

首都服务贸易系列发展报告

首都旅游服务贸易发展报告

(2009)

北京第二外国语学院国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心 编

首都服务贸易系列发展报告

首都旅游服务贸易发展报告

(2009)

北京第二外国语学院国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心 编



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

首都旅游服务贸易发展报告. 2009/北京第二外国语学院国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心编. —北京: 中国商务出版社, 2009. 10
ISBN 978-7-5103-0158-2

I. 首… II. 北… III. 旅游服务—服务贸易—经济发展—研究报告—北京市—2009 IV. F592.71

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 185946 号

首都旅游服务贸易发展报告 (2009)

Shoudu Luyou Fuwu Maoyi Fazhan Baogao (2009)

北京第二外国语学院国际服务贸易暨国际文化贸易研究中心 编

出 版: 中国商务出版社
发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司
社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号
邮 编: 100710
电 话: 010—64269744 (编辑室)
010—64283818 (发行部)
010—64263201 (零售、邮购)
网 址: www.cctpress.com
邮 箱: cctp@cctpress.com
照 排: 卓越无限
印 刷: 北京高岭印刷有限公司
开 本: 787 毫米×980 毫米 1/16
印 张: 19.25 字 数: 460 千字
版 次: 2009 年 10 月第 1 版 2009 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-0158-2

定 价: 38.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64283818

首都服务贸易系列发展报告（2009）

编撰单位 北京第二外国语学院国际服务贸易暨国际
文化贸易研究中心

总 主 编 李小牧

编委成员 （按姓氏笔画为序）

王育红	王海文	白 远	叶春明
吕世平	张国胜	李嘉珊	栾 茵
高 静	涂泳红	韩景华	薛 彤

首都旅游服务贸易发展报告（2009）

主 编 张国胜

副 主 编 王海文

参编人员 卫杏鹏 孔 旋 吴 芳 谷南南
李佳伟 赵海英 周容婧 陶 然
高 羽

总 序

从美国经济学家富克斯（V·Fuchs）1968年出版《服务经济》，率先宣布美国作为西方发达国家已经进入“服务经济”社会到现在，整个人类社会在这短短40年间发生了深刻的变化——科学技术、政治、经济日新月异，人类的生产方式和生活方式也都出现了前所未有的改观，其突出表现就是富克斯所言的服务经济社会在经济全球化浪潮推动下正迅猛地席卷全球，渗透到生产生活的方方面面，不仅使经济服务化、服务全球化，而且推动着人们以全球性的思维和视野来思索和观察社会经济、生产生活。由此，与经济结构、产业结构、贸易结构等诸多方面紧密相关的服务业、服务贸易成为备受人们关注、整个国际社会都竭力发展的部门和领域。

目前，在发达国家服务业的产值与就业人数已经占到本国国内生产总值与就业人数的2/3左右，服务贸易也在服务化与全球化的浪潮中以较之货物贸易更猛的势头发展着，并且将成为新的生产分工、贸易分工、利益分配和竞争力提升所争夺、抢占的中心地带。就背景和趋势来看，服务经济受到再多的重视、关注和支持也都不为过。

作为服务经济重要组成部分的服务贸易，正引领着国际贸

易发展的潮流。金融、旅游、文化、运输等传统和新兴的国际服务贸易部门交相辉映,各种与服务贸易实践和研究相关的组织、机构、政策、法规不一而足。就我国而言,从1982年服务贸易进出口总额仅为43.4亿美元,到2008年达到3044.5亿美元,增长了70倍,年均增长17.8%。进口排名继续保持在第5位,出口也升至世界第5位,仅次于美国、英国、德国和法国,已成为全球服务贸易的重要国家。由此可以看出,我国国际服务贸易的大发展正是在改革开放和世界服务经济发展的大潮下,审时度势、抓住机遇实现的。

取得这样的成绩,实属不易。即使在世界经济、国内经济总体向上、向好的情况下,不可避免地还要面对来自各方面的挑战,包括经济的波动,甚至是经济、金融危机。2008年始于美国并蔓延全球的金融危机给世界经济,特别是给国际贸易带来了始料不及的困难。而在奥运会之后的后奥运时代背景下,我们又将如何应对,已成为社会各界所共同思考的问题。

