**“一带一路”背景下西部地区入境旅游趋势与发展研究**

**把多勋，温倩**

**The Research of Economic Trend and Development of Inbound Tourism in Western China under “One Belt and One Road” Background**

***Ba Duoxun,Wen Qian***

**Abstract** The institutional arrangements of “One Belt and One Road” initiative has a gre-at of strategic effects to China inbound tourism,especially to the inbound tourism along th-e silk road area,which caused the rapid development of inbound tourism in this area in r-ecent years.Therefore,it makes modern tourism industry has become the dominant industry or leading industry by the rapid growth at the industrial structure level,and enlightens a n-ew breakthrough of economic structure in western area.The purpose of this paper is to an-alyse systematicly the inboud tourism trend and development of western China along the silk road by comparing with other districts with Time Series Analysis method,and illustrate systematicly the interactive mechanism of action between One Belt And One Road strate-gy and the development of inbound tourism in western China. In the end,we put forward the strategic value and strategic framework of tourism industry(especially inbound tourism) under “One Belt and One Road” background.

**Key words**  One Belt and One Road western China inboud tourism strategy

作者简介：把多勋（1964-），西北师范大学旅游学院院长，教授，研究方向：旅游产业经济学与区域旅游发展。温倩（1993-），西北师范大学旅游学院，硕士研究生，研究方向：旅游产业经济学与区域旅游发展

通讯地址：甘肃省兰州市安宁东路967号西北师范大学旅游学院

邮政编码：730070

联系电话：13893221840，18609485426

电子信箱：[baduoxun@126.com；wq65351031@126.com](mailto:baduoxun@126.com；wq65351031@126.com)；

**“一带一路”背景下西部地区入境旅游趋势与发展研究**

**内容提要** “一带一路”倡议是近年来对我国入境旅游尤其是丝绸之路入境旅游的发展有极大战略效应的制度安排，导致了近年来我国丝绸之路沿线西部区域入境旅游的迅速发展，并且使这一区域以入境旅游的发展为标志的现代旅游业在产业结构层面上快速成长为具有区域增长和发展意义的优势产业或先导产业，并启示着西部部分区域开放经济格局的新突破。本文旨在系统分析近10年来丝绸之路沿线西部区域入境旅游的发展，在时间序列中将这一区域入境旅游的发展与全国及其他区域的发展进行了比较分析，探讨和阐明了丝绸之路沿线西部区域入境旅游发展的趋势，系统论证了“一带一路”战略与西部跨境旅游发展的互动机理，并提出了这一区域旅游业尤其是入境旅游在“一带一路”背景下的战略价值和战略构架。

**关 键 词** 一带一路 西部地区 入境旅游 战略

“一带一路”战略背景下西部旅游产业发展面临着不同的战略选择，实际上，从2014年到现在，如果以丝绸之路经济带沿线西北地区为国内和跨境旅游目的地，显著地，无论是国内旅游还是入境旅游，客源结构都已有显著改善。显然，在“一带一路”战略向纵深推进的过程中，西部地区旅游产业市场结构已经发生变化，创新推动这一区域的旅游战略向结构不断优化和具有开放特质的方向转型，西北地区各省区应顺应旅游产业发展的内外部环境因素的变化和发展条件的变化顺势向前，制定精准的旅游产业发展战略，已创新开放发展战略格局，从而推动西北地区在新一轮开放态势和条件下的实现区域经济跨越式发展。

