



21世纪海上丝绸之路与东盟区域旅游合作丛书
Shiji Haishang Sichou Zhilu yu Dongmeng Quyu Luyou Hezuo Congshu

21世纪海上丝绸之路 中国与东盟 区域旅游合作研究

21Shiji Haishang Sichouzhilu
Zhongguo yu Dongmeng Quyu Luyou Hezuo Yanjiu

宋一兵 郭华 何向 著



海外情



国家出版基金项目
NATIONAL PUBLICATION FOUNDATION



21世纪海上丝绸之路与东盟区域旅游合作丛书

Shiji Haishang Sichou Zhilu yu Dongmeng Quyu Luyou Hezuo Congshu

21世纪海上丝绸之路 中国^与东盟 区域旅游合作研究

21Shiji Haishang Sichouzhilu
Zhongguo yu Dongmeng Quyu Luyou Hezuo Yanjiu

■ 宋一兵 郭华 何向 著



廣東旅游出版社

GUANGDONG TRAVEL & TOURISM PRESS

悦读书·悦旅行·悦享人生

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

21 世纪海上丝绸之路中国与东盟区域旅游合作研究/宋一兵, 郭华, 何向著. —广州: 广东旅游出版社, 2017. 11

ISBN 978 - 7 - 5570 - 1125 - 3

I. ①2… II. ①宋… ②郭… ③何… III. ①旅游业—国际合作—经济合作—研究—中国、东南亚国家联盟 IV. ①F592.3 ②F593.303

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 249846 号

出 版 人: 刘志松

策划编辑: 官 顺

责任编辑: 彭素芬

封面设计: 邓传志

责任技编: 刘振华

责任校对: 李瑞苑

21 世纪海上丝绸之路中国与东盟区域旅游合作研究

21 SHI JI HAI SHANG SI CHOU ZHI LU ZHONG GUO YU DONG MENG QU YU LÜ YOU HE ZUO YAN JIU

广东旅游出版社出版发行

(广州市越秀区环市东路 338 号银政大厦西楼 12 楼)

邮编: 510180

电话: 020 - 87348243

网址: www.tourpress.cn

印刷: 广州家联印刷有限公司

(广州天河吉山村坑尾路自编 3 - 2 号)

开本: 787mm × 1092mm 16 开

字数: 200 千字

印张: 14

印次: 2017 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

印数: 1 - 1000 册

定价: 38.00 元

【版权所有 侵权必究】

本书如有错页倒装等质量问题, 请直接与印刷厂联系换书。

丛书编委会：

主 任：朱 竑

副主任：吴智刚、司徒尚纪（中山大学）、吴必虎（北京大学）

委 员：赵耀龙、蔡晓梅、方远平、瞿 华、李琼英、林德荣、李 爽、
宋一兵、朱定局、熊 伟、吴 颖、毕斗斗

丛书国际交流委员会：

主 任 委 员：Lily kong 教授（新加坡管理大学）

副主任委员：林初升 教授（香港大学）

苏晓波 副教授（美国俄勒冈大学）

总策划：朱 竑

主 编：刘志松

副主编：江丽芝 周向辰

编辑组：官 顺 厉颖卿 赵瑞艳 彭素芬 江 南 李政融

封面设计：邓传志

民心相通，和谐共建

——《21 世纪海上丝绸之路与东盟区域旅游合作》丛书总序

2013 年 9 月，习近平总书记在访问中亚四国期间首次提出了共同建设“丝绸之路经济带”的构想。2013 年 10 月，习近平总书记在访问东盟期间再次提出了共建 21 世纪“海上丝绸之路”的构想。自此，“一带一路”成为了中国国家层面乃至世界层面的大战略，影响深远，意义巨大。

《21 世纪海上丝绸之路与沿线国家区域旅游合作》丛书即是上述背景下的产物，是广东旅游出版社与华南师范大学旅游管理学院共同合作，积极响应国家战略而进行的主题出版，是从旅游的视角出发，服务于国家战略，为丝绸之路经济带的旅游发展提供创新理论和实践指导的一种尝试。本套丛书共分三辑，目前出版的是第一辑，聚焦于 21 世纪海上丝绸之路上中国与东盟区域旅游合作研究，包括吴智刚教授的《21 世纪海上丝绸之路与妈祖文化》，李琼英教授的《21 世纪海上丝绸之路与宗教文化之旅》，宋一兵、郭华、何向教授的《21 世纪海上丝绸之路——中国与东盟区域旅游合作研究》，瞿华教授的《21 世纪海上丝绸之路与精品旅游》，李爽、林德荣教授的《21 世纪海上丝绸之路与东南亚国家文化旅游》共五本。

