



全国高职高专教育“十一五”规划教材

中国旅游客源地 与目的地概况

刘德兵 主 编
朱 廉 段 颖 副主编



高等教育出版社
Higher Education Press

全国高职高专教育“十一五”规划教材

中国旅游客源地 与目的地概况

刘德兵 主编

朱 廉 段 颖 副主编

内容提要 本书以中国旅游客源地与目的地概况为研究对象，系统介绍了中国旅游客源地与目的地的分布、特点、发展现状、存在问题及对策建议。本书可作为旅游管理专业及相关专业的教材，也可供旅游行业从业人员参考。

010-8281118	010-8281118	010-8281118	010-8281118	010-8281118	010-8281118	010-8281118	010-8281118	010-8281118	010-8281118
400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298	400-810-0298
http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn
http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn	http://www.hep.com.cn
http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com
http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com	http://www.jiaobao.com
http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com	http://www.wydehu.com
2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版
2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版	2007年7月1版
19.20元	19.20元	19.20元	19.20元	19.20元	19.20元	19.20元	19.20元	19.20元	19.20元

高等教育出版社

010-8281118

内容提要

本书介绍了我国主要旅游客源国与目的地的40个国家和我国的港、澳、台地区。全书共分15章,第一章介绍国际旅游业的概况和中国出/入境客源市场的历史、现状以及今后的发展趋势;第二~十四章按照东亚、南亚、西亚、欧洲、美洲以及非洲六大旅游区域,分别就这些国家和地区的国情、政治经济、文化教育、民俗风情、旅游观光及旅游须知等作了比较详细的介绍;第十五章对我国港、澳、台地区的经济、文化教育、民俗风情、旅游观光及旅游须知等进行了介绍。同时为了帮助学生更好地学习,除每章的开始有学习目标,最后有本章小结外,我们还编写了同步练习,以利于巩固学习效果。这样的编排风格,使本书既可作为高等院校旅游专业的通用教材,也可用于旅游从业人员自学和岗位培训,还可以作为旅游爱好者出境旅游的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游客源地与目的地概况/刘德兵主编. —北京:
高等教育出版社, 2009. 7

ISBN 978-7-04-027356-4

I. 中… II. 刘… III. ①旅游客源-中国-高等学校:
技术学校-教材②旅游点-中国-高等学校:技术学校-
教材 IV. F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 105505 号

策划编辑 高 飞 责任编辑 徐丽萍 封面设计 张志奇 版式设计 范晓红
责任校对 刘 莉 责任印制 张泽业

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 北京地质印刷厂

开 本 787×1092 1/16
印 张 23.5
字 数 550 000

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landrac.com>
<http://www.landrac.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版 次 2009年7月1版
印 次 2009年7月第1次印刷
定 价 29.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 27356-00

前言

中国改革开放 30 多年来,经济快速稳定发展,人民生活水平不断提高,国际威望日益加大,世界渴望了解中国,来华旅游观光的境外游客的国别和人数不断增加。富裕起来的中国百姓也想走出国门,看看世界。据统计,2008 年境外来华旅游人数达 24 325 337 人次,比 2001 年的 11 226 400 人次增长了一倍多;2008 年中国公民出境旅游人数 4 584 万人次,比 2007 年增长 12%。中国公民出境旅游的国家(地区)已达 137 个,到目前为止已经实施的有 90 个。

针对近几年来我国出/入境旅游特别是出境游迅速发展的情况,广大旅游从业人员对全面地了解境外客源地和我国公民出境旅游目的地的知识概况的需求日益增强,因此,旅游教育需要紧紧跟上旅游行业的发展,培养一大批能满足行业需求的旅游实用型人才,特别是培养有知识、懂业务的出境旅游领队。编者广泛听取和征求了业内有关人士的意见和建议,结合多年的专业及教学的经验,并参考了国、内外的最新旅游信息,编写了这本教学用书,以帮助和指导旅游专业以及相关专业的学生学习和掌握有关知识与技能。

本书共分为 15 章,介绍了 40 个国家和我国的港、澳、台地区,这些都是我国大陆的主要客源国(地区),也都是目前我国大陆公民主要的旅游目的地。本书在编排体系及结构上注重科学性与实践性,除在每章的开始有学习目标,最后有本章小结外,为了巩固学习效果,我们还编写了同步练习。本书既可作为高等院校旅游专业相应的教材,也可用于旅游业从业人员自学和岗位培训,还可以作为旅游爱好者出境游的参考书。

本书内容覆盖面广,采用最新信息资料,力求使内容紧密结合我国旅游工作的实际需要,学以致用。全书由江西旅游商贸职业学院刘德兵担任主编,负责全书的大纲设计、组织撰写、审稿、统稿并最后定稿。江西旅游商贸职业学院朱廉和太原旅游职业学院段颖任副主编。本书编写分工如下:刘德兵,第一~四、六、十五章;段颖,第五、十四章;朱廉,第七~十一章;江西青年职业学院张凤,第十二章;韩山师范学院潮州师范分院许楚娟,第十三章。

