

LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材

LÜYOUXU



中国旅游客源国 概 况

陈家刚 编著



6-43

南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

中国旅游客源国概况

陈家刚 编著

南开大学出版社

天津

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游客源国概况/陈家刚编著. —天津:南开大学出版社, 2005. 6

ISBN 7-310-02253-X

I. 中... II. 陈... III. 旅游客源—概况—中国
W. F592. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 138428 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

南开大学印刷厂印刷

全国各地新华书店经销

*

2005 年 6 月第 1 版 2005 年 6 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 10.375 印张 2 插页 297 千字

定价:19.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

前 言

改革开放使中国经济实现了快速、持续的增长,一个政治稳定、民族祥和、国泰民安的强大中国正日益展现在世人面前。中华五千年灿烂的文化与幅员辽阔、丰富多样的自然风光,更使得我国的旅游资源在国际旅游市场上占有相当重要的地位。目前,中国正在成为全世界发展最快和最受旅游者注目的旅游目的地国家之一。在入境旅游蓬勃发展的今天,加强对来华旅游客源市场的分析,加深对海外旅游客源地国家的了解和认识,对于我国入境旅游持续、健康、稳定的发展,对于有的放矢地宣传促销、打造知名度,不断提升我国旅游资源的吸引力和旅游产品的国际竞争力,真正实现我国从旅游资源大国向旅游强国的转变,有着十分重大的现实意义。

本书正是从这样一个良好的愿望出发,将我在教学实践中搜集和积累的有关中国旅游客源市场和主要客源国等方面的一些知识与学习体会归纳整理编撰而成。全书一方面按照世界旅游组织对全球旅游市场的划分,逐一分析了各个市场区间的特点以及我国在其中可能的市场份额;另一方面又按照各个市场区间对我国的重要性程度,将其中最重要的20个旅游客源国和地区的自然地理环境特征、社会环境概况、旅游业发展历程和旅华市场的细分情况逐一做了较为详细的总结与评价,旨在为全面分析、研究和预测我国的海外客源市场走向和掌控入境游客在旅游消费与旅游需求各环节的特点时有所帮助与启发。

全书内容共分八章。第一章:世界及中国旅游业;第二章:中国海外客源市场分析;第三章:东亚地区主要客源国;第四章:东南亚地区主要客源国;第五章:欧洲主要客源国;第六章:北美洲主要客源国;第七章:港澳台地区及海外华侨华人;第八章:其他地区。实际上,整个内容可以分为两个部分,第一、二章是关于中国客源市场的总论部分,它系

统地介绍了我国海外客源市场的宏观环境;第三至第八章则是分区域地介绍各地域主要客源国的详细情况。

在内容方面,本书力图全面展示我国在海外旅游客源市场方面的最新研究成果,绝大多数统计数字都已更新至近一两年,以使读者能够捕捉到最新的发展动态和变化趋势。书中引用了许多专家、学者以及相关研究人员的研究成果,虽然我试图一一列举、标注并注明,仍难免有疏漏之处。在此对各位专家、学长以及同仁一并表示感谢,疏漏之处诚致歉意。

参与本书编写工作的还有莫晓莹、洪燕芳、杨琳、范娇娇四位同学,她们帮我搜集和整理了大量资料,为我顺利、及时地完成编写任务付出了艰苦的劳动。

另外,本书的编写过程中还得到了许多老师给我的帮助与支持。感谢徐虹副主任给我的鼓励,感谢孙淑兰老师给我的悉心指导及其对本书的热情关怀,感谢编辑宋老师对书稿的科学把握、对文字的细细推敲以及很多很好的建议。

