

中国旅游业发展



重大课题 调研成果 汇编

(2005 年度)

ZHONGDA KETI
DIAOYAN CHENGGUO HUIBIAN

国家旅游局 编

中国旅游出版社

中国旅游业发展



重大课题 调研成果 汇编

(2005 年度)

国家旅游局 编

ZHONGDA KETI
DIAOYAN CHENGGUO HUIBIAN

中国旅游出版社

责任编辑：高 瑞

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游业发展重大课题调研成果汇编：2005 年度/国家旅游局编. - 北京：中国旅游出版社，2006. 3

ISBN 7 - 5032 - 2864 - 4

I. 中… II. 国… III. 旅游业 - 经济发展 - 调查报告 - 中国 - 2005 - 汇编 IV. F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 015927 号

书 名：中国旅游业发展重大课题调研成果汇编 (2005 年度)

作 者：国家旅游局

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京建筑工业印刷厂印刷

版 次：2006 年 3 月第 1 版 2006 年 3 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/18

印 张：23.5

印 数：1 - 3000 册

字 数：385 千

定 价：38.00 元

I S B N 7 - 5032 - 2864 - 4/F · 338

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换



序

“没有调查，就没有发言权”，“没有调查，就更没有决策权”。调查研究是谋事之基，也是成事之道。2005年5月至8月，国家旅游局从落实先进性教育活动整改措施入手，围绕建设世界旅游强国、完善旅游产业体系和拓展我国旅游业的国际活动空间三大目标，围绕关系我国旅游业长远发展的若干重点课题，组织了一次规模较大的调查研究。在各地旅游部门和专家学者参与支持下，各课题组通过调查研究，取得了丰富的第一手资料，形成了一批调研成果。这些成果对我国旅游业发展具有一定的指导意义，为此特汇编成册，以示总结，并供参考。

首先，大兴调查研究是党的思想路线和群众路线的体现。实事求是，是我们党的思想路线的精髓，它要求我们想问题、办事情、干工作要一切从实际出发，按照实际情况来分析和解决问题，做到说实话、办实事、想实招、重实效。坚持党的群众路线，一切为了群众，一切相信群众，一切依靠群众，是我们党的宗旨，也是我们处理一切问题、办好一切事情的出发点和落脚点。坚持实事求是、坚持群众路线，都要求我们不能脱离实际而要深入实际、了解实际，都要求我们不能脱离群众而要联系群众、了解民意。大兴调查研究就是我们坚持实事求是，深入实际、了解实情，联系群众、依靠群众的重要体现。只有坚持调查研究，才能不脱离实际，不脱离群众，才能一切从实际出发，才能始终代表最广大人民的根本利益。

其次，开展调查研究是科学决策、民主决策的基础。“没有调查，就没有发言权”，“没有调查，就更没有决策权”，我们的一切观点、结论、决策都必须建立在调查研究的基础之上。调查研究是科学决策、民主决策的第一道工序，只有调查研究，才能有发言权，才能有指导权。调查研究的目的是，不是为了求证某个观点、某项认识、某项决策如何正确，而是为了把客观情况、实际情况搞清楚、弄明白，有针对性地提出意见或建议，供决策参考，作决策依据，指导和推进工作。不进行调查研究就做决策，那是

“瞎指挥”、乱拍板。只有调查研究，才能掌握工作的主动权。凡事“预则立，不预则废”，对事物“预”就是深入实际、总结经验、研究未来，就是调查研究。因此，开展调查研究不仅是对科学决策、民主决策的要求，也是我们把握工作主动权、抢抓机遇、不断开拓奋进的需要。