感谢江西旅游商贸职业学院黄明亮教授、南昌大学经济管理学院郑军副教授在百忙之中为本书精心审稿。

本书参考了国内外专家、学者的诸多研究成果并引用了相关资料(具体见附录),在此一一表示感谢!世界在不断变化,旅游业也在突飞猛进地发展,尽管我们力求反映最新的信息和行业的动态,但限于我们的学识、经验、信息有限,再加上时间紧迫,书中难免有不足之处,恳请各位老师、专家、同行、读者予以批评指正。

编者

于江西旅游商贸职业学院
2009 年 2 月

目 录

第一章 国际旅游业的发展和我国出/入境客源市场	1
学习目标	1
第一节 国际旅游业	2
第二节 我国出/入境客源市场	8
本章小结	16
同步练习	16
第二章 东亚之旅	19
学习目标	19
第一节 樱花之国——日本	20
第二节 隐逸之国——韩国	28
第三节 草原之国——蒙古	36
本章小结	40
同步练习	41
第三章 东南亚之旅	43
学习目标	43
第一节 花园之国——新加坡	44
第二节 橡胶王国——马来西亚	50
第三节 黄袍佛国——泰国	57
第四节 花园岛国——菲律宾	65
第五节 山地之国——越南	73
第六节 万岛之国——印度尼西亚	79
本章小结	86
同步练习	86
第四章 南亚之旅	89
学习目标	89
第一节 月亮之国——印度	90
第二节 神秘山国——尼泊尔	97
第三节 花环群岛——马尔代夫	105
本章小结	108
同步练习	109
第五章 西亚之旅	111

学习目标	111
第一节 星月军团——土耳其	112
第二节 石油王国——沙特阿拉伯	120
第三节 犹太王国——以色列	126
本章小结	133
同步练习	133
第六章 大洋洲之旅	135
学习目标	135
第一节 袋鼠之国——澳大利亚	136
第二节 绵羊之国——新西兰	143
本章小结	150
同步练习	150
第七章 西欧之旅	153
学习目标	153
第一节 绅士之国——英国	154
第二节 浪漫之国——法国	161
第三节 风车王国——荷兰	168
本章小结	172
同步练习	173
第八章 北欧之旅	175
学习目标	175
第一节 极地之国——挪威	176
第二节 童话王国——丹麦	182
第三节 森林王国——瑞典	189
本章小结	195
同步练习	195
第九章 南欧之旅	197
学习目标	197
第一节 欧洲花园——意大利	198
第二节 神话王国——希腊	205
第三节 旅游王国——西班牙	210
本章小结	215
同步练习	215
第十章 东欧之旅	217
学习目标	217
第一节 冰雪之国——俄罗斯	218
第二节 琥珀之国——波兰	227
本章小结	234
同步练习	234

第十一章 中欧之旅	237
学习目标	237
第一节 钟表王国——瑞士	238
第二节 音乐王国——奥地利	244
第三节 欧洲心脏——德国	249
本章小结	258
同步练习	258
第十二章 北美洲之旅	261
学习目标	261
第一节 山姆大叔——美国	262
第二节 枫叶之国——加拿大	273
第三节 仙人掌之国——墨西哥	281
本章小结	290
同步练习	291
第十三章 南美洲之旅	293
学习目标	293
第一节 咖啡王国——巴西	294
第二节 玉米之国——秘鲁	301
第三节 白银之国——阿根廷	309
本章小结	315
同步练习	315
第十四章 非洲之旅	317
学习目标	317
第一节 金字塔之国——埃及	318
第二节 地中海门户——摩洛哥	326
第三节 黄金之国——南非	331
本章小结	338
同步练习	338
第十五章 港澳台之旅	341
学习目标	341
第一节 动感之都——香港	342
第二节 博彩之城——澳门	347
第三节 美丽宝岛——台湾	353
本章小结	361
同步练习	361
主要参考文献	363
相关网站链接	364

1

旅游业强国 并一家

第一章 国际旅游业的发展和我国出/入境客源市场

学习目标

知识目标:

1. 了解国际旅游业的发展概况及变化趋势。
2. 熟悉中国的出入境旅游市场现状和今后的发展前景。

能力目标:

1. 掌握世界旅游区的划分及其概况。
2. 熟练掌握我国主要客源地与目的地概况。

第一节 国际旅游业

随着世界经济的发展和人们生活水平的提高,旅游已经成为人们休闲度假的主要选择方式之一。旅游业的发展不仅给许多国家提供了大量的就业机会,成为世界上第一大产业,而且还为各国带来丰厚的外汇收入。因此,旅游业日益引起各国政府的重视。

