



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书



中国旅游客源地 和目的地概况

王昆欣 主编



高等教育出版社
Higher Education Press

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

中国旅游客源地和目的地概况

王昆欣 主编
张建融 王佐诗 主审

高等教育出版社

内容提要

本书是五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教材之一,是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

本书共分7章,主要内容包括:绪论,亚洲地区、大洋洲地区、欧洲地区、北美洲地区、非洲地区、中国港澳台地区的主要旅游客源地和目的地。每一客源地和目的地主要从国家(或地区)概况、文化艺术、民俗风情、主要旅游城市及旅游景点、友好交往等方面进行介绍。

本书既可作为职业院校旅游服务与管理专业的教学用书,也可作为旅游行业的岗位培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游客源地和目的地概况/王昆欣主编. —北京:

高等教育出版社, 2005. 12

ISBN 7-04-017999-7

I. 中... II. 王... III. ①旅游客源-概况-中国-高等学校:技术学校-教材②旅游点-概况-中国-高等学校:技术学校-教材 IV. F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 130859 号

策划编辑 王江华 责任编辑 丁孝强 封面设计 王凌波
版式设计 范晓红 责任校对 俞声佳 责任印制 韩刚

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100011
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京市鑫霸印务有限公司

开 本 787×1092 1/16
印 张 13.5
字 数 320 000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landraco.com>
<http://www.landraco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2005年12月第1版
印 次 2005年12月第1次印刷
定 价 17.60元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 17999-00

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010) 58581897/58581896/58581879

传 真：(010) 82086060

E - mail: dd@hep.com.cn

通信地址：北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

邮 编：100011

购书请拨打电话：(010)58581118

出版说明

随着我国社会经济的蓬勃发展,人们可自由支配收入和闲暇时间的不断增加,旅游已成为人们日常生活的一部分,旅游业已经成为国民经济中新的增长点。但是,与目前旅游业迅猛发展极不适应的是旅游业人才的缺乏。旅游行业迫切需要一大批高职层次的毕业生充实队伍,为旅游业的可持续发展注入动力。为了适应新形势下旅游业迅猛发展对人才的需求,全面推进旅游服务与管理专业职业教育,实施《2004—2007年教育振兴行动计划》中提出的“制造业和现代服务业技能型紧缺人才培养培训计划”,根据教育部《关于制定“2004—2007年职业教育教材开发编写计划”的通知》精神,高等教育出版社组织编写了五年制高职旅游服务与管理专业系列教材。

本系列教材旨在培养既有较高思想品德和行业素质、又有较好语言能力和操作技能,适应现代旅游业管理所需的德智体全面发展的,具有较新经营管理理念、较强专业知识技能,实用型和创新型的高级服务人才或初、中级经营管理人才。

基于此,本系列教材开发主要集中在五年制的后两年主干课程上,分导游、饭店、景区三个专门化模块,共计12种教材:《中国历史文化》、《旅游市场营销》、《旅游企业财务管理》、《中国古建筑与园林》、《中国旅游客源地和目的地概况》、《旅游景区服务与管理》、《景区导游》、《旅游资源开发与规划》、《饭店管理概论》、《酒水知识与酒吧管理》、《饭店人力资源管理》、《旅游摄影》。此外,我社还从美国 Thomson Learning 出版集团引进了《现代饭店前厅的营运与管理》、《餐厅与宴会管理(第三版)》、《会议餐饮的营销与服务》、《旅游电子商务》教材,可以作为相关配套教材。

本次教材的开发力求体现以下特色:(1)立足于实际运用,突出“以能力为本位”、“以就业为导向”的思想。从岗位实际出发阐述旅游服务与管理知识和技能,强化学生的关键职业能力,突出基本能力点的操作,加强岗位针对性训练,加强学生适应能力、创新能力;根据市场需要,加强案例内容,倡导案例式教学。(2)参照职业资格认证标准,以“国家职业技能鉴定和职业资格考试”中所规定的导游员和饭店服务员应知应会知识与能力为编写出发点,适应旅游教育改革和科技进步的需要,反映新知识、新技术、新工艺、新方法。(3)以学生为主体,打破原有学科教学体系,结合实践教学,以任务、项目为中心,提高学生就业上岗的适应性;采用更加灵活新颖的体例编写形式,深入浅出地介绍旅游服务与管理的理论及技能;根据现代化教学需要,配有电子版教案、多媒体课件、网络课程等立体化教材,提供整体教学解决方案。