再次，做好调查研究工作是推进中国旅游业发展的客观要求。事物是相互联系的，也是发展变化的。由于情况的复杂性和事物不断发展变化，只有通过深入实际、深入群众，开展调查研究，才能把握事物的规律性，突出时代性、富有创造性。人们对事物的认识也只有通过调查研究，才能得到求证，得到补充、修正和完善，正确的需要继续坚持，不完善的需要补充完善，不正确的需要及时纠正，错误的要勇于摒弃。做好旅游工作、推进中国旅游业发展也是这样。中国旅游业经过改革开放 27 年的发展，规模不断扩大，综合功能日益显现，在世界旅游格局中的地位和影响不断提升，实现了成为世界旅游大国的历史性跨越。但在新的发展阶段、发展形势和发展环境之中，中国旅游业在迎来新的机遇、肩负新的使命的同时，也出现了许多新的情况和问题，面临新的挑战。某些暂时得到解决或者没有完全解决的问题再次浮现出来，某些制约我国旅游业发展的深层次矛盾进一步凸现。只有通过调查研究，才能掌握新时期中国旅游业发展的新情况、了解新的特点，才能把握新的趋势、掌握新的规律，不断推进中国旅游业发展。总之，调查研究是我们转变工作作风、提高工作效率、提高工作水平的重要基础。

这次调研工作得到了吴仪副总理的亲切关怀。吴副总理对调研课题的选定做出了重要指示，亲自听取了有关调研工作的汇报。国家旅游局制订了翔实的调研工作方案，局党组各位同志和各司室的负责同志都参加了调研工作。总体上讲，调研工作遵循了科学性、实践性、针对性和创新性原则，认真组织，力求实效，先后赴 20 多个省区市，召开了上百场座谈会，获得了大量第一手资料。局党组专门召开会议，听取调研情况汇报，提出了指导性意见。经过反复论证和修改，并征求专家意见，最终形成了调研成果。8 月 12 日，国家旅游局党组向吴仪副总理做了专门汇报，得到了充分肯定。有关调研成果在 2005 年全国旅游局长座谈会议上进行了交流，同时也为制定中国旅游业发展“十一五”规划做了基础性工作。

通过调研，全局干部队伍得到了一次锻炼，进一步拓开了工作思路，获得了许多有益的启示。概言之：在新的历史条件下，中国旅游业要实现

全面、协调、可持续发展，就必须坚持科学发展观，坚持“依法治旅”、“科教兴旅”，全面提升旅游产业素质，综合发挥旅游产业功能。而要做到这一切，就必须切实地大兴调查研究之风，坚持一切从实际出发，坚持理论联系实际，深入实际，深入基层，实事求是，改革创新，宏观指导与具体操作相结合。这应当成为我们做好各项旅游工作的永恒的指导原则。

今后，国家旅游局将根据我国旅游业发展的需要，针对旅游业发展中的事关全局性、战略性的问题，经常性地组织对重点课题进行调查研究，并将成果汇编成册。借此，为广大旅游工作者提供参考，并努力推动旅游行业形成注重调查研究的工作作风和工作制度，使之在促进我国旅游业全面协调可持续发展、推进建设世界旅游强国建设中发挥积极作用。

是为序！

邵琪伟

二〇〇五年十二月九日

目 录

序.....	1
中国建设世界旅游强国的内涵及指标体系研究.....	1
展望中国旅游	91
三大旅游市场协调发展的政策研究.....	122
旅游业对国民经济贡献率问题研究.....	206
旅游法制建设调研报告.....	213
中国旅游业国际活动空间的拓展与利用.....	231
对设计开发我国现代化旅游产品有关问题的研究报告.....	256
中国旅游业形象宣传与企业营销的有机结合.....	269
旅游市场规范及旅游诚信体系建设问题调研报告.....	304
全面整合旅游行业综合管理要素问题调研报告.....	313
提升旅游从业人员特别是导游素质问题研究.....	323
我国旅游业发展与构建社会主义和谐社会关系研究.....	331

