

中国与周边国家国际旅游发展特征及其对比

胡文海^{1,2}, 朱晓华³, 蒋文燕³

(1. 池州学院资源环境与旅游系, 安徽 池州 247000; 2 北京大学环境学院, 北京 100871;

3 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101)

摘要: 基于地缘因素, 根据国际旅游组织提供的权威资料, 以中国为中心参照物, 将中国与日本、韩国等 18 个邻国作为一个统一的旅游大市场, 定量对比分析了 19 个国家国际旅游发展的基本特征。基于国家战略利益思考, 揭示了中国在发展入境旅游方面所面临的机遇和挑战: 中国入境旅游人数在 19 国中位居第一, 年均所在国旅游花费在 19 国中位居第二, 出境旅游人数位居第三, 三者在总体上随时间均呈现出递增趋势, 中国在各国中增长幅度最大; 每平方公里国土面积上中国年均入境旅游人数、年均入境旅游花费远低于日本、韩国与泰国; 中国入境旅游花费占 GDP 份额在各国中位居第八, 总体上呈现出递减趋势; 中国出境旅游人数位居第三, 在他国旅游花费位居第二。进而指出日本、韩国、泰国已成为中国发展与开拓亚太 (东盟、澜沧江-湄公河次区域) 入境旅游市场所面临的三大主要竞争对手。最后, 还探讨性地提出了当前以“惠邻”、“睦邻”、“安邻”为核心的我国参与周边区域国际旅游合作的国家战略选择模式, 认为我国应将发展国际旅游作为与周边国家 (区域) 合作的重要桥梁与优先纽带, 从国家战略利益的高度予以积极重视。

关键词: 国际旅游; 中国; 周边国家; 国家战略利益

文章编号: 1000-0585(2007)06-1285-10

1 前 言

随着国际社会经济形势的不断发展, 旅游已经成为世界许多国家的重要产业及支柱产业之一, 在资源全球化的背景下, 积极开发国内、国外旅游资源, 积极开拓国内、国外两个旅游市场已越来越受到各国的广泛重视。同时, 作为政治合作的延伸和外部表现, 旅游成为区域合作重要桥梁与纽带, 投资少、见效快、收益大的旅游合作开发已被置于区域经济合作的优先地位。例如: 1992 年次区域合作计划开始, 1994 年 12 月即在昆明召开了“湄公河流域国家旅游发展研讨会”。

由于各国旅游资源禀赋不同以及社会经济条件的客观差异等因素的影响, 各国国内旅游、国际旅游发展的基本特征也不尽相同。中国及邻国日本、缅甸、泰国、老挝、柬埔寨、越南、印度、巴基斯坦、尼泊尔、不丹、孟加拉国、蒙古、俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦、韩国共 19 个国家旅游资源丰富, 历史传统悠久, 文化类型多样, 人口众多, 是世界重要的旅游市场之一。在确定我国参与关于亚太旅游资源开发国家战略的迫切形势下, 非常有必要基于国家利益认识、了解中国及其周边国家国际旅游的发展态势。目前, 国内外在区域旅游资源开发与相关战略等方面已有部分研

收稿日期: 2007-06-08; 修订日期: 2007-09-04

基金项目: 国家自然科学基金项目 (40301002)

作者简介: 胡文海 (1964), 男, 副教授, 硕士。主要从事人文地理的教学和研究工作。

究^[1-13]，但通过具体数据分析来进行深入研究的很少，远远落后于国家参与区域合作、融入资源全球化实际进程。可见，“摆事实、认形势、树战略、找对策”成为我国当前在区域国际旅游合作战略等研究中亟须开展的紧迫工作。

本文根据国际旅游组织提供的权威资料，基于地缘因素，以中国为中心参照物，将中国与 18 个邻国作为一个统一的旅游大市场，系统分析、对比了中国及其与邻国入境旅游发展的基本特征，希冀对于认识中国与周边国家国际旅游市场的特点、明确中国国际旅游发展所面临的机遇和严峻挑战、确立中国参与亚太旅游市场的国家战略有所裨益。

