



高职高专旅游管理专业规划教材

客源国(地区)概况

宝胜 舒惠芳 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

高职高专旅游管理专业规划教材

客源国（地区）概况

主 编 宝 胜 舒惠芳
参 编 曲玉镜 陈淑媛



机械工业出版社

本教材选取来华旅游人次稳定居于前列的 17 个国家, 作为主要客源国加以阐述。中国港、澳、台地区目前是我国入境主要客流, 作为主要客源地区加以阐述。

内容有绪论和客源国(地区)概况四章。绪论部分主要阐述中国海外客源分析、海外客源市场开发前景探讨、世界旅游业和旅游组织简介、世界六大旅游区划分、中国重要旅游组织等内容。各客源国(地区)部分主要介绍了各国(地区)自然环境特征、人文环境特征、名城与名胜古迹三大方面。其中自然环境特征主要包括位置、地形、气候、河湖、资源等内容; 人文环境特征主要包括人口、民族、宗教等简况, 发展简史, 政治和经济状况, 文化、习俗等内容。本书简明、扼要, 既涉及广泛, 又突出重点。

本教材最适合于高职旅游专业使用, 也适用于高等学校本、专科及各类旅游专业培训。

图书在版编目(CIP)数据

客源国(地区)概况/宝胜, 舒惠芳主编. —北京: 机械工业出版社, 2003.10

高职高专旅游管理专业规划教材

ISBN 7-111-13131-2

I. 客… II. ①宝…②舒… III. 旅游客源—概况—世界—高等学校: 技术学校—教材 IV. F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 086092 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 曹俊玲 版式设计: 张世琴 责任校对: 樊钟英

责任编辑: 余茂祚 责任印制: 施 红 封面设计: 饶 薇

北京铭成印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2004 年 1 月第 1 版·第 1 次印刷

1000mm × 1400mm B5·7.375 印张·268 千字

0 001—3 500 册

定价: 19.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68993821、88379646

封面无防伪标均为盗版

高职高专旅游管理示范 专业教材编审委员会

顾问 杜江 卢昌崇 赵黎明 田里 李昕
主任委员 郑向敏

副主任委员 (以姓氏笔画为序)

刁宗广 范黎光 罗金铭 单凤儒 钱理文
曹俊玲

秘书 黄安民

委员 (以姓氏笔画为序)

石强 石建辉 田金霞 刘力 陈雪琼
陈玉峰 李祝舜 李洪波 沈时仁 汪京强
张利民 宝胜 林江珠 周凤杰 柳素芬
袁正新 蒋长春 舒惠芳 蔡宗和

前 言

随着中国旅游事业的发展,海外客源市场不断扩大,一些国家成为我国较为稳定的客源国。同时,我国的出境旅游也日益广泛,一些重要客源国同时又成为我国出境旅游的主要目的地。因此,对这些国家或地区各方面的了解,就成为旅游从业人员的必备知识,《客源国(地区)概况》也就成为旅游专业教育的重要学科。

本教材的编写人员,皆为高校旅游专业的教师,多年从事本学科的教学工作。在编写过程中,力求简明、扼要,既涉及广泛,又突出重点。尽可能使用较为全面的材料和新近的数据,客观地反映各客源国(地区)的概况。同时又充分考虑了教学过程的实际需要,在写作体系上尽量做到简明、合理。

写作任务具体完成情况如下:主编宝胜,渤海大学旅游与历史文化学院教师,完成绪论、第二章欧洲地区第一节俄罗斯、第三章北美地区第一节美国全部内容,以及日本国、德国、泰国、中国台湾等节的部分内容;舒惠芳,深圳职业技术学院旅游系教师,完成第一章第八节蒙古国、第九节澳大利亚、第二章第六节西班牙、第三章第二节加拿大、第四章中国港、澳、台地区等内容;参编曲玉镜,渤海大学旅游与历史文化学院教师,完成第一章第三节印度尼西亚、第四节马来西亚、第五节新加坡、第六节菲律宾、第七节泰国等内容;参编陈淑媛,福建莆田学院旅游系教师,完成第一章第一节日本国、第二节韩国、第二章第二节英国、第三节法国、第四节德国、第五节意大利等内容。

