

繁荣与共享

东亚国际旅游合作研究

PROSPERITY & SHARING:
East Asia International Tourism Cooperation Research

中国旅游研究院
China Tourism Academy

陕西省旅游局 © 著
Tourism Administration of Shaanxi Province



旅游教育出版社

繁荣与共享

东亚国际旅游合作研究

PROSPERITY & SHARING:

East Asia International Tourism Cooperation Research

中国旅游研究院

China Tourism Academy

陕西省旅游局 © 著

Tourism Administration of Shaanxi Province

北京·旅游教育出版社

特约编辑：李 薇

责任编辑：郭珍宏

封面地图来源于国家测绘地理信息局网站，审图号：GS (2016) 1561 号。

图书在版编目 (C I P) 数据

繁荣与共享：东亚国际旅游合作研究：汉英对照 /
中国旅游研究院，陕西省旅游局著. — 北京：旅游教育
出版社，2017. 11

ISBN 978-7-5637-3667-6

I. ①繁… II. ①中… ②陕… III. ①旅游业—国际
合作—经济合作—研究—中国、东亚—汉、英 IV.

① F592. 3 ② F593. 103

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 289404 号

繁荣与共享：东亚国际旅游合作研究

中国旅游研究院 陕西省旅游局 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepeb.com
E - mail	tepfx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张	15.75
字 数	172 千字
版 次	2017 年 11 月第 1 版
印 次	2017 年 11 月第 1 次印刷
定 价	220.00 元 (海外发行 USD 160)

(图书如有装订差错请与发行部联系)

《繁荣与共享：东亚国际旅游合作研究》

编辑委员会

主任委员 戴 斌 中国旅游研究院院长、教授、博士

杨忠武 陕西省旅游局党组书记、局长

副主任委员 陈梦榆 陕西省旅游局副局长

蒋依依 中国旅游研究院国际旅游研究所所长、博士

编 委 戴 斌 杨忠武 陈梦榆 蒋依依 李仲广

宋子千 唐晓云 马晓龙 马仪亮 夏少颜

《繁荣与共享：东亚国际旅游合作研究》

编写组

主 编 蒋依依 中国旅游研究院国际旅游研究所所长、博士

戴卫红 陕西省旅游局国际旅游促进处处长

执行主编 李创新 中国旅游研究院国际旅游研究所博士

孙 岩 陕西省旅游局国际旅游促进处副处长

成 员 杨劲松 杨丽琼 肖 勇 李仲广 何琼峰 拓 倩

蔡 凤 刘宇峰 王永明 魏 颖 吕洋洋 童时萍

蔡文婧 陈小姣 晏 梅 宋丽娜 王雅倩 余 力

邓 宇 周 敏

Editorial Board of *Prosperity & Sharing: East Asia*

International Tourism Cooperation Research

Executive Members:

DAI Bin, Professor, PhD, President of China Tourism Academy

YANG Zhongwu, Party Secretary and Director-General of Tourism Administration of Shaanxi Province

Vice Executive Members:

CHEN Mengyu, Deputy Director-General of Tourism Administration of Shaanxi Province

JIANG Yiyi, PhD, Director of Institute of International Tourism Development, China Tourism Academy

Editorial Board:

DAI Bin, YANG Zhongwu, CHEN Mengyu, JIANG Yiyi, LI Zhongguang, SONG Ziqian, TANG Xiaoyun, MA Xialong, Ma Yiliang, XIA Shaoyan

Editorial Team of *Prosperity & Sharing: East Asia*

International Tourism Cooperation Research

Editor-in-Chief:

JIANG Yiyi, PhD, Director of Institute of International Tourism Development, China Tourism Academy

DAI Weihong, Director of International Tourism Promotion Division of Tourism Administration of Shaanxi Province

Executive Editors-in-Chief:

LI Chuangxin, PhD, Institute of International Tourism Development, China Tourism Academy

SUN Yan, Deputy Director of International Tourism Promotion Division of Tourism Administration of Shaanxi Province

Members:

YANG Jinsong, YANG Liqiong, XIAO Yong, LI Zhongguang, HE Qiongfeng, TUO Qian, CAI Feng, LIU Yufeng, WANG Yongming, WEI Ying, LYU Yangyang, TONG Shiping, CAI Wenjing, CHEN Xiaojiao, YAN Mei, SONG Lina, WANG Yaqian, YU Li, DENG Yu, ZHOU Min.