《21 世纪海上丝绸之路与妈祖文化》从妈祖文化的渊源谈起，探讨妈祖文化对于建设 21 世纪海上丝绸之路的积极作用，东盟沿线国家所存在的妈祖文化遗址及认同，以及如何通过妈祖文化实现“一带一路”的重要战略目标：民心相通。并提出了妈祖文化的道德内涵、信仰内涵和多学科文化内涵；认为妈祖文化是寻根文化、和平文化、爱国文化、美德文化和海洋文化的集合。

《21 世纪海上丝绸之路与宗教文化之旅》以广州为起点，以海上丝绸之路为线索，介绍世界三大主要宗教在广州、东南亚及南亚沿海地区的传播，及其在长期历史发展中遗存下来的著名宗教景观，以期寻找出中国与东盟国家宗教文化的同宗同源，找出人们之间信仰的共通点，从而为中国与东盟区域旅游合

作找出共通之处。

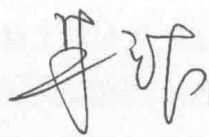
《21 世纪海上丝绸之路—中国与东盟区域旅游合作研究》以中国重要的区域旅游市场广东省为例，从旅游的视角研究海上丝绸之路上中国与东南亚地区的旅游交流活动，对于厘清广东等区域在海上丝绸之路中的文化旅游活动地位与作用、深入探讨中国与东南亚地区在旅游文化交流中的发展、特点与走向，提供可资借鉴的研究视角与方向，从旅游的视角重新审视其与东南亚地区的交流，不仅对双边的旅游业发展，同时更对双边的文化交流具有重要意义。

《21 世纪海上丝绸之路与精品旅游》以东盟精品旅游线路与营销策略为主线，分别对东盟精品旅游线路及营销策略进行研究与探讨，并对中国改革开放以来与东盟旅游合作进行了深入研究，提出了东盟精品旅游线路设计与营销的策略，从而为国内旅游部门和相关旅游者提供了决策参考。

《21 世纪海上丝绸之路与东南亚国家文化旅游》研究赴东南亚旅游的中国游客的行为特征及旅游体验，对于促进双方旅游业的发展，加强与东南亚的旅游合作，深化中国与东南亚各国的人文交流与务实合作具有重要意义。中国与东南亚很多国家历史上就以“海上丝绸之路”为途径，通过人口迁徙、贸易往来、文化交流和族群互动保持密切的社会交往，形成了复杂多元的社会网络体系，是当今中国与东南亚国家文化旅游合作的雄厚基础，在区域旅游合作过程中，中国与东南亚国家互为重要的客源地和旅游目的地。

建设 21 世纪海上丝绸之路，实现“民心相通”，达到“共商、共建、共享”之目标，是各行各业研究者当前学术建设的当务之急。作为旅游领域的研究者，本人非常荣幸成为此套丛书的总策划，也非常乐意为此套丛书的出版写几句话。

是为序。



2017 年 5 月

第一章 绪论 / 001

- 第一节 导言 / 002
- 第二节 海上丝绸之路与区域旅游 / 013
- 第三节 东盟区域旅游的形成与发展 / 023
- 第四节 国内外研究与观点 / 027

第二章 海上丝绸之路与东盟区域旅游 / 037

- 第一节 东南亚地区的封建王国 / 039
- 第二节 东盟的地理学概念及延伸 / 043
- 第三节 东盟的政治经济学概念及发展 / 047
- 第四节 东盟无国界旅游的发展 / 051
- 第五节 海上丝绸之路与东盟沿线旅游 / 055

第三章 海上丝绸之路上的“国际旅游共同体” / 065

- 第一节 基于地缘关系的区域旅游合作 / 065
- 第二节 国际旅游共同体的提出与建立的基础 / 069
- 第三节 中国与东盟：海上丝绸之路上的国际旅游共同体 / 075
- 第四节 “海上丝绸之路”倡议的反响与回应 / 083

