

第二章 | 中国旅游业发展概况

【要点速览】

中国旅游业的产生与发展；中国旅游业三大市场；典型旅游业态发展趋势。

第一节 中国旅游业发展简史

中国是世界文明古国之一，旅行活动的兴起同样居于世界前列。春秋战国时的老子、孔子二人，老子传道，骑青牛西去；孔子讲学周游列国。汉时张骞出使西域，远至波斯（今伊朗和叙利亚）。唐时玄奘取经到印度，明时郑和七下西洋，远至东非海岸，还有大旅行家徐霞客作了游记。

早在殷周之际，人们已经开始注意旅行的类别。《易经》中，专讲行商客贾的一卦就称为“旅”卦。东周时期，旅行分类更加清楚，东周人除了沿用殷周以来的说法，以“旅”称商旅，以“征”称军旅，以“归”称婚旅，以“巡”称天子之旅，以“迁”称迁徙之旅，特别是他们用“旅”字为中国旅游史引进了现代“旅游”的概念。

有关“旅游”一词，最早见于六朝。南朝时，沈约（441—513年）《悲哉行》“旅游媚年春，年春媚游人”的诗句，用以专指个人意志支配的，以游览、游乐为主的旅行，以此区别于其他种种功利性的旅行。“旅游”一词在古诗词中有游行游览或长期寄居他乡之意。含旅行游览之意的诗词除沈约的《悲哉行》外，还有唐朝王勃《涧底寒松赋》中的“岁八月壬子，旅游于蜀，寻茅溪之涧”。含长期寄居他乡之意的诗词包括唐朝贾岛《上谷旅夜》中的“世难那堪恨旅游，龙钟更是对穷秋。故园千里数行泪，邻杵一声终夜愁”；唐朝尚颜《江上秋思》中的“到来江上久，谁念旅游心。故国无秋信，邻家有夜砧”。

阶段,客源地下沉趋势显著,平均每10位中国公民中就产出1人次出境旅游。同时,目的地选择更加发散,跨国游客逆差约488万人次。

第三节 典型旅游业态发展趋势

一、文旅融合

根据十三届全国人大一次会议审议的国务院机构改革方案,国家旅游局和文化部合并,成立文化和旅游部。2018年4月8日,新组建的文化和旅游部正式挂牌。社会各界纷纷表示:“诗和远方终于走在了一起。”文旅深度融合一时成为社会广泛关注的焦点。“诗和远方”携手同行,文旅融合发展,构成新时代下的发展趋势。

文旅融合,文化是内容,旅游是场景。文旅融合观念和文旅运营思维已成为国家层面的战略思维。“文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体”,文旅在融合发展过程中,遵循“宜融则融,能融尽融,以文促旅,以旅彰文”的原则,这不仅有利于增加旅游收入,而且能开发文化资源、促进文化传播,提高我国软实力水平。

推动文化产业与旅游产业融合发展,是党中央、国务院作出的重大决策部署,是推动两个产业转型升级提质增效的重要途径,尤其在稳增长调结构促改革惠民生的背景下,进一步推动文化产业与旅游产业深度融合具有重要的意义。

一是进一步强化融合即发展的理念。一方面,根据旅游市场的需求,通过对文化资源、文化遗产和传统文化进行深入的挖掘、整理和开发利用,融入旅游产品和服务当中,让游客在不断体验、感受和认知不同文化的过程中传播文化,有利于推动旅游目的地文化的交流和价值的实现,扩大文化影响力,增强文化软实力。另一方面,文化创意和设计服务与旅游产业的融合,是实现旅游产业提质升级的必然选择,只有将提升文化内涵贯穿到旅游发展的全过程,实现景点外观和文化内涵的统一,才能使旅游产业更具生命力、吸引力和竞争力。实践证明,推动文化产业与旅游产业融合发展,也是世界旅游发展的大趋势和国内外许多文化旅游业发达地区的成功做法。

二是进一步树立互促共赢理念。文化产业与旅游产业是现代服务业中两个极具发展潜力的产业门类,两者的内涵外延、功能作用具有明显差异,但同时又具有不可分割的联系。文化产业与旅游产业都是为人们提供精神消费服务