入境旅游是国际服务贸易的重要内容，其本质属跨境消费范畴，鉴于旅游产业在国民经济核算中的重要地位和入境旅游在旅游市场中的重要作用，与入境旅游相关的研究一直为学术界所关注。国外学者对入境旅游的研究较早且体系成熟，随着国家社会经济的发展和国际政治格局的改变（如逆全球化与恐怖主义），国外学者近些年以旅游危机事件对国际旅游的影响为关注焦点并取得了突破性的成果，如Susana Cro（2007）使用结构断裂法（Structural Break Test）将旅游危机日期与结构性突变的年代进行比较以预测事前旅游危机，填补了国际学术界对于事前旅游危机研究的空白[[1]](#endnote-1)[1]；国内学者对于入境旅游的研究相对较晚但已相对成熟，研究内容主要涉及入境旅游空间结构、客流流向、客源市场结构、市场发展规律、旅游竞争力、危机事件以及与宏观经济之间关系等方面的研究，并兼具全国层面与省域层面的研究。具体来说，在入境旅游空间结构方面，孙根年（2008）运用重力模型对我国1990-2006年的入境旅游地域结构的演变进行研究[[2]](#endnote-2)[2]，何俊阳（2016）利用超效率DEA方法测度了2005-2014年间泛珠三角区域不同区域的入境旅游发展效率，并借助波士顿矩阵分析了该区域内部的市场竞争态势[[3]](#endnote-3)[3]；在入境旅游客流流向方面，刘宏盈（2012）通过构建广东入境旅游流的西向扩散转移态指数对入境旅游扩散的时空分布特征进行了分析[[4]](#endnote-4)[4]，冯娜提出了外向在线旅游信息流概念并测度出了中国城市的外向在线信息流指数[[5]](#endnote-5)[5]；在入境旅游客源市场结构方面，韩立宁（2013）运用市场竞争态理论分析了1995-2010年我国23个入境旅游客源国结构的变化规律与变化趋势[[6]](#endnote-6)[6]，全华（2012）运用偏额——份额分析法（SSM）对2001-2009年间江苏省入境旅游市场结构变化进行了分析[[7]](#endnote-7)[7]；在入境旅游市场发展规律方面，张瑞英（2014）将我国分为八大旅游区域并分析了不同区域的结构效应和空间效应，得出了不同区域入境旅游变迁的内在规律[[8]](#endnote-8)[8]；在旅游竞争力方面，赵书华（2005）运用国际竞争力测度指标对全球9大旅游服务贸易收入国家的旅游服务贸易竞争力进行研究[[9]](#endnote-9)[9]，冯学钢（2003）运用德尔菲法（Delphi method）和层次分析法（AHP）对我国旅游发展的竞争力进行了量化分析，并与世界入境旅游接待人数排名前10位（2001年）国家进行了比较[[10]](#endnote-10)[10]；在入境旅游危机事件方面，于海波（2015）定量分析了雾霾对我国入境旅游的负面影响[[11]](#endnote-11)[11]，吴良平基于LOWA算子组合预测模型定量分析了危机事件及政治变动对我国入境旅游的影响程度和影响时滞[[12]](#endnote-12)[12]；在入境旅游与宏观及世界经济的关系研究方面，苏建军（2013）利用动摇面板回归模型，利用1985-2009年的时间序列数据分析了进出口贸易对入境旅游的溢出效应[[13]](#endnote-13)[13]。但学术界对于我国入境旅游的最为重要的资源空间与产业空间——丝绸之路沿线西部地区的入境旅游研究则付之阙如，且这些研究大多聚焦于以地理学研究，如基于1994-2008年我国西部陕西、四川、云南的统计数据和抽样调查数据对我国西部入境旅游客流的集散时空动态规律的研究[[14]](#endnote-14)[14]，对2000、2005和2010年西部12省（区）低于耦合系统协调度及时空分异的研究[[15]](#endnote-15)[15]，基于旅游流转移的中国西部省区入境旅游时空动态的分析[[16]](#endnote-16)[16]等。

综上所述，应该说，对我国入境旅游的研究也是服务贸易研究的重要方向，近几年来，研究主要还是聚焦于广义入境旅游研究以及对经济增长的贡献度等宏观领域，也获得了一大批富有成效的研究成果。但是，当下必须高度关注到“一带一路”倡议对我国入境旅游的影响和入境旅游对“一带一路”的影响；尤其值得高度关注的是传统丝绸之路沿线西部区域在具有全球意义的“一带一路”战略向纵深推进过程中关联区域的产业分化和选择；高度关注关联区域在整体“一带一路”战略发展中的优势或先导产业的介入。必须把握“一带一路”沿线西部地区入境旅游发展的新特征和运行趋势，科学合理地认知入境旅游发展和“一带一路”发展的互适，从而精准地制定“一带一路”沿线西部区域优势或先导产业发展战略。

**一、丝绸之路沿线西部地区入境旅游发展的实证研究**

**1.研究设计**

（1）研究区域概况

我国西部地区自古以来就是东西方文化和各类生产要素及商品交换的重要通道，是中华民族和华夏文明重要的发祥地，同时也是中华民族多元民族文化最集中的存续地和展示地，该区域潜藏着丰富的、厚重的文化资源和文化旅游资源，其中作为“全人类共同的记忆”的“丝绸之路”文化旅游在国家“一带一路”战略启动和实施过程中成为全世界最受瞩目的旅游产品和旅游线路，其较小的旅游弹性对外国游客形成了高度的文化引力与文化魅力，为我国西部地区入境旅游市场的培育与发展奠定了良好的文化基础。在整个丝绸之路文化旅游体系中，该区域的各个区段既是丝绸之路文化旅游产业发展的重要组成部分，同时各个区段的文化特质又有显著差异，不同区段间的旅游资源和产品形成了有机错位，为我国西部地区入境旅游市场的培育与发展奠定了良好的资源与产品基础。

（2）数据来源、研究样本及研究方法：

考虑到本文对入境旅游研究的需要和研究方法的选择，本文以入境旅游人数、入境旅游收入、入境客源国及人均花费作为考察我国西区地区入境旅游发展态势及进而研究我国西部地区入境发展战略的基础数据，数据来源于2006-2016年历年的《中国旅游统计年鉴》、《陕西统计年鉴》、《宁夏统计年鉴》、《甘肃统计年鉴》、《青海统计年鉴》、《新疆省统计年鉴》、《北京统计年鉴》、《四川统计年鉴》、《上海统计年鉴》及历年各省（区、市）《国民经济与社会发展统计公报》。同时，基于我国西部地区发展入境旅游的良好基础和条件，如无特殊注明，本文中所述“西部地区”为我国丝绸之路经济带沿线西部各省区，具体包括陕西、宁夏、甘肃、青海、新疆五省区。同时，为了对我国西部地区入境旅游市场实现更为精准的把握，本文选取北京、四川、上海分别作为我国华北、华南及华东地区的参照入境旅游目的地进行分析。