一、国际旅游业的发展概况

近代旅游业起源于19世纪中叶的西欧和北美。伴随着火车和轮船的出现,19世纪六七十年代,西欧和北美出现了组织国内和跨国旅游的旅行社。从19世纪后期起,旅游活动的主体从少数贵族、僧侣、富商、政客、探险家和科学家才能享受的游乐活动,变成普通老百姓也能参与的一种活动。但真正的大规模的国际旅游产生于第二次世界大战以后。第二次世界大战以后,西方发达国家经历了一个持续稳定的发展和增长时期,国际环境的相对稳定,科技的高速发展,人们生活和消费观念的改变,交通运输业的发达,人们收入的大幅提高,带薪休假的产生和兴起,这些使得人们对旅游的需求日益高涨,旅游业得到了蓬勃的发展,以观光游览和商务考察为主要目的,旅游范围从局部地区向跨国、跨洲发展。

据世界旅游组织(WTO)《全球旅游市场趋势》(2001年版)预测,1995—2020年间,世界旅游业的年均增长率为4.1%左右,2020年全球国际旅游人次将达15.6亿。据统计,1950—1998年旅游接待增长最快的地区是东亚及太平洋(简称东亚太)地区,该地区在1950—1998年间国际旅游接待人次的年均增长率为13.45%,其他年均增长速度高于全球平均水平的地区依次是南亚、中东和非洲。美洲和欧洲在这一期间的增长率则低于全球年均增长率,不过它们仍然保持全球的主导地位。1998年这两个地区的国际旅游接待人次占全球国际旅游接待人次的近80%。但是,自1960年以来,这两个地区所占的份额(尤其是欧洲)却以每10年减少5%的速度下降。迄今为止,旅游开发和发展最为成功的是东亚太,它们在过去几十年间发展迅速,其国际旅游接待人次的市场份额从1960年的1%、1970年的3%发展到1998年的13.6%。按照世界旅游组织的预测,在未来10年里,该地区将超过美洲,成为世界第二大国际旅游接待地,到那时,世界旅游市场将由过去传统的欧洲和美洲两大地区逐渐演变为欧洲、东亚太和美洲三足鼎立的市场格局。

在国际旅游收入方面,20世纪90年代年均增长最快的地区是南亚地区,为8.9%,其次是中东、非洲、东亚太,然后是美洲和欧洲;但是,就绝对增长量来说,欧洲仍是最大,达821亿美元,其次是美洲、东亚太、非洲、中东和南亚。由此可以说明南亚等地区虽然发展快,增长幅度大,但起点低,基础差,在未来一段时间里,在国际旅游收入中占绝对优势并起绝对作用的仍是欧洲和美洲。

旅游需求的变化必然导致旅游供给和经营管理方式的革新。传统的团队式、全包价式的接待方式将发生变化,逐步向自由组合、自主选择、灵活多样的形式发展。计算机信息系统将应用于旅游经营管理和旅游活动的各个环节之中。旅游线路的选定,交通票证的预购,

客房、餐饮和文体娱乐活动的预订和销售将逐步普及为电脑化管理。世界各大旅行商、饭店集团、航空和其他交通部门将实行计算机联网经营。旅行商兼营行、住、吃、购、娱等多种业务;同时工业、农业、商贸、交通和文化等企业将兼营旅游业务,旅游产业的综合性和整体性将达到更高的水平。

由于旅游者文化素质的提高和旅游阅历的丰富,要求旅游的内容和方式更为个性化、重在参与、返璞归真、回归大自然。观光、度假、商务、会议、文化、修学、保健、体育、探险、生态、乡村、体验等多类旅游产品和项目层出不穷。人们的旅游意识和社会文化内涵越来越强,越来越丰富。甚至可能还将出现太空旅游。

旅游活动的范围遍及全球,它已从西欧、北美等经济发展地区扩展到全世界。欧洲、美洲、亚洲、大洋洲、非洲,甚至南极,到处都可见到旅游者的身影。

旅游业的国内管理和国际协调走向制度化、规范化。许多国家设定了专门的旅游管理机构 and 专门的委员会,制定了一系列相关的管理标准。世界性和区域性的国际旅游组织有:1949年成立的“世界旅行社协会”,1946年成立的“国际饭店协会”,1951年成立的“太平洋地区旅游协会”,1975年成立的“世界旅游组织”,通过了《马尼拉世界旅游宣言》、《海牙旅游宣言》等,1997年制定并发布了《关于旅游业的21世纪议程》。

二、国际旅游区划概述

按照世界旅游组织的传统划分方法,世界旅游业划分为六大区:欧洲、美洲、东亚、南亚以及中东。为了解世界旅游客源地和目的地的分布状况,有助于从整体上分析和把握世界旅游业的发展,我们将按以上六个区域进行介绍。

1. 欧洲地区

欧洲全称欧罗巴洲。面积约 $1.016 \times 10^4 \text{ km}^2$,占世界陆地总面积的6.8%。人口约7.31亿,约占世界总人口的10.96%,居民中绝大部分属欧罗巴人种(白种人)。语言属印欧、乌拉尔等五个语系。居民中多信奉天主教、基督教新教和东正教等。位于意大利首都罗马市西北角的城中之国梵蒂冈,是世界天主教中心。