目 录

CONTENTS

第一章 繁荣的东亚国际旅游市场	1
第一节 东北亚国际旅游市场	2
第二节 东南亚国际旅游市场	6
第二章 东亚代表性国家的国际旅游市场状况	11
第一节 中国	12
第二节 日本	17
第三节 韩国	20
第四节 越南	22
第五节 马来西亚	22
第六节 菲律宾	25
第七节 印度尼西亚	26
第三章 共享中国出境旅游市场的发展红利	31
第一节 中国出境旅游市场行为调查	32
第二节 中国出境游客对东亚各国的满意度评价	41



第四章 东亚在中国入境旅游市场中的基础地位与行为特征 49

第一节 东亚各国来华旅游的市场总量 50

第二节 东亚各国来华旅游的市场结构 54

第三节 中国入境旅游市场行为调查 63

第五章 共建东亚国际旅游合作的美好明天 73

第一节 东亚国际旅游合作的前景展望 74

第二节 东亚国际旅游合作的政策建议 76

附录 1 东亚地区旅游合作状况 79

附录 2 历届东亚地方政府会议状况 82

附录 3 东亚国际旅游合作的进程回顾 91

Chapter 1 Prosperous East Asian International Tourism Market 105

Section 1 Northeast Asian International Tourism Market 106

Section 2 Southeast Asian International Tourism Market 112

Chapter 2 International Tourism Market Conditions in Typical Countries of East Asia 119

Section 1 China 120

Section 2 Japan 126

Section 3 South Korea 129

Section 4 Vietnam 131

Section 5 Malaysia 132

Section 6 Philippines 135

Section 7 Indonesia 137

Chapter 3 Sharing of Development Bonus from Chinese Outbound Tourism Market	143
Section 1 Chinese Outbound Tourism Market Behavior Survey	144
Section 2 Evaluation for Chinese Outbound Tourists' Satisfaction Degrees of East Asian Countries	157
Chapter 4 Basic Status and Behavioral Characteristics of East Asia on Chinese Inbound Tourism Market	165
Section 1 Aggregate Market Size of East Asian Inbound Tourism to China	166
Section 2 Market Structure of East Asia Inbound Tourism to China	172
Section 3 Investigation on Market Behavior of East Asian Inbound Tourism to China	182
Chapter 5 Ushering in Bright Future for International Tourism Cooperation in East Asia	195
Section 1 Prospects for International Tourism Cooperation in East Asia	196
Section 2 Policy Recommendations for International Tourism Cooperation in East Asia	199
Appendix 1 East Asian Tourism Cooperation	203
Appendix 2 East Asia Local and Regional Government Congress	207
Appendix 3 A Review of East Asia International Tourism Cooperation	219

第一章

繁荣的东亚国际旅游市场



第一节 东北亚国际旅游市场

东北亚各国都有着悠久的历史、灿烂的文化、绚丽的风光和巨大的旅游市场需求，经过近几十年的发展，东北亚已经成为国际旅游市场格局中的重要组成部分，越来越受到来自世界各地游客的青睐，东北亚国际旅游市场正呈现出一片欣欣向荣的繁荣景象。

一、东北亚入境旅游的发展现状

（一）入境旅游保持增长态势

以 2015 年国际旅游组织发布的数据为例，到东北亚的国际游客到访量实现 7% 的增长，东北亚主要目的地日本增长 29%、韩国增长 17%。而作为东北亚第一大目的地的中国，游客到访量超过 5 600 万人次。