的，两者具有天然的耦合性。文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体；文化提升旅游内涵，旅游实现文化价值。旅游是文化消费的重要形式、文化传承的重要渠道、文化形象的重要载体和文化繁荣的重要支撑。文化产业与旅游产业可以在融合发展中达到互促共赢，产生叠加放大效应。文化产业与旅游产业融合发展，应是一个以文化带旅游、以旅游促文化的过程，是一个既有经济效益又有社会效益的过程，是一个优势互补、相得益彰、互惠共赢的过程。所以，在推动两者融合发展过程中，不能只强调或偏重文化内容向旅游产业的植入，也不能单方面强调旅游产业向文化产业的空间拓展。树立互促共赢的理念，有助于两大产业的决策者和从业者以更加开放和积极的心态，主动自觉地推动两个产业的深度融合，而不必担心一个产业被另一个产业取代或吞并。

三是进一步强化一体化发展理念。文化产业与旅游产业的融合是一个长期发展的过程，不可能一蹴而就。推动两个产业长期持久融合发展，必须进一步强化一体化发展理念，实现两个产业基础资源、生产要素、产业链各个环节的有效融合，实现理念、载体、市场的共享融通，形成一体化的组织结构、管理体制、发展规划和政策措施，做到你中有我、我中有你。一体化发展理念一方面要求立足当下，增强紧迫感，争取融合发展取得现实的实际效果；另一方面要求立足长远，持之以恒地推动融合发展，使两者不断地在发展中融合，在融合中发展，最终成为国民经济的支柱产业。强化一体化发展理念，要求进一步增强自觉性和紧迫感，不断在深度和广度上促进文化旅游相融合，既要将文化内涵贯彻到吃、住、行、游、购、娱各环节，用独特的文化品格和文化魅力诠释旅游，使旅游更具有吸引力，又要将旅游产业作为挖掘文化、优化文化、丰富文化和保护文化的重要途径，以旅游独特的宣传方式，更好地传播特色文化，借助旅游市场提升文化软实力。

二、智慧旅游

智慧旅游是一种将物联网、云计算、下一代通信网络、高性能信息处理、智能数据挖掘等技术应用于旅游体验、产业发展、行政管理等方面的形态，使旅游物理资源和信息资源得到高度系统化整合和深度开发激活，并服务于公众、企业、政府等主体的面向未来的全新的旅游形态。它以融合的通信与信息技术为基础，以游客互动体验为中心，以一体化的行业信息管理为保障，以激励产业创新、促进产业结构升级为特色。智慧旅游，就是利用移动云计算、互联网等新技术，借助便携的终端上网设备，让游客主动感知旅游相关信息，并及时安排和调整旅游计划。

三、定制旅游

定制旅游是指旅游企业根据游客的需求安排旅游行程中的食、住、行、游、购、娱等要素,让游客参与到旅游产品设计过程中,以满足游客对旅游体验的个性化追求,最终实现旅游价值的一种旅游方式。我国定制旅游产生于20世纪80年代,是随着定制研究的深入以及旅游业的繁荣融合而形成的新领域。

定制旅游可分为三种形式:①单项组合定制,如自由行的机票+酒店;②主题定制,如奢华旅游,有具体行程和主题,主要针对小众的特色旅游线路;③C2B定制,客人提出具体需求与商家对接。

从设计看,定制旅游是在精准的目标人群细分、兴趣细分、需求细分的基础上,整合能满足游客个性化需求的旅行供应商与跨行业资源的合作伙伴,遵循以客户体验价值为导向的产品设计原则,不仅关注产品的成本和销售价格,更关注游客的时间成本和体验成本,游客也将参与产品的设计与选择,按需定制,在前期组团中,更多的是提供顾问式服务,行程中的服务要素是灵活、周到、流畅、专业。

四、红色旅游

红色旅游主要是以中国共产党领导人民在革命和战争时期建树丰功伟绩所形成的纪念地、标志物为载体,以其所承载的革命历史、革命事迹和革命精神为内涵,组织接待旅游者开展缅怀学习、参观游览的主题性旅游活动。

为了更好地发挥爱国主义教育基地的作用,在“十二五”规划期间,中央决定将红色旅游内容进行拓展,将1840年以来180多年的中国近现代历史时期,在中国大地上发生的中国人民反对外来侵略、奋勇抗争、自强不息、艰苦奋斗,充分显示伟大民族精神的重大事件、重大活动和重要人物事迹的历史文化遗存,有选择地纳入红色旅游范围,更有利于传承中华民族先进文化和优良传统。