欧洲现有45个国家和地区,在地理上习惯分为南欧、北欧、西欧、中欧和东欧。通常也把欧洲分为东欧和西欧两大部分。东欧(通常指前苏联及其盟国)包括俄罗斯、乌克兰等国,西欧主要有英国、法国、意大利、德国、西班牙、瑞士、比利时等国。

欧洲是人类文明的发祥地之一,希腊、罗马文明和基督文化源远流长。古典时代和中世纪遗留下来的众多古迹和遗迹都是著名的旅游景点。文艺复兴运动是人类历史上一次伟大的文化运动,它奠定了欧洲近代资产阶级文化的共同基础,为资产阶级革命做好了思想上、舆论上的准备。这也是欧洲人为人类作出的贡献。

世界近代旅游业发源于欧洲。欧洲许多国家经济发达,交通通信现代化,旅游资源丰富,旅游设施齐备。第二次世界大战后,欧洲一直是世界旅游业最为发达的地区,国内和国际旅游都非常兴盛。1992年接待国际旅游者人数、旅游收入和支出在世界均占前15位的西欧国家有法国、意大利、德国、西班牙、瑞士,这些国家多是中国的主要客源国。

欧洲联盟(前身欧洲共同体,成立于1967年7月),简称欧盟,至2009年1月止共有27个成员国。从1995年3月26日起,欧洲联盟成员国开始实施商品、资本、人员、劳务的自

由流通的统一大市场。统一货币欧元为欧洲联盟国家单一货币的名称,从1999年1月1日至2001年12月31日作为过渡期,由2002年1月1日开始,欧洲联盟各国(除英国外)采用单一货币欧元。

申根协议是由荷兰、比利时、卢森堡、法国和德国于1985年签署的旨在统一欧洲共同体各国安全和难民政策的协议,后来又有多国分批加入。申根协议的签署,使这些国家公民可自由通行而不必接受边境海关的检查。其他外国人只要获得这些国家中任何一国的签证,即可享受同等待遇。已加入申根协定的国家为:荷兰、德国、比利时、卢森堡、法国、西班牙、葡萄牙、意大利、奥地利、希腊、挪威、瑞典、芬兰、丹麦等24个国家。

欧洲是近代旅游业的发源地,也是当代世界旅游业最发达的地区,历来居世界各大洲之首。据预测,1995—2020年,欧洲出境旅游将以年均增长3.4%的速度发展,2020年欧洲出境旅游者将达7.71亿人次,占世界旅游市场的份额从59.1%下降到48.1%,其中增长最快的是远程出境旅游,主要目的地是亚洲和美洲。

2. 美洲地区

美洲全称亚美利加洲,陆地面积 $4\,213.8\times 10^4\text{ km}^2$,约占世界陆地总面积的28.2%。人口9.11亿,约占世界总人口的13.66%。美洲包括35个独立国家和十几个地区,以巴拿马运河为界分为北美洲和南美洲。国际上习惯将美洲分为北美地区和拉丁美洲两部分。

北美地区主要指美国和加拿大两国,以及格陵兰岛等。拉丁美洲包括北美洲国家墨西哥、中美洲、加勒比海地区和南美洲大陆及其毗邻岛屿。

居民大都是英、法等欧洲国家移民的后裔,其次是印第安人、黑种人和混血种人。北美洲主要通用英语和法语。南美洲巴西的官方语言为葡萄牙语,法属圭亚那为法语,圭亚那为英语,苏里南为荷兰语,其他国家均使用西班牙语。印第安人使用印第安语。居民主要信奉天主教和基督教新教。

美洲的经济发展非常不平衡。北美洲是世界经济最发达的地区之一,拉丁美洲为发展中地区。20世纪70年代以来,拉丁美洲经济发展较快,巴西、墨西哥、阿根廷、委内瑞拉、智利、哥伦比亚和秘鲁等国,已建立起相对完整的工业体系或工业基础。

美洲是世界重要旅游区之一,其接待国际游客基本占世界总份额的20%~24%,其国际旅游收入占世界总份额的30%左右。

1995—2020年,美洲地区的旅游业将以年均增长3.8%的速度发展。到2020年,美洲地区将接待2.85亿国际旅游者。其间,美洲地区接待的远程旅游者占其接待总人数的比例将上升到38%。

广袤的土地、漫长的海岸线、良好的生态环境,加上哥伦布到达美洲前的文化遗迹和殖民时期的建筑物,吸引着众多的旅游者,许多国家政府越来越重视发展旅游,开发了各具特色的旅游项目,特别是生态旅游、探险旅游和文化旅游项目。

3. 东亚太地区

本区包括东亚(中国、朝鲜、韩国、蒙古、日本)、东南亚(泰国、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、菲律宾、文莱、东帝汶、越南、老挝、柬埔寨、缅甸)和大洋洲(澳大利亚、新西兰以及其他南太平洋岛国和地区)。