本文主要采用时间序列分析法和对比分析法，以我国其他入境旅游重点区域对我国西部地区的入境旅游市场增长率、人均花费、消费结构、客源国结构、客源国质量进行分析，同时，通过以下方法对各个区域入境游客客源国与消费结构质量进行对比分析：

入境旅游客源质量分为两个方面，一是以整个入境旅游市场为基础，将入境旅游分为港澳台市场和外国人市场，这与我国的特殊条件不无相关，且这种划分方法在我国出入境旅游统计体系中较为常见，虽争议较多[[17]](#footnote-1)[1]，但一直作为官方统计我国入境旅游相关数据的基础，且笔者认为在这种划分方法中外国人比重越高则入境游客结构质量越高，反之；二是国际上较为普遍的方法，即入境旅游市场单指国际旅游市场，入境旅游数据实为国际旅游数据，且一般认为这种方法能够更好的反映某一国家旅游市场发展的国际化与全球化水平。基于这两种不同的出入境旅游统计体系，笔者对入境旅游客源质量进行了入境港澳台与入境外国人结构、不同客源国入境外国人结构两方面的分析，并针对第一种客源质量分析设计了入境旅游客源质量指数Q值，公式如下：

*Q=*

其中，Q为入境旅游客源结构质量指数，QI某一年度某一地区港澳台游客占当年全部入境游客的百分比，QF某一年度某一地区外国人游客占当年全部入境游客的百分比。当Q值1，表明入境旅游客中港澳台游客占比大于外国人游客占比，则入境客源结构质量较低，当Q=1，表明入境旅游客中港澳台游客与外国人游客占比相等；当Q1，表明入境旅游客中港澳台游客占比小于外国人游客占比，则入境客源结构质量较高。

而旅游消费结构是游客在旅游过程中所消费的各种类型的消费资料（物质产品、精神产品、服务）的比例关系，是反映入境旅游发展程度和旅游产品结构的重要指标。在各种类型的旅游统计年鉴中一般按照旅游消费的不同用途将旅游消费结构分为基本旅游消费和非基本旅游消费，其中，基本旅游消费包括交通支出、游览支出、饮食支出、住宿支出等相对稳定且弹性较小的支出；非基本旅游消费包括旅游购物支出、娱乐休闲支出、邮电通讯消费等相对波动且弹性较大的支出。本文通过入境旅游消费结构指数E值来反映入境旅游消费结构的变动趋势，公式如下：

*E=*

其中，E为入境旅游消费结构指数，EA为非基本入境旅游消费支出占入境旅游总消费支出的百分比，EB为基本入境旅游消费支出占入境旅游总消费支出的百分比。E值越大，表明区域入境旅游消费结构质量越高，即入境旅游消费中非基本性消费占比越大，基本性消费占比越小，入境旅游市场发展水平越高。

**2.研究结果**

**（1）西部地区入境旅游现状分析**

从图1可以看出，2006-2016年间我国西部地区入境旅游人数与入境旅游消费的变动趋势基本一致，且大致经历了3个发展阶段。第一阶段（2006-2009）为低位运行期。这一阶段，西部地区入境旅游市场进行初步开拓形成，入境旅游人数与入境旅游收入变动较为平稳，入境旅游人数由2006年的177.76万人次增长为2009年的191.61万人次，增长率为7.79%；入境旅游收入由2006年的6.18亿美元增长为2009年的8.25亿美元，增长率为33.50%，但二者的年均增长率仅为0.28%和2.26%。第二阶段（2010-2013）为高位增长期。这一阶段，西部地区入境旅游市场蓬勃发展，入境旅游人数与入境旅游外汇收入保持高位快速增长，入境旅游人数由2010年的332.32万人次快速增长为2013年的525.69万人次，增长率达58.18%，入境旅游消费有2010年的9.39亿美元增长为2013年的22.01亿美元，增长率为134.50%，二者的年均增长率为31.09%与28.52%。第三个阶段为（2014-2016）波动增长期。这一阶段西部地区入境旅游市场变动较大，并出现了入境旅游人数与入境旅游收入变动不一致的状况，2014较2013年入境旅游人数年下降18.28%，但入境旅游消费却增长5.09%，2015年较2014年入境旅游人数增长11.08%，入境旅游消费却下降14.96%，这可能与2014与2015年西部地区入境旅游产品结构的调整等有关，该阶段入境旅游人数与消费年均增长率又回落为3.24%和8. 83%。

