

Annual Report on the Development
of China's Tourism Destinations 2008

中国旅游目的地 发展年度报告 2008

邹统钎/主编



旅游教育出版社

责任编辑:陈志

图书在版编目(CIP)数据

中国旅游目的地发展年度报告.2008/邹统钎主编. —北京:旅游教育出版社,2008.8

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1763 - 7

I. 中… II. 邹… III. 旅游点 - 经济发展 - 研究报告 - 中国 - 2008 IV. F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 119138 号

中国旅游目的地发展年度报告 2008

邹统钎 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepfx @ 163. com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排部
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	850 × 1168 1/32
印 张	10.5
字 数	219 千字
版 次	2008 年 11 月第 1 版
印 次	2008 年 11 月第 1 次印刷
定 价	26.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

目 录

- 1. 中国旅游目的地发展年度总报告 / 1
 - 绪言 / 1
 - 1.1 中国旅游市场分析 / 1
 - 1.2 国内区域旅游目的地发展情况 / 12
 - 1.3 旅游目的地营销与产品 / 16
 - 1.4 旅游目的地建设管理 / 28
 - 1.5 案例分析——以宁波、焦作、栾川、沂水为例 / 44
 - 参考文献 / 54
 - 附录 28 个主要城市、31 个省区市近年入境旅游接待情况统计 / 58
- 2. 长三角地区年度旅游报告 / 65
 - 绪言 / 65
 - 2.1 长三角地区旅游业现状 / 66
 - 2.2 长三角旅游热点总结 / 73
 - 2.3 长三角地区节庆会展情况 / 89
 - 2.4 基础设施建设 / 95
 - 2.5 旅游投资 / 102
 - 2.6 区域合作 / 107
 - 2.7 问题与趋势 / 112
 - 参考文献 / 118
- 3. 珠三角地区旅游目的地发展研究报告 / 124
 - 3.1 珠三角地区概况 / 124

3.2	珠三角地区旅游业发展概况	/	127
3.3	旅游开发热点、亮点和特点	/	134
3.4	旅游节庆活动	/	147
3.5	基础设施建设	/	160
3.6	旅游投资环境	/	165
3.7	区域合作	/	168
3.8	发展中存在的问题	/	171
3.9	未来发展趋势	/	175
	参考文献	/	183
4.	环渤海经济圈旅游研究报告	/	188
4.1	北京	/	189
4.2	天津	/	199
4.3	唐山	/	206
4.4	大连	/	214
4.5	秦皇岛	/	221
4.6	承德	/	229
4.7	青岛	/	236
4.8	烟台	/	243
4.9	石家庄	/	248
	参考资料	/	251
5.	旅游目的地居民对旅游影响的感知差异研究	/	254
5.1	引言	/	254
5.2	文献研究及问题的提出	/	256
5.3	实证研究	/	272
5.4	总结与结论	/	305
	参考文献	/	312
6.	附录 2007 年中国旅游目的地发展大事记	/	319

1. 中国旅游目的地发展年度总报告

邹统钎 谢 红 李笑一

绪 言

旅游目的地是真正实现旅游经济价值的所在,是旅游价值链的最终实现环节。旅游目的地的发展水平决定了该地区发展旅游能够获取多大的效益。中国是旅游资源大国也是旅游经济大国,作为一个旅游目的地国家,中国在世界旅游业中占据了举足轻重的地位。

中国现代旅游业兴起于上世纪 70 年代的入境接待,大体上经历了从入境旅游“一枝独秀”到三大旅游市场竞相发展的过程。中国的旅游资源开发大体经过了普遍开发、重点开发和创新发展三个阶段。近年来,随着中国经济的持续增长,中国成为世界上越来越重要的入境旅游目的地,也在逐渐形成世界上最大的国内旅游市场,与此相适应,中国作为一个旅游目的地国,其建设和发展中呈现出许多令人瞩目的特征。

1.1 中国旅游市场分析

2007 年中国旅游市场在 2006 年的基础上呈现持续增长势头,国内旅游、入境旅游、出境旅游三大市场继续快速发展。中国继续保持世界第四大入境旅游接待国和亚洲第一出境旅游客源地的地位,并朝着成为世界上最大的国内旅游市场的方向发展。