第四章 利益相关者视角的东盟区域旅游合作与发展 / 091

第一节 中国—东盟区域旅游合作中的利益相关者 / 092

第二节 利益相关者视角下的中国—东盟区域旅游合作 / 101

第三节 中国—东盟区域旅游合作中的利益规制与协调 / 111

第五章 海上丝绸之路与中国—东盟区域旅游竞合关系 / 117

第一节 海上丝绸之路因素的介入与影响 / 119

第二节 中国区域旅游竞合能力分析 / 122

第三节 东盟区域旅游竞合能力分析 / 124

第四节 中国与东盟区域旅游竞合态势及其走向 / 127

第六章 海上丝绸之路与东盟区域旅游竞争与合作机制 / 139

第一节 区域空间组织模式与旅游活动 / 140

第二节 制度衔接模式 / 142

第三节 旅游产业组织特点 / 145

第四节 中国—东盟区域旅游竞合状况评价 / 146

第五节 国别竞合发展态势分析 / 157

第七章 中国—东盟区域旅游创新型发展战略 / 171

第一节 中国在区域旅游合作进程中的探索 / 171

第二节 东盟在区域旅游合作进程中的探索 / 181

第三节 中国—东盟区域旅游危机管控与治理研究 / 190

第四节 中国—东盟区域旅游创新型发展战略 / 197

结语 / 205

参考文献 / 207

第一章 绪论

两千多年前，亚欧大陆上勤劳勇敢的中国人和其他国家与地区的人一道，探索出多条连接亚欧非几大洲的贸易和人文交流通路，后人将其统称为“丝绸之路”。^①“丝绸之路”一词无疑在中国的对外交流史上具有历史符号般的标志性意义。不过，“丝绸之路”的名称却并非古已有之。有意思的是，这个词的使用本身即是中西方交流的产物。曾任柏林大学校长的德国地质学家李希霍芬（Richthofen, Ferdinand von, 1833—1905年），曾经七次来到中国，在经过多年对中国地质地理状况进行考察之后，于1877—1912年撰写出版了《中国》一书，在这部书的首卷中，首次提出了“丝绸之路”的概念，本意是借中西方贸易交往过程中最著名的产品——丝绸，来描述这条古老的商路，没想到这个名称一出，很快得到广泛的运用。人们在这个思路的基础上不断提出更多想法来补充这一提法。而海上丝绸之路，则是长期以来中国在陆地疆域之外，与世界其他地区进行贸易往来的海上交通路线。中国的丝绸、瓷器等商品除了通过横贯亚欧大陆的陆上交通通道大量输往中亚、西亚和欧洲、非洲国家之外，实际上，一直都存在着一条重要的海上交通线，通过这条横亘于万里海洋之上的运输线，更多的源自中国的货物运往各国，远销到世界各地。也正是因为如此，在德国地理学家李希霍芬将横贯东西方的陆上交通路线命名为“丝绸之路”后，有的学者又进而加以引申，称东西方的海上交通路线为“海上丝绸之路”。“海上丝绸之路”的提法也成为独立于“陆上丝绸之路”的一个新的概念。

^① 《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，国家发展改革委、外交部、商务部，4月28日联合发布。

1903年，欧洲汉学泰斗、法国著名汉学家沙畹（Emmanuel-édouard Chavannes, 1865—1918年）在其所著的《西突厥史料》中，有“丝路有海陆两道”的说法，也得到人们认可，自此，海上丝绸之路的提法也被广为接受和使用。1967年，日本学者三杉隆敏著述并发表了《探索海上的丝绸之路》一书。书中三杉隆敏直接用“海上丝绸之路”代替了一直以来人们提到的“海上陶瓷之路”。这也是日本学术界第一次正式使用“海上丝绸之路”这个提法，在亚洲地区产生了一定的影响。