本教材选取来华旅游人次稳定居于前列的17个国家,作为主要客源国加以阐述。中国港、澳、台地区目前是我国入境主要客流,作为主要客源地区加以阐述。

在结构上,本教材分绪论和四章:第一章 亚洲和太平洋地区,阐述日本、韩国、印度尼西亚、马来西亚、新加坡、菲律宾、泰国、蒙古国、澳大利亚等九国概况;第二章 欧洲地区,阐述俄罗斯、英国、法国、德国、意大利、西班牙等六国概况;第三章 北美地区,阐述美国、加拿大两国概况;第四章 中国港、澳、台地区,阐述香港、澳门、台湾三地区概况。

在内容上,绪论部分主要阐述中国海外客源分析、海外客源市场开发前景探讨、世界旅游业和旅游组织简介、世界六大旅游区划分、中国重要旅游组织等内容。各客源国(地区)部分,主要介绍各国(地区)自然环境特征、人文

环境特征、名城与名胜古迹三大方面。其中自然环境特征主要包括位置、地形、气候、河湖、资源等内容；人文环境特征主要包括人口、民族、宗教等简况，发展简史、政治和经济状况，文化、习俗等内容。

为了推行和贯彻国家法定计量单位，本书均采用国家法定的计量单位。如：

米用 m，厘米用 cm，毫米用 mm，千米（公里）用 km，英尺用 ft（非法
定计量单位）；

平方米用 m^2 ，平方千米用 km^2 ，立方米用 m^3 ，公顷用 hm^2 ，英亩用 acre
（非法定计量单位）；

小时用 h，分钟用 min；

度（电量单位）用 $\text{kW}\cdot\text{h}$ ，千瓦（功率单位）用 kW，兆瓦用 MW；

吨（重量单位）用 t。

本教材在写作过程中，得到机械工业出版社领导、编辑的大力支持，尤其是曹俊玲老师和余茂祚老师对本教材的写作出版付出大量心血，渤海大学旅游与历史文化学院领导张利民女士对本教材完成给予很多帮助，在此一并表示感谢！

编 者

目 录

前言		
绪论	1	
第一章 亚洲和太平洋地区	12	
第一节 日本	12	
第二节 韩国	25	
第三节 印度尼西亚	34	
第四节 马来西亚	42	
第五节 新加坡	51	
第六节 菲律宾	60	
第七节 泰国	69	
第八节 蒙古国	78	
第九节 澳大利亚	84	
第二章 欧洲地区	97	
第一节 俄罗斯	97	
第二节 英国	107	
第三节 法国	119	
第四节 德国	137	
第五节 意大利	148	
第六节 西班牙	158	
第三章 北美地区	170	
第一节 美国	170	
第二节 加拿大	184	
第四章 中国港、澳、台地区 ...	199	
第一节 香港	199	
第二节 澳门	209	
第三节 台湾省	218	
参考文献	228	

绪 论

一、我国海外客源分析

随着世界经济的发展和各国人民生活水平的提高,旅游越来越成为人们日常生活的一个重要组成部分。旅游业也因此得到极大的发展,成为世界经济中重要的支柱产业。

旅游活动按地理范围,分为国际旅游和国内旅游。国际旅游是指跨越国界的旅游活动,它分为入境旅游和出境旅游。前者是外国居民到本国的旅游活动,后者是本国居民到他国的旅游活动;国内旅游是指人们在居住国范围内的旅游活动。世界各国都极为重视入境旅游的发展,积极扩大本国的海外客源市场。因为入境旅游可以增加外汇收入,用于补偿外贸逆差,有助于平衡其国际收支。还可增加本国就业机会,增加政府税收等。

(一) 我国的入境旅游

改革开放以来的二十多年中,我国的旅游业有了高速的发展。以入境旅游为起点,在较短的时间内,就走出了由入境旅游—入境旅游和国内旅游并重—入境旅游、国内旅游、出境旅游三足鼎立的发展道路。中国目前存在着三种旅游客流,流量最大的是国内旅游客流,其次是入境旅游客流,第三是出境旅游客流。据统计,2000年,我国国内旅游者达到7.44亿人次,我国接待入境旅游者8344.39万人次,二者之比为9:1,与世界平均水平10:1相近;国内旅游收入与入境旅游收入之比为3:1,与世界平均水平3:1~4:1相差不多。从这里我们可以看出,入境旅游在我国旅游业发展中始终占有举足轻重的地位。