红色旅游是把红色人文景观和绿色自然景观结合起来,把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来的一种新型的主题旅游形式。其打造的红色旅游线路和经典景区,既可以观光赏景,也可以了解革命历史,增长革命斗争知识,学习革命斗争精神,培育新的时代精神,并使之成为一种文化。

红色旅游具有不可比拟的教育宣传功能,有利于加强和改进新时期爱国主义教育,切实增强“四个自信”。红色旅游能有效弘扬和传承中华民族精神,尤其是中国共产党在长期革命斗争中形成的建党精神、井冈山精神、长征精神、

延安精神、西柏坡精神和太行精神等。红色旅游有助于推进革命老区经济社会的协调发展，提升老区人民生活水平。红色旅游有利于革命历史文化遗产的传承和保护。

目前，全国有不可移动革命文物 3.6 万多处，国有可移动革命文物超过 100 多万件（套）。从 2004 年到 2019 年，全国红色旅游资源不断扩充，越来越多的珍贵革命文物出现在游客面前，每年参加红色旅游的人次也从 1.4 亿增长到了 14.1 亿。

国家发展改革委、中宣部、财政部等 14 家部门联合印发《全国红色旅游经典景区名录》，全国共 300 处景区入选。

五、生态旅游

世界自然保护联盟于 1983 年提出“生态旅游”的概念。1993 年，国际生态旅游协会将其定义为：具有保护自然环境和维护当地人民生活双重责任的旅游活动。生态旅游的内涵更强调对自然景观的保护，是可持续发展的旅游。

近年来，我国生态旅游产品建设取得了令人瞩目的成绩，国家发展改革委、国家旅游局联合印发《全国生态旅游发展规划（2016—2025 年）》，统筹和协调全国生态旅游发展；《国家生态旅游示范区建设与运营规范》国家标准和《绿色旅游景区》《国家绿色旅游示范基地标准》等行业标准先后推出，有效推动了生态旅游产品规范发展。在国家宏观政策和行业标准引导下，生态旅游产品类型不断丰富，产品数量不断增加，旅游主管部门会同生态环境部认定了超过 100 个国家生态旅游示范区，为各地生态旅游产品建设切实起到了示范引领作用。

党的二十大报告提出，倡导绿色消费，推动形成绿色低碳的生产方式和生活方式。发展生态旅游的重要途径有：保护优先，合理利用；建立游客容量调控制度，科学合理确定景区承载量；健全生态旅游教育引导机制；构建共治共享的生态文明机制，促进生态旅游可持续发展。生态旅游就是要在统筹生态环境保护和发展关系的过程中，发挥出“生态产品”的优势，通过积极打造多元化生态旅游产品，推动生态资源与田园、文化、旅游、教育、互联网等产业深度融合，大力发展生态体验、生态科研、低碳旅游等方式，在提供更多优质生态产品以满足人民日益增长的优美生态环境需要的同时，扩大生态旅游产业规模，实现生态资源、生态科技、生态工程以及生态产品的旅游价值，最终引领生态产业全面发展，增加生态资产收益，创造就业机会，拓宽当地居民的增收渠道，实现在生态旅游供给中对环境资源的修复和保护，在生态旅游消费中加强对环境保护意识的传播和引导，在生态旅游再生产中为环境保护提供更

多资金，从而形成生产—消费—再生产的良性循环，带动“绿水青山和金山银山”“环境保护和经济发展”“产业生态化、生态产业化”的有效转换。

六、乡村旅游

乡村旅游是以旅游度假为宗旨，以村庄野外为空间，以人文无干扰、生态无破坏，以游居乡野行为特色的村野旅游形式。乡村旅游有两个基本要素：一是乡村地区；二是乡村性。可分为观光型、体验型、休闲度假型、时尚运动型、健康疗养型、科普教育型和民俗文化型等七种类型。