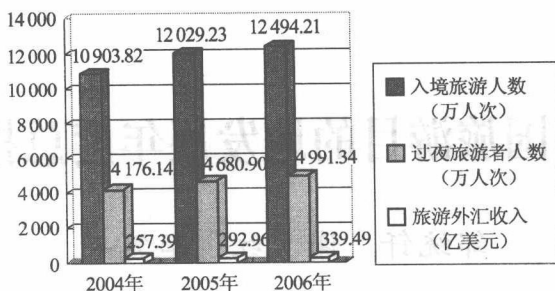


图 1.1 2004 - 2006 年入境旅游接待情况统计

数据来源:根据国家旅游局统计数据整理

1.1.1 入境旅游市场

我国成为全球第四大入境旅游接待国,旅游外汇收入居全球第六位,入境旅游已成为我国最大的国际服务贸易领域。2007 年我国入境旅游继续保持增长势头。我国入境旅游目前呈现以下特点:

(1) 入境旅游市场稳定增长

一是我国入境旅游保持持续增长的态势。统计数据显示,2004 年,中国接待入境旅游者 10 903.82 万人次,比 2003 年增长 12.9%;其中过夜旅游者 4 176.14 万人次,比 2003 年增长 26.7%;国际旅游外汇收入 257.39 亿美元,比 2003 年增长 47.9%。

2005 年,中国入境旅游接待总量为 12 029.23 万人次,同比增长 10.3%;其中过夜旅游者 4 680.90 万人次,同比增长 12.1%;国际旅游外汇收入 292.96 亿美元,同比增长 13.8%。

2006 年,中国入境达 12 494.21 万人次,同比增长 3.9%;其中过夜旅游者 4 991.34 万人次,同比增长 6.6%;国际旅游外汇收入 339.49 亿美元,同比增长 15.9%。

2007 年 1 至 9 月,我国共接待入境旅游者 9 765.86 万人次,

比上年同期增长 10.6%。

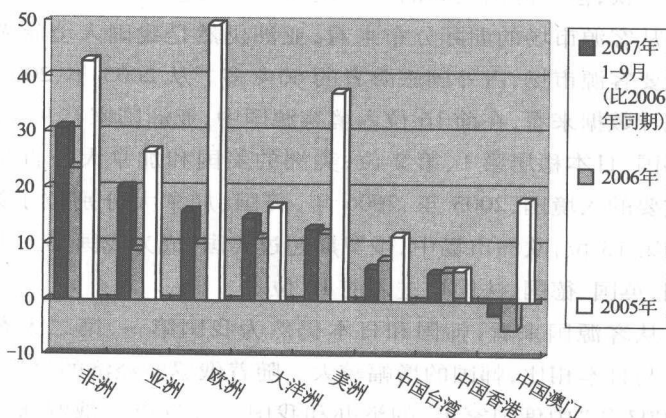


图 1.2 2005 年、2006 年及 2007 年 1-9 月入境旅游增幅

数据来源:根据国家旅游局统计数据整理

二是入境客源市场保持高速增长态势。2005 年,增幅非常显著,欧洲增幅最大(49.4%),其次是非洲(43.0%)、美洲(37.2%)、亚洲(26.4%)、大洋洲(16.6%)。港澳台地区市场也保持增长趋势,其中中国澳门和中国台湾达到两位数增长,分别为 17.6% 和 11.5%。

2006 年较 2005 年增幅有所减缓,但除了亚洲(8.7%)增幅较小外,其他各洲都保持了两位数的增长。从港澳台地区情况来看,中国澳门入境旅游者因为多种原因,呈现小幅下滑态势(12.3%),中国台湾和中国香港仍呈增长态势。

各大洲的入境增幅都达到两位数的增长,增幅最大为非洲(30.6%),其次是亚洲(19.9%)、欧洲(15.8%)、大洋洲(14.7%)、美洲(12.6%)。来自港台地区的入境旅游者保持低幅增长的态势,中国澳门则继续保持 2006 年以来的小幅下降趋势。

三是客源市场保持相对稳定。从列表可以看出,虽然增长幅度较快,但客源国之间的相对位置比较稳定,基本保持不变。

从客源市场的洲际分布来看,亚洲仍然是我国入境旅游的最主要客源市场,占外国旅游者的60%多。从2005年、2006年的统计数据来看,在前16位入境客源国中,亚洲国家有9个,其中韩国、日本稳居第1、第2位;美洲的美国和加拿大一直是我国重要的入境国,2005年、2006年,美国、加拿大分别位于第4位和第13位;欧洲市场中,俄罗斯超过美国,成为我国第三大客源国,英国、德国、法国均进入前16位。

