



旅游绿皮书 No.5

REEN BOOK OF CHINA'S TOURISM No.5

2004~2006年 中国旅游发展： 分析与预测

权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

**CHINA'S TOURISM
DEVELOPMENT :
ANALYSIS AND FORECAST
(2004~2006)**

主编/张广瑞 刘德谦 魏小安

副主编/宋 瑞



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



旅游绿皮书 No.5

GREEN BOOK OF

CHINA'S TOURISM No.5

2004~2006年

中国旅游发展:
分析与预测

CHINA'S TOURISM
DEVELOPMENT:
ANALYSIS AND FORECAST
(2004-2006)

主编 / 张广瑞 刘德谦 魏小安

副主编 / 宋 瑞

· 旅游绿皮书 No. 5 ·

2004 ~ 2006 年中国旅游发展：分析与预测

主 编 / 张广瑞 刘德谦 魏小安

副 主 编 / 宋 瑞

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号

邮政编码 / 100005

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 65269967

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 65281150 85117872

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

项目负责人 / 范广伟

责任编辑 / 周映希 杨桂凤

责任印制 / 盖永东

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 65139961 65139963

经 销 / 各地书店

读者服务 / 市场部 (010) 65285539

法律顾问 / 北京建元律师事务所

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787 × 1092 毫米 1/16 开

印 张 / 23

字 数 / 373 千字

版 次 / 2006 年 3 月第 1 版

印 次 / 2006 年 3 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 7 - 80190 - 998 - 4/F · 346

定 价 / 46.00 元 (含光盘)

本书如有破损、缺页、装订错误,

请与本社市场部联系更换



版权所有 翻印必究

序

记得筹划这本《旅游绿皮书》时，我们有个约定，至少要连续做上五年，因为只有这样，只要我们努力去做，读者就会认可这一工作的意义和价值。这句话好像是昨天说的，但目前摆在大家面前的这本书，就已经是第五本了。大家是否真的认可，我不敢妄说，但来自出版社的消息显示，此前的四本书中，有两本已经获得了当年优秀图书奖。即使今后不再继续做下去了，我们的心里也算有所安慰。

《旅游绿皮书》出版到今天，我们一直在琢磨一个问题，那就是，这本书究竟是给谁看的。按理说，这个问题应当是早已解决了的，而不是现在还在苦思冥想的事。早在第一本的前言中，我就曾经表示，“希望为政府制定旅游相关政策、企业进行决策和学术界进行研究提供一些有益的参考”。我们的编辑们也一直是抱着这样一种愿望而努力的。为此，大家集思广益，尽量把主报告做好，力求简明扼要，重点突出，并逐渐加大“点评”的篇幅。从去年开始，专门设计了一个《热点问题评析》的专题，对一些大家关注的年度热点进行分析，做出一些提示。不敢讲我们的评述是深刻的，也不认为我们的观点都是正确的，至少我们表明了自己的看法，为大家探讨问题准备了一个可以比较的参照。正因为是这样，我们一直告诫自己，不要搞成论文集，我们所追求的并非是理论上的创新或论证上的完美，而是探究解决实际问题的途径，至少能让从事这个行业的同仁从中得到一点启发或启示。因此，我们是以文章内容决定取舍删减，而并非以作者的名气定夺上下。换句话说，上的文章并非完美，主要是符合我们编辑的宗旨（自然也是出版社出版这一整套“皮书系列”的宗旨）；没有上的文章绝非不佳，主要是体例或内容上与总体要求有差距。

作为本书的主编，我非常感谢为本书做出贡献的作者们——这里也包括那些给了我们文稿但并未刊登的作者们，他们中间不少是旅游界的名人，也不乏教授、博士，还有不少是政府部门和企业的领导。他们理解和支持我们的工作，容忍我们提出一次又一次修改的要求，甚至容忍我们的

