

全球旅游分工新体系和中国旅游业定位*

金准¹, 廖斌^{*2}

(1. 中国社会科学院财经战略研究院, 北京 100836;

2. 北京联合大学旅游学院, 北京 100101)

内容提要:当前,全球分工体系正在发生深刻变化,世界各国的旅游需求和供给对接更为紧密,旅游业的板块间水平分工和板块内的混合分工正在形成,以中国等金砖国家驱动的新兴国家旅游产业发展和升级正推动全球旅游要素流动和要素组合的变化。世界旅游业进入新的全球化红利期,板块革新、交流、互动成为世界旅游业发展的全新动力。在此过程中,中国正在成为一个基于内需的全球化旅游经济强国,并在全球旅游价值链中发挥着越来越核心的作用。这对亚太乃至全球国际旅游新格局,都具有正向的力量,也是今天中国旅游业发展和改革的价值所在。

关键词:全球旅游分工体系;中国旅游业;定位

中图分类号:F59 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2016)04—0149—10

一、引言与文献综述

2008年爆发的国际金融危机没有逆转全球化的发展总趋势,却从实力消长、经济平衡和治理体系等多重维度上对当代世界经济文化格局产生了重大影响。在此过程中,发达国家与发展中国家间经济实力消长显著,以金砖四国为代表的新兴经济大国的全球影响力趋于上升,世界经济的分工体系也发生了重大变化。旧的分工体系格局中,美国等发达国家为主要消费市场,新兴国家为全球制造基地,资源富裕国家为全球初级产品提供者的垂直分工体系特征明显。危机爆发后,全球价值链环节发生重置,发达国家努力吸引制造业活动回归本土,新兴经济体则积极谋求全球价值链中的中上游地位。新兴经济体通过收购发达国家技术资源、市场渠道或品牌团队,组成价值链高端环节在外、低端环节在内的反向结构,全球价值链治理者易主(张幼文、徐明棋,2013)。在这其中,旅游业等天然具有垂直分工和水平分工相混合特点的产业在全球新的分工体系中特征日趋明显,对全球分工体系的再平衡具有突出的作用,中国旅游业因此也具有日

益重要的地位和作用。从新的全球视野看中国旅游业,其谋求旅游大国向旅游强国的升级转变就具有更为广泛的价值。

国际金融危机后,世界经济分工体系不断演进,呈现新的发展格局,影响经济社会的各个领域。全球分工体系也一直受到国内外学者的关注,一些学者对全球价值链(Gereffi, 1999)、全球价值链下的分工地位与指标(Koopman, Powers, Wang & Shang, 2010)、国家价值链(卢峰, 2004; 刘志彪、张杰, 2007)进行了详尽研究,重点关注到制造业在全球新的分工体系的地位及其变动(Xing & Detert, 2010; 周升起等, 2014)。随着全球经济向服务经济转变,服务业在新的世界经济格局中的地位日渐重要,而现时新的国际分工体系对服务业的影响的研究却略显不足。旅游业作为现代服务业重要组成部分,分析全球旅游分工体系成为一个新的焦点问题。事实上,全球价值链的推进,旅游业的国际地位和分工也受到学者们的关注。实践中,旅游强国也一直是中國旅游发展所希望实现的目标。一些学者、政府和其他组织对旅游业的国际竞争力和地位进行了研究(黎洁、赵西萍, 1995; 朱应皋、万绪

收稿日期:2016-01-21

* 基金项目:国家社会科学基金项目“全球分工新体系下的中国旅游业国际地位评估及提升研究”(14BGL086)。

作者简介:金准(1979-),男,上海人,副研究员,博士,研究领域为旅游经济、城市旅游,E-mail:lovelock@126.com;廖斌*(1987-),男,江西宁都人,讲师,博士,研究领域为旅游经济,E-mail:bnuliaobin@126.com。*为通讯作者。

才,2003)。对旅游国际地位的评价模型主要包括两个:一是采用旅游接待人次、外汇收入等单一指标来识别国际竞争力和地位(UNWTO);二是采用综合性的旅游评价指标,如世界旅游业理事会(WTTC)发布的“世界旅行和旅游产业竞争力指示器”、世界经济论坛(WEF)发布的“旅行和旅游竞争力指数”等(World Economic Forum,2015)。

从现有研究看,对旅游国际地位与竞争力的研究和评价缺乏从国际分工体系的角度来认识。新的国际分工体系下,全球旅游的产业分工也在变化,旅游国际竞争力越来越依赖价值链上的创造力和优势,旅游国际地位不仅仅在于旅游规模和旅游收入,而在于一个产业链的价值竞争,需要新的国际分工背景下来考量旅游业的发展(张辉、王慧娴,2015)。为此,在新的全球价值链分工下,对旅游业国际地位的评价,应将国际旅游地位和国际分工体系结合起来,从国家互动、产业组织和板块重构视角衡量旅游业的国家地位,分析旅游业在新的国际产业链中的位置、结构、功能等问题,从旅游行业层面来探讨全球价值链分工。本文意在通过分析中国旅游业的国际分工地位及其所处的分工结构和地位,为中国旅游业如何在全球新的分工体系中确立自身的地位和战略布局提供参考借鉴。

