



中国行政体制改革研究会研究成果丛书

中国旅游业发展 “十三五”规划研究

Zhongguo Lüyouye Fazhan
“Shisanwu” Guihua Yanjiu

魏礼群◎主编



国家行政学院出版社



中国行政体制改革研究会研究成果丛书

中国旅游业发展 “十三五”规划研究

Zhongguo Lüyouye Fazhan
“Shisanwu” Guihua Yanjiu

魏礼群◎主编

常州大学图书馆
藏书章



图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游业发展“十三五”规划研究/魏礼群主编. —北京: 国家行政学院出版社, 2017. 5

ISBN 978-7-5150-1969-7

I. ①中… II. ①魏… III. ①旅游业发展—经济规划—研究—中国—2016—2010 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 121156 号

书 名 中国旅游业发展“十三五”规划研究

主 编 魏礼群

责任编辑 陈 科

出版发行 国家行政学院出版社

(北京市海淀区长春桥路 6 号 100089)

(010)68920640 68929037

编 辑 部 (010)68928764

经 销 新华书店

印 刷 北京九州迅驰传媒文化有限公司

版 次 2017 年 6 月北京第 1 版

印 次 2017 年 6 月北京第 1 次印刷

开 本 787 毫米×1092 毫米 16 开

印 张 19.25

字 数 341 千字

书 号 ISBN 978-7-5150-1969-7

定 价 62.00 元

本书如有印装质量问题,可随时调换,联系电话:(010)68929022

《中国旅游业发展“十三五”规划研究》 课题组

课题组组长：

魏礼群 中国行政体制改革研究会会长
中国旅游智库主任

课题副组长：

赵世洪 中华全国总工会书记处书记
王满传 中国行政体制改革研究会秘书长、教授
刘应杰 国务院研究室信息司司长
张占斌 国家行政学院经济学教研部主任、教授

课题组成员和专家：

邓文奎 中国电力投资集团公司纪检组组长
苏 国 国家发改委社会司巡视员
戴桂英 中国国际经济交流中心执行局副局长
田 青 中国国际经济交流中心原战略研究部副部长、研究员
姜 峰 中国旅行社有限公司总裁
姜秀谦 国务院研究室社会司巡视员
何君臣 新华社世界问题研究中心副主任
陈如为 新华社世界问题研究中心研究员
吴必虎 国际旅游学会秘书长
北京大学旅游研究与规划中心主任

张莱楠 中国国际经济交流中心研究员
韦文英 中央编译局中国现实问题研究中心秘书长
曹卫东 北京第二外国语学院校长、教授
邹统钎 北京第二外国语学院校长助理、研究生处处长
厉新建 北京第二外国语学院专家旅游管理学院院长、教授
彭恒军 中国工运研究所副所长
张伯源 中国职工国际旅行社总社副总经理
王 露 中国行政体制改革研究会常务副秘书长
李蕴清 中国行政体制改革研究会副秘书长
陈安国 国家行政学院决策咨询部副巡视员
王海燕 国家行政学院经济学教研部副教授
蒲 实 国家行政学院决策咨询部处长
王君琦 国家行政学院决策咨询部处长
胡庆平 中国行政体制改革研究会办公室主任
安森东 中国行政体制改革研究会《行政改革内参》发行部主任
孙文营 中国行政体制改革研究会研究部副主任



前言

“十三五”时期是全面建成小康社会决胜阶段，也是推进旅游业转型升级、提质增效、持续快速发展的关键时期。为贯彻落实党的十八届五中全会提出的“大力发展旅游业”的要求，国家旅游局将“十三五”旅游发展规划编制作为重点工作，委托中国行政体制改革研究会会长、中国旅游智库主任魏礼群同志牵头组建课题组，对中国旅游业发展“十三五”规划进行研究。

课题组成员由来自国务院研究室、中华全国总工会、新华社、国家行政学院、中国国际经济交流中心、山东社会科学院、北京第二外国语学院等单位的专家学者组成。课题组专家高度重视课题研究，认真学习习近平总书记关于大力发展旅游业的系列重要论述，深入贯彻落实“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念，经过广泛搜集资料、深入调查研究、认真组织研讨，形成了中国旅游业发展“十三五”规划研究系列成果，为国家制定《“十三五”旅游业发展规划》提供了有益参考。

开创中国旅游业发展新局面、新境界，全面建成世界旅游强国，既需要深化理论研究和创新实践活动，也需要广泛深入宣传我国旅游业发展新理念、新实践、新方略。为进一步有效转化课题研究成果，我们将课题部分研究成果汇编成书，希望为广大关心和推动旅游业发展的理论工作者和实际工作者提供有益参考。