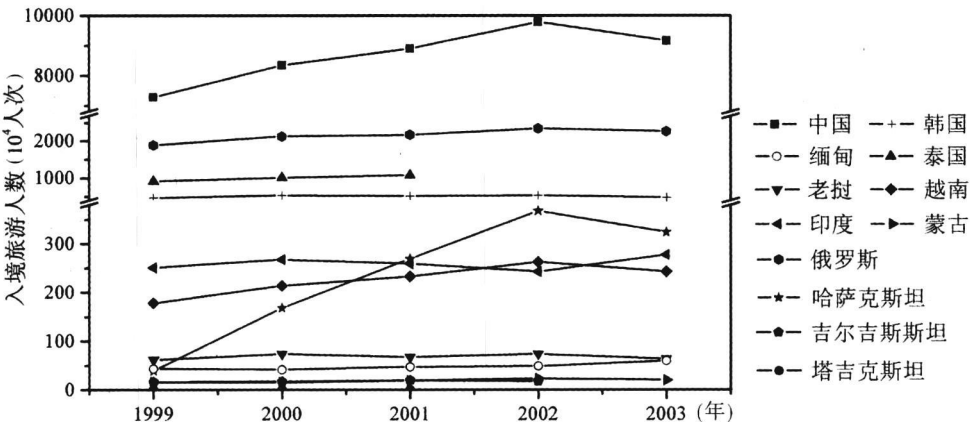
2 资料来源

本文所用中国与 18 个邻国的旅游资料取自国际旅游组织(World Tourism Organization) 编写的“Compendium of Tourism Statistics”^[14] (世界旅游统计概览)。“Compendium of Tourism Statistics”中，按照入境旅游、国内旅游、出境旅游、旅游产业等模块包括了不同指标，并按照统一指标统计了不同国家旅游发展数据，克服了不同国家资料间不可比的缺陷。考虑到国际旅游发展体系以及数据的可得性，本文分析的内容包括入境旅游、出境旅游、客源市场、基础设施等方面。分析时段集中在 1999 年~ 2003 年之间。

3 中国与周边国家国际旅游发展的基本特征及其对比

3.1 中国与周边国家入境旅游动态变化特征及其对比

3.1.1 入境旅游人数 图 1 绘出了中国等各国 1999 年以来入境旅游人数，其中：日本、巴基斯坦、尼泊尔、不丹、孟加拉国与乌兹别克斯坦 6 国无相应入境旅游人数统计资料，故未绘出。



注：由于各国入境旅游人数相差很大，为能清晰显示更多数据，故将纵坐标以“//”分段，分析时，不同段之间不能单看曲线，需结合纵坐标刻度，下同。

图 1 中国与周边国家入境旅游人数 (单位：万人)

Fig 1 The international tourism passengers in China and adjoining countries (unit: ten thousand persons)

图 1 显示，各国自 1999 年以来的入境旅游人数随年份出现不同程度的波动，情况不尽相同。哈萨克斯坦入境旅游人数变化幅度较大，经计算，2003 年入境旅游人数较 1999 年入境旅游人数增长了 721.57%；而有些国家入境旅游人数变化幅度很小，如印度，变化曲线平缓。从图 1 不难看出，中国年入境旅游人数远远高于其他国家。中国、俄罗斯、

泰国、韩国入境旅游人数总量在本文所研究的 19 国入境旅游市场中位居前列。各国年入境旅游人数总量的大小排列顺序为：中国> 俄罗斯> 泰国> 韩国> 印度> 哈萨克斯坦> 越南> 老挝> 缅甸> 蒙古> 吉尔吉斯斯坦> 塔吉克斯坦。

从变化趋势看，各国入境旅游人数在总体上均呈现不断递增的趋势。其中，中国上升幅度最大，塔吉克斯坦则最小。各国入境旅游人数随时间的增幅大小关系排列顺序为：中国> 俄罗斯> 泰国> 哈萨克斯坦> 韩国 > 越南> 印度> 缅甸> 蒙古> 吉尔吉斯斯坦> 老挝> 塔吉克斯坦。

入境旅游人数的总量比较只是说明了问题的一个方面，由于各国国土面积存在差异，进行每平方公里国土面积上所达到的年均入境旅游人数的比较显然也具有意义(表1)。

表 1 中国与周边国家入境旅游人数按国土面积的分布情况

Tab 1 Average situation of international tourism passengers

国别	中国	缅甸	泰国	老挝	柬埔寨	越南	印度	蒙古	俄罗斯	哈萨克 斯坦	吉尔吉 斯斯坦	塔吉克 斯坦	韩国
人数/km ²	9.06	0.71	19.49	2.87	3.56	6.81	0.79	0.12	1.26	0.86	0.9	0.04	50.81

由表 1，在每平方公里国土面积上，韩国年均入境旅游人数达到 50.81 人，泰国为 19.5 人，中国位居第三，为 9.06 人，分别相当于韩国和泰国的 17.83% 和 46.46%。年均入境旅游人数总量位居第二位的俄罗斯每平方公里年均入境游客数位居第七。每平方公里国土面积上各国年均入境旅游人数的大小排序为：韩国> 泰国> 中国> 越南> 柬埔寨> 老挝> 俄罗斯> 吉尔吉斯斯坦> 哈萨克斯坦> 印度> 缅甸> 蒙古> 塔吉克斯坦。

3.1.2 所在国旅游花费及其占 GDP 的份额 图 2、图 3 为 1999 年以来各国入境游客在所在国的旅游花费及其占 GDP 份额数据，图 2、图 3 中未绘出的国家无相应数据。

