

全面建设世界旅游强国

Constructing a World-class
Tourist Country

魏礼群 著

全面估量我国旅游业发展的现状，科学认识旅游强国的基本内涵和世界旅游强国发展的主要经验，正确分析我国全面建设旅游强国的机遇和挑战，研究提出全面建设旅游强国需要实行的重大战略和重大举措，对于全面建设世界旅游强国有着重要的现实意义和长远意义。



中国言实出版社



作者简介

魏礼群，江苏睢宁人，曾任国家计委政策研究室主任，体制改革和法规司司长，国家计委副秘书长、党组成员兼秘书长；中央财经领导小组办公室副主任，国务院研究室主任、党组书记；国家行政学院党委书记、常务副院长，第十一届全国政协文史和学习委员会副主任。中国共产党第十六届、十七届中央委员会委员。

长期从事国家政策研究和重要文稿起草工作。曾参加 1985 年中国共产党全国代表大会文件和中国共产党十三大、十四大、十五大、十六大、十七大、十八大政治报告以及许多次中央全会重大决定的起草；1999 年至 2008 年连续 10 年负责国务院总理在全国人民代表大会上《政府工作报告》的起草；参加中华人民共和国国民经济和社会发展第六、第七、第八、第九、第十、第十一、第十二个五年计划（规划）重要文件起草；负责或参与了 50 多个对推进中国改革开放和现代化建设具有重大作用的课题研究，包括从中国国情出发进行社会主义现代化研究，建立社会主义市场经济体制研究、《邓小平经济理论研究》、《科学发展观研究》、“四个全面”战略布局研究等，取得一大批对党中央、国务院决策有重要价值的科研、咨询成果。先后出版著作 16 部，主编著作 30 多部。在全国性报刊《红旗》《求是》《人民日报》《光明日报》等发表理论文章 200 多篇。2009 年被评为影响新中国 60 年经济建设的 100 位经济学家之一。

目前主要社会兼职有：全国社会科学基金应用经济学组组长，中央马克思主义理论研究和建设工程咨询委员会委员，国家哲学社会科学研究专家咨询委员会委员，中国行政体制改革研究会会长，中国旅游智库主任；国际行政院校联合会副主席；国家行政学院、中国人民大学、北京师范大学、上海财经大学教授、博士生导师等。

全面建设世界旅游强国

魏礼群 著



中国言实出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

全面建设世界旅游强国 / 魏礼群著. -- 北京: 中国言实出版社, 2015.12

ISBN 978-7-5171-1730-8

I. ①全… II. ①魏… III. ①旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第296871号

出 版 人: 王昕朋

责任编辑: 肖 彭

文字编辑: 张 强

美术编辑: 张美玲

出版发行 中国言实出版社

地 址: 北京市朝阳区北苑路180号加利大厦5号楼105室

邮 编: 100101

编辑部: 北京市西城区百万庄大街甲16号五层

邮 编: 100037

电 话: 64924853 (总编室) 64924716 (发行部)

网 址: www.zgyscbs.cn

E-mail: zgyscbs@263.net

经 销 新华书店

印 刷 北京温林源印刷有限公司

版 次 2015年12月第1版 2015年12月第1次印刷

规 格 850毫米×1168毫米 1/32 2.875印张

字 数 35千字

定 价 10.00元 ISBN 978-7-5171-1730-8

旅游业是我国综合性、战略性、支柱性产业，对国民经济和社会发展发挥着全方位、多功能、大带动的重要作用。大力发展旅游业，全面建设世界旅游强国，是社会主义现代化的重大任务，也是实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的战略选择。现在，从中央到地方都在研究制定“十三五”旅游业发展规划和更长远的发展战略。此时此刻，由中共中央组织部、国家旅游局、国家行政学院联合举办这期“省部级领导干部促进旅游改革发展专题研讨班”十分及时，非常必要。按照本次研讨班安排，今天，我主要就“全面建设世界旅游强国”，讲一讲初步研究认识，与大家一起交流。

