



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

doeriver 文川网
入驻商家
古籍书城
获取更多电子书

中国区域旅游 发展年度报告 2011-2012

ANNUAL REPORT OF CHINA
REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT
2011-2012

中国旅游研究院



中国旅游出版社



中国旅游发展年度报告书系

Annual Development Report of China's Tourism

中国区域旅游 发展年度报告 2011-2012

ANNUAL REPORT OF CHINA
REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT
2011-2012

中国旅游研究院



中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉
责任编辑：李冉冉
装帧设计：中文天地
责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

中国区域旅游发展年度报告. 2011~2012/中国旅游研究院著. --北京: 中国旅游出版社, 2012. 3
ISBN 978-7-5032-4399-8

I. ①中… II. ①中… III. ①区域旅游-区域发展-研究报告-中国-2011~2012 IV. ①F592.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 047806 号

书 名：中国区域旅游发展年度报告 2011~2012

作 者：中国旅游研究院

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@cna.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

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2012 年 3 月第 1 版 2012 年 3 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：11.5

字 数：182 千

定 价：45.00 元

I S B N 978-7-5032-4399-8

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

docsriver 文川网
入驻商家 古籍书城

在文川网搜索古籍书城 获取更多电子书

《中国区域旅游发展年度报告 2011 ~ 2012》编辑委员会

主任委员 戴 斌 中国旅游研究院院长 教授 博士

编 委 (按姓名音序排列)

保继刚 戴 斌 杜 江 贾法利 (Jafar Jafari)

李天元 马晓龙 宋海岩 田 里 魏小安

谢彦君 张凌云

《中国区域旅游发展年度报告 2011 ~ 2012》编辑部

主 编 马晓龙 中国旅游研究院区域旅游发展与规划研究所副所长
副研究员 博士

执行主编 张佑印 中国旅游研究院区域旅游发展与规划研究所
助理研究员 博士

编辑部成员 (按姓名音序排列)

曹杏娟 黄 璜 刘 佳 马晓龙 吴丰林

吴 普 尹晶莹 张佑印

序

持续探索区域旅游的演化轨迹和发展导向

中国是一个发展中的大国，也是一个区域发展极不均衡的国家。很多经济社会发展指标从总量上看中国都可以排在世界前列，但是按人均计算很多时候又会排在后面；从东部沿海和核心城市群的视角看，中国已经进入了后工业化社会；而大量的中西部地区，甚至发达省份的边缘区域则可能刚脱离基本的贫困线。旅游经济运行也是如此，中国国情和时代背景决定了现存的旅游产业运行特征将会存在相当长的时间，主要表现为市场规模大、发展速度快、人均消费低、流量和流向分布相对集中。2011年，我国的国内旅游市场规模已经达到旅游人数26亿人次和旅游收入2万亿元，国际旅游，特别是公民出境旅游再创历史新高。在总体繁荣的背后是结构的失衡：一方面还有数以亿计的城乡居民，特别是农村人口还没有能力实现他们的旅游权利；另一方面旅游客源地与目的地高度同构，国内旅游的客源主要产生于经济发达地区，特别是长江三角洲、珠江三角洲、环渤海经济圈和成都—重庆城市群，而国内和入境客源也主要流向上述地区。中西部地区和广大农村地区增长滞后的问题不解决，“国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”两大战略目标，特别是旅游业的可持续发展目标就不可能实现。无论是政府决策部门还是专业学术机构都在追问：极度不均衡的旅游流空间分布是阶段性特征还是中长期格局？没有足够客源的支撑，广大中西部的旅游资源如何转化为现实的生产力，并进而造福于城乡居民？在现有的格局下，依据国家层面的旅游发展战略应该制定什么样的区域政策并进行有效的分类指导？不同区域，特别是中西部地区旅游的增长困境又该如何破解，是加大机场、铁路和高速公路的基础设施的投入，还是优先发展五星级饭店、5A级景区、高尔夫球场等高端接待设施，抑或在进一步分析约束条件的基础上强化旅游公共服务和市场营销？

对上述问题的关注与回答构成了中国旅游研究院在区域旅游和发展规划领



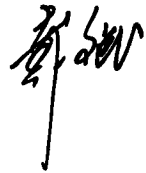
域学科建设的现实基础和价值取向。建设“政府智库”排在中国旅游研究院三大建设目标的首位，也是包括区域研究所在内的学术共同体努力的方向。其服务对象不仅仅是国家旅游行政主管部门，也包括各级人民政府，他们是区域经济发展的领导者、规划者和实践者，忽视了他们的需求，“政府智库”的成长空间将是极为有限的。在解决了旅游发展理论构建、宏观调控政策制定、旅游法律起草和相关的标准化建设之后，如中国旅游研究院这样的公益性学术机构在公共政策领域的主战场将更多地转向地方政府。如果面向区域旅游政策设计的学术话语体系继续缺位，那么各地只能从中央政府的产业规划体系和行政指导中寻找宏观依据，或者依赖地方的学术机构和商业化运作的规划公司。后者当然是地方政府在区域旅游发展进程中的决策来源和支撑力量，但基于国家旅游发展视角的公共知识同样是不可或缺的。公益性学术机构要想为地方政府服务好，就需要跟踪、关注旅游发展和社会实践中的热点、难点和重大现实问题，需要总结出区域旅游发展的趋势性特征，需要对现象背后的成因进行条分缕析的深入研究。没有跟踪与关注、没有抽象与扎实理论的科学研究，就想去指导别人怎么做，是很难的。即使勉强出些成果，要么是大而概之、无关痛痒的书生之见，要么为特定利益群体和短期目标所俘获，既不会有经得起旅游实践检验的理论，更不会有经得起历史审视的思想。

2012年是中国旅游研究院的学术成果建设年，也是包括分院和研究基地在内的学术共同体从战略上培养青年学者的启动之年。一边扎扎实实地进行田野调查和理性构建，一边在人文精神的指引下灵性地形成学术思想；一边与产业实践共进退，积极主动地为中国旅游产业建言献策，一边盯住学科前沿，坚持与主流学术群体平等对话。这些既应是自己禀承的学术宗旨，也应是在青年学者成长过程中看到的主流气象。马晓龙博士及其区域研究所的同事们承担着区域旅游发展和产业规划的学科建设方向，以及产业实践活动中对不同空间尺度的区域旅游发展的指导重任。由是出发，每年一部的区域旅游发展报告必须兼顾理论探索与应用研究两个方面的责任。

还记得在去年第一部区域旅游发展报告首发的学术研讨会上，有学者不无忧虑地提出第二部报告面临着学术突破的困难，弄不好就会成为类似上市公司年报那样的例行文字。善意的提醒和建设性的批评是学术进步的内在保障，也是我和我的同事努力解决的重点问题之一。2011年我们坚持从地理学和经济学的双重视角对区域旅游加以审视，初步解决了学科建设的理论来源问题。在过

去的一年里，研究团队对出游力模型、目的地识别方法以及不同尺度的旅游流量、流向、通道便捷计量指标进行了深入的探讨，努力使得区域旅游发展报告建立在扎实的学理之上，并与一般性的数据汇编和描述性的分析报告区别开来。在研究方法和研究工具相对成型之后，还及时将其应用到贵州兴义、天津滨海新区、承德国际旅游城市建设、聊城旅游发展战略等区域研究项目中，待实践检验之后再总结为区域旅游发展的指导方针，并据此形成相应的政策建议。经过若干轮的反复实践，一些具有中国特色和时代特征的区域旅游发展思想和价值取向就会渐渐成型。