由于时间仓促,再者就是本人的学识与能力所限,书中的有关内容难免有不当之处,恳请各位专家、读者批评指正。

作者

2004年12月30日

目 录

第一章 世界及中国旅游业	(1)
第一节 世界及中国旅游业的发展	(2)
一、世界旅游业的发展历程及发展趋势	(2)
二、中国旅游业的发展历程及其对经济社会发展作出的 贡献	(11)
第二节 世界旅游组织	(21)
一、世界旅游组织简况	(21)
二、世界旅游组织与全球旅游业发展	(23)
第三节 世界六大旅游市场	(24)
一、东亚及太平洋旅游区	(24)
二、南亚旅游区	(26)
三、中东旅游区	(26)
四、欧洲旅游区	(29)
五、美洲旅游区	(33)
六、非洲旅游区	(35)
第二章 中国海外客源市场分析	(38)
第一节 中国海外客源市场概述	(39)
一、中国海外客源市场的历史回顾	(39)
二、中国海外客源市场的形成	(40)
三、外国旅华游客的地域构成	(43)
第二节 中国海外客源市场特征	(45)
一、地域结构特征	(45)
二、性别与年龄结构特征	(48)
三、职业构成特征	(50)
四、旅游目的、方式、次数和停留时间变化	(51)
五、海外游客在国内的流量流向分析	(55)

第三节 中国海外客源市场的发展趋势	(56)
一、入境旅游人数将持续增长	(56)
二、传统市场持续保持稳定,薄弱市场部分将有所加强	(57)
三、周边地区和发达国家仍将是我国最重要的客源国	(57)
第三章 东亚太地区主要客源国	(59)
第一节 日本	(60)
一、自然环境	(60)
二、社会概况	(62)
三、旅游业概况	(68)
四、旅华市场	(78)
第二节 韩国	(84)
一、自然环境	(84)
二、社会概况	(85)
三、旅游业概况	(90)
四、旅华市场	(92)
第三节 蒙古	(98)
一、自然环境	(98)
二、社会概况	(99)
三、旅游业概况	(104)
第四节 澳大利亚	(106)
一、自然环境	(106)
二、社会概况	(107)
三、旅游业概况	(114)
四、旅华市场	(116)
第五节 新西兰	(121)
一、自然环境	(121)
二、社会概况	(122)
三、旅游业概况	(126)
四、旅华市场	(128)

第四章 东南亚地区主要客源国	(132)
第一节 东南亚地区概况	(133)
一、自然地理概况	(134)
二、旅游资源特征	(136)
三、旅华市场	(138)
第二节 新加坡	(140)
一、自然环境	(140)
二、社会概况	(140)
三、旅游业概况	(143)
四、旅华市场	(152)
第三节 马来西亚	(153)
一、自然环境	(153)
二、社会概况	(154)
三、旅游业概况	(155)
四、旅华市场	(161)
第四节 泰 国	(162)
一、自然环境	(162)
二、社会概况	(163)
三、旅游业概况	(166)
四、旅华市场	(168)
第五节 印度尼西亚	(169)
一、自然环境	(169)
二、社会概况	(170)
三、旅游业概况	(173)
四、旅华市场	(174)
第六节 菲 律 宾	(176)
一、自然环境	(176)
二、社会概况	(177)
三、旅游业概况	(178)
四、旅华市场	(181)

第五章 欧洲主要客源国	(184)
第一节 英 国	(187)
一、自然环境	(187)
二、社会概况	(187)
三、旅游业概况	(190)
第二节 法 国	(194)
一、自然环境	(194)
二、社会概况	(194)
三、旅游业概况	(197)
第三节 德 国	(199)
一、自然环境	(199)
二、社会概况	(200)
三、旅游业概况	(204)
第四节 意大利	(208)
一、自然环境	(208)
二、社会概况	(208)
三、旅游业概况	(211)
第五节 俄罗斯联邦	(213)
一、自然环境	(213)
二、社会概况	(213)
三、旅游业概况	(217)
第六章 北美洲主要客源国	(222)
第一节 美 国	(223)
一、自然环境	(223)
二、社会概况	(225)
三、旅游业概况	(234)
第二节 加拿大	(242)
一、自然环境	(242)
二、社会概况	(243)
三、旅游业概况	(246)