中国建设世界旅游强国的 内涵及指标体系研究

一、项目的缘起和意义

中国幅员辽阔,历史悠久,文化多样,有着极其丰富的自然和人文旅游资源,全国拥有31处世界遗产,仅次于西班牙、意大利,位居世界第三,可以说中国是当之无愧的旅游资源大国。随着中国经济的迅速发展,中国旅游业从20世纪80年代起步,经过20年的时间已经从资源大国发展成为旅游大国。中国旅游业已经由过去单一的入境接待发展为入境旅游、国内旅游、出境旅游三足鼎立的发展格局。入境旅游稳步增长,年增长率稳居世界前列,尽管经历了2003年的“非典”,但仍表现出强劲的恢复和增长势头,增长速度远大于世界其他旅游业发达国家,根据世界旅游组织的最新排名,2004年中国接待的入境过夜旅游者已达到4176万人次,名列世界第四位,旅游外汇收入257.34亿美元,居全球第五位;国内旅游全面推进,旅游方式和旅游产品都已呈现出多元化态势;出境旅游加速发展,中国公民出境旅游达到第一个1000万人次花了约十年时间,而增长到第二个1000万人次只花了三年时间,2004年一年时间就净增长了近1000万人次,如果说入境旅游呈算术级数增长的话,那么出境旅游几乎就是呈几何级数增长。而且,客源流向也由早期的新、马、泰周边地区,向欧美、日韩等中远程目的地和其他邻近的经济发达国家扩散。目前,中国的出境旅游规模已经超过原亚太地区第一的日本一倍以上,成为全球客源市场中的朝阳地带,且发展前景正为世界各国看好。中国旅游业的崛起改变了世界旅游业的传统格局,引起了世界旅游界的高度重视。1998年世界旅游组织(WTO)对2020年世界旅游发展的前景做出过预测,中国将成为世界第一大旅游目的

地和第四大客源地（见表 1、表 2），这是世界旅游组织的统计和预测专家运用复杂的数理统计模型计算得出的。据世界旅游组织副秘书长 David J. de Villiers 博士介绍，经过 10 多年世界旅游业发展实践的检验说明，他们预测的主要结论是基本准确的。事实上，世界旅游组织根据近年来世界旅游发展实绩，适当减低了美国的旅游发展年增长率，而提高了东亚地区特别是中国的旅游年增长率。2000 年世界旅游组织对 1997 年的《2020 年世界旅游发展报告》中关于中国的预测做了细小的调整：2010 年中国接待入境旅游者（过夜）为 6180 万人次，2020 年接待入境旅游者（过夜）为 1.3 亿人次，2000~2010 年平均年增长率为 9.5%，2010~2020 年平均年增长率为 7.7%。这充分说明了国际旅游业界对于中国旅游业发展远景的高度认同，也说明中国旅游业的发展已经跃升到了一个新的发展平台。中国旅游业的发展已经呈现出新的格局，正面临着新的发展机遇。我国旅游业的发展实践表明，我国在产业环境、旅游资源、市场空间以及产业基础等四个方面具有进一步发展旅游业的明显优势。国家将旅游业确立为国民经济新的增长点，旅游产业地位得到确立，发展方向进一步明确。温家宝总理提出“要把旅游业培育成为中国国民经济的重要产业”，目前，我国已经形成“政府主导，市场运作，多方参与，齐抓共上”的旅游业发展新格局。

表 1 2020 年世界 10 大旅游目的地

排名	国家(地区)	国际旅游者 接待量(百万)	国际旅游者 市场份额(%)	1995~2020 年 年均增长率(%)
1	中 国	137.1	8.6	8.0
2	美 国	102.4	6.4	3.5
3	法 国	93.3	5.8	1.8
4	西 班 牙	71.0	4.4	2.4
5	中国香港	59.3	3.7	7.3
6	意 大 利	52.9	3.3	2.2
7	英 国	52.8	3.3	3.0
8	墨 西 哥	48.9	3.1	3.6
9	俄 罗 斯	47.1	2.9	6.7
10	捷克斯洛伐克	44.0	2.7	4.0
	合 计	708.8	44.2	—

资料来源：世界旅游组织（WTO）1998 年预测。

也正是在这一背景下,国家旅游局审时度势,提出了建设世界旅游强国的战略构想,并成立了由国家旅游局规划发展与财务司、北京第二外国语学院旅游发展研究院、复旦大学人文学院旅游系等单位的专家学者组成的项目课题组进行专项研究,课题组成员历时一个多月对江苏、浙江、西班牙(世界旅游组织)、法国和奥地利等国内外旅游目的地进行了考察调研,写出了近两万字的考察报告。本研究报告也是在考察、访谈和调研基础上形成的。