让我们共同努力，共同迎接这一天的到来。



院长、教授、博士生导师

2012年2月12日

目 录

CONTENTS

第一章 区域旅游发展状况与特征	001
一、区域旅游发展的总体状况	002
(一) 东部地区国内旅游领先地位进一步强化, 中西部 出游力增长较快	002
(二) 东部地区入境旅游支撑能力强, 中西部地区发展 潜力较大	007
(三) 东、中、西部地区出境旅游继续全面增长	010
(四) 区域旅游在国民经济发展中的地位不断得到强化	011
二、2011年区域旅游发展的新特征	018
(一) 区域旅游发展方式更趋常规化	018
(二) 区域旅游合作进一步深化	019
(三) 区域旅游发展创新手段更加多样	020
(四) 海洋旅游上升为国家战略受到高度重视	021
(五) 旅游与文化产业融合发展成为区域旅游热点	022
三、区域旅游发展值得注意的两个问题	023
(一) 区域旅游局部投资过热问题	023
(二) 区域旅游非均衡发展问题	026
第二章 旅游客源地研究	029
一、客源地潜在出游力概念解析	030



二、客源地潜在出游力识别与判断方法	031
(一) 指标体系	031
(二) 客源地潜在出游力识别与判断方法	032
三、客源地潜在出游力的总体特征	033
(一) 客源地潜在出游力的主要影响因子	033
(二) 客源地潜在出游力排名	035
(三) 客源地潜在出游力的空间布局特征	037
四、客源地潜在出游力空间分异的内在机制	041
(一) 客源地潜在出游力空间分异内在机制的模型构建	041
(二) 影响潜在出游力的动力机制与模式界定	042
(三) 客源地潜在出游力的作用机制	042
五、依据抽样调查资料的客源地总体特征	043
(一) 城镇客源地总体特征	043
(二) 农村客源地总体特征	047
六、客源地发展趋势展望	051
(一) 区域国家战略及城市群发育将使客源地格局呈现 多点开花的局面	052
(二) 在产业转移和区域经济协调发展的背景下, 客源地 整体格局将向中西部偏移	052
(三) 国家级区域旅游规划项目的实施将进一步刺激 居民的出游愿望	053

第三章 旅游目的地研究

一、我国旅游目的地研究综述	056
(一) 旅游目的地综合评价	056
(二) 旅游目的地空间结构	057
(三) 旅游者与旅游目的地的关系	058
(四) 旅游目的地形象	059
(五) 旅游目的地营销	060
(六) 旅游目的地管理	060
(七) 旅游目的地与当地居民、环境的关系	061

(八) 小结	062
二、国内旅游目的地研究框架	062
(一) 旅游目的地研究思路	062
(二) 旅游目的地研究数据来源	063
三、国内旅游目的地识别	064
(一) 国内旅游接待量	064
(二) 国内旅游收入	068
(三) 国内重点旅游省份的确定	073
四、国内旅游目的地主要特征	077
(一) 国内旅游人均消费	077
(二) 国内旅游收入占 GDP 比重	081
(三) 国内旅游人次与总人口比值	086
五、国内旅游目的地发展驱动力	090
(一) 旅游景区指数	090
(二) 旅游接待能力指数	092
(三) 游客满意度指数	093
六、2012 年国内旅游目的地发展预测	097
(一) 旅游目的地发展绩效	097
(二) 旅游目的地发展驱动力	097
(三) 旅游目的地性质特征	098

第四章 区域旅游流研究

一、区域主要旅游流判断	100
(一) 主要客源地空间分布呈现出较强的区域集聚性和 经济导向性	100
(二) 主要目的地空间分布呈现出较强资源经济导向性	102
(三) 我国主要旅游流流向	102
二、区域旅游流主要特征	102
(一) 大尺度旅游流分析	104
(二) 中尺度旅游流分析	117



三、旅游流通道便捷度	128
(一) 旅游流通道便捷指数	128
(二) 旅游流通道便捷度分析	130
四、2012 区域旅游流趋势展望	139
(一) 多种新兴形式旅游流不断涌现	139
(二) 中西部地区旅游流将进一步发展	139
(三) 区域内部旅游流网络进一步完善, 周末旅游流 将急速增长	140
(四) 养生旅游导致旅游流形式将进一步盛行	140

第五章 典型案例分析 141

一、贵州兴义: 精准定位, 利用后发优势, 实现旅游 对民族、落后地区的带动作用	142
(一) 案例地概况	143
(二) 案例地的研究价值	143
(三) 案例地的主要做法	144
二、河北承德: 打造国际旅游城市	148
(一) 案例地旅游资源概况	148
(二) 案例地经济社会发展概况	151
(三) 案例地的主要做法	152
三、天津滨海新区: 国家级新区通过旅游统筹现代化 产业全面发展	155
(一) 案例地概况	155
(二) 案例地的研究价值	157
(三) 案例地的主要做法	158

第六章 区域旅游发展环境与预测 163

一、2012 年区域旅游发展的环境	164
二、2012 年区域旅游发展主要任务	166
三、2012 年区域旅游发展建议	169

后 记 170

第一章

区域旅游发展状况与特征



2011年中国区域旅游继续保持稳健、快速的增长态势，东部、中部、西部、东北地区旅游业的各项指标均有大幅度提升，区域旅游在国民经济和社会发展中的地位不断强化。同时，区域旅游也呈现出发展方式更加常规化、发展模式更加灵活化等特征，海洋旅游、文化旅游、旅游产业的融合发展方针得到更多重视。与这些有利条件相对应，区域旅游发展局部投资过热和区域旅游非均衡发展等问题仍然突出，并在很大程度上制约着旅游服务质量的提升和旅游产业素质的提升。

一、区域旅游发展的总体状况

（一）东部地区国内旅游领先地位进一步强化，中西部出游力增长较快

2011年，在国内没有重大事件的背景下，以春节假期、“五一”小长假和“十一”黄金周为代表，全国各省、直辖市、自治区以及重点旅游城市的国内旅游实现全面性稳健增长，并取得了良好的经济效益。

根据国家旅游局、国家统计局联合制定的《“黄金周”旅游信息统计调查制度》的要求，中国大陆31个省、自治区、直辖市分别对辖区内春节假期的接待规模和效益进行了统计调查。结果显示：2011年春节黄金周期间，全国共接待游客1.53亿人次，同比2010年增长22.7%；实现旅游收入820.5亿元，同比2010年增长27.0%。在全国接待的1.53亿人次中，过夜旅游者（仅限于住在宾馆饭店和旅馆招待所）为3563万人次；一日游游客为1.18亿人次。北京、天津、承德、秦皇岛、沈阳、大连、长春、吉林、哈尔滨、上海、南京、无锡、苏州、杭州、宁波、黄山、厦门、南昌、瑞金、青岛、洛阳、武汉、长沙、张家界、韶山、广州、深圳、桂林、海口、三亚、重庆、成都、广安、贵阳、遵

义、昆明、西安、延安、银川 39 个重点旅游城市共接待游客 6139 万人次，其中过夜旅游者（口径同上）为 1124 万人次；一日游游客为 5015 万人次，实现旅游收入 330.5 亿元，各省、直辖市、自治区以及重点旅游城市均在接待人次和经济收益方面实现同步增长。