纵观历史，应该说，“丝绸之路”与古代中国的玉石之路、陶瓷之路、香料之路一样，所承载的不仅是古代中国连接亚洲、非洲和欧洲的陆上与海上商业贸易的交流职能，更重要的是它已经深刻地浸润和影响到千百年来中国大地与外界的文化交流与思想交流。从这个意义上讲，与其说“丝绸之路”是一条古中国对外交往的商路，还不如说它是一条交流之路，文化之路。尤其是“海上丝绸之路”在新的历史时期的再次提出，更加彰显出这条古商路的价值。

第一节 导言

时光飞逝，人类进入21世纪，这条古老的商路在新的历史时期焕发出新的活力。2013年9月，中国国家主席习近平首次提出了建设“新丝绸之路经济带”的战略思路，紧接着，当年10月，又创造性地提出了“21世纪海上丝绸之路”的战略构想。中国国家主席习近平在东盟成员国印度尼西亚的国会发表了题为《携手建设中国—东盟命运共同体》的重要演讲。

至此，“一带一路”作为新世纪中国国家发展战略“十三五”规划的重要组成部分开始落地、成形。2014年10月24日，包括中国、印度、新加坡等在内的21个首批意向创始成员国的财长和授权代表在北京签约，共同决定成立亚洲基础设施投资银行（Asian Infrastructure Investment Bank，简称亚投行，AIIB）；同年年底，由中国出资400亿美元建立的丝路基金成立。一系列的雷霆动作之下，“一带一路”倡议备受世人关注，由于沿线60多个国家中大多数属发展中国家，被认为中国在南南合作（发展中国家之间的合作）中展现

出了最大的诚意与气魄。截至2015年5月底,中国对“一带一路”沿线64个国家和地区的累计投资额达到1612亿美元,约占中国对外直接投资总额的20%。其中,新加坡、印尼、老挝这三个东南亚国家位列前三位。

在这种背景之下,作为“一带一路”战略涵盖的重要海上区域的东南亚地区再次进入人们的视线。多年以来,人们对这一地区的看法似乎还停留在十几二十年之前的认识上。1997年,始于泰国的亚洲金融危机的爆发使得在整个20世纪90年代初期、中期处于良好发展势头的东南亚地区一下子跌入低谷。一场以泰铢贬值为标志的区域性金融危机迅速向东南亚乃至全球扩展。重灾区泰国和其周边的马来西亚、新加坡、菲律宾、印尼等国家纷纷中招,几乎所有东南亚区域的国家都未能幸免。一时间,本国货币狂泻,国家外汇吃紧,生产低迷,需求萎缩,整个东南亚地区陷入困顿之中。有人感叹,曾经的世界经济“亮点”不再,并且很可能从此一蹶不振。如今,近20年过去了,人们在世界经济与政治的洪流中依然能够看到东南亚地区在危机之后不断发展、不断进取的身影。更令人惊叹的是,东盟十国在2015年岁末宣布,东盟经济共同体(Asean Economic Community)于12月31日正式成立。这意味着经济总规模接近2.6万亿美元、覆盖面达6亿多人口的全球又一大经济共同体在多年的努力之后终于落地。从这个意义上讲,这一地区的变化与发展不仅对于中国而言是如此,甚至对全世界来说都有着重要的意义。它完成了全球除北美自由贸易区、欧洲经济共同体之后的又一个以涵盖多个国家的大规模的经济共同体建设。虽然这一过程极为艰难,区域内国家发展差异很大,但最终通过经济共同体的建立使区域发展互融互通的愿景与蓝图得以实现。

从海上丝绸之路发展的历史背景中发掘区域旅游文化交流的特殊性,对中国与东盟区域的旅游交流活动进行深入研究,重新梳理出旅游文化交流活动的发展脉络,意义十分重大。同时,从学术研究的角度出发,分析中国尤其是广东省为代表的沿海地区在海上丝绸之路的对外旅游交往活动,以及与东盟的旅游交流活动的主要特点和特征,揭示中国与东盟区域旅游文化交流合作的形成机制、内涵特质与影响力,对于促进中国与这一地区的深入旅游交往也会大有裨益。