四、旅华市场	(247)
第七章 港澳台地区及海外华侨华人	(253)
第一节 香 港	(254)
一、自然环境	(254)
二、社会概况	(255)
三、旅游业概况	(258)
第二节 澳 门	(263)
一、自然环境	(263)
二、社会概况	(264)
三、旅游业概况	(267)
第三节 台 湾	(271)
一、自然环境	(271)
二、社会概况	(271)
三、旅游业概况	(275)
第四节 海外华侨华人	(279)
一、海外华侨华人的由来和发展	(279)
二、华侨华人在世界各地的分布	(281)
三、海外华侨华人对居住国的贡献	(282)
四、华侨华人对中国的贡献	(284)
五、华侨华人的中国文化情结	(286)
六、华侨华人是海外客源市场的组成部分	(287)
第八章 其他地区	(290)
第一节 南亚与印度	(291)
一、南亚概述	(292)
二、佛教占国 印度	(295)
第二节 北非与中东	(307)
一、北非及中东概况	(307)
二、金字塔王国——埃及	(309)
三、神秘国度——以色列	(313)

第一章 世界及中国旅游业

学习目的

通过本章的学习,全面了解世界与中国旅游业的发展状况,对世界旅游组织有一个基本的认识,尤其应该对世界旅游组织关于全球旅游市场区域的划分以及各个市场区域的基本特征有明确、清晰的认识,为深入研究国际、国内旅游发展态势,为正确分析与评价我国的海内外旅游市场范围奠定基础。

主要内容

●世界及中国旅游业的发展

世界旅游业的发展历史

新世纪世界旅游业的发展趋势

中国旅游业的发展历程及其对经济社会发展作出的贡献

新中国旅游业的发展历程

新时期中国旅游业在经济发展中的重要作用

中国旅游业的发展前景

●世界旅游组织

世界旅游组织的产生与发展

世界旅游组织的性质与作用

世界旅游组织对全球旅游业发展的影响

世界旅游组织的全球市场区划

●世界六大旅游市场简介

东亚及太平洋旅游区

南亚旅游区

中东旅游区

欧洲旅游区

美洲旅游区

非洲旅游区

第一节 世界及中国旅游业的发展

一、世界旅游业的发展历程及发展趋势

(一)历史的回顾

旅游,作为一种社会现象,是古已有之的。按照旅游史学家们的说法,国际性的旅游行为是在距今约 3 500 年的古埃及产生的,当时的埃及女王曾兴致勃勃地访问了今日的索马里地区。根据中国古籍的记载,中国周朝的周穆王,曾在距今约 3 000 年前,由今日的陕西到今日的青海旅行,在昆仑山与西王母相会。这些故事,当然含有传说的成分,但汉朝的司马迁、唐朝的李白、明朝的徐霞客等大史学家、大文学家、大旅行家,都在游历中留下了千古不朽的文章;东晋的法显、唐朝的玄奘、明朝的郑和,则被公认为是国际大旅行家。

1. 近代旅游业发端于西欧

旅游,作为一种独立的行业,距今只有 200 年左右的历史。一般认为,19 世纪前期到中期,是现代旅游业的前发期。英文中首次出现“旅游者”(tourist)这个词,是在 1811 年英国出版的《牛津词典》上;世界上第一家诞生的旅行社,是 1841 年英国人托马斯·库克创办的可以为旅游者提供食、住、行服务的“THOMAS COOK 父子公司”;世界上出现的第一家现代化饭店宾馆,是 1850 年在法国巴黎建成的 Grand Hotel

