

米哈耐奇著



高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材

# Overview of Tourist Generating Countries and Regions

# 旅游客源国(地区)概况

主 编 余伟兵

 武汉理工大学出版社  
WUTP Wuhan University of Technology Press

## 内 容 提 要

### 图书在版编目(CIP)数据

旅游客源国概况/余伟兵主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2010.11  
(高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材)  
ISBN 978-7-5629- -

I. ①旅… II. ①旅游客源国概况 III. IV. ①

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 号

旅游客源国概况

余伟兵 主编

项目负责:武汉理工大学出版社经管图书工作室(电话:027-87395053)

选题策划:崔庆喜(wutpcqx@163.com)

封面设计:吴 极

责任编辑:孙 丽

版式设计:

出版发行:武汉理工大学出版社

<http://www.techbook.com.cn>

地 址:武汉市洪山区珞狮路 122 号

邮编:430070

印 刷 厂:武汉理工大印刷厂

开本:787×980 1/16

印张:24.75

插页:2

字数:552 千字

版次:2010 年 11 月第 1 版

印次:2010 年 11 月第 1 次印刷

印数:1—3000 册

定价:35.00 元

本社购书热线电话:027-87394412 87383695 87384729 87397097(传真)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

在跨入 21 世纪的社会经济发展中,旅游业已成为现代经济中的“朝阳产业”,并展现出强劲的发展势头和广阔的发展前景。随着旅游业的快速发展和产业地位的不断提高,需要大量通晓旅游理论和专业知识的专门人才。为了适应现代旅游业发展和旅游经济教学的需要,在社会各界同仁的关心支持下,我们组织编著了《客源国概况》一书。本书作为“高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材”,在立足现代旅游产业发展的基础上,充分吸收和借鉴了旅游学科研究的最新成果,它是作者从事旅游教学和研究的成果积累,是一部关于旅游管理专业的主干课教科书。

为便于教学,本书在各章前有学习目标、课前导读,正文中穿插安排了大量补充材料、相关图片,各章末尾安排了与该章相关的案例分析、思考与练习等,不仅是对所学内容的巩固,更是对学生实践能力的拓展。

本书具有如下特点:

1. 重点突出,详略得当。世界上有 200 多个国家和地区,且绝大多数都是我们的客源国(地区)。作为教材,我们不可能对每个国家和地区逐一介绍,也不可能对每一个国家和地区笔墨均等。本书有选择性地介绍了我国主要客源国(地区)和部分潜在重要客源国(地区);其中,我国最主要的几个客源国(地区)用了较大篇幅。在介绍每个国家(地区)时,我们侧重于介绍这个国家(地区)的历史文化和民俗风情,以便对实际接待工作有直接的帮助和指导。

2. 实用性强。本书的撰写参考了大量同类教材和相关网站,采用了最新的数据。

3. 可读性强。本书在叙述上采用简洁、流畅的语言,读者能很方便地阅读、理解、记忆书中的内容。在每章中穿插的“补充阅读”、图片资料都与正文相关,且融知识性、趣味性于一体。

本书由鄂州职业大学的余伟兵担任主编,鄂州职业大学的金丽娟、邱代来担任副主编,程良珍、洪辉参编。具体编写分工:余伟兵编写第二章、第三章、第四章、第七章;金丽娟编写第五章;邱代来编写第一章、第九章;第六章、第八章由程良珍、洪辉、余伟兵、金丽娟等合编。

本书在编写过程中,得到了武汉理工大学出版社的支持和指导,并参考和借鉴了旅游界诸多同行和专家的成果,在此一并感谢。由于时间仓促,编者水平有限,书中难免存在错误,敬请有关

