

高等职业教育旅游类“十二五”规划教材




# 客源国(地区)概况

KEYUANGUO (DIQU) GAIKUANG

刘亚轩 主编



 郑州大学出版社

高等职业教育旅游类“十二五”规划教材




# 客源国(地区)概况

KEYUANGUO (DIQU) GAIKUANG

刘亚轩 主编



 郑州大学出版社  
郑州

**图书在版编目(CIP)数据**

客源国(地区)概况/刘亚轩主编. —郑州:郑州大学出版社,2012.8  
(高等职业教育旅游类“十二五”规划教材)  
ISBN 978-7-81106-960-0

I. ①客… II. ①刘… III. ①旅游客源-中国-高等职业教育-教材 IV. ①F592.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 114379 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:王 锋

全国新华书店经销

郑州美联印刷有限公司印制

开本:787 mm×1 092 mm 1/16

印张:12.5

字数:288 千字

版次:2012 年 8 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371-66966070

印次:2012 年 8 月第 1 次印刷

---

书号:ISBN 978-7-81106-960-0

定价:25.00 元

本书如有印装质量问题,由本社负责调换



# 作者名单



主 编 刘亚轩

副主编 卢 静 杨 健

编 委 (以姓氏笔画为序)

王丹丹 卢 静 刘亚轩 李雪琴

杨 健

## 内 容 提 要

《客源国(地区)概况》是高等职业教育旅游管理专业“十二五”规划教材。它从高职高专旅游管理专业的人才培养目标出发,遵循“够用、适用、实用”的教材编写原则,在借鉴和吸收众多研究成果的基础上,对中国的主要旅游客源国(地区)概况进行了探讨与介绍。全书分为六章:绪论、亚洲客源国概况、欧洲客源国概况、美洲客源国概况、大洋洲客源国概况以及中国港澳台地区概况。

本教材内容丰富,适用面广,既可作为高职高专旅游管理专业、酒店管理专业、餐饮服务管理专业、旅游景区开发与管理专业、导游专业等专业的教材,又可为旅游从业人员和旅游爱好者了解相关知识提供读本。



# 出版说明

2006年,我社组织一批具有丰富教学经验的高水平专家学者编写的《高等职业教育旅游管理专业“十一五”规划教材》顺利出版,取得了不俗的成绩,得到了全国百余所旅游院校的肯定。

五年来,我国旅游行业发展突飞猛进,旅游环境今非昔比。许多理论和思想不断丰富、更新,对旅游类高职学生的能力要求不断提高、细化,旅游院校的教学理念也随之不断调整,专业分类也发生了新的变化。这样的大环境要求旅游教材必须与时俱进,不断完善内容体系、吸纳新的研究成果、丰富表现形式,反复锤炼提升品质。

五年来,我们始终本着为培养创新精神的技能型高素质人才服务的原则,密切关注旅游行业发展的趋势和新特色,先后组织了二十余次调研活动,认真归纳了来自全国六十余所旅游院校的反馈意见,不断改进,坚持“多些研究性成果,少些剪辑性成果”,“多些操作性内容,适度理论性内容”,“多些创新性东西,适度继承性东西”,力求做出精品教材。

本套《高等职业教育旅游类“十二五”规划教材》是在“‘十一五’规划教材”的基础上建立起来的,算是第二版教材,涵盖了高职旅游管理类的专业核心课程和专业基础课程,共有19种,新增了《客源国概况》。整套教材特色如下:

1. 以就业为导向,与“双证制”紧密衔接。“双证制”是高职教育的特色所在,本套教材在编写过程中贴近市场,选取实践性强的课程,按照项目化、模块化的方式编写,尤其在实践教材的开发上下大力气。

2. 注重实训内容,校企合作编写。沿袭上版教材的编写模式,本次的编写队伍依然由旅游院校的专职教师和旅游业的中高层管理者组成,特别是按照实践情况,提炼精选了具有典型性和经典性的案例。

3. 依然体现“五性”和“五个结合”。即体现先进性、前瞻性、新颖性、职业性、科学性,做到“与实际部门结合、与证书考试结合、与升学考试结合、与就业需求结合、与市场需求结合”。