二、研究方法

测度国际产业分工,主要有以下几种方法(吴明,2012):(1)投入产出法,利用国际投入产出表对全球价值链进行测度;(2)企业增值法,通过研究一个产品的整个增值环节,分析各国所处位置;(3)垂直专业化及外包等间接指标,通过贸易一体化指数、贸易依存度、显性比较优势指数、贸易竞争指数、垂直专门化比例、相似度指数等研究全球价值链。其中,第一种方法最为直接。本文的研究主要分为三步:第一步,通过研究各国宏观旅游业数据变动情况分析全球旅游新格局;第二步,参考投入产出法,以跨区域旅游流动为核心指标,研究全球旅游分工体系;第三步,研究全球旅游分工体系的主要节点国之间的旅游流动情况以及中国所在板块的内部旅游消费的分配情况,分析中国旅游业所处位置。旅游业缺乏详细的国际投入产出表,旅游业产业分工的核心是旅游者的流动,因此,在本文

中,用国际间的游客流动和消费替代投入产出表,研究流动矩阵、分流节点和分流情况,以此研究分工情况。本文研究对象涵盖了全球218个国家1995—2013年的主要旅游业数据,数据主要来自于世界旅游组织。

三、全球旅游新格局:世界旅游业进入新的全球化红利期

1. 板块:欧洲进入成熟期,亚太市场增长带来大变局

(1)近24年全球旅游格局的最大变数和亮点在亚太地区。世界旅游组织(UNWTO)将世界划分为五大板块,分别为欧洲地区、亚太地区、美洲地区、非洲地区和中东地区。分析1990—2013年的旅游业发展总体格局可以看出,欧洲板块正日趋成熟,无论是在旧的全球旅游分工体系,还是在新的全球旅游分工体系中,都发挥着中枢性作用。但随着亚太市场的持续增长,世界旅游发展格局正进入大变局时代。从1990—2013年,亚太在全球板块中的份额从12.9%增长到22.8%,与此相比,欧洲从60.2%降到51.8%,美洲从21.4%降到15.4%,非洲和中东尽管增长率不低,但由于在全球份额中所占比例有限,其增长对全球旅游格局的影响尚比较小(如图1所示)。总体而言,近24年全球旅游格局的最大变数和亮点在亚太地区。

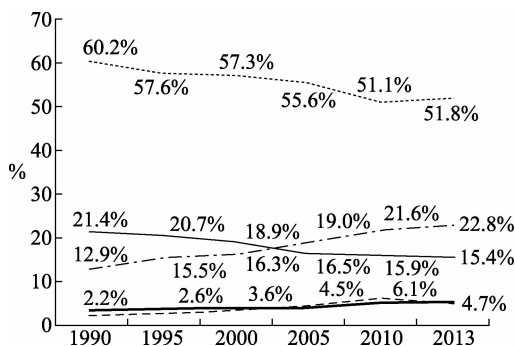


图1 世界各板块旅游业的国际份额(按国际旅游收入计算)

..... 欧洲; — 美洲; --- 中东; - - - 亚太; — 非洲

注:资料来源:世界旅游组织(UNWTO)

(2)欧洲和亚太地区是世界旅游市场的两大引擎,亚太将发挥越来越重要的作用。从各板块占全

球份额的增长率看(如表1所示),亚太地区24年平均份额增长率为2.5%,而欧洲为-0.6%,美洲是-1.4%,亚太地区的份额增长是从欧洲、美洲市场的相对减缩中得到的。1990—2013年,国际游客增长653万人次,欧洲吸引国际游客增长302.3万人次,亚太地区增长192.3万人次,亚太地区对这一时间段的全球国际旅游增长的贡献率达到近30%(29.4%),仅次于欧洲,欧洲和亚太地区是世界旅游市场的两大引擎,而其中亚太地区将会发挥越来越重要的作用。

表1 1990—2013年世界各板块旅游业份额年增长率和贡献率

区域	份额年增长率	对全球国际旅游增长的贡献率
欧洲	-0.6%	46.3%
亚太	2.5%	29.4%
美洲	-1.4%	11.5%
非洲	1.8%	6.3%
中东	3.4%	6.4%

资料来源:世界旅游组织(UNWTO)

表2 1995—2012年各类国家国际旅游收支年均增长率(2005年不变美元价格)

国际旅游收入	增长率(%)	国际旅游支出	增长率(%)	国际旅游收支总和	增长率(%)
高收入国家	2.7	高收入国家	2.2	高收入国家	2.5
中等收入国家	6.2	中等收入国家	8.6	中等收入国家	7.2
低收入国家	6.9	低收入国家	4.5	低收入国家	6.0

资料来源:世界旅游组织(UNWTO)

(3)经济发展格局和旅游业发展格局间存在直接关系。在经济和旅游不同模式的互动关系中,逐渐形成四类国家:第一类为经济旅游双高收入国家;第二类为经济高收入旅游中低收入国家;第三类为经济中低收入旅游高收入国家;第四类为经济中低收入旅游中低收入国家。如表3所示。