从客源国来看,韩国和日本仍然为我国第一、第二大客源国。与日本相比,韩国的增幅较大。随着俄罗斯经济的好转,以及2007年“中俄国家年”的举办和我国一些省市对俄罗斯的专门性促销,俄罗斯入境旅游增长非常快,近年来其入境人数超过美国,成为我国第三大客源国。

表 1.1 2005 年、2006 年、2007 年 1-9 月主要客源国入境旅游情况

2007 年 1-9 月				2006 年			2005 年		
排名	国家	人数 (万 人次)	增幅 (%, 较 2006 年 同期)	国家	人数 (万 人次)	增幅 (%)	国家	人数 (万 人次)	增幅 (%)
1	韩国	362.49	25.4	韩国	392.40	10.7	韩国	354.53	33.9
2	日本	296.81	8.7	日本	374.59	10.5	日本	339.00	14.0
3	俄罗斯	212.33	20.4	俄罗斯	240.51	8.2	俄罗斯	222.39	40.9
4	美国	140.25	10.3	美国	171.03	10.0	美国	155.55	16.7
5	马来西亚	68.93	14.2	马来西亚	91.05	1.2	马来西亚	89.96	25.2
6	新加坡	62.86	12.4	新加坡	82.79	9.5	新加坡	75.59	28.1

续表

2007 年 1-9 月				2006 年			2005 年		
排名	国家	人数 (万 人次)	增幅 (%, 较 2006 年 同期)	国家	人数 (万 人次)	增幅 (%)	国家	人数 (万 人次)	增幅 (%)
7	菲律宾	60.21	16.9	菲律宾	70.42	7.7	菲律宾	65.40	8.0
8	蒙古	49.29	5.5	蒙古	63.12	-1.7	蒙古	64.20	22.2
9	英国	44.19	9.9	泰国	59.20	1.0	泰国	58.63	20.2
10	澳大利亚	43.76	13.1	英国	55.26	10.6	英国	49.97	21.9
11	泰国	42.95	3.3	澳大利亚	53.81	11.4	澳大利亚	48.30	29.2
12	德国	41.26	11.5	德国	50.06	10.1	德国	45.49	29.6
13	加拿大	41.25	15.4	加拿大	49.97	16.3	加拿大	42.98	19.5
14	法国	34.59	15.2	印尼	43.30	14.7	印尼	37.76	27.3
15	印尼	34.27	10.9	印度	40.51	13.6	法国	37.20	26.6
16	哈萨克 斯坦	32.47	74.9	法国	40.22	8.1	印度	35.65	44.9

数据来源:根据国家旅游局统计数据整理

(2) 观光休闲旅游仍是主要市场,商务旅游市场增幅加快

观光休闲仍是我国入境旅游者的主要目的,50%的入境游客仍然是观光休闲者。但是,随着中国经济的发展,以会议/商务旅游为目的入境旅游在入境旅游市场中增幅加快,统计数据显示,目前我国主要客源国的会议/商务旅游增幅都大于观光休闲旅游。

据国家旅游局公布的 2005 年入境旅游者抽样调查综合分

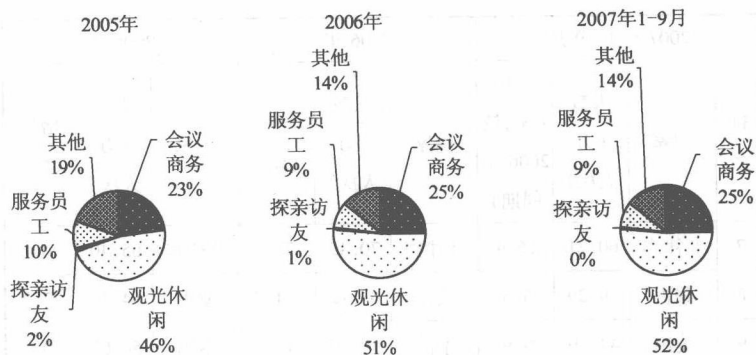
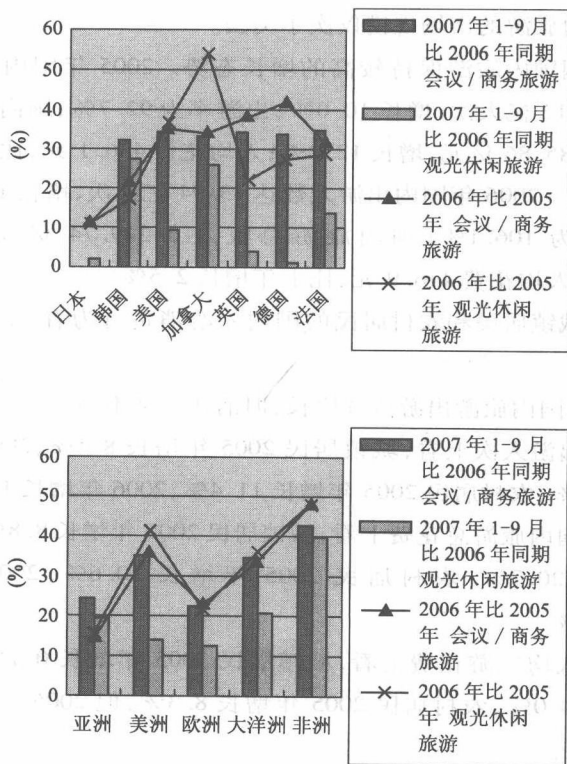


