



中国骨干旅游高职院校系列教材

旅游管理专业模块

Tourism Management Section

中国旅游客源国 与目的地国概况

A Survey of Source and Destination Countries

主编 胡华

China Tourism

中国旅游出版社



中国骨干旅游高职院校系列教材

旅游管理专业模块

Tourism Management Section

中国旅游客源国 与目的地国概况

A Survey of Source and Destination Countries

主编 胡 华

副主编 程杰晟

参 编

闫花帅 曲宏实

焦金英 藏 思

中国旅游出版社

项目策划与统筹：付 蓉
责任编辑：付 蓉 张珊珊
责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

中国旅游客源国与目的地国概况 / 胡华主编. -- 北
京：中国旅游出版社, 2012.10
ISBN 978-7-5032-4517-6

I. ①中… II. ①胡… III. ①旅游客源 - 概况 - 中国
②景点 - 概况 - 世界 IV. ①F592.6 ②K91

中国版本图书馆CIP数据核字（2012）第218885号

书 名：中国旅游客源国与目的地国概况

主 编：胡 华

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2012年10月第1版 2012年10月第1次印刷

开 本：787×1092毫米 1/16

印 张：22.5

印 数：1-5000册

字 数：386千

定 价：39.80元

I S B N 978-7-5032-4517-6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前言

中国旅游业迅猛崛起。中国已经成为世界旅游大国，正在向世界旅游强国的目标奋进。了解我国主要旅游客源国家和地区的社会人文、政治经济和旅游业概况，是旅游从业人员必备的基本要求。

本教材就是基于此前提撰写而成，既满足了 21 世纪中国旅游业发展的新需求，也适应了教育部学科专业调整方案和高校教材建设目标的要求。在本书编写过程中，选择了中国主要或潜在客源国和目的地国进行介绍，融入了我国旅游业“大力发展入境旅游，规范发展出境旅游，全面提升国内旅游”的方针。全书共九章，包括：国际和国内旅游业总论、亚洲旅游区、欧洲旅游区、非洲旅游区、美洲旅游区等。本书全面阐述了各个旅游目的地国家的地理环境、发展历史、政治制度、经济概况、旅游资源、标志性景区、主要城市、民俗风情等。本书既可作为高等院校、高职院校旅游管理专业的教材，也可作为旅游从业人员和普通旅游者的参考用书。

本书由郑州旅游职业学院胡华任主编，为全书构建了基本脉络，确定了书中的主要观点和基本内容。参编人员及编写章节为：郑州旅游职业学院藏思（第一章、第八章），郑州旅游职业学院焦金英（第二章、第九章），郑州旅游职业学院程杰晟（第三章、第四章），郑州旅游职业学院曲宏实（第五章），郑州旅游职业学院胡华（第六章、第七章）。

本书在编写过程中参考了国内外的许多著作和观点，并且引用了一些观点和理念，在此一并向有关专家和人员表示感谢并予以说明。

由于编者水平有限，书中难免有不妥之处，欢迎各位读者和有关专家能够给予指出，在此表示由衷的谢意。

编者

2012 年 7 月

目 录

CONTENTS

前 言	1
第一章 世界及中国旅游业	1
第一节 世界旅游业的发展历程及发展趋势	1
第二节 中国旅游业发展现状	7
第三节 世界及中国的旅游行业组织	11
第二章 中国出入境旅游客源市场概述	15
第一节 中国海外客源市场的历史回顾	16
第二节 中国海外客源市场特征	22
第三节 中国海外游客的地域构成	30
第四节 中国海外游客国内流量流向分析	36
第五节 中国公民出境旅游流量流向分析	42
第三章 东亚及太平洋旅游区主要客源国与目的地国	56
第一节 日本	57
第二节 韩国、朝鲜	68
第三节 蒙古	75
第四节 东南亚各国	78
第五节 澳大利亚、新西兰	105