据携程网的调查结果显示，2011 年春节期间，旅游出行人气最旺的城市主要集中在东部地区，三亚和香港替代 2010 年的武汉、长沙挤进前十。从城市的空间分布来看，中西部地区的城市中上榜的只有成都、重庆和西安；与此一致，人气最旺的旅游城市也主要集中在东部地区，中西部进入前十的城市只有成都；而在人气综合排名上，进入两项指标前十名的内陆城市增加了成都、重庆和武汉。总体上看，我国主要旅游客源地和目的地依然集中在东部经济发达地区，且这些地区在国内旅游市场规模方面的领先地位得到进一步强化，尽管中西部地区的重点城市旅游经济也十分活跃，但与东部地区差距仍较大，旅游发展具有较大潜力。

表 1-1 春节期间旅游出行和到达人气最旺的城市排名

分 类	城 市
出行人气最旺前十名	上海、北京、广州、深圳、成都、三亚、杭州、重庆、香港、西安
到达人气最旺前十名	香港、厦门、北京、上海、三亚、杭州、广州、深圳、成都、哈尔滨
人气综合排行前十名	上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、三亚、重庆、香港、武汉

在海南实施离岛免税政策、2011 西安世界园艺博览会开幕等热点事件的刺激下，2011 年“五一”小长假前后，国内旅游市场表现积极，相关地区形成了不同规模的旅游接待高峰。其中，海南“离岛免税”政策的正式实施，使得热门旅游目的地三亚锦上添花。“五一”小长假期间，三亚凤凰机场进出港游客 75062 人次，同比增长 4.1%，三亚免税店累计接待游客高达 4.2 万人次，完成交易过万笔。其旅游市场总体平稳有序，在接待过夜游客总量上与 2010 年相比也实现一定增长。三亚市旅游住宿设施呈现多元化，不少散客、短线游客、普通团队选择了家庭旅馆和社会旅馆；即使在这样的情况下，该市的旅游饭店接待过夜游客也达到 7.5 万人次，同比增长 2.88%，再创历史新高。与此类似，2011 西安世界园艺博览会的开幕，在很大程度上带动了西安及陕西省旅游的迅速升温。5 月 1~3 日，前往西安世界园艺博览会游览参观的游客超过 30 万人次，受“世园会”带动，西安其他景区景点接待人数也持续增长，共接待游客



217.47 万人次，同比增长 28%；旅游业总收入 6.23 亿元，同比增长 25.1%；同时，全省 3 天假期共接待游客 895.53 万人次，同比增长 35.07%；实现旅游收入 32.7 亿元，同比增长 43.45%。

除西安和海南地区以外，厦门、北京、南京等地仍然是国内游的热点目的地。其中，厦门市春节期间共接待中外游客 40.06 万人次，同比增长 38.95%；实现旅游收入 4.36 亿元，同比增长 35.94%。北京市共接待国内旅游者 430 万人次，旅游总收入 15.55 亿元，同比增长 9.5%。南京市共接待游客近 300 万人次，同比增长 20%。同时，随着汶川灾后地区重建工作取得一系列新进展，四川阿坝、德阳、绵阳、广元、绵竹和北川等非传统旅游地区的旅游市场也受到热捧，旅游人数和总收入呈现大幅增长，其中仅阿坝藏族羌族自治州的旅游收入增幅就达到 235%。四川全省“五一”小长假共接待游客 1354.98 万人次，同比增加 20.8%；实现旅游收入 48.30 亿元，同比增加 28.7%。此外，一些西部偏远地区旅游业也达到了新水平，如贵州省春节黄金周期间接待游客 442.56 万人次，旅游收入 18.93 亿元，同比分别增长 32.12% 和 35.81%，表现出强劲的后发优势。

根据携程网的调查结果，“五一”小长假期间旅游出行和到达人气最旺的城市与春节假期期间的结果基本一致，在空间上仍主要集中在东部地区，但西部地区成都出行人气增长迅速，排名出行人气最旺城市第 5 名，成为近 3 年来唯一进入前 5 名的西部地区城市；境内度假目的地人气最旺排名显示，观光功能仍主要集中在东部地区，如三亚、厦门、北京、杭州、上海、青岛等城市，而中西部地区中西安、桂林、丽江、九寨沟等地也发展迅速。从旅行目的上看，全国旅游市场的度假功能有向二级城市和中西部地区城市转移的趋势。整体上看，旅游市场格局表现出东部地区主导传统旅游市场，而中西部地区以其后发优势引领未来方向，发展空间大的特征。

表 1-2 “五一”小长假期间旅游出行和到达人气最旺的城市排名

分 类	城 市
出行人气最旺前十名	上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、厦门、香港、大连、西安
到达人气最旺前十名	上海、北京、广州、杭州、香港、厦门、西安、三亚、苏州、南京
境内度假目的地人气最旺前十名	三亚、厦门、北京、杭州、西安、桂林、上海、丽江、青岛、九寨沟

中国大陆 31 个省、自治区、直辖市分别对辖区内“十一”黄金周接待规模

和效益的调查统计显示,假期期间全国共接待游客 3.02 亿人次,比 2010 年同比增长 18.8%;实现旅游收入 1458 亿元,比 2010 年同比增长 25.1%;旅游者人均花费支出 483 元。在全国接待的 3.02 亿人次游客中,过夜旅游者(仅限于住在宾馆饭店和旅馆招待所)为 7126 万人次,同比增长 20.6%;一日游游客为 2.31 亿人次,同比增长 18.3%。各项指标均较 2010 年实现两位数增长,中国国内旅游表现出强大活力,比较结果如图 1-1 所示。

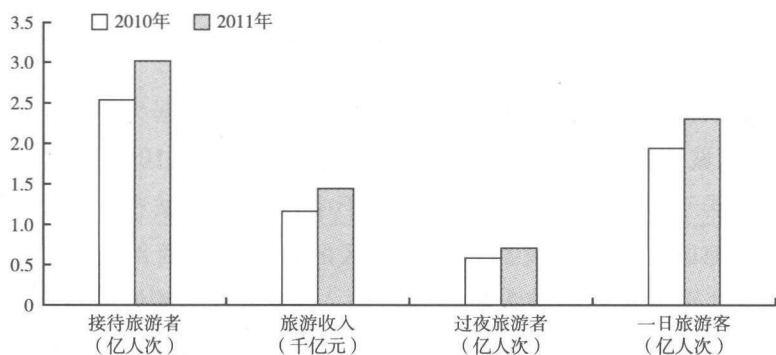


图 1-1 “十一”黄金周期间全国旅游经济运行状况

从重点城市接待情况来看,北京、天津、承德、秦皇岛、沈阳、大连、长春、吉林、哈尔滨、上海、南京、无锡、苏州、杭州、宁波、黄山、厦门、南昌、瑞金、青岛、洛阳、武汉、长沙、张家界、韶山、广州、深圳、桂林、海口、三亚、重庆、成都、广安、贵阳、遵义、昆明、西安、延安、银川 39 个重点旅游城市“十一”黄金周期间,共接待游客 1.08 亿人次,其中过夜旅游者(口径同上)为 2268 万人次,一日游游客 8533 万人次,实现旅游收入 581 亿元,其他旅游城市和景区实现旅游收入 784 亿元,较 2010 年均实现了大幅度增长。同时,在纳入全国假日旅游统计预报体系的 119 个旅游景区(点)中,“十一”黄金周期间共接待 2433 万人次,仅门票收入一项就达到 12.5 亿元,旅游综合收入也实现了大幅度增长。