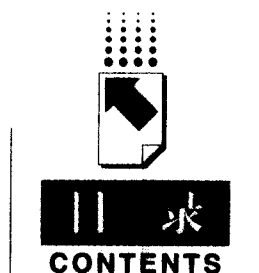


粗暴，毫不讲情面地抡起板斧，砍掉了也许他们最得意的段落。在这里，我不得不提起一位香港的作者——庄敬。从第二本书开始，他就一直为我们撰写关于香港旅游业的专题报告，他治学严谨，非常敬业，每次报告都是经过阅读大量的文献和进行专门的调查后写出来的。尽量做到年度之间相互衔接，各个报告侧重点不同。他每年总是第一个提交初稿，虚心征求意见，认真进行修改，而且往往当年报告写完后，就提出下一年度的撰写方案。在这里，我也不得不说一说我的搭档——刘德谦。德谦先生是位资深学者，我的学长，自己当了多半辈子主编，在这里只好屈尊于我的名后，几乎是以一个“义工”的身份，为编《旅游绿皮书》“卖命”。在学术界，他治学严谨是出了名的，在编辑中，一贯“死”认真，一字一词，哪怕是个标点，也决不轻易放过；认真负责，不讲情面，对人恭谦宽容，对事棱角分明。每每我们俩在夜半寅时用电子邮件交流意见、处理文稿时，我总是有一种难以摆脱的歉疚之感，虽有人说他“健壮如牛”，但也毕竟六旬开外，竟然还为此敲打键盘，挑灯夜战。我不知道德谦先生是否后悔过，但他从来没有对我抱怨过，哪怕一次。

作为主编，衷心地感谢各位编委，因为这本书的编辑工作最紧张的阶段是在新年、春节这段本应当轻松度假的时间，大家默默无闻、无怨无悔；感谢我的学生们，他们总是随叫随到，尽职尽责，尽心尽力；感谢财贸所的领导和同志们，他们总是充当《旅游绿皮书》的后盾；感谢文献出版社的领导和编辑们，他们对我们颇为宽容，总是在最短的时间内加班加点，让这本书漂漂亮亮地奉献给读者。最后，还要感谢那些给了我们许多慷慨的支持、激励和帮助的单位和个人，在这里没有列举他们的名字，一来名单太长，写出来惟恐有所遗漏；二来也有的人并不希望我们提及他们的名字，只要我们记在心里。