第四章 南亚旅游区主要客源国与目的地国	121
第一节 印度、巴基斯坦	122
第二节 斯里兰卡、马尔代夫	132
第三节 尼泊尔、不丹、孟加拉国	137
第五章 中东旅游区主要客源国与目的地国	149
第一节 沙特阿拉伯、阿联酋	150
第二节 哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦	163
第三节 土耳其、以色列	173
第六章 欧洲旅游区主要客源国与目的地国	186
第一节 英国	188
第二节 法国	198
第三节 德国	209
第四节 俄罗斯	215
第五节 意大利、西班牙	220
第六节 瑞士、荷兰	233
第七节 北欧	242
第八节 希腊	247
第七章 美洲旅游区主要客源国与目的地国	254
第一节 美国	255
第二节 加拿大	266
第三节 墨西哥	274
第四节 巴西	280
第八章 非洲旅游区主要客源国与目的地国	290
第一节 埃及	291
第二节 南非	303

第九章 中国香港、澳门和台湾及海外华侨华人	312
第一节 香港特别行政区	313
第二节 澳门特别行政区	325
第三节 中国台湾	332
第四节 海外华侨华人	339
 参考答案	 348
 参考文献	 349

第一章

世界及中国旅游业

● 课前导读

本章简要回顾了世界及中国旅游发展史，着重回放了那些对旅游发展起过关键作用的人物和事件，同时又对旅游业今后发展的趋势作了预测。

● 学习目标

1. 了解旅游业的产生和发展的历史。
2. 了解当今世界和国内旅游机构。

● 学习重点

1. 了解世界旅游业未来的发展趋势。
2. 了解中国旅游业发展的阶段。
3. 了解目前国内外的重要旅游行业组织。

第一节

世界旅游业的发展历程及发展趋势



一、世界旅游业发展综述

在人类历史上，早在原始社会末期，旅行活动便已开始。那时人们外出旅行主要是出于生存和经济目的，例如游牧部落的迁徙，商人来往于不同部落之间专门从事商品的交换。他们以经商为目的四处奔走，开创了旅行的道路，并且随着商品交

换的发达，交换范围的扩大，人们就要经常离开常住地，到异地去经商。所以，最早的旅行是建立在经商贸基础上的一种经济活动。在古代并没有现代意义的旅游。

人类社会由原始社会进入奴隶社会，私有制使社会财富集中在少数奴隶主手中。他们除了生活上的奢华享受之外，还开始了以巡视、巡游为名义，以消遣为目的的享乐旅行。到了封建社会，随着社会生产力的进一步发展和交通条件的改善，旅行的形式更加多样，例如意大利旅行家马可·波罗为经商来到中国，著名意大利航海家哥伦布发现美洲新大陆，麦哲伦绕地球一周证明了地圆说等。

18 世纪 60 年代在英国，19 世纪 40 年代在美国、法国、德国等西欧国家和日本相继完成的产业革命，大大促进了生产力的发展，不仅给人类社会带来了巨大的变化，而且这一时期的旅游活动也有突破性的发展。

1841 年 7 月，英国人托马斯·库克通过多方努力，精心组织和安排了一次特殊的火车短途旅行。他利用包租火车的形式组织了 570 人从莱斯特前往拉夫巴勒参加禁酒大会，往返行程 22 英里，每人收费 1 先令。这是世界上公认的第一次商业性团体旅游活动，标志着近代旅游活动的开端。在这次活动中，托马斯·库克本人自始至终随团陪同照料，可以说是近代旅游活动中全程陪同的最早体现。

1845 年托马斯·库克在英国正式成立了“托马斯·库克旅行社”，开始专门从事旅行代理业务。这是世界上第一家专门从事旅游活动组织和经营的商业性旅行社，旅行社的问世标志着近代旅游业的诞生。

1846 年，托马斯·库克亲自带领一个旅行团乘火车和轮船到苏格兰旅行。旅行社为每名成员发了一份活动日程表，还为旅行团配置了导游，这是世界上第一次有商业性导游陪同的旅游活动。1865 年，托马斯·库克与儿子约翰·梅森·库克成立父子公司及通济隆旅游公司。此后他又组织了一系列从英国赴欧洲、北美、非洲和环球旅游活动，在这些活动中均配有全程导游服务。随着国际旅游业务的拓展，国际导游员应运而生。此外，托马斯·库克在 1892 年还创造性地发明了一种流通证券。凡持有流通证券的国际旅游者可以在旅游目的地兑换等价的当地货币，更加方便了旅游者进行跨国旅游和洲际旅游。