（二）东北亚区域合作基础良好

由于东北亚区域在经济上联系密切，文化上不断交融互补，东北亚正成为全球最具活力的地区之一，也成为旅游业最具潜力的地区之一。各国山水相依，交往密切，文化多元，底蕴深厚，资源组合良好，有着众多标志性的世界性资源，彼此互为客源市场。20 个世纪 90 年代初，中国、日本、韩国等国政府代表就发起成立了东北亚地区地方政府联合会及一些相关的旅游组织，都在致力于扩大成员国之间的政策对话，进一步促进地区间国际旅游交流。这些组织的建立和有效工作，有力地促进了东北亚区域旅游的政府间协作、信息共享、人员交往和旅游经济的发展。

当前经济全球化和区域一体化的进程也深刻地影响着世界旅游业的发展轨迹。亚太经济的崛起，特别是中国跃升为世界第二经济体，世界旅游的热点正逐步向亚太转移。东北亚旅游市场潜力巨大、前景广阔，旅游合作趋势日益明显。在不久的将来，东北亚将是亚太地区最重要的旅游区域。

(三) 东北亚区域内各国互为主要客源地与目的地

近年来,中日韩三方游客人数不断攀升,互为重要的客源国。日本和韩国一直是中国最大的两个客源国家,而同时日本和中国也是韩国最主要的两个客源国家。三方互相依存,这是三方开展旅游合作的坚实基础。2003年,三国领导人签署的《中日韩推进三方合作共同宣言》,提出了联合开展旅游推广计划,以此来提升在全球中的旅游知名度。2014年中日韩三国相互访问游客达到2014万人,其中,中韩两国间相互旅游到访人数达到1031万人,中日两国间相互旅游到访人数达到503万人。

2015年,中国接待入境游客13382.04万人次,同比增长4.14%。其中,接待韩国游客444.44万人次,占入境外国游客总量的17.10%,排名第一。日本紧随其后,占旅华外国游客总量的9.61%。日本在2003年提出“观光立国”战略之后,旅游发展相当迅猛,而在近几年,日本已经成为中国游客的主要目的地国家,购物也成了中国游客赴日旅游的重要目的之一。日本政府观光局发布的统计数据显示,2014年访日外国游客达到了1341万人次,同比增加300万人次以上,其中中国游客从131万人次增加至241万人次,排列第3位,到2015年全年突破490万人次大关,排名第一位。而韩国也把旅游业摆在经济发展战略中的关键地位,2015年赴韩中国游客平均每人消费金额约2200美元(约合人民币14283元),高于赴韩游客平均消费额一倍以上。2015年中国赴韩国旅游总人数达到600万人以上,占到赴韩外国游客总人数的四成多。中国游客在2015年为韩国贡献了1.6%的GDP。

2015年4月12日中日韩三国观光大会第七次会议在东京举行,在此次会议中,三国达成共同声明,争取到2020年,三国相互观光的游客达到3000万人。并以2018年韩国平昌冬运会、2020年日本奥运会为契机,吸引更多的旅游者来到东亚旅游。在此会议上还达成了将要放宽签证条件,使三国间的旅游变得更加便捷的共识。



二、东北亚入境旅游发展面临的问题

东北亚地区入境旅游当前虽然呈现出一片繁荣的景象，也取得了较为显著的成绩。但不能否认存在诸多问题，影响着各国旅游业的合作发展。

（一）政治因素问题

东北亚地区政治环境复杂多变。如何协调好各地区的关系、建立政治互信、营造良好的政治环境成为东北亚各国共同面对的课题。

（二）突发事件的问题

东北亚地处活跃地带，自然灾害频发，特别是 2011 年 3 月 11 日日本发生 9.0 级地震而引发的海啸，以及次生灾害核泄漏事故，影响了当时的东北亚旅游市场。