亚洲是亚细亚洲的简称,面积为 $4\,400\times 10^4\text{ km}^2$ (包括岛屿),约占世界陆地总面积的29.4%,为世界第一大洲。人口40.3亿,约占世界总人口的60.41%。居民多属黄种人(又

称蒙古利亚人种),约占全洲人口的60%以上;其次为白种人,黑种人很少。全洲大小民族、种族共有约1 000个,居民语言分属汉藏、南亚、阿尔泰、印欧等9个语系。现有48个国家和地区,在地理上习惯分为东亚、东南亚、南亚、西亚、中亚和北亚。亚洲是世界文明古国中国、印度和古巴比伦的所在地,也是世界三大宗教的发源地。

大洋洲意即大洋中的陆地,陆地总面积为 $897.1 \times 10^4 \text{ km}^2$,约占世界陆地总面积的6%,是世界上陆地面积最小的洲。人口3 400万,约占世界总人口的0.51%,是除南极洲以外世界上人口最少的一个洲。居民中,欧洲移民的后裔占70%以上,当地土著居民约占20%。绝大部分居民通用英语并信奉天主教,少数居民信奉其他宗教。大洋洲共有14个独立国家,其余十几个地区为美、英、法等国的属地。

东亚太地区是世界上较早的人类发祥地之一,这一地区的许多国家和地区有着丰富的、各具特色的自然旅游资源和人文社会旅游资源。东亚太地区经济按发展水平,主要有三类国家:一类是经济发达国家,如日本、澳大利亚和新西兰;二是新兴工业国家,如新加坡、韩国等;三为发展中国家和地区。近30年来,东亚太地区的旅游业在较为落后的基础上得到了迅速发展,超过了世界旅游业的平均发展速度,已成为推动世界经济和贸易增长的主要力量。东亚太地区的旅游组织有:亚太经济合作组织中的旅游工作组,东盟旅游协会太平洋亚洲旅游协会、东亚旅游协会和亚太旅游健康协会等。这些组织的成立将更有力地推动本地区旅游业的发展。

非洲地区

非洲全称阿非利加洲,总面积约为 $3 020 \times 10^4 \text{ km}^2$ (包括附近岛屿),约占世界陆地面积的20.2%。人口约9.65亿,约占世界人口的14.47%。居民主要为黑种人(约占全洲人口的2/3),其余为黄种人和白种人。一般认为非洲语言总数在800种以上,分属4个语系,即尼日尔-科尔多瓦语系(包括班图语系)、尼罗-撒哈拉语系、亚-非语系(闪米特-含米特语系)和科伊桑语系。北部居民多信奉伊斯兰教,其他地区居民多信奉原始宗教、基督教新教和天主教。

非洲的历史悠久,文化独特。15世纪以后,长期遭受西方殖民主义掠夺。目前已全部独立,有56个国家和地区。

非洲是人类发源地之一,历史悠久,文化独特,文化遗产丰富。除了埃及曾是世界四大文明古国之一外,非洲其他地区也曾形成了一些早期的王国,如加纳、马里、桑海、贝宁等。

非洲国家都属于发展中国家,大多数国家经济比较落后,经济基础差,旅游设施不完善,再加上一些地区社会动荡和自然灾害较重,导致旅游业的发展缓慢。近年来旅游业发展较快的国家主要有摩洛哥、突尼斯、南非等。非洲从20世纪50年代至90年代前期,旅游者人次仅占世界总份额的2%~3%。非洲旅游业的发展前景十分广阔,因为可以利用本地特有的自然风光和民俗风情,如奇特风光游、民族风情游、沙漠探险游、珍稀动植物考察游、考古游和海上游都具有较大的吸引力。世界旅游组织预计非洲大陆接待的国际旅游者将以每年平均5.5%的速度增长。

非洲的旅游业起步晚,基础差,发展缓慢。非洲的旅游业主要接待国际旅游者,其最大的客源市场是欧洲。预计到2020年,非洲接待的国际旅游者人数将达到7 500万人次,非洲出境旅游年均增长率将达到5.8%,高于世界年均增长水平。非洲人出境旅游主要集中在

在本洲内,出境旅游总人数将达6 800万人次,占世界出境旅游市场份额的4.3%。

5. 南亚地区

主要包括南亚次大陆(又称印巴次大陆)上的印度、巴基斯坦、孟加拉国、尼泊尔、不丹、斯里兰卡和马尔代夫等国。

南亚地区近10亿人口,18世纪后大多数国家相继沦为西方的殖民地或半殖民地。第二次世界大战后先后取得了独立,民族经济得到不同程度的发展。全部是发展中国家。由于受经济发展水平的制约和一些国家政局动荡、民族和宗教纷争迭起的影响,南亚地区旅游业起步晚、发展慢、起伏大。旅游业发展较好的国家是印度、斯里兰卡和尼泊尔。