酒店。19世纪末到20世纪初,是现代旅游业的成长期。上面提到的托马斯·库克旅行社,到1880年已在世界上发展了60家分公司;美国的运通公司,则从1891年起就开始发行旅行支票,建立旅馆订房制度,推进了现代旅游业的全面发展;1899年,意大利政府统计局的一位名叫鲍迪欧(L. BODIO)的官员,发表了题为《旅意外国人之移动及其消费金额》的论文,可见当时旅游业在意大利的经济社会发展中的作用,已经引起有关方面的重视。但是,1914~1918年间发生的第一次世界大战以及1939~1945年间发生的第二次世界大战,在给世界经济发展带来重创、给众多国家人民带来苦难的同时,也严重阻断了世界旅游业的发展进程。

现代意义上的旅游业产生于19世纪中叶,其主要特征是旅行代理商的出现。旅游业的各个行业,除了旅行社业之外,住宿业、交通业、餐饮业、商业等都远远早于旅游业,都是历史悠久的行业。尽管直到现在有关旅游业的定义、产业范围仍然有很大的争议,但是人们都认可,旅游业的根本特征就在于它的综合性,没有各个相关服务业的集合就没有旅游业,而组成旅游业的任何单个行业,都不能称作旅游业。

2. 旅游业崛起于20世纪中期

就全世界范围而言,旅游业,虽然产生于19世纪中叶,但其真正的崛起是在第二次世界大战以后,即20世纪50年代以后。相对和平的国际环境,世界经济的普遍振兴,人们实际收入的不断提高,都会激起大众旅游的渴望。虽然在过去半个多世纪的时间里,旅游业也曾经因石油危机、经济萧条以及战事而出现短暂的起伏甚至跌落,但从总体上讲,它一直保持了持续发展的势头,虽然后期比前期的增长幅度明显减缓,但绝对数字却大幅度增加,世界旅游业进入了成熟的稳定发展时期。

1946年10月,国际官方旅游组织联合会(世界旅游组织的前身)在瑞士的日内瓦应运而生。到1950年,旅游观光事业已经成为世界上的一個新兴产业。这一年,全球国际旅游过夜人数达2 528万人次,国际旅游外汇收入达21亿美元。1958年,喷气式客机在世界上正式启用,经济型客舱也正式出现,从欧洲到北美洲的旅行时间由24小时缩

短为 8 小时,为国际观光旅游的起飞树立了重要的里程碑。1960 年,全球国际旅游过夜人数达 6 932 万人次,是 1950 年的 2.74 倍,平均每年增长 10.6%;国际旅游收入达 68.67 亿美元,是 1950 年的 3.27 倍,平均每年增长 12.6%,远远高于当时世界经济的平均增长率。这种发展趋势,在以后 30 年中继续巩固发展。到 1990 年,全球国际旅游过夜人数达 4.5566 亿人次,是 1960 年的 6.57 倍,平均每年增长 6.5%;国际旅游外汇收入达 2 610 亿美元,是 1960 年的 38 倍,平均每年增长 12.9%,亦远远高于这 30 年中世界经济的平均增长率。加上比国际旅游外汇收入高出 2~3 倍的国内旅游收入,所以,到 20 世纪 80 年代和 90 年代,旅游业已经成为世界上最大的产业之一。根据世界旅游理事会 1997 年公布的数字:1996 年,全球旅游业总产值达 3.6 万亿美元,占世界国民生产总值的 10.7%;旅游业的税收达 6 530 亿美元,占世界间接税收入的 10.4%;旅游总消费达 2.1 万亿美元,占世界消费者总支出的 11.3%;旅游业直接和间接从业人员达 2.55 亿人,占世界就业总人数的 1/9;对旅游业的投资达 7 660 亿美元,占世界总投资的 11.9%。

旅游业从 20 世纪 50 年代到 90 年代的迅速发展,带来了全球“旅游革命”。从观念上说,旅游已不再是一种奢侈消费,而成为仅次于食品和住房的第三大消费选择项目;从旅游参与者和旅游活动范围看,旅游已不再是少数人的享受,而是大众的活动,旅游已从发达国家扩展到世界各地;从旅游业地位看,其发展速度迅猛,收入增长很快,已成为许多国家国民经济的重要产业和创汇来源,越来越得到重视;从旅游业管理看,已经实现了制度化、规范化并逐步实现信息化。这场“旅游革命”方兴未艾,已经并将继续对人类和整个世界产生深远的影响。