4. 立体开发。上版教材由于时间仓促,留下了一些遗憾。本次全部配备了教学课件和教学资源库,方便教学需要。

由于旅游行业发展速度很快,加上编者学识有限,本系列教材的疏忽和不足之处在所难免,恳请各位专家和读者不吝赐教,以使之更加完善。

# 前 言

旅游业是当今世界发展的主要产业之一,无论是旅游业人士还是与旅游业相关联的人士,了解并掌握中国主要旅游客源国(地区)的情况,已是大势所趋。因而,“客源国(地区)概况”被列为旅游管理专业的必修课,同时,也是酒店管理专业的选修课。我们编写的这本《客源国(地区)概况》,一方面可以作为高职高专院校旅游管理、景区管理、导游服务、酒店管理等专业的教材,另一方面也可以作为通俗读物供旅游爱好者阅读。

本书在编写过程中,力求简明扼要,内容广泛,重点突出,尽可能使用较为全面的资料,客观、真实、全面地反映中国主要旅游客源国(地区)的概况。

本书编写分工如下:

第一章、第六章由李雪琴(河南职业技术学院)撰写;

第二章由刘亚轩(河南商业高等专科学校)撰写;

第三章的1—5节由卢静(焦作大学)撰写;

第三章的6—8节、第四章由杨健(中州大学)撰写;

第五章由王丹丹(郑州航空工业管理学院信息统计职业学院)撰写。

本书涉及内容庞杂,在编写过程中作者参考了诸多文献,并在本书最后列有主要参考书目,对于相关作者,深表感谢。

对书中纰漏之处,敬请专家、学者批评指正。

编者

2012年2月



# 目 录

1	绪论 .....	1
1.1	世界旅游业的产生与发展 .....	2
1.2	世界的旅游区 .....	5
1.3	中国的旅游业 .....	8
1.4	中国入境客源市场 .....	10
2	亚洲客源国 .....	15
2.1	日本 .....	15
2.2	韩国 .....	26
2.3	马来西亚 .....	38
2.4	新加坡 .....	45
2.5	印度尼西亚 .....	51
2.6	泰国 .....	58
2.7	印度 .....	64
3	欧洲客源国概况 .....	73
3.1	俄罗斯 .....	73
3.2	英国 .....	80
3.3	德国 .....	91
3.4	法国 .....	99
3.5	意大利 .....	107
3.6	荷兰 .....	115
3.7	瑞典 .....	121
3.8	西班牙 .....	125
4	美洲客源国概况 .....	134
4.1	美国 .....	135

4.2	加拿大 .....	144
<b>5</b>	<b>大洋洲客源国概况 .....</b>	<b>154</b>
5.1	澳大利亚 .....	155
5.2	新西兰 .....	160
<b>6</b>	<b>中国港、澳、台地区概况 .....</b>	<b>166</b>
6.1	香港特别行政区 .....	166
6.2	澳门特别行政区 .....	174
6.3	台湾省 .....	180
	<b>参考文献 .....</b>	<b>188</b>

## 绪 论

### 教学目标

通过本章的学习,了解世界旅游业的兴起及基本特点,了解世界旅游市场的主要分区、格局和发展前景,并且在了解中国旅游客源市场的历史发展与现状的基础上,掌握中国旅游客源市场的发展前景。



### 导入案例

2010年5月27日,在经过四天紧锣密鼓的交流、讨论之后,第十届世界旅游旅行大会在北京圆满落下帷幕。围绕“旅游,世界第一大产业,迈向新领域”这一主题,与会者再次肯定了旅游作为第一大产业的产业地位,决定将共同推动世界旅游业的复苏和发展,发挥旅游在世界经济、社会、文化交流中的建设性作用,并将通过新技术的应用,加速旅游业的创新和变革,将世界旅游产业推向一个新领域。世界旅游组织(WTO)提供的资料表明,自20世纪90年代开始,国际旅游收入在世界出口收入中所占的比重达到8.25%,超过石油出口收入的6.5%、汽车出口收入的5.6%和机电出口收入的4.6%。自此,旅游产业正式确立了世界第一大产业的地位并保持至今。据世界旅游协会预测,从2010年到2020年,全球旅游经济预期年增长率可达到4.4%,国际旅游业人数和国际旅游收入将分别以年均4.3%、6.7%的速度增长,远高于同期世界财富年均3%的增长率;到2020年,旅游产业收入将增至16万亿美元,相当于全球GDP的10%;将提供3亿个工作岗位,占全球就业总量的9.2%,从而进一步巩固其作为世界第一大产业的地位。