（三）经济的问题

东北亚地区是一个经济发展水平不平衡的地区，这里既有发达国家，也有发展中国家。经济体制、市场机制、经济发展战略等都存在较大差异。

（四）制度因素的问题

目前，东北亚地区的合作已经形成多形式、多渠道、多层次、多领域的新格局，但是双边合作以及多边合作都停留在松散的对话阶段，约束力相当有限。各种合作的机构和会议很多，但是解决实际问题的能力不足，通过的协议保障不够，也没有制度立法的保护。与欧盟相比，缺乏一个稳定的统一的组织机构从地区的整体利益出发制订长远的合作规划，制约着合作的质量和效力。

三、东北亚入境旅游发展潜力

在《2020 年全球旅游展望》的报告中，估计在未来几年内，东北亚地区的旅游业会将以 7.2% 的速度增长，这将成为全球旅游业发展最快的地区。因此，全球旅游业不再只是欧洲和美洲的蛋糕，亚太旅游市场必将取得很大一块份额。据世界旅游组织统计，2012 年世界旅游人数达 10 亿，亚太地区的旅游人数增长

了8%，东北亚地区的旅游总需求比上年增长8.6%，居世界第二位。世界旅游组织预测，到2020年全球国际游客数量将达到16.23亿人次，东北亚为2.23亿人次，占全球规模总量的15%，旅游业必将成为该地区的新兴产业。

近年来，以新型国家崛起为代表的新型旅游客源地和目的地出现，国际旅游区域的重心正向东方转移，东北亚正是这一趋势的代表，旅游市场前景非常乐观，旅游发展空间不断拓展，为本就繁荣的东北亚国际旅游市场提供了很好的机遇。

（一）东北亚特殊的地理布局拉动邮轮游产品的发展

目前，国际旅游消费需求的基本态势是：从人们出游的组织方式来看，在追求个性化的浪潮下，散客旅游特别是家庭旅游成为全球流行趋势；从旅游动机和目的来看，生态旅游、文化旅游、奖励旅游、探险旅游、科考旅游、潜海旅游以及其他各种形式的主题旅游，构成了人们外出旅游的主旋律。

东北亚地区拉动了全球邮轮行业的发展。该区域的邮轮更大，主要邮轮商在中国的营销预算也最高。在中国，厦门延长了其邮轮季，天津增设了邮轮码头，青岛计划开设通往迪拜的航线，上海计划成立自己的邮轮公司，南京计划建设邮轮码头。中国的旅行社也在寻求多元化的邮轮旅游：携程购买了邮轮，春秋航空也签约近15艘邮轮。2015年中国乘坐邮轮出境的游客人次达到190万人次，市场交易规模达45亿元；其中在线邮轮市场规模13.3亿元，同比增长60.1%，邮轮出游正在以高性价比、舒适轻松的跨境旅游和休闲免税购物等特色吸引着游客的极大兴趣。伴随着休闲游与出境游的持续走高，中国邮轮旅游已进入爆发增长期。在众多邮轮线路中，83%以上的中国游客出海偏向选择日韩航线，其次为东南亚（越南）航线等。2015年日本港口大放异彩，加上日本对邮轮新实施的免签政策，赴日邮轮产品呈现出空前的高丰富度。最受游客青睐的邮轮目的地为鹿儿岛、福冈和长崎。邮轮产品的开发和高速发展，为东北亚入境旅游带来了更丰富的体验。



(二) 亚太经济崛起，为东北亚开展入境旅游区域合作提供了更为坚实的基础

由于中日韩三国地理位置相近，彼此之间联系紧密，并且各个地区的旅游资源非常丰富，随着亚太经济在全球的崛起，三国建立更加紧密的区域合作顺应世界旅游业发展的客观要求，已成为必然趋势。

第二节 东南亚国际旅游市场

一、东南亚入境旅游的发展现状

(一) 入境旅游保持持续稳定增长

从 20 世纪 80 年代以来，除了 1997 年受亚洲金融影响、2003 年受非典影响、2004 年受海啸影响外，东南亚地区的入境旅游以高于世界平均增长率的速度发展。目前，东盟国家接待的年入境游客量已超过 6 500 万人次。