由此,我们的视线集中在了奥运会的举办地、我国的首都——北京。后奥运时代的北京,在经历奥运经济之后,如何在经济体制、结构、竞争力等诸多方面,特别是在大力发展服务业、服务贸易,实现经济发展规划既定目标的背景和要求下,继续推进改革,促进发展,对全国经济都具有重要意义。2008年,北京服务贸易总额超过600亿美元,同比增长超过20%,占全国服务贸易总额的1/5,形成了服务贸易全面发展、重点突出、优势领先的格局。从这些数据看来,后奥运时代首都北京的服务贸易有着很好的发展基础和广阔的发展前景,尤其是政治、经济和文化中心得天独厚的优势,使得首都服务贸易的实践和研究成为了社会各界满怀信心期待和努力的舞台。

基于上述形势和背景,北京第二外国语学院国际服务贸易

暨国际文化贸易研究中心有幸承担了北京市教委科技创新平台项目——“后奥运时期的首都服务贸易发展研究”，并最终编成《首都服务贸易系列发展报告（2009）》。该报告主要涉及金融、旅游、商业、教育、信息传输、文化等服务贸易领域，由北京第二外国语学院的多位教授分工负责，围绕项目总的研究目标，试图从各个层面、角度反映并剖析首都服务贸易发展状况、存在问题以及可能的对策措施，从而为后奥运时代首都北京的服务贸易发展做出贡献。

读者在阅读本系列发展报告时，既应站在全球及我国宏观经济的背景下，来思索和考量国际服务贸易的发展，更应该以首都北京服务贸易的发展实践为基础，来观察和探究城市或区域服务贸易的进步和提升。只要循着报告的行文思路，读者就不难获得新的信息、新的观点，进而帮助形成自己的判断和评价。

报告中尚有不尽人意的地方，真诚希望各位读者多提宝贵意见和建议，我们将在以后的年度发展报告中加以改进和完善。



2009年8月

序 言

在这个全球化浪潮的服务经济时代，旅游服务贸易的发展日益受到各界的关注——不仅是因为旅游服务贸易早已成为我国服务贸易的重要组成部分（占全部服务贸易量的 $1/3 \sim 1/2$ ），更重要的是在服务产业结构、贸易结构的升级、调整过程中，旅游业、旅游服务贸易占据越来越重要的地位。它的意义也不仅仅局限于对 GDP 增长的贡献，更反映了人们的生活状态、消费方式乃至价值取向的变化。随着国际交流愈加频繁，服务经济向纵深发展，我们可以确信，旅游服务贸易方兴未艾，必定会更加蓬勃兴盛，这一点可以从近年来我国跨境游，特别是出境游的稳定发展状况略窥一斑。因此，研究跨境旅游的产业特征，探索旅游服务贸易的发展规律，无论对学术界、管理层还是实业界，都具有广阔的应用背景。

2008 年是中国的奥运年，我国旅游服务贸易迎来了重大发展机遇。首都北京作为奥运的主办地，大力发展旅游服务贸易既是必然选择，也存在一定挑战。因此，从微观层面研究 2008 年首都旅游服务贸易的发展规律，归纳首都服务贸易的运行特征，预测后奥运首都服务贸易的发展趋势，更具有特殊的现实意义。基于这一形势要求，我们课题组不揣陋识，向读者呈现了这部《首都旅游服务贸易发展报告 2009》。

本报告是北京市教委科技创新平台项目“后奥运首都服务贸易发展研究系列报告”之一，项目子课题负责人是张国胜教授。本报告是一部集体之作。报告框架结构由张国胜拟定，所有课题组成员都参与了有关内容的初稿撰写。在信息收集、初稿撰写过程中，王海文博士具体负责实施工作。初稿形成后，王海文修改了全部初稿，最后由张国胜统稿、审定。课题组成员克服困难，通力合作，及时将报告付梓出版。

本报告以首都旅游服务贸易为研究对象，主要研究了 2006～2008 年首都旅游服务贸易运行特征、竞争力水平，并提出发展建议，其中重点分析了 2008 年首都旅游服务贸易状况。本报告从理论到现实，从宏观到微观，从全局到具体，不仅涉及整体分析，而且还分区域探索了首都旅游服务贸易的发展问题，资料翔实，图文并茂。在分析中，以旅游产业为基础，突出涉外经济部门产业链的广泛性。