2012年全球国际旅游总收入为2000亿美元,各国平均国际旅游总收入为60.6亿美元,本文将高于此平均值的国家列为旅游高收入国家,低于此平均值的列为旅游中低收入国家;将世界银行所分的高收入国家列为经济高收入国家,中等收入和低收入国家为经济中低收入国家。从表3可以看出,绝

2. 国家:中等收入国家旅游经济全面崛起

(1)中等收入国家在世界旅游格局中份额猛增。从国家收入的视角,世界银行将全球经济体划分为高收入国家、中等收入国家、低收入国家。研究不同经济体的国际旅游收支总和(以各经济体国际旅游收入和国际旅游支出之和计算),从1995—2012年的18年间,高收入国家在全球份额中的降低和中等收入国家的显著增长同步发生,一方面,高收入国家所占比例从86%的绝对优势降低到73%;另一方面,中等收入国家从13%的份额猛增到26%。

(2)中等收入国家驱动全球旅游增长。从增长率的角度,全球国际旅游增长的主引擎来自于中等收入国家(如表2所示)。1995—2012年的18年间,高收入国家国际旅游收入年均增长率为2.7%,中等收入国家为6.2%,低收入国家为6.9%;高收入国家国际旅游支出年均增长率为2.2%,中等收入国家为8.6%,低收入国家为4.5%;高收入国家国际旅游收支总和年均增长率为2.5%,中等收入国家为7.2%,低收入国家为6.0%。

大部分国家或者是经济旅游双高收入国家,或者是经济高收入旅游中低收入国家,或者是经济旅游双中低收入国家,只有很少一部分国家属于经济中低收入旅游高收入国家。这说明,对于绝大部分国家,经济发展水平是旅游业发展水平的充分条件,低经济发展水平难以带来高旅游收入,高经济发展水平可能带来高旅游收入,也可能不带来高旅游收入。进一步,经济中低收入旅游高收入国家一共有13个,很大部分来自亚太区域,金砖五国中的四国(巴西、印度、中国、南非)均属于此类,经济上的大国崛起和旅游上的大国崛起间隐含着某种对应关系。

表3 经济收入水平和旅游业收入:四类国家

经济和旅游双高收入国家	经济高收入旅游中低收入国家
美国、法国、西班牙、德国、英国、中国澳门特别行政区、意大利、中国香港特别行政区、澳大利亚、奥地利、加拿大、荷兰、韩国、瑞士、新加坡、俄罗斯联邦、日本、葡萄牙、希腊、比利时、瑞典、波兰、爱尔兰、克罗地亚、沙特阿拉伯、捷克共和国、卡塔尔以色列、丹麦	新西兰、芬兰、挪威、卢森堡、波多黎各、智利、斯洛文尼亚、塞浦路斯、巴哈马、斯洛伐克共和国、乌拉圭、阿曼、巴林、爱沙尼亚、马耳他、立陶宛、阿鲁巴、拉脱维亚、冰岛圣马丁(荷属)、科威特、库拉索、百慕大、圣基茨和尼维斯
经济中低收入旅游高收入国家	经济和旅游双中低收入国家
中国、泰国、土耳其、马来西亚、印度、墨西哥、南非、阿拉伯埃及共和国、印度尼西亚、摩洛哥、巴西、越南、黎巴嫩	乌克兰、匈牙利、阿根廷、菲律宾、多米尼加共和国、约旦、保加利亚、巴拿马、秘鲁、哥伦比亚、突尼斯、阿塞拜疆、古巴、哥斯达黎加、牙买加、肯尼亚、柬埔寨、埃塞俄比亚、罗马尼亚、马尔代夫、毛里求斯、斯里兰卡、伊拉克、阿尔巴尼亚、坦桑尼亚、哈萨克斯坦、格鲁吉亚、危地马拉、加纳、乌干达、塞尔维亚、也门共和国、厄瓜多尔、巴基斯坦、斐济、白俄罗斯、委内瑞拉、玻利瓦尔共和国、萨尔瓦多、苏丹、黑山、吉尔吉斯斯坦、津巴布韦、安哥拉、洪都拉斯、波斯尼亚和黑塞哥维那、尼日利亚、玻利维亚、亚美尼亚、蒙古、佛得角、老挝、尼加拉瓜、尼泊尔、喀麦隆、卢旺达、圣卢西亚、伯利兹、阿尔及利亚、摩尔多瓦、莫桑比克、瓦努阿图、巴拉圭、马其顿、不丹、圣文森特和格林纳丁斯、苏里南、所罗门群岛、圭亚那、塔吉克斯坦、莱索托塞拉利昂马拉维、博茨瓦纳、塞舌尔、东帝汶、吉布提、圣多美和普林西比、刚果(金)、布隆迪、几内亚