第二次世界大战后，大规模的群众性旅游活动兴起并得到发展。

二、21 世纪世界旅游业的新变化和新趋势

（一）旅游业的发展前景光明

在总体发展趋势上，虽然近年来遭受到世界经济不振和国际恐怖事件等种种打击，但旅游业发展的市场基础依然坚实，总体发展速度仍高于全球经济总体增长速度。

在 1950 年到 1990 年的 41 年中，全球国际旅游过夜人数创造了年均增长 7.5% 的高速度，同期国际旅游外汇收入的年均增长率则高达 12.8%。这 40 年的辉煌，造就了旅游业这个世界上最大的产业之一。2002 年是美国“9·11”恐怖袭击事件发生后的第一年，全球经济依然不振，人们普遍认为，这一年的世界旅游业将出现下滑。但世界旅游组织的统计结果表明，2002 年全球国际旅游过夜人数达 7.15 亿人次，仍比 2001 年增长 2000 万人次，增长率达 3.1%。由此可见，深深植根于各国人民心中的旅游需求是不会被轻易撼动的。旅游业发展的市场基础是坚实的，总体发展前景是光明的。

（二）旅游业区域发展变化显著

在区域发展情况比较上，欧美的份额在下降，东亚太地区的份额在增长，中国旅游业的发展最为迅猛，被国际旅游界普遍认为是“未来最有发展前景的旅游目的地”。

相关链接



搜索

快速发展的东亚旅游业

世界旅游组织把全球划分为六个旅游区，即欧洲地区、美洲地区、非洲地区、东亚及太平洋地区、南亚地区、中东地区。

由于现代旅游业是在欧美发源的，北美及西欧国家发达的经济、便捷的交通、不断简化的入境手续，使欧美地区无论在入境旅游还是出境旅游方面，长期以来都高居世界榜首。1960 年，欧洲接待的国际旅游者占全球总额的 72.6%，美洲接待的国际旅游者占全球总额的 24.1%，两者相加，合计占当时全球总额的 96.7%，可以说垄断了当时的国际旅游市场。这年，东亚及太平洋地区（包括中国、中国香港、中国澳门、中国台湾以及泰国、马来西亚、新加坡、印度尼西亚、菲律宾、越南、老挝、柬埔寨、缅甸、文莱、日本、韩

国、澳大利亚、新西兰、关岛)总共接待了国际旅游者68万人次,仅占全球总额的1%。到了1997年,情况发生了很大变化,当年欧洲接待量占世界的份额下降到58.9%,美洲接待量占世界的份额下降到19.9%,东亚及太平洋地区接待量占世界的份额猛增到18.4%。2002年,这种趋势进一步发展,东亚及太平洋地区的接待量第一次超过美洲而跃居世界第二位。

东亚及太平洋地区在世界旅游业中地位的大幅度提升,得益于本地区各国都普遍重视旅游业的发展,其中尤以中国旅游业的崛起贡献最大。1960年,中国的国际旅游接待几乎为零,但到1997年,中国接待的入境过夜旅游者就达2376.7万人次,居世界第6位,占世界的份额高达3.9%;到2002年,中国接待的入境过夜旅游者进一步提高到3680万人次,居世界第5位,占世界的份额高达5.15%。正因为如此,在1997年10月于土耳其伊斯坦布尔举行的世界旅游组织第12次全体会议上,世界旅游组织就作出预测:到2020年,中国将成为世界上第一位旅游接待大国和第四位客源输出国。