中国旅游业发展“十三五”规划研究课题组

2017年6月

目 录

前言	(1)
全面建设世界旅游强国	
——在省部级干部促进旅游业改革发展专题研讨班上的授课提纲	魏礼群 (1)
大力发展旅游业 推进旅游强国建设	
——学习中共中央“十三五”规划建议的体会	魏礼群 (39)
开明开放开拓迎接中国“旅游+”新时代	
——国家旅游局局长李金早对“旅游+”新时代的解读	李金早 (63)
中国旅游业“十三五”发展规划研究	
..... 中国行政体制改革研究会课题组	(75)
中国旅游业“十三五”发展规划相关问题研究	
..... 北京第二外国语学院课题组	(121)
从山东看全国——关于国家“十三五”旅游发展规划的思考	
..... 山东社会科学院课题组	(183)
“十三五”：构建和谐劳动关系 促进中国旅游业发展	
..... 中国旅游业劳动关系研究课题组	(207)
中国“十三五”旅游发展规划的思考与建议	石培华 (263)
关于利用资本市场促进旅游产业发展的建议	刘青松 (275)
我国旅游业改革发展面临的问题与对策	王君琦 (293)
后记	(299)

全面建设世界旅游强国

——在省部级干部促进旅游业改革发展专题研讨班上的授课提纲

全面建设世界旅游强国^①

魏礼群

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。建设世界旅游强国，是社会主义现代化国家的重大任务，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与挑战，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历史阶段和总体水平，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，我首先对我国旅游发展的总体水平作一简要分析和判断。

^① 本文是作者2015年10月19日在国家行政学院省部级干部促进旅游业改革发展专题研讨班上的授课提纲。

改革开放以来,我国旅游业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大国的转变;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,改革开放三十多年来增长了 17 倍,年均增长 10.1%。旅游已发展为大众消费,成为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,三十多年来增长了 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,世界第二位)。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 年开始,二十多年增长了 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%。过去的二十年间,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%。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,居世界第三位。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 年、2013 年、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 达 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%。

中国旅游业在短短三十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曾经经历了旅游从奢侈消费到大众消费的发展历程，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活动，这一转变历时长达近 250 年。美国从 1850 年确定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确定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 年国务院第 41 号文件《国务院关于加强发展旅游业的意见》，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。十多年来，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？

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。这既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，做大做强做强旅游业，增强我国旅游业的吸引力、影响力、竞争力；又是全面推

进国家现代化的重大任务,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;还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) 世界旅游强国的内涵

对于什么是世界旅游强国,国际社会并没有统一的、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;既有旅游宏观的考量,又有旅游企业的比较;既有旅游设施硬件的指标,又有旅游治理水平的比较;既有旅游实力指数,又有旅游者体验评价。旅游强国不在于国家大小,但必须是旅游市场大、旅游业发达的国家。在总结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“八高、八强、八支撑”。

八高:旅游总量高,旅游品质高(旅游产品质量,旅游服务质量,旅游景区环境质量),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。

八强: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。

八支撑: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,法国在接待入境旅游者数量上长期雄踞世界首位,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较早,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)。特别是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的公路交通不配套,不能适应新的旅游需求。西部地区旅游资源丰富,但铁路网和航线密度不够。豪华旅游列车发展慢,高速公路与城市结合部的汽车旅馆、汽车营地发展不够。部分旅游目的地的邮电传递、信息通信也不完善。尤其是“十一”、春节长假期间,游客火爆,道路拥挤不堪,旅游接待不暇,住宿和交通供给能力不足。旅游饭店、旅行社不能满足旅游者的需求,成为旅游投诉的热点。前不久,“十一”国庆节期间,全国共接待游客 5.26 亿人,仅国家旅游局就受理投诉举报 534 件。二是旅游产品难以满足多元化消费需求。从国际上看,旅游消费需求多元化趋势日益明显,已逐步从对观光产品的单一需求向观光、度假、会展等多元需求转变。中国旅游产品仍以观光型为主,产品开发滞后、单一,特别是主题旅游、特种旅游和度假旅游产品开发力度不够。三是部分地方旅游环境较差。有些旅游景区生态环境遭到破坏,水质污染严重,脏、乱、差现象不堪入目。不少地方旅游接待和服务设施简陋,难以向旅游者提供安全、卫生、舒适的服务。有的旅游饭店、餐馆客房、餐馆环境卫生条件差,无明码标价,变相涨价,欺客宰客,服务质量差。旅游厕所问题突出,特别是节假日期间,旅游景区如厕排队现象普遍存在,近年来旅游厕所状况虽然改善很快,但在旅游几大要素中仍是旅游者评价最低的。四是旅游市场秩序不规范。有的景区市场经营混乱。有些旅行社以不合理低价组织旅游活动,无资质经营旅游业务,发布非法旅游虚假广告。一些旅游从业人员的职业道德和服务水平低,不按规范要求为旅游者提供服务,强迫或变相强迫旅游者购物,擅自增减旅游项目,损害了旅游形象和旅游者权益。有的旅游企业削价竞争、搞市场欺诈,旅游购物场所和旅游纪念品市场以假乱真,扰乱了正常的市场经营和公平竞争秩序。五是国民旅游文明素质亟待提高。普遍存在在景区大声喧哗、乱扔废物等不文明现象,文明旅游还没有成为广大游客的自觉行为。