3. 20 世纪 90 年代旅游业成为世界上第一大产业

早在 1976 年,英国未来学家就曾提出,旅游业将在 20 世纪末成为世界最大的产业之一。这一预见的正确性在当时曾经受到质疑。但是,20 世纪 90 年代初,世界旅游理事会经过专业咨询公司的核算,宣布旅游业已经成为世界上最大的产业,其增加值超过了石油、钢铁、汽车等传统的 world 大产业。对此,世界旅游理事会的报告中有非常具体的指标

描述,而其中最为突出的三个指标是:旅游业的增加值对全球国内生产总值的贡献率,旅游业创造就业机会的能力,旅游消费成为人类最重要的消费之一。关于旅游业规模及作用的这一判断引起了国际社会的广泛关注。旅游业在全世界范围内蓬蓬勃勃地发展起来。

回顾现代旅游业产生、发展和崛起的历程,我们可以看到,旅游业这个新兴产业,是伴随着工业化、全球化和信息化的进程而不断发展壮大的,所以它既是经济社会发展进步的产物,也是经济社会发展进步的标志。经济社会的发展,科学技术的进步,居民实际收入的增长,个人可自由支配的闲暇时间的增多,人们求新、求知、求乐、求健欲望的增强,是现代旅游业发展的原动力。社会学家认为:人类需求有三大类,即生存需求、享受需求和发展需求,人只有在生存需求得到基本满足以后才能把享受需求和发展需求提上议事日程,而旅游活动则既是享受需求,也是发展需求。随着世界经济社会的发展进步,已有越来越多的人群摆脱了生存需求的羁绊,旅游行为已经成为现代社会人们生活方式中不可或缺的一环。鉴于此,我们可以断言,只要世界经济社会是在发展进步的,社会秩序总体是安定的,旅游业就会不断兴旺发达,所以,它是永远的“朝阳产业”。

旅游业同时也是一个与时俱进的产业。在现代旅游业起步以来的200年中,特别是在最近50年大发展的历程中,从旅游经营到旅游管理,从旅游产品到旅游促销,都已经历过一系列的变革和创新。我们应了解过去,展望未来,把握新世纪全球旅游业发展前进的大趋势,积极主动地做好我们的旅游工作,进一步加快我国旅游业追赶世界潮流的步伐。

(二)新世纪世界旅游业的发展趋势^①

时代在发展,世界在变化,而且世界的变化总比人们的预料要快得多。旅游业作为一个敏感性极强的产业,它的发展往往带有强烈的时代特色,21世纪的旅游业会朝着什么样的方向发展?会出现哪些变化和

^① 《中国旅游报》2003年8月27日,国家旅游局孙钢副局长在四川省旅游大会上的讲话。

新趋势?

1. 从总体发展趋势上看,虽遭受许多不利因素的打击,但旅游业发展的市场基础是坚实的,发展速度仍高于全球经济增长总体水平。在从1950年到1990年的40年中,全球国际旅游过夜人数创造了年均增长7.5%的高速度,同期国际旅游外汇收入的年均增长率则高达12.8%。这40年的辉煌,使旅游业成为世界上最大的产业之一。进入20世纪90年代以后,先是海湾战争,然后是几大经济体经济增长乏力,接着又是亚洲金融危机、“9·11”恐怖事件,这些,都使与全球经济社会发展状况有着很大关联度的旅游业受到影响,导致这12年中,全球国际旅游过夜人数的年均增长率(3.8%)比前40年的年均增长率下降了3.7个百分点,旅游外汇收入的年均增长率(4.9%)比前40年的年均增长率下降了7.9个百分点。尽管如此,这两个增长率仍高于同期全球经济增长率。2002年是“9·11”事件发生后的第一年,全球经济依然不振,人们原来普遍认为,这一年的世界旅游业将出现下滑。但世界旅游组织的统计结果表明,这一年全球国际旅游过夜人数达7.15亿人次,仍比上年增长2000万人次,增长率达3.1%。由此可见,深深植根于各国人民心底的旅游需求,是不会被轻易撼动的,旅游业发展的市场基础是坚实的,总体发展前景永远是光明的。