据携程网发布的“十一”黄金周人气最旺城市排行榜显示,2011 年“十一”黄金周期间旅游出行和到达人气最旺的城市中,经济发展较好的东部地区城市的排名依然位于前列;到达人气最旺的城市排名中,受海南离岛免税政策的影响,三亚旅游人气高涨,并取代“购物天堂”香港进入人气最旺前十名。在最受欢迎境内自由行目的地排名中,东部地区城市靠前,而中西部地区城市

docsriver 文川网
入驻商家 古籍书城

在文川网搜索古籍书城 获取更多电子书



则占据前十名中的六席，在数量上超过了东部地区，显示出强劲的增长趋势，西部旅游特别受到自驾车游客、年轻群体游客的喜爱。

表 1-3 “十一”黄金周期间旅游出行和到达人气最旺的城市排名

分 类	城 市
出行人气最旺前十名	上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、西安、重庆、香港、厦门
到达人气最旺前十名	北京、上海、杭州、西安、厦门、成都、南京、苏州、青岛、三亚
最受欢迎境内自由行目的地前十名	三亚、厦门、丽江、北京、桂林、九寨沟、西安、成都、大连、青岛

以各城市旅游局发布的“十一”黄金周旅游收入数据为基础，可以对旅游收入前 20 名的城市进行排名，结果如表 1-4 所示。与 2010 年的排名情况类似，东部地区城市居于排名前列的比例远远大于中西部地区城市，在 20 个城市中，只有位于西南地区的重庆、成都和西北地区的西安属于西部地区，中部地区城市只有武汉等 3 个城市的旅游人数和收入进入前 20 名，其他城市都位于东部地区。其中，环渤海地区的北京，长三角地区的上海、杭州，珠三角地区的广州，山东省的济南和西南地区的重庆等重点城市的旅游收入均超过 50 亿元。东部地区相较于中西部地区表现出明显的优势，说明东部地区在我国区域旅游发展中仍居于明显的主导地位，而中西部地区尽管也获得了快速发展，如重庆的增长率达到 33.26%，西安、长沙、武汉的增长率分别达到 27.43%、24.33% 和 28.48%，但从发展现状和旅游发展趋势上看，这些城市的活力仍没有得到完全释放，存在较大增长空间。

表 1-4 2011 年“十一”黄金周期间旅游收入前 20 名的城市

名 次	城 市	接待旅游人数 (万人次)	同比增长 (%)	旅游收入 (亿元)	同比增长 (%)
1	广 州	1097	10.77	70.72	44.33
2	北 京	1069	15.1	68	12.8
3	杭 州	1490.01	15.9	63.2	19.6
4	上 海	656.28	-18.11	60.21	0.3
5	济 南	668.5	—	52.8	29
6	重 庆	1710.14	33.26	51.76	36.32
7	苏 州	538	12.1	48.97	18
8	无 锡	534.9	—	41.73	19.8
9	南 京	489	17.5	40.86	20.3

续表

名次	城市	接待旅游人数 (万人次)	同比增长 (%)	旅游收入 (亿元)	同比增长 (%)
10	天津	503.88	—	40.47	16.9
11	深圳	429.61	—	38	1.18
12	成都	635	13	36.04	20.9
13	宁波	430.9	11.5	31.75	15.7
14	长沙	507.41	24.33	30.4	33.6
15	郑州	820.23	7.5	28.34	8.3
16	青岛	241.37	12.6	28	15.6
17	扬州	314.2	21.89	27.88	22.98
18	武汉	657.39	28.48	22.97	34.05
19	沈阳	246.7	24.1	21.6	38.7
20	西安	408.28	27.43	19.36	28.55

总体上看,2011年春节假期、“五一”小长假、“十一”黄金周全国各省、市、自治区、主要旅游城市和旅游景区的旅游接待人数和旅游收入较2010年均实现了较大幅度增长,但空间格局与2010年相比没有发生很大变化,东部地区省份,尤其是位于三大经济区内的省份仍然保持了较高的旅游出游力和经济收益,而中西部地区的出游力和收益水平则相对较弱,但中西部地区个别省份、个别城市在个别领域,如休闲度假方面已表现出强劲的增长势头,发展潜力巨大。

(二) 东部地区入境旅游支撑能力强,中西部地区发展潜力较大

根据入境旅游统计数据,2011年,全国31个省、直辖市、自治区的入境旅游人数达到13542.35万人次。全年各省、直辖市、自治区的分布状况上看,广东省的入境游客接待量最高,达到3331.63万人次,同比增长6.07%;其次是浙江、江苏、上海、北京、福建等省(市),分别接待入境游客773.69万人次、737.33万人次、668.61万人次、520.40万人次和427.42万人次,同比分别增长13.00%、12.82%、-8.87%、6.19%和16.10%,这些省(市)也是入境旅游过夜人数超过1500万的六个省(市),在我国入境旅游市场中居于绝对的主导地位,从空间上来看均集中在东部沿海经济发达地区,且大多有国际性航空口岸作为支撑。此外,山东、辽宁、云南等也是接待入境游客人次较多的省



(市), 分别达到 424.23 万人次、405.33 万人次和 395.38 万人次。统计数据显示, 2011 年入境旅游入次数较少的省份主要包括宁夏、青海、甘肃等, 这三地的入境旅游入次数均低于 10 万人次, 其中接待量最少的宁夏仅为 1.95 万人次, 青海和甘肃分别为 5.17 万人次和 9.11 万人次。此外, 入境入次数低于 100 万的省份还包括西藏、新疆、贵州、天津、海南、吉林。从空间格局上看, 东部地区省(市) 仍然在接待总量上占据明显的优势地位, 中、西部地区省(市) 受经济活动和缺乏大型口岸等条件制约, 在接待量上仍然与东部地区保持着较大的差距。但从增长速度上看, 重庆、安徽、甘肃、陕西、海南、吉林、广西、云南、湖南、黑龙江的增长速度排名全国 31 个省、直辖市、自治区的前十位, 分别达到 36.04%、32.48%、29.80%、27.45%、22.77%、21.11%、21.00%、20.12%、19.89%、19.77%, 增长率均在 15% 以上, 从空间上看, 这些省(市) 全部位于中西部地区, 说明这些地区入境旅游发展显示出强劲的增长趋势及较大的发展潜力。

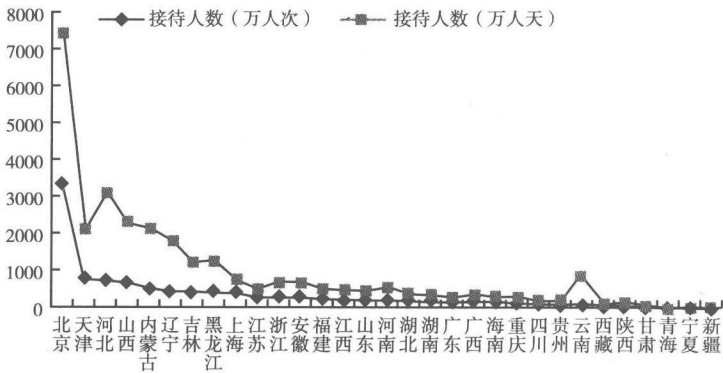


图 1-2 2011 年地方入境旅游接待情况

从重点城市入境旅游发展情况上看, 2011 年, 深圳、上海、北京等 27 个重点旅游城市共接待入境游客 5962.66 万人次, 占全国入境旅游接待总人次的 44.03%。其中, 接待游客入次数最多的城市仍旧是深圳, 共接待入境游客 1104.55 万人次, 紧随其后的是广州、上海和北京, 分别接待入境游客 778.69 万人次、668.61 万人次和 520.40 万人次。此外, 入境游客接待入次数较多的城市还有珠海、杭州、苏州、重庆、厦门、桂林等城市。相反, 2011 年接待入境游客入次数最少的城市是海口、哈尔滨、济南和长春, 接待入境游客量仅为 14.62 万人次、27.72 万人次、28.99 万人次和 30.16 万人次。从 27 个重点城市的入境