结合上述材料,谈谈你对世界旅游业发展的认识。



## 1.1 世界旅游业的产生与发展

以历史的眼光来看,人类的旅游活动大致经历了三个大的发展阶段。一是限定在有闲阶层中的古代旅游,其特征是以游乐为主,规模较小。二是开始普及到中产阶层的近代旅游,它源自于人本主义意识的觉醒和科学技术的进步,并直接促成了现代旅游业的产生。三是社会大众共同参与的现代旅游。

### 1.1.1 迁徙和旅行

旅游现象是人类社会经济发展到一定程度的产物。对于旅游现象具体起源的时间,有人认为起源于原始社会晚期,有些人则认为是在人类社会跨入文明阶段之后才产生的。

#### 1.1.1.1 原始社会的迁徙活动

一般认为,原始社会没有旅游,只有迁徙行为。迁徙行为,是人们出于谋生的目的,或者出于自然原因(如气候、天灾等对生存环境的破坏),或者出于人为原因(如战争)的威胁而被迫离开定居地,在新的地点定居下来,不再回到原来的定居点。如非洲原始人类向亚洲、欧洲的迁徙;亚洲东北部的爱斯基摩人、印第安人通过白令海峡向美洲大陆迁移,成为那里的原始居民。

#### 1.1.1.2 人类旅行的产生

旅行,是人们出于迁徙以外的任何目的——可以是经商、学习,也可以是旅游——离开自己的常住地到异地作短暂停留并按原计划返回的行为。旅行作为一种经济活动产生于原始社会末期,它是伴随商业活动的兴起而产生的。

在早期人类历史上,有三次社会大分工。第一次是畜牧业与农业的分离,第二次是手工业从农业、畜牧业中分离出来,第三次是原始社会末期和奴隶社会早期商业从农业、畜牧业和手工业中分离出来。商业的发展,促使商人到处奔走,旅行活动由此而开始。

### 1.1.2 旅游的萌芽——奴隶社会的旅行活动

迁徙和旅行都不是人类纯粹意义上的旅游,旅游是人们处于闲暇状态中在异地进行的游览观赏行为,主要目的是为了满足不同精神文化的需求。

旅游的产生,与人的本性有关。从本质上说,人是一种天生的追求享受的动物。旅游是人类社会文明发展到一定程度之后才可能形成,因为旅游的形成需要三个基本条件:可自由支配的闲暇时间、可自由支配的收入、出游的动机。

原始社会末期奴隶社会形成时期,旅行还没有形成一种广泛的社会现象。到奴隶社





会时期,旅行逐渐广泛。其原因如下:一是奴隶制建立,社会各行业分工更加细密,商业更加发达;二是奴隶制统一国家的建立,社会秩序相对稳定,空间移动的条件更加具备,为旅行活动的发展创造了条件。促使人们外出旅行的主要原因是产品交换和易货经商。

人类进入奴隶社会后,有闲阶级形成,旅游产生。在古代西方,古罗马帝国的旅游最具有代表性。其原因是:①疆域辽阔。以罗马为中心,最大时北到欧洲中部莱茵河、多瑙河一带,西到大西洋不列颠、西班牙,南抵北部非洲,东达西亚两河流域,地跨欧、亚、非三洲,地中海成为帝国的内湖;域内驿站棋布,“条条大道通罗马”是其真实写照。②资源吸引力大。典型代表是闻名世界的“七大奇迹”(埃及金字塔、巴比伦空中花园、亚历山大灯塔、罗德港巨人雕像、宙斯神像、阿提密斯神殿、摩索拉斯陵墓),对人们有巨大的吸引力。

### 1.1.3 封建社会的旅行活动

#### 1.1.3.1 古代中国的旅游活动

中国封建时代政治上的大一统和超稳定、经济上的持续发展、科学技术上的领先水平、一脉相承的灿烂文化、与各国保持友好的传统、相对完善的交通体系(水路、陆路)、良好的社会环境为旅行活动奠定了基础。常见的旅游类型如下。