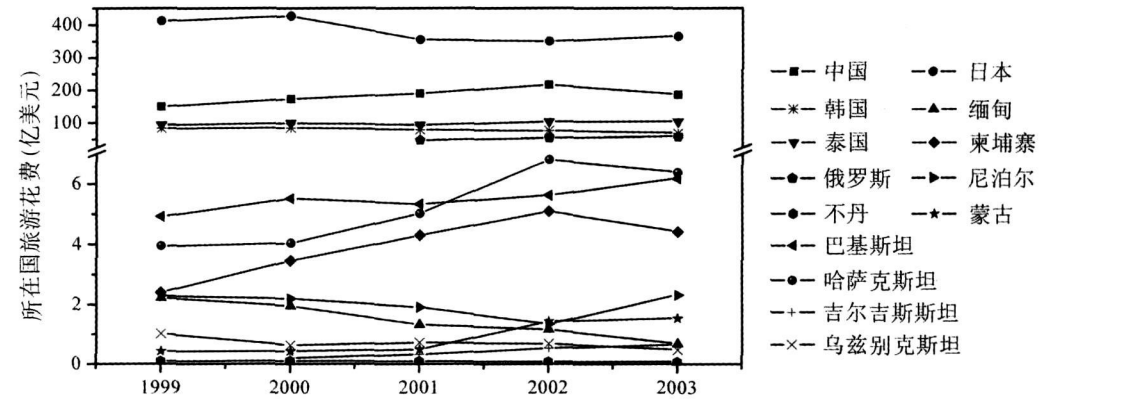


图 2 各国入境游客在所在国的旅游花费 (单位：亿美元)

Fig 2 Tourism cost of international tourists in locality countries (unit: a hundred million dollars)

图 2 曲线趋势显示，中国、俄罗斯、泰国、哈萨克斯坦、柬埔寨、蒙古、巴基斯坦、吉尔吉斯斯坦等国所在国旅游花费总体上随时间呈现上升趋势，总体增长的幅度大小如上排序；而日本、不丹、尼泊尔、乌兹别克斯坦、缅甸与韩国等在所在国旅游花费总体呈现出减少趋势，总体减少的幅度大小依次排序，以日本的降幅相对最大。

对日本与中国而言，入境旅游在日本、中国的旅游花费远远超过其他国家，19 国中位居第一、第二，经计算，中国的年均所在国旅游花费只相当于日本的 48.08%，日本约占到旅游花费年均总份额的 44.65%，中国约占总份额的 22.43%；泰国、韩国与俄罗

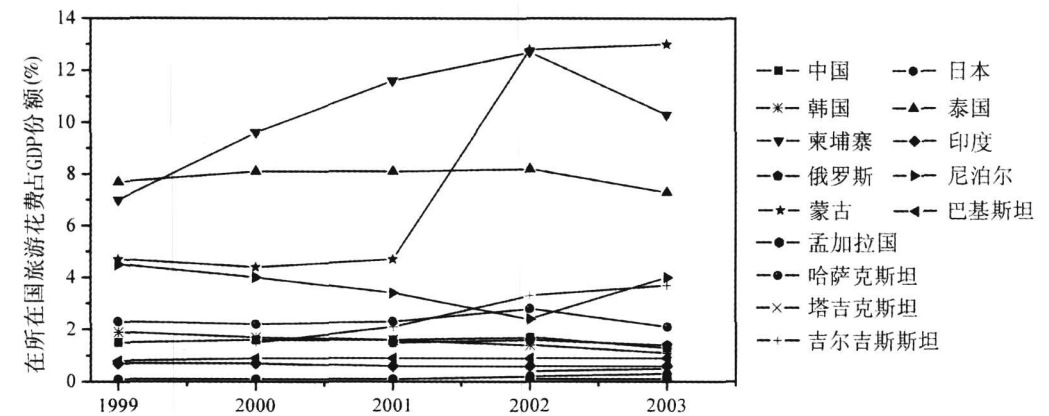


图3 各国入境游客在所在国旅游花费占 GDP 份额 (单位: %)

Fig. 3 Proportion in GDP of international tourists' cost in locality countries (unit: %)

斯分列其后。泰国、韩国与俄罗斯的年均所在国旅游花费分别相当于中国的 53.95%、42.83%、29.11%。但是,当基于国土面积横向比较时(表 2),却呈现不同结果。

表 2 各国入境游客在所在国的年均旅游花费按国土面积的分布情况

Tab 2 Average situation of international tourists' cost in locality countries per square kilometer

国别	美元/ km ²	国别	美元/ km ²	国别	美元/ km ²
中国	1912.06	巴基斯坦	692.46	哈萨克斯坦	192.64
日本	101039.70	尼泊尔	1367.35	吉尔吉斯斯坦	213.57
缅甸	216.67	不丹	187.23	乌兹别克斯坦	157.94
泰国	19309.69	孟加拉国	409.72	塔吉克斯坦	41.96
老挝	363.18	蒙古	55.15	韩国	79168.18
柬埔寨	2170.17	俄罗斯	312.98		

由表 2,按每平方公里国土面积进行比较,年均入境旅游的花费在中国只达到 1912.06 美元/ km²,中国不仅低于日本(101039.70 美元/ km²)、韩国(79168.18 美元/ km²)、泰国(19309.69 美元/ km²),甚至低于柬埔寨(2071.07 美元/ km²)。中国每平方公里上年均入境旅游花费只分别相当于日本、韩国与泰国的 1.89%、2.40%、9.90%,只能大致与柬埔寨的水平相当。按每平方公里国土面积上的年均入境旅游花费的大小比较,日本、韩国、泰国、柬埔寨与中国分列前五位。