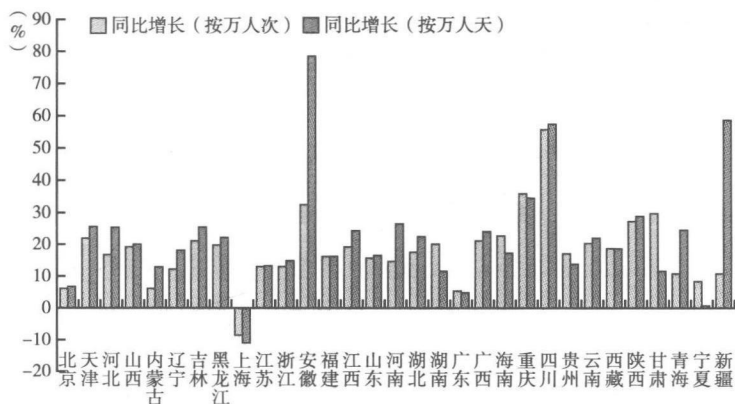


图 1-3 2011 年地方入境旅游接待增长情况

旅游发展上看，与各省接待的入境游客人次数保持一致，东部发达地区城市也是入境旅游接待的主要地区，中西部地区城市入境旅游接待量与这些城市存在较大差距，其中珠三角地区城市、长三角地区城市和北京居于明显的主导地位；另一方面，中、西部地区城市入境旅游接待人次数增长较快，成都、重庆、黄山等中、西部地区城市增长率均在 20% 以上，表现出有力的上升趋势。

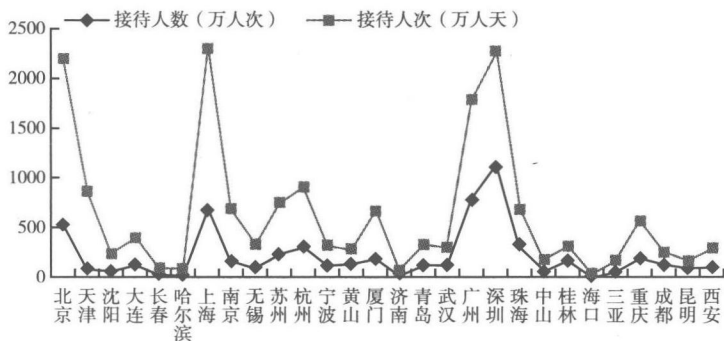


图 1-4 2011 年主要城市的入境旅游接待情况

基于以上分析可以得到与 2010 年入境旅游基本一致的结论：经济发达的环渤海地区、长三角地区和珠三角地区省份和城市占据着目前我国入境旅游的绝对主导地位，中西部地区与东部地区保持着较大的差距，发展不均衡的特征依然明显。但中西部入境旅游具有较大的发展潜力，目前已进入高速增长阶段。

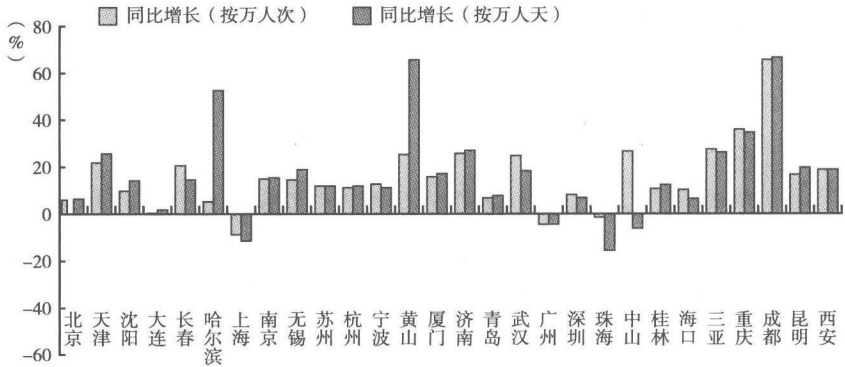


图 1-5 2011 年主要城市的入境旅游接待增长情况

(三) 东、中、西部地区出境旅游继续全面增长

《2011 年旅游经济运行分析报告》显示，人民币升值进一步刺激了中国的出境旅游，出境旅游在上半年的旅游市场中增势强劲，中国公民出境总人数达 3200 万人次，同比增长 19%；出境旅游花费为 280 亿美元，同比增长 17%。自 2010 年 7 月 18 日起，大陆 31 个省、市、自治区已全部开放赴台旅游。海峡两岸航班的大幅增长、大陆游客台湾自由行政策的实施，使得台湾成为出境旅游热点。2011 年上半年大陆游客在台消费已达到 92 亿元。预计 2011 年全年中国出境旅游人数将达 6500 万人次，增长 13%，出境旅游花费有望突破 500 亿美元大关，达到 550 亿美元。从出境第一站按人数排名的结果上看，中国公民出游列前十位的国家和地区依次是：中国香港、中国澳门、中国台湾、泰国、新加坡、韩国、马来西亚、日本、越南和澳大利亚；从空间分布上表现出明显的“紧邻指向性”，文化同根、距离较近的亚太地区是大多数中国公民的首选目的地，香港、澳门、台湾与大陆关系紧密，外加相关政策的刺激，是我国内地公民出境旅游的主要目的地，在出境旅游中占据着最重要的位置。

从区域发展状况上看，由于我国东、中、西部地区经济发展水平仍存在较大差异，东部地区居民在人均可支配收入上明显高于我国中西部地区居民，在考虑到出境旅游相对高消费特点的基础上，东部地区也必然占据中国出境旅游的主力位置。但参考国内旅游发展状况可以发现，随着中部地区经济实力和开

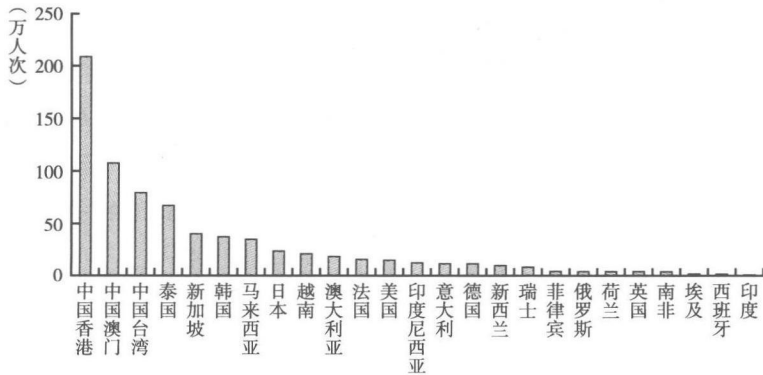


图 1-6 2011 年上半年全国旅行社组织出境旅游情况统计

放程度的进一步提升，中部地区的出境旅游市场也将得到快速发展，出境旅游市场范围得到进一步扩大。

表 1-5 2011 年上半年各地旅行社组织出境旅游排名

地 区	第一季度排名	第二季度排名	上半年总排名
广 东	1	1	1
北 京	2	2	2
浙 江	4	3	4
辽 宁	3	4	4
上 海	5	7	5
山 东	7	6	6
福 建	9	5	7
江 苏	6	9	8
湖 南	13	8	10
四 川	8	13	10