印度是南亚次大陆上的文明古国和大国,是佛教和印度教的发源地,其历史悠久、文化灿烂、山河秀丽、名胜古迹珍奇。斯里兰卡是南亚地区的一个具有悠久文明历史、奇特民俗风情、珍奇动植物和珍贵宝石珍珠的热带岛国。位于“世界屋脊”的尼泊尔是一个人口仅2 479万的山地之国。该地神秘的喜马拉雅山风光、四季宜人的气候、古老的宗教、独具一格的文化习俗,吸引了世界各地的游客。

1995—2020年,南亚地区入境旅游年均增长率可达6.1%,2020年将达1 900万人次,在世界旅游市场上所占份额上升到1.2%,南亚旅游业具有巨大的发展潜力。在开发方面可以发挥其历史文化、热带滨海和山地生态的特点,充分利用其毗邻东亚太地区的优势,重点开发洲内近程客源市场。

6. 中东地区

中东是近代西方国家向东方扩张时使用的地理概念。以距离西欧远近而分别称为近东、中东、远东。广义的中东一般泛指欧、亚、非三洲连接的地区,包括伊朗、巴勒斯坦、以色列、叙利亚、伊拉克、约旦、黎巴嫩、也门、沙特阿拉伯、阿拉伯联合酋长国、阿曼、科威特、卡塔尔、巴林、土耳其、塞浦路斯和埃及(地理上属北非)等国家。

中东地区地扼欧、亚、非三大洲的要道,是世界三大宗教——基督教、伊斯兰教和犹太教的发源地,还是穆斯林的圣地,更是世界文明的发源地之一。埃及是四大文明古国之一,金字塔为世界七大奇观之一。土耳其地跨欧亚两洲,扼黑海海峡之咽喉,历史上曾是东罗马帝国和奥斯曼帝国的本土。本地区丰富而独特的民俗风情和宗教文化古迹,美丽的海滨、神秘的死海、浩瀚的沙漠等奇特的自然景观,加上便利的交通,为旅游业的发展提供了十分有利的条件。另外,随着中东和平进程的推进,旅游业前景一片光明。

中东地区的居民主要为阿拉伯人,除以色列为犹太人,信奉犹太教外,其余国家多为阿拉伯人,信奉伊斯兰教。除土耳其、黎巴嫩等国外,多数国家国民经济以开采原油和炼油为主,是世界上最大的石油输出地。中东地区除旅游业较为发达的土耳其和埃及以外,因长期受该地区战争和恐怖活动制约,旅游业发展缓慢,约占世界总额的2.4%,

到2020年,中东接待的国际旅游者人数将达6 900万人次,比1995年增长5倍,中东地区占世界入境旅游市场的份额将上升到4.3%。

三、国际旅游市场的发展趋势

旅游作为一种社会活动,是随着社会经济的发展而逐步开展的,世界旅游市场的发展不仅受着世界经济发展状况的制约,在其发展过程中也具有自身的发展特征。

1. 旅游市场细分化,竞争更加激烈

随着旅游者收入水平和需求层次的提高,伴随着旅游者出国旅游次数的增加,人们已不再满足于城市观光游览这种传统的旅游方式,而趋于追求能够满足其特殊需求且富于刺激性的旅游方式。现代旅游市场出现了市场细分趋势。每一种细分市场都具有其独特之处,能够满足某一类型旅游者的特殊需求。旅游组织者将注重从更深层次来开发人们的旅游需求,根据人们的年龄、职业、爱好等不同情况组织各具特色的旅游产品来面向不同的细分市场。

特殊旅游、专题旅游也更加盛行。除了过去传统的观光旅游、度假旅游和商务旅游外,目前比较盛行的旅游方式还有:宗教旅游、探险旅游、考古旅游、修学旅游、蜜月旅游、购物旅游、奖励旅游、民族风俗旅游等。每一种旅游方式又可以进一步细分。在上海举行的2008年中国国际旅游交易会上,新加坡推出面向家庭和个人的漫游新加坡的两大“非常”主题,即针对家庭亲子游的“非常家庭”以及给都市新人类推荐的“非常自我”,为不同的人群量身打造的不同的旅游套餐与路线,以细分旅游市场夺取先机。

随着国际游客对特殊旅游需求的增加,人们期待着更多、更为丰富多彩的专题旅游路线的不断推出。旅游目的地国家、地区、旅游企业每年不惜重金利用电影、电视、报刊、图片、画册、光盘、网页介绍旅游目的地的旅游路线和旅游产品,每年组织旅游目的地国家或地区赴世界各地进行宣传与推介。新加坡政府每年约用1 000万美元作为宣传费;日本政府每年对外宣传费用高达39亿日元;我国国家旅游局每年也都举行国内、国际旅游交易会。