注:本文根据世界旅游组织(UNWTO)发布数据整理

3. 分化:高旅游收入国家和低旅游收入国家间存在陡峭断崖

(1)世界旅游经济的分化大大高于世界的分化程度。以2012年美国国际旅游收入为基准,美国一国的国际旅游收入占到世界的15.4%,其他国家国际旅游收入和美国均有很大差距,只有11个国家的国际旅游收入能达到或高于美国的15%,只有法国和西班牙两个国家的国际旅游收入能达到美国的30%。世界国际旅游收入排名前五的国家为美国、法国、西班牙、中国、德国、英国,总的国际旅游收入占世界的33.4%,排名前十的国家总国际旅游收入占世界的49.5%,前50国占世界的88.4%。从尾部看,世界国际旅游收入排名后100位的国家的总收入加起来占世界的比例为7%。以旅游收入衡量,没有可能形成世界银行按国民收入形成的高收入国家、中等收入国家和低收入国家的阶梯形梯队,在高旅游收入国家和低旅游收入国家之间存在着陡峭的断崖。

(2)高旅游收入国家/地区格局发生很大变化。

高旅游收入国家/地区的格局也已发生变化,比较1995年和2012年国际旅游收入排名前十的国家/地区,1995年中国大陆、中国澳门、中国香港、泰国均不在十强之列,而到2012年这些国家/地区均已列入十强之列。东亚国家的强势入围是国际旅游板块的重大事件。以2005年不变美元价折算,全球有71个国家年均增长率超过了5%。从各国国际旅游收入的增长率看,增长率和份额之间存在明显的逆相关关系,世界十大国际旅游收入增长最快的国家,基本上都为旅游小国(如表4所示)。

(3)在人均国际旅游收入方面,存在明显的小国争胜特征。以人均国际旅游收入衡量的世界旅游图景呈现出和总国际旅游收入完全不同的面貌,小国争胜是最明显的特征。从人均国际旅游收入的增长率看,有54个国家年均增长率超过了5%,增长最快的国家不在前十之列,说明未来人均国际旅游收入的强国版图还将剧烈调整。

表4 1995年和2012年国际旅游收入和人均国际旅游收入排名前10地区

国际旅游收入		1995—2012年国际旅游收入增长率(%)		人均国际旅游收入		人均国际旅游收入增长率(%)	
1995年	2012年			1995年	2012年	1995年	2012年
美国	美国	吉尔吉斯斯坦	31.7	圣马丁(荷属)	中国澳门	吉尔吉斯斯坦	30.1
法国	法国	苏丹	29.3	库拉索	圣马丁(荷属)	苏丹	26.2
意大利	西班牙	伊拉克	27.9	百慕大	阿鲁巴	卢旺达	25.3
英国	中国	卢旺达	27.3	中国澳门	卢森堡	伊拉克	24.4
西班牙	德国	加纳	21.6	阿鲁巴	帕劳	白俄罗斯	21.5
德国	英国	白俄罗斯	20.9	巴哈马	百慕大	亚美尼亚	21.4
奥地利	中国澳门	亚美尼亚	20.8	卢森堡	巴哈马	乌克兰	21.0
澳大利亚	意大利	乌克兰	20.1	塞舌尔	太平洋岛国	拉脱维亚	20.9
瑞士	中国香港	阿塞拜疆	19.9	塞浦路斯	马尔代夫	阿尔巴尼亚	18.9
荷兰	泰国	拉脱维亚	19.5	马耳他	中国香港	加纳	18.6

资料来源:世界旅游组织(UNWTO)

四、分工:世界旅游经济的分工体系发生重大变化

1. 从双板块时代到多板块时代,全球旅游分工体系变得日益多元丰富

通过研究全球50强国家旅游跨区域流动可以勾划出世界旅游经济的分工结构。从国际旅游业的分工体系来看,2012年50强国家跨板块国际旅游人次共1883万人次,其中,非洲占6.16%,美洲占17.23%,南亚占2.87%,欧洲占41.02%,亚太占23.74%,中东占8.97%(如表5所示),在国际分工体系上,欧洲、亚太、美洲三个板块占到更重要的位置,南亚板块相对游离于全球旅游分工体系以外。

比较1995年和2012年的全球旅游分工体系基本格局,亚太的位置的大幅上升和美洲的大幅下降是重要变化,1995年美洲在跨板块国际游客中所占比重为25.05%,到2012年下降到17.23%,同期亚太地区从19.27%增长到23.74%,1995年的旅游分工体系由欧洲、美洲两个板块占世界跨板块国际旅游人次的近70%(68.32%)下降到58.25%,亚太、中东、非洲、南亚四个传统的边缘板块在分工体系中的位势都在上升,世界旅游版图变得越来越多元,各板块相对独立的水平分工体系正在形成。

2. 八个核心国和九个次核心国连起板块间的水平分工,各板块内围绕核心国和次核心国形成混合分工体系

世界旅游业正在形成全新的多元旅游分工体系,世界六大板块形成了八个核心国和九个次核心国相互串连支撑形成的多元分工体系。其中,欧洲正在形成以法国和土耳其为核心,德国、英国为次核心,亚太正在形成以中国和泰国为核心,香港、马来西亚、新加坡为次核心,美洲正在形成以美国为核心,加拿大和巴西为次核心,非洲正在形成以摩洛哥为核心,南非为次核心,中东正在形成以埃及为核心,沙特阿拉伯为次核心,南亚正在形成以印度为核心的新旅游分工体系。八大核心国跨区域国际游客占50国的49.32%,核心国和次核心国总计占50国的71.24%。