——资料来源:百度文库。

(三) 旅游业发展模式将更加注重可持续发展

总体来说,旅游业是在发展与环境保护关系上矛盾冲突最小、目标最为接近的产业,当然,如果规划不当、开发建设不当、管理不当、旅游者行为不当,也会造成对生态的破坏、对资源的损害和对环境的污染。正因为如此,自1992年6月在巴西里约热内卢召开联合国环境发展大会以来,世界旅游组织就一直在倡导旅游可持续发展,于1997年2月在马尔代夫召开了“可持续性旅游发展研讨会”;并于1999年8月,与中国国家旅游局在昆明联合召开“中国生态旅游可持续发展研讨会”。在这方面,目前各国已达成了以下共识:旅游业比任何部门都更依赖自然、人文环境的质量,精心保护好生态环境是发展旅游业的生命线;实现旅游业可持续发展,政府必须发挥主导作用,旅游与环保部门必须密切配合,制定切实可行的法规制度和行动计划;实现旅游业可持续发展,必须强调规划先行,管理跟进,同时要依靠投资者与社区在开发建设与管理中的积极合作,依靠旅游者素质的提高与自觉配合;实现旅游业可持续发展,必须以实现经济效益、社会效益和环境效益的统一为目标,进行制度创新和管理创新,大力发展绿色产品和绿色经营,使旅游业可持续发展成为各有关方面的共同行动,并长期坚持下去。

(四) 旅游产品开发和经营上,更加注重多元化、特色化和软硬件的配套发展

不同人群的旅游动机是不同的,包括观光、休闲、度假、陶冶、健身、求知、

求乐、求奇、探险、寻根、考察、商务、显示自我等。所以，如果一个国家或地区的旅游产品单一，就不能广泛赢得各个层面的旅游者的认知，就难以做大做强旅游产业，这就需要大力推进产品的“多元化”。因为世界旅游经济的覆盖面在不断扩大，旅游市场竞争日趋激烈，所以如果一个国家或一个地区的旅游产品缺乏特色，就很容易被别的旅游目的地所替代，这就需要大力推进产品的“特色化”。因为旅游者现在比以往更加成熟，追求物有所值的服务更加强烈，所以，如果一个国家或一个地区的旅游硬件、软件配套水平不高，旅游者就不会满意，这就需要大力推进旅游硬软件的“配套发展”。以上三条，分开来说如此，串联起来说就是：就一个国家或一个地区来说，必须注重旅游产品的“多元化”；就一个旅游城市、一个旅游景区和一个旅游项目来说，必须注重旅游产品的“特色化”；就发展旅游产业的全部工作来说，必须处处注重软硬件的“配套发展”。

（五）在旅游目的地的选择上，旅游者更加关注安全 and 健康保障

珍惜生命是人的本能。旅游目的地吸引力再大，如果旅游者的安全没有保障，健康没有保障，除了能够吸引极少数冒险者外，一般旅游者是不敢光顾的。这就是美国“9·11”恐怖袭击事件后欧美旅游业下滑、“东南亚海啸”后印度尼西亚旅游业下滑、“汶川大地震”发生后四川省旅游业下滑的原因。正因为如此，现在世界各国都更加重视本国的旅游安全保障和旅游健康保障建设。“非典”疫情过后，我国旅游业恢复振兴的一项重点工作，就是尽快重塑“中国是世界上最安全和健康的旅游目的地”的形象。

（六）在旅游促销上，投入越来越大，手段越来越新

世界旅游业已经形成“买方市场”，市场竞争日趋激烈，这就迫使各国不得不投入比以往更多的资金，运用比以往更多的手段来推销本国旅游，特别是在本国发生了重大灾害性事件后，促销更需加强。据了解，法国每年的旅游促销经费达 5300 万美元，西班牙达 4160 万美元，泰国达 6600 万美元。为了重振受“非典”疫情重创的旅游市场，泰国又增加了 1200 万美元专项促销经费，新加坡也增加了 810 万美元专项促销经费。促销手段也在不断翻新，但参加客源地举办的各种旅游展，到客源地举办促销活动，在客源地的各种媒体和公共活动场所做广告，邀请客源地的旅行商或新闻记者来本国考察，在做好对客源地旅行商工作的同时，加强对客源地公众的直接促销等，仍然是最基本、最有效的促销方式。促销的目的，是有效地吸引