**图1 2006-2016年西部地区入境旅游人数与入境旅游收入变化**

数据来源：根据2006-2016年西部地区各个省份统计年鉴计算得出。

**（2）西部地区入境旅游增长率分析**

1）增长率演变分析

从入境旅游人数的增长率来看，如表1所示，除华东与西部地区外，2006-2016年全国、华北和华南地区入境旅游人数的增长率呈波动下降趋势。全国入境旅游人数增长率由2006年的3.90%下降为2016年的3.50%；华北地区入境旅游增长率由2006年的7.50%下降为2016年的-0.82%；华南地区的入境旅游增长率由2006年的31.90%下降为2016年的13.03%；华东地区的入境旅游增长率由2006年的6.01%上升为2016年的6.77%，但上升幅度相对较小；西部地区的入境旅游人数增长率2006年在各国各个区域中最低，仅为5.36%，但经过10年的发展，自2015年开始，西部地区入境旅游人数增长率开始大幅度上升，至2016年上升至16.93%，成为全国入境旅游人数增长最为迅速的区域。

**表1 2006-2016年不同地区入境旅游人数增长率对比**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 入境旅游人数  增长率(%) | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| 全国 | 3.90 | 5.50 | -1.40 | -2.70 | 5.80 | 1.20 | -2.20 | -2.50 | -0.45 | 4.10 | 3.50 |
| 华北 | 7.55 | 11.58 | -12.97 | 8.84 | 18.81 | 6.18 | -3.75 | -10.14 | -5.03 | -1.75 | -0.82 |
| 华南 | 31.90 | 21.89 | -59.06 | 21.50 | 23.46 | 56.27 | 38.65 | -7.82 | 14.61 | 13.75 | 13.03 |
| 华东 | 6.01 | 9.89 | -3.79 | -1.79 | 35.33 | -3.94 | -2.10 | -5.37 | 4.48 | 1.12 | 6.77 |
| 西部 | 5.36 | 15.83 | -15.25 | 9.81 | 73.44 | 26.13 | 19.68 | 4.80 | -18.28 | 11.08 | 16.93 |

数据来源：根据2006-2016年各个地区统计年鉴和《中国旅游统计年鉴》计算得出。

从入境旅游收入的增长率来看，相较于入境旅游人数的增长情况而言，西部地区入境旅游的增长表现更为抢眼。同样，除华南与西部地区外，全国、华北地区和华东地区2006-2016年间入境旅游收入的增长率都呈下降趋势。其中，华南地区入境旅游收入增长率由2006年的25.09%上升为33.80%；西部地区的入境旅游收入增长率虽然波动较大，但其由2006年的6.37%上升为2016年的36.35%，上升幅度远大于华南地区，并成为全国入境旅游收入增长率最高的地区。

**表2 2006-2016年不同地区入境旅游收入增长率对比**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 入境旅游收入增长率（%） | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| 全国 | 12.90 | 23.50 | -2.60 | -2.90 | 15.50 | 5.80 | 3.20 | 3.30 | 103.97 | 7.80 | 5.60 |
| 华北 | 11.23 | 13.74 | -2.61 | -2.24 | 15.69 | 7.38 | -4.93 | -6.88 | -3.90 | -0.06 | 10.10 |
| 华南 | 25.09 | 29.65 | -58.05 | 34.22 | 22.71 | 67.71 | 34.41 | -4.18 | 12.15 | 37.68 | 33.80 |
| 华东 | 9.78 | 19.59 | 6.12 | -4.60 | 33.55 | -8.90 | -5.86 | -4.53 | 8.79 | 4.47 | 9.56 |
| 西部 | 6.37 | 15.86 | 20.39 | -4.29 | 13.82 | 51.22 | 27.46 | 21.60 | 5.09 | -14.96 | 36.35 |

数据来源：根据2006-2016年各个地区统计年鉴和《中国旅游统计年鉴》计算得出。

2）年均增长率分析

**图2 2006-2016年不同地区年入境旅游人数与收入年均增长率对比**

数据来源：根据2006-2016年各个地区统计年鉴和《中国旅游统计年鉴》计算得出。

由图2所示，2006-2016年不同地区入境旅游人数年均增长率差别较大，年均增长率标准差为0.067。其中，华南地区年均增长率为15.29%，排名第一，分别是华东、华北和全国入境旅游人数增长率的3.61、9.10和11.41倍；西部地区次之，年均增长率为13.59%，是华东、华北和全国入境旅游人数增长率的3.20、8.08和10.14倍；而华东、华北与全国的入境旅游人数年均增长率仅为4.24%、1.68%和1.34%。同样，从2006-2016年不同地区入境旅游收入年均增长率对比来看，华南地区年均增长率为21.38%，排名第一，分别是全国、华东和华北地区的1.33、3.50和6.27倍；西部地区次之，入境旅游收入年均增长率为16.27%，基本与全国16.01%的增长率持平，分别是华东和华北地区的2.63和4.77倍。因此，无论从入境旅游人数年均增长率还是从入境旅游收入年均增长率，西部地区入境旅游市场增长均快于全国平均水平，且大幅度地快于华北与华东地区。

