

国际旅游业的格局及特征



学习目标

1. 理解国际旅游业的规模和格局。
2. 认识国际旅游业的区域发展特征和发展趋势。
3. 了解世界最佳旅游目的地国家和城市。
4. 了解影响国际旅游业发展的相关因素。
5. 了解旅游需求的测量和预测方法。



导例

2016 年中国入境旅游发展及趋势分析

国家旅游局发布的《2016 年上半年旅游统计数据报告及下半年旅游经济形势分析》(以下简称“报告”)显示,国内、入境、出境旅游三大板块中,国内旅游人数 22.36 亿人次,比 2015 年同期增长 10.47%,在各项指标的增速中处于领军地位;入境旅游人数和国际旅游收入分别达到 6 787 万人次和 570 亿美元,比 2015 年同期分别增长 3.8%和 5.3%。中国公民出境旅游人数 5 903 万人次,比 2015 年同期增长 4.3%。

1. 入境旅游人数

2016 年 1—6 月,入境旅游人数 6 787 万人次,比 2015 年同期增长 3.8%。其中:外国人 1 347 万人次,增长 9.0%;香港同胞 4 003 万人次,增长 2.2%;澳门同胞 1 158 万人次,增长 3.5%;台湾同胞 279 万人次,增长 5.8%。

入境旅游人数按照入境方式分,船舶占 3.4%;飞机占 16.0%;火车占 0.8%;汽车占 21.5%;徒步占 58.3%。

2. 入境旅游构成

入境游客按照年龄分,14 岁以下人数占 3.8%,15~24 岁占 7.7%,25~44 岁占 45.8%,45~64 岁占 36.6%,65 岁及以上占 6.1%;按性别分,男性占 64.5%,女性占 35.5%;按目的分,会议/商务占 20.2%,观光休闲占 31.2%,探亲访友占 3.4%,

服务员工占 14.8%，其他占 30.4%。

按入境旅游人数排序，我国客源市场前 17 位国家如下：韩国、日本、美国、越南、俄罗斯、菲律宾、蒙古、马来西亚、新加坡、印度、泰国、加拿大、澳大利亚、德国、印度尼西亚、英国、法国。

在中国经济进入结构深度调整期，继续呈“L”形走势的前提下，旅游一枝独秀的地位将更加明显，旅游需求升级空间将更加凸显。在人民币贬值、空气质量改善、外国目的地恐怖活动频发等因素推动下，入境旅游由前几年的衰退周期转为复苏周期的基础进一步稳固。

3.1 导言

在过去短短数十年间，国际旅游业经历了飞速的增长。直到 1960 年，日本才允许公民去国外享乐旅行，并且每年只能出国一次；1972 年，每 5 个美国人中只有一个坐过飞机；中国在改革开放之初，国际旅游仅限于单一的入境游。随着世界经济的好转和各国人民生活水平的提高，旅游成为人们满足精神需求和享受生活的重要方式，跨国旅游活动也更加活跃，国际旅游市场不断扩大并呈现多样化、分散化的趋势。除了欧洲和北美这些传统目的地以外，许多新的国际旅游目的地不断涌现，在世界范围内的区域合作、资源整合和客源共享将给国际旅游业的发展带来更大的效益。本章将关注世界旅游业的发展格局，包括来访游客人次、旅游收入、旅游消费、区域差异、国家差异等方面。

3.2 入境旅游

3.2.1 入境旅游的全球发展态势

半个多世纪以来，随着科技进步和经济发展，人们的休闲时间不断增加，旅游活动已进入亿万普通大众的生活。联合国世界旅游组织每年出版 *Tourism Highlight* 和 *Compendium of Tourism Statistics*，记录了全球旅游活动的发展情况。表 3.1 显示了全世界国际旅游接待量及其在近几十年的强劲增长率。1950 年，全球共有 2 500 万人跨越了国境；在 1960 年，全球产生了共 7 000 万人次入境纪录；到了 1970 年，这个数字已经增长到 1.6 亿。1980 年，这一数字超过 2.8 亿；而在 1990 年，这一数字已超过 4.3 亿；千禧年这一数字继续飙升到 6.7 亿；2010 年，全球入境游客数量