3. 世界级旅游名牌和旅游目的地缺少

旅游业创新能力不强，科技含量不高。一是我国还没有形成世界一流的跨国旅游集团。据相关方面统计，我国两万余家旅行社的年营业收入总额仅相当于美国运通一家的40%、日本交通公社一家的50%。中国最大的旅行社全年营业收入只相当于美国旅行社排行榜第35位，大幅低于美国等发达国家旅游企业平均水平。二是世界级旅游目的地建设差距大。2015年3月24日全球最大旅游网站猫途鹰（TripAdvisor）揭晓“2015旅行者之选——全球最佳目的地”榜单。评选范围覆盖全球超过40个国家602个旅游目的地，凝聚上千万游客在过去一年真实旅游体验。全球15强榜单中，英国、意大利、法国、西班牙各有1个入围，中国没有；25强榜单中国香港入围，中国大陆无一入围，而柬埔寨、越南、泰国、尼泊尔都有1个入围。在所评选的世界级十大旅游景点中，中国没有入围景区，美国有4个，澳大利亚有2个；20强中中国只有长城入围，美国有5个，澳大利亚有3个；50强中中国有4个入围，但都在20名之后。三是世界旅游城市差距大。2014年7月9日万事达信用卡国际公司在英国伦敦公布“世界旅行目的地指数”，前20名中只有上海市入围（居第16），英国、法国、美国、西班牙各有1个城市入围，其中英国伦敦排名第1，法国巴黎排名第3。从入境游客人均花费来看，上海市的人均花费为870美元，远低于英国伦敦、法国巴黎、美国纽约、西班牙巴塞罗那，这几个国家都在1000美元以上。四是缺少世界品牌酒店。中国还没有世界品牌酒店，全球十大酒店品牌美国占8个，法国和英国各占1个。前十名是：洲际酒店管理集团（英国）、胜腾集团（美国）、万豪（美国）、希尔顿集团（美国）、雅高集团（法国）、精品舒适酒店（美国）、最佳西方酒店（美国）、喜达屋（美国）、卡尔森（美国）、凯悦（美国）。

4. 旅游教育和人才队伍建设严重滞后

当前人才短缺是制约旅游产业发展的一大《瓶颈》，旅游人力资源有效供给与行业需求不平衡。一是旅游人力资源供给严重不足，真正进入旅游行业就业的不多。二是旅游人才在行业内流动频繁，行业外流失严重。三是职业结构不合理，各种新业态人才缺乏，高层次、高素质、高技能的领军型人才、创新创业型人才、复合型人才、国际化人才都普遍不足。四是年龄结构不合理，行业内人才普遍吃青春饭，资深专业人才不足。

5. 旅游管理体制机制不利于旅游业持续健康发展

旅游资源分属于多个不同部门，旅游工作缺乏统筹管理协调，出现问题推诿

扯皮,难以形成合力。政府与市场关系还有待理顺,“管办不分”的现象依然存在,市场作用没有得到有效发挥,政府的作用也没有得到应有发挥。缺乏系统的政策体系。旅游立法相对滞后,缺乏配套法规,旅游标准不够健全。有的节假日制度不利于旅游业发展,带薪休假制度在一些部门和企业得不到真正贯彻落实。

三、世界上旅游强国发展的主要经验和几点启示

我主要通过对已成为世界旅游强国的西班牙、法国、德国、美国旅游业发展做简要分析,研究建设旅游强国的发展规律和经验,以为我国实现由旅游大国到旅游强国提供路径选择的借鉴。

(一) 世界旅游强国的发展历程

1. 西班牙

几十年来,西班牙旅游业一直保持世界领先的地位。西班牙旅游业是伴随着整个国民经济的发展而发展起来的。从1959年起,西班牙改变了过去闭关自守的政策,对外实行全面开放,经济迅速发展起来,随之旅游业也迅速发展。西班牙政府通过一系列措施支持旅游业发展,包括增加对旅游业的投资和贷款,鼓励外国资本和本国私人投资修建旅游设施。由于政府的重视,旅游业持续快速发展。1962年西班牙接待游客为800万人,外汇收入为5亿美元;而到了1978年,西班牙接待游客人数高达3990万人,超过了本国人口,成为世界上接待游客数最大的国家。2014年,到西班牙旅游的游客达6500万人,居世界第3位,仅次于法国和美国;赚取外汇652亿美元,居世界第2位,仅次于美国。2015年世界旅游竞争力排行榜西班牙位列第一。

西班牙发展旅游业的主要做法和经验:

(1) 重视政府对旅游业发挥主导作用。从中央到地方各级政府都建立旅游管理机构,以举国之力发展旅游。国家通过立法建立起完善的管理经营体系和制度。政府不断制定和实施促进旅游业发展的阶段性计划、年度计划和专项计划。1992年制定的《1992—1995年西班牙旅游业竞争力规划》有力地促进了西班牙旅游业素质和竞争力的提升。2008年国际金融危机以后,西班牙推出旅游业发展计划,制定出《2012—2015年全国一体化旅游计划》,这个计划以强化西班牙旅游业在世界上的优势地位、竞争力和可持续发展为主要目标。据反映,该计划