具体在各个板块内,又形成了围绕核心国和次核心国形成的混合分工体系。以亚太地区为例,中国、泰国、中国香港、马来西亚、新加坡跨区域国际旅游游客占到了整个亚太跨区域国际旅游游客的70%,亚太13国之间形成垂直和水平穿插的混合分工体系。

总体而言,在新的全球分工体系中,世界各国的旅游需求和供给对接更为紧密,旅游业的板块间水平分工和板块内的混合分工正在形成,由以中国等金砖国家驱动的旅游新兴国家旅游产业发展和升级正推动全球旅游要素流动和要素组合的变化,全球旅游价值链亦随之变化,世界旅游业进入新的全球化红利期,板块革新、交流、互动成为世界旅游业发展的全新动力。

表 5 50 国/地区在世界跨区域国际旅游人次中所占比重及其变化 %

国家	1995 年	2012 年	国家	1995 年	2012 年	国家	1995 年	2012 年
南非	1.35	1.35	德国	4.39	3.87	匈牙利	0.34	0.56
摩洛哥	2.77	4.81	英国	8.18	4.33	芬兰	0.35	0.38
非洲合计	4.11	6.16	意大利	4.17	3.34	挪威	0.26	0.26
美国	18.15	12.43	土耳其	1.20	6.12	欧洲合计	43.01	41.02
加拿大	3.97	2.10	奥地利	1.58	1.36	中国	2.83	6.16
墨西哥	1.93	0.18	荷兰	1.38	1.27	中国澳门	0.62	0.42
巴西	0.67	1.11	瑞士	2.36	1.57	中国香港	2.61	2.36
阿根廷	0.33	0.49	俄罗斯联邦	1.25	1.82	泰国	2.58	4.54
多米尼加	0.00	0.93	葡萄牙	0.68	0.71	澳大利亚	1.35	1.26
美洲合计	25.05	17.23	希腊	0.72	0.46	马来西亚	0.88	1.64
印度	1.73	2.87	比利时	0.80	0.56	韩国	1.37	1.18
南亚合计	1.73	2.87	瑞典	0.81	0.61	新加坡	2.07	1.86
埃及	2.61	5.08	波兰	0.40	0.45	日本	1.30	0.99
黎巴嫩	0.33	0.49	爱尔兰	0.92	0.70	印度尼西亚	1.21	0.96
沙特阿拉伯	3.66	3.30	克罗地亚	0.06	0.41	越南	0.98	1.08
卡塔尔	0.23	0.10	捷克	0.30	0.77	新西兰	0.55	0.43
中东合计	6.83	8.97	以色列	1.01	0.60	菲律宾	0.91	0.85
法国	8.31	7.30	丹麦	0.33	0.63	亚太合计	19.27	23.74
西班牙	3.07	2.77	乌克兰	0.14	0.16			

资料来源:世界旅游组织(UNWTO)

五、定位:中国旅游业在全球旅游业中的地位

1. 中国作为亚太旅游的发展引擎驱动世界旅游业增长

世界旅游业增长受到强劲的亚太地区驱动作用,而亚太地区的发展引擎是中国。亚太地区旅游业发展的特点和旅游业地位为:(1)国际旅游收入规模不断增长,中国在规模上列亚太地区第一,远高于其他亚太国家,占亚太地区 13 国总量的 41.6%,1995—2012 年年均增速为 6.4%,列亚太地

区前列。(2)区域内旅游贸易规模均不断增长,区域内贸易成为亚太各国和地区贸易的主要组成部分,17 年稳中有升,中国占据亚太区域内旅游贸易规模的首位,占亚太 13 国总数的 44.2%,1995—2012 年的平均增长速度为 6.2%,列亚太地区第一集团。(3)亚太地区和世界各板块间联系更为紧密,13 国区域外国际旅游收入均大幅增长,平均年增长率达到 5.6%,其中,中国增长率最高,和世界各板块间保持着最为紧密的关系。具体数据如表 6 所示。

表 6 亚太各国/地区区域内外旅游贸易规模情况 单位:千美元

指标	国际旅游收入			区域内国际旅游收入			区域外国际旅游收入			区域外国际旅游人次占亚太 13 地区区域外国际旅游人次比重(%)	
	1995	2012	增长率(%)	1995	2012	增长率(%)	1995	2012	增长率(%)	1995	2012
中国大陆	46385	132405	6.4	43789	120802	6.2	2596	11603	9.2	14.7	26.0
中国澳门	7753	28082	7.9	7188	27295	8.2	565	787	2.0	3.2	1.8
中国香港	10195	48615	9.6	7805	44166	10.7	2390	4449	3.7	13.5	10.0
泰国	6951	22353	7.1	4582	13811	6.7	2369	8542	7.8	13.4	19.1
澳大利亚	3726	6146	3.0	2491	3778	2.5	1235	2367.8	3.9	7.0	5.3
马来西亚	7468	25033	7.4	6660	21946	7.3	808	3087	8.2	4.6	6.9
韩国	3753	11140	6.6	2495	8913	7.8	1258	2227	3.4	7.1	5.0