(四) 区域旅游在国民经济发展中的地位不断得到强化

改革开放之前，中国旅游尚未形成真正的产业形态，仅作为外交事业的延伸和补充，承担民间外事接待功能，不具备现代产业的特征。接待外国旅游者的旅行社仅有中国国际旅行社和中国旅行社两家；旅游饭店方面，除 1949 年前遗留下来的一些老饭店以及计划经济体制下建起来的招待所外，全国没有一家



现代意义上的旅游饭店；民航和铁路交通更是发展旅游业的瓶颈。改革开放以后，真正意义上的中国旅游业才开始发展。根据 30 年来各时期的阶段发展特征，特别是中国国内旅游规模，参照旅游生命周期理论，中国区域旅游发展可以大致划分为产业培育期（1978 ~ 1992 年）、稳定成长期（1993 ~ 2003 年）和快速发展期（2004 ~ 现在）三个阶段，不同阶段区域旅游发展的特征和在国民经济增长中的地位与作用都是不同的。

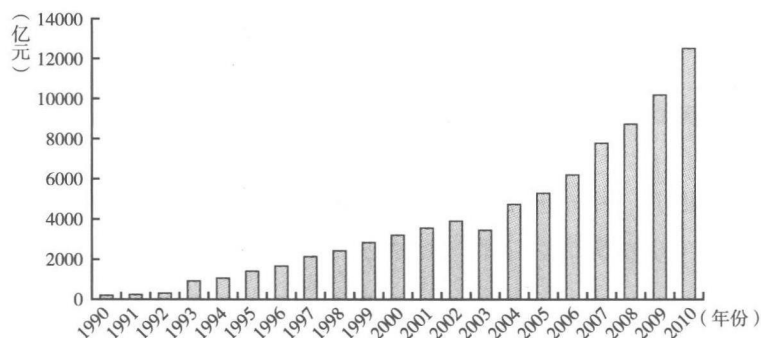


图 1-7 1990 ~ 2010 年我国国内旅游收入

改革开放到 1992 年是我国区域旅游产业的培育时期。这一时期明确了旅游活动的经济功能，奠定了区域旅游发展的基础。从市场层面看，我国旅游市场开拓以出口创汇为基本目标，以接待海外入境旅游者为主，国内旅游仅有小规模的小规模差旅和公务活动，严格意义上的出境旅游尚未形成，旅游市场格局单一而薄弱，三大市场整体表现为入境旅游“一花独放”的局面。从接待规模上看，入境旅游规模较小，但发展速度快；1978 年，中国接待入境过夜旅游人数仅为 72 万人次，创汇仅 2.6 亿美元，到 1992 年，接待入境过夜旅游人数突破 1600 万人次大关，创汇达 39.47 亿美元。中国旅游业在世界排名持续上升，1978 年中国国际旅游接待人数和国际旅游收入的排位都在世界 40 名以后，1980 年国际旅游接待人数开始进入前 20 名，1992 年排名第 9；中国国际旅游收入 1980 年在世界仅列第 34 名，1992 年进入了前 20 名。以入境旅游市场为核心的中国旅游产业日益成为社会经济活动中的一部分，无论是产业规模还是产业影响力都得到了一定提升，区域旅游产业格局初步形成，旅游业在国民经济发展中的作用，特别是出口创汇方面的作用逐渐显现。

从空间上看，15 年间，我国区域旅游的发展主要集中在东部经济发达地区

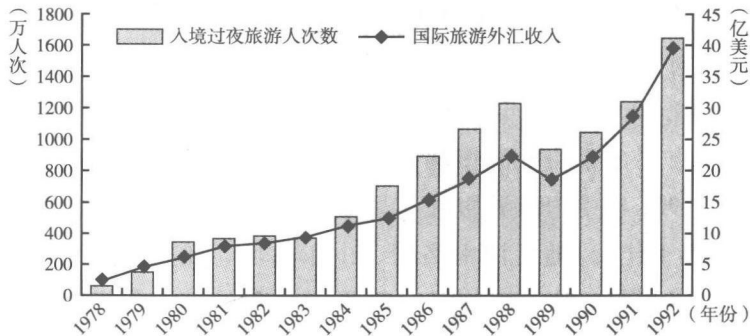


图 1-8 1978~1992 年我国入境旅游过夜人数及外汇收入

和中西部少数几个旅游资源密集、经济与交通条件较好的旅游热点城市和热点景区。形成了以北京、上海、广州、杭州、西安等少数热点城市为主的旅游目的地，以故宫、长城、长江三峡、苏州园林等景区为主旅游热点景区。这一时期，东部地区的外商直接投资规模约在 50 亿美元，在这些资本的驱动下，东部地区区域旅游发展粗具规模。在产业要素方面，这些热点旅游城市和地区的旅游基础设施建设不断完善，旅游接待能力不断提高，一批新型旅游饭店的建立逐步缓解了住宿接待设施紧张的瓶颈状态，整个旅游市场的规模不断扩大，以食、住、行、游、购、娱为核心的旅游六大要素产业体系基本形成。到 1992 年，全国共有星级饭店 1028 家，旅行社 2592 家，其中，国际旅行社 837 家，国内旅行社 1755 家。旅游交通状况也得到相当大的改善，铁路营运里程从 1978 年的 4.86 万公里增长到 5.36 万公里，公路里程从 89.02 万公里增长到 105.67 万公里，国际航线从 5.53 万公里增长到 30.30 万公里，这些条件均在一定程度上推动了我国旅游产业的整体发展。

表 1-6 1978、1992 年我国交通发展状况

单位：万公里

年份	铁路营运里程	公路里程	民用航线里程	国际航线里程
1978	4.86	89.02	5.53	5.53
1992	5.36	105.67	17.74	30.30

在市场营销方面，改革开放之前和之初，中国没有真正意义上的旅游市场营销活动。随着旅游业创汇能力的不断增强，1981 年起我国先后在东京、巴黎、



纽约、伦敦、法兰克福、悉尼、洛杉矶等城市设立旅游办事处；1983年，国家旅游局设置宣传司；1988年，国家旅游局设置国际市场开发司，国际旅游开发日益受到重视。到20世纪80年代末期，我国初步建立起了自中央到地方、从旅游管理部门到各旅游企业的旅游市场促销的机构体系，旅游市场营销工作取得了突破性进展。1991年中国旅游报社与国家旅游局资源开发司共同主办评选了“中国旅游胜地四十佳”，随后河南洛阳、山东潍坊、黑龙江分别组织举办了洛阳牡丹节、潍坊风筝节、哈尔滨冰雪节等不同规模的旅游节庆，区域旅游市场营销粗具雏形。但总体上看，在以入境旅游创汇为目标的导向下，旅游宣传促销也一直以境外市场营销为主，主要以整个中国为旅游目的地向外国旅游者进行宣传、营销，真正意义的国内区域旅游市场营销活动尚未起步。

1993~2003年是旅游产业的稳定成长期，随着旅游产业不断壮大，旅游的经济作用更加明显。1992年，中共中央、国务院作出了《关于加快发展第三产业的决定》，旅游业第一次被列为第三产业中的重点产业。在1998年12月召开的中央经济工作会议上，旅游业和房地产业、信息业被确定为国民经济新的增长点，从而确定了旅游业的产业地位。这一时期旅游业实现了超常规发展，产业规模不断扩大，区域旅游发展整体呈现出一种快速增长的势头，旅游业的经济贡献日益显现，旅游产业地位得到进一步强化。