不仅如此,在国际上,我国入境旅游人数和旅游外汇收入的增长速度远远超过世界平均增长速度。从1980年到2000年的20年间,世界各地接待国际游客数由28484.1万人次,增加到69840.0万人次,增长了2.45倍。国际旅游收入由1023.63亿美元,上升到4760亿美元,增长了4.65倍;而同期我国接待入境旅游人数由570.25万人次增加到8344.39万人次,增长了14.63倍;旅游收入从2.63亿美元提高到162.24亿美元,增长了61倍。1980年,我国接待入境旅游者人数在世界排名第18位,旅游外汇收入在世界排名第34位。到2000年,我国接待入境旅游者人数在世界排名第五,旅游外汇收入世

2 客源国(地区)概况

界排名第七。

(二) 我国海外客源市场构成

1. 人员构成

中国海外客源市场由两部分构成。一部分是外国旅游者, 约占来华旅游入境总数的 1/9。另一部分是华侨和港、澳、台同胞, 约占来华旅游入境总数的 8/9, 见下表。

2000 年中国接待入境旅游人数及其比重

	人次/万	比重 (%)
入境总人次	8344.39	100
外国人	1016.04	12.2
华侨	7.55	0.1
港澳同胞	7009.94	84.0
台湾同胞	310.86	3.7

从上表中, 我们可以看出, 作为入境旅游者, 港、澳、台同胞和华侨合计占 87.8%, 是我国入境客源市场的主体。港、澳、台同胞和华侨是大陆人民的骨肉同胞, 不同于外国旅游者。但由于历史原因和现实情况, 对他们的旅游接待与其他国际旅游者有很多相似之处, 因此, 依然把他们作为入境旅游者。新中国成立以来, 港、澳同胞和华侨一直占我国入境旅游的最主要成分。1988 年以后, 由于海峡两岸关系的发展, 台湾同胞来大陆人次大增, 成为入境客源市场的又一重要组成部分。

2. 地域构成

按洲际来说, 因为我国是亚洲国家, 国际旅游长期以来又以区域内近距离旅游为主, 因此, 在外国旅游者中, 来自亚洲的人次最多; 欧洲因为经济发达, 出游人数较多, 在中国海外客源市场中较为重要, 居第二位; 美洲经济发展不平衡, 来华旅游者中以北美旅游者居多, 居第三位; 人口数很少的大洋洲和经济不发达的非洲, 占我国入境旅游者的比重很小。

按国家来说, 长久以来, 日本一直是我国最主要的客源国。自 1978 年以来, 无论是来华旅游的人次上, 还是在旅游消费总额上, 日本人在来华旅游的外国人中, 历年都高居前列。其次, 韩国、俄罗斯和美国, 以及东南亚国家都是我国较为稳定的客源地。下表以 2000 年为例, 说明目前我国主要客源市场情况。

2000 年我国接待入境外国旅游人数及其比重

国 家	来华旅游人次/万	占总人数比重 (%)	名 次
日本	220.2	21.7	1
韩国	134.5	13.3	2
俄罗斯	108.0	10.7	3
美国	89.6	8.8	4
马来西亚	44.1	4.4	5
新加坡	39.9	3.9	6
蒙古	39.9	3.9	7
菲律宾	36.4	3.6	8
英国	28.4	2.8	9
泰国	24.1	2.4	10
德国	23.9	2.4	11
加拿大	23.7	2.3	12
澳大利亚	23.4	2.3	13
印尼	22.1	2.2	14
法国	18.5	1.8	15

注：本表系前 15 位国家排列次序。

（三）我国海外客源市场开发前景

在新世纪中，随着我国国民经济的高速发展，物质文明建设和精神文明建设的进一步加强，中国的海外客源市场将得到进一步拓展。据世界旅游组织预测，到 2020 年，中国将接待入境游客 1.37 亿人次，占世界市场份额的 8.6%，位居世界第一位；而据中国国家旅游局预测，这一数据还不仅如此。到 2020 年，中国入境旅游人数将达到 2.1~3 亿人次，国际旅游外汇收入将达到 580~820 亿美元。

1. 港、澳、台同胞入境旅游

随着香港、澳门的相继回归，港、澳同胞回祖国大陆观光、旅游、探亲、休假的人数越来越多，有许多游客多次到大陆旅游。以 2000 年的统计，港、澳同胞 4 次以上的入境旅游者的比重远远高于首次旅游者，这是和外国旅游者的入境旅游不一样的地方之一。今后相当长的一段时期内，港、澳同胞仍将占据我国入境旅游者的最主要成分。随着海峡两岸关系的进一步发展，目前已经