为保证教材的编写质量,高等教育出版社于2004年5月组织全国各地的行业专家、职业学校骨干教师,研讨并制定了五年制高职旅游服务与管理专业教学方案及主干课程的教学基本要求草案,并在全国范围内遴选教学经验和行业经验丰富的教师与行业人士参加编写。本系列教材通过了教育部教材审定委员会所聘请专家的审定,是教育部职业教育与成人教育司推荐的教学用书。

本系列教材在编写过程中，得到了全国有关省市职教部门、中等职业学校、部分高等院校和行业人士的大力支持，在此表示衷心感谢。

希望能及时得到使用教材的反馈意见，以利于我们不断完善和提高。

高等教育出版社

2005年3月

前言

据中国国家旅游局统计,2004年我国入境旅游人数达1.09亿人次,国际旅游(外汇)收入达257.39亿美元,中国公民出境人数达2880万人次。中国入境旅游人数列世界第4位,已成为亚洲第一旅游接待大国。随着全球旅游业的快速发展,国际旅游客源市场的竞争也必将更加激烈。为保持我国入境旅游的持续稳定发展,1998年国家明确把旅游业作为国民经济新的增长点来培育,为旅游业在国民经济体系中的地位进行了定位。目前,我国的旅游产业规模不断扩大,产业体系进一步健全和完善;旅游产品结构不断完善,旅游生产力配套水平明显提高;旅游行业管理逐步深化,旅游市场秩序更加规范;国际地位不断提高,国际合作日益活跃。这些为我国入境旅游的持续稳定发展创造了良好的大环境。

随着我国公民出境旅游的快速增加,世界各国高度重视中国巨大的旅游市场。截至2004年,经国务院批准的中国公民出境旅游目的地总数达到90个,已经实施的达63个。中国已成为全球出境旅游市场上增幅最快、潜力最大、影响力最为广泛的国家之一。世界上许多国家都希望成为中国公民自费出国旅游的目的地,愿意加强与中国的交流与合作。因此,不论外国元首来访,还是我国领导人出访,旅游都是双边会谈的一个重要议题。

基于上述原因,为适应新形势下旅游发展的需要,迎接中国旅游业黄金时代的到来,有必要扩大、加深旅游类专业学生的知识面和知识内容,使学生对我国主要海外客源地和出境旅游目的地的地理概况、人文历史、政治经济、民族民俗、旅游业等有一个较全面而又准确的认识和了解,为科学合理地营造旅游环境、吸引更多的海外客源打好基础,为更好地发展和拓展中国的海外旅游客源市场服务,使更多的中国公民在出境旅游中得到优质的服务,在高等教育出版社的支持下,我们编写了本书。

本书针对五年制高职旅游类专业人才培养的目标、规格及专业理论知识和基本技能要求,本着在理论上够用,在专业技能上实用,遵循科学性、先进性、地域性和实用性的原则编写,力求做到:知识技能实用,内容结构合理,符合职教特点,规范而有创新。

本书以培养实用型人才为指导,遵循高职学生的心理、生理特点,在学生掌握基础理论知识的基础上,进一步培养学生的综合素质。本书知识内容力求体现科学、新颖、实用,便于教师教、学生学。本书强调相关国家和民族的人文习俗和旅游状况,通过学习,使学生了解世界旅游客源市场的现状和发展趋势,了解我国入境旅游和出境旅游的总体概况,掌握我国主要海外客源地和目的地的基本情况。

本书将我国主要入境旅游客源地和出境旅游目的地内容合并在一起,改变了以往只以客源地为内容的教材编写模式,使本书的知识结构、使用范围、读者群体更广泛。这算是我们的一种尝试。