专家和广大读者不吝赐教！

编者  
2010年10月

第一章 绪 论 / 1
■ 学习目标 / 1
■ 课前导读 / 1
第一节 世界及中国旅游业的发展/1
一、世界旅游业的发展/1
二、中国旅游业的发展/2
第二节 中国入境客源市场/3
一、中国国际入境旅游市场的形成/3
二、中国国际入境旅游市场的发展/5
第三节 中国海外客源市场的形成/8
一、中国海外客源市场现状/8
二、中国海外客源市场的基本格局/9
三、中国海外客源市场的发展趋势/10
■ 本章小结/11
■ 思考与练习/11
第二章 亚洲客源国概况(上)/12
■ 学习目标/12
■ 导入案例/12
第一节 日本/12
一、日本概况/12
二、日本的简史及著名人物/16
三、日本的政治、经济、文化/20
四、日本民俗/24
五、日本旅游业概况/31
六、中日关系/35

## 第二节 韩国/37

### 一、韩国概况/37

### 二、韩国简史及著名人物/39

### 三、韩国的政治、经济与文化/42

### 四、韩国民俗/46

### 五、韩国旅游业概况/51

### 六、中韩关系/53

## 第三节 马来西亚/55

### 一、马来西亚概况/55

### 二、马来西亚简史及著名人物/57

### 三、马来西亚的政治、经济与文化/57

### 四、马来西亚民俗/61

### 五、马来西亚旅游业概况/63

### 六、中马关系/65

## 第四节 新加坡/66

### 一、新加坡概况/66

### 二、新加坡简史/68

### 三、新加坡的政治、经济与文化/69

### 四、新加坡民俗/72

### 五、新加坡旅游业概况/74

### 六、中新关系/76

### ■ 本章小结/77

### ■ 思考与练习/77

## 第三章 亚洲客源国概况(下)/79

### ■ 学习目标/79

### ■ 导入案例/79

## 第一节 菲律宾/79

### 一、菲律宾概况/79

### 二、菲律宾简史/82

### 三、菲律宾的政治、经济与文化/83

### 四、菲律宾民俗/86

### 五、菲律宾旅游业概况/88



六、中菲关系/90	
第二节 蒙古/91	
一、蒙古概况/91	
二、蒙古简史/93	
三、蒙古的政治、经济与文化/93	
四、蒙古民俗/95	
五、蒙古旅游业概况/99	
六、中蒙关系/99	
第三节 泰国/100	
一、泰国概况/100	
二、泰国简史/102	
三、泰国的政治、经济与文化/103	
四、泰国民俗/105	
五、泰国旅游业概况/108	
六、中泰关系/110	
第四节 印度/111	
一、印度概况/111	
二、印度简史及著名人物/112	
三、印度的政治、经济与文化/113	
四、印度民俗/117	
五、印度旅游业概况/119	
六、中印关系/120	
第五节 印度尼西亚 121	
一、印度尼西亚概况/121	
二、印度尼西亚简史及著名人物/122	
三、印度尼西亚的政治、经济与文化/123	
四、印度尼西亚民俗/126	
五、印度尼西亚旅游业概况/129	
六、中国与印尼关系/130	
第六节 哈萨克斯坦 131	
一、哈萨克斯坦概况/131	
二、哈萨克斯坦简史及著名人物/132	
三、哈萨克斯坦的政治、经济与文化/133	



- 四、哈萨克斯坦民俗/136
- 五、哈萨克斯坦旅游业概况/138
- 六、中哈关系/139
- 本章小结/140
- 思考与练习/140

#### 第四章 中东和非洲主要客源国/142

- 学习目标/142
- 导入案例/142

##### 第一节 埃及/142

- 一、埃及概况/142
- 二、埃及简史及著名人物/143
- 三、埃及的政治、经济与文化/144
- 四、埃及民俗/145
- 五、埃及旅游业概况/148
- 六、中埃关系/150

##### 第二节 沙特阿拉伯、阿联酋 152

- 一、沙特阿拉伯、阿联酋概况/152
- 二、沙特阿拉伯、阿联酋简史及著名人物/153
- 三、沙特阿拉伯、阿联酋的政治、经济与文化/155
- 四、沙特阿拉伯、阿联酋民俗/156
- 五、沙特阿拉伯、阿联酋旅游业概况/159
- 六、中国与沙特及阿联酋的关系/161