2015 年中央一号文件提出，要积极开发农业多种功能，挖掘乡村生态休闲、旅游观光、文化教育价值。2015 年 5 月 19 日是第五个中国旅游日，时任国务院副总理的汪洋在湖北恩施集中连片贫困地区调研旅游扶贫工作时强调，乡村旅游是基层和群众的创造，旅游扶贫是贫困地区脱贫攻坚的有效方式，是贫困群众脱贫致富的重要渠道。2016 年中央一号文件强调，大力发展休闲农业和乡村旅游。强化规划引导，采取以奖代补、先建后补、财政贴息、设立产业投资基金等方式扶持休闲农业与乡村旅游业发展。2018 年 10 月，国家发展改革委等 13 个部门联合印发《促进乡村旅游发展提质升级行动方案（2018 年—2020 年）》，提出“鼓励引导社会资本参与乡村旅游发展建设”，加大对乡村旅游发展的配套政策支持。此前，2018 年中央一号文件明确提出关于“实施休闲农业和乡村旅游精品工程”的要求。

大力发展乡村旅游，在解决“三农”问题、推进乡村振兴方面，具有独特的优势和直接效应：一是可以拓宽农民增收渠道；二是能有效吸纳农村剩余劳动力；三是显著提高农产品附加值、带动农村第三产业发展；四是改善农村人居环境、提高农民生活水平；五是切实促进城乡社会资源和文明对接，缩小城乡差异；六是有利于保护农村原生态文化，推进农耕文明实现可持续发展。为了更好地发展乡村旅游，凸显先进典型的带动作用，文化和旅游部联合国家发展改革委于 2019 年启动全国乡村旅游重点村名录建设。2021 年，在联合国世界旅游组织第 24 届全体大会上，我国浙江余村和安徽西递村入选该组织“最佳旅游乡村”名单。截至 2025 年底，我国已有 19 个乡村入选该名单。另外，成都郫都区农科村是国家旅游局授牌的“中国农家乐发源地”。

乡村旅游业的发展与乡村振兴战略密不可分，两者处在相互影响的动态发展中，它们是一种既相互促进又相互制约的关系。乡村旅游业的发展不仅能使自身经济功能得到提升，同时也能对乡村其他功能起到推动作用。而随着乡村振兴战略的实施，其他各个功能对于乡村旅游业的发展既是一种加强，也是一

种基础和条件。

通过构建乡村特色旅游,推动文化发展,全面打造美丽乡村、特色小镇、绿色城镇等乡村特色旅游项目,让乡村变成人们向往的地方,实现乡村产业兴旺发展、生态宜居、乡风文明传承、环境治理有效、人们生活富裕的总目标,对促进乡村振兴战略,决胜全面建成小康社会起到重要的作用。

七、康养旅游

2016年1月,国家旅游局颁布了《国家康养旅游示范基地标准》,将康养旅游界定为:“通过养颜健体、营养膳食、修心养性、关爱环境等各种手段,使人在身体、心智和精神上都达到自然和谐的优良状态的各种旅游活动的总和。”该标准的出台,说明康养旅游已被社会和市场广泛认同,并成为一种新的旅游方式,纳入了我国旅游发展战略,从而进入了规范化发展的道路。

与传统旅游项目相比,康养旅游涵盖的要素更丰富,不仅包含休闲、观光,更多需要依托良好的自然生态环境、人文活动环境等资源条件,注重与医药保健、运动康体、养心养颜、健康膳食等形式相结合,达到强身健体、修身养性、医疗康复、延年益寿等目的。康养旅游能有效推动医院、酒店、交通、旅游景点、购物等相关产业要素的发展,是不同旅游业态与健康养生融合发展的结果。旅游不再追求步履匆匆、走马观花,而更倾向于养眼、养生、养心的康养慢时尚,将身心融入以健康养生为诉求的深度旅游中,享受好风景的“洗”眼、好空气的“洗”肺、好环境的“洗”心。与传统旅游形态相比,康养旅游具有滞留时间长、旅游节奏慢、消费能力强、重游率高、强身健体等特点,是传统旅游产业的升级版。

八、冰雪旅游

冰雪旅游是一种以冰雪资源为依托,开展各类冰雪活动和体验的旅游形式。它以冰雪运动、冰雪景观、冰雪文化为核心,吸引游客在冬季到冰雪覆盖的地区进行旅行和娱乐。冰雪旅游包括滑雪、滑冰、雪地摩托、冰雕观赏等多种活动,是冬季旅游的重要组成部分。冰雪旅游的产品主要有:观光型、休闲度假型、全民娱乐型、观光采风型、专业运动型。