本书的三位作者在近几年分别到亚洲、欧洲、美洲、大洋洲的10余个国家,进行学习、考察和访问,有了一些在海外的切身感受和亲身经历,而且均长期从事旅游职业教育,我们希望本书能为旅游人才的培养添砖加瓦。

本书的主要对象为五年制高职旅游类专业的学生，也可作为旅行社、旅游景区、旅游酒店及相关旅游企业员工的培训教材。

建议该课程的教学时间为 36 学时，课时分配如下：

章 节	内 容	参考学时
第一章	绪论	4
第二章	亚洲地区的主要旅游客源地和目的地	8
第三章	大洋洲地区的主要旅游客源地和目的地	4
第四章	欧洲地区的主要旅游客源地和目的地	8
第五章	北美洲地区的主要旅游客源地和目的地	4
第六章	非洲地区的主要旅游客源地和目的地	2
第七章	中国港澳台地区的主要旅游客源地和目的地	6
总 计		36

本书由王昆欣教授担任主编，负责全书大纲的设计与制定，并负责对全书进行统稿、定稿和修改完善。具体编写分工如下：第一章、第三章（王昆欣 浙江旅游职业学院）；第四章、第五章、第六章（饶华清 浙江旅游职业学院）；第二章、第七章（鞠海虹 北京市外事学校）。

本书由浙江旅游职业学院张建融老师和北京市外事学校王佐诗老师担任主审，在此表示感谢。

本书编写工作得到了作者所在院校领导和同事的帮助，得到了高等教育出版社领导的支持。本书编写过程中还参考引用了国内外有关文献，在此谨向有关作者深表感谢。

由于编者水平所限，书中的不足之处期望广大读者批评指正。

编 者
2005 年 8 月

目 录

第一章 绪论	1	一、国家概况	37
第一节 世界旅游业概述	1	二、文化艺术	38
一、世界旅游业概况	1	三、民俗风情	39
二、世界旅游业发展趋势	2	四、主要旅游城市及旅游景点	41
第二节 中国旅游客源地概述	4	五、友好交往	43
一、中国入境旅游现状	4	第五节 马来西亚	44
二、中国入境旅游发展阶段	6	一、国家概况	44
三、中国旅游客源地市场分析	6	二、文化艺术	45
第三节 中国旅游目的地概述	9	三、民俗风情	46
一、中国出境旅游现状	10	四、主要旅游城市及旅游景点	48
二、中国出境旅游市场的特点	10	五、友好交往	50
三、中国旅游目的地的市场分析	13	第六节 菲律宾	50
思考题	14	一、国家概况	50
第二章 亚洲地区的主要旅游客源地		二、文化艺术	52
和目的地	15	三、民俗风情	52
第一节 日本	15	四、主要旅游城市及旅游景点	54
一、国家概况	15	五、友好交往	56
二、文化艺术	17	第七节 印度尼西亚	57
三、民俗风情	18	一、国家概况	57
四、主要旅游城市及旅游景点	20	二、文化艺术	58
五、友好交往	23	三、民俗风情	58
第二节 韩国	24	四、主要旅游城市及旅游景点	60
一、国家概况	24	五、友好交往	62
二、文化艺术	26	思考题	63
三、民俗风情	27	第三章 大洋洲地区的主要旅游客源	
四、主要旅游城市及旅游景点	29	地和目的地	64
五、友好交往	31	第一节 澳大利亚	64
第三节 新加坡	31	一、国家概况	64
一、国家概况	31	二、文化艺术	66
二、文化艺术	33	三、民俗风情	67
三、民俗风情	33	四、主要旅游城市及旅游景点	69
四、主要旅游城市及旅游景点	35	五、友好交往	73
五、友好交往	36	第二节 新西兰	75
第四节 泰国	37	一、国家概况	75