##### 第三节 以色列 163

- 一、以色列概况/163
- 二、以色列简史及著名人物/164
- 三、以色列的政治、经济与文化/166
- 四、以色列民俗/167
- 五、以色列旅游业概况/169
- 六、中以关系/171

##### 第四节 南非 172

- 一、南非概况/172
- 二、南非简史及著名人物/173

三、南非的政治、经济与文化/174
四、南非民俗/175
五、南非旅游业概况/177
六、中国与南非的关系/178
■ 本章小结/179
■ 思考与练习/180
■ 案例分析/180
第五章 欧洲地区客源国/182
■ 学习目标/182
■ 课前导读/182
第一节 英国/183
一、英国概况/183
二、英国简史及著名人物/184
三、英国的政治、经济与文化/186
四、英国民俗/187
五、英国旅游业概况/191
六、中英关系/195
第二节 法国/197
一、法国概况/197
二、法国简史及著名人物/199
三、法国的政治、经济与文化/200
四、法国民俗/202
五、法国旅游业概况/205
六、中法关系/208
第三节 意大利/209
一、意大利概况/209
二、意大利简史及著名人物/211
三、意大利的政治、经济与文化/213
四、意大利民俗/214
五、意大利旅游业概况/217
六、中意关系/220
第四节 德国/221



- 一、德国概况/221
- 二、德国简史及著名人物/223
- 三、德国的政治、经济与文化/225
- 四、德国民俗/226
- 五、德国旅游业概况/230
- 六、中德关系/232
- 第五节 西班牙/234
  - 一、西班牙概况/234
  - 二、西班牙简史及著名人物/235
  - 三、西班牙的政治、经济与文化/237
  - 四、西班牙民俗/238
  - 五、西班牙旅游业概况/241
  - 六、中西关系/243
- 第六节 俄罗斯/245
  - 一、俄罗斯概况/245
  - 二、俄罗斯简史及著名人物/246
  - 三、俄罗斯的政治、经济与文化/249
  - 四、俄罗斯民俗/251
  - 五、俄罗斯旅游业概况/255
  - 六、中俄关系/258
- 第七节 荷兰/260
  - 一、荷兰概况/260
  - 二、荷兰简史及著名人物/261
  - 三、荷兰的政治、经济与文化/263
  - 四、荷兰民俗/264
  - 五、荷兰旅游业概况/267
  - 六、中荷关系/270
- 第八节 瑞典/271
  - 一、瑞典概况/271
  - 二、瑞典简史及著名人物/272
  - 三、瑞典的政治、经济与文化/274
  - 四、瑞典民俗/275
  - 五、瑞典旅游业概况/278



- 六、中瑞关系/280
- 本章小结/282
- 思考与练习/282

## 第六章 北美洲主要客源国/283

- 学习目标/283
- 课前导读/283
- 第一节 美国/283
  - 一、美国概况/283
  - 二、美国简史及著名人物/286
  - 三、美国的政治、经济与文化/288
  - 四、美国民俗/291
  - 五、美国旅游业概况/295
  - 六、中美关系/299
- 第二节 加拿大/301
  - 一、加拿大概况/301
  - 二、加拿大简史及著名人物/303
  - 三、加拿大的政治、经济与文化/304
  - 四、加拿大民俗/306
  - 五、加拿大旅游业概况/309
  - 六、中加关系/312
  - 本章小结/313
  - 思考与练习/313

## 第七章 大洋洲客源国概况/315

- 学习目标/315
- 导入案例/315
- 第一节 澳大利亚/315
  - 一、澳大利亚概况/315
  - 二、澳大利亚简史及著名人物/317
  - 三、澳大利亚的政治、经济与文化/317
  - 四、澳大利亚民俗/321
  - 五、澳大利亚旅游业概况/322

