

中国走向世界旅游强国之路

范业正 , 郭来喜

(北京第二外国语学院旅游学院 , 北京 100024)



范业正

[关键词] 旅游产业; 世界旅游强国

[摘 要] 概述中国旅游业发展历程, 各个时期经济社会环境特征, 指出其不发达的原因在于中国的宏观经济与社会环境导致的市场环境的不发育和旅游产业自身的发育不健全。

改革开放以后中国社会经济环境的改善, 促进了旅游业的大发展, 取得了很好的业绩。优越的旅游资源和社会经济环境以及面临的诸多的机遇为中国建设世界旅游强国奠定了扎实的基础, 但现在的产业距离世界旅游强国还有很大的差距。

新世纪中国旅游业是机遇与挑战并存, 还要解决很多现实问题以及发展中不断出现的问题, 任重道远。

[中图分类号] F592.3

[文献标识码] A

[文章编号] 1008-6080(2002) 03-0005-07

A Way for China to Become a World-power in Tourism

FAN Ye-zheng and GUO Lai-xi

(Institute of Tourism Science Beijing Second Foreign Language University, Beijing 100024, China)

Key words tourism industry; world tourism power

Abstract China's development history and characteristics of socio-economic circumstances in every stage were reviewed. It was pointed out that under-developed tourism was caused by macro-economy and social circumstances at that time. The negative circumstances caused the market and industry of tourism.

After the reform and opening of China, the improvement of socio-economic circumstances has promoted great developments of the tourism industry. Outstanding achievements had been gained in the industry. The high grade tourism resources, sound circumstances and the achievements of the tourism industry have established a strong foundation for China to become a world-power in tourism. Though there are many favorable conditions in the tourism industry at present, there is still a great gap in China's accomplishment of becoming a powerful tourist nation.

In the new century, China is to make full use of the favorable circumstances and grasp every new opportunity to develop the tourism industry, and to solve the problems on the way to becoming a world-power in tourism. .

一、中国旅游业发展历程

20世纪后半期, 旅游业成为全球发展速度最快的行业之一。中国旅游业虽然起步较晚, 起点较低, 经过 50 几年尤其是改革开放后 20 几年持续快速发展,

已经逐步发展成为国民经济中的重要产业, 也成为国际旅游大舞台上的新生力量。回顾中国旅游业 50 多年的发展历程, 可以把它划分为 4 个阶段: 初创期、停滞期、发育期、成长期。

收稿日期]2002-06-13

作者简介 范业正 (1965-) , 北京第二外国语学院旅游研究所副教授、博士; 郭来喜, 中国科学院地理科学与资源研究所研究员。

(一)初创期(1949~ 1965)

从 1949 年新中国成立到 1965 年,是中国旅游业的初创阶段。1954 年中国国际旅行社在北京成立,标志着中国现代旅游开始和萌芽。随后,中国旅行社的框架体系开始形成。1964 年,中国旅行游览事业管理局成立,明确了发展旅游事业的方针政策是“扩大对外政治影响”、“为国家吸引自由外汇”,中国旅游事业开始发展。1965 年,全国接待外国旅游者达 12 877 人次(引自《中国旅游业 50 年》),创历史最高纪录。

(二)停滞期(1966~ 1977)

1966 年至 1977 年“文化大革命”期间,受政治冲击,中国旅游业处于停滞甚至倒退阶段。一方面,旅游接待成为不计成本、不讲效益的政治性接待,整个社会环境不利于旅游业发展;另一方面国务院对接待外国旅游者的数量规模有所控制,如 1968 年限制在 1 500 人内,旅游接待人数逐年下降。1966 年,接待国际旅游者 7 590 多人,至 1974 年,全国接待国际旅游者 4.49 万人,综合服务外汇收入仅 370 万美元。

在这两个阶段持续近 30 年的时间里,旅游作为外事活动的组成部分是为政治服务的,他配合外交工作,在对宣传中国的建设成就、加强国际友好往来方面发挥了作用,但没有真正意义上的经济功能,不能称为旅游产业。

(三)发育期(1978~ 1991)

自 1978 年至 1991 年,中国的旅游业处于发育期。中国现代旅游业是改革开放以后的产物。

1978 年十一届三中全会前后,邓小平同志就加

快发展旅游业先后发表了 5 次专门讲话,在旅游业对国家政治经济的积极作用以及旅游管理、旅游开发、旅游促销等一系列旅游的基本认识、基本规律上,做了明确的指示,推动了中国旅游业发展的步伐。