表 2 2020 年世界 10 大出境旅游客源地

排名	国家(地区)	出境旅游者(百万)	市场份额(%)
1	德 国	163.3	10.2
2	日 本	141.5	8.8
3	美 国	123.3	7.7
4	中 国	100.0	6.2
5	英 国	96.1	6.0
6	法 国	37.6	2.3
7	荷 兰	35.4	2.2
8	加拿大	31.3	2.0
9	俄罗斯	30.5	1.9
10	意大利	29.7	1.9
	合 计	788.9	49.2

资料来源:世界旅游组织(WTO)1998年预测。

二、建设世界旅游强国的战略意义

中国旅游业在国家宏观经济和社会发展的不同阶段,发挥过不同的作用,先后经历了外汇紧缺下的出口创汇、高通胀下的回笼货币、有效需求不足下的扩大内需、国企改革下岗分流下的再就业安置和西部开发下的主导产业等历史阶段。在我国目前社会经济处于转型的关键时期,在我国综合国力日趋强盛,大力实施对内建设小康社会、和谐社会与对外和平崛起、和平发展治国战略的起步期,旅游业在推动其他产业发展,吸纳就业、平衡和改善经济结构等方面起着积极的作用。从经济上看,旅游业是朝阳产业、动力产业;从国际关系上看,旅游业又是公认的文化事业、和平事业;从国家层面上看,旅游业应该被看做是类似于石油和能源产业那样的战略

产业。

据国家发改委、国家旅游局的《中国旅游就业目标体系与战略措施研究》中提供的研究结果,2002 年我国旅游核心就业人数为 612.6 万,旅游特征产业就业人数为 1685.7 万,旅游经济就业人数为 5149.0 万。^① 因此,我国就业人口中与旅游业直接和间接相关的劳动人口有近 7500 万。旅游业的直接就业乘数达 3.77,旅游业在吸纳就业方面具有非常明显的优势和潜力。另据世界银行 1997 年发表的专题报告《2020 年的中国:新世纪的发展挑战》称:“(中国)服务业将是经济中最有活力的部门。尽管服务业在过去十年里出现了强劲的增长,但在中国国内生产总值中所占份额仍大大低于典型的低收入(更不用说中等收入)国家的水平。随着中国逐步具备中等收入市场经济的特征,在今后的 25 年里,这将会发生显著的变化。……农业就业人数预计将从目前占总就业人数的一半以上降至 2020 年的 1/4,该份额使得中国与上中等收入国家相似。服务业将受到非农业劳动力相应增长的影响,它在就业总数中所占的份额将上升 18 个百分点。”^② 要实现世界银行的这一预测,服务业(尤其是其中占大头的旅游业)应该要有超常的发展。事实上,世界银行对于 2000~2020 年中国服务业的增长率预测都是高于同期国内生产总值和农业、工业增长率的(见表 3)。

表 3 国内生产总值增长的部门基础

单位:年均百分比

	实际数 1985~1995 年	预 测 数			
		1995~2000 年	2001~2010 年	2011~2020 年	1995~2020 年
国内生产总值	9.8	8.4	6.9	5.5	6.6
农 业	4.2	3.1	4.2	3.7	3.8
工 业	13.1	9.2	6.6	5.4	6.6
服 务	9.8	9.7	8.1	6.0	7.6

资料来源:世界银行工作人员估计数;《中国统计年鉴》,1996 年。

随着中国经济的迅速崛起,出境旅游异军突起,打破了世界旅游业长期以来以欧美为主体和主流的单一格局,中国以及所在的亚太地区已经成

① 课题组:《中国旅游就业目标体系与战略措施研究》,中国旅游出版社,2004 年版。

② 世界银行:《2020 年的中国:新世纪的发展挑战》,中国财政经济出版社,1998 年版。

为世界旅游业界中一支不可忽视的重要力量。中国加入世贸组织后,贸易壁垒并没有像有些人预期的那样销声匿迹,反而更加显现,并呈多边化趋势。而旅游业是由人的流动而带来的物流和资金流,在当今国际社会充分尊重旅行作为公民基本人权的背景下,旅游业是为数不多的很难构筑贸易壁垒的行业。据世界贸易组织统计,世界旅游服务出口(入境旅游收入)已占服务贸易的30%以上。