2. 旅游从观光型旅游为主向度假休闲型旅游为主转变

旅游休闲活动已深入人们的日常生活。社会财富的积累与个人消费能力的提高为休闲旅游提供了条件和便利。近年来越来越多的游客已不满足于在各个旅游点之间长途跋涉、疲于奔命的旅游方式。旅游目的也从传统的开阔眼界、增长见识向通过旅游使身心得到放松和休息、陶冶生活情趣等转变。在未来的市场发展,观光型旅游市场将有所萎缩,但在传统的旅游客地中度假旅游将更为盛行,将会逐步取代观光旅游成为国际旅游的主体。世界上旅游度假胜地如地中海地区、加勒比海地区仍将是国际旅游者云集的地区。在东亚太地区,夏威夷及具有丰富海滩资源的泰国、印度尼西亚将会是旅游者热衷于选择的目标。泰国、夏威夷将会取代香港、新加坡成为东亚、太平洋地区第一和第二位的旅游接待地。为了适应未来世界旅游市场发展趋势,中国就必须改变旅游产品的单一结构,开发度假旅游资源,以吸引国际客源的主流。

3. 游客喜欢参与性和娱乐性的活动,追求灵活多变的旅游方式

跑马观花的旅游方式,使游客置身其外,也使游客失去了兴趣。在旅游过程中,旅游者渴求能亲身体验当地人民的生活,直接感受异国的民族文化风情。希望通过参与和交流得到感情的慰藉和心灵的撞击。旅游者喜欢那些轻松活泼、丰富多彩、寓游于乐、游娱结合的旅游方式。因此,在各国设计开发的旅游产品中,那些富有活力、情趣的娱乐活动,能增加游客的参与感,那些具有浓郁的民族风情和传统地方特色,同时又和娱乐相结合的旅游产品尤其受游客喜爱。在马来西亚有一种旅游产品越来越受当地和海外游客的欢迎,那就是民宿(即体验)旅游。该产品为游客提供了一个繁华都市之外的生活体验,如丛林徒步旅行,钓鱼,割橡胶,水果采摘,手工艺制作等活动;使游客能分享马来西亚的膳食和享受日常生活的机会;让游客更接近大自然,了解马来西亚友好的人民与文化。2008年超过6.8万的海内

外游客在马来西亚体验了不同种类的民宿旅游。其中大部分是来自日本、韩国和新加坡的游客。

同时,现代人在追求个性化的浪潮下,散客旅游和家庭旅游在旅游者人数中所占比例将逐渐增加。散客旅游盛行的原因,在于它比包价旅游更为自由随意,更彰显个性,可以随时按照个人兴趣、爱好、时间等来调整旅游计划。随着世界各地旅游设施的建立健全,网络预订系统的普及,已使散客旅游越来越方便,目前世界上散客旅游人数已超过包价旅游人数。目前家庭旅游还主要集中于中短距离和区域内。旅行社在组织团体包价旅游过程中也改变过去单纯集中统一的做法,而采取能满足游客个性需求的灵活多样的组团方式。同时,小包价、个人委托代办服务也占有越来越重要的市场份额。中国公民赴新西兰的个性化“半自助”小团体旅游即将变为现实。“半自助”小团体旅游项目是指游客自行设计个性化的新西兰旅游线路,然后由指定旅行社安排行程并代理个人旅游签证。据知,此项目将首先在上海展开,试行一段时间后,逐步向其他市场进一步推广。

4. 旅游者的大众化

近几十年来,旅游活动已成为一种广泛的大众性活动。所谓大众性,主要体现在三个方面:一是旅游活动在世界各地、各阶层都普遍开展起来;二是参加旅游活动的人数越来越多,1983年全世界参加国际、国内旅游的总人数由1979年的23.7亿人次增至35亿人次,2006年,全世界参加国际旅游的人数已达8.42亿人次;三是突破了历史上一直以个体为单位的旅游消费形式,变成结伴而行的群体性旅游活动,使旅游这种只有贵族、富商等少数人才能享受的游乐活动,变成普通百姓也能参与的一种广泛的大众化的社会活动。改革开放以来,我国的旅游业大力发展,接待国内旅游人数从1989年的2.4亿人次增加到2008年的17.1亿人次,国内旅游收入达到8749亿元人民币;接待入境旅游人数达1.30亿人次,旅游外汇收入达到408亿美元;组织中国公民出境旅游4584万人次,高居亚洲各国客源输出之首。

5. 网络化、品牌化的旅游电子商务正在改变旅游经济的运行模式

互联网的发展为全球各旅游目的地的营销提供了既廉价又公平的舞台。据世界旅游组织预计,未来5年之内旅游电子商务将占全球所有旅游交易的25%,世界主要旅游客源地区约1/4的旅游产品订购将通过互联网进行。网络化、品牌化的大型企业集团引领着世界旅游业的发展潮流。实力雄厚的企业集团正在引领着产业和行业的发展方向。如全球最大的旅游企业美国运通公司,资产总额2000多亿美元,遍布全球130多个国家和地区1700多家营业网点,年收入360亿美元。对比之下,中国仍然缺少这样引领发展潮流的品牌企业。