由图 3 进行趋势分析可得,中国、泰国、印度、尼泊尔、俄罗斯与韩国等国入境旅游花费占 GDP 份额总体上呈现递减趋势。而日本、柬埔寨、巴基斯坦、蒙古、哈萨克斯坦与吉尔吉斯斯坦等国入境旅游花费占 GDP 份额总体上呈现增长趋势。

图 3 显示,对于各国入境游客在所在国旅游花费占 GDP 份额比较而言,柬埔寨位居第一,蒙古与泰国分列第二、第三;中国、韩国位居第七,低于柬埔寨、蒙古、泰国、尼泊尔、吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦六国。孟加拉国在所在国旅游花费相对最低。

从以上入境旅游特征分析,可以看出几点,首先,入境旅游人数的增长必然带来在所在国旅游花费的增长,但并不绝对相关,如俄罗斯的入境旅游人数高于泰国和韩国,但入境游客在该国旅游花费低于泰国和韩国,这与其旅游产业的发展水平有关。其次,入境旅游人数和旅游花费高的,按国土面积计算未必高,如中国,说明其旅游业还有很大的发展空间,需要加强旅游开发和管理,充分利用其旅游资源。第三,在所在国旅游花费及其占

GDP 份额的大小关系和变化趋势不尽相同, 有些国家入境游客旅游花费较高, 但其占 GDP 份额较低, 如中国、日本; 有些国家恰好相反, 如柬埔寨、蒙古; 有些国家入境游客旅游花费呈递增趋势, 但其占 GDP 份额呈递减趋势, 如中国; 有些国家则相反, 如日本。旅游发展对经济的影响比较复杂。在旅游业的产业地位上, 一些学者从定量的角度对其指标进行了研究。李江帆等计算了旅游产业增值对第三产业地位的衡量指标^[15]; 宋子千等在李江帆等人的研究基础上进一步研究了旅游业地位的衡量指标^[16]; 赵书虹则借用经济学的工具对旅游业总收入对 GDP 的贡献进行线性回归分析, 针对旅游业产业贡献的有限性提出相应的对策和建议^[17]。这里, 不进行深入研究, 只做简单分析。中国入境游客旅游花费较高, 只低于日本, 且呈增长趋势, 而其入境旅游花费在 GDP 中的份额为 1.5% 左右, 呈下降趋势, 不难得出, 中国 GDP 总额呈增长趋势, 且其增长幅度大于入境旅游花费增长幅度, 由此说明, 入境旅游花费的增长带动了 GDP 的增长, 除自身这部分外, 对整个社会经济的发展都具有推动作用, 如服务业、交通业、金融业等; 同时, 整个社会经济的发展也有利于旅游业的开发、建设和管理, 促进其发展。

3.2 中国与周边国家出境动态变化特征及其对比

3.2.1 出境旅游人数 图 4 绘出了中国等各国 1999 年以来出境旅游人数。

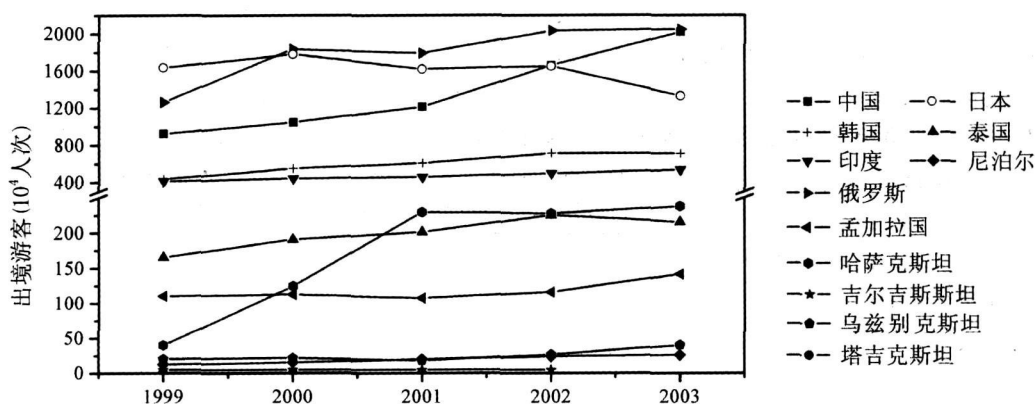


图 4 中国与周边国家出境旅游人数

Fig 4 The outbound tourism passengers in China and adjoining countries (unit: ten thousand persons)

图 4 显示, 各国出境旅游人数的大小顺序为: 俄罗斯> 日本> 中国> 韩国> 印度> 泰国> 哈萨克斯坦> 孟加拉国> 乌兹别克斯坦> 尼泊尔> 吉尔吉斯斯坦> 塔吉克斯坦, 俄罗斯、日本、中国、韩国、印度位居前五位。除日本外, 其他国家出境旅游人数总体上呈上升趋势, 中国上升幅度最大。从 1999 年到 2003 年, 中国由第三位跃居第二位, 并接近第一位; 而日本则从第一位降至第三位。但是中国人口众多, 如按各国出境旅游人数占本国总人数的比例来看, 中国与俄罗斯相当, 但远远低于日本, 甚至韩国。