表4 2002年世界旅游服务出口

单位:10亿美元、百分比

金额	年度百分比变化					占世界商业服务 出口份额
	1990~1995年	1995~2000年	2000年	2001年	2002年	
480	9	3	4	-2	4	30.6

资料来源:《2003年国际贸易统计》,世界贸易组织,2003。

表5 2002年旅游服务主要出口方、进口方

单位:10亿美元、百分比

	金额	占世界出口/进口份额		年度百分比变化			
	2002年	1995年	2002年	1995~2000年	2000年	2001年	2002年
出口方							
美国	85.3	18.7	17.7	6	10	-9	-4
西班牙	33.8	6.4	7.0	4	-4	6	3
法国	32.7	6.9	6.8	2	-2	-2	8
意大利	26.9	7.2	5.6	-1	-3	-6	4
英国	21.1	5.1	4.4	1	-4	-13	12
中国	20.4	2.2	4.2	13	15	10	15
德国	19.2	4.5	4.0	1	2	-7	12
奥地利	11.3	3.4	2.3	-6	-10	3	9
加拿大	10.7	2.0	2.2	6	6	-2	1
中国香港	10.0	2.4	2.1	-4	9	4	21
希腊	10.0	—	2.1	—	5	-1	9
墨西哥	8.9	1.5	1.8	6	15	1	5
土耳其	8.5	1.2	1.8	9	47	6	5

续表

	金额	占世界出口/进口份额		年度百分比变化			
	2002 年	1995 年	2002 年	1995 ~ 2000 年	2000 年	2001 年	2002 年
澳大利亚	8.1	2.0	1.7	1	6	-8	4
泰 国	7.9	2.0	1.6	-1	6	-5	12
以上 15 个出口方	215.0	—	65.4	—	4	-4	4
美 国	60.8	12.4	13.5	8	10	-6	-3
德 国	53.4	14.0	11.9	-2	-6	-3	16
英 国	42.0	6.7	9.3	9	3	-1	11
日 本	26.7	9.8	5.9	-3	-3	-17	0
法 国	19.7	4.4	4.4	2	-4	1	9
意大利	16.9	4.0	3.8	1	-7	-6	14
中 国	15.4	1.0	3.4	29	21	6	11
荷 兰	13.0	3.1	2.9	1	1	-2	8
中国香港	12.2	2.8	2.7	4	-5	-1	-1
俄罗斯	12.0	3.1	2.7	-5	25	13	21
加拿大	11.8	2.7	2.6	4	8	-4	-1
比利时	10.3	—	2.3	—	—	—	—
奥地利	9.5	2.9	2.1	-5	-8	6	6
韩 国	9.1	1.7	2.0	2	46	7	19
瑞 典	7.2	1.5	1.6	8	0	-14	4
以上 15 个进口方	320.0	—	71.1	—	—	—	—

资料来源：《2003 年国际贸易统计》，世界贸易组织，2003。

另据世界旅游组织公布的统计资料，2002 年中国的旅游出口 204 亿美元，旅游进口 154 亿美元，旅游顺差 50 亿美元。但据业内人士估计，出境旅游的花费很可能被严重低估。因此，旅游顺差额并没有那么多，很可能只是略有盈余。2003 年受“非典”影响，2003 年旅游出口下滑到 174 亿美元，减少了 14.7%，而旅游进口却仍高达 152 亿美元，与上一年基本持平，旅游顺差额缩小到 22 亿美元，但旅游业仍然是我国对外服务贸易中最大的创汇部门。

表 6 2003 年中国对外服务贸易分行业统计表

单位: 百万美元

部 门	出 口	进 口	差 额
运 输	7906	18233	- 10326
旅 游	17406	15. 187	2219
通信服务	638	427	211
建筑服务	1290	1183	106
保险服务	313	4564	- 4251
金融服务	152	233	- 81
计算机和信息服务	1102	1036	66
专有权利使用费和特许费	107	3548	- 3441
咨 询	1885	3450	- 1565
广告、宣传	486	458	28
电影、音像	33	70	- 36
其他商业服务	15056	6464	8592
合 计	46734	55306	- 8572