全面估量我国旅游业发展的现状，科学认识旅游强国的基本内涵和世界旅游强国发展的主要经验，正确分析我国全面建设旅游强国的机遇和挑战，研究提出全面建设旅游强国需要实行的重大战略和重大举措，对于全面建设世界旅游强国有着重要的现实意义和长远意义。

一、我国已经成为世界旅游大国

准确把握我国旅游业发展所处的历史阶段，是研究制定我国未来五年旅游发展规划和重大战略的基本出发点和主要依据。因此，首先必须对我国旅游业发展的总体水平作出正确的判断。只有正确认识我国旅游业所处的发展阶段和总体水平，才能制定科学的发展规划和发展战略。

改革开放以来，在国民经济持续快速发展的同时，我国旅游业蓬勃发展，取得了巨大的成就，实现了历史性的重大转变。在规模上，实现了由小到大、从短缺型旅游发展到小康型旅游的转变；在体

制上，实现了由计划经济到市场经济、由封闭半封闭型向开放型的转变；在功能上，实现了由主要配合外交工作到发挥全方位作用、在国民经济和社会发展中居于突出重要位置的转变。

总的来看，我国已经成为一个世界旅游大国，主要标志是：

在国内旅游市场方面：2014 年国内游客达 36.1 亿人次，位居世界第一。改革开放 30 多年来增长了 17 倍，年均增长 10.1%。旅游已成为大众消费，是人民群众日常生活的重要内容。

在入境旅游方面：2014 年接待入境游客达 1.28 亿人次，30 多年来增长了 69.7 倍，年均增长 12.6%。我国已经成为世界第四大旅游目的地。

在出境旅游方面：2014 年我国内地公民出境旅游达 1.1 亿人次，是 1994 年出境人数的 29 倍；出境旅游消费达 1650 亿美元，占世界出境消费额第一位（美国出境旅游消费 1108 亿美元，世界第二）。我国已成为世界第一大旅游客源国。中国游客从早期出游港澳和新马泰、菲律宾等地，到现在足迹遍布

世界 150 多个国家和地区。

在国内旅游消费方面：自有统计数据的 1993 年以来，20 多年增长了 39 倍，年均增长 18.1%，从 1993 年 864 亿元，占居民消费支出总额的 5.26%，到 2014 年达 33807 亿元，占居民消费支出总额的比重上升到 14%。1994 年，国内旅游消费对居民消费增长的贡献率仅为 2.9%，2013 年这一贡献率达到 16.5%。过去的 20 年间，国内旅游消费对居民消费支出的平均贡献率超过了 10%，对居民消费增长的拉动作用十分明显。

在旅游就业方面：2013 年旅游总就业人数达 6441 万人，占全国就业总数的 8.4%。近些年，每年可新增旅游直接就业人口 50 万人左右。旅游业就业创业相当可观。

在旅游外汇收入方面：2014 年我国旅游外汇收入达 569 亿美元，仅次于美国、西班牙，居世界第 3 位。多年来，旅游业一直在我国服务贸易出口中居于首位，旅游出口贸易额（旅游外汇收入）占我国全部服务贸易出口总额的比例基本保持在 40%—

50%，个别年份占比过半。

在旅游对经济贡献方面：据世界旅游业理事会（WTTC）的测算，2014 年，我国旅游业直接、间接和引致创造的 GDP 占全国 GDP 总量的 9.4%。根据国家信息中心测算，2012、2013、2014 年我国旅游业直接增加值占 GDP 的比重为 7% 左右，直接加间接的综合贡献增加值占 GDP 的 10% 左右，“十分天下有其一”。根据四川省测算，2014 年四川省旅游业增加值占全省 GDP 的 9.47%，近两年四川省旅游业对 GDP 的贡献都超过 10%，2014 年四川省旅游业对全省 GDP 的贡献上升到 15.14%。