广东省不仅是中国重要的区域旅游市场，也是东南亚国家重要的旅游客源地。近年来，东盟的广东省客源市场增长很快。作为海上丝绸之路的重要起始港口与商都，广东在中国南向旅游发展中的地位非常特殊，不仅在中国与东南亚的货物贸易交流中地位重要，对双边的人员来往与文化交融也起到了重要作用。从旅游的视角研究海上丝绸之路，中国与东南亚地区的旅游交流活动，对理清广东等区域在海上丝绸之路中的文化旅游活动地位与作用，深入探讨中国与东南亚地区在旅游文化交流中的发展、特点与走向，能够提供可借鉴的研究视域与方向。旅游交流活动自古有之，但在商贸活动中，旅游的地位与作用往往被忽视了。尤其在“一带一路”已经成为国家发展战略的今天，广州作为国家南部重要的发展重心，从旅游的视角重新审视其与东南亚地区的交流，不仅对双边的旅游业发展同时更对双边的文化交流具有重要意义。

东南亚（Southeast Asia）位于中国南部、亚洲东南部，范围包括中南半岛和马来群岛两大部分。中南半岛因位于中国以南而得名，南部的细长部分叫马来半岛。马来群岛散布在太平洋和印度洋之间的广阔海域，是世界最大的群岛。

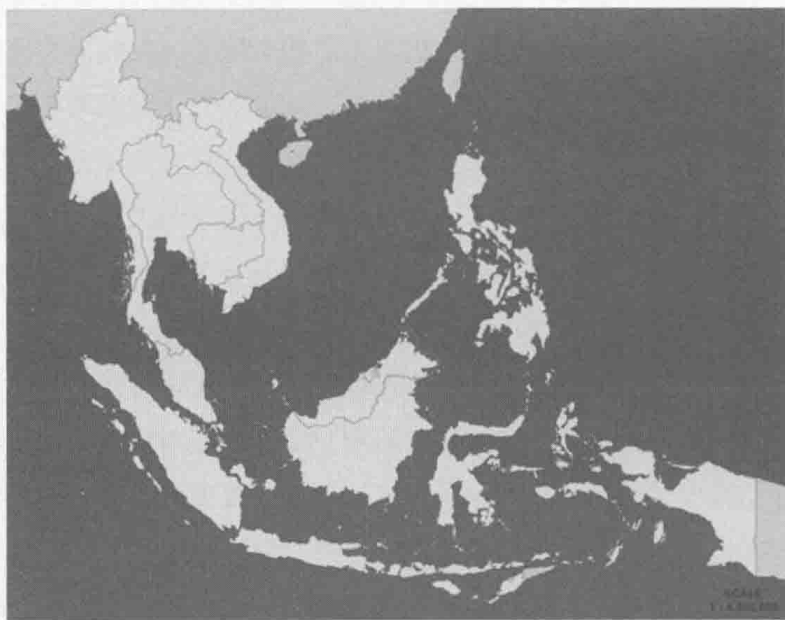


图 1-1 东南亚地理位置

（图片来源：<http://www.asean.org>，东盟秘书处官方网站。）

东南亚作为一个地理名称,并非自古有之,而是一个在第二次世界大战后期才出现的新地区名称。20世纪60年代,在美苏两大意识形态阵营对峙的国际背景下,这一地区的部分国家从本国和本地区的利益出发,开始酝酿成立相应的国际组织,以更好地维护本国和本区域的利益。并先后于1961年7月31日、1967年8月8日在泰国首都曼谷成立了东南亚联盟及东南亚国家联盟(ASEAN,简称东盟,Association of Southeast Asian Nations)。今天的人们在谈及东南亚地区的时候往往以东盟为代表,这种看法不无道理。应该说,东盟作为一个区域组织是东南亚地区的当然代表。需要特别说明的是,在本书中,为研究方便,东盟国家所在区域与东南亚地区被视为同一区域。