资料来源:《中国对外经济贸易白皮书(2004)》。

对于日益增长的出境旅游,我们必须正视这是在世界旅游大国向世界旅游强国发展过程中必然出现的历史阶段和客观现实,出境旅游虽然会在一定程度上引起外汇漏损,但在目前人民币面临进一步升值压力的情形下,旅游外汇赤字可以在一定时期内、一定程度上缓解外汇供求失衡的局面,多增加一种调节外汇的平衡机制,减轻人民币升值的压力。尤其是出境旅游的发展将有力地提升中国在世界旅游业中的形象,从某种意义上讲,中国只有在国际旅游市场成为有影响力的客源地国家,才能真正称得上是世界旅游强国,也可以说,出境旅游的发展水平是建设世界旅游强国的充要条件之一,目前世界旅游发达国家无一不是全球性或区域性的客源大国。在消费者主权至上的西方市场经济社会中,话语权是掌握在需求方手里的,出境旅游的发展可以由目前外贸业务中普遍存在的需求外向型转变为供给外向型,从而由国际商业规则(标准)被动的接受者转变为主动的参与者,甚至成为制定者。如在巴黎著名的“老佛爷”(Lafayette)、“春天”(Printemps)等商场里每个精品店都能见

到能讲中文的导购员、客户经理和中文导购小册子,甚至可以直接用人民币购物,在人民币尚未成为全球流通的货币前,“老佛爷”的举措已经打破长期以来形成的国际商业和国际金融规则。目前,虽然中国人均GDP还只有1000美元左右,但由于中国人口基数庞大,地区发展不平衡,东部经济发达地区富裕人口的绝对数量甚至都已接近欧洲某些中等发达国家。据统计,中国奢侈品消费已经占据了世界奢侈品行业12%的销售额,这其中10%是中国游客在境外的购物支出,中国人在境外人均购物花费更高达987美元,堪称全球之最。^①据估计,到2005年底中国公民可以自费组团前往的旅游目的地(ADS)总数可达100个左右,遍布全球五大洲。中国公民的出境旅游有利于让西方社会了解改革开放后中国经济所取得的成就,提升中国的国际形象。中国蕴藏着的巨大客源市场潜力是我们建设世界旅游强国和建立国际旅游市场新秩序的重要支柱。因此,做大做强旅游业对于建设世界旅游强国不仅有着重大的现实意义,而且还有着深远的历史意义。

三、国内对于与本课题相关的专题研究

在国内,建设世界旅游强国是一个新的命题,除曾博伟做过“中国与世界旅游强国的比较研究”^②外,系统地研究这一课题的文献很少,但还是有些与本课题相关的专题研究可资参考。

1. 旅游强省和旅游大市研究

目前,我国已有云南省、海南省、江苏省等省份提出了建设旅游强省的发展目标,也出台了一些政策和措施。而浙江省宁波市对提出的“建设旅游大市的发展目标”做了较全面的研究,提出了一套较为完整的旅游大市指标方案(见表7)。

宁波方案涉及五个方面21个因子,基本涵盖了旅游业发展的方方面面,并对各因子对于总目标(建成旅游大市)的贡献予以赋值,宁波方案中一些指标选择对于本课题的研究有一定的启发。

