲访友旅行更兴旺。大约25%的旅游者为商务旅行,其中20%同时为探亲访友旅行。两者的份额大大超过欧洲其它目的地。自1985年以来,度假旅游年均增长速度为1.5%,商务旅游年均增长速度达9%,探亲访友旅游为5.4%,从而使度假旅游市场份额从1985年的46%下降到1989年的42%,而商务旅行则由21%上升到25%;探亲访友首稳定在20%左右。从全球角度看,由于世界经济速度放慢,商务旅行增长速度将趋于平稳,

因此预计英国商务旅游市场的增长速度也不会太大。而近年来迹象表明,英国人在年青人市场和已退休的老年人市场的份额正在增长。

由于海湾战争及西方国家经济衰退,1991年上半年英国接待的国际旅游者出现较大滑坡。与上年同期

相比,客流量下降12%;其中占海外客流量1/6的美国客源下降30%。为此,英国旅游局决定投资600万英镑开展大规模的促销活动,主要对象是美国、德国、法国及大西洋地区。

(四)国际旅游主要客源国

国际旅游市场的稳定与繁荣在很大程度上依赖于国际旅游客源情况。1980年国际旅游支出居前十位的国家1990年仍保持了国际旅游消费大国的地位(比利时和墨西哥的名次有所下降)。1990年国际旅游支出居前10名的国家在国际旅游花费中所占的份额高达73%;其中位于前4名的美国、德国、日本和英国占国际旅游总花费的50%。这些国家客源的规模、需求特点及变化趋势对国际旅游市场具有重要作用。

1. 美国出境旅游市场

美国不仅是世界上旅游接待和旅游收入大国,而且也是主要国际旅游客源产生国和旅游消费大国之一。1990年美国出国旅游人数为4407.3万人次,占当年国际客流总量的10.6%;国际旅游支出达387亿美元,占国际旅游支出总额的16.65%,居世界第一位。

美国人出国旅行有三个方向:一是加拿大,1990年流量达1266.4万人次,占出国旅游总人数的28.7%;二是墨西哥,达1556万人次,占出国旅游总人次的35.3%;三是其它目的地,达1584.9万人次,占出国旅游总人次的35.9%。

在区域外的目的地中,欧洲居首位,客流量达746.5万人次,占区域外国际旅游客流量的47%;其次是前往加勒比地区,达394.1万人次,占区域外国际旅游客流量的25%;亚洲居第三,达207.3万人次,占区域外国际旅游客流量的13%。

美国出国旅游者主要来自于四个州,它们是纽约州、加利福尼亚州、佛罗里达州和新泽西州。以上四个州出国旅游者1990年占美国出国旅游总人数的58%。度假旅游是美国人出游的主要目的。1990年度假旅游占出游人数的54%,其次是探亲访友旅行,占32%;商务旅行占2%;会议旅游占5%,学习旅游占3%;另外6%为其它目的的旅游。

1990年美国出国旅游者流向及流量

目的地	客流量 (万人次)	比上年增长 (%)	份额 (%)
加拿大	1266.4	-2.0	28.7
墨西哥	1556	9.0	35.3
其它目的地	1584.9	7.2	35.9
总计	4407.3	6.0	100.0

资料来源:根据1991年《中国旅游年鉴》资料整理。

1990年美国旅游者前往中美洲和大洋洲地区增长迅速,赴欧洲、加勒比和亚洲地区的游客保持了平均增长水平,而在南美洲、中东则呈下降趋势。美国国内经济不景气将成为影响美国人外出旅行的最大障碍,选择在国内度假的人越来越多,经济和实惠将成为许多美国人选择度假地点的标准。1991年旅欧人数减少了50万人次,停留时间也由1990年的平均5.1夜减为4.9夜,短暂旅行更为普遍。驱车外出旅行比例也由82%提高到84%。

2. 德国出境旅游市场

德国是世界旅游市场中最有潜力的市场之一。1990年出国旅游人数达4320万人,占到14岁以上人口层的70%。其中,有3340万人来自原西德;另外980万人来自原东德。在出国旅游总人数中,每年长假旅游达2~3次的有730万人;4~8次地旅游有40万人。1990年,全国出境旅游人数比1989年增长0.6%;国际旅游支出达301亿美元,在国际旅游支出总额中占13%。