9.4 亿人。联合国世界旅游组织指出,旅游业仍是世界上规模最大的成长型产业,有着非常光明的发展前景。该组织预测,全球入境人数在 2020 年将突破 13 亿,在 2030 年将达到 18 亿。世界旅行及旅游理事会在《2016 年世界旅游旅行的经济影响》中所做出的预测也同样显示出未来旅游业将会继续保持增长势头。

表 3.1 1950—2030 年全球国际入境旅游人数及增长率(10 年期)

年 份	接待量/百万人次	增长率/%
1950	25	—
1960	70	180
1970	160	129
1980	280	75
1990	435	55
2000	675	55
2010	940	39
2020	1 360(预测)	45(预测)
2030	1 809(预测)	33(预测)

资料来源:世界旅游组织(United Nations World Tourism Organization, UNWTO)。

进入 21 世纪以来,全球国际入境旅游人数的增速有所放缓。2000—2005 年是国际旅游业发展异常艰难的时期,世界范围内接连出现了很多的负面因素。受到美国“9·11”恐怖袭击事件、伊拉克战争、亚洲“非典型肺炎”(SARS)等重大事件的冲击,国际入境旅游人数的增长率一度下降到 2003 年的-1.7%,5 年平均增长率仅为 3.4%。2005—2010 年,受全球金融危机影响,很多国家的旅游业受到沉重的打击,很多家庭减少了外出旅游,公司也不得不压缩了差旅开支。再加上印度洋海啸等自然灾害的影响,国际旅游接待量的增长率一度走低到 2009 年的-3.8%,5 年平均增长率也进一步下滑到 3.3%。2010 年以来,随着世界经济的转好,国际旅游业进入恢复期。然而,近两年来,世界旅游胜地(如法国巴黎、土耳其伊斯坦布尔、德国慕尼黑等)频频爆发恐怖袭击事件,给国际旅游业的发展蒙上了一层阴影。相关数据见表 3.2。

从图 3.1 可见,2014 年的全球入境人数增长率回升到 4.3%,总人数达到 11 亿人次。从区域看,欧洲在绝对数字上主导了全球入境旅游增长,在 2014 年有 5.18 亿人次前往欧洲旅游,占据了全球入境旅游人数的半壁江山(49%)。欧洲入境游的年增长率为 3.3%;美洲是相对增长最快的区域,2014 年增长率达到 8%,比 2013 年增

加 1 300 万人次,总人数达到 1.8 亿人次,为全球总量的 17%。亚太地区和中东地区的游客数量也保持较为快速的增长(都在 5%左右),其中亚太地区的入境旅游人数为 2.49 亿人次,占全球人数的 24%,中东地区的入境旅游人数为 5 000 万人次,占全球人数的 5%。非洲地区在入境旅游增长速度上落后于其他地区(2%),入境旅游人数为 5 000 万人次,占全球人数的 5%。

从图 3.2 可见,自 2014 年以来国际游客的住宿、餐饮、娱乐、购物等服务和商品的收入超过 1.2 万亿美元,比 2013 年增长 480 亿美元,实际增长率为 3.7%(考虑了汇率波动和通货膨胀的影响)。欧洲的入境旅游收入占全球旅游总收入的 41%,达到 5 089 亿美元。亚太地区占据全球旅游总收入 30%的份额,达到 3 768 亿美元。在美洲,这一数字为 2 740 亿美元。中东和非洲地区的入境旅游收入分别为 493 亿和 364 亿美元,仅占全球份额的 4%和 3%。相对而言,中东是入境收入增长最快的地区,比 2013 年增长了 6%,其次是亚洲太平洋地区和欧洲(两者都是 4%),最后是美洲和非洲(两者都是 3%)。

表 3.2 2000—2014 年全球国际入境旅游人数及旅游收入

年份	全球入境旅游人数		全球入境旅游收入	
	人次/百万	增长率/%	美元/10 亿	增长率/%
2000	675	7.4	481.6	4.5
2001	686	-0.1	469.9	-0.2
2002	707	2.9	488.2	3.9
2003	695	-1.7	534.6	9.5
2004	765	10.1	634.7	18.7
2005	798	4.8	679.0	7
2006	839	4.6	744.0	9.5
2007	901	7.3	858.0	15.3
2008	917	1.8	939.0	9.7
2009	882	-3.8	851.0	-9.4
2010	940	6.6	919.0	8.0
2011	953	1.4	952.0	3.5
2012	972	2.0	987.0	3.7
2013	1 087	11.8	1 197.0	21.2
2014	1 133	4.3	1 245.0	3.7