1979 年全国旅游会议提出:旅游工作要从“政治接待型”转变为“经济接待型”。但是,国内旅游方面仍实行不宣传、不提倡、不组织的“三不”方针。

1984 年,中央提出要国家、地方、部门、集体、个人一起上以及自力更生和利用外资一起上的方针,加快了旅游基础设施的建设。

1985 年,从只抓国际旅游,转变为国内、国际旅游一起抓。国务院决定把旅游事业发展规划列入国家“七五”计划,并在“七五”计划中明确指出:“要大力发展旅游业,增加外汇收入,促进各国人民之间的友好往来。”旅游的产业地位首次得到明确。

随着政策的变化,旅游管理体制方面也有变化。1982 年,中国旅行游览事业管理总局与中国国际旅行社分开,国家旅行游览事业管理局正式命名为国家旅游局,加快了旅游业向经济产业转化的步伐。旅游业的发展主要特征如下。

1. 接待入境旅游者人数上升

改革开放初期入境游客人数约 180.92 万人,至 1991 年已经上升到 3 334.98 万人,由 80 年代初的世界第 16 位,上升至 90 年代初的第 12 位。除 1989 年“六·四”政治风波对国际旅游市场造成了较大的影响,导致入境旅游人数下降,其余年份入境旅游人数呈现持续上升趋势(见图 1)。

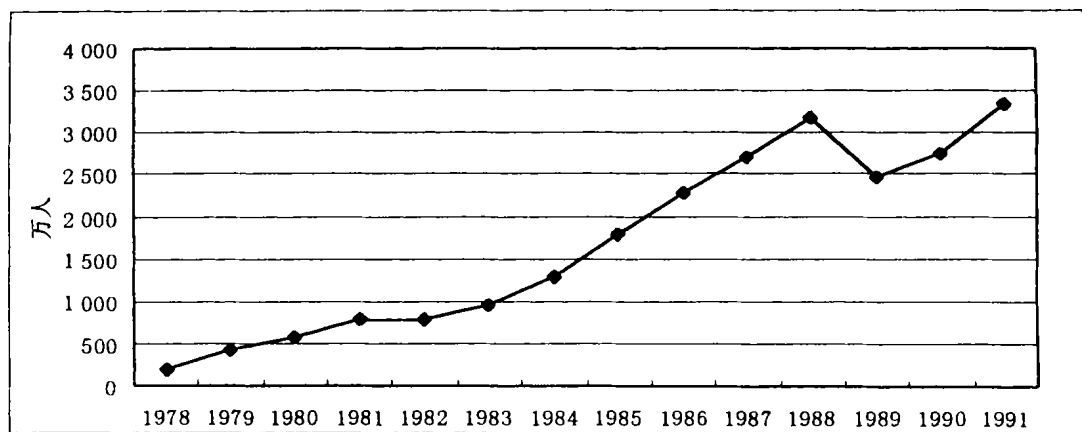


图 1 1978~ 1991 年中国入境旅游人数

2 外汇收入持续增长

1978 年,中国接待海外游客所得外汇收入为 2.63 亿美元,此后 10 年一直持续发展(见图 2)。1988 年,旅游创汇为 22.47 亿美元,1989 年的政治风波使

旅游创汇下降近 4 个百分点,1990 年以后逐渐回升,到 1991 年,旅游创汇达 28.45 亿美元,是 1978 年的 10 多倍,外汇收入从世界排名的第 34 位上升到的第 21 位。