德国人的出行目的以度假旅游为主。例如1990年原西德3340万旅游者中,度假旅游者为2780万人,占68.3%;原东德的980万人中也有21.8%的度假旅游者,度假已成为德国人日常生活必不可少的内容。出国度假者中近90%在近邻国家旅游,主要有意大利、西班牙、奥地利、法国、南斯拉夫等。另外约10%是远程度假者,主要目的地有美国、埃及、新加坡、泰国、摩洛哥、以色列、埃及、墨西哥、香港和新加坡。近年来远程旅游者增幅较大,在原西德

地区,自1985年以来,远程旅游者的比重逐年递增,由1985年的8.1%增至1990年的12.9%。此外,德国的奖励出国旅游市场形势看好。1990年德国用于奖励员工的总费用达11亿美元,其中用于奖励旅游的费用占一半。奖励旅游的目的地中,法国、西班牙、葡萄牙和奥地利是最受欢迎的地方。远离离目的地是香港、新加坡和加勒比地区,目前市场份额已占到20%。预计新的联邦经济发展起来后,德国奖励旅游市场还会有所增长。

德国人的旅行方式以散客旅游为主,尤其是在近邻国家或区域内旅游时多是个人或家庭单独旅行,而在中远程旅游中,选择包价旅游的人居多。从增长趋势看,虽然散客旅游仍是出境旅游市场的主体,但包价旅游所占的份额也在逐年增加。20年前(1970年)仅占17%;10年前占25%;到1990年包价旅游已占出境旅游总人数的37%。

从旅游季节看,冬春季淡季旅游不断增长。据统计,原西德40%和原东德的37%的旅游者在冬季(头年11月至来年4月)进行旅游。这是由于:

(1)淡季旅游价格低,对中低收入水平的旅游者

具有吸引力;

(2)这一时期商务活动频繁;

(3)体育旅游者较多。

由于两德统一后经济的复杂性,对今后德国出境旅游市场的前景难以估计。但对商务旅游增长预测不太乐观,主要是目前德国大多数商务活动集中于国内而非国外,所以出境旅游市场中商务旅游市场不会繁荣。而消遣旅游则由于德国人已经把它作为日常生活的必要组成部分,将不会由于经济问题而有所变化。预计到本世纪末,德国远距离旅游旅行将居世界首位,从目前在欧洲远距离旅行市场中占居19%的份额上升为24%。

3、日本出境旅游市场

日本是近年来出境旅游增长最快的客源国之一,自1986年日本政府制定海外旅行五年倍增计划以来,出国旅游人数大幅度增长,1989年已提前完成倍增计划。1990年出国旅游人次达1099.7万,比上年增长13.8%,占国际旅游客流量的2.6%;而国际旅游支出达国际旅游总消费额的10.8%,位于美国 and 德国之后,居世界第三。

日本出境旅游者流向及流量

流向	商务旅游		休闲旅游		其它 人次(千)	总计 人次(千)	占出境旅游 总人数(%)
	人次(千)	份额(%)	人次(千)	份额(%)			
亚洲	752.2	52.1	4371.9	48.1	121.4	5245.5	48.0
北美	384.0	26.6	3306.6	36.4	211.4	3902.0	35.0
欧洲	249.6	17.3	872.7	9.6	97.2	1219.4	11.0
大洋洲	38.4	2.4	482.2	5.3	18.1	535.1	5.0
其它	21.9	1.5	52.0	0.6	21.4	23.0	1.0
共计	1442.5	100.0	9085.3	100.0	469.6	10997.4	100.0

资料来源:1991年第3期《旅行与旅游分析家》。

日本人出国旅游的主要目的地是亚洲和太平洋地区,1990年占出国旅游总人数的53%,其中夏威夷达144万人次,韩国146万人次,香港133万人次,新加坡97万人次。北美是日本人访问的第二大目的地,1990年访问北美的日本游客占出境旅游者总数的35%,其中访问美国的日本游客达368万(包括夏威夷、关岛、波多黎各、美国本土为161万),占访问北美总流量的95%以上。1990年在欧洲的国际旅游市场日本出境旅游市场的份额达到11%,居第三位。

1990年日本出境旅游市场表现为以下特点:

(1)旅行目的以休闲为主

休闲成为大多数日本人的出游目的,1990年休闲旅游者占出境旅游总人数的83%,其中亚洲在该市场的份额最大,为48.1%;其次是北美和欧洲。商务旅游是位于休闲旅游之后的第二大市场,1990年占出境旅游者总数的13%,亚洲仍然是日本人商务旅游的主要目的地,市场份额达52.1%,其次是北美和欧洲,分别为26.6%和17.3%。