仅以此书，辞旧迎新，共同为使中国成为世界旅游强国的远大目标而努力。

中国社会科学院旅游研究中心主任 张广瑞



序 / 1

总 报 告

2004 ~ 2006 年中国旅游业发展的分析与预测

..... 中国社会科学院旅游研究中心 / 3

2005 年中国旅游十大热点评析 中国社会科学院旅游研究中心 / 18

专 题 报 告

三大市场篇

2004 ~ 2006 年中国入境旅游分析、预测与展望 曾博伟 / 49

2004 ~ 2006 年中国出境旅游的现状分析与趋势预测 张广瑞 / 65

2004 ~ 2006 年中国国内旅游发展形势的分析与预测 刘德谦 / 83

热点关注篇

红色旅游：政府主导 市场发力 刘思敏 许 楠 / 113

关于黄金周旅游的阶段分析 杨劲松 / 123

附录：黄金周与中国百姓（刘德谦） / 135

对当前景区门票价格问题的认识与剖析 宋子千 / 142

门票策略与“杭州现象” 金 准 / 153

附录：河南省的最新消息（新华网等） / 163



中国公民赴泰旅游市场的问题及其解决

..... 中国社会科学院旅游研究中心课题组 / 166

中日韩三国联结旅游目的地的前景与对策 刘 菲 彭 丹 / 186

产业运行篇

中国经济型酒店的历史发展与未来趋势 沈 涵 / 198

中国旅行社行业：正处于转折点 蒋建宁 / 209

低成本航空及其在中国的发展 徐 汎 / 212

“一日游”发展现状与对策：以北京为例 李明德 / 223

关于近年北京胡同游发展的调研报告 石美玉 / 229

附录：北京“胡同游”的现状（戴敬东） / 241

中国游乐园的新发展 冯锦凯 / 246

专题探讨篇

旅游发展与小城镇建设的良性互动 罗明义 / 251

关于近年平面媒体与旅游信息传播的调研分析 李 南 / 261

NGO：旅游开发与保护博弈中的新兴力量 巫 宁 / 269

港澳台篇

新形势下的香港旅游业发展 庄 敬 / 281

2004 ~ 2006 年澳门旅游业发展形势分析与趋势预测 任佳燕 / 299

2004 ~ 2006 年台湾旅游业发展形势分析与展望

..... 黄福才 黄颖华 / 310

他山之石

为中国成为世界旅游强国建言 理查德·米勒 / 327

国际度假权益行业的发展与规范 宋 瑞 / 335

后 记 / 350



CONTENTS

目 录

Preface	/ 1
---------------	-----

GENERAL REPORTS

China's Tourism Development (2004 ~2006) : An Analysis of Present Situation and Future Perspectives
--

Tourism Research Center, CASS / 3

Comments on Highlighted Issues of China's Tourism in 2005

Tourism Research Center, CASS / 18

SPECIAL REPORTS

Market Analysis

China's Inbound Tourism (2004 ~2006) : Present Situation & Future Perspectives

Zeng Bowei / 49

China's Outbound Tourism (2004 ~2006) : Present Situation & Future Perspectives
--

Zhang Guangrui / 65

China's Domestic Tourism (2004 ~2006) : Present Situation & Future Perspectives
--

Liu Deqian / 83



Hotspot Issues

“Red Tourism”: Government Guidance & Market Force

Liu Simin & Xu Nan' / 113

Periodical Analysis on China's "Golden Week"

Tourism

Yang Jinsong / 123

Appendix 1: Chinese Civilians and the Golden Weeks / 135

Annotation of Entrance Fee of Tourist Attractions in China

Song Ziqian / 142

Analysis of "Hangzhou Phenomenon"

Jin Zhun / 153

Appendix 2: Latest News from Henan / 163

Thorny Problems on China's Tour Business to Thailand and

Possible Solutions *CASS Tourism Research Center Task Force / 166*

On Assumption of China-Japan - S. Korea Allied

Tourism Destination

Liu Fei & Peng Dan / 186

Industry Studies

Evolution of China's Economic Hotels and Their Future

Development

Shen Han / 198

China's Travel Service Business at the Turning

Point

Jiang Jianning / 209

Low-cost Airlines and Tourism Development in China *Xu Fan / 212*

Day Trips in Beijing: A Case Study *Li Mingde / 223*

Survey of Beijing Hutong Tours *Shi Meiyu / 229*

Appendix 3: Another survey of Beijing Hutong Tours / 241

Profile of Amusement Parks in China *Feng Jinkai / 246*

Specific Topics

Tourism Development vs Township Building *Luo Mingyi / 251*

Tourism Information Transmission via Printed Media *Li Nan / 261*

NGO: An Emerging Force in the Game of Tourism

Development and Preservation

Wu Ning / 269

Tourism in HK, Macau & Taiwan

Tourism Development in Hong Kong under the New

Circumstances *King Chong / 281*

Tourism Development in Macau (2004 ~2006) :

Analysis & Forecast *Ren Jiayan / 299*

Tourism Development in Taiwan (2004 ~2006) :