图 1.3 近年入境旅游者构成(按目的)

数据来源:根据国家旅游局统计数据整理

析报告数据,在接受调查的入境旅游者中,观光游览的15 881人,占34.2%;休闲度假的7 917人,占17.1%;探亲访友的3 651人,占7.9%;商务活动的12 454人,占26.8%;参加会议的2 335人,占5.0%;宗教朝拜的453人,占1.0%;文体科技交流的1 523人,占3.3%;其他目的的2 178人,占4.7%。商务、会议两者所占的比例达到了31.8%,已经和传统的观光游览“平起平坐”了,如果再加上文体科技交流部分,商务旅游者已经超过了观光游览者,这表明我国商务旅游市场已发展到一定规模。国际会议协会曾预测:“中国有可能成为21世纪国际会奖旅游首要目的地。”

从图1.4可以看出,不论是从各洲还是从主要客源国情况来看,2007年会议/商务旅游者的增幅远远大于观光休闲旅游者的增幅。2006年这两种类型的旅游者的增长规律不明显,但在2007年,除了日本以外,其他主要客源国的会议/商务旅游者的增幅都远大于观光旅游者,大洲的情况也是如此。



**图 1.4 各大陆、主要客源国近两年来华会议/商务旅游与
观光休闲旅游增幅对比**

数据来源:根据国家旅游局统计数据整理

1.1.2 国内旅游市场

1.1.2.1 国内旅游市场整体状况

在入境旅游市场平稳增长的同时,国内旅游市场在扩大内需、促进消费的战略推动下,以良好的成长性保持快速增长,消费大众化、常态化趋势更加明显,成为拉动内需的新亮点。目前

我国国内旅游的市场规模仅次于美国。

我国国内旅游保持较高的增长态势。2005 年国内出游人数达 12.12 亿人次,增长 10.0%;出游率为 92.7%;国内旅游总花费 5 285.86 亿元,增长 12.2%;人均花费 436.1 元,比上年增长 2.0%。2006 年国内出游人数达 13.94 亿人次,增长 15.0%;出游率为 106.1%;国内旅游总收入 6 229.74 亿元,增长 17.9%;人均花费 446.9 元,比上年增长 2.5%。

从城镇居民和农村居民的国内旅游消费行为看,主要有以下特点:

(1) 国内旅游出游持续增长,但消费水平不高

从出游人次上看,城镇居民 2005 年增长 8.1%,2006 年增长 16.1%;农村居民 2005 年增长 11.4%,2006 年增长 14.2%。

从国内旅游总花费上看,城镇居民 2005 年增长 8.8%,2006 年增长 20.7%;农村居民 2005 年增长 20.6%,2006 年增长 11.4%。

从人均出游花费上看,城镇居民 2005 年增长 0.7%,2006 年增长 4.0%;农村居民 2005 年增长 8.3%,但 2006 年同比降低 2.6%。

表 1.2 2005-2006 年我国城镇、农村居民国内旅游情况比较

		人次 (亿人次)	增长率 (%)	出游率 (%)	总花费 (亿元)	增长率 (%)	人均花费 (元)	增长率 (%)
2006 年	城镇居民	5.76	16.1	156.7	4 414.74	20.7	766.4	4.0
	农村居民	8.18	14.2	86.4	1 815.00	11.4	221.9	-2.6
2005 年	城镇居民	4.96	8.1	135.1	3 656.13	8.8	737.1	0.7
	农村居民	7.16	11.4	76.2	1 629.73	20.6	227.6	8.3