本报告是我们的第一次尝试，疏漏之处在所难免，恳请读者多提宝贵意见，以便今后的报告更加完善。

编 者

2009 年 8 月 20 日

目 录

第一章 旅游服务贸易总论	1
一、旅游服务贸易的概念界定	1
二、旅游服务贸易的特点和作用	3
三、相关理论概述	5
四、世界及中国旅游服务贸易现状	10
五、中国旅游服务贸易竞争力分析	12
第二章 首都旅游服务贸易的宏观运行环境与发展总况 ...	20
一、首都旅游服务贸易的宏观运行环境	20
二、首都旅游服务贸易的发展总况	38
第三章 首都旅游服务贸易的市场运行情况	51
一、首都出境游市场运行概况与消费特征	51
二、首都入境游市场运行情况	56
三、首都旅游产业涉外市场情况	69
四、首都旅游服务贸易国内竞争力总体考察	76
五、奥运与“前、后奥运时代”	79
第四章 朝阳区、通州区旅游服务贸易发展报告	90
一、朝阳区、通州区旅游服务贸易发展总体情况 ...	90

二、朝阳、通州两区旅游服务贸易发展措施	95
三、朝阳区、通州区涉外饭店市场运行 状况与特点	98
四、朝阳区、通州区涉外旅行社市场运行 状况与特点	99
五、朝阳区、通州区旅游景点市场对外运行 状况与特点	101
第五章 海淀区旅游服务贸易发展报告	106
一、区旅游服务贸易发展概况	106
二、饭店市场	120
三、旅行社市场	125
四、旅游景点	127
五、旅游服务贸易发展建议	131
第六章 东城、西城、崇文、宣武旅游服务贸易发展 报告	134
一、东城区旅游服务贸易发展报告	134
二、西城区旅游服务贸易发展报告	145
三、崇文区旅游服务贸易发展报告	156
四、宣武区旅游服务贸易发展报告	169
第七章 石景山区、丰台区旅游服务贸易发展报告	182
一、两区旅游服务贸易发展概况	182
二、区内涉外饭店业市场运行状况与特点	192
三、区涉外旅行社市场运行状况	196
第八章 门头沟、房山、大兴区旅游服务贸易发展 报告	199
一、区域旅游服务贸易发展概况	199

二、区内涉外饭店业市场运行状况与特点	207
第九章 延庆、昌平旅游服务贸易发展报告	211
一、延庆旅游服务贸易发展报告	211
二、昌平区旅游服务贸易发展报告	221
第十章 平谷、密云、顺义旅游服务贸易发展报告	233
一、远郊三地概况	233
二、远郊三地旅游业运行总体情况	234
三、远郊三地观光休闲农业及民俗旅游业	236
四、主要大事志	241
第十一章 2007~2008 年旅游服务贸易研究综述	243
一、关于旅游服务贸易政策、规则的研究	243
二、多重视角下的关于旅游服务贸易现状、问题 及对策的研究	245
三、关于旅游服务贸易竞争力的研究	246
四、关于旅游服务贸易的实证研究	248
五、关于开展旅游服务贸易国际合作的研究	250
附录一 北京市“十一五”时期旅游业及会展业发展 规划	253
前 言	253
第一部分 旅游业发展规划	254
一、规划背景	254
二、“十一五”旅游发展总体思路与目标	258
三、发展任务	259
四、空间布局	269
五、实施规划的保障措施	274

第二部分 会展业发展规划	276
一、规划背景	276
二、“十一五”会展业发展总体思路与目标	282
三、发展重点	283
四、主要任务与措施	284

第一章 旅游服务贸易总论

一、旅游服务贸易的概念界定

(一) 旅游服务的定义与特点

旅游服务是指为了实现一次旅游活动所需要的各种产品与服务的组合。这些服务包括咨询服务、交通服务、住宿服务、餐饮服务、导游服务、购物服务、文体娱乐服务、手续服务、专项服务以及零星委托服务等^①。

从定义可以看出，旅游服务产品界定为旅游者在整个旅游过程中，旅游服务机构为旅游者提供的一切餐饮、休息、娱乐、交通、住宿等等各种服务以及为实现该服务所提供的商品的总和。

旅游服务产品具有其自己独特的特点，具体表现在以下四个方面：

1. 无形性

与我们日常生活中的货物商品相比，旅游者向旅游商购买的旅游服务产品具有不可触摸、不可视见的特殊性。旅游企业

^① 陈宪，《国际服务贸易—原理、政策、产业》，立信会计出版社，2003年版，第384～386页。

借助其拥有的设施、设备或条件，向自己特定的旅游客户提供旅游服务，与其他服务一样，旅游者只能在消费的时候感受到提供产品的消费效用。

2. 综合性

旅游服务产品本身牵涉衣食住行等各个方面，这必然使其具有综合性特征。一般来说，旅游产品是由多种多样的资源、设施、和服务构成，是物质和非物质的多种产品组合。为了完成旅游服务，供给旅游产品，旅游部门必须和其他的相关部门、行业相互协调，紧密配合。