3.2.2 在其他国家旅游花费 图 5 为 1999 年以来各国出境游客在其他国家的旅游花费。

图 5 显示, 以各国出境游客在他国的旅游花费而言, 日本、中国、俄罗斯、韩国、泰国位居前五位, 与出境旅游人数相对应, 除日本外, 各国出境游客在他国的旅游花费总体上呈上升趋势, 中国、韩国上升幅度较大。不同于出境旅游人数, 日本出境游客在他国的旅游花费始终处于第一位, 且远远高于其他国家; 中国则处于第二位。

中国是人口大国, 在吸纳周边国家游客的同时, 也是重要的旅游客源国。但从图 4、

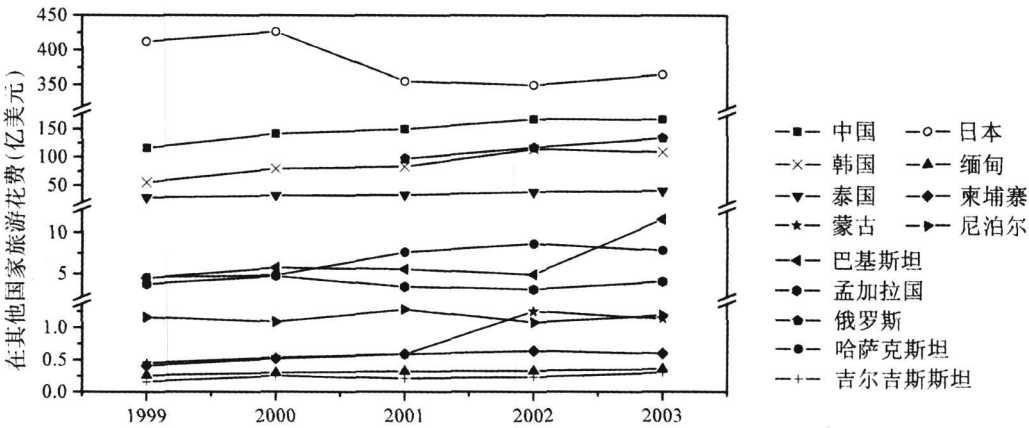


图 5 各国出境游客在他国的旅游花费 (单位: 亿美元)

Fig. 5 Tourism cost of outbound tourists in the other countries (unit: a hundred million dollars)

图 5 来看, 相对于国家总人口来说, 中国的出境旅游密度和出境旅游花费密度落后于日本、韩国和俄罗斯。从国家战略利益角度来看, 出境旅游能促进与邻国间的互惠互利, 促进“和平外交”, 巩固政局的稳定; 同时, 出境旅游能带动入境旅游, 拉动本国经济; 出境旅游的合理发展, 也是国家旅游业成熟发展的需要, 是成为世界旅游强国的需要。所以, 我国应鼓励出境旅游, 发展出境旅游, 同时也要注意其合理性。

3.3 各国入境旅游客源市场的分布特征及其对比

表 3 列出了各国 1999 ~ 2003 年间来自各洲的入境游客年均数据。

由表 3, 对于中国、缅甸、泰国、老挝、柬埔寨、越南、乌兹别克斯坦、蒙古与韩国 9 国而言, 东亚和太平洋地区是此 9 国的主要入境游客的客源市场, 欧洲则是其次要的入境游客客源市场。对于日本而言, 东亚和太平洋地区是其主要入境游客客源市场, 美洲则是其次要的入境游客客源市场。对于印度、巴基斯坦、尼泊尔与孟加拉国 4 国而言, 欧洲是其入境游客的第一客源市场, 南亚则是其入境游客的第二客源市场。对于俄罗斯、

表 3 各国来自各洲及地区入境游客的年均数据 (单位: 万人)
Tab 3 The annual average international tourism passengers from different continents (unit: ten thousand persons)

洲别 国别	非洲	美洲	欧洲	东亚和太平洋地区	南亚	中东
中国	6 98	123 28	260 46	671 66	27 18	3 75
日本	1 52	87 40	63 76	328 32	6 78	0 30
缅甸	-	1 58	5 78	12 34	0 76	0 12
泰国	8 00	58 42	231 28	632 76	34 66	13 92
老挝	-	3 88	8 98	54 44	0 44	-
柬埔寨	-	6 48	11 88	25 32	0 38	-
越南	0 30	26 36	29 30	146 24	0 70	-
印度	9 54	45 34	89 58	35 82	65 38	7 22
巴基斯坦	1 28	8 00	21 12	4 46	11 94	2 46
尼泊尔	0 18	3 94	13 80	9 12	11 50	-
不丹	-	0 24	0 26	0 14	-	-
孟加拉国	0 18	1 90	4 94	3 90	9 32	0 38
蒙古	-	0 64	7 54	9 16	-	-
俄罗斯	3 22	32 36	1941 78	94 26	5 06	2 90
哈萨克斯坦	0 13	2 13	271 35	6 95	1 23	0 25
吉尔吉斯斯坦	-	0 80	6 65	0 95	0 25	-
乌兹别克斯坦	0 10	0 62	9 54	20 62	0 78	2 32
塔吉克斯坦	0 01	0 07	0 38	0 07	0 05	0 01
韩国	1 50	51 34	47 88	364 82	8 66	0 96
总计	-	454 77	3026 26	2421 35	-	-

哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦 4 国而言，欧洲是入境游客的第一客源市场，东亚和太平洋地区则是入境游客的第二客源市场。

由表 3，总体而言，19 国年均来自欧洲的入境游客数达到 3026.26 万人，年均来自东亚和太平洋地区的入境游客数达到 2421.35 万人。以来自于某一洲的入境游客数为 100%，则可计算出相应入境游客在各国的分布比例(表4)。由表 4，来自东亚和太平洋地区的入境游客中，有 27.74% 进入了中国，有 13.56% 进入了日本、26.13% 进入了泰国、15.07% 进入了韩国，四者比例合计达到 82.50%，占了绝大多数。来自欧洲的游客中，有 64.16% 进入了俄罗斯，中国和泰国只分别占到 8.61% 和 7.64%。来自美洲的游客中，27.11% 进入中国，19.22% 进入日本，12.85% 进入泰国，11.29% 进入韩国，四者比例总计达到 70.47%。

表 4 入境游客在各国的分布比例(单位: %)

Tab 4 Proportion of international tourism passengers in different countries (unit: %)							
洲别 国别	美洲	欧洲	东亚和 太平洋地区	洲别 国别	美洲	欧洲	东亚和 太平洋地区
中国	27.11	8.61	27.74	不丹	0.05	0.01	0.01
日本	19.22	2.11	13.56	孟加拉国	0.42	0.16	0.16
缅甸	0.35	0.19	0.51	蒙古	0.14	0.25	0.38
泰国	12.85	7.64	26.13	俄罗斯	7.12	64.16	3.89
老挝	0.85	0.30	2.25	哈萨克斯坦	0.47	8.97	0.29
柬埔寨	1.42	0.39	1.05	吉尔吉斯斯坦	0.18	0.22	0.04
越南	5.80	0.97	6.04	乌兹别克斯坦	0.14	0.32	0.85
印度	9.97	2.96	1.48	塔吉克斯坦	0.02	0.01	0.00
巴基斯坦	1.76	0.70	0.18	韩国	11.29	1.58	15.07
尼泊尔	0.87	0.46	0.38	总计	100.00	100.00	100.00

3.4 入境旅游基础设施情况及其对比

3.4.1 交通设施 入境旅游游客一般选择的交通工具具有飞机、火车、公路和船舶等。由于数据繁杂，这里不一一罗列，只做相关分析。

对中国与周边国家入境人数按入境方式分这项数据进行分析可得，入境游客选择交通工具主要为公路的国家有中国、老挝和塔吉克斯坦，达到 80% 左右；选择交通工具主要为飞机的国家有日本、泰国、柬埔寨、印度、巴基斯坦、尼泊尔、不丹、孟加拉国、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦和韩国，一般达到 80% 以上，个别达到 90%，柬埔寨和哈萨克斯坦只有 60%；选择交通工具主要为飞机和公路的国家有缅甸和越南；而选择交通工具主要为火车和公路的国家有俄罗斯和吉尔吉斯斯坦。尽管单从这些数据难以准确、全面分析各国交通设施，但仍能从一个层面看出，各国交通网络有所差异，也存在一定问题，例如，中国的公路旅游交通网络比较完善，而航空旅游交通网络较弱。相对于其他交通工具，飞机毋庸置疑是最快速和安全的，而我国目前航空运营成本高，且能力有限，所以应在这些方面加以改善，吸引更多的外来游客。

3.4.2 住宿设施 图 6 为 1999 年以来各国酒店和类似住宿设施接待人天数。图 6 显示，中国与周边国家酒店和类似住宿接待人天数的大小关系为：中国> 泰国> 越南> 缅甸> 乌兹别克斯坦> 巴基斯坦> 哈萨克斯坦> 不丹，从变化趋势来看，中国的上升幅度最大。按国土面积来算，中国酒店和类似住宿接待人天数密度小于泰国和越南；相对于入境旅游入

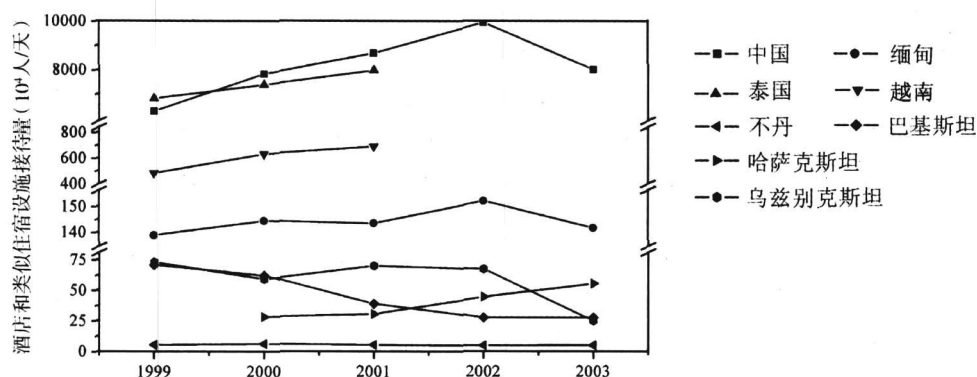


图 6 中国与周边国家酒店和类似住宿接待量

Fig. 6 Overights stays in H & S in China and adjoining countries (unit: ten thousand nights)