六、中澳关系/325
第二节 新西兰/326
一、新西兰概况/326
二、新西兰简史及著名人物/327
三、新西兰的政治、经济与文化/328
四、新西兰民俗/330
五、新西兰旅游业概况/332
六、中新关系/333
■ 本章小结/334
■ 思考与练习/334
第八章 南美洲主要客源国/335
■ 学习目标/335
■ 课前导读/335
第一节 巴西/335
一、巴西概况/335
二、巴西简史及著名人物/338
三、巴西的政治、经济与文化/339
四、巴西民俗/341
五、巴西旅游业概况/344
六、中巴关系/346
第二节 阿根廷/347
一、阿根廷概况/347
二、阿根廷简史及著名人物/349
三、阿根廷的政治、经济与文化/350
四、阿根廷民俗/352
五、阿根廷旅游业概况/354
六、中阿关系/358
■ 本章小结/360
■ 思考与练习/360
第九章 港澳台地区/361
■ 学习目标/361



■ 导入案例/361
第一节 香港特别行政区/361
一、香港概况/361
二、香港简史及著名人物/363
三、香港的政治、经济与文化/366
四、香港民俗/368
五、香港旅游业概况/371
六、与大陆关系/375
第二节 澳门/377
一、澳门概况/377
二、澳门简史及著名人物/378
三、澳门的政治、经济与文化/379
四、澳门民俗/382
五、澳门旅游业概况/384
六、与大陆关系/386
第三节 台湾省/388
一、台湾省概况/388
二、台湾省简史/389
三、台湾省的政治、经济与文化/389
四、台湾省民俗/391
五、台湾省旅游业概况/394
六、两岸关系/396
■ 本章小结/398
■ 思考与练习/398
■ 案例分析/398
参考文献/400

# 第一章 绪 论

## 学习目标

了解世界旅游业的发展和特点,了解世界旅游客源市场市场格局,了解中国旅游业的发展和特点,了解中国海外客源市场现状与基本格局,掌握中国海外客源市场的特点。

## 课前导读

2009年是我国旅游业特别是入境旅游经受严峻考验和挑战的一年,全国旅游行业化挑战为机遇,保持了旅游业总体平稳较快增长。全年共接待入境游客1.26亿人次,实现国际旅游(外汇)收入396.75亿美元,分别比上年下降2.7%%和2.9%%;国内旅游人数19.02亿人次,收入10183.69亿元人民币,分别比上年增长11.1%%和16.4%%;中国公民出境人数达到4765.63万人次,比上年增长4.0%;旅游业总收入1.29万亿元人民币,比上年增长11.3%。

## 第一节 世界及中国旅游业的发展

### 一、世界旅游业的发展

1841年7月5日,英国人托马斯·库克利用包火车的方式,组织了一次从莱斯特前往洛赫伯勒的团体旅游。参加这次旅游活动的人数达570人,往返全程39km,目的是参加在该地区举行的一次禁酒大会。托马斯·库克的这次活动,标志着近代旅游及旅游业的开端;由此,促进了19世纪中叶开始的欧洲一大批旅游城市、旅游点开发和海滨胜地建设。以英国为先导,法、奥、意、瑞、德等国的旅游资源开发和国际旅游业也相继迅猛发展起来。特别是滨海胜地和阿尔卑斯山,使疗养旅游及冬季运动获得了大规模的发展。风景区建设更加系统化,各种形式的旅游设施、饭店、游乐场所、新兴旅游项目纷纷出现。旅游逐步成为一项社会化的专门性的经营活动,在国民经济中占有越来越重要的地位。在这一时期,美国为适应人们游憩的需要,修建了许多野游地,并自1872年起以黄石公园为先导,开始大规模建设国家公园系统,并把资源和环境的保护摆