资料来源: United Nations World Tourism Organization (UNWTO)。

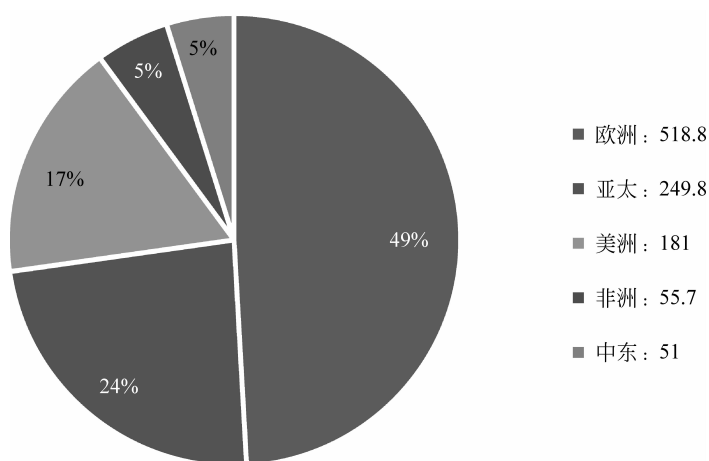


图 3.1 2014 年全球入境旅游接待量按地区比例(单位: 百万人次)

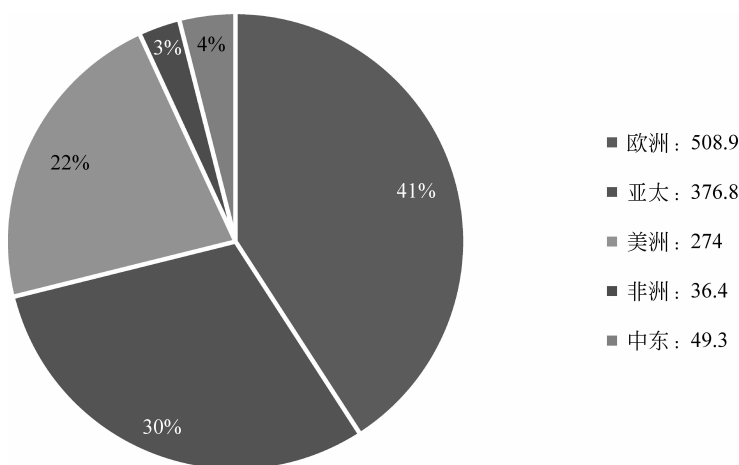


图 3.2 2014 年全球入境旅游收入按地区比例(单位: 10 亿美元)

3.2.2 入境旅游的区域发展格局

现代旅游业发源于欧美地区。北美及西欧国家发达的经济、便捷的交通、简化的入境手续,使得欧美地区长期以来无论是在入境还是出境旅游方面,都领先于世界其他地区。但随着近年来亚太地区接待量超越美洲,世界旅游业的格局也发生了根本性的变化,形成了欧洲、亚太和美洲三足鼎立的市场格局。从国别来看,除了传统的西方发达国家以外,中国内地、俄罗斯、巴西、中国香港、澳大利亚等新兴目的地不断涌现,国际旅游市场已形成百花齐放的局面。

1. 欧洲

欧洲是世界上到访游客数量最多的地区和最成熟的入境旅游目的地(占全球国际游客的49%和旅游收入的41%)。欧洲80%的国际旅游者来自欧洲区域,很重要的一个原因在于欧洲包含许多的小国,前往这些小国只需要路面交通(如汽车和火车)即可实现,不必要依赖更高成本的航空旅行。