(二) 区域内游客仍是东南亚入境市场的主要部分

从入境客源的地区构成来看，东南亚地区接待的入境旅游者主要来自东盟内部国家。东盟国家间实际上已形成互为主要旅游客源国的关系。2005 年，东南亚地区共接待 5 128.76 万入境旅游者，其中东盟内部的游客就占了 45.3%，达到 2 325.43 万人次。2006 年、2007 年这一比重稍有下降，但 2008 年、2009 年，东盟内部游客占东南亚入境旅游接待总人数的比重已增加到 46.3% 和 47.1%。2010 年以来，伴随东南亚各国旅游的进一步发展，这一趋势得到巩固和强化。

(三) 各国之间入境旅游发展水平有一定差距

东南亚各国经济发展水平悬殊，旅游起步时间各异，目前旅游业的发展水平有一定差距。新加坡、泰国、马来西亚三国为旅游业发展较为成熟的国家，其接待的入境旅游人数也最多。2005 年马来西亚接待的外国游客在东盟国家中最多，达到 1 643.1 万人次，占东盟总接待入境游客的 32%，泰国和新加坡

接待的外国游客分别为 1 151.7 万人和 894.2 万人, 占的比例分别为 22.46% 和 17.43%, 再加上印尼、菲律宾和文莱在内的东南亚六国在当年接待的入境旅游者占整个地区入境游客总人数的 87%, 其他东南亚 4 国(越南、缅甸、老挝和柬埔寨)所占的比例为 13%。2009 年, 马来西亚仍排名为接待入境游客最多的国家, 接待人数创下历史新高, 为 2 364.6 万人, 占地区总接待外国游客的 36.14%, 东南亚六国接待外国游客人数的比例为 85.87%。时至今日, 这一格局也未发生太大的改变。这说明, 东南亚六国的旅游开发较早, 文化观光旅游产品特突出, 滨海休闲度假旅游、城市商务会展旅游比较完善, 已成为亚太地区的著名国际旅游目的地。同时也应该看到, 越南、柬埔寨、缅甸和老挝等国, 虽然旅游开发起步较晚, 但拥有丰富、富有特色的旅游资源, 近年来旅游业发展较快, 追赶的势头很大。

(四) 各国的旅游发展存在一定的竞争

东南亚各国在地理概况、地缘文化、历史经历等方面都比较接近。除了老挝(内陆国)和新加坡外, 各国的自然旅游资源主要以海岛、海滩和热带风光为主, 人文资源主要是历史古迹、宗教建筑和民俗风情。因此, 各国的旅游产品结构在一定程度上趋同。

二、东南亚入境旅游发展的优势条件

(一) 丰富的旅游资源

东南亚地区旅游资源构成复杂多样, 丰富多彩, 自然景观和人文景观都十分丰富。

从自然旅游资源方面看, 东南亚充满热带气息的自然风光、美丽的海滩岛屿对旅游者具有很大的吸引力。在那里, 绝大部分地区气候湿润, 植被繁茂, 生长着茂盛的热带原始森林和珍禽异兽。许多热带森林人迹罕至, 保持着原始生态面貌, 为开展森林探险、科学考察和度假观光提供取之不尽的旅游资源。而且, 在马来群岛和中南半岛分布着许许多多风光秀丽、景色迷人、风采各异



的海滩和岛屿。这些美丽优质的海滩和星罗棋布的海岛，以温暖的阳光、碧青的海水、松软的沙滩以及热带雨林景观吸引了大量的旅游者前来休闲、度假，如泰国的帕塔亚海滨、普吉岛，印尼的巴厘岛，新加坡的圣淘沙岛，菲律宾的宿务海滨，越南的下龙湾等都已成为世界著名的旅游胜地。此外，东南亚地区的火山、岩溶景观也为旅游业的发展提供了宝贵的资源。