**（3）西部地区入境旅游人均消费分析**

**图3 2006-2015年不同地区入境游客人均花费对比**

数据来源：根据2006-2015年各个地区统计年鉴计算得出（2016年统计数据缺失）。

如图3所示，2006-2015年不同地区的入境旅游人均消费皆呈上升趋势， 2006年华北、华东、华南和西部地区入境旅游人均花费为246.09美元/天、233.21美元/天、174.98美元/天和150.94美元/天，2015年华北、华东、华南和西部地区入境旅游人均花费皆上升为272.67美元/天、259.58美元/天、192.94美元/天和173.5美元/天；西部地区是四个地区中唯一一个入境旅游人均消费稳步上升的地区；同时，华北与华南地区入境旅游人均消费显著地大于华南与西部地区，这与西部地区宏观经济发展水平息息相关，但西部地区入境旅游人均消费2015年相较于2006年增长了14.94%，这一比率大于华北（10.80%）、华东（11.31%）与华南（10.26%）地区。

**（4）西部地区入境旅游消费结构质量分析**

**图4 2009-2015年西部与全国入境旅游消费结质量E值对比**

数据来源：根据2009-2015年西部各个省区统计年鉴和《中国旅游统计年鉴》计算得出（2005-2008年和2016年统计数据缺失）。

如图4所示，2009年全国与西部入境旅游消费结构质量指数E值分别为0.72与0.71，2015年全国与西部入境旅游消费结构质量指数E值分别为0.55与0.53，表明2009-2015年西部地区入境旅游结构质量指数发展趋势与全国一致；全国与西部地区的入境旅游消费结构质量E在2009-2015年都小于1，且呈下降趋势，表明全国（平均水平）与西部地区入境旅游消费结构中基本消费占比越来越大；虽然，2009-2015年间西部地区入境旅游消费结构质量指数E值小于全国平均水平，但差距逐渐缩小，至2015年差距仅为2个百分点。

**（5）西部地区入境旅游客源结构质量分析**

1）入境港澳台与外国游客结构质量分析

**图5 2006-2015年不同地区入境港澳台与外国游客结构质量Q值对比**

数据来源：根据2006-2015年各个地区统计年鉴和《中国旅游统计年鉴》计算得出（2016年统计数据缺失）。

如图5所示，2006年全国、华北、华南、华东与西部入境港澳台与外国游客结构质量指数Q值为4.62、0.15、0.63、0.34和0.42，2015年Q值分别为4.15、0.17、0.41、0.30和0.55，表明西部地区相对于其他地区而言，港澳台游客占比要大于外国人游客占比，这与西部地区入境旅游资源的文化特性有关，如陇东南“寻根文化”旅游资源相较于全球旅游资源而言具有较高的垄断性，因此其较易对港澳台游客容易形成较高的文化吸引力。

2）外国人客源结构质量分析

**表3 2015年外国游客市场客源国结构对比**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 比例（%） | 英国 | 法国 | 美国 | 澳大利亚 | 日本 | 韩国 | 印度尼西亚 | 马来西亚 | 新加坡 | 菲律宾 | 泰国 | 印度 | 巴基斯坦 | 哈萨克斯坦 |
| 全国 | 2.23 | 1.87 | 8.03 | 2.45 | 9.61 | 17.10 | 2.10 | 4.14 | 3.48 | 3.86 | 2.47 | 2.81 | — | — |
| 北京 | 4.81 | 4.27 | 19.41 | 3.80 | 7.23 | 11.63 | 1.37 | 2.18 | 3.08 | 0.65 | 1.39 | 2.25 | — | — |
| 四川 | 9.00 | 3.86 | 14.88 | 4.63 | 8.88 | — | — | 6.52 | 6.39 | — | 3.34 | — | — | — |
| 上海 | 3.53 | 3.32 | 12.54 | 3.09 | 15.11 | — | — | — | 3.22 | — | — | — | — | — |
| 陕西 | 6.53 | 5.52 | 15.50 | 5.04 | 4.93 | 17.97 | 0.72 | 4.18 | 1.88 | 0.27 | — | 1.47 | — | — |
| 宁夏 | 2.18 | 3.62 | 13.33 | — | 9.73 | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| 甘肃 | 3.22 | 4.77 | 10.43 | 2.63 | 22.69 | 10.69 | 0.99 | — | 7.46 | 1.22 | 2.41 | — | — | — |
| 青海 | 6.27 | 5.65 | 12.92 | 3.78 | 9.50 | 8.69 | 2.07 | 4.70 | 3.38 | 0.59 | 5.38 | — | — | — |
| 新疆 | 0.39 | 0.54 | 0.50 | 0.18 | 0.39 | 0.47 | 0.06 | 0.38 | 0.33 | 0.06 | 0.16 | 0.07 | 0.64 | 78.83 |

数据来源：根据2015年各个地区统计年鉴和《中国旅游统计年鉴》计算得出，但由部分客源国数据缺失，不同客源国占比之和不等于100%。

如表3所示，2015年在全国入境外国人客源中占比前三的是韩国、日本和美国；在北京入境外国人客源中占比前三的是美国、韩国和日本；四川入境外国人客源中占比前三的是美国、日本和英国；上海入境外国人客源中占比前三的是日本、美国和英国；西部地区中的陕西入境外国人客源中韩国占比高达17.97%，美国游客占比也为15.50%，在宁夏外国人客源中占比最高的为美国13.33%，甘肃入境外国游客中日本游客占比高达22.69%，青海入境外国游客中占比最高为美国12.92%，而新疆是我国入境旅游统计年鉴中唯一一个列明中亚客源市场的省区，且哈萨克斯坦游客在其入境游客中占比高达78.83%，说明西部地区在中亚入境旅游市场显然最具优势。