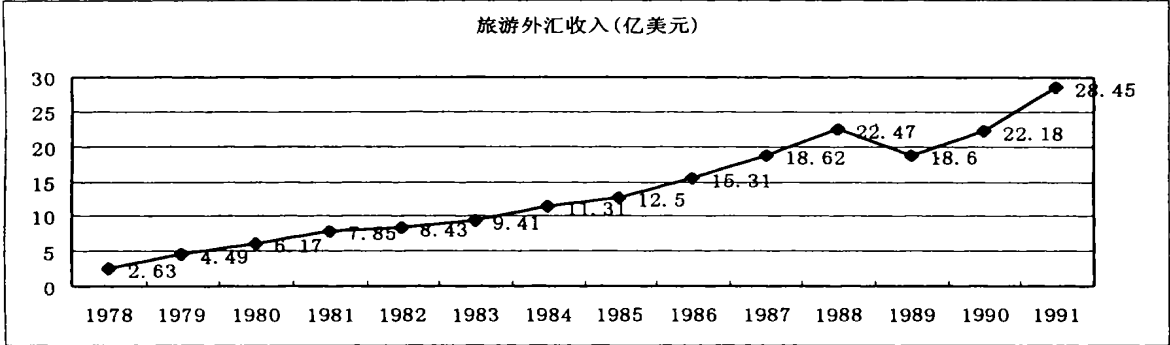


图 2 1978~ 1991中国旅游外汇收入

3. 国内旅游发展到了一定的水平

1991年国内游客首次达到 3亿人次,国内旅游收入达到 200亿元人民币。

4. 旅游接待能力具备了一定规模

到 1991年,中国已有旅游涉外饭店 2 130家,拥有客房 321 116间,床位 679 458张,客房出租率达 61%,营业收入 139亿元。拥有各类旅行社 1 561个,营业收入 59亿元。

(四)成长期(1992至今)

1992年至 2001年,中国旅游业进入了在市场经济中求发展的成长期。国务院和国家旅游局再一次明确指出要把旅游业作为一个产业来管理和发展,各级政府都要把旅游业作为一项产业,纳入国民经济和社会发展规划。

1992年邓小平同志南巡讲话之后,中国经济进入了发展的快车道,旅游产业市场也探索出了一些具有成效的阶段性的模式。国内旅游发展势头强劲,出境旅游冲破了多年的政策局限,改变了长期国际入境旅游雄踞市场的形势。

1993年,国务院提出倡导、引导国内自费旅游的方针,并颁布了机关、事业单位的带薪休假制度,体现了政府重视国内旅游和大众旅游。

在 1996年,中国开始推出以主题宣传促销为主的海外宣传,效果显著。

1998年 12月召开的中央经济工作会议,旅游业被确定为国民经济新的增长点。

2001年 4月,国务院《关于进一步加快旅游业发展的通知》提出了要“树立大旅游的观念”,进一步发挥旅游业作为国民经济新的增长点的作用。

1. 入境旅游者人数持续上升

1992年,中国接待入境旅游者达 3 811. 49万人规模,其中接待入境过夜游客 1 651. 20万人,居世界第 9位。此后中国接待入境旅游者人数基本呈现上升趋势,年平均增长率达 10. 66%。到 2001年,中国接待入境旅游者达 3 901. 29万人规模,其中接待过夜游客 3 316. 67万,居世界第 5位(见图 3)。

2. 外汇收入逐年增长

1992年,中国旅游外汇收入 394. 7亿美元,居世界的 17位。此后,旅游外汇收入的年平均增长率高达 20. 92%,1996年全年海外旅游者突破 5 000万人次,旅游创汇首次突破 100亿美元大关。从 1998年起中国已经成为位居世界第 7 目前亚洲第一的旅游大国,跨入世界旅游十大强国之列,并保持至今(见图 4)。