Analysis & Forecast *Huang Fucui & Huang Yinghua / 310*

Overseas References

Proposals for Building China into a World Tourism Power

Richard Miller / 327

Evolution of World Vocation Ownership Business

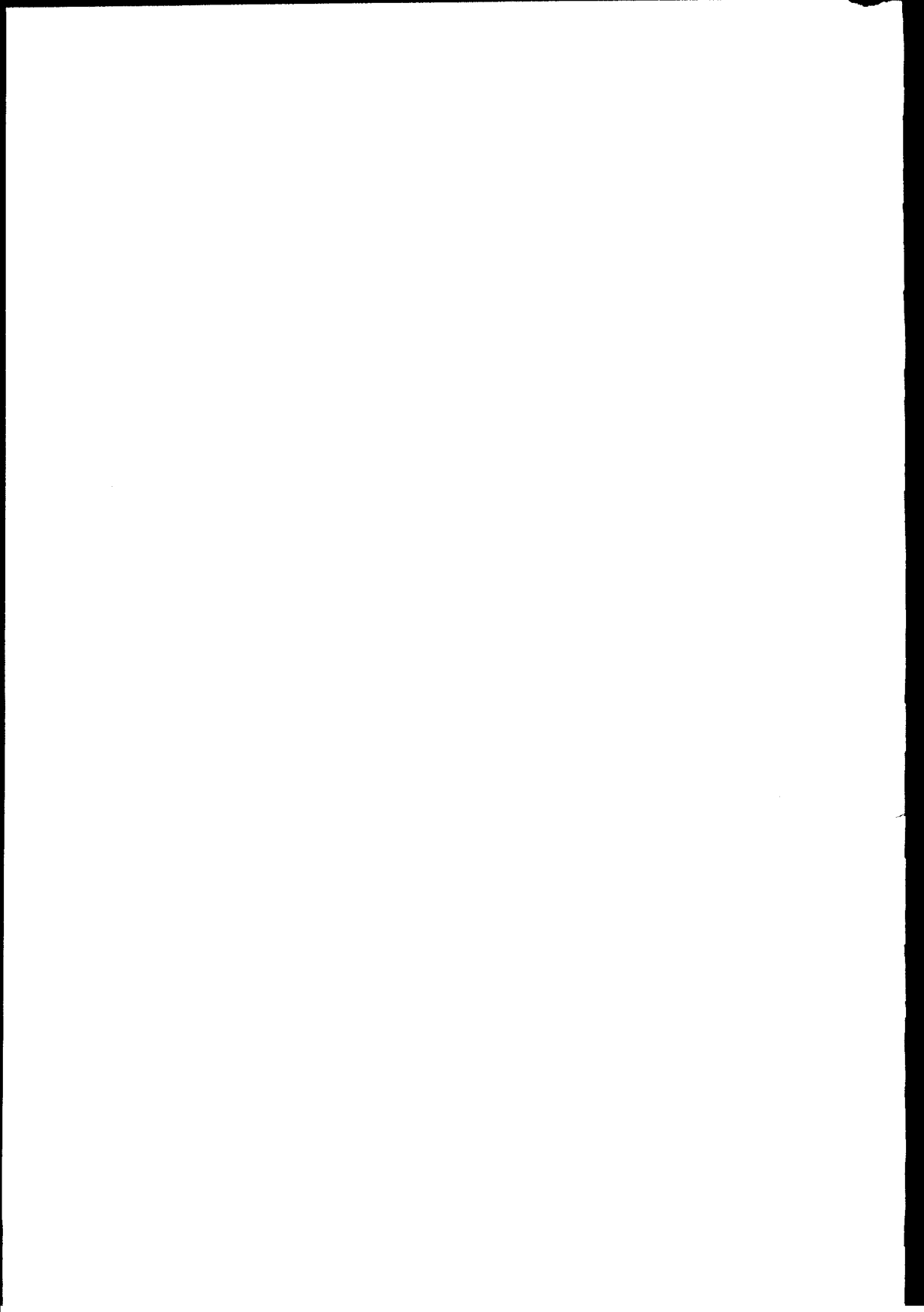
Song Rui / 335

Afterword

/ 350

总 报 告





2004 ~ 2006 年中国旅游业发展的 分析与预测

○ 中国社会科学院旅游研究中心

前 言

世界风云多变幻,旅游业一直在变化中调整。进入 21 世纪以来,全球国际旅游业的格局发生了重大变化,亚太地区跃居世界第二,欧洲、亚太地区和美洲三足鼎立的局势真正确立。更值得注意的是,全球旅游发展的亮点在东方,世界旅游的增长主要体现在亚太地区,亚太地区的增长集中体现在东亚,而东亚的旅游领军者是中国。中国旅游的发展举世瞩目,“中国现象”成为近两年来的重要话题。中国旅游业也正面临着重大变革。到 2005 年,中国旅游业发展的“十五”规划目标已经全部实现,在新的五年计划中,国家旅游政策正在调整,旅游业发展的功能与作用将重新定位,新的发展目标正在确定,因此,2006 年将是未来五年中最为关键的一年。