数据来源:根据国家旅游局统计数据整理

可见,国内旅游人次和总花费呈较高速度增长,但人均国内旅游花费增幅较低且不稳定,在说明目前我国国内旅游还处于数量扩张阶段,旅游消费水平还不高。

(2) 城镇居民绝对出游数量低,出游率高,花费水平高;农村居民绝对出游数量高,出游率低,花费水平低

从根本上来说,旅游行为上的这种城乡差距是由我国城乡二元结构决定的,但是,随着国家加大解决“三农问题”的力度、建设社会主义新农村步伐的加快、农村经济的持续好转,广大农村居民的旅游需求一定会得到释放。

1.1.2.2 黄金周旅游情况

黄金周制度的实行推动了我国国内旅游的迅速繁荣,黄金周成为了国内旅游市场的重要组成部分。

2005年3个黄金周全国接待游客3.01亿人次,比上年增长12.2%,占全国国内旅游人数的24.8%;实现旅游收入1243亿元,比上年增长16.5%,占全年国内旅游收入的23.5%。

2006年3个黄金周全国接待游客3.57亿人次,比上年增长18.1%,占全年国内旅游人数的25.6%;实现旅游收入1512亿元,比上年增长20.1%,占全年国内旅游收入的24.3%。

2007年黄金周旅游继续发展,出游人数稳中有升。2007年3个黄金周共计接待游客4.172亿人次,较2006年3个黄金周增长18.06%;旅游收入总计1816亿元人民币,增长20.11%。“十一”黄金周期间,全国大部分地区天气条件较差,导致出游人数和旅游收入的增幅减缓。

随着国内旅游市场的逐步发展,国内旅游者日趋成熟,出游选择趋向理性。以黄金周为例,目前我国国内旅游主要有以下特点:

表 1.3 2007 年 3 个黄金周旅游统计

	春节黄金周	“五一”黄金周	“十一”黄金周	总体情况
出游人数(亿人次)	0.922	1.79	1.46	4.172
同比增长	18.06%	22.70%	9.60%	18.06%
旅游收入(亿元)	438	736	642	1816
同比增长	11.90%	25.80%	14.8%	20.11%
人均花费(元)	475	412	441	

数据来源:国家旅游局网站

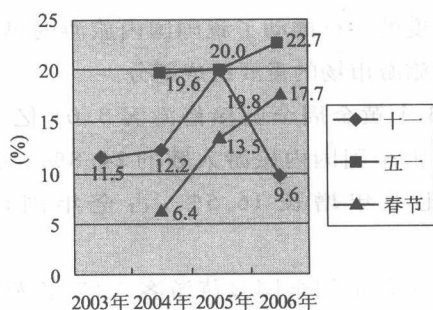


图 1.5 近年黄金周旅游人次增幅情况

数据来源:国家旅游局网站

一是散客出游规模较大。与传统的跟团出游相比,散客旅游更加具有自由性,能够更好地满足旅游者休闲、娱乐的需要,越来越多的游客开始选择散客的出游方式。据权威部门预测,进入本世纪后,我国散客旅游的比例将达到 70%,成为旅游市场的主角。

二是自驾车旅游成倍增加。自驾车旅游使旅游者具有更大的随意性和自主性,同时能够更好地享受沿途风光,提高旅游质

量。有关数据显示,目前我国私人汽车拥有量年均增速在 20% 左右,截至 2007 年 6 月,全国汽车保有量大约 5 356 万辆,其中私人汽车 3 259 万辆。2006 年末,我国高速公路里程达 4.5 万公里,全国除西藏自治区外,各省(区、市)都建有高速公路。这些都为我国自驾车旅游的大众化提供了客观条件。

三是中短线旅游进一步升温。与选择长途旅游的奔波相比,中短途旅游更能让旅游者享受旅游过程,真正得到放松和休闲。中短途旅游时间更短,花费更少,使很多收入水平较低的消费者有能力出游。短线旅游往往以城市周边、城乡结合部、郊区为主,促进了这些地区旅游业的持续火爆。

四是“一日游”成为主要旅游休闲方式。全国假日办发布的黄金周旅游统计报告显示,历次黄金周“一日游”游客均占出游总人次的 70% 以上。以 2007 年 3 个黄金周为例,“一日游”游客达 3.113 亿人次,占黄金周总出游人数的 74.6%。