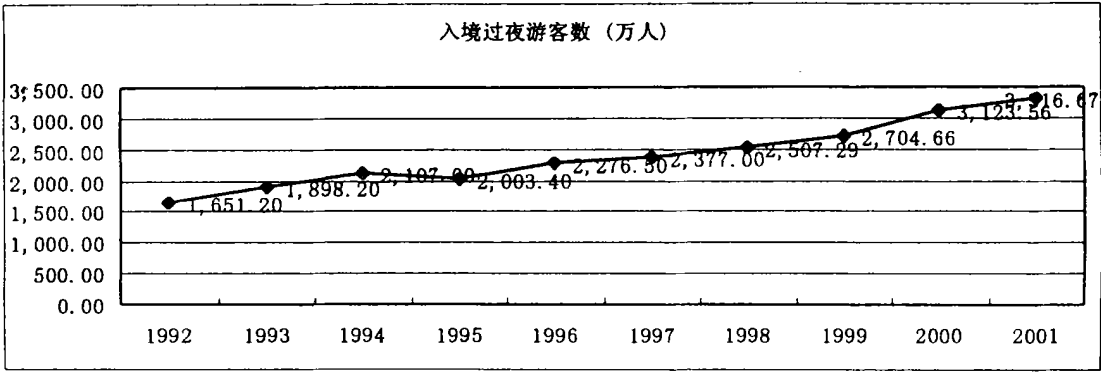


图 3 1992~ 2001年入境过夜游客数

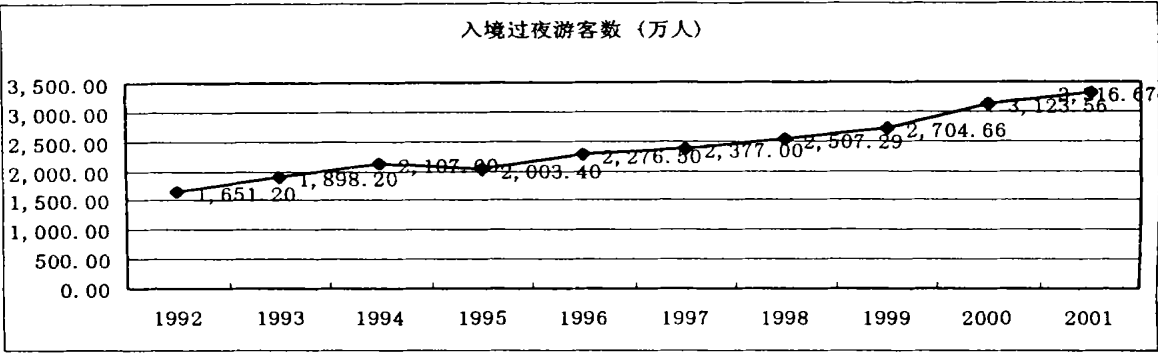


图 4 1992~ 2001年旅游外汇发展

3. 旅游接待条件改善

1992年,全国共有各类旅游饭店 2 354家,客房 351 044间。此后近 10年时间里,旅游饭店数和客房

数持续增长 至 2000年,已经拥有旅游饭店 10 481家,客房 948 185间 其中三星以上饭店占 22.59% ,客房占 38.11% (见表 1-1)。

表 1-1 1992~ 2000年旅游饭店规模发展

年份	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
旅游饭店	2 354	2 552	2 995	3 420	4 418	5 201	5 782	7 035	10 481
房间数	351 044	386 401	406 280	486 114	594 196	701 736	764 797	889 430	948 185

二、中国旅游业发展现状

(一)旅游现状产业规模

1. 旅游市场

(1)入境旅游市场保持持续的增长

2001年中国接待海外游客 8 901.29万人 (表 2-1),其中入境旅游者达 3 316.67万,居世界第 5位。来华的港澳台同胞一直占有较高的比重,约 87% ,其中又以香港、澳门来华人数占主导地位。旅游业的持续快速发展,为国家创汇做了积极贡献。2001年,旅游外汇收入达 177.92亿美元。

30%的速度递增。到 2000年,中国出境人数首次突破 1 000万人次,达 1 047.26万人次,中国成为亚洲地区增长较快的新型客源国。据世界旅游组织估计,1999年,中国公民的出境旅游费用支出为 109亿美元,占全球旅游总支出的 2.4% ,在世界排位第九。到 2001年底,中国政府确定的中国公民出国旅游目的地数量在不断增加,已经达到 20个国家和地区。

因此,目前入境旅游、国内旅游和出境旅游三大市场得到全面稳步发展。

2. 产业规模

住宿业: 2000年,中国旅游饭店已达 10 481座,比上年增长 49.0% ;拥有客房 948 185间,床位数 18 596 500张,星级饭店 6 029座,拥有客房 594 678间,床位 1144 791张。全国饭店营业总收入 862.27亿美元,比上年增长 2.0% ,上缴营业税 44.07亿元,比上年增长 3.2% 。

旅行社业: 2000年,中国共有旅行社 8 993家,其中国际旅行社 1 268家,国内旅行社 7 725家,营业收入 4 699 481.49万元,上缴利税 80 013.71万元,资产总值 3 659 158.40万元。

旅游交通: 旅游交通部门为了适应旅游业发展的要求,推出了新的服务产品,新的服务方式。铁路方面安排了 8个方向 28条旅游专列运行线,全年开行旅游专列 801列。民航方面,2000年定期航班新开和恢

表 2-1 入境旅游者构成 (单位:万人次,%)

年份	总数	外国人	华侨	港澳同胞	台胞
2001	8 901.29	12.61%	87.39%	83.52%	3.87%

(2)国内旅游发展达到较高水平

2001年,国内总出游人次达 7.84亿人次,出游率达 62.2% ,其中城镇居民出游人次为 3.74亿人次,出游率达 110.2% ,农村农民出游人次 4.10亿,出游率达 44.2% 。国内旅游 2001年总花费 3 522.37亿元,人均花费 449.5元,有力地拉动了内需。