2014年欧洲旅游业绩增长依然强劲。国际入境旅游人数增长了3.3%,旅游收入实际增长4%。这些增长很大程度是由南欧和地中海地区(增长7%)以及北欧地区(增长6%)所带动的。在南欧和地中海地区,除了希腊和西班牙引领增长以外,成熟目的地国家如葡萄牙、马耳他、克罗地亚和圣马力诺也取得了不俗的成绩。此外,新兴目的地如阿尔巴尼亚和塞尔维亚出现了两位数增长率的可喜成绩。在北欧,冰岛的增长率已连续4年达到了两位数。虽然欧洲最大目的地英国保持了稳健的增长,但西欧总体的增长缓慢,特别是世界顶级旅游目的地法国。相比之下,卢森堡、荷兰、德国和比利时等国家的增加更为快速。而中东欧则出现了入境旅游的负增长,这主要是俄罗斯的出境需求疲软,以及持续不断的军事冲突和动荡造成乌克兰入境游客下降的结果。另外,拉脱维亚、匈牙利、罗马尼亚和亚美尼亚保持了较为稳健的增长。

2. 亚洲和太平洋地区

过去的半个世纪来,国际旅游在亚洲和太平洋地区的发展非常健康快速,相关统计数据多次超越了世界旅游组织的预测。自2010年以来,亚太地区超越美洲,成为排在欧洲之后的第二大旅游接待地区。由于亚太地区的国家相对分散,大部分的国际旅游都需要通过航空旅行实现,因此这样的增长趋势更值得关注。

2014年亚太地区的入境旅游增长快速,其中国际游客数量增长5%,旅游收入增长4%。该地区的国际旅游人数占全球的24%,国际旅游收入占全球的30%。其中,东北亚和南亚的发展最为强劲。东北亚的主要目的地日本、韩国、中国台湾都出现了两位数的增长。中国大陆作为该地区的最大目的地,游客接待量与2013年持平,第二大目的地香港地区增长稳健。南亚地区强劲的发展势头主要由印度、斯里兰卡和马尔代夫驱动。太平洋地区的澳大利亚也显示了稳健快速的生长。相比之下,东南亚地区的增长开始放缓,新加坡维持原状,泰国由于政治动荡出现大幅下滑。马来西亚、印尼、柬埔寨有着相对稳健的增长。而一些国家的到访人数出现显著增长,如缅甸。

3. 美洲

尽管在接待人数上,美洲被亚太超越后位列第三,但近期美洲入境旅游人数增长

脱颖而出。2014 年相比其他地区,美洲出现了最高的旅游人数增长(8%)。该地区的旅游收入增长为 3%。国际旅游人数占全球的 16%,国际旅游收入份额占全球的 22%。美国和墨西哥的增长势头十分强劲,加拿大的增长相对平稳。加勒比海地区的主要目的地,如多米尼加和牙买加保持了稳健快速的增长,较小的目的地如特克斯和凯科斯群岛以及普利茅斯都达到了两位数的增长。在中美洲地区的不少国家增长的势头也比较稳健,如危地马拉和伯利兹、尼加拉瓜、巴拿马等。南美洲的旅游人数以相对平稳的速度上升,其中增长步伐较快的是阿根廷、厄瓜多尔和哥伦比亚。

4. 非洲

非洲地区的旅游资源丰富,但旅游投资缺乏。政治和军事动荡的干扰,以及对健康问题的担忧阻碍了该地区国际旅游业的发展。例如,西非部分国家埃博拉疫情蔓延和爆发、南非经济增长乏力导致的社会矛盾,使非洲旅游业遭受了较大的负面影响。2014 年,非洲的国际旅游人数仅仅增加了 2%,旅游收入增长了 3%。这些数字结果是基于相对有限的数据库而获得的,应该给予谨慎的解读。北非的主要目的地摩洛哥国际旅游人数增长放缓,突尼斯则由于政治和安全危机出现了国际旅游人数的下滑。撒哈拉以南非洲地区主要目的地旅游人数与过去持平。值得一提的是科特迪瓦和马达加斯加均出现了两位数的增长。