(1)帝王巡游。帝王巡游的目的有:一是饱览风景名胜;二是显示帝王权威,震慑人民,了解民情,有利于巩固统治;三是封禅,封禅地点一般选择名山大川,主要是泰山。

(2)官吏宦游。中国古代历朝官吏奉帝王派遣,为执行某种政治、经济、军事任务而进行旅行活动,如张骞出使西域、郑和七次下西洋等。

(3)买卖商游。

(4)文人漫游。如春秋时期孔子的周游列国、战国时期游说之士的游说活动、西汉司马迁的二十壮游、魏晋文人的纵情山水游、唐朝李白的山水游、明朝徐霞客的山水游等。

(5)宗教云游。以朝拜、寻求仙人、求经等为目的而进行的旅行,如法显、玄奘、鉴真的旅行等。

(6)佳节庆游。在中国古代各族人民的喜庆佳节很多,如汉民族的春节庙会、元宵灯会、清明踏青、端午竞舟、中秋赏月、重阳登高,蒙古族的那达慕大会、藏族的雪顿节、彝族的火把节、傣族的泼水节、土家族的花儿会等。

#### 1.1.3.2 欧洲的旅游活动

476年西罗马帝国灭亡后,欧洲经过一段时间的混战和动荡,逐渐进入封建社会。中世纪的欧洲,是欧洲历史上最黑暗的时代。在政治上,民族纷争,国家林立,大小领主拥有对自己领地上的绝对管理权,相互间攻伐不断,始终没有安宁的环境。在经济上,封建庄园自给自足,社会缺少需求。在思想文化方面,罗马教会用宗教神学控制人们的思想。

11世纪之后,欧洲城市开始兴起,西方封建主对财富的追求促进了远航探险热潮,终于在15世纪出现哥伦布、麦哲伦等开辟新航路的伟大的探险旅行活动。



### 1.1.3.3 阿拉伯帝国时期的旅游

7世纪初,穆罕默德创立伊斯兰教后,建立了阿拉伯国家,8世纪中期形成地跨亚、非、欧三洲的大帝国。辽阔的地域、特殊的地理位置以及宗教原因,促进了其旅行活动的发展。

### 1.1.4 近代旅游业的产生

近代旅游业开始于19世纪中期,促成旅游近代化的主要原因是工业革命(内燃机的出现可以作为近代旅游开端的标志),促成旅游向大众化转化。

#### 1.1.4.1 工业革命对旅游发展的影响

近代社会,对人类社会生产发展影响最大的莫过于工业革命。工业革命或产业革命是指18世纪中叶到19世纪中叶西方主要资本主义国家机器生产代替手工操作的过程。它对旅游的影响如下:

(1)加速了城市化进程,导致居民产生返回大自然去的需要,外出旅游的人数增多。

(2)改变了人们的工作性质。多样性农业劳动为单一性大机器工业劳动所取代,促使人们强烈需要改变工作环境。

(3)带来了阶级关系的新变化。资产阶级的出现,扩大了外出旅游的队伍。

(4)科技的进步,蒸汽技术在交通工具运输中应用,出现蒸汽动力的轮船(18世纪末)、火车(1814年)等新式交通工具,使大规模的人群流动成为可能。

#### 1.1.4.2 托马斯·库克的活动与近代旅游业的产生

1841年7月5日,托马斯·库克利用包租火车的方式,组织了一次570人规模的团队活动,从英国中部的莱斯特(托马斯·库克家乡是英国德贝郡的墨尔本,莱斯特是他当时居住的地方)前往洛赫伯勒去参加禁酒大会。这次活动的特点是:发起、筹备和组织者自始至终随团陪同照顾,是现代旅行社全程陪同的最早体现。

但是,这次活动还不能作为旅行社产生的标志。因为:第一,活动的根本目的是参加禁酒大会,不是单纯的消遣旅游;第二,托马斯·库克组织这次活动也不是出于商业目的(只售出1先令的来回车票)。它只是为以后正式创办旅行社打下了基础。

1841年,世界上第一家旅行社——通济隆旅行社在英国成立,它的创始人是托马斯·库克。这是世界近代旅游业诞生的标志,托马斯·库克被誉为近代旅游业的先驱。

### 1.1.5 现代旅游的迅速发展

现代旅游是指第二次世界大战以后特别是20世纪60年代以来迅速普及于世界各地的社会化大众旅游。喷气式推进技术在民航中的运用可以作为现代旅游产生的标志。现代旅游发展的特点如下。