(3)国民出境旅游迅速发展

从 1997年《中国公民自费出国旅游管理暂行办法》颁布实施到 2000年,出境旅游者人数平均每年以

复航线 257条,国内通航 126个城市,国外通航 33个国家和地区 的 60个城市。公路方面,中高档豪华客车运输市场需求旺盛,极大的带动了国内旅游客车制造业。

旅游就业: 2000年,旅游业从业人数达到 5 641 509人,其中旅行社从业人数 164 336人,旅游住宿业从业人员 4 685 956人。

旅游教育: 中国的旅游院校在 2000年达到 1 195 所,旅游院校学生数 327 938人。其中高等院校 252 所,拥有学生 73 586人,其余为中等职业学校。

旅游总收入: 2000年,中国旅游收入相当于国内生产总值的 5%,旅游外汇收入相当于当年外贸收入的 6. 5%。

因此,中国旅游产业整体规模在不断扩张,体系得到了进一步健全。

3. 产品结构

“九五”期间,各省(区、市)策划建设了一批品位较高的项目,对海外旅游者有较大的吸引力,形成了拳头产品。各地在更新优化传统观光型产品与专项旅游产品的同时,指导开发了一批在国际旅游市场上前景看好的新型旅游产品。各地系列旅游活动的成功举办也带动了新一代旅游产品的兴起,中国旅游产品结构不断完善,在国际市场上的竞争力明显提高。

4. 设施配套

旅游城市和旅游景区在行、游、住、食、购、娱及旅游厕所建设等方面,旅游区点在游、购、娱等方面,旅游饭店在住、食、购、娱方面,配套水平都有明显提高。

2000年,中国首次将旅游列入了国债投资计划,投入了 13亿元的国债资金加强旅游基础设施建设,支持项目 114个,遍布全国的 30个省、市、自治区的 114个重点旅游景区。

表 3-1 2000年世界旅游外汇收入世界前十位情况 单位: 亿美元

位次	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
国家	美国	西班牙	法国	意大利	英国	德国	中国	澳大利亚	加拿大	希腊
外汇收入	852	310	299	274	195	178	162	114	108	92

接待入境过夜旅游者人数 中国也只是亚洲旅游大国,称不上是世界旅游强国。中国在 2000年接待入境过夜旅游者 3 123. 56万人次,居亚洲第一,世界第五,与法国、西班牙、美国、意大利等前四强国家,中国分别有 4 500万到 1 000万人次的差距。

出境旅游规模上。在 2000年,中国出境人数达 1 047. 26万人次,但相对数低于周边许多国家和地区,

5. 产业形象

通过系列主题促销在海外市场和国内宣传,中国旅游业在国际市场上的竞争力增强,扩大了旅游业在社会各个层面的影响,旅游产业形象日益显明。这对拉动内需,拉动增长起了积极的作用。

6. 行业管理

全国各地加强了对旅游行业的管理和市场秩序的专项治理力度,进一步规范了旅游市场。国务院或有关主管部门发布实施的《旅行社管理条例》《导游人员管理条例》等系列政策、法律、法规,提高了旅游行业管理和质量监督力度,使旅游市场进一步朝向规范、有序化发展。

(二)世界旅游业中地位

中国入境旅游位居世界第 7 位,国内旅游成为世界最大的市场。特别是在亚洲金融危机期间,中国旅游业能够一枝独秀,继续保持了较快发展。中国进一步发展双边和多边旅游合作与交流,积极参加世界旅游组织(WTO)和地区性旅游组织的各项活动,不断加强了与主要客源国和周边地区的交流。1999年中国举办了昆明世界园艺博览会,2000年,中国承办了世界金钥匙组织的年会,这些大型旅游国际活动的成功举办,不断提升了中国旅游业的国际地位,加强了国际合作。

三、建设世界旅游强国之路

(一)与旅游强国的差距

尽管中国现在已经是亚洲旅游大国,但是,中国旅游业和世界旅游强国之间,还有很大的差距。在入境旅游接待和创汇水平上,中国现在还只是亚洲旅游大国,称不上世界旅游强国。虽然中国旅游外汇收入自 1998年始,已位于世界第 7 位,但与美国、西班牙、法国、意大利、英国、德国相差较大,只能算是第二集团。