**（6）西部地区入境旅游发展潜力分析**

**图6 2006-2016年西部地区入境旅游人数与入境旅游收入占全国比例变化趋势**

数据来源：根据2006-2016年西部各个地区统计年鉴和《中国旅游统计年鉴》计算得出。

由图6可以看出，西部地区入境旅游人数与入境旅游收入在全国旅游市场中的比例依然较小，但呈波动上升趋势，表明西部入境旅游市场的发展与开拓极具潜力：从入境旅游人数占比变化来看，2006年西部地区入境旅游人数占比为1.42%，之后一直呈上升趋势，并在2013年入境旅游人数占比上升至4.07%，但2014年急剧下降为3.34%（与2014我国入境旅游人数与收入的变化相同），2014年之后继续上升；从入境旅收入占比变化来看，2006年西部地区入境旅游收入占比为2.11%，至2013年占比达到峰值4.48%，同样，入境旅游收入占比在2014年达到最小值1.87%，但2014年之后继续上升。

**3．研究结论**

首先，在时间序列分析中的动态研究表明，丝绸之路沿线西部地区尽管在我国旅游产业规模中的份额尚小，但作为旅游产业三大市场的入境旅游市场发展增速比较明显，除在特定时点上因为全球经济和国内经济波动对跨境旅游影响而呈现小幅回落之外，其他年度均实现较大增长。尤其值得关注的是近5年来丝绸之路沿线西部地区入境旅游人数和收入增长率大幅上升，成为我国入境旅游人数和收入增长最为迅速的地区。其次，近10年来西部地区入境旅游收入的增长幅度超过我国传统入境旅游目的地的华南地区，成为全国入境旅游收入增长率最高的地区。最后，从入境旅游人均消费来看，我国显然存在差距较为明显的二级区域，其中，全国一级区域应属华北和华东地区，二级区域是华南和西部地区，但西部地区旅游人均消费在2016年增长率为全国最高，显示出“一带一路”战略倡议的强大制度和战略影响效应，且可以乐观地认为这一效应将会在未来持续下去。

总体看，无论是过去还是现在，丝绸之路沿线的入境旅游在全国的占比还相当低（2016入境人数占比4.04%，入境收入占比2.12%），但在“一带一路”倡议逐渐向纵深发展且全球影响力和对全球地缘旅游经济的改变越来越显著的态势下，我们有理由相信丝绸之路旅游，尤其是我国丝绸之路跨境旅游的发展一定预示着这一区域跨境旅游的强劲势头，也在迅速地改写着我国入境旅游区域结构和区域格局。

**二、丝绸之路跨境旅游的战略价值分析**

1.丝绸之路跨境旅游——尤其具有先发效应的入境旅游——是“民心相通”的重要产业选项。在“一带一路”战略向纵深推进的当下，关键是通过“民心相通”实现中国与沿线国家的互信，建立基于可持续发展的人文与信任基础；而基于双向文化、人文、经济和社会多重交流功能的现代旅游产业发展则可实现“一带一路”客源国人民与目的地人民之间的平等的交流，在实现旅游经济双边价值的同时更重要地增进情感、相互信任与学习，为其它联系建立重要的以信任为重要内核的基础。

2.大力推进丝绸之路跨境文化旅游产业是新开放条件下内陆地区推动开放发展的重要契机。与我国八九十年代的开放条件不同，我国内陆尤其是西北地区在国际产业差度甚至国内产业经济差度存在的历史条件下，如无发展开放经济的比较产业优势必沦为“空心经济”或“通道经济”的不利发展条件，在当下的互联网经济条件和发达物流网络条件下更是如此。而以文化为基本交流内容的旅游产业发展则具有天然的产业比较优势，必将成为丝绸之路经济带沿线西部省区在日渐向纵深发展的“一带一路”战略实施中最具有开放价值和增长价值的比较优势产业。

3.推进文化旅游产业发展也是丝绸之路沿线区域在国内产业分工格局中的必然选择，也是我国西部省份资源禀赋条件所规定的。我国战略上的第一轮开放已有四十多年，其间中国和世界都发生了重大变化，在产业战略层面上的主要结果已经较为成型的国际国内产业分工格局，而西部地区尤其是西北地区在这一产业分工发展中越来越处于不利地区，以科技创新和出口导向的新经济类型已很难成为西部地区产业经济发展中的新增长极产业。而具有资源天赋性质和高度垄断性质的文化为内容、旅游产业作为载体的现代旅游业恰恰可以成为在新一轮向西开放条件下的比较优势鲜明的产业选项。