数来看, 中国酒店和类似住宿接待人数比例也远小于泰国。泰国的旅游设施先进, 服务热情周到, 在世界上享有盛誉。数据显示, 中国的住宿设施较好, 但仍稍逊于泰国, 因此, 我国需要进一步加强基础设施建设, 提高旅游服务质量, 促进旅游业的发展。

4 结论与讨论

本文基于地缘因素, 以中国为中心参照物, 将中国与日本、韩国、俄罗斯、印度、泰国等 18 个邻国作为一个统一的旅游大市场, 系统地对比分析了 19 个国家国际旅游发展的基本特征。在关于中国国际旅游发展方面, 可以得到以下重要结论:

(1) 中国、日本、俄罗斯、泰国、韩国等 19 国总面积达到 3496.65 万 km^2 , 区内人口众多、旅游资源类型丰富、文化多元, 旅游市场巨大, 中国发展空间广阔。

(2) 中国发展国际旅游具备较强总体实力: 中国入境旅游人数年均达到 8696.46 万人 (第一位); 中国在所在国旅游花费年均达到 183.56 亿美元 (第二位), 约占总份额的 22.43%; 中国出境旅游人数年均达到 1373.24 万人次 (第三位); 并且, 以上三指标总体均呈递增趋势, 增幅在各国中相对最大。

(3) 中国在入境旅游部分特征、均量指标落后于日本、泰国与韩国, 中国在发展入境旅游方面亦面临严峻挑战: 中国年均入境旅游花费相当于日本 48.08%; 每平方公里国土面积上中国年均入境旅游人数相当于韩国的 17.83%、泰国的 46.69%; 每平方公里国土面积上中国年均入境旅游花费相当于日本的 1.89%、韩国的 2.40%、泰国的 9.90%; 中国每年人均入境旅游花费相当于日本、韩国与泰国的 4.86%、8.51%、9.13%。中国在入境旅游均量方面落后于日本、泰国与韩国。东亚和太平洋地区是中国、日本、泰国、韩国四国主要入境游客客源市场, 中国占其份额的 27.74%。四国将不可避免地争夺入境客源资源。日本、泰国、韩国已成为中国发展入境旅游最主要竞争对手 (日本提出“观光立国”新战略); 三国已在相当程度上具备引领亚太 (东盟、澜沧江-湄公河次区域) 国际旅游市场实力。

(4) 研究日本、韩国、泰国等国入境旅游发展的特征与规律, 系统调研东亚和太平洋地区各国游客的旅游需求、旅游动机及其旅游市场现状, 积极挖掘我国自身旅游资源优势, 开发出既充分体现我国自然、历史文化特色又符合各国社会经济发展水平以及游客需

求的有针对性的质优价廉旅游路线与旅游产品,既积极争取日本、泰国等国的游客资源,也将缅甸、柬埔寨、老挝等经济落后国家作为潜在旅游资源市场加以积极培育,如此,才可能在亚太(澜沧江-湄公河次区域、东盟)旅游市场开发中保持主动性。日本是世界技术、经济强国,当前也提出了“观光立国”的新战略,应该是对我国的严峻警示。

(5) 我国应该进一步鼓励出境游,发展出境游,促进文化的交流,促进友好往来,促进经济的共同发展,巩固政局的稳定,如此,才能提高在亚太旅游经济中的地位,进而巩固其政治地位。

(6) 客观承认我国入境旅游发展的不足。从基础设施分析对比来看,我国需要改善交通设施和住宿设施等。认真调研我国在边境地区开展旅游所面临的各种问题。笔者曾在云南磨憨口岸、打洛口岸实地调研,发现存在以下问题:旅游商品种类单一、旅游产品单调,旅游环境差,旅游接待能力偏低,旅游者逗留时间短、旅游消费水平低,边境特色没有得到深入挖掘。这些问题在其他区域是否存在以及如何整改等均值得进一步研究。