一 2004 年以来中国旅游业发展 形势的总体判断

2003 年是个非常特殊的年份,由于 SARS 的影响,中国的旅游业受到了重创,2004 年则是旅游业发展的恢复期。值得欣慰的是,经过近两年多时间的努力,中国旅游业得到了很好的恢复,并且又有了新的发展,基本上又回到本世纪初的增长态势,圆满实现了第十个五年计划预定的各项经济目标,并为下一个五年计划期间旅游业的发展奠定了良好的基础。

(一) 三大市场的发展

1. 入境旅游市场振兴

2003 年 SARS 对中国入境旅游影响最大,因为 SARS 发生的区域主要



是亚洲,而这一地区又是我国入境市场的主体,自上个世纪 90 年代末以来,中国入境旅游人次数的 60% 以上来自这一区域,基于这一原因,当年中国入境旅游人数的大幅度下降也就是无法避免的了。2004 年中国入境旅游虽然增长速度很高,几乎所有的增长指标都是两位数,不过很显然,这主要是 2003 年下跌造成的,实际上,这一年没有完全实现原来预计的目标。2004 年底南亚一些国家出现了海啸灾难,而后禽流感又在这一地区滋生,虽然这些灾难的影响远远小于 2003 年的 SARS,但也在一定程度上制约了中国 2005 年入境旅游的增长速度。一些国际关系的变化,也使中国入境旅游市场格局发生着变化。

2005 年入境旅游市场形势不错,这一年的变化体现为“两平两高”

2005 年入境旅游市场形势不错,据国家旅游局的预计,2005 年全年入境旅游人次可达 1.2 亿,过夜人数达 4680 万,同比增长 10% 和 12%;旅游外汇收入达 269 亿美元,同比增长 13%。^① 这一年的变化体现为“两平两高”,在一定程度上,这种格局促使中国入境旅游保持一个较平稳的增长态势。“两平”是指日本市场走低、港澳市场增长平缓。日本市场的走低是中日关系降温的反映,港澳市场的平缓是受到市场规模的限制。“两高”是指韩国市场增长速度高、法国市场增幅大。前者,一方面是因为中韩两国友好关系不断改善;另一方面,韩日关系的降温,分来了一部分客源。来华韩国游客这两年保持高速度增长,2004 年达到 285 万人次,2005 年头十个月就超过 300 万人次,同比增长 28.5%,首次在总量上超过了日本,一跃成为中国最大的外国市场。后者,应当与中法两国近两年来共同举办中法友好年有关,由于这一活动得到了两国政府和业界的大力支持,增加了法国公众对中国的兴趣和了解,2005 年头十个月来华法国游客同比增长了 35.3%,增长率居所有客源国之首。

2. 国内市场活跃

2004 年以来,国内旅游保持活跃。预计国内旅游收入达 5286 亿元,比 2004 年增长 12%。国内旅游的形式也在发生着变化。从时间上看,长假期仍然是国内旅游的集中点,但不同的是,长假期的旅游度假活动多集中在大城市周围的度假休闲设施或乡村旅游地。

2005 年有三件大事影响着国内旅游活动的开展和旅游目的地的选择

从全年的情况看,2005 年有三件大事影响着国内旅游活动的开展和旅游目的地的选择。这三件事分别是全国性的共产党员保持先进性教育活动、纪念抗日战争胜利 60 周年和红色旅游活动。根据党中央的统一部署,全国各地政府机构和事业单位相继开展了共产党员保持先进性教育活动,

^① 见 2006 年 1 月 11 日《中国旅游报》相关报道。

与之相关,出现了旅游活动的一些新变化。例如,在先进性教育活动期间,有关人员的差旅活动相对减少,但是和教育活动相关的参观活动增加,而这一活动正好和党中央及中央政府推出的红色旅游计划与纪念抗日战争胜利 60 周年活动相吻合,从而在全国范围内促进了革命教育基地的旅游发展,尤其是江西、湖南、河北等地,很多与革命活动和革命人物相关的旅游景区、景点异常活跃,形成了旅游的高潮。正是这个原因,大大促进了革命圣地和乡村旅游的发展。