到首要地位。

第二次世界大战后,随着现代交通的普及,特别是有了喷气式飞机、小汽车和高速公路等交通工具和设施以后,再加上各类旅游地和旅游设施建设日新月异,旅游地、旅游活动项目开发进入到一个国际化、全方位的新阶段。这一趋势还在不断地深入和发展。进入 20 世纪 90 年代后,国际旅游业已成为世界经济中发展势头最为强劲的产业。旅游业的增长速度不仅远远超过了同期世界经济的增长速度,而且也超过了势头最好的工业的平均增长速度。根据 50 年代以来国际旅游人数和旅游收入的增长率变化,可以大致划分为三个发展阶段:国际旅游业快速发展阶段(1950~1960 年)、国际旅游业波动发展阶段(1960~1980 年)和国际旅游持续发展阶段(1980 年至今)。

按照世界旅游组织的统计标准,全球分为六个旅游区:非洲、美洲、东亚及太平洋、欧洲、中东和南亚。目前,世界旅游业最发达的地区是欧洲,其次是北美,发展势头最强劲的是东亚太地区尤其是东南亚地区。

无论是 2003 年的“非典”,还是 2008 年的金融危机,事实证明旅游业是复苏快、持续发展能力强、对世界经济贡献很大的产业。

2008 年末,由于信贷和住房市场不景气引发的经济危机,致使旅游业跟其他行业一样,受到了巨大影响,自 2008 年底连续经历了 14 个月的下降。

但从 2009 年年底开始,世界旅游业逐步出现了复苏的势头,达到了 2% 的增速。世界旅游组织统计显示,2010 年 1 至 2 月世界旅游业增长 7%,预计 2010 年全年增长速度将达到 3% 以上,这种势头预计将持续至今年年底。

#### 补充阅读 1-1 世界旅游组织报告预测今后 20 年世界旅游业发展趋势

到 2020 年,中国将成为旅游胜地。随着交通手段的更新,未来的旅游将比本千年末的旅游空间跨度更大,探险旅游将成为旅游的新现象。见多识广的游客将会到地球上人迹罕至的地带,甚至到地球以外去寻找新的刺激。

中国将是接受游客最多的国家,如果按地区逐一排序,欧洲作为一个总体,游客最多,其次是东亚和太平洋地区。

## 二、中国旅游业的发展

我国旅游业发展虽起步较晚,但发展速度举世瞩目。改革开放前,旅游业以外事接待为主,只具备产业雏形,不完全属于产业范畴。从国家政策引导上可以看出近三十年来中国旅游业的发展状况:

改革开放的伟大实践,造就了旅游业 30 年跨越式发展的显著成就,为国民经济和社会发展做出了积极贡献。在国家外汇储备十分短缺的年份里,旅游业成为国家创汇的重要渠道,为增加我国外汇收入发挥了积极作用。在现代化建设过程中,旅游业作为国民经济的重要产业,对国民

经济和社会发展的贡献不断增大,对促进城乡建设和民生改善的作用明显提高。旅游业的发展增强了国民环境保护意识和文化保护意识,提升了国家“软实力”和 大国形象。与 1978 年相比,2007 年,我国入境接待、过夜人次和创汇收入分别增长了 72、70 和 159 倍,星级饭店增长了 93 倍,旅行社增长了数百倍。国内旅游已经发展成为中国旅游市场的主体,出境旅游和有关产业要素历经从无到有的发展,实现了历史性的突破。30 年来,旅游业始终坚持围绕国家总体外交和祖国和平统一大局推进工作,在多个层面发挥了独特作用。137 个中国公民出国(境)旅游目的地先后顺利开放,每年中外国际旅游交流由数万人次增加到数以亿计人次。内地居民赴港澳旅游逐步扩大,为保持香港、澳门长期繁荣稳定发挥了积极作用。2008 年实现大陆居民赴台湾地区旅游,两岸交流迈出历史性步伐,也标志着两岸旅游合作进入客源互送、双向互动的 新阶段。2009 年,中国国内旅游达到 19.02 亿人次,入境过夜游客达到 5088 万人次,成为世界第四大旅游目的地。同时,我们还为国际旅游市场输送了 4766 万人次的客源,成为亚洲最大的客源国。世界旅游组织预测,到 2010 年底,中国将取代西班牙成为全球第二大受欢迎的旅游目的地国;到 2020 年,中国甚至可能超过目前排名第一的法国成为世界上最受欢迎的旅游目的地国。