出国蜜月旅行是近年来日本青年人的时尚,该

市场对旅游服务的质量要求高,消费水平也高,目前多集中于夏威夷、美国本土、澳大利亚和欧洲等地。

(2) 女性市场不断扩大

1990 年日本出境旅游者中,男性为 674 万人次,女性为 425 万人次,男女比例由 1980 年的 7:3 变为 6:4,10 年来女性市场迅速增长的原因如下:

第一,在每年度假旺季,旅游公司专为青年女性提供方便的“包价旅游服务”,不仅价格优惠,而且服务周全,对出国经验不足和女青年提供了方便。

第二,青年职业妇女多选择婚前出国旅行,因为这段生活周期是女性的黄金时期,她们的收入多有积蓄,尤家庭拖累,负担小,自由度高。

第三,女性的就业率低于男性,非职业妇女出外旅游无因此受到免职,不予提升的顾虑,因此对旅行的追寻比男性更为积极。

日本壹月旅行市场流向

目的地	份额(%)	
	1989	1990
夏威夷	28.4	23.5
澳大利亚	23.4	15.4
美国①	13.5	12.9
欧洲	15.6	23.0
共计	100.0	100.0

注:①美国不包括夏威夷。

资料来源:1991 年第 1 期《旅行与旅游分析家》。

(3) 客源产生地集中于三大城市圈

从旅游者居住地的分布看,65.3% 的日本出国旅游者集中于三大城市圈。来自首都圈—郡三县(东京都、神奈川、千叶、埼玉)的旅游者占出境总人数的 43.4%;京阪神地区(大阪、兵库、京都)的旅游者占 15.5%;东海地区(爱知、静冈、岐阜)的旅游者约为 9.4%。

(4) 旅游消费以追求时尚、购买名牌商品和饮食为特征。

虽然日本人的出游人数不高,但消费水平居国际旅游者前列。预计商务旅游和休闲旅游都将以 5% 的速度增长;女性团体旅游、体育娱乐旅游、海外修学旅游等专项旅游市场也将迅速发展;前往欧洲的远距离旅游也将显著增长;休闲旅游仍将是出境旅游的主体,居于主导地位。

4. 英国出境旅游市场

英国是国际旅游客源的重要产出国。1990 年英国国际旅游支出占国际旅游支出总额的 8.52%,居世界第四位;出国旅游人数为 3085 万人次,比上年略有减少,其中前往西欧各国的旅游者 2566 万人次,占出境旅游总人数的 83%;前往北美的旅游者达 218 万人次,占 7%;其它地区为 301 万人次,占 10%。度假旅游是英国旅游者的主要旅行目的,约占出境旅游总人数的 82%;其次是商务旅游和探亲访友旅行。

近年来英国远程旅游呈稳步增长趋势。主要目的地中,美国居第一位,1988 年占远程市场的 40%;日本、拉美和澳大利亚在 80 年代接待英国游客数也成倍增长;近年来泰国和肯尼亚成为英国人最喜爱的新兴旅游目的地。在亚洲地区,1990 年英国游客访问最多的目的地是土耳其(75.9 万人次)、塞浦路斯(56 万人次)、香港(28 万人次)、印度(23.7 万人次)和日本(18 万人次)。参加包价团的远程旅游者占远程旅游者的 40% 左右,高于其它欧洲国家,而且多往海滨以及那些没有被污染的地区旅游。

(五) 新兴客源国概况

近年来,在国际客流中主要客源国的增长出现了停滞下降趋势,而同时,一些新兴客源国相继产生。虽然目前他们在出境旅游总人数中所占的份额有限,但其增长速度却很快,他们对国际旅游市场产生了不可低估的作用。值得注意的是苏东国家和东亚地区的新兴客源国。

1990 年苏东国家政治经济体制发生了较大变化,与其相关的是各国的出入境旅游政策也发生了一些变化,主要特点是出入境管理进一步放宽,公民出国旅游的自由度增加。1990 年原苏联来华旅游者达 10.98 万人次,占来华旅游总数的 6.3%,比上年增长 35%,成为中国的第三大客源国。保加利亚、捷克和斯洛伐克、罗马尼亚、南斯拉夫 1990 年出境旅游共 3000 万人次,旅游支出达 32 亿欧洲货币单位。其中 47% 为度假旅游者,20% 为商务旅游,其它目的约占 33%。

在东亚地区,泰国、韩国等新兴客源国引人注目。随着经济的高速发展,泰国国民收入大大增加,中产者数量与日俱增,从而使出境旅游市场不断扩大。1990 年泰国出境旅游人数达 96 万人次,比上年增长 20%;1991 年预计达 110 万人次,增长 15%。泰