从人文旅游资源方面看，东南亚有众多的历史文物古迹和多彩的民族风情。东南亚地区具有悠久的历史，是人类的发祥地之一。当地人民在漫长的历史发展过程中，创造了灿烂的文化，留下了众多的历史古迹。其中帝王宫殿和各种宗教建筑都是东南亚地区最富特色的历史文化遗产。如泰国的大王宫，印尼的日惹苏丹王宫，菲律宾的马拉卡南宫，柬埔寨的吴哥窟，泰国的卧佛寺、玉佛寺，印尼的婆罗浮屠，马来西亚的清真寺等都成了各国的著名旅游景点。而且，东南亚地区民族众多，宗教信仰复杂，各民族都形成了自己独特的民族文化、民俗风情，呈现出浓郁的神秘色彩，深深地吸引着旅游者。

除此之外，东南亚地区在现代化发展过程中创建的各类会展、会议、购物中心以及现代娱乐设施也成为重要的旅游吸引物。

（二）政府对旅游业的高度重视和积极支持

在东南亚地区，各国政府充分认识到旅游业对社会经济的重要地位和贡献，纷纷把旅游业作为支柱产业或新兴产业来发展。为了发展入境旅游，各国纷纷从加强旅游立法和管理、完善基础设施建设、开发更新旅游项目、增强旅游宣传、简化入境手续、给予政策优惠等方面入手，制定了相关发展战略，实施了一系列措施。

马来西亚政府在 2006 年就推出落地签证措施，让 23 个国家的游客可以在抵达马来西亚入境关卡时，才申请单次入境落地签证，以促进入境旅游的发展。同样，为了促进入境旅游发展，旅游业不发达的缅甸在 2010 年也积极推进落地签证政策。

泰国在 2009 年实施了刺激旅游的系列措施，要求酒店和航空公司下调旺季

价格,通过优惠价格吸引游客,并把旅游宣传口号从“神奇泰国”变为“神奇泰国,神奇价格”;泰国政府还专门在中国广州市举行了“泰国旅游重启”的新闻发布会。

(三) 区域合作的良好平台

在经济全球化和区域经济一体化的大趋势下,区域合作、共同发展已成为必然。尤其是对东南亚各国来说,日益加深的区域内外合作为其入境旅游的发展创造了难得的机遇。

从区域内部来看,东南亚国家在 20 世纪 70 年代就开始了区域内旅游合作,至今东南亚区域旅游合作已形成多层次多渠道的合作机制,东南亚旅游的国际形象逐渐形成,旅游合作也凸显成效,包括定期举行旅游论坛、旅游部长会议、对部分国家客人给予免签证、落地签证待遇,减收签证费等。目前,东南亚各国正在努力推进区域内的旅游市场,利用当地的自然、文化、遗产等各方面资源,把东南亚地区整合成世界最大的旅游市场;同时,为入境旅游的发展创造更好的条件和平台,区域内的各国之间也在共同开发旅游资源、建设旅游基础设施等方面积极开展合作。

从区域外部来看,东南亚及东南亚各国与其周边国家的合作正在不断加深。中国—东盟自由贸易区已建成,东盟同日韩及澳大利亚、印度、新西兰的经贸合作正在深化,交往日益频繁,而且这些国家也是东南亚入境旅游的主要客源市场,东南亚可以利用区域合作的平台加强对这一旅游市场的重点开拓。

(四) 稳定的客源市场

东南亚地区的主体客源市场是本区域的国家,尤其是旅游业较为发达的马来西亚、泰国、新加坡、印尼和菲律宾。东南亚地区是一个拥有 5.6 亿人口的巨大市场。各国之间民族、文化相同或相近,地理距离较近,旅游心理也接近;而且,各国经济运行情况较好,经济发展一直较快,整个地区的经济发展潜力巨大。随着当地经济的持续发展,人民收入的逐渐提高,居民的旅游需求也会有所增加。再加上近年来,东南亚移民政策明显放宽,东盟国家间居民互访的