客源地的居民来本地旅游。

（七）在旅游服务上，更加注重规范化、个性化和情感化

旅游接待有食、住、行、游、购、娱六大要素，无论在哪个环节上，推进规范化、个性化和情感化服务都是必要的。“规范化服务”的实施能把各个服务环节协调起来，使复杂的服务系统化、程序化、制度化、日常化，从而有效地保证基本服务质量。“个性化服务”包括定制服务、灵活服务、心理服务、自选服务、意外服务和委托服务等方面。能让各层面服务对象所提出的要求乃至有所想而未敢开口的意愿在不出格的框子内尽量得到满足，游客就会从心底感到满意，就会成为这个接待单位的宣传员和回头客。“情感化服务”包括语言沟通和情感沟通，核心是要把对客人的尊重、关切、体贴全部融入谦恭随和、善解人意、机灵麻利、办事稳妥、随机应变的服务之中。有规范化服务做基础，再在个性化、情感化服务上下功夫，旅游服务就能广泛赢得游客，优质服务才能真正实现。

（八）在应对国际竞争上，更加注重加强区域内的合作

研究世界各国的客源结构，我们可以发现，绝大多数国家所接待的入境旅游者都是以周边国家和所在区域内的居民为主。究其原因，主要是赴周边国家旅游费用较低，交通方便，时间也能允许。1986年，在各国接待的入境旅游者中，本洲游客所占的比重，中国为50.9%，韩国为61.3%，新加坡为64.4%，泰国为56.8%，英国为59.9%，法国为85.8%，瑞士为76.2%，西班牙为86.1%，意大利为91.5%，美国为69.0%，加拿大为86.9%。这种格局到17年后仍然没有发生大的变化，而且更趋明显。以我国为例，2002年，共接待入境外国旅游者1344万人次，其中64.3%来自亚洲其他国家，洲内游客的比重比17年前又提高了13.4个百分点。同样，在2001年中国公民出境旅游总人数中，前往亚洲其他国家和地区的人数比例高达83.2%。中国如此，其他国家也大体如此。为了应对日趋激烈的国际竞争，寻求区域内旅游业的持续健康发展，近年来，世界各地都进一步加快了区域内旅游合作的步伐，我国也在积极做好有关工作。2002年11月，国家旅游局与博鳌亚洲论坛及亚洲合作对话组织在桂林联合举办“博鳌亚洲旅游论坛”，为推进亚洲各国的旅游合作作出了积极贡献；2003年8月9日，由国家旅游局倡议召开的东盟与中日韩“10+3”旅游部长特别会议在北京成功举办，发表了北京宣言，对于“10+3”各国旅游业的共同发展振兴产生了重要影响。

第二节 中国旅游业发展现状



中国旅游业的发展历史要远远晚于欧美；中国旅游业真正走上产业化发展的道路还晚于东盟、日本、韩国、中国台湾。中国第一家旅行社的雏形出现在1923年8月，比欧洲晚了80多年。当时主持上海商业储蓄银行的陈光甫先生，在该行设立了一个“旅行部”。1924年春天，这个“旅行部”组织了第一批国内旅行团赴杭州游览，并由上海铁路局特开专列运送，这就是中国最早的一次有组织的现代旅游活动。

1927年6月，这个“旅行部”曾单独挂牌注册，申领营业执照，称为“中国旅行社”，但它实质上仍是这个银行的一部分。抗日战争期间，中国旅行社迁到重庆。由于当时战乱不断，民生凋敝，旅游业不可能有生根发育的土壤。所以，在新中国成立之前，旅游经济现象虽然已在中国出现，但规模微不足道。

相关链接



陈光甫先生与中国旅游业

1923年春天的一个中午，陈光甫到香港一个外国人经营的旅行机构去买船票。进门之后，看见柜台里边一个外籍青年男子正和一个女职员娓娓交谈。陈光甫以为他们在交谈与旅行行业相关的事情，不便打断人家的谈话，于是默默地站在一边，等待他们业务交涉的结束。可是听来听去，二人交谈的内容与旅行事宜根本无关，而且谈兴正浓，以至陈光甫在柜台前站立十几分钟之久，他们竟然视而不见，根本不加理睬。