在厦门和金门之间实现了“小三通”，这对台湾同胞到祖国大陆旅游无疑是具有十分重要意义的。随着两岸关系的进一步改善，两岸三通的真正实现，台湾客源市场必将提高到一个新水平。

2. 亚太地区客源市场将稳中有升

日本仍将占据来华旅游第一大客源国的地位。这不仅因为中日之间距离较近，更重要的是中日文化的渊源关系，以及中日之间的历史往来，使古老的中国对今日的日本国民有着强大的吸引力；近年来韩国、蒙古国以及中亚国家的出入境人数大幅度增长，是我国海外旅游市场重要的国家和地区；在东南亚市场上，很多国家因为华人数量较大，历来在传统文化等方面与中国有着密切联系。随着东南亚地区局势的稳定和经济的进一步发展，新加坡、菲律宾、泰国、马来西亚和印尼等国的客源市场将进一步增长，文莱市场的大门也将打开。越南由于地缘条件便利，加上其国内改革开放和经济发展，将成为中国海外的又一个新兴市场；大洋洲市场也将稳定增长。

3. 欧洲市场进一步拓展

作为一个地跨欧、亚两洲国家的俄罗斯，一直是中国客源市场中较稳定的前几位国家之一。历年来如西欧的英、法等国，中欧的德国也居来华旅游者的前列。由于中国和欧洲各国经济合作的扩大和进一步加强，今后欧洲客源市场将进一步拓展，不仅向西欧的比利时、荷兰等国，中欧的瑞士、奥地利等国，更重要的是向南欧和北欧扩展。如南欧的希腊、意大利、西班牙、葡萄牙等国，北欧的挪威、丹麦、瑞典等国，不仅会成为中国人出游的目的地，也会成为中国旅游重要海外客源国。

4. 美洲市场具有巨大潜力

在美洲市场上，美国将仍然是中国的一个重点海外客源市场，加拿大市场也会有较大的增长。南美洲目前在我国海外市场中基本上还是一个空白，具有十分巨大的潜力。随着中国和南美洲新航线的开通，这里将会成为中国一个新的客源地。

5. 非洲市场仍属薄弱环节

非洲历来是我国国际客源市场中的薄弱环节，这一方面固然是因为非洲距离中国较为遥远，同时也与非洲本身的经济缓慢发展有关。非洲只有少数国家如埃及、南非等经济较为发达，具有出国旅游条件的人数比例较高。但因非洲是世界第二大洲（面积居世界第二位，人口居世界第三位），具有出国旅游条件的人尽管不普遍，人数仍然很多，是一个富有潜力的客源市场。因为距离欧洲较近，欧洲旅游资源在世界上又有强大声誉，故非洲游客出游多选欧洲，这对于中国开拓非洲海外客源市场是一个难点，因此，非洲市场仍属薄弱环节。

但随着中国与南非等国的建交,以及陆续推出一些对非洲有吸引力的旅游产品,如对北非和东非等地阿拉伯民族有较强吸引力的穆斯林旅游专线等,中国将陆续打开非洲国际客源市场。

中国是一个具有五千年文明史的世界文明古国,各种人文旅游资源精华荟萃,璀璨夺目。中国又是有着 960 万 km^2 美好河山的泱泱大国,地大物博,江山多娇。在新的世纪里,中国必将以她东方古国的独特魅力,吸引越来越多的海外游人,来一睹她的风采。

二、世界旅游业和旅游组织简介

(一) 世界旅游业发展趋势

第二次世界大战以后,尤其是 20 世纪 60 年代以来,随着世界经济的迅速发展,交通运输工具的进步,各国旅游服务条件得到很大改善。经济的发展使人民生活水平提高,闲暇时间增多。由于城市化进程加快,增加了人们的旅游需求。种种因素和条件使旅游活动迅速普及,在世界范围内形成社会化的大众旅游热潮。这种大规模群众性旅游活动的出现,是世界旅游业进入现代旅游阶段的重要标志。

半个世纪以来,世界旅游业取得了突飞猛进的繁荣与发展,进入一个全新的阶段。与 20 世纪中期以前的近代旅游相比,现代世界旅游业主要呈现出以下几个特点:

1. 旅游业发展速度快,增幅大

从 1950 年到 2000 年,国际旅游人数从 2520 万增加到 6.89 亿,增长了 27 倍;国际旅游收入从 21 亿美元增加到 4760 亿美元,增长了 226 倍,其发展速度远远高于世界经济增长速度。