二、文化艺术	77
三、民俗风情	78
四、主要旅游城市及旅游景点	79
五、友好交往	80
思考题	81

第四章 欧洲地区的主要旅游客源

地和目的地	82
第一节 英国	82
一、国家概况	82
二、文化艺术	84
三、民俗风情	84
四、主要旅游城市及旅游景点	86
五、友好交往	90
第二节 德国	91
一、国家概况	91
二、文化艺术	93
三、民俗风情	93
四、主要旅游城市及旅游景点	95
五、友好交往	98
第三节 法国	99
一、国家概况	99
二、文化艺术	101
三、民俗风情	101
四、主要旅游城市及旅游景点	103
五、友好交往	106
第四节 瑞士	108
一、国家概况	108
二、文化艺术	110
三、民俗风情	110
四、主要旅游城市及旅游景点	112
五、友好交往	116
第五节 意大利	117
一、国家概况	117
二、文化艺术	118
三、民俗风情	119
四、主要旅游城市及旅游景点	121
五、友好交往	125
第六节 西班牙	126
一、国家概况	126
二、文化艺术	128

三、民俗风情	128
四、主要旅游城市及旅游景点	129
五、友好交往	132
第七节 荷兰	133
一、国家概况	133
二、文化艺术	134
三、民俗风情	135
四、主要旅游城市及旅游景点	136
五、友好交往	137
第八节 俄罗斯	138
一、国家概况	138
二、文化艺术	139
三、民俗风情	140
四、主要旅游城市及旅游景点	141
五、友好交往	143
思考题	145

第五章 北美洲地区的主要旅游客源

地和目的地	147
第一节 美国	147
一、国家概况	147
二、文化艺术	148
三、民俗风情	149
四、主要旅游城市及旅游景点	151
五、友好交往	155
第二节 加拿大	157
一、国家概况	157
二、文化艺术	158
三、民俗风情	159
四、主要旅游城市及旅游景点	161
五、友好交往	162
思考题	164

第六章 非洲地区的主要旅游客源地

和目的地	165
第一节 埃及	165
一、国家概况	165
二、文化艺术	166
三、民俗风情	167
四、主要旅游城市及旅游景点	168
五、友好交往	171

第二节 南非	172	第二节 澳门特别行政区	187
一、国家概况	172	一、地区概况	187
二、文化艺术	174	二、文化艺术	189
三、民俗风情	174	三、民俗风情	189
四、主要旅游城市及旅游景点	175	四、主要旅游景点	192
五、友好交往	177	五、友好交往	194
思考题	178	第三节 台湾地区	195
第七章 中国港澳台地区的主要旅游		一、地区概况	195
客源地和目的地	179	二、文化艺术	196
第一节 香港特别行政区	179	三、民俗风情	196
一、地区概况	179	四、主要旅游城市及旅游景点	200
二、文化艺术	180	五、友好交往	202
三、民俗风情	181	思考题	203
四、主要旅游景点	184	主要参考文献	204
五、友好交往	186		

第一章 绪 论

本章导航

本章主要介绍世界旅游业的简况,使学习者了解世界旅游业的基本情况和发展趋势。清楚中国旅游客源地和目的地的含义。了解中国入境旅游现状与发展阶段,熟悉中国旅游客源地市场分类等。了解中国出境旅游的现状和基本特点,了解中国旅游目的地的市场概况。

第一节 世界旅游业概述

一、世界旅游业概况

随着世界经济的发展和人们生活水平的提高,旅游已经成为人们休闲度假、社会交往、审美娱乐的主要方式之一。旅游不再是纯粹的经济活动,而成为现代社会一种重要的社会现象,它包括人员往来、商务贸易、政治活动、文化交流、体育比赛和学术会议等多方面的内容,是一种涉及经济、政治、文化、科技和宗教等各个方面的社会活动。显而易见,旅游作为各国和各地区人民之间重要的社会交往活动,不仅有助于增进各国人民之间的相互了解和友谊,而且有助于促进国家、地区之间的友好联系,有助于维护国际形势的和平与稳定。

随着旅游业的发展,旅游在国民经济中的作用和地位日显重要,旅游不仅给许多国家提供了大量的就业机会,而且还为它们带来丰厚的外汇收入。因此,旅游业越来越得到各国政府的重视。