**补充阅读 1-2** 2010 年中国旅游业发展前景预测作为全面贯彻落实国务院关于加快发展旅游业的意见的第一年,2010 年我国旅游业预期目标是实现总收入 1.44 万亿元,增长 12%;新增旅游就业人数 50 万人。

国家旅游局局长邵琪伟在 2010 年全国旅游工作会议上说,2010 年是全面贯彻落实国务院关于加快发展旅游业的意见的第一年,实现“十一五”规划目标最后一年。综合分析影响旅游业发展的有利因素和不利因素,2010 年我国国内旅游将保持平稳较快增长,入境旅游有望全面恢复,出境旅游将继续平稳发展。全年旅游业发展的预期目标是国内旅游人数 21.5 亿人次,增长 13%,国内旅游收入 1.15 万亿元,增长 13%;入境旅游人数 1.32 亿人次,增长 5%,其中过夜旅游人数 5450 万人次,增长 7%,旅游外汇收入 430 亿美元,增长 8%;出境旅游人数 5100 万人次,增长 7%。

## 第二节 中国入境客源市场

中国的国际入境旅游起步虽晚,但发展速度令人瞩目,现已发展成为外国旅游者所向往的著名国际旅游目的地国家。

### 一、中国国际入境旅游市场的形成

近代中国是鸦片战争后西方资本主义国家对中国进行商品输出而被迫对外开放,其国际旅游需求及其入境旅游者多以投资、贸易、经商为目的,而且发展缓慢。建国后由于政治因素的影

响,1949~1978年,国际入境外国人中,1949~1963年来自原苏联和东欧各国家的占其总数的80%左右;1963年后,来自西欧、美国等国家和地区的旅游者占80%以上。1978年后,才逐步走向多元化,而且呈稳步快速上升趋势,如表1-1所示。

表 1-1

年份	入境人数/万人次	过夜游客		入境收入	
		人数/万人次	世界排名	亿美元	世界排名
1980	570.25	350	18	6.17	34
1982	792.4	392.4	16	8.43	29
1984	1285.2	514.1	14	11.31	21
1986	2281.9	900.1	12	15.31	22
1988	3169.5	1236.1	10	22.47	26
1990	2746.18	1048.4	11	22.18	25
1992	3811.5	1651.2	9	39.47	17
1994	4368.45	2107	6	73.23	10
1996	5112.75	2276.5	6	102	9
1998	6374.84	2507.29	6	126.02	7
2000	8344.39	3122.88	5	162.24	7
2002	9790.83	3680.26	5	203.85	5
2004	10903.82	4176.14	4	257.39	6
2006	12494.21	4991.34	4	339.49	5
2007	13187.33	5471.98	4	419.19	5
2008	13000	5300	4	400	5
2009	2193.75	5088	4	443	4

资料来源《中国旅游统计年鉴》

2007年,外国入境市场有较快增长,与上年相比,各洲来华人数均有一成以上幅度的增长。全年入境外国游客2610.97万人次,比上年增长17.6%。其中,亚洲市场依然独大,亚洲各国入境总人数比上年增长18.2%,占入境外国人总数的61.5%,市场份额比上年增长0.3个百分点。韩国继续位列第一大入境客源国。洲际市场继续保持强劲增速,入境人数同比增幅均达到两位数。欧洲、美洲、大洋洲和非洲入境人数与上年相比,分别增长17.7%、13.1%、14.1%和29.1%。外国入境过夜旅游者停留天数和人均天花费较之上年均有增加。2007年,外国入境过夜