4.丝绸之路是人类迄今为止最重要的文明交互时空，也属于人类共同的文化记忆，具有发展现代旅游产业重要的文化意义。自汉唐时 “凿空西域”段这一通道成为人类有史以来东西方文明最重要的融合区以来，人类文明的图景就发生了很大变化，在东西方经济文化社会和人的交往空前加深以后，大大推动了人类的发展，这一文明交互空间的形成深刻地改变了人类文明的格局。因此，丝绸之路尤其是陆上丝绸之路便成为了具有传承和迭代意义的东西方共有的文化记忆和相像，而这一记忆和想象的实现方式便当然地以现代旅游产业为担当。在“一带一路”战略推进中，以“文化记忆”和“文化想像”为基本动机、以人的双向流动为基本型域和以现代旅游产业运行为基本特征的跨境旅游应当是题中应有之义。

5.旅游近二十年的发展，丝绸之路沿线西部各省区已有了相当的旅游产业发展（包括跨境旅游发展）的基础。实际上，丝绸之路经济带沿线的西部地区，尤其是西北内陆地区的陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆五个省区在产业发展和结构演变中其发展重点越来越委于现代文化旅游产业，在其经济总量和产业分量中文化旅游产业的比重越来越大，基本已成为这些地区的优势产业、龙头产业甚至支柱产业，五个省区旅游产业占地区GDP比重均超过10%，这既是区域政府审时度势、通过发展引领和政策导向获得的发展绩效，但也是市场力量在资源配置过程中作用的必然结果；而且，西部地区这些省区越来越根据现代旅游产业发展需要进行基础设施建设和产业配置建设的布局，由国家主导或区域主导的高铁、高速公路及市县镇交通网络有意识向重点旅游资源集聚区集中，以着力解决国内旅游和跨境旅游的“可进入性”问题，如甘肃支线机场建设、高铁建设和通用机场建设首先考虑国内远距离的入境游客的入出问题。如果在国家战略背景下这些区域的区域产业战略定位更加明确、精准和稳定，这一区域的基础设施建设条件将会更加适应于现代旅游产业发展。

**三、“一带一路”背景下西部入境旅游发展的战略构想**

1.“一带一路”战略的空间布局与地缘经济优势改变了西北地区开放发展条件，使这一区域面临产业发展的良好前景，这是西北地区旅游产业发展空间条件与地缘经济条件的重大变化。必须在这一战略背景下认识旅游产业发展对西北地区开放战略成长的先导作用。西部地区是承接我国东部产业转移的重要基地、我国向西开放的战略高地、我国资源产品和服务西出的重要通道以及与我国区域经济新增长相适应的重要路段和“时带”，旅游产业在向西开放发展中由于其经济属性、市场性、民间性及自发性等特质可以迅速地形成新的发展类型，较快地改善这一区域旅游经济和本体结构并形成开放发展新态势。

2.在我国第一轮开放四十年之后，囿于市场化的资源配置基本方式的国内经济格局已经形成并基本固化，这部分地决定着我国东、中、西三大区域在新一轮向西开放进程中的国际经济属性，从而，西北地区各省区很可能在越来越纵深发展的向西开放中沦为通道，存在向西开放发展中的“甩出效应”。因此，对应于“一带一路”战略，将西北地区拥有绝对比较优势的资源型产业、现代畜牧业、现代农业以及现代旅游产业定位为向西开放的战略先导性产业就成为战略定位中的重中之重，而文化旅游产业更应定位为具有引领和启动属性的重头启动产业；在产业发展基本层次和结构定位上，则要考虑承接入境旅游和国内大半径经济圈旅游为未来建设和发展的重点。

3.应合理安排和制定入境旅游的产业属性，充分而精准地认识丝绸之路经济带沿线西北地区各省区旅游资源的分布与游客——尤其是入境旅游消费的动机指向及消费效用获取的主要方式，对西北地区入境旅游游客的细分指标的初步分析和感知调查.作为丝绸之路腹地的这一区域拥有悠久而厚重的文化想象、丰富多彩的民族文化以及与文化融合新业态形成的体验经济类型当是开发入境旅游的重要因素；而西北地区相对于我国东部和中部显著不良的自然环境和条件也限制了这一区域入境旅游的旅游指向与效用空间。因此，大力发展观光体验旅游为基本特征的旅游形态应当成为这一区域旅游产业发展的战略重点，同时应高度考虑这一区域自然资源、文化资源及产业资源的历史差异与特定性，资源与产业融合发展形成的新型旅游类型也应当是体验旅游相当重要的内容，如宁夏和甘肃的伊斯兰文化旅游，甘肃河西走廊的体育节事旅游、陕西的农耕文化形态旅游以及新疆的自然和民族风情有机互补的旅游形态等。

4.丝绸之路沿线西北地区各省区应在发展中高度重视区域旅游发展形成既分省区又相互协作的、以丝绸文化为基本内容的旅游产业空间战略格局与开放格局。传播与认知规律表明，空间距离远近与游客选择替代存在紧密的关系，空间距离越近则游客越倾向于对于相邻区域进行由此及彼的替代选择（即使在文化本体上相邻区域差异很大），因此，丝绸之路沿线各省区一定要适应有效的、高度差异化的旅游资源与产品分工格局，切忌资源和产品类型上的的重复和叠加；同时，应充分认识到各省区作为丝绸之路文化的整体性、交融性和递延性，形成互补而不是替代、部分而不是单体的、关联而不是分割的完整丝绸之路文化产品和由此决定的“文化链”和“旅游链”，并将这一完整产品在时空上进行有效地分割，对转型成的现实旅游产品进行整体营销和部分营销。有必要指出的是随着中国与丝绸之路沿线中亚、中东及欧洲地区互信的建立，交通、通信、签证等一系列旅游便利化条件的初步形成，丝绸之路文化旅游形象的国际定位和传播必须适应在整体丝绸之路和区域协作发展展望的基础上，这更需要政府在更高层面上的战略介入。