我国冰雪旅游起步相对较晚,但在冬奥会的强力刺激下,发展势头迅猛,我国冰雪旅游的大众化、现代化持续推进,冰雪旅游与冰雪文化、冰雪装备、冰雪运动深度融合形成的中国特色的冰雪国潮正在深度融入老百姓的日常生活中,冰雪游渐成新国潮。根据中国旅游研究院冰雪旅游课题组综合测算,2022—2023冰雪季我国冰雪休闲旅游人数为3.12亿人次,冰雪休闲旅游收入

为 3490 亿元, 2024—2025 冰雪季我国冰雪休闲旅游人数为 5.2 亿人次, 冰雪休闲旅游收入为 6300 亿元。随着大众冰雪旅游进程加快, 我国冰雪旅游正在从土地、资本等基础要素驱动向创新、创意、科技和文化等高级要素驱动转变, 品质和创新是未来我国冰雪旅游的主要动力。

九、研学旅游

研学旅游是由学校根据区域特色、学生年龄特点和各学科教学内容需要, 组织学生通过集体旅行、集中食宿的方式走出校园, 在与平常不同的生活中开阔视野、丰富知识, 加深与自然和文化的亲近感, 增加对集体生活方式和社会公共道德的体验。

研学旅游继承和发展了我国传统游学“读万卷书, 行万里路”的教育理念和人文精神, 成为素质教育的新内容和新方式, 有助于提升中小学生的自理能力、创新精神和实践能力。

2013 年 2 月 2 日, 国务院办公厅印发了《国民旅游休闲纲要(2013—2020 年)》, 纲要中提出“逐步推行中小学生研学旅行”的设想。

2014 年 8 月 21 日, 《关于促进旅游业改革发展的若干意见》中首次明确了“研学旅行”要纳入中小学生日常教育范畴——积极开展研学旅行。按照全面实施素质教育的要求, 将研学旅行、夏令营、冬令营等作为青少年爱国主义和革命传统教育、国情教育的重要载体, 纳入中小学生日常德育、美育、体育教育范畴, 增进学生对自然和社会的认识, 培养其社会责任感和实践能力。按照教育为本、安全第一的原则, 建立小学阶段以乡土乡情研学为主、初中阶段以县情市情研学为主、高中阶段以省情国情研学为主的研学旅行体系。

2016 年, 教育部等 11 部委印发《关于推进中小学生研学旅行的意见》, 提出研学旅行的四大基本原则: 教育性、实践性、安全性和公益性。同年, 国家旅游局发布《研学旅行服务规范》。

2017 年 10 月, 教育部印发《中小学综合实践活动课程指导纲要》。纲要指出, 包括研学旅行在内的综合实践活动是普通高中课程方案规定的必修课程, 与学科课程并列设置。

十、低空旅游

低空旅游, 是指在低空空域, 依托通用航空运输、通用航空器和低空飞行器, 所从事的旅游活动。低空空域通常是指高度 1000 米以下的空间范围, 部分地形特殊地区可延伸至 3000 米以内。低空旅游一般涵盖观光游览、飞行体验、

短途运输、航空研学等形式。其核心是通过低空飞行视角为游客提供差异化的旅游体验，同时依托通用航空产业推动区域经济与文旅融合发展。目前，低空旅游的典型应用场景主要有观光体验、景区通勤以及主题旅游等。在旅游行业日益多元化和个性化的今天，低空旅游作为一股新兴力量正悄然崛起，成为旅游市场中备受瞩目的新赛道。

十一、银发旅游

银发旅游是指以中老年群体（通常指 50 岁以上）为主要服务对象，围绕其生理、心理及社会需求设计的旅游活动。随着我国老龄化进程的加快，银发旅游市场迎来了发展机遇。银发旅游通常是旅行到其常住地之外生活，连续停留时间短则数日、长则数月甚至以年计时，旅行距离一般跨越市界、省界甚至国界。银发旅游的主要特点集中体现在银发旅游者的心理特征与行为特征两个方面：就心理特征而言，银发旅游能满足老年群体的社交需求、怀旧需求、养生需求、求知需求与亲情需求，使其在旅游过程获得充实愉快的内心体验；就行为特征而言，银发旅游表现为务实消费、节奏舒缓和错峰出行，从而更符合老年群体的消费习惯、生理特点与时间优势。



随堂练