指标	国际旅游收入			区域内国际旅游收入			区域外国际旅游收入			区域外国际旅游人次占亚太13地区区域外国际旅游人次比重(%)	
	1995	2012	增长率(%)	1995	2012	增长率(%)	1995	2012	增长率(%)	1995	2012
国家/地区	1995	2012	增长率(%)	1995	2012	增长率(%)	1995	2012	增长率(%)	1995	2012
新加坡	7137	14495	4.3	5237	10987	4.5	1900	3508	3.7	10.8	7.8
日本	3345	8358	5.5	2149	6489	6.7	1196	1869	2.7	6.8	4.2
印度尼西亚	4324	8044	3.7	3213	6237	4.0	1111	1807	2.9	6.3	4.0
越南	1352	6847	10.0	451	4809	14.9	901	2038	4.9	5.1	4.6
新西兰	1409	2555	3.6	905	1742	3.9	504	813	2.9	2.9	1.8
菲律宾	1760	4273	5.4	929	2667	6.4	831	1606	4.0	4.7	3.6
十三地区	105558	318345	6.7	87894	273641	6.9	17664	44703.8	5.6	100	100

注:本文根据世界旅游组织(UNWTO)发布数据整理

2. 中国是中等收入国家的旅游领头羊,正进入经济大国和旅游大国的同步崛起进程

在所有中等收入国家中,中国国际旅游收入最高,并远远领先于排名第二的泰国,排名前十的中等收入国家中(分别为中国、泰国、土耳其、马来西亚、印度、墨西哥、南非、埃及、印度尼西亚、摩洛哥),中国的增长率(9.3%)仅次于印度(10.1%),排名第二(如表7所示)。中国是中等收入国家的

表7 2012年中等收入国家中的国际旅游收入最高的10个国家

国家	国际旅游收入(千美元)	增长率
中国	54,937,000	9.3%
泰国	37,740,000	6.5%
土耳其	32,249,000	9.5%
马来西亚	20,251,000	6.4%
印度	18,340,000	10.1%
墨西哥	13,320,000	2.0%
南非	11,201,000	6.7%
埃及	10,823,000	5.9%
印度尼西亚	9,463,000	1.6%
摩洛哥	8,491,000	8.7%

资料来源:世界旅游组织(UNWTO)

旅游领头羊,并正和其他的新兴的金砖国家一起,进入经济大国和旅游大国的同步崛起进程。

3. 中国是全球旅游分工体系中的亚太核心国,是亚太地区国际旅游的中心型目的地

在全球旅游分工体系中,中国是亚太板块的两大核心国之一(中国、泰国),中国占亚太区域外国际旅游人次的25.96%,比1995年增加了11.25%,是亚太地区和其他板块旅游需求间的主要接口国,在亚太地区13国的国际旅游贸易矩阵中,中国在除印度尼西亚以外的11国入境来源国中排名前三,在除澳大利亚和印度尼西亚以外的十国出境国中排名前三(如表8所示)。亚太各国在参与国际分工的类型上可以划分为中心型国家、外围型国家和通道型国家,中国是典型的中心型国家。

表8 亚太各国/地区入境旅游和出境旅游人次之前三强

国家/地区	入境旅游游客人次之前三强	国家/地区	出境旅游游客人次之前三强
中国澳门	中国大陆、中国香港、日本	中国澳门	中国、中国香港特别行政区、韩国
中国香港	中国大陆、日本、韩国	中国香港	中国大陆、中国澳门、日本
泰国	中国大陆、马来西亚、日本	泰国	马来西亚、中国、新加坡
澳大利亚	新西兰、中国大陆、日本	澳大利亚	新西兰、新加坡、印度尼西亚
马来西亚	新加坡、印度尼西亚、中国大陆	马来西亚	泰国、印度尼西亚、中国大陆
韩国	日本、中国大陆、泰国	韩国	中国大陆、日本、泰国
新加坡	印度尼西亚、中国大陆、马来西亚	新加坡	马来西亚、印度尼西亚、中国大陆

国家/地区	入境旅游游客人次之前三强	国家/地区	出境旅游游客人次之前三强
日本	韩国、中国大陆、中国香港	日本	韩国、中国、泰国
印度尼西亚	新加坡、马来西亚、澳大利亚	印度尼西亚	新加坡、马来西亚、泰国
越南	中国大陆、韩国、日本	越南	中国大陆、泰国、新加坡
新西兰	澳大利亚、中国大陆、日本	新西兰	澳大利亚、新加坡、中国大陆
菲律宾	韩国、日本、中国	菲律宾	中国大陆、新加坡、中国香港

资料来源:世界旅游组织(UNWTO)