据世界旅游组织(World Tourism Organization, WTO) 2004 年度报告披露,2004 年,全球国际旅游人数达到 7.6 亿,创历史新高。其中,法国入境旅游仍然稳居第一,以 7 510 万人次的年接待量位居第一;西班牙以 5 360 万人次位居第二;美国以 4 610 万人次排名第三。亚洲地区的旅游目的地旅游人数增长强劲,排名明显上升,其中变化最大的是中国。2004 年,中国入境旅游摆脱“非典”疫情的影响,实现全面恢复,入境过夜旅游者人数创造历史最高纪录,达到 4 180 万人次,比上年增长 27%,使得中国入境过夜旅游者人数超过意大利,排名上升至第四位。中国香港地区的增幅高达 40%,达到 2 180 万人次,一举进入前十名,位居第七。

2004 年前十大旅游目的地入境过夜旅游者人数总计 3.63 亿人次,接近全世界入境过夜旅游者总人数的一半。从世界旅游组织公布的过去 10 年间世界各主要旅游目的地的排名顺序可以看出,各旅游目的地的增长并不同步。其中,亚洲地区的中国内地和中国香港地区的表现明显超过了其他各旅游目的地,1995—2004 年的年均增幅达 9%。在更加成熟的旅游目的地中,西班牙 10 年间保持持续增长,年均增幅为 5%,法国和意大利同期增速分别为 2.5% 和 2%。美洲两个旅游目的地,美国和墨西哥同期增长率最低,分别为 0.6% 和 0.2%。

中国的悠久历史、秀丽风光、博大精深的文化和多样化的民风民俗以及安全的旅游环境

等,产生了巨大吸引力,使得2000年以来中国入境旅游者总数一直稳居世界前五位。

二、世界旅游业发展趋势

进入21世纪以来,随着世界政治、经济、科技的变化,世界旅游业朝着区域化、多样化、全球化、普及化、可持续化等趋势发展。

(一) 旅游活动的区域化

长期以来,世界旅游业主要以欧洲为主体,游客流主要在欧洲的范围之内。现在逐渐形成欧洲、亚太地区和美洲三足鼎立,其他地区快速发展的局面。以2002年为例,前往亚太地区的国际游客达1.31亿人次,仅次于欧洲,占世界旅游市场的17.2%;美洲地区也是世界旅游的热点地区,入境旅游人数为1.21亿人次,占世界旅游市场的16%;非洲的远古文明和原始风光也开始吸引游客的视线,入境旅游人数达到2410万人次。近年来,亚洲旅游业蓬勃发展,已成为全球旅游业最兴旺的地区之一。

旅游活动的区域化还体现在国家和地区间的区域合作,如2000年的悉尼奥运会带动了大洋洲地区国家的旅游热;2002年韩日联合举办的第17届世界杯足球赛,极大地推动了韩国、日本的旅游业。旅游活动的区域合作往往可以实现优势互补,资源、客源与市场共享,促进区域旅游的经济共同繁荣。

(二) 旅游方式的多样化

在旅游方式的选择上,一些国家采取以“新”、“异”取胜的战略,除一些传统旅游项目外,文化旅游、商务旅游、生态旅游、休闲旅游和自助旅游等特色旅游,以其新颖、别致、时代性强和内容丰富多彩等特点吸引游客,取得了很好的经济效益。另外,由于受世界经济因素的影响,未来国际旅游市场的竞争亦将日趋激烈。

旅游方式的多样化与旅游产品的多样性是密切相关的。由于旅游活动的普及性和娱乐性越来越强,消费者的参与也越来越多。不同的游客有不同的产品需求,有的渴望回归自然,有的向往休闲放松,有的对文物古迹感兴趣,有的对民族民俗有偏爱,等等。为适应游客的不同需求,应进一步细化旅游产品,追求产品的多样性,以产品的多样性迎合游客需求的多样性。

在旅游产品开发中,更加注重主导性与多样性相统一,形成产品体系。在旅游市场经营中,主导产品类型决定着目的地旅游业的性质和特点,而多样的产品体系也影响着旅游业的发展与前途。事实上,这是解决旅游产品从单一的产品点到完整的产品体系的较好途径。法国能够在竞争激烈的世界旅游市场上站稳脚跟,其主要原因之一就是国内丰富旅游资源的全面深化利用。在法国,几乎所有具有利用价值的资源,均被开发成接待游客的旅游产品。所以,主导产品和多样产品的有机结合具有重要意义。在未来的旅游中,越是富有特色性和地域性的旅游产品,越能满足旅游者的需求。