2. 从区域发展角度上看,欧美的份额在下降,东亚太地区在增长,中国的旅游业迅猛发展,被国际普遍认为是“未来最有发展前景的旅游目的地”。世界旅游组织把全球划分为六个旅游区,由于现代旅游业是在欧美发源的,加上北美及西欧国家发达的经济、便捷的交通、不断简化的入境手续,使欧美地区在出、入境旅游方面,长期以来都高居世界榜首。1960年,欧洲接待的国际旅游者占世界总额的72.6%,美洲接待的国际旅游者占全球总额的24.1%,两者相加,合计占当时全球总额的96.7%,可以说是绝对垄断了当时的国际旅游市场。这一年,东亚太地区总共只接待了国际旅游者68万人次,只占全球份额的1%。到了1997年,情况发生了很大变化,当年欧洲接待量占世界的份额下降到58.9%,美洲接待量占世界的份额下降到19.9%,东亚太地区接待量占世界的份额猛增到18.4%。2002年,这一趋势进一步发展,东亚太地

区的接待量第一次超过美洲而跃居世界第二位。东亚太地区在世界旅游业地位的大幅度提升,得益于本地区各国都普遍重视旅游业的发展,其中尤以中国旅游业的崛起贡献最大。1960年,中国的国际旅游接待几乎为零,但到1997年,中国接待的入境过夜旅游者就达2 376.7万人次,居世界第6位,独家占世界的份额就高达3.9%;到2002年,中国接待的入境过夜旅游者进一步提高到3 680万人次,居世界第5位,独家占世界的份额就高达5.15%。根据世界旅游组织预测:到2020年,中国将成为世界第一旅游接待大国和第四位客源输出国。

3. 在发展模式上,更加注重可持续发展。总体来说,旅游业是在发展与环境保护关系上矛盾冲突最小、目标最为接近的产业,当然,如果规划、开发、建设和管理不当,也会造成对生态的破坏、对资源的损害和对环境的污染。正因为如此,自1992年联合国环境发展大会以来,世界旅游组织就一直在倡导旅游可持续发展,并于1997召开了“可持续性旅游发展研讨会”,我国也于1999年在昆明召开了“中国生态旅游可持续发展国际研讨会”。在这方面,目前世界各国已达成了如下共识:即旅游业比任何部门都更依赖自然、人文环境的质量,精心保护好生态环境是发展旅游业的生命线;实现旅游可持续发展,政府必须发挥主导作用,旅游与环保部门必须密切配合,制定切实可行的法规制度和行动计划;实现旅游业可持续发展,必须强调规划先行,管理跟进,同时要依靠投资者与社区在开发建设与管理中的积极合作,依靠旅游者素质的提高与自觉配合;实现旅游业可持续发展,必须以实现经济效益、社会效益和环境效益的统一为目标,进行制度创新和管理创新,大力发展绿色产品和绿色经营,使旅游可持续发展成为各有关方面的共同行动,并长期坚持下去。

4. 不断满足游客日益提高的旅游需求,开发和经营多元化、特色化和软硬件配套的旅游产品,已成为当今旅游开发的主题。不同入群的旅游动机是不同的,如果旅游产品单一,就不能广泛赢得各个展面的旅游者的认可,就难以做大做强旅游产业。为此,旅游产品的多元化就显得尤为重要。随着世界旅游经济的覆盖而的不断扩大和旅游市场竞争的日趋激烈,如果一个国家或一个地区的旅游产品缺乏特色,就很容易被