5.中国丝绸之路是一个整体，但是在区域地理层面上又是由不同区段组成的，对丝绸之路沿线西部区域的子区域而言，能否成为入境旅游目的地，要进行现代旅游业意义上的理性和规范评价。丝绸之路对于不同的子区域而言，对于入境旅游目的地而言，有可能是“点”，也有可能是“面”和“线”，要区分丝绸之路的不同区段的不同特质，按照文化旅游的相应时空类型进行精心打造和形象传播。比如，路上丝绸之路的重要区段——甘肃河西走廊，就是一个最适宜进行“线”层面上系统打造的全球文化旅游目的地，可以考虑以“丝绸之路——河西走廊国际文化旅游廊道”的型致进行跨区域、全方位的建设和打造，在可预期的未来，使之成为全球首选的跨境旅游目的地，并可能形成对丝绸之路沿线其他西部区域的强大的示范和联动效应。

1. [1] [Susana Cró](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517717301097). Structural breaks in international tourism demand: Are they caused by crises or disasters? [J] .[Tourism Management](http://www.sciencedirect.com/science/journal/02615177" \o "Go to Tourism Management on ScienceDirect),2017(63):3-9. [↑](#endnote-ref-1)
2. [2] 孙根年，杨忍，姚宏．基于重心模型的中国入境旅游地域结构演变研究[J]．干旱区资源与环境[J]，2008，22（7）：151-153. [↑](#endnote-ref-2)
3. [3] 何俊阳，何灵，邓淇中．泛珠三角区域入境旅游发展效率评价及其影响因素[J]．经济地理，2016，36（2）：196-199． [↑](#endnote-ref-3)
4. [4] 刘宏盈．广东入境旅游流西向扩散距离衰减规律研究[J]．经济地理，2012，32（11）：162-170． [↑](#endnote-ref-4)
5. [5] 冯娜，李君轶．外向在线旅游信息流与入境旅游流的耦合分析——以美加入境旅游流为例[J]．旅游学刊，2014，29（4）：79-84． [↑](#endnote-ref-5)
6. [6] 韩立宁，吴晋峰，任瑞萍，等．1995-2010年间中国入境旅游客源国结构动态研究[J]．地域研究与开发，2013，32（1）：81-85． [↑](#endnote-ref-6)
7. [7] 全华，赵磊，陈田，等．入境游客客源市场结构实证分析——以江苏省为例[J]．经济地理，2012，32（1）：146-152. [↑](#endnote-ref-7)
8. [8] 张瑞英，席建超，葛全胜．1996-2013年中国入境旅游市场时空演变研究：结构效应与空间效应[J]．地域研究与开发，2014，33（6），81-85． [↑](#endnote-ref-8)
9. [9] 赵书华，李辉．全球旅游服务贸易9强的国际竞争力定量分析[J]．世界经济研究，2005（8）：59-63． [↑](#endnote-ref-9)
10. [10] 冯学钢，赖坤．中国旅游业发展环境国际竞争力比较研究[J]．世界经济研究，2003（7）：40-45． [↑](#endnote-ref-10)
11. [11] 李晓义．中国入境旅游——需求因素与对策研究[M]．北京，中国旅游出版社，第一版，2015，32-49． [↑](#endnote-ref-11)
12. [12] 吴良平，张健．危机事件及政策变动对中国入境旅游的影响研究——基于剔除直接价格效应的中国入境旅游收入[J]．旅游学刊，2013，28（3）：29-36． [↑](#endnote-ref-12)
13. [13] 苏建军，徐璋勇，赵多平．国际货物贸易与入境旅游的关系及其溢出效应[J]．旅游学刊，2013，28（5）：43-51． [↑](#endnote-ref-13)
14. [14] 李创新，马耀峰，贺雅坤，等．1994-2008年西部入境旅游典型省份客流集散时空动态研究——以陕西、四川、云南为例[J]．旅游学刊，2011，26（7）：12-19． [↑](#endnote-ref-14)
15. [15] 张春辉，马耀峰，吴晶，等．供需视角下西部入境旅游流与目的地耦合协调度及其时空分异研究[J]．经济地理，2013，33（10）：175-181． [↑](#endnote-ref-15)
16. [16] 李馥利，马耀峰．基于旅游流转移的中国西部省区入境旅游时空动态分析[J]．江西农业学报，2011，23（6）：157-160． [↑](#endnote-ref-16)
17. [1] 王兴斌．中国青年报[N] ．2015-02-12（11）． [↑](#footnote-ref-1)