3. 时间性

旅游产品一般是在旅游者来到旅游目的地的时候才被生产和提供出来，其生产和消费发生在同一个地点和同一个时间点上，因此旅游产品一般不能储存。另外旅游产品的需求具有季节性，不同季节旅游产品的需求有很大差异。

4. 不可转移性

旅游产品无法运输。旅游服务的消费依靠旅游者在旅游目的地的消费，当旅游活动结束后以后其产品的使用价值随之消失。

(二) 旅游服务贸易的定义

旅游服务贸易是指一国旅游从业人员向其他国家及地区的旅游者提供相关旅游服务并以此获得报酬的活动。它既包括境外旅游者的入境旅游，在国际收支上表现为本国的旅游服务贸易的出口，也包含本国旅游者的出境旅游，在国际收支上表现为本国旅游服务贸易的进口。旅游服务贸易不仅包括个人的旅游活动，也包括旅游企业的活动，其范围涉及旅行社和各种旅游设施及客运、餐饮供应、食品等，与建筑工程承包、保险和数据处理等服务有直接的联系，与国际空运的联系也极其密

切,在整个国际服务贸易中的比重很大,基本占到了其总量的1/4。按WTO服务贸易理事会国际服务贸易分类表,旅游及相关服务包括宾馆与饭店、旅行社及旅游经纪人服务社、导游服务等。另外服务贸易中的自然人提供服务附件也涉及旅游服务。

根据世贸组织关于服务贸易的定义,旅游服务贸易的定义可以从四个方面加以理解:

①从一个成员的国境向另一成员的国境提供的旅游及相关的服务;

②从一个成员的国境向另一成员的服务消费者提供旅游及相关的服务;

③通过一个成员的法人向另一成员的商业存在提供旅游及相关服务;

④由一成员的自然人在另一成员境内提供旅游及相关服务。

二、旅游服务贸易的特点和作用

(一) 旅游服务贸易的特点

与传统的货物贸易相比,旅游提供方往往凭借本国的自然旅游资源吸引旅游消费者到本国购买消费旅游产品服务,在本土进行商品出口和服务出口。这使旅游服务贸易在整个国际贸易中开放度相对较高,很少受一国关税壁垒的影响。具体特点如下:

1. 对自然资源有依赖性

旅游服务贸易与传统的商品贸易以及其他服务贸易最大的一个区别就是旅游服务贸易的发展受到旅游自然资源地理人文方面因素的支持和约束。对于入境旅游者来说,旅游目的地国家的自然旅游资源、人文特色往往是吸引他们注意力的主要因

素。这种自然旅游资源也往往同国家的历史文化背景有很大关联,像中国这样的文明古国自然就有博大精深的文化渊源和旅游资源禀赋。

2. 就地商品和服务出口

旅游者到目的地进行旅游消费,出口方就地提供出口商品,通过旅游服务获得外汇收入。无需像商品出口那样要经过长途的运输销往国外。而且旅游服务贸易产品大多主要依赖本国自然资源,所以也不存在传统商品贸易的成本问题。当然,这并不意味着旅游服务贸易没有成本,只是成本通常由小部分商品成本构成,大部分还是劳务服务成本,环境治理和改造成本等。

3. 旅游服务贸易开放程度较高

在各类服务贸易中,国际旅游服务贸易的自由化程度是相对较高的。无论对于发达国家还是发展中国家来说,发展旅游服务贸易对于本国的经济发展和增加外汇收入,提高本国的国际地位都十分有利,而对旅游服务贸易的过度限制和保护对本国的旅游业的发展并无实质性的作用,因此各国对此限制较少。

(二) 旅游服务贸易的作用

1. 增加外汇收入

在旅游业对外开放的环境下,旅游服务贸易的发展可以吸引国际闲置资金的投入,还可以吸引国外的旅游者从而增加外汇收入。对普通的商品货物贸易来说,两国间的贸易会受到进口国家或地区贸易保护政策的限制,而旅游服务贸易是就地消费,一定程度上可以避开贸易保护措施及关税的限制。此外,经旅游服务贸易出口的产品无须包装、储运、办理保险,也不涉及办理繁琐的进出口手续,创汇简单快捷。