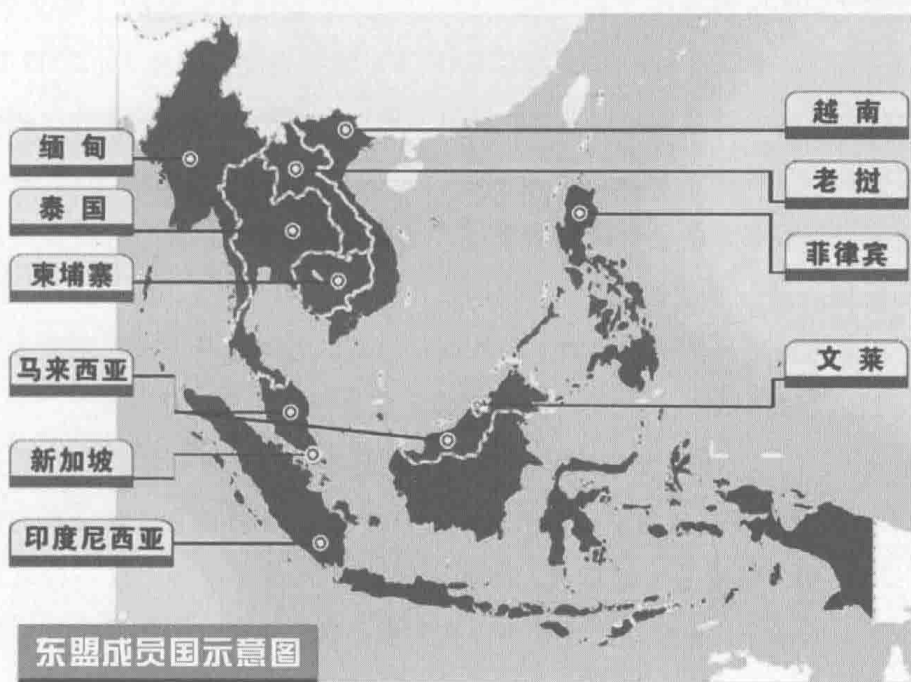


图 1-2 东盟成员国示意图

(注:上图中未包括东盟观察员国东帝汶)

(图片来源: <http://baike.sogou.com/v256693.htm>, 搜狗百科图册。)

中国与东南亚之间存在着不可分割的地缘关系。其中,越南、缅甸、老挝三国分别与我国广西、云南等省区陆地接壤,中国与文莱、菲律宾、印度尼西亚

亚等国隔南海相望。

自 1967 年东盟区域组织成立之后，东南亚地区区域合作日益加强。以东南亚 10 国为主体的东盟组织在进入 21 世纪之后，已部分或全部实现了区域一体化，成为国际经济中引人注目的区域经济力量。中国与东盟国家的经贸联系与合作自 20 世纪 70 年代之后增长也十分迅速，旅游业日益成为双方经贸联系的重要部分。2010 年中国—东盟自由贸易区的建立更是为东盟地区旅游业的发展带来了契机。中国与东盟国家的经贸合作自 20 世纪 70 年代之后增长迅速，90 年代之后更甚。2000 年双方贸易额达 395 亿美元，为 20 世纪的最高点。加上中国与东南亚国家之间存在的独特的地缘、史缘、文缘、亲缘关系，使得双方之间的区域合作（即“10 + 1”中国—东盟自由贸易区（英文全称：China - ASEAN Free Trade Area 缩写 CAFTA）的构想充满想象力。2000 年 11 月，时任中国国务院总理朱镕基首次提出了建立中国—东盟自贸区的设想，这一建议得到东盟各国领导人的积极响应。早在 2001 年 11 月召开的文莱会议上，中国与东盟双方就已明确地表明了十年之内建成“中国—东盟自由贸易区”的愿望。这一愿望经过十年的努力，终于在 2010 年 1 月 1 日正式建成。中国—东盟自由贸易区按当时的人口数据，自贸区能够惠及中国与东盟十国共 19 亿人口，区内国民生产总值 6 万亿美元、贸易额达 4.5 万亿美元。

见表 1 - 1，自 1990 年以来，中国—东盟贸易额一直以年均两位数的速度递增。东盟 1990 年起成为中国第五大贸易伙伴。据国家海关总署公布的数据显示，2011 年，东盟又力超日本，成为中国第三大贸易伙伴，这一排名迄今未曾改变。据统计，东盟地区还是中国在发展中国家中最大的贸易伙伴。更为重要的是，中国也继续成为东盟的第一大贸易伙伴。

表 1 - 1 中国—东盟双边贸易统计表

年份	贸易额（亿美元）	同比增减（%）	贸易伙伴排名
2003	782. 52	42. 9	5
2004	1058. 83	35. 3	5
2005	1307. 70	23. 1	5