### 1.1.5.1 普及性

普及性也称大众性,“大众旅游”一词有双重含义:①它是指大众化旅游或旅游活动的大众化,即旅游活动参加者的范围已扩展到普通的劳动大众;②它是指大众性旅游,即现代旅游活动的大规模开展所形成的以有组织的团体包价旅游方式为代表的大众性旅游模式或旅游活动开展形式。20世纪60年代大众性旅游逐渐走向普及,并成为在广大民众中占支配地位的旅游活动开展形式。

### 1.1.5.2 持续性

就整个世界范围来说,旅游活动的增长趋势具有持续性。第二次世界大战后的60多年来,全球国际旅游人数从2500万人次增至9.4亿人次,年增长率达6.48%;同时国际旅游收入年平均增长率更高达11.08%,均高于同时期全球经济增长速度。据世界旅游组织预测,2020年国际旅游人数将达15.6亿人次,整体呈现持续增长的趋势。

### 1.1.5.3 地理集中性

现代旅游者的活动范围可以说是无处不在,但是他们的旅游活动并非平均分散于世界各地,而是往往集中在某些地区或国家,甚至相对集中于某些区域乃至某些景点。例如,在全世界的国际旅游活动总人次中,在欧洲地区旅游的人次最多,其次是美洲,再次是东亚及太平洋地区。

旅游活动的地理集中性不仅反映在国际旅游活动的地区发布上,而且具体到某个国家,旅游活动在该国各省及各城市之间的分布情况也呈现出这一特点。比如,需求较大的线路和游客数量比较集中的地区便形成了所谓的旅游热线和旅游热点。在热点和冷点城市或地区之间的接待量的差别,反映出了旅游活动的地理集中性。

### 1.1.5.4 季节性

现代旅游活动的开展不仅在空间分布上具有地理集中性,而且在时间分布上也具有集中性的特点,这就是旅游活动的季节性。

气候条件的限制使得不同的景区在不同时间有不同的季相,节假日的影响使得旅游者自身工作、学习、休息的时间可能呈现某种规律性,这两者的结合自然就形成了旅游者出游的时间有一定程度上的集中性。对于旅游地来说,旅游客流的发生时间自然就会大不相同。例如到阿尔卑斯山滑雪的旅游流,发生时间在入冬以后;到我国北方海滨度假胜地北戴河旅游的游客,却不能在这个时间出行。

## 1.2 世界的旅游区

世界旅游组织(WTO)根据各地旅游发展情况和客源集中程度将世界旅游市场分为六大旅游市场,即欧洲地区、美洲地区、东亚和太平洋地区、南亚地区、中东地区、非洲地区。



## 1.2.1 欧洲地区

### 1.2.1.1 世界上最大的旅游区

欧洲为资本主义发源地,人文旅游资源非常丰富。其中地中海沿岸是世界开发最早、最发达的海滨度假旅游地。2010年,欧洲接待国际旅游者48 850万人次,占世界总数的52.9%。2013—2020年间,欧洲的旅游业将以年均增长3.1%的速度发展。

### 1.2.1.2 世界最大的旅游客源区

2011年全世界出国旅游人数为7.4亿人次,欧洲地区便有近3.2亿人次(其中81%在洲内和地中海沿岸),每年还有近510万人赴亚洲和大洋洲旅游。

在世界出国消费前10个国家中,该地区占有6个(英、德、法、荷、奥地利、瑞典),占我国15个主要客源国中的3个。按近年统计,每年英、德、法、意、荷、奥地利、瑞典、西、丹、比等欧洲10国,有超过120万人次的旅华市场规模,而整个地区,其客源可占我国入境市场的1/8,收入占我国入境市场收入的1/7。