第二节 中国出/入境客源市场

出境旅游市场指的是旅游者在出境旅游过程中所反映的经济现象和经济关系。随着人们生活水平的普遍提高,价值观念、消费观念、休闲方式的逐渐转变,越来越多的人加入到出境旅游的队伍中,出境旅游已经成一个新的消费领域和一种新的时尚。

一、中国出境旅游的演变和发展

中国公民自费出境旅游,是中国经济的快速发展和改革开放政策带来的产物。虽然历史不长,但发展很快,现已经形成了一定的规模,并继续保持快速发展的势头。我国的出境旅游 20 多年来经历了一个从无到有,并且稳步增长的市场化的发展过程。

1988 年经国务院批准,规定由海外亲友付费、担保,允许我国公民赴泰国探亲旅游;1990 年 10 月 30 日,经国务院批准,国家旅游局会同外交部、公安部、侨务办公室等部门,发布施行了《关于组织我国公民赴东南亚三国旅游的暂行管理办法》,增加了新加坡、马来西亚两国。该办法当时决定只由中国旅行社总社、中国国际旅行社总社统一组团,开展中国公民自费赴泰国、新加坡、马来西亚三国的旅游业务。1992 年 7 月,又批准增加菲律宾为探亲旅游的目的地国家。这一时期是中国大陆出境旅游政策发展历程中的重要转折。

与此同时,边境旅游作为出境旅游的一种形式,也开始在我国的一些沿边省、自治区展开,并且得到较快发展。1987 年,我国首先开放辽宁丹东—朝鲜新义州“一日游”,由此拉开了中国边境旅游的序幕。1989 年 9 月 23 日,国家旅游局发布《关于中苏边境地区开展自费旅游业务的暂行管理办法》;以后沿边的内蒙古、吉林、广西、云南相继公布边境旅游暂行管理办法。到 1996 年 3 月 8 日,国务院批复了《边境旅游暂行管理办法》,并于 1997 年 10 月 15 日,由国家旅游局、外交部、公安部、海关总署联合发布施行。到 1998 年上半年,经国家批准,黑龙江、内蒙古、辽宁、吉林、新疆、云南、广西等 7 个省、自治区先后开放了中俄、中蒙、中朝、中哈、中吉、中塔、中越、中缅等 8 个国家边境旅游口岸,大批旅游者出入口岸地区购物、边贸和观光,有“一日游”到“八日游”等多种形式。有的边境旅游线路已经延伸到旅游目的地国家的首都,已接近于出境旅游。

1997 年 3 月,经国务院批复,国家旅游局、公安部联合发布《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》,并于 1997 年 7 月 1 日正式实施,这标志着国家正式开办中国公民自费出国旅游。

1988 年泰国成为对中国公民开放的第一个旅游目的地。随后,中国公民旅游目的地国家或地区(ADS)的开放迅速增长,到 2008 年 6 月 17 日正式实施的中国公民赴境外旅游的国家达 90 个,见表 1-1。

表 1-1 已开放的出境旅游目的地国家或地区

序号	国家或地区	启动时间	开展业务情况
1	泰国	1988 年	全面开展
2	新加坡	1990 年	全面开展
3	马来西亚	1990 年	全面开展
4	菲律宾	1992 年	全面开展
5	澳大利亚	1999 年	北京、上海、广州开展
		2004 年 7 月	天津、河北、山东、江苏、浙江、重庆正式开展
		2006 年 8 月	全面开展

续表

序号	国家或地区	启动时间	开展业务情况
6	新西兰	1999 年	北京、上海、广州开展
		2004 年 7 月	天津、河北、山东、江苏、浙江、重庆正式开展
		2006 年 8 月	全面开展
7	韩国	1998 年	全面开展
8	日本	2000 年	北京、上海、广州试办
		2004 年 9 月 15 日	辽宁、天津、山东、江苏、浙江正式开展
		2005 年 7 月 25 日	全面开展
9	越南	2000 年	全面开展
10	柬埔寨	2000 年	全面开展
11	缅甸	2000 年	全面开展
12	文莱	2000 年	全面开展
13	尼泊尔	2002 年	全面开展
14	印度尼西亚	2002 年	全面开展
15	马耳他	2002 年	全面开展
16	土耳其	2002 年	全面开展
17	埃及	2002 年	全面开展
18	德国	2003 年	全面开展
19	印度	2003 年	全面开展
20	马尔代夫	2003 年	全面开展
21	斯里兰卡	2003 年	全面开展
22	南非	2003 年	全面开展
23	克罗地亚	2003 年	全面开展
24	匈牙利	2003 年	全面开展
25	巴基斯坦	2003 年	全面开展
26	古巴	2003 年	全面开展
27	希腊	2004 年 9 月	全面开展
28	法国	2004 年 9 月	全面开展
29	荷兰	2004 年 9 月	全面开展
30	比利时	2004 年 9 月	全面开展
31	卢森堡	2004 年 9 月	全面开展
32	葡萄牙	2004 年 9 月	全面开展