受到这样的冷遇，陈光甫心中愤然难平。他转身走出门来，眼前又浮现出当年在汉口报关行服役时遭受外籍行员白眼的情景。他想这些洋人根本就瞧不起中国人，而中国偏偏连一个自己办的旅行机构都没有，不能为国人的旅行提供方便，因而只好求助于洋人在华开办的旅行机构，同时只好不时地遭受洋人的白眼。建立国人自己的旅行机构为国民服务的想法在陈光甫的脑海里已经形成，只是在等待一个机遇。

有一天陈光甫看到报纸上刊载的一条消息：全国教育会联合会第九次会议已定于1923年10月22日在云南昆明举行。各省代表都需要先集中到上海，然后转香港、经越南，再

乘滇越铁路到达目的地。陈光甫想到,这些教育代表们所行线路,正巧与自己的这次旅行路线相吻合,自己所遇到的困难和不便,不应该再让别人遇到。于是他在旅途之中便向上海银行总行拍了电报,嘱咐相关人员与全国教育会联合会取得联系,争取教育部与各省代表齐集上海后,从上海至昆明旅途间的一切舟车食宿事项,全部由上海银行派出人员陪同料理。

陈光甫此举,颇令上海银行的有关人员感到新鲜,一时不甚理解,但受到教育界代表们的欢迎。这是陈光甫意料中的。在他的周密安排下,上海银行的周到服务受到教育界人士的交口称赞。

陈光甫在中国旅行事业上获得了首次成功!他受到鼓舞,创办中国旅行机构的意念更加坚定了。返回上海后,他进一步加紧筹划这件事。后来越干越红火,随着业务的逐步扩展,到旅行部来办理购票、接洽事宜的人越来越多,旅行部遂于1924年1月迁至四川路,独立门户,以利发展。自1927年6月1日起,旅行部改称中国旅行社。自此,旅行部与银行分立。

——资料来源:百度文库。

新中国成立以来的60多年中,中国旅游业的发展历程,大体可以划分为四个大的阶段。

一、第一阶段是从新中国成立到1978年的外事接待阶段

为了适应新中国成立后很多外国人想来中国看看、很多侨胞想回国探亲访友的新形势,1949年10月17日,以接待海外华侨为主旨的厦门华侨服务社成立。这是新中国创办的第一家旅行社,此后又在泉州、深圳、汕头、拱北、广州等地成立了华侨服务社,开始形成了中国旅行社的框架体系。1957年4月24日,中国华侨旅行服务总社正式成立,统一领导和协调全国华侨及港澳同胞的探亲旅游接待服务。与此同时,为做好外国友人的访华接待工作,周恩来总理于1953年6月20日批准了《关于筹组国际旅行社的报告》;1954年4月15日,分别在北京、上海、西安、桂林等14个城市成立了中国国际旅行社。

为了加强对全国旅游工作的统一领导,1964年,中共中央决定成立中国旅行游览事业管理局,与中国国际旅行社总社合署办公。不久,“文化大革命”开始,旅游接待被批判是“为资产阶级服务”,局社合一的中国旅行游览事业管理局只剩下12人的业务班子,接待业务基本停顿。1968年,全国仅接待外宾303人。20世纪