2. 旅游业成为世界经济中的最大产业

旅游业的发展为旅游地国家和地区创造大量就业机会,成为其国民经济的重要产业和创汇来源。尤其是一些旅游热点地区,旅游经济成为当地的支柱产业经济。

3. 旅游活动呈大众化、多元化

过去旅游只是少数富贵特权阶层的享受,如今早已进入寻常百姓家,成为现代生活方式的一个不可缺少的组成部分。旅游活动的内容和方式也越来越多样化,早已打破仅是观光游览的范围,而是游览、休闲、探险、考古、保健、商务、会议等项目,花样翻新,层出不穷。近年来,健康旅游、绿色旅游、民俗旅游尤其受到游客的青睐,中国就将 2003 年定为民俗旅游年。

4. 旅游地域的广泛性

过去人们的旅游活动往往集中在著名景区或大都市,而现代旅游阶段,旅

游活动的范围大大扩展。不仅从西欧、北美扩展到全世界,而且从南北极地到热带丛林,从非洲沙漠到南美高山,都有旅游者的足迹。那些人迹罕至的地方,如一些荒僻的雪山幽谷,乡野村落,大漠孤岛,如今更具魅力。科技的飞跃还把游人送上了太空和海底,这种旅游地域的广泛性可谓遍及全球。

进入新世纪,全球的旅游业将继续保持以上特点和发展势头,在巨大的社会需求和激烈的国际竞争中变化提高。据世界旅游组织预测,从1995年到2020年间,世界旅游业的年均增长率将为4.1%左右,2020年全球国际旅游人次将达到15.6亿。其中增长最快的是东亚太平洋地区,年增长率将达到6.5%,占全球市场份额的25.4%,成为仅次于欧洲的第二大旅游区,届时世界旅游市场将形成欧洲、美洲、亚太三分天下的格局。

(二) 世界旅游区划分

世界旅游组织(WTO)根据世界各地的旅游发展情况和旅游集中程度,将世界旅游市场划分为六大区域:东亚及太平洋区;南亚区;中东区;非洲区;欧洲区;美洲区。

1. 欧洲区

包括欧洲所有国家。这是目前世界上最大的旅游市场。自20世纪50年代以来,无论是国际旅游接待人次,还是国际旅游收入,欧洲都居各大地区旅游市场之首。同时,欧洲还是世界上最重要的国际旅游客源地。随着亚太地区的崛起,虽然欧洲目前旅游业各项指标仍呈增长态势,但在世界所占份额逐步下降。

2. 美洲区

包括北美、南美两大洲所有国家和地区。这是目前世界上第二大旅游市场。其国际旅游接待人次和旅游收入,在世界各大地区中仅次于欧洲地区,居第二位。此外美洲也是仅次于欧洲的世界第二大国际旅游客源市场。但这一区域旅游业发展不平衡,主要集中在北美洲的美国、加拿大和墨西哥等少数几个国家。

3. 东亚及太平洋区

简称亚太区。包括东亚、东南亚、中亚、大洋洲的所有国家。这一地区自20世纪60年代以来,一直是世界上排名第三的国际旅游接待地区,也是世界上第三大国际旅游客源市场。这里是世界上发展速度最快的旅游市场,近30年来,本区旅游业的发展速度远远超出世界平均值,居世界之首。这一旅游市场资源极为丰富,市场潜力大。随着世界经济重心向亚太地区的转移,其旅游业在21世纪必将有突飞猛进的发展。据世界旅游组织预测,到2020年以后,这一地区国际旅游的发展,将超过美洲而居世界第二位。

4. 非洲区

包括除埃及以外的非洲所有国家。这一区域既有多姿多彩的人文资源,又有沙漠、雨林、草原等景观及各种特殊生物资源,旅游资源丰富,市场发展前景很好。但因为长期的殖民统治,文化落后,经济不发达。在旅游业方面,非洲是一个发展中的大陆,许多旅游资源有待于进一步开发。近年来,国际旅游接待量增长较快,高于世界平均增长率,但旅游接待量和旅游收入占全球的份额均不高。

5. 中东区

包括西亚所有国家和埃及。中东地区是世界上著名的“三洲五海之地”和“世界石油宝库”,属于伊斯兰文化区。由于战争和政治动荡,使该地区的旅游业尤其是国际旅游始终未能兴旺起来。不过一些石油生产国如沙特、科威特等,也是国际旅游较为重要的客源国。