(7) 基于我国入境旅游的发展态势,本文提出当前我国参与周边区域国际旅游合作的“惠邻-睦邻-安邻”国家战略模式。

改革开放以来,我国社会经济取得巨大发展。当前我国国家综合实力位列世界第六位,外汇储备位列世界首位。中国社会经济的发展,必须首先“惠邻”,给周边国家带来好处。才会逐渐使得周边国家认识到中国的发展意味着机会,从而逐渐消除对中国发展的恐惧或中国威胁论。“惠邻”的主要途径有二,一是在周边国家投入基础设施建设,获取进入周边国家经济环境核心区的机遇;二是发展国际旅游,到周边国家出境旅游,消费我国外汇。当然,这一过程是相互的,开始应是我国投入多,但是随着对外合作的开展和彼此了解的加深、信任感的增强,我国也必然从入境旅游、资源开发等途径得到逐渐增加的回报。周边国家只有从我国的发展中得到好处,经济活动交织在一起,形成一定的利益共同体,就可以基于根本的经济利益而坐下来谈判其他问题,才可以到“睦邻”的目的,也只有周边国家都成为我们的和睦的合作伙伴,才可以实现边境安全的“安邻”目标。进而,达到“惠邻”、“睦邻”、“安邻”的良性循环。美日等大国自冷战以来,一直沿朝鲜半岛、台湾在构筑遏制中国的美日太平洋岛链,妄图遏制中国的发展,在这种紧迫的世界形势下,我国应将发展国际旅游作为与周边国家(区域)开展合作的重要桥梁与优先纽带,从国家战略利益的高度予以积极重视。我国不能单单因为“四防”(黄、赌、毒、恐)问题,就因之简单地做出关闭边境口岸、限制边境旅游的处理,而自己去主动丧失与周边国家通过国际旅游开展双边政治、经济合作的良好机遇,将融入周边国家政治、经济主动权的机会拱手让与日本、韩国等国。

参考文献:

- [1] 舒伯阳,余日季. 国家战略视野中的亚太区域旅游合作. 当代亚太, 2005, (10): 23~ 27.
- [2] 贺星岳,顾华详. 我国民族地区与周边国家加强旅游业区域合作的战略思考. 宁夏社会科学, 2005, (5): 34~ 39.
- [3] 潘顺安,刘继生. 大湄公河次区域旅游合作开发研究. 旅游科学, 2005, 19(4): 1~ 6.
- [4] 邓小海,仇学琴. 云南省国际旅游业在大湄公河次区域中的地位分析——基于次区域国际游客离境调查. 旅游学刊, 2006, 21(3): 20~ 23.
- [5] 徐红罡,等. 澜湄次区域旅游合作的特点及西双版纳对策. 云南地理环境研究, 2005, 17(6): 58~ 63.
- [6] 吴必虎. 区域旅游开发的 RMP 分析——以河南省洛阳市为例. 地理研究, 2001, 20(1): 103~ 110.
- [7] 赵明,郑喜. 跨境旅游资源国际合作开发探讨——以黑龙江中俄边境段为例. 世界地理研究, 2004, 13(4): 86~ 93.

- [8] 黄秀娟. 区域国际旅游竞争力评价的理论与实证分析. 科技和产业, 2007, 7(6): 41~ 45.
- [9] 顾华详. 促进民族地区与周边国家加强旅游业区域合作的对策探讨. 广西右江民族师专学报, 2006, 19(1): 53 ~ 58.
- [10] Medhi Krongkaew. The development of the Greater Mekong Subregion (GMS): Real promise or false hope?. Journal of Asian Economics, 2004, 15: 977~ 998.
- [11] Xiaojiang Yu. Regional cooperation and energy development in the Greater Mekong Sub-region. Energy Policy, 2003, 31: 221~ 234.
- [12] Greer Jonathan. Developing trans-jurisdictional tourism partnerships: insights from the Island of Ireland. Tourism Management, 2002, 23: 355~ 366.
- [13] Jackson Julie. Developing regional tourism in China: The potential for activating business cluster in a socialist market economy. Tourism Management, 2006, 27: 695~ 706.
- [14] The world tourism organization. Compendium of tourism statistics (1995(2005) . Bethesda, MD: LexisNexis.
- [15] 李江帆, 李美云. 旅游产业与旅游增加值的测算. 旅游学刊, 1999, (5): 16~ 19.
- [16] 宋子千, 郑向敏. 旅游业产业地位衡量的指标的若干理论思考. 旅游学刊, 2001, 16(4): 27~ 30.
- [17] 赵书虹. 云南省旅游业总收入对 GDP 贡献的线性回归分析. 曲靖师范学院学报, 2005, 24(4): 38~ 40.

On characteristics and contrast of international tourism of China and adjoining countries based on the national interests

HU Wen-hai^{1,2}, ZHU Xiao-hua³, JIANG Wen-yan³

(1 Department of Geography, Chizhou College, Chizhou 247000, China;

2 College of Environment Sciences, Peking University, Beijing 100871, China;

3 Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China)

Abstract: Along with the continuous development of international social and economic situation, tourism has become an important industry or pillar industry of many countries in the world. Based on terra edge factor and the authoritative data provided by the world tourism organization, the paper systematically contrasts and analyzes the basic characteristics of international tourism development in the 18 countries, including China, Japan, Burma, Thailand, Laos, Cambodia, Vietnam, India, Pakistan, Nepal, Bhutan, Bangladesh, Mongolia, Russia, Kazakhstan, Kyrgyz, Uzbekistan, Tajikistan and Korea. The paper profoundly discloses the opportunity and challenge of China in developing international tourism, and definitely indicates that Japan as well as Korea and Thailand have become the two chief competitors of China in developing and exploiting international tourism market. Finally, the paper tries to advance the national stratagem choosing mode that China participates in the international tourism cooperation with circumjacent districts taking benefiting neighbours, good neighbourly relations, secure neighbours as cores, and considers that our country should take developing international tourism as an important bridge and preferential ligament in the cooperation with circumjacent countries, and give positive recognition in the height of national interests.

Key words: international tourism; China; adjoining countries; national interests