5. 中东

近年来,由于中东地区缺乏稳定的政治和外交环境,军事和宗教冲突不断,其接待入境游客的状况一直不容乐观。与非洲类似,中东地区需要增加政治上的稳定性,从而吸引投资,刺激经济发展和基础设施建设,来增加旅游需求。中东的国际旅游人数在 2014 年增长了 5%,旅游输入增长了 6%。许多地区出现了良好的增长态势,整体表现出复苏的迹象。该地区在全球范围内有 5% 的国际游客份额,4% 的国际旅游收入份额。带动该地区增长的主要目的地是沙特阿拉伯和卡塔尔。黎巴嫩的旅游出现快速回升,巴勒斯坦和约旦实现了稳定的增长,埃及出现先降后升的快速反弹。

3.2.3 世界十大旅游目的地国家或地区

表 3.3 和表 3.4 列出了 2014 年世界上的十大旅游目的地。排名主要根据两个主要的入境旅游指标进行考量:国际旅游入境人数和国际旅游收入。

从国际旅游入境人数来看,法国位列第一,接下来依次是美国、西班牙、中国和意大利。值得注意的是,全球国际旅游活动的开展具有相当大的地理集中性特点。排名前十的旅游目的地国家就接待了全球 54% 的国际游客,其中有 7 个国家位于欧洲地区。当然这是因为欧洲国家的地理相邻性和可进入性都较高,与亚洲国家之间分

散的地理位置和分布形成鲜明的对比。随着全球很多新兴目的地的出现,全球国际旅游的总体趋势还是朝着逐渐分散化的方向发展。值得注意的是,在这一榜单上,中国已升至全球第四位,墨西哥升至第十位。

若是按照各国所实现的入境旅游收入进行排序,也会呈现比较相似的集中性格局。排名前十的旅游目的地国家或地区占据了全球旅游收入 55% 的份额。从表 3.4 中可见,美国高居榜首,接下来是西班牙、中国内地、法国、中国澳门。美国在入境旅游业的收入上领先,主要得益于对远程旅游者的吸引(消费多,停留时间长)。与之相比,欧洲国家如法国、西班牙则更多接纳短途旅游者。近年来在亚太地区的国际旅游业发展迅速,有 4 个亚洲目的地进入全球前十位,分别为中国内地、中国澳门、泰国和中国香港。在两个入境旅游指标排名中同时上榜的有 4 个国家,分别为法国、美国、西班牙、中国。

表 3.3 2014 年国际旅游入境人数排名前十位的国家或地区

排名	百万		增减变化/%	
	2013 年	2014 年	2013 年/2012 年	2014 年/2013 年
1. 法国	83.6	83.7	2.0	0.1
2. 美国	70.0	74.8	5.0	6.8
3. 西班牙	60.7	65.0	5.6	7.1
4. 中国	55.7	55.6	-3.5	-0.1
5. 意大利	47.7	48.6	2.9	1.8
6. 土耳其	37.8	39.8	5.9	5.3
7. 德国	31.5	33.0	3.7	4.6
8. 英国	31.1	32.6	6.1	5.0
9. 俄罗斯	28.4	29.8	10.2	5.3
10. 墨西哥	24.2	29.1	3.2	20.5

表 3.4 2014 年国际旅游收入排名前十位的国家或地区

排名	美元 \$				本币(本地货币)	
	10 亿		增减变化/%		增减变化/%	
	2013 年	2014 年	2013 年/ 2012 年	2014 年/ 2013 年	2013 年/ 2012 年	2014 年/ 2013 年
1. 美国	172.9	177.2	7.0	2.5	7.0	2.5
2. 西班牙	62.6	65.2	7.6	4.2	4.1	4.2

续表

排名	美元 \$				本币(本地货币)	
	10 亿		增减变化/%		增减变化/%	
	2013 年	2014 年	2013 年/ 2012 年	2014 年/ 2013 年	2013 年/ 2012 年	2014 年/ 2013 年
3. 中国内地	51.7	56.9	3.3	10.2	1.4	9.2
4. 法国	56.7	55.4	5.6	-2.3	2.1	-2.3
5. 中国澳门	51.8	50.8	18.1	-1.9	18.1	-1.9
6. 意大利	43.9	45.5	6.6	3.7	3.1	3.7
7. 英国	41.0	45.3	12.1	10.3	13.2	4.8
8. 德国	41.3	43.3	8.2	5.0	4.7	4.9
9. 泰国	41.8	38.4	23.4	-8.0	22.1	-2.7
10. 中国香港	38.9	38.4	17.7	-1.4	17.7	-1.5