6. 南亚区

包括南亚所有国家。这里属于印度文化区,种族、民族、宗教成分复杂,各种纷争不断,加之经济水平限制和政局动荡等原因,其旅游业起步晚、发展慢、起伏大。近20年来,虽然本区国际旅游业发展也比较快,旅游接待人次的增长高于世界平均增长率,但占全球的份额仍很小。由于该地区各国经济发展水平较落后,其出境旅游市场除印度外都很小。

以2000年为例,世界各大旅游区到访游客数量在世界旅游业中的比重和排名如下表。

2000年各地区到访游客数量在世界的比重和排名

区 域	到访游客数量比重 (%)	在世界排名
欧洲区	57.8	1
美洲区	18.6	2
东亚及太平洋区	16.0	3
非洲区	3.8	4
中东区	2.9	5
南亚区	0.9	6
全球	100	

(三) 国际性旅游组织

1. 世界旅游组织 (WTO)

它是目前世界上惟一全面涉及旅游事务的全球性政府间旅游组织。其前身是1947年成立的国际官方旅游组织联盟 (IUOTO), 1975年1月2日正式改

用现名，总部设在西班牙首都马德里。

世界旅游组织的宗旨是：通过推动和发展旅游，促进各国经济繁荣与发展，增进国际间的相互了解，维护世界和平。

世界旅游组织在 1979 年 9 月第三届代表大会上，正式确定每年的 9 月 27 日为世界旅游日，这是旅游工作者和旅游者的共同节日。创立该节日的目的在于给旅游宣传提供一个机会，引发人们对旅游的重视，促进各国在旅游领域的合作。其来由是因为国际官方旅游组织联盟，于 1970 年 9 月 27 日在墨西哥城的特别代表大会上，通过将要成立的世界旅游组织章程。此外，还因为这一天恰好是北半球的旅游旺季将要过去，而南半球的旅游旺季即将到来的时候，正是一年中世界人民旅游度假的好时节。

世界旅游组织为每一年的世界旅游日都提出一个宣传口号，以便突出一个旅游宣传的重点。世界各国根据这一口号的精神，开展旅游宣传，从而推动世界旅游业的共同发展。

我国于 1983 年加入世界旅游组织。

2. 太平洋亚洲旅游协会 (PATA)

这是一个地区性的非政府组织，于 1951 年创立于夏威夷，原名为太平洋地区旅游协会，1986 年起改为现名。其总部设在美国旧金山市。此外，还设有两个分部：一个设在菲律宾首都马尼拉，分管该协会东亚地区事务；另一个设在澳大利亚的悉尼，分管该协会南太平洋地区事务。

太平洋亚洲旅游协会的宗旨是：促进整个太平洋区的旅游事业，便利世界其他地区的游客前来太平洋地区各国旅游，以及太平洋地区各国居民在本地区内开展国际旅游。

太平洋亚洲旅游协会每年召开一次年会，并举办旅游交易会。

我国于 1993 年加入该协会。

3. 世界旅行社协会联合会 (UFTAA)

这是世界上最大的民间性国际旅游组织。其前身是欧洲旅行社和美洲旅行社，于 1966 年合并而成。总部设在比利时首都布鲁塞尔。

该会的宗旨是：负责国际政府间和非政府间的旅游团体的谈判事宜，代表并为旅游业和旅行社的利益服务。

该组织每年举办一次全体大会，交流经验，互通情报。

中国旅游协会于 1995 年正式加入该组织。

4. 国际民用航空组织 (ICAO)

国际民航组织成立于 1947 年 4 月，同年 5 月，成为联合国的一个专门机

构，总部设在加拿大的蒙特利尔。

该组织宗旨是：发展安全而有效的国际航空运输事业，使之用于和平目的；制定国际空中航行原则；促进各国民航事业的安全化、正规化和有效化；鼓励民航业的发展，满足世界人民对空中运输的需要；谋求在机会均等原则下，各缔约国航空运输的健全发展和经济运营。

我国于 1974 年正式加入该组织，并于同年的大会上被选为理事。

此外，其他比较重要的国际旅游组织还有：国际航空运输协会（IATA），成立于 1945 年，总部设在加拿大蒙特卡洛市；国际旅游科学专家协会（IAEST），成立于 1951 年，总部在瑞士的伯尔尼；国际饭店协会（IHA），成立于 1947 年，总部设在法国巴黎；国际旅游协会（IAT），成立于 1951 年；国际旅游联盟（AIT），成立于 1898 年等。