中国旅游业在短短 30 多年时间取得如此巨大进展，可谓举世罕见。纵观世界旅游发展史，世界上的旅游强国都经历了从奢侈消费旅游到大众消费旅游的发展历程。所不同的是，英国自 17 世纪 60 年代上流社会开始“泛欧旅行”，19 世纪 40 年代旅游业兴起，20 世纪初才逐渐成为大众参与的旅游活动，这一转变历时近 250 年。美国从 1850 年把旅游业作为产业发展，当时旅游也只是美国中高阶层的活动，

直至“二战”之后，美国才开始有了真正意义上的大众旅游，这一过程也经历了近一个世纪。

总之，我国旅游业已实现了由小到大的历史性跨越，正在向全面建设世界旅游强国的目标迈进。

二、世界旅游强国的基本内涵和我国主要差距

我们国家虽然还没有正式提出建设旅游强国的国家战略，但早在 2000 年的全国旅游工作会议上，就提出了建设世界旅游强国的几方面奋斗目标。2005 年，国家发改委和国家旅游局设立重大课题，组织力量开展过建设世界旅游强国的研究，产生了一批重要的研究成果。2009 年国务院颁发第 41 号文件《国务院关于加快发展旅游业的意见》，提出力争到 2020 年我国旅游产业规模、质量、效益基本达到世界旅游强国水平。这时只从“产业规模、质量、效益”三个方面提出目标要求。10 多年来，我国积极推进旅游理论创新和实践创新，在建设旅游大国

和旅游强国中都取得了可喜的重要进展。

为什么要提出建设旅游强国？世界旅游强国的内涵是什么？我国与世界旅游强国的主要差距在哪里呢？

我理解，15年前提出建设世界旅游强国的目标，是基于旅游业已成为国民经济的增长点，要使旅游业更好地发展壮大，发挥更大的作用。提出这样的奋斗目标，有着重大的意义。在新的历史条件下，提出全面建设世界旅游强国，更加具有现实意义和战略意义。一是提高我国旅游治理体系和治理能力现代化的内在要求，有利于充分发挥我国丰富的旅游资源，提高旅游业整体发展水平和质量，做大做优做强旅游业，增强我国旅游业的吸引力、影响力、竞争力。二是全面推进国家现代化建设的重大任务，有利于充分发挥旅游在全面建成小康社会，提高人民生活质量和健康水平，促进经济、社会、文化协调全面发展，在建设世界经济强国、文化强国、现代化强国，实现“两个一百年”奋斗目标中的独特作用。三是增强旅游业服务公共外交、扩大国际人

文交流，提高国家软实力、亲和力的战略选择，有利于向世界展示我国社会制度和中华文化的强大生命力与优越性，增强中国特色社会主义的道路自信、理论自信、制度自信。

（一）世界旅游强国的基本内涵

对于什么是世界旅游强国，国际社会并没有统一、权威的定义，也还没有形成共识的、科学的评价标准。世界旅游组织对全球旅游目的地，也只是用入境旅游人数与国际旅游收入两大总量性指标进行排序。目前，这方面最重要的是世界经济论坛（WEF）发布的每年度全球旅游业竞争力报告。其最新的旅游竞争力指数（TTCI）包括 4 个一级指标、14 个二级指标和 90 个三级指标，测算的指标充分考虑各国旅游业可持续发展的能力。2015 年全球旅游业竞争力报告涵盖世界上 141 个国家和地区，旨在分析评估全球 141 个经济体通过旅游业创造经济和社会效益的潜力。

我认为，世界旅游强国应是全面的、综合的、动态的概念，应从多方面来衡量：既有旅游数量的

尺度，又有旅游品质的标准；既有旅游整体水平的展现，又有旅游结构的反映；既有旅游业宏观的总量，又有旅游企业的比较；既有旅游基础设施硬件的状况，又有旅游业治理水平的评价；既有旅游实力指数，又有旅游者体验评估。是否是旅游强国不在于国家的大小，但必须是旅游市场大、旅游业发达的国家。在研究借鉴相关研究成果的基础上，我将世界旅游强国的内涵概括为“8 高、8 强、8 支撑”：