3.2.4 国际旅游城市

世界大多数旅游目的地分布在城市,大部分旅游消费也集中在城市。城市是旅游发展的核心和主要载体。全球旅游市场上已形成了众多著名的旅游城市。根据世界旅游城市联合会(2015)发布的世界旅游城市发展指数排名,全球排名前十的国际旅游城市包括:法国巴黎、英国伦敦、中国香港、荷兰阿姆斯特丹、瑞士苏黎世、美国纽约、中国北京、澳大利亚悉尼、新加坡新加坡市和德国法兰克福。该排名基于6个单项指标:旅游景气指数、旅游发展潜力指数、旅游吸引力指数、旅游支持力指数、旅游经济贡献指数、旅游满意度指数(表3.5)。

表 3.5 世界旅游城市发展指数排行前十名

国家	城市	总指数	旅游景气 指数	旅游发展 潜力指数	旅游吸引 力指数	旅游支持 力指数	旅游经济 贡献指数	旅游满意 度指数
法国	巴黎	100	70.2	64.6	95.8	96.2	38.5	94.6
英国	伦敦	98.3	67.8	74.6	100	60.3	37.4	100
中国	香港	96.0	100	60	55.8	73.0	40.9	93.0
荷兰	阿姆斯特丹	92.3	44.9	46.0	79.0	71.6	81.0	93.0
瑞士	苏黎世	90.6	49.8	54.6	56.6	40.0	100	93.5
美国	纽约	89.2	70.5	74.3	67.0	33.7	45.2	97.0
中国	北京	89.0	53.4	65.2	71.6	82.0	44.9	93.1

续表

国家	城市	总指数	旅游景气指数	旅游发展潜力指数	旅游吸引力指数	旅游支持力指数	旅游经济贡献指数	旅游满意度指数
澳大利亚	悉尼	87.6	44.0	63.7	74.8	73.2	51.2	94.8
新加坡	新加坡市	86.9	65.7	59.2	74.2	62.1	33.7	93.0
德国	法兰克福	86.1	44.5	69.3	65.8	51.7	64.9	91.3



国际视野

法国旅游业的发展经验

法国旅游业的发展已有数百年的历史,现已进入高度发达、成熟的阶段。凭借着世界时尚之都巴黎、地中海蔚蓝的海岸线、被称为人类艺术明珠的昔日君主王宫凡尔赛宫、浪漫的乡野风光等丰富的一流观光资源,法国长期占据着世界旅游第一大国的宝座。首都巴黎同时也是世界上接待游客最多、举办展览最多的城市。2014年,法国接待全球超过8 000万游客,创造旅游收入55.4亿美元。法国旅游业的规模和收入一直位居世界榜首,除了凭借着其得天独厚的自然和历史文化资源,这些骄人的成绩也与其在资源保护和开发、组织机构设置、服务质量管理、营销宣传等方面所做出的努力和创新密切相关。

1. 重视文化内涵

文化旅游在法国居于特殊地位。对于外国游客,特别是新兴发展中国家的游客而言,最吸引他们的就是法国的文化,包括历史、艺术和生活方式。法国文化部与主管旅游的国务秘书处共同签署的《文化和旅游框架协议》中提出,应优先考虑与文化遗产相关的旅游开发,并提供多种富有文化内涵和创意的旅游产品,注重古老与现代的结合。以博物馆旅游开发为例,法国形形色色的博物馆琳琅满目,既有世界著名的凡尔赛宫、卢浮宫、蓬皮杜文化中心等,也有小众而有趣的专题博物馆,如木偶博物馆、下水道博物馆、红楼博物馆等,各具特色,让人流连忘返。法国非常重视在本土品牌中引入法国文化的璀璨魅力。奢侈品业就是法兰西人民优雅的社交行为和精致的生活艺术的一种体现。而品牌的推广又将浪漫高雅的法兰西文化带到世界各地,从而吸引全球游客的到来。

2. 政府大力扶持

法国政府历来重视旅游业,旅游业是法国政府最早干预的私人经营行业。1910年法国就设立了国家旅游局,紧接着又制定了《旅游宪章》和一系列旅游法规与实施