（四）我国重要的旅游组织

我国的旅游组织主要分为旅游行政管理机构和旅游行业组织两大类。

1. 国家旅游局

国家旅游局是我国的国家旅游组织，是国务院主管全国旅游行业的直属机构。国家旅游局主要职能有：研究、拟定旅游业发展方针、政策、规划；拟定旅游行政法规；研究、拟定国际与国内市场开发策略；组织旅游资源普查；检查、监督旅游市场秩序和服务质量；指导旅游教育、培训工作等。

2. 我国旅游行业组织

目前我国全国性的旅游行业组织主要有：中国旅游协会、中国旅游饭店协会、中国旅行社协会、中国旅游车船协会、中国旅游文化协会、中国旅游报刊协会、中国旅游乡村协会等。

三、关于《客源国（地区）概况》

《客源国（地区）概况》是高等院校旅游专业的一门专业基础课，主要介绍、研究我国重点旅游客源国的自然环境特征、人文环境特征、名城与名胜古迹等各方面状况及其形成、演化的规律与发展趋势。

（一）讲授内容与体系

《客源国（地区）概况》选取了我国改革开放后，旅游业大发展时期以来的十几个来华人次居前列的主要客源国和地区，按其所处地理位置编排，共分为亚洲与太平洋地区、欧洲地区、北美地区、以及中国港澳台地区四部分，较为全面地介绍各国、各地区如下几方面内容：自然环境特征，包括位置、地形、气候、水文、资源等基本情况；人文环境特征，包括简况、简史、政治、

经济、文化、习俗等基本情况；名城与名胜古迹。

(二) 学习本门课的意义与目的

改革开放以来，我国旅游业迅猛发展。到 2000 年，全国旅游总收入 4519 亿美元，相当于同年国内生产总值的 5%；旅游外汇收入相当于同年外贸出口收入的 6%。旅游业作为第三产业的新兴产业，已经成为我国国民经济新的增长点，中国已经从旅游资源大国发展成亚洲旅游强国，并正在向世界旅游强国迈进。

在新的世纪，随着中国加入 WTO，随着世界经济一体化进程的加快，随着世界各国经济的不断发展，国际旅游必将作为世界各国人民的一种生活方式与需求，不断得到发展。据世界旅游组织预测，到 2020 年，全球国际旅游人次将达到 15.6 亿。

中国作为东方神秘的古老国度，对世界各国人民有着独特的吸引力。2000 年，中国接待入境旅游者已达到 8344.39 万人次，在世界排名第五位；旅游外汇收入为 162.24 亿美元，在世界排名第七位。据世界旅游组织预测，到 2020 年，中国将接待入境游客 1.37 亿人次，占世界市场份额的 8.6%，居世界第一位。

而逐步走向富裕的中国人民，也开始了由近及远的出境旅游。我国的出境旅游起始于 1983 年 11 月，广东省旅游部门率先开办了“香港游”，次年 4 月又开办了“澳门游”，拉开了中国出境旅游的序幕。2000 年，全国出境旅游人数达到 1047.26 万人次，旅游范围也从港澳、东亚、东南亚等周边国家和地区，扩展到欧洲、大洋洲、美洲和非洲各地。世界旅游组织预测，到 2020 年，中国出境旅游人数将达到 1 亿人次，占世界市场份额的 6.2%，居世界第四位。

世界要了解中国，中国要走向世界。世界各国不仅有着自然环境方面的巨大差异，更有着文化环境的种种不同。现代世界可分为五大文化圈：欧洲文化圈（也称西方文化）、东亚文化圈（俗称东方文化或儒教文化）、阿拉伯文化圈（俗称伊斯兰或穆斯林文化）、非洲文化圈、太平洋岛屿上的土著人文化圈。同一文化圈中的不同民族，其传统文化又千差万别。《客源国（地区）概况》，就是为旅游专业的学生打开一扇了解世界的窗口。透过这个窗口，来较为客观、全面地认识世界，在比较中加以鉴别，在现象中寻找规律，开阔眼界，增长才干，为将来的旅游从业打好基础，以适应我国越来越强劲的国际旅游增长势头，满足入境旅游与出境旅游两方面管理与服务中的各种需求，成为旅游业的合格人才。