8 高：旅游总量高、旅游品质（旅游产品质量、旅游服务质量、旅游景区环境质量）高、旅游效益高、旅游综合贡献高、旅游从业者素质高、游客文明素质高、旅游安全水平高、旅游科技利用水平高。

8 强：旅游吸引力强、旅游创新力强、旅游个性特色强、旅游持续发展能力强、国际旅游竞争力强、世界旅游影响力强、全球旅游话语权强、旅游综合带动力强。

8 支撑：拥有世界一流的旅游城市、世界一流的旅游企业、世界一流的旅游目的地、世界一流的旅游强省强县、世界一流的旅游品牌、世界一流的

旅游产品、世界一流的旅游院校、世界一流的旅游人才队伍。

衡量旅游发展水平的综合指标，通常采用旅游总收入及其占 GDP 的比重，旅游总人数及市场份额，包括国内旅游和出入境旅游，旅游创汇收入，以及旅游消费、旅游投资、旅游就业、旅游税收所占比重等，还有旅游结构与产品、质量与体验，旅游吸引力、竞争力和保障力，包括世界级旅游产品、景区、企业，旅游品牌和文明程度等。总的来说，世界旅游强国是规模与质量、效益的统一，入境旅游与出境旅游的统一，旅游硬件建设与旅游软件建设的统一，旅游产业素质与公民旅游素质的统一，关键是旅游整体发展水平高，核心是旅游业国际竞争力强。建设世界旅游强国的主要目标，是实现全国旅游的大众化、特色化、精品化、规范化、信息化、国际化、现代化。

世界旅游强国的核心，是旅游业国际竞争力强。根据世界经济论坛（WEF）发布的年度全球旅游业竞争力报告，2015 年，全球旅游业竞争力排在前 20

位的国家和地区依次为：西班牙、法国、德国、美国、英国、瑞士、澳大利亚、意大利、日本、加拿大、新加坡、奥地利、中国香港、荷兰、葡萄牙、新西兰、中国、冰岛、爱尔兰、挪威。当今世界，称之为旅游强国的，主要是指西班牙、法国、德国和美国等国家。究其原因，这几个国家都是国际旅游业的强国：美国是国际旅游收入的大户，法国接待入境旅游者数量长期雄踞世界首位，西班牙和意大利接待的入境旅游人数和国际旅游收入多年来都排在中国的前面。这几个国家分别属于世界上经济最发达的北美经济圈和欧洲经济圈，加之现代旅游业起步很早，旅游资源、旅游设施、旅游服务也日臻成熟，国际国内旅游发展的程度都很高，确实可以当之无愧地称为世界旅游强国。除这几个国家之外，英国、意大利、奥地利以及加拿大等国，旅游业的整体水平也高于中国。

（二）我国与世界旅游强国的主要差距

我国与世界旅游强国相比，还有较大差距。

1. 旅游业整体发展水平不够高。从旅游创汇

能力看，2014 年中国旅游外汇收入，仅为美国的 1/5，意大利、法国和西班牙的 2/5，英国的 3/5。世界旅游强国的国内旅游人次、出游率和消费都位居世界前列，中国国内旅游总人次虽居世界第一，但人均出游率较低，2014 年为 2.06 次，与世界旅游发达国家相比，出游率仅为他们的 1/6—1/5（美国为人均 6.43 次）。还要看到，我国人均出游人次方面还存在较大的城乡差距。中国国内旅游的人均消费水平也较低，目前只相当于墨西哥的水平。我国入境游客人均游客到访量仅为 0.04，落后于西班牙、法国、美国、德国、意大利，这几个国家的人均游客到访量分别为 1.37、1.27、0.24、0.41、0.81。2014 年我国入境游客人均花费为 560 美元，而美国入境游客人均花费 2000 美元，西班牙人均花费 1000 美元，法国人均花费 660 美元。

2. 旅游业发展结构和质量差距较大。一是供需矛盾仍很突出。旅游基础设施与公共服务体系相当薄弱，旅游公路通达深度不够，乡村道路和旅游专用公路比例小，老少边穷地区的旅游点与中心城市