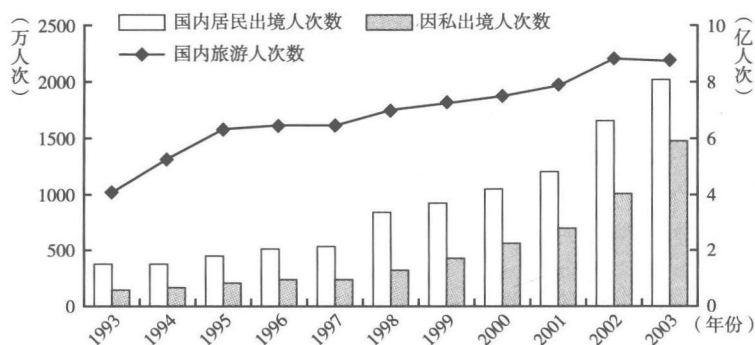


图 1-9 1993~2003 年我国国内旅游和出境旅游发展状况

自从1992年以来，在旅游市场上，国内旅游迅速崛起并加速发展，出境旅游也冲破了多年的政策限制，改变了长期国际入境旅游雄踞市场的形势。到20世纪末，我国旅游业初步形成了入境旅游、出境旅游和国内旅游三个稳定的市场。1993~2003年的11年间，国内旅游人数从4.1亿人次增长到8.7亿人次，

国内旅游收入从 864 亿元增长到 3442.3 亿元，国内旅游的区域范围也进一步向全国扩散。出境旅游方面，1990 年 10 月国家率先开放中国公民自费赴新加坡、马来西亚和泰国等三国旅游；到 2003 年，中国公民出境人数由 1993 年的 374 万人次增长到 2022.19 万人次，其中因私出境旅游人数达到 1481.09 万人次，占出境总人数的 73.2%。这一时期，中国国际旅游业规模进一步扩大，在世界上的地位不断提升。

在产业要素发展方面，随着我国三大旅游市场的确立，尤其是国内旅游的发展，区域旅游开发的逐渐深入，旅游供给能力不断增强，产业规模持续扩大，产业体系日趋完善，旅游接待服务设施和交通条件也得到进一步改善。到 2003 年末，全国已有星级饭店 9751 家，是 1993 年时数量的 8 倍；旅行社 13361 家，其中国际旅行社 1364 家、国内旅行社 11997 家；旅游景区景点建设日益完善，有更多的城市和地区成为旅游目的地，出现了许多的国家级、省级度假区、风景名胜区、自然保护区和世界遗产地等，区域旅游发展范围逐渐向中西部和东北地区扩展。2003 年年末，我国铁路里程达 7.3 万公里，公路里程达 180.98 万公里，民航由 1993 年的 96.08 万公里发展为 174.95 万公里，国际航线更是由 27.87 万公里增长到 71.53 万公里，便捷的国内交通的发展，为区域旅游的发展提供了良好的基础保障。

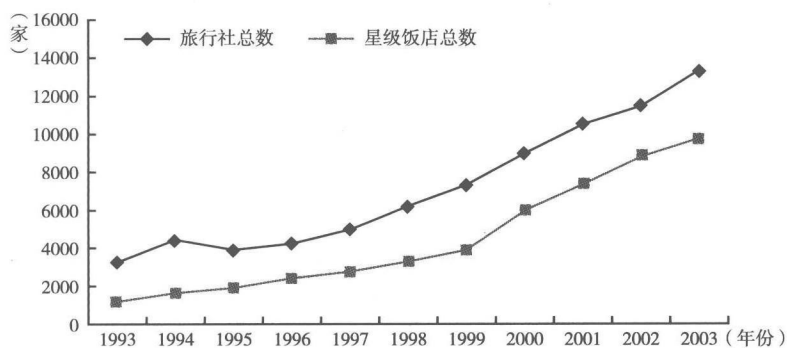


图 1-10 1993~2003 年我国旅行社和星级饭店发展状况

在市场营销方面，经过 20 世纪 80 年代末严重的市场波动之后，政府和业界都对市场的力量有了新的认识，开始重视旅游业市场营销。宏观方面彻底改变了原来零星、随机的被动国家旅游促销理念和方式，着重塑造区域旅游形象，确保主动、有计划、全国性的多种市场营销手段和市场促销活动同时展开，如

主动发布旅游信息、参加国际旅游展览会、邀请国际旅行商等。这一时期的区域旅游事件营销对树立区域旅游目的地形象起到了很好的推动作用，不同区域在旅游市场促销中投入的资金比例也越来越大。例如 1997 年香港回归、1999 年澳门回归、1999 年昆明世博会、中华人民共和国成立 50 周年庆典等，不同活动都在很大程度上带动了相应地区与城市旅游的繁荣。营销方式也呈现出日益多元化的特征，如 1999 年广西首创的“大篷车”旅游促销活动，成为我国区域旅游宣传促销的典范，在全国引起了极大反响。

2004 年以后，我国区域旅游进入快速发展时期，特别是随着国民旅游市场的蓬勃发展，国内旅游市场不断创造新的奇迹，中国旅游已经完成了从旅游资源大国向亚洲旅游大国进而向世界旅游大国的跨越，并已经表现出世界旅游强国的特征。这一时期区域旅游迅猛发展，从 2006 年开始我国已达到了人均一次以上的旅游密度，反映出了我国旅游市场覆盖面不断扩大。截至 2009 年年底，除香港、澳门两个特别行政区外，已有 102 个国家和地区成为我国公民出境旅游目的地。近几年来，我国公民出境旅游人数增速迅猛，2010 年已达到 5738.6 万人次，其中因私出境旅游人数达到 5150.8 万人次，已占到出境总人数的 89.8%，表明中国不仅是世界重要的旅游目的地，也成为主要的旅游客源地。在经历了金融危机的影响之后，2010 年我国入境旅游迅速复苏，入境旅游人数达 13376.2 万人次，国际旅游接待人数进入世界前三，国际旅游外汇收入达 458.1 亿美元。到 2010 年，国内旅游人数突破 20 亿人次，国内旅游收入突破 12000 亿元。

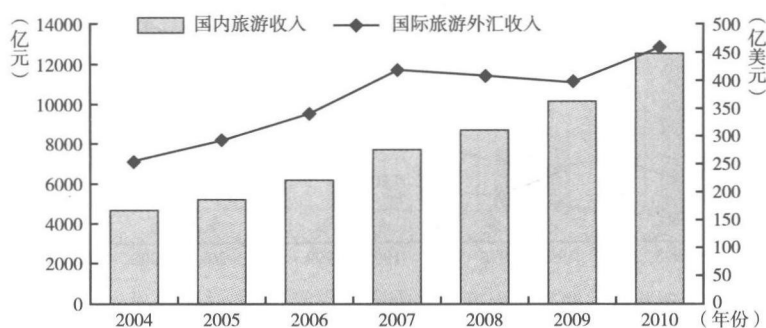


图 1-11 2004 ~ 2010 年我国国内和国际旅游收入状况

在产业要素发展方面，这一时期东部、中部、西部和东北地区的旅游发展很快，尤其是中西部和东北地区的旅游业，表现出了极强的生命力和发展潜力。不同区域内众多的旅游景点、景区得到快速开发，到 2007 年年末，全国成规模