(三) 旅游经济的全球化

随着世界经济的全球化,特别是信息、金融、贸易和交通等的全球化,使得世界各地的联系越来越便捷,越来越密切。在世界经济全球化的过程中,社会消费观念也发生着革命性的变化。当在生活资料得到满足之后,人们自然而然地开始追求心理和精神上的需要,旅游活动和消费可以满足这种社会需求。经济越发达,旅游越兴旺。“读万卷书,行万里路”,旅游全球化扩大了人类的视野。因此,旅游业全球化发展的一个必然态势就是旅游人数继续增长,旅游

产业持续扩大。

如何更好地开发旅游资源、吸引更多旅游者、增加本国的外汇收入和就业机会,已经成为各国共同面对的问题。许多国家通过颁布旅游法律法规、直接投资或减税、设立旅游发展基金、制定休假制度、实行“低门槛”入境和“低门槛”收费政策等措施,保证和支持本国旅游业的健康发展。

(四) 旅游需求的普及化

随着社会生产力大大提高,社会财富迅速增加,个人收入提高,工作时间缩短,闲暇时间增多,现代交通工具发展,现代旅游设施大量建设。旅游已经从一个高端的享受型产业,正在发展成为人类生活的一种基本需要和高层次的消费活动。

同时,旅游供给水平也达到了一个新水平,可以较好地满足这种需求。计算机的普及以及互联网的发展,使旅游预订系统形成世界网络;交通便捷使世界大部分国家(地区)可朝夕至;信用卡通行世界;出入境手续日益简化。这些都给旅游者出行提供了更为方便的条件,旅游者的自由度也大为增加。世界旅游业的迅速发展,以及近年来中国“黄金周”期间旅游活动的成功实践,都可以说明这一切。

(五) 旅游发展的可持续化

在世界范围内,旅游业是一个新兴的产业,体现出勃勃生机。从第二次世界大战(以下简称“二战”)后到20世纪末的半个世纪中,国际旅游活动从1950年的约2 530万人次,发展到2004年的约7.6亿人次,增长了30倍;国际旅游收入从1950年的约21亿美元增长到2000年的约4 760亿美元,增长了225.6倍。其间,尽管它经受过多次世界性的经济萧条的冲击,但仍表现出长盛不衰的走势。

根据世界旅游组织公布的《2020年世界旅游展望》预测,从现在到2020年,全球国际旅游者的年均增长率为4.1%。到2010年,国际旅游者的数量可望达到10亿,到2020年可望达到16亿。上述数据表明,旅游产业在未来的较长时期内将是世界上一个重要的产业。

旅游发展的可持续化即可持续旅游,关键在于旅游业的可持续发展。所谓旅游业的可持续发展,是指在保持和增强未来发展机会的同时,满足当代旅游者和旅游地居民的需求,并通过现有旅游资源的可持续经营管理,在确保文化完整性、基本生态过程、生物多样性和生命支持系统的同时,实现旅游经济效益和社会效益的发展模式。旅游业可持续发展系统是经济系统、生态系统和社会系统的交集,并涉及生态经济、生态社会和社会经济等各个领域。旅游业可持续发展理念的核心在于:以旅游资源环境可持续为前提,以旅游经济持续增长为手段,以旅游地的社会持续进步为目的,使旅游地社会、旅游经济与旅游资源环境系统协调发展。

旅游生态环境可持续是旅游可持续发展的前提。旅游经济发展与旅游资源环境间的有效调控是旅游可持续发展的根本。总之,旅游业可持续发展的关键是:拥有长期旅游发展再生的观点,在保证发展的同时,不破坏下一代人为满足其旅游需求而进行旅游开发的可能性,抛弃那种“旅游业是无烟工业”的传统观念。改善并保护旅游业赖以生存的资源与环境,提高旅游接待地居民生活质量,为游客提供高质量的自然、历史、文化和游览经历,为本地居民提供参与决策及就业的机会。