① “中国境外人均购物花费居全球之最”,《中国青年报》,2005年7月19日。

② 曾博伟:“中国与世界旅游强国的比较研究”,《旅游调研》,2005年第5期。

表 7 宁波建成旅游大市的指标体系

指标类别	权重	指标项	权重	数值		参考数值	
				2005 年	2007 年	2002 年	年均增幅
总体水平	35	1. 旅游总收入相当于全市 GDP(%)	30	12	13.7	10.1	17
		2. 旅游外汇收入占总收入比重(%)	15	6.2	7.1	4.8	30
		3. 游客总人数(万)	15	2150	2500	1620	10
		4. 入境游客占总游客人次比重(%)	10	2	3	1.3	30
		5. 旅游业投资占总投资的比重(%)	15	5	4~5	3.3 ^{*a}	—
		6. 旅游业总计提供就业占总投资的比重	15	8.5	9	7.18 ^{*b}	—
内部结构	30	7. 旅游总收入占三产比重(%)	25	30	33	26.7	—
		8. 旅游直接收入占总收入的比重(%)	15	20	20	14.7	—
		9. 旅游对交通行业贡献率(%)	15	10	12	7	—
		10. 旅游对商业贡献率(%)	15	10	15	7.6	—
		11. 旅游对餐饮业贡献率(%)	15	15	20	无统计	—
		12. AAA 级以上景区(点)数(个)	15	15	17	10	—
增长效益	10	13. 旅游业投入产出比	60	1:1.8	1:2	无统计	—
		14. 人均年旅游外汇收入(美元)	40	32	55	15	30
服务水平	15	15. 旅行社综合素质达标(%)	50	100	100	未考核	—
		16. 旅游标志系统	15	全部中、英文标志	—	不完善	—
		17. 旅游信息系统	15	全面接轨	—	基本接轨	—
		18. 旅客咨询服务中心(个)	20	3	3	—	—
城市支撑	10	19. 第三产业占 GDP 比重	40	38	40	35	—
		20. 比较完整科学的旅游统计制度	20	建立	—	不完善	—
		21. 城市环境指数达标(%)	40	90	90	100	—

注: *a 为 2002 年旅游基础设施 20 亿占总投资 600 亿的比重。

*b 为世界旅游理事会旅游卫星账户统计的 2001 年中国全国平均数。

资料来源:《加快宁波创建旅游大市研究》(送审稿), 2003 年 11 月。

2. 编制旅游卫星账户

据不完全了解,目前已有江苏和广西完成了当地的旅游卫星账户编制工作,厦门的旅游卫星账户也正在编制过程中。此外,秦皇岛局部引用旅游卫星账户概念和技术,结合投入产出分析研究了旅游对当地区域经济发展贡献度。这些案例研究为本课题的研究提供了一系列的指标参照值。此外,世界旅游及旅行理事会(WTTC)于2002年发表了一份关于中国旅游业的发展预测报告,该份报告也提出了一个中国的旅游卫星账户。

3. 中国旅游就业目标体系与战略措施研究

由国家发改委和国家旅游局主持的这一课题,在深入调研和大量抽样调查的基础上,对我国旅游就业的规模、水平、结构、潜力进行了系统研究,界定了旅游就业的范围,提出了旅游核心产业就业、旅游特征产业就业、旅游经济就业等新的指标体系,对各项指标规模进行了测算。旅游业作为一项战略产业,旅游就业有着特殊的重要意义,该课题的研究成果为我国旅游就业乘数指标值的确定提供了科学的依据。

四、世界旅游强国的基本内涵

对于世界旅游强国目前国际上并没有一个统一的定义或概念,世界旅游者组织在对全球旅游目的地排序时,主要应用接待入境旅游者(过夜游客)数量、国际旅游收入两大总量性指标。《财富》杂志则是根据企业的营业收入编制世界500强排行榜的。联合国和世界银行对于全球各国的综合经济实力排序时,一般采用的是国民生产总值(GNP)、国内生产总值(GDP)、人均国民生产总值、人均国内生产总值等总量和人均指标。我们认为,像我国这样一个人口众多、幅员辽阔的发展中国家,过于单一的指标不能较全面地反映世界旅游强国的内涵。世界旅游强国应该是一个较全面的、综合性的概念。除总量性、规模性指标外,也应有效益性、结构性指标;除旅游行业、旅游企业指标外,也应有反映旅游目的地吸引力、旅游客源地消费能力的相关评价指标;除旅游接待设施等硬件指标外,也应有政府公共治理、法律规制、职业教育等软件指标;既要有静态指标,还应有动态的发展、增长型指标。总之,世界旅游强国应该是一个既具有很