的景区超过 20000 家，A 级旅游景区 3100 余家，其中 4A 级以上 928 家；国家旅游度假区 12 家，省级度假区上百家；优秀旅游城市 307 个，工农业旅游示范点 1098 家。以外，还有国家重点风景名胜区 187 个，国家自然保护区 303 个，国家森林公园 627 个，国家地质公园 138 个，列入《世界遗产名录》的世界遗产 35 个。我国旅游产业体系不断发展完善，已经形成一批具有国际水准的旅游企业，包括：以白金五星级为代表的高端旅游饭店和以如家快捷、锦江之星为代表的经济型酒店；以港中旅、首旅为代表的综合性旅游集团；以锦江、开元等为代表的专业酒店集团；以携程、艺龙等为代表的旅游电子商务运营商等。到 2007 年，中国境内民用航空定期航班通航机场 148 个，定期航班通航城市 146 个；全国铁路营运里程达到 7.8 万公里，位居世界第三；全国公路总里程达 358.37 万公里。我国现代化交通网络的建立对推动我国区域旅游的深入发展起到了极大的促进作用。

表 1-7 2004~2010 年我国交通发展状况

单位：万公里

年份	铁路营运里程	公路里程	民用航线里程
2004	7.4	187.1	204.9
2005	7.5	334.5	199.9
2006	7.7	345.7	211.4
2007	7.8	358.4	234.3
2008	8.0	373.0	246.2
2009	8.6	386.1	234.5
2010	9.1	400.8	276.5

在旅游市场营销方面，我国区域旅游营销也走向发展高潮。这一时期，各种盛大的节事营销活动为我国区域旅游发展注入了巨大的推动力，2008 年北京奥运会、2010 年上海世博会和广州亚运会等节事活动将区域旅游节事营销推向了顶峰。这个阶段区域旅游营销的主旋律是区域联合营销、联合促销，如 2005 年四大佛教名山联合举办“朝圣之旅”，北京、西安联手打造“华夏文明魅力轴线”，沿黄河流域 9 省围绕黄河文化开展联合宣传等。从最初的单个景区、独立城市的宣传促销，到景区之间、区域旅游目的地之间的联合促销，区域旅游联合营销已经成为区域旅游发展的重要方向。各省纷纷整合自身旅游资源，进行旅游集群营销，推出诸如“多彩云南”、“神奇宁夏”、“好客山东”、“激情重庆”等目的地品牌形

docsriver 文川网
入驻商家 古籍书城

在文川网搜索古籍书城 获取更多电子书



象。其中，山东省表现尤为突出，山东省通过联合推介、捆绑营销，将分散的力量整合起来，自 2007 年起，连续 4 年充分利用覆盖面广的中央电视台频道，实现跨时间、跨空间、广受众的全方位传播，重点打造“好客山东”旅游品牌，实现了旅游营销从资源向文化，从表象向精神的转化；在这种大规模的营销动作下，2009 年至 2010 年，山东省仅用两年时间就实现了旅游收入第三个千亿元的目标，“好客山东”已成为我国最响亮的区域旅游名片。

总体上看，区域旅游在国民经济发展中的地位不断提升。区域旅游在发挥吸纳社会就业方面的作用也越来越大，2006 年，我国旅游直接从业人员达到 1000 万人，间接从业人员 4900 多万人，旅游就业总量近 6000 万人，约占全国就业总数（7.64 亿人）的 7.8%。特别是近年来，乡村旅游、红色旅游、生态旅游、文化旅游、工农业旅游的蓬勃发展，有力地促进了广大农村地区、中西部地区和工矿企业富余劳动力的转移，成为提供新的就业机会的一个重要途径。据统计，2006 年全国有 600 多万农村人口通过发展旅游业获得了新的就业岗位，全国通过旅游带动发展的村寨有 2 万多个，乡村旅游目前年接待超过 5 亿人次，旅游收入超过 3000 亿元，区域旅游在促进农村经济发展、消除贫困方面发挥了积极的作用。现在区域旅游日益成为国民收入的重要来源。经过 30 多年的发展，我国旅游总收入已从 1978 年的 368 万元上升到 2009 年的 1.26 万亿元，2009 年我国旅游业增加值占 GDP 的比重超过了 4%，区域旅游对经济增长的拉动作用日益明显。

二、2011 年区域旅游发展的新特征

（一）区域旅游发展方式更趋常规化

2011 年，以特别重大事件带动区域旅游发展的方式逐渐减弱，在立体交通网络快速发展、同城化效应日益突出、旅游消费更加大众化环境下，以整合提升旅游产业要素质量、强化旅游公共服务、塑造旅游品牌、联合开拓旅游市场等常规化方式成为区域旅游发展的主要特征，区域旅游发展更多依赖于区域内部或区域间常规化的发展手段。

尽管 2011 年我国先后举办了“西安世界园艺博览会”、“武汉辛亥革命 100 周年纪念”等重大事件，但是这些事件均具有局部性、区域性特征，与 2008 年奥运会、2010 年世博会和亚运会相比，它们未能在全国范围内形成“全民狂欢式”的影响，也没有形成较大范围的影响力。2008 年北京举办奥运会，中国旅游业界把期待的目光投向这个千载难逢的发展机遇，不仅北京，其他各省市也都以奥运会为契机，纷纷开发奥运旅游产品，大力发展入境旅游，使奥运会不仅是体育盛会，也是旅游盛宴。而 2010 年上海世博会旅游成为全国瞩目的旅游热点，时间持续半年之久，世博会期间总接待人数达到创纪录的 7300 余万人，其中仅长三角苏浙皖等兄弟省市就组织了 66.8 万个团、2087.7 万人次的游客入园参观，占入园总人数的 28.57%。世博会也带动了整个长三角旅游业的发展，据统计，2010 年除了上海旅游接待总人数较 2009 年同比增长 35.09% 以外，上海周边地区的旅游接待量也大幅提升，江苏省旅游接待人数同比增长 19.5%、浙江省同比增长 19.94%，而杭州、无锡、苏州等城市则分别增长 22.4%、23.43% 和 35.85%。

（二）区域旅游合作进一步深化

2011 年，区域旅游合作进一步受到各地重视，区域旅游“抱团发展”成为共识。合作的层次不断提升，由旅游部门合作向党政领导间交流与合作转变；合作的对象范围不断扩大，由周边地缘合作向全国蔓延，并呈现多元交叉特征；合作的内容不断深化，由单一市场合作向旅游区统一规划、旅游产品整合、旅游公共服务优化、旅游监管制度对接、联合促销等全方位融合型发展，旅游区一体化趋势明显。

随着区域旅游合作进一步深化，旅游区域合作的层次由部门合作向党政领导间交流与合作转变，地方主要领导领衔参与成为区域旅游合作的重要特征。在 2011 年 5 月 10 日举行的“长三角地区旅游合作联席会议”上，来自苏、浙、皖、沪三省一市分管旅游工作的副省（市）长、副秘书长参加了会议，共同签署了“区域旅游一体化合作框架协议”，并成立省级政府层面的苏浙皖沪旅游合作机制，为区域旅游一体化奠定了强有力的组织领导基础。同年 10 月召开的“9+10”区域旅游合作交流会议上，北京、天津、河北、山西等 9 省、区、市的党政负责领导参与会议，并以市政府的名义联合签署《区域旅游合作太原宣言》，使区域旅游合作走向地方政府层面。