70年代初期，毛泽东主席要求做好国际交流工作，国际旅游接待有所恢复。

二、第二阶段是从1979年到1990年，中国旅游业走上产业化发展道路的奠基阶段

1978年年底召开的党的十一届三中全会，实现了党的指导思想上的拨乱反正，开创了中国改革开放的新局面。邓小平同志作为中央第二代领导集体的核心，是我国改革开放的总设计师，也是积极发展旅游业的倡导者和奠基人。早在十一届三中全会召开前的1978年10月9日，邓小平同志在会见美国泛美航空公司董事长西威尔时，就对陪同会见的国家旅游局和民航总局的负责人说：“民航、旅游这两个行业很值得搞”，“一个旅行者花费1000美元，一年接待1000万旅行者，就可以赚100亿美元，就算接待一半，也可以赚50亿美元。要力争本世纪末达到这个创汇目标”。1979年1月到7月，邓小平同志又连续发表了《旅游业要变成综合性的行业》、《旅游事业大有文章可做》、《发展旅游事业，增加国家收入》、《把黄山的牌子打出去》四篇讲话，高瞻远瞩地指出：“旅游事业大有文章可做，要突出地搞，加快地搞。旅游赚钱多，来得快，没有还不起外债的问题，为什么不能大搞呢？”

在邓小平同志的积极倡导下，发展旅游业得到了党中央、国务院的高度重视。1986年4月12日，第六届人大第四次会议审议批准了国家的“七五”计划，旅游被列在第37章，这是旅游业第一次在国家计划中出现，是我国旅游业发展史上的一个里程碑。党中央、国务院按照小平同志指示陆续采取的这一系列重大举措，为中国旅游业走上产业化大发展的道路奠定了基础。

三、第三阶段是从“八五”计划起始的1991年至2007年，中国旅游产业大发展并成长为国民经济新的增长点的阶段

进入“八五”计划期间以后，随着我国旅游基础设施的逐步配套完善，特别是得益于1992年春天邓小平同志南巡讲话发表后全国掀起的新一轮解放思想、推进发展和改革开放的热潮，我国旅游业发展开始走上了快车道。党的第三代领导集体更加重视发展旅游业。1992年6月，党中央、国务院作出《关于加快发展第三产业的决定》，进一步明确旅游业是第三产业的重点；明确了国内旅游要纳入国民经济和

社会发展计划等一系列支持发展国内旅游业的方针。旅游业已真正成为国民经济新的增长点和许多地方的支柱产业。

四、第四阶段是 2008 年至今，中国旅游业处于转型期

旅游产品的转型升级一直是业界和学界关注的焦点和讨论的热点。自 20 世纪 90 年代以来，我国一些地方特别是东南沿海地区与内陆大中城市的人均 GDP 开始突破 3000 美元大关，旅游界就开始流传“中国旅游应当从观光旅游向度假旅游转型”。有关人士明确指出“观光是旅游发展的最低层次，休闲是旅游发展的最高境界”，这些观点也体现在各级政府旅游管理部门的决策上，对此，学术界出现颇多争议。杨军（2006）指出在目前和今后一定时期内团队式观光游仍是我国旅游市场的核心和主流，只有那些适合发展度假旅游的地区才可以实施“转型”战略，其他地区则应因地制宜实施“升级”战略。刘思敏（2007）认为我国需要走出“从观光旅游向度假旅游转型”的误区。徐菊凤（2007）认为西方传统主流旅游方式以度假旅游为主，中国则以观光旅游为主；随着社会文化价值观的变化，多元化与休闲化将是旅游发展的大方向。张广瑞等（2008）认为观光旅游与度假旅游是满足不同市场需求的两种产品，它们之间既没有层次的区别，也没有必然的替换性，完全可以平行发展，旅游产品转型应该以市场需求和当地条件为依据。

2008 年，我国人均 GDP 突破 3000 美元大关，有关旅游产品转型升级的研究更加细化而深入。王剑、彭建（2008），严宽荣等（2008）认为温泉旅游适应我国旅游业由观光旅游向休闲度假旅游转型升级的需求，并对温泉旅游的开发进行了对策研究。马丽卿等（2008）剖析了长三角地区转型时期旅游产业的新形态，并提出了构建海洋特色旅游产品链的设想。赵迎昕（2008）从产品开发的角度对黑龙江牡丹江旅游产业转型升级进行了分析。刘少和和李秀斌（2009）提出了旅游产品将向多元化、休闲化转型以及创新化、体验化转型，并对广东休闲度假产品体系建设的条件、模式、价值和政策等进行了深入分析。这些成果将旅游产品转型升级的研究推进到一个更高的层次，细分性研究将成为今后的研究方向和重点。