3. 出境旅游攀升

继 2004 年出境旅游市场高速发展之后,2005 年继续攀升,预计出境人次能够突破 3000 万大关。也就是说,中国出境人次在最近两年之内又增长了 1000 万,这个速度是前所未有的。形成这一发展的原因是多方面的,最重要的还是政策的引导和行业的努力。随着国家政策的放宽,国民出境旅游更加方便,出境旅游目的地继续增加,选择余地越来越大。境外目的地的宣传促销力度加大和国内旅行社的积极推销,增强了公民出境旅游的意识。但总的来说,中国公民出境目的地还是以周边国家为主,其中前往中国香港和澳门特区旅游的人次数占绝大多数。至于外国目的地,欧洲虽然已经开放,但是由于价格和签证等多方面的原因,2005 年并没有真正出现大的高潮。出境人次的总体结构在继续变化,因公旅游占整个出境人次数的比例明显减少,因私出境人次占据了绝大多数,其主要原因是港澳自由行人数激增所致。真正组团出境旅游人次占出境总人次数的比例仍然偏低,但是有意思的是,2005 年间,国内曾经组织了几次超大型旅游团,创造了中国出境旅游史上的纪录,其中最为典型的是中国国际旅行社总社继成功组织 1500 人超大旅游团游欧洲之后,10 月 8 日至 19 日又组织 7000 人的奖励旅游团游泰国。这一做法不仅带来了市场轰动效应,而且也显示了旅行社的组织能力,并将推动中国奖励旅游的发展。2005 年出境旅游突出的特点是,出境旅游者开始关注产品的质量,出现了“深度游”、“一地游”、“主题游”、“自由行”及“高端产品”等新理念,与前几年只追求低价格、多国家“拉练式”的“汽车游”形成了鲜明的对比。

2005 年继续攀升,预计出境人次能够突破 3000 万大关

(二) 行业发展的新转变

2004 年前后旅游业发展的起伏,为中国旅游业发展战略的调整提供了新的机会和条件。虽然一些调整是被动的,但这些调整为旅游业走向成熟奠定了基础,其影响是深远的。综合起来看,这些变化的特点是,直接为旅游者服务的行业相对成熟,行业发展的重心开始向相对薄弱的行业转



行业发展中心的转变逐渐受市场需求力量的驱动，而不是政府政策的推进

中国饭店业发展的热点有三个：其一是经济型酒店，其二是主题酒店，其三是分时度假

移；相对成熟的行业从主流领域向新领域和新业态转移；行业发展中心的转变逐渐受市场需求力量的驱动，而不是政府政策的推进。

1. 饭店业

和旅游业的其他部门相比，中国的饭店业是开放程度最高且相对成熟的行业。在大中城市和旅游发达地区，饭店的硬件设施已经达到相当高的水平，管理与经营也在不断改善。最近两年，中国饭店业发展的热点有三个：其一是经济型酒店，其二是主题酒店，其三是分时度假。经济型酒店是个新概念，它的发展反映了市场的新需求，尤其是日益扩大的国内旅游需求。经济型酒店在国际上已经很成熟，目前也有一些国际经济型酒店品牌开始进入中国，但这一发展的领航者却是国内一些旅游集团。它们从一开始就是以“品牌”进入，以“连锁”的方式扩展，以建立网络为战略的。总部在北京的如家快捷（HOME INN）和总部在上海的锦江之星，都是我国经济型酒店的新秀。主题酒店早在上个世纪末就已经在中国出现，但当时并没有引起业界的重视，而今天主题酒店的发展，则受益于国内休闲市场的兴起。如果说最初的主题酒店是以文化为主题，而现在的主题酒店则更关注休闲的方式和品味，比较成熟的主题酒店是以温泉、健身为特色的度假酒店。广东珠海御温泉、新会古兜温泉和四川的九寨天堂等就是其中的佼佼者。分时度假在中国的发展已经有了一段时间，但走了一些弯路，曾出现了“未兴先乱”的窘境。虽然，分时度假业并非完全等同于饭店业，但它与饭店业有着密切的联系，对饭店业的发展也会产生重要影响。2004年以来，这个行业在没有明显政府主导的状况下积极探索，不仅世界著名的国际公司，例如 RCI（Resort Condominiums International，译作“国际度假联盟”）和 II（Interval International，可译作“国际分时交换公司”）等，开始努力以其成熟的国际经验打入中国。国内一些公司，如中国房地产开发集团公司、泰达度假交换有限公司、中安达旅游度假服务公司等，也在借鉴国际经验，探索自己的模式。值得注意的是，这三种类型的饭店业态的发展基本上是市场需求驱动而并非政府政策推进的结果。这也从一个侧面反映出中国旅游业逐渐走向成熟。