(续上表)

年份	贸易额 (亿美元)	同比增减 (%)	贸易伙伴排名
2006	1606.37	23.2	5
2007	2025.02	26.0	4
2008	2311.13	14.1	4
2009	2130.07	-7.8	4
2010	2927.75	37.5	4
2011	3628.5	24.0	3
2012	4001.00	10.3	3
2013	4436.10	10.9	3
2014	4803.9	8.2	3
2015	4721.6	-1.7	3
2016	4517.96	-4.3	3

(数据来源:根据国家海关总署 (<http://www.customs.gov.cn/>) 相关数据综合计算而成。)

可以看到,中国与东盟的贸易总量在2009年、2014年、2015年出现下滑,究其原因,与全球经济的发展有密切关联。2008年,由于美国次贷危机的影响逐渐蔓延,很快演变为一场全面波及全球的金融危机。美国经济的巨大影响力使得这场危机给中国和东南亚国家带来了不同程度的影响。因此,2009年出现贸易量的下滑属情理之中。而2014年、2015年两年的全球经济形势持续不景气,使得经济需求出现连锁反应,美国、欧盟等发达经济体的终端产品需求下降导致中国的中端需求也出现一定程度的萎缩,东南亚地区作为产品链上的一端,自然也受到波及。另外,根据中国商务部、国家统计局、国家外汇管理局发布的《2015年度中国对外直接投资统计公报》数据,2015年,中国对东盟的直接投资达146亿美元,比上一年增长87%,创出历史新高。原来在中国生产的企业走出国门,将工厂开到了东盟国家,虽然实际投资增加了,但贸易量出现了减少的情况。其中,中国对东盟租赁和商务服务业的投资达到66.74亿美元,主要投资去向是越南、新加坡、马来西亚、印尼等地,占比达到45.7%。

从中国东盟相互直接投资的角度来看，中国与东盟之间直接投资额度在 2006 年之后发生了很大变化，由之前的稳定（东盟每年直接投资中国约在 30 亿美元上下）状态变为高速增长态势，2007 年，东盟对中国投资将近 100 亿美元，2012 年，这一数字上升至 600 亿美元，同期中国对东盟投资也接近 700 亿美元。从双向投资的角度看，双方合作潜力很大。东盟国家由于发展层级的不同，一些国家是具备向外投资能力的，比如新加坡、泰国、印度尼西亚等国，其经济长时期处于高速增长阶段，盈余资本也相对较丰盈，有能力对外输出资本，而且投资形式多以安全的中小企业投资为主，这对于中国的发展尤其是中西部的发展意义重大。

根据世界贸易组织的统计，20 世纪全球的输出地区、次地区贸易协定已达成 170 多个，其中 90% 以上产生于 20 世纪的最后 10 年。可以认为，在经济全球化进程的推动下，区域经济合作已成为推动各国经济合作与发展的主导趋势。

在北美、欧洲、东亚三大板块经济区中，最具潜力的当属东亚经济。但从“东亚经济圈”的提出到倡导成立“东亚经济核心论坛”的三四十年时间过去了，区域经济合作一直没有突破性的进展。而“10 + 3”与“10 + 1”模式的提出使近两年的东亚经济合作进程有了明确的共识与新的起点。

中国与东盟的合作作为东亚经济圈的重要组成部分，其发展前景受到广泛关注。

旅游贸易一直在东南亚国家经济中起着举足轻重的作用。旅游业伴随着其经济的长足进步而越来越引人注目。东南亚各国和大多数发展中国家一样，在经济实力有限的情况下选择了优先培育和发展国际入境旅游市场的方式，并以其独特的人文和自然旅游资源在世界旅游版图上占据重要地位。这一地区的入境旅游人数从 20 世纪 90 年代初的 2000 万人次增长到 2013 年的 7300 多万人次，增长了近 3 倍多，发展速度很快。据统计，2015 年中国接待东盟国家游客数量约为 655.17 万人次，中国公民首站赴东盟国家达到 1709.40 万人次，双方互访人数达 2364.57 万人次，实现了中国与东盟（10 + 1）领导人在第 18 次领导人会议上提出的到 2015 年底“双向旅游突破 2000 万人次”的目标。这