并且公费旅游占了相当比重,真正意义上的自费出国旅游刚刚起步,尚未形成气候。

在国内旅游方面,中国国内旅游人数已达世界第一,但人均花费较低,在 2001年仅为 449. 5元。国内旅游与国际旅游收入的比例,国际水平一般为 4~ 5 倍,而中国只达到 2. 4倍。

表 3-2 1993~ 2001 年国际、国内旅游收入比较

年份	国际旅游总收入		国内旅游总收入 (亿元人民币)	国内	
	外汇 (亿美元)	折合人民币 (亿元)		国内	国际
2000	162.24	1 342.3	3 175.54	2.37	
2001	177.92	1 476.7	3 522.37	2.39	

其他经济指标方面。1996年全世界旅游业总产出占全世界 GDP总量的 10.7%,全世界居民消费支出占总消费支出的 11.3%,全世界旅游业的资本投资占总投资的 11.9%,相比之下,中国目前的水平还未达到上述指标的一半。

(二)资源优势

1. 丰富优质的旅游资源

丰富的旅游资源为中国步入旅游强国提供了坚实的基础。从表(3-3)中国与世界旅游五大强国一级资源比较中可以看出,在下述 89 个小类中,中国有 49 个居首位,超过总量的 50%,且在自然类和人文类的历史遗产,中国处于绝对优势地位。而现居世界头号旅游强国的美国只有 25 个居于世界之首。尽管在现代人文吸引物上中国处于很大的弱势地位,然而随着中国的经济发展,这方面的差距将会越来越小。因此,从资源禀赋上,中国已经占据了世界旅游资源强国地位。

表 3-3 世界前六位旅游大国的旅游资源基本类型占第一位的数量统计

旅游资源类型	中国	美国	意大利	法国	英国	西班牙
地文景观	12	3				
自然类 水文景观	5	2				
气候生物景	5	5				
历史遗产	17		3		3	
人文类 现代人文	1	14	2	3		1
抽象人文	7					
服务类 旅游服务	2	1		2		1
总计	49	25	5	5	3	2

2. 人力资源优势

充足的人力资源为中国旅游业步入世界旅游强国提供了强大的动力。旅游产业是一个劳动密集型产业,所需人数多。中国拥有丰富的人力资源,廉价的劳动力可以使中国旅游业在国际上有更强的竞争力。

(三)发展机遇

1. 国家旅游局确立了建设世界旅游强国目标

国家旅游局在《中国旅游业发展“十五”计划和 2015 年、2020 年远景目标纲要》中已经确立了在 2020 年建成世界旅游强国的总目标。

2. 国民经济新的增长点的确立

中国中央政府作出了把旅游业列为国民经济新的增长点的决策,引起了全国各地对旅游发展的重视和支持,为旅游业在新世纪的发展创造了重要的发展机遇,使旅游发展的宏观环境进一步得到改善,政策的逐步到位将给旅游业发展创造越来越有利的条件;各地决策的热点和焦点也将进一步集中到旅游发展上;海内外各方面投入旅游的积极性会进一步增加。

3. 产业结构全面调整

加强第一产业,提高第二产业,发展第三产业是中国今后一个时期调整产业结构的基本要求。产业结构调整,一是第三产业的发展速度将会大大提高,旅游业作为第三产业中的主导产业,将会在这一过程中进一步加快发展;二是上游产业的质量提高,将推动包括旅游业在内的服务业的发展;三是随着产业结构调整战略的实施,从产业间的比较优势看,旅游业是具有优势普遍发挥作用的重点产业,因此,各地重视旅游业的力度会进一步加大。

4. 西部大开发的推进

加快中西部地区的发展是中国现代化建设的战略决策,将对中国西部地区旅游业的大发展产生极其巨大的推动作用,并带动旅游业登上新的台阶,形成中国旅游业在新世纪发展的又一重大机遇。

5. 假日旅游全面发展

1999 年,中国政府调整了法定假日结构,一年中形成了春节、“五·一”、“十·一”三个旅游“黄金周”,将推动旅游业以及铁道、交通、民航、城市出租汽车和餐饮、商业等相关行业的发展。

6. 加入世界贸易组织

加入世界贸易组织将为中国旅游产业的突破性发展创造重要机遇,将有利于优化旅游业发展的大环境,将有利于建立更加符合国际规则的运行机制,将有利于增加国际客源。外国旅行社通过合资或独资方式逐步进入中国市场,将直接带来入境客源的增长。外国投资者进入中国的机会增多,也为发展商务旅游带来广阔的市场。