可持续发展是旅游业发展的重要内容和重要目标。无论是从对自然禀赋和社会遗存的依赖,还是从旅游业与环境的辩证关系来看,旅游业都是最需要实现可持续发展的领域之一。

此外，和平与稳定也是旅游业可持续发展最重要的因素之一。旅游业的发展有利于经济的增长，经济的增长有利于社会的稳定，因此，旅游业又成为世界和平的推动力。

第二节 中国旅游客源地概述

中国旅游客源地是指到中国内地旅游的境外人士的居住地（国家或地区）。换言之，是中国内地海外旅游客源市场，即入境旅游市场。中国内地的旅游客源基本上由两部分组成：一部分是外国旅游者；另一部分是华侨、港澳台同胞。

一、中国人境旅游现状

改革开放以来，中国旅游业也全方位地向世界开放。与此同时，世界局势进一步缓和，和平与发展成为当代世界的主题。中国与俄罗斯以及其他一些周边国家关系实现了正常化，中国与西方国家以及广大的第三世界国家关系进一步发展，这些都为大量国际旅游者来华观光访问提供了客观条件。特别是进入 21 世纪以来，中国旅游业得到迅速发展，中国已成为世界旅游大国之一。在入境旅游方面，中国的入境过夜旅游者从 1978 年的 71.6 万人次增加到 2004 年的 4 180 万人次，增长了近 58 倍；旅游外汇收入也从 1978 年的 2.63 亿美元猛增到 2004 年的 257.39 亿美元，增长了近 97 倍。2000 年以来，中国的入境过夜旅游人数和旅游外汇收入均名列世界前茅。

通过表 1-1 可以看到，中国近年来入境旅游的基本情况。从 2000 年以来，中国的入境旅游一直处于较好的发展时期，虽然 2003 年的“非典”疫情对当年的旅游有一定的影响，但入境旅游者和旅游外汇收入仍在一个较高的水准。而 2004 年的中国旅游不仅很快得到恢复，而且取得了历史性的佳绩。

表 1-1 2000—2004 年中国入境过夜旅游情况一览表

年 份	入境过夜旅游人数		外汇收入	
	人次（万）	世界排名	美元（亿）	世界排名
2000	3 122.88	5	162.24	7
2001	3 316.67	5	177.92	5
2002	3 680.26	5	203.85	5
2003	3 297.05	5	174.06	7
2004	4 180	4	257.39	*

资料来源：中国旅游网（<http://www.cnta.com>），2005 年 6 月 10 日。注：* 表示世界旅游组织尚未公布

小知识

几个重要的旅游统计数据概念的含义

（1）入境过夜旅游人数：指的是过夜的国际游客。不包含一日游的入境游客数量。为什么世界旅游组织要用入境过夜旅游者作为比较标准呢？主要原因是：许多国家（地区）边境之间的人员来往非常频繁，一日游的游客在整个入境游客中所占比重很大。因

此，国际旅游组织用入境过夜旅游者作为统计数据。国际旅游组织所公布的入境旅游人数皆指入境过夜旅游人数。

(2) 中国入境旅游人数：我国在统计入境旅游人数时，包含了一日游和过夜的所有入境游客，所以中国国家旅游局统计的方式与世界旅游组织统计的方式有差异。在本书中分别以入境旅游人数、入境过夜旅游人数来表示区别。

(3) 旅游外汇收入：一个国家（地区）国际旅游收入主要指来自于过夜的国际游客的收入，根据入境旅游人数、入境旅游者平均停留天数、入境游客的平均花费数量统计。

为了了解中国旅游的客源市场，进一步分析中国主要的客源国情况，根据中国国家旅游局公布的统计数字，在 2004 年入境外国旅游者人数居前 15 位的国家中，其旅游人数占了入境外国旅游者总数的 85.1%。这些国家是中国的主要客源国（见表 1-2）。