五是出游时间分散化,错峰出游受欢迎。随着旅游者的日趋成熟,人们在出游时间的选择上开始出现分散化的趋势。与往年黄金周期间出现的集中出游、集中返程,从而导致交通和旅游景区的压力过大的状况相比,现在很多人开始将出游时间提前或延后。错峰出游缓解了黄金周期间的拥挤状况,而旅游产品在黄金周前后的价格调整也使旅游者得到了更大的实惠。

表 1.4 2004—2007 年“五一”黄金周出游者构成

年份	“一日游”(亿人次)	总人次(亿人次)	“一日游”占总人次的比例(%)
2004	0.7801	1.04	75.0
2005	0.9006	1.21	74.4
2006	1.07	1.46	73.3
2007	1.33	1.79	74.3

数据来源:根据全国假日办黄金周旅游统计数据整理

表 1.5 2007 年 3 个黄金周出游者构成

黄金周	“一日游”(亿人次)	总人次(亿人次)	“一日游”占总人次的比例(%)
春节	0.7027	0.922	76.2
五一	1.33	1.79	74.3
十一	1.08	1.46	74.0
总计	3.1127	4.172	74.6

数据来源:根据全国假日办黄金周旅游统计数据整理

1.2 国内区域旅游目的地发展情况

由于资源禀赋、发展环境和国家及区域经济发展战略的影响,与全国经济发展特征一样,我国旅游业发展也呈现出东部沿海地区较为发达,西部和中部地区暂时落后的区域发展不均衡的特征。目前,我国区域旅游发展呈现以下态势。

1.2.1 旅游业发达地区继续稳步发展

从我国旅游业的区域分布来看,京津地区、长三角地区和广东省等发达地区一直处于绝对领先地位,同时保持持续增长势头。以 2005 年和 2006 年的统计数据为例,在接待外国旅游者人次的排名中,北京、上海、杭州、苏州、南京、广州、深圳、珠海名列 28 个主要城市的前 10 位;广东、上海、江苏、北京、浙江居接待入境旅游者排名的前 5 位,占统计的 31 个省直辖市自治区接待总量的 70% 以上。

自申奥成功以来,北京的旅游业已出现明显的增长趋势。随着奥运会的临近,北京旅游业的发展步伐更加迅速,在传统观光旅游继续发展的同时,入境商务旅游、奖励旅游、会展旅游和特殊专业团队旅游带动了北京的旅游市场。2006 年,北京市全年累计接待入境过夜旅游者 390.3 万人次,比上年同期增长

7.5%;全年接待国内旅游者1.32亿人次,增幅5.6%;旅游总收入1803.7亿元人民币,增幅13.2%;旅游外汇收入首次突破40亿美元,增幅11.3%,位居全国城市第一位。2007年11月25日,北京首次实现年内接待入境旅游者突破400万人。

近年来,上海定位于“都市型旅游”,同时以“世博会”为契机,加快旅游发展速度。2006年12月,上海成为国内首个年内接待入境游客超过600万人的城市。

2006年,广东省在接待入境旅游者、外国旅游者和旅游外汇收入3个方面继续保持全国第一的位置。其中接待入境旅游者2089.71万人次,接待外国旅游者534.66万人次,实现外汇收入753279万美元,同比增长16.7%。

1.2.2 其他省区和城市发展加快

在传统旅游发达城市和地方保持持续增长和领先地位的同时,其他省区和城市的增幅加快。统计显示,2006年以来,28个重点旅游城市中,入境接待增幅居前10位的城市里只有杭州保持增幅快、接待量高的双重特点,其他城市虽然接待量较低,但增幅非常快。

1.2.2.1 西部旅游快速发展

2005年,云南、西藏分列入境游客接待人次增幅第三、第九位;2006年,四川、西藏分列第五、第八位;2007年前9个月,西藏接待量增幅高居榜首,达155.41%,贵州、四川也分列第二位和第九位。随着西部省区将旅游业作为经济发展的重要动力,加大旅游开发的力度,尤其是青藏铁路的开通,西部旅游业的增长势头更加强劲,西藏、贵州、云南、四川和重庆都保持了高速增长,新疆也保持增长的态势,但宁夏、甘肃和青海增长不稳定。

青藏铁路的开通和林芝机场的通航为西藏旅游业发展创造了新的契机,西藏开始打破“资源大区、旅游弱区”的困境。青