7. 举办奥运会的机遇

中国成功申办 2008 年夏季奥运会,为中国旅游业发展创造了巨大的机遇,将全面提高中国在世界

影响,改善中国旅游的形象,扩大海内外客源市场,还将优化北京城市环境,推动各类设施建设,将拉动商务、会展客源的增长

8.世界旅游业持续发展的机遇

预计到 2020年,全球将接待 16亿国际旅游者,国际旅游消费将达 20 000亿美元,国际旅游人数和消费年均增长率分别为 4.3%和 6.7%,远远高于世界经济年均 3%的增长率。在未来 20年间,世界旅游发展最显著的特点是远程旅游的增加

(四)应对挑战

新世纪中国旅游业要顺利实现从亚洲旅游大国向世界旅游强国的转变,需要解决很多现实和发展中不断出现的问题。中国现在对旅游资源开发程度仍停留在粗放型、低水平的开发,旅游基础设施建设不足,仍存在因道路、交通工具等因素限制旅游发展的问题。旅游接待设施规模较小,档次结构不合理,旅游管理观念落后,管理经验不足,人才培养滞后,与国际差距较大等问题。今后中国旅游业要应对面临的问题和挑战,着重做好如下几个方面

1.加强基础设施建设,尤其是交通道路的建设,这是改善旅游发展的大环境和硬环境。

2.加强企业经营的国际化、集团化和经营产品与服务标准化、程序化。注重标准化的同时加强民族地方特色,对中国旅游发展至关重要

3.扫清障碍,优化旅游发展大环境,规范旅游市场的运营机制,更加符合国际规则,旅游产业素质将全面提高。政府旅游主管部门管理方式要转向法律市场和行政相结合。

4.加快旅游信息化建设,改善旅游业的管理和经营手段,提升企业效益和市场竞争能力。

5.加强人力资源的培训和旅游人才的培养,建立和完善旅游业培训体系,制订合理的人才任用和奖励机制,激发活力,产生效益

6.出台优惠政策,吸引外资的投入,支持旅游业的全面建设,进而加速旅游业的快速发展

7.加强旅游业的法规建设,保护旅游业的顺利建设和健康发展。加强旅游环境保护,实现旅游可持续发展。

参考文献:

[1] 中华人民共和国国家旅游局.中国旅游业发展“十五”计划和 2015年、2020年远景目标纲要 [M].北京:中国旅游出版社, 2001.

[2] 中华人民共和国国家旅游局 .中国旅游统计年鉴(2001) [Z]. 2001.

[3] 中华人民共和国国家旅游局 .中国旅游统计年鉴(2001)副本 [Z]. 2001.

[4] 张广瑞等.中国旅游绿皮书 [M]. 社会文献出版社, 2002.

[5] 何光玮.中国旅游业 50年 [M]. 中国旅游出版社, 1999.

[6] 世界旅游组织. 2001年世界旅游便览 [Z]. 2002.

[7] 世界旅游组织. 2001年世界旅游发展的停滞 [Z]. 2002.

[责任编辑: 张文祥]

The Way for China to Become a World-power in Tourism

Fan Yezheng¹, Guo Laixi²

(1. Institute of Tourism Science, Beijing Second Foreign Language University;
2. Institute of Geographical Science and Nature Recourses Research, CAS Beijing 100024, China)

[Key words]tourism industry; World Tourism Power

[Abstract]China’s development history and characteristics of socio-economic circumstances in every stage were reviewed. It was pointed out that under-developed tourism was caused by macro-economy and social circumstances at that time. The negative circumstances caused the market and industry of tourism.

After the reform and opening of China, the improvement of socio-economic circumstances has promoted in great developments of the tourism industry. Outstanding achievements had been gained in the industry. The high grade tourism resources, sound circumstances and the achievements of the tourism industry have established strong foundation for China to become a world-power in tourism. Though there are many favorable conditions in the tourism industry at present, there is still a great gap in China’s accomplishment of becoming a powerful tourist nation.

In the new century, China is to make full use of the favorable circumstances and grasp every new opportunity to develop the tourism industry, and to solve the problems on the way to becoming a world-power in tourism.

[中图分类号] F592.3 [文献标识码] A [文章编号] 1008-6080(2002) 03-0005-07