表 1-2 2004 年入境外国旅游者人数前 15 位的国家

排 名	国 家	旅游者人数	占总数比重（%）
1	日本	3 334 255	19.7
2	韩国	2 844 862	16.8
3	俄罗斯	1 792 193	10.6
4	美国	1 308 627	7.7
5	马来西亚	741 909	4.4
6	新加坡	636 826	3.8
7	蒙古	553 767	3.3
8	菲律宾	549 390	3.2
9	泰国	464 179	2.7
10	英国	418 148	2.5
11	澳大利亚	376 308	2.2
12	德国	365 329	2.2
13	印度尼西亚	349 832	2.1
14	加拿大	348 046	2.1
15	印度	309 411	1.8

资料来源：《2005 中国旅游统计便览》，中国旅游网（<http://www.cnta.com>），2005 年 5 月 4 日

由于我国的特殊情况，港澳台地区的旅游者在入境旅游者中占据了重要的地位，每年都有数以千万计的旅游者到祖国大陆来观光旅游、访亲探友、商务贸易、文化交流等，因此，港澳台地区是重要的客源地。

总体上看，我国入境旅游发展态势十分强劲，入境旅游人数和旅游外汇收入等均保持了较高的增长速度。入境游客除港澳台同胞外，外国游客约 80% 来自日本、韩国、俄罗斯、美国、马来西亚、新加坡、蒙古等 10 余个主要客源国。

想一想：

中国入境旅游者人数居前 15 位的国家有什么特点？

二、中国入境旅游发展阶段

在改革开放 20 余年来的时间里，我国入境旅游以年均 17.7% 的速度增长（1978—2004 年），远远高于同期我国国民经济增长的速度。回顾入境旅游的发展历程，可以将我国入境旅游大致划分为三个阶段。

第一阶段（1978—1988 年）为启动高速增长阶段。改革开放的前 10 年，是中国旅游业高速发展时期。由于数十年的封闭，使得中国披上了神秘的色彩，国际社会十分关注中国的现实情况，大量的境外旅游者纷至沓来。入境旅游者和外汇收入均呈现高速增长，入境过夜旅游人数从 1978 年的 71.6 万人次猛增到 1988 年的 1 236.1 万人次，外汇收入从 1978 年的 2.63 亿美元猛增到 1988 年的 22.47 亿美元，而且入境旅游人数在 1988 年首次进入世界排名前 10 位。

第二阶段（1989—1999 年）为稳步快速增长阶段。经过 10 余年的努力，中国在旅游环境、旅游接待能力、旅游交通、旅游宣传促销、旅游市场等方面均有了较快的发展，形成了良好的旅游氛围。入境过夜旅游人数达到 2 704 万人次（1999 年），是 1988 年的 2.2 倍，并首次进入世界排名前 5 名；外汇收入达到 140 亿美元（1999 年），是 1988 年的 6.3 倍，并首次进入世界排名前 10 名。

第三阶段（2000 年至今）为持续稳定增长阶段。进入 21 世纪以来，中国的旅游业持续稳定发展。虽然我国的入境旅游在 21 世纪初经历了亚洲金融危机、“9·11”事件、“非典”疫情等政治和经济形势动荡的考验，但仍实现了持续稳定的发展。表 1-1 的数据充分说明了这一事实。

想一想：

中国旅游在哪个阶段发生了突变？为什么？

三、中国旅游客源地市场分析

在 20 世纪 90 年代后期，入境旅游虽然还有一些局部波动和变化，但在结构方面没有根本性的变化，呈现了稳定增长的局面。入境旅游市场主要的状况为：在市场结构上形成了三个系列；在数量结构上分为三级市场；在需求结构上分为三个层次。

（一）市场结构上的三个系列

1. 洲内市场

洲内市场主要包括日本、韩国、东南亚国家等一级市场；蒙古、中亚国家、南亚诸国，以及缅甸、老挝、朝鲜等以边境旅游为特色的二级旅游市场；中东阿拉伯地区等中远程三级市场。亚洲作为世界第一大洲，面积、人口均居世界首位，经济发展已有一定基础，很多国家和地区又与中国有着历史、文化、地缘等方面的密切联系和便利条件，市场潜力很大。目前，洲内市场在旅华市场上发展最快，客源占来华入境外国旅游者人数的 60% 左右。洲内市场促销投入相对较小，回报效益较好，游客再访率较高，入境后流向分布较广，受国际意外事件影响