## 1.2.2 美洲地区

### 1.2.2.1 世界第二大旅游接待区

(1)旅游资源丰富。美国名胜古迹虽然不多,但很会开发旅游资源。一是充分利用自然风光,如世界闻名的大峡谷和国家公园;二是造了许多人造景观,像世界闻名的迪斯尼乐园、环球影城等;三是开放了像白宫、国会山、宇航馆、联邦调查局、制币厂等比较特殊的参观点。加拿大的情况和美国相似。墨西哥由于是文明古国而又有美丽的海滩、神奇的印第安文化、古代金字塔、宫殿遗址和巨幅壁画,每年吸引数百万外国游客。

(2)接待国际旅游者大约占全世界的20%。近年来,美国国内旅游更为兴旺,两亿多人口的国家,每年有10亿多人次在国内旅游。

### 1.2.2.2 世界第二大旅游客源输出区

它为世界旅游市场提供大约20%的客源。这里还有世界上最大的旅游客源输出国——美国,每年有近6000万人次到国外旅游。中国的历史文化、建设成就、生活方式,对美国人有巨大的吸引力和神秘感。美国权威的市场研究机构抽样调查表明,在未来最受美国人欢迎的旅游目的地中,中国名列榜首。据世界旅游组织(WTO)预测,2020年中国将成为世界第一旅游目的地。目前,世界第一大旅行社——美国运通已同中国第一大旅行社——中国国际旅行社联合投资,共同开发中国商务旅游国际市场。加拿大是该地区另一个大客源国,每年有20万以上的游客访华,2011年有32万人访华,2015年可望接近40万人次。中国和美国都对对方感兴趣,强烈地“要了解对方”已成为不可逆转的潮





流,为我们发展旅游业提供了千载难得的良机。从整个市场区来看,美洲地区多年来一直为我国入境旅游业每年提供约 100 余万游客。从接待人数上讲,占我入境接待外国人市场的 1/8;从创汇上来讲,估计要占到 1/7。

### 1.2.3 东亚及太平洋地区

本地区的市场规模居世界排行第三位,是近 20 年来世界旅游业发展最快的地区。据统计,其接待人数每年以 17% 的速度上升。据权威预测,七八年后,它将成为世界上第二大旅游区。

#### 1.2.3.1 东亚地区

国家:主要有中国、朝鲜、韩国、日本等国家,是世界上人口最多的地区。

资源:以温带、亚热带季风气候为主,自然旅游资源方面以温带、亚热带森林景观占优势。文化方面以儒家文化为主,它深刻影响着人们的思想观念;同时佛教文化影响较大,物质文化方面反映佛教等宗教内容的建筑、石刻等人文景观占较大优势。

#### 1.2.3.2 东南亚地区

国家:主要有缅甸、泰国、柬埔寨、老挝、越南、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾。

资源:以热带季风气候和热带雨林气候为主,热带森林自然景观占优势。文化方面,中南半岛信仰佛教,马来半岛及马来群岛信仰伊斯兰教,菲律宾信仰天主教。

#### 1.2.3.3 太平洋地区

国家:主要有澳大利亚、新西兰及太平洋群岛国家。

资源:自然资源方面属于热带、亚热带风光,多火山岛和珊瑚岛;居民多为欧洲移民,文化属于西方文化区,80% 的人信仰基督教。

东亚及太平洋地区主要客源输出国有:日本、泰国、新加坡、韩国、马来西亚、菲律宾、印度、尼泊尔。

日本作为世界上第三大经济强国、亚洲第二大经济强国,人们生活水平高,带薪假期长,又有强烈的旅游意识,是亚洲最大的旅游客源国,每年有几千万人出游,始终是中国第一大客源国。近年来,来华游客均在 200 万人次左右。

韩国市场始于 1992 年中韩两国建交后,并一直保持高速增长的态势,1999 年达 99 万人次,2001 年近 170 万人次。韩国游客商务型居多,访问地点多集中在东北地区和沿海城市,韩国市场开拓余地还很大。

东南亚五国(新、马、泰、菲、印尼),每年给我国带来 180 万~200 万人次的市场规模,这个市场相当稳定。因为这五个国家,也是我国游客最早到国外旅游的目的国,有来有往,市场稳定可靠。2001 年实际来华 185 万人次。此外,印度、巴基斯坦、蒙古、尼泊尔也都有游客前来,但有的游客数量不够大,有的如蒙古虽人数已列入我国 15 大客源国,有近 40 万人,但只是边境游,效益不高,均没形成一定的气势和规模。当然,也有少数富人