2. 旅行社业

中国的旅游业是改革开放的产物，旅游业中很多领域都是改革开放的先驱。然而，旅行社业则是相对保守的行业，也是在二十多年来改革开放中，管理和经营方式变化最小的领域，甚至仍然保留着传统计划经济的运行模式。这主要是与中国旅游业发展的模式有关。最近一些年来，虽然旅行社的数量在增加，旅行社的分类方式也有变化，但这主要是政府行为的

作用,并没有反映市场力量。值得欣慰的是,这两年旅行社行业有了一些明显的变化,垂直分工出现雏形。这突出地体现在出境旅游的经营上;目前已经出现了一些著名的旅游批发商,例如以凯撒国旅、众信国旅和华远国旅为代表的主打欧洲市场的批发商,以北京捷达假期、海洋国旅、上海东方中旅和广州和平国旅为代表的主打东南亚和大洋洲市场的批发商以及以历史悠久的国旅总社、中旅总社和青旅集团等为代表的主攻特定市场的批发商。这些批发商都集中在我国大的口岸城市,它们以其突出的品牌和能力,开发市场,组织产品。围绕这些大的批发商又出现了一批旅游代理商,逐渐形成了自己的网络。与此同时,旅行社的水平分工也在发展,开始出现了一些专门从事商务旅游、会展旅游的专业性旅游经营商。这是一种自然分工,旨在做大做强市场,发挥自身的组织优势和资源优势,不同于靠行政力量强行实现的分类。值得注意的是,很多强势批发商和专业旅行社,不是原来国家的“老字号”,而是这两年涌现出来的具有国际背景的新秀。

这两年旅行社行业有了一些明显的变化,垂直分工出现雏形

旅行社的水平分工也在发展,开始出现了一些专门从事商务旅游、会展旅游的专业性旅游经营商

3. 交通业

作为旅游业重要的组成部分,交通运输业是旅游业发展的基础。近两年来,围绕旅游业的发展,空中、陆地(铁路、公路以及城市交通)和水上交通业都在瞄着旅游业的发展而调整自身的运行方式和网络布局,其中民航业发展的力度最为瞩目。有两个明显的变化,其一是传统投资主体投入大量资金,建造机场和购买飞机;其二是民营资本对投资民用航空表现出极大的兴趣。目前,国内机场建设如火如荼,包括现有大型枢纽机场的改造升级和更多的支线机场与旅游机场的建设。据PATA的资料,到2005年底,中国国内有157个机场在运营,2000~2005年间,在中国与世界各国之间运营的航空公司从63个增加到83个,每周的航班数从10938个增加到29798个,飞机座位从1731298个增加到4681428个,航班数和座位数年递增率达22%,而国际平均水平为5.7%。^①中国经济的发展,尤其是旅游业的发展,引起了世界主要飞机制造商的关注,中国成为未来20年民航客机需求最大的市场。据空中客车公司的预测,未来20年内,中国需要购买1316架客机,而波音公司的预测,则需要2600架。^②仅在2005年下半年,中国主要航空公司就与

① John Koldowski, "China's Importance in Asia Pacific Travel and Tourism", 见《第二届中国出境旅游国际论坛会刊》, 2005年11月。

② 见波音公司的2005年度《当前市场展望》, 2005年9月20日, 这里指的20年是指到2024年。空中客车公司《2004年中国内地航空运输量预测报告》中的20年指的是到2022年。