4. 中国旅游业在世界旅游业中具有特殊性,全球最大的内需市场令中国旅游模式和其他国家迥然不同

中国旅游业在世界旅游业中的特殊性,在于其还拥有全球最大的内需市场。2015年中国国内外旅游人数超过41亿人次,国内旅游达40亿人次,国内旅游收入3.42万亿元,入境旅游人数达1.2亿人次,国际旅游收入达1136.5亿美元,居民出境旅游1.2亿人次,出境旅游花费达1045亿美元^①,国内旅游的比重远远高于入境和出境旅游。一方面,中国在通过出入境旅游参与国际分工和交换;另一方面,中国通过国内旅游的发展逐步建立起基于内需的国内和国际产业链,影响国内和国际的产业结构。中国旅游业在国际旅游业中的地位,不仅仅由其出境和入境旅游产业决定,全球最大的内生性市场的发展和完善,本身就是世界旅游业的一件大事,这样的结构性特征,令中国旅游的发展路径和模式与其他国家迥然不同,具有其自身的特征和价值。

六、比较:中国与世界其他核心国/地区

1. 旅游竞争力综合水平不高

从各种数据来看,中国已经是旅游大国,但并非旅游强国。以人均国际旅游收入衡量,中国在世界旅游组织统计的216个国家/地区中列第125位。在世界经济论坛发布的《2015年旅游业竞争力报告》中,中国在所有的141个国家/地区中列综合竞争力17位(如表9所示),放在所有八个核心国和九个次核心国17个国家中,中国列中段,中国旅游业仍存在大而不强的特征。

表9 世界各旅游核心国/地区旅游竞争力排名情况(2015)

国家/地区	旅游竞争力排名	国家/地区	旅游竞争力排名
法国	2	美国	4
土耳其	44	加拿大	10
德国	3	巴西	28
英国	5	摩洛哥	62
中国大陆	17	南非	48
泰国	35	埃及	83
中国香港	13	沙特阿拉伯	64
马来西亚	25	印度	52
新加坡	11		

资料来源:世界经济论坛(WEF)

2. 五大优势项:资源优势是核心优势

在所有旅游竞争力项中,中国旅游业有五项超过17个国家/地区的中位数水平(如表10所示),包括安全保障、行业的价格竞争力、人力资源、自然资源和文化资源,特别是后两项远高于中位数水平,自然资源得分5.1分,在17个国家/地区中位于第三位,仅次于美国和巴西;人文资源得分6.4,在17大国中位于第二位,次于法国。中国旅游业具有发展中大国的典型特征,人力资源相对充足,资源禀赋好,旅游价格适宜是其重要优势,但也有其独特优势,例如,其安全保障水平相对较高,是很多发展中国家难以比拟的。

3. 十大弱势项:旅游业发展仍有较多短板

横向比较,中国旅游业还有十大弱势项,分别为政策法规、环境的可持续发展、健康和卫生、旅游的优先次序、空中交通基础设施、地面交通基础设施、旅游设施、资讯科技基础设施、国际开放度和商业环境,特别是环境的可持续发展和旅游设施,与其他旅游大国差距很大,在17国/地区中列最后一位,是中国旅游业的主要短板。这些问题,深植于

^①中国旅游研究院. 2015年中国旅游经济运行分析和2016年发展预测[M]. 北京:中国旅游出版社,2016.

中国旅游业的结构性问题中,并成为制约中国旅游业长期发展的重要问题,提升这些方面的旅游竞争力,需要土地、财政、金融、规划、人才、环保、科技等

多方面体制的突破和创新,改革是中国旅游业持续发展的关键。

表 10 中国旅游竞争力的优势项和弱势项

项目	十大弱势项		项目	五大优势项	
	中国	中位数		中国	中位数
政策法规	3.8	4.2	安全保障	5.5	5.4
环境的可持续发展	2.9	4.0	行业的价格竞争力	5.1	4.5
健康和卫生	5.3	5.4	人力资源	5.2	5.0
旅游的优先次序	4.7	4.9	自然资源	5.1	4.4
空中交通基础设施	4.3	4.6	文化资源	6.4	3.8
地面交通基础设施	3.9	4.0	—	—	—
旅游设施	3.0	5.0	—	—	—
资讯科技基础设施	4.1	4.5	—	—	—
国际开放度	2.5	3.3	—	—	—
商业环境	4.9	5.2	—	—	—

资料来源:世界经济论坛(WEF)

总体而言,中国具有发展中旅游大国的典型特征,同时有强烈的自身特点,中国旅游业要从旅游大国发展为旅游强国,需要进一步强化优势项,弥补弱势项。

七、结语:基于内需的全球化旅游经济强国

中国旅游业的发展是理解当今世界经济格局深刻调整的一条线索,始于2008年的国际金融危机源于世界经济发展格局的不平衡,而此后世界经济正逐步走向再平衡,在此过程中,传统的国际分工垂直分工格局正在被打破,新的分工格局正在产生,发展中国家正获得更具掌控力的价值链地位,旅游业发展基

于内部资源和优势,各国在参与国际分工时具有内源性的特点,在以往,中国旅游业发展主要基于内部资源特点,在新一轮国际分工调整中,中国旺盛的内需正产生巨大的国际影响力,中国旅游业正在塑造基于内需的全球化旅游经济,从资源到需求再到产业价值链控制力,从被动接待客源到主动塑造客源,从走出国门到日具国际影响力的中国游客现象,从旅游大国到旅游强国,中国正在成为一个基于内需的全球化旅游经济强国,而这种变化,对于亚太地区,对于国际旅游新格局,都具有更为健康的正向力量,成为驱动全球旅游业健康发展的重要动力,这是今天中国旅游业发展和改革的价值所在。

参考文献:

[1] Gereffi. G. International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain[J]. Journal of International Economics, 1999, (48) :37 - 70.

[2] Koopman. R, Powers. W, Wang. Z and Shang-jinwei. Give Credit Where is Due: Tracing Value Added in Global Production Chains[R]. NBER Working Paper, 2010, No. 16426.

[3] World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015[R]. 2015.

[4] Xing Y and Detert N. How the iPhone Widens the United States Trade Deficit with the People's Republic of China[R]. AD-BI Working Paper, No. 257, December, 2010.

[5] 黎洁,赵西萍. 论国际旅游竞争力及阶段演进[J]. 桂林:社会科学家,1999, (5).

[6] 刘志彪,张杰. 全球代工体系下发展中国家俘获型网络的形成突破与对策——基于GVC与NVC的比较视角[J]. 北京:中国工业经济,2007, (5).

[7] 卢峰. 产品内分工[J]. 北京:经济学季刊,2004, (4).

[8] 吴明. 全球价值链空间分布测度及中国位置:基于国际投入产出模型的研究[D]. 昆明:云南大学博士论文,2012.

[9] 张辉,王慧娴. 新国际分工背景下中国旅游业改革思考[J]. 北京:旅游学刊,2015, 30, (4).

[10] 张幼文,徐明棋主编. 开放升级的国际环境——国际格局变化与全球化新趋势[M]. 上海:社会科学出版社,2013.

[11] 周升起,蓝珍先,付华. 中国制造业在全球价值链国际分工地位再考察——基于Koopman等的“GVC地位指数”[J]. 北京:国际贸易问题,2014, (2).

[12] 朱应皋,万绪才. 旅游业国际竞争力定量评价理论研究[J]. 南京财经大学学报,2003, (2).

The New Model of Global Tourism System of Division and Cooperation and China's Position

JIN Zhun¹, LIAO Bin²

(1. National Academy of Economic Strategy, CASS, Beijing, 100836, China;

(2. Tourism Institute of Beijing Union University, Beijing, 100101, China)

Abstract: Currently, the model of global tourism system of division and cooperation is undergoing profound change. Vertical intercontinental tourism division is being broken, demand and supply of tourism are connected more closely among countries around the world and mixed intercontinental tourism division is being formed. China and other BRICS countries are leading the development and upgrading of the tourism industry, which is driving the changes in the global travel.

In this paper, the author focuses on the flow and consumption of international tourist to study the model of global tourism system of division and cooperation and China's position in the global tourism system of division and cooperation. The key tourism data of 218 countries from 1995 to 2013 are included in the research.

World tourism has entered a new phase of globalization dividend. Sector innovation, communication, interaction become the new driving force in the world of tourism development. Firstly, the tourism in the Asia Pacific market has experienced a sustained and rapid growth. Asia Pacific and Europe has become the two engines of the world tourism market. Secondly, the share of Middle-income countries in the world tourism market continues to increase, which is driving the growth of the global tourism. Thirdly, there is a direct relationship between the economic development and tourism development. Only a few countries are the Low and Middle income-High tourism income country. Low income country seems difficult to bring a high tourism income. There is also a big gap between the high tourism income and low income countries. The gap of the world tourism economy is much bigger than that of the world economy. Top five countries of the international tourism income, which are USA, France, Spain, China, Germany and the United Kingdom, accounted for 33.4% of the world tourism income. However, as to the growth rate of the international tourism income, there is a significant inverse correlation between growth rate and the share of the international tourism income. Top ten of the fastest international tourism income growing countries all over the world are countries with a small international tourism scale. Also countries with a small international tourism scale perform better on the international tourism income per capita. Above all, the model of global tourism system of division and cooperation has is going from the era of double plate era to the multi plate Era. The market of Asia Pacific, Europe and America play a more and more role. A new plural model of global tourism system of division and cooperation is being formed, in which eight core countries and nine sub-core country are connected together to support each other and lead to the formation the plural division of global tourism system.

In this process, China is becoming a global tourism economy based on its largest domestic demand, and plays an increasingly central role in the global tourism value chain. Firstly, China is the development engine of the Asia Pacific tourism, which also drives the growth of the world tourism. Secondly, China is the tourism leader in the middle-income countries and is entering the phase of the rise of tourism with the economic. Also China is the core countries of the global tourism system of division and cooperation and a central destination of international tourism in the Asia Pacific region. More importantly, based on the world's largest tourism market, China is on the way from resource to demand to industrial value chain control, from tourist destination to the world's largest source of tourists, from a large tourism country to a world-power in tourism. All this new pattern of international travel, have a positive force, is the value of China's tourism industry development and reform lies.

Key Words: global tourism system of division and cooperation; China's tourism industry; Positioning and comparison

(责任编辑:文 川)