

中国与“一带一路”沿线国家旅游服务贸易的机遇、挑战及对策

■ 陈林娜 郑州升达经贸管理学院

摘要:在“一带一路”倡议下,中国与“一带一路”沿线国家的旅游服务贸易得到快速发展,这将为沿线各国的服务贸易发展带来巨大的经济效益。中国与“一带一路”沿线国家的旅游资源丰富,有着发展旅游服务贸易的优势,“一带一路”政策为沿线国家旅游服务贸易的发展提供了难得的发展机遇,同时“一带一路”沿线各国的旅游业也面临着巨大的挑战。通过分析中国与“一带一路”沿线国家旅游服务贸易的机遇与挑战,提出切实可行的发展对策,对中国与“一带一路”沿线国家旅游服务贸易的发展有着重要的意义。

关键词:一带一路;旅游;服务贸易

古丝绸之路是连接东西方文明的陆上贸易和文化交流通道,同时也是亚欧大陆经济整合战略。今“一带一路”即“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”旨在借用古丝绸之路的历史符号,高举和平发展的旗帜,积极发展与沿线国家的经济合作伙伴关系,共同打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体。近年来,随着“一带一路”建设的推进,中国与沿线国家旅游合作越来越密切。2019年4月,交通运输部发布的信息显示,中国已和“一带一路”沿线45个国家和地区开通了直飞航班,中国游客“走出去”更加便捷。预计到2020年,中国前往“一带一路”沿线国家和地区的游客量将超过1.5亿人次。“一带一路”沿线国家已成为中国游客的第一大海外旅游目的地区域,旅游业发展促进了中国与相关国家贸易交往和文化交流,已成为推动“一带一路”建设的重要载体。

“一带一路”是旅游资源的富集区,汇集了80%的世界文化遗

产,涉及60多个国家、44亿人口,被视为世界上最具活力和潜力的黄金旅游之路。目前,“一带一路”沿线国家旅游规模占全球旅游的70%左右,中国和“一带一路”沿线国家双向旅游交流超过6000万人次,预计到2020年,中国与参与国双向旅游人数将超过8500万人次,旅游消费将达1100亿美元左右,“一带一路”沿线已成为世界旅游的热点区域。中国作为四大文明古国之一,国土面积世界第三,疆域辽阔,山河壮美,自然和人文资源丰富,相信在“一带一路”的倡议下,中国旅游服务贸易将会发生质的飞跃。

一、中国与“一带一路”沿线国家旅游服务贸易的现状特点

(一) 中国旅游服务贸易逆差逐渐增大

根据中国旅游研究院数据显示,“一带一路”沿线国家赴中国旅游游客保持稳定增长,由2013年的903万人次,发展为2019年

的2000多万人次。中国出境到“一带一路”沿线国家的游客人次逐年攀升,由2013年的1549万人次,增长到2019年的3000多万人次,年均增速超过15%。可以看出,中国游客出境到“一带一路”沿线国家旅游的人数增加值大于“一带一路”沿线国家赴中国旅游的人数增加值,所以在“一带一路”倡议初期,中国与“一带一路”沿线国家的旅游服务贸易逆差在逐渐增大。

(二) 中国游客在“一带一路”沿线国家消费较高

根据中国旅游研究院调查数据显示,在“一带一路”沿线国家国际旅游收入中,中国大陆游客花费达到30%以上。另外,据中国经济信息社与携程旅行网联合编制发布的“一带一路”旅游大数据报告显示,2018年、2019年前往“一带一路”国家游客人均预订旅游产品花费为5000元左右,随着居民收入和消费能力的稳步增长,居民愿意花费更多成本在高品质出游上。由此看出,中国游客在“一带一路”沿线国家的旅游消费

[基金项目] 本文系2018年度河南省高等学校青年骨干教师培训项目(项目编号:2018GGJS187)。

[作者简介] 陈林娜(1986—),女,郑州升达经贸管理学院讲师,研究方向:旅游经济。

较高,越来越愿意追求高质量的旅游产品。

二、中国与“一带一路”沿线国家旅游服务贸易发展的机遇

(一) 旅游服务贸易市场规模广阔

根据中国社会科学院旅游研究中心发布的《世界旅游经济趋势报告(2020)》和联合国世界旅游组织(UNWTO)发布的最新报告,2019年全球国际国内旅游人数达到123.1亿人次,其中全球入境旅游达13.71亿人次,全球国际旅游出口额约2万亿美元,同比增长4%,在全球服务出口中占比约30%。其中,“一带一路”沿线涉及60多个国家,总人口达到46.4亿,占世界总人口的62.4%,旅游资源丰富,世界文化遗产占比达到80%,被称为世界最有潜力的黄金旅游线路。目前“一带一路”沿线国家的旅游规模占到全球旅游的70%左右,其国际旅游人次占世界国际旅游人次的比例已经超过40%,为全球重要的国际游客净流入地。

“一带一路”沿线国家庞大的人口基数和快速增长的GDP使其在国际旅游中发展潜力巨大。另外,文化和旅游部党组副书记、副部长李金早在2018中国(郑州)国际旅游城市市长论坛“一带一路”旅游城市市长峰会上也提到,未来几年中国将吸引“一带一路”沿线国家8500万人来华旅游,将拉动消费1100亿美元。这些都表明“一带一路”沿线国家的旅游服务贸易市场是非常广阔的。

(二) 旅游服务贸易出口空间较大

正如前文所述,“一带一路”沿线国家人口基数大,旅游资源富集,但是由于“一带一路”沿线国家多为发展中国家,人均GDP相对偏低,国家年产值仅有中国、印度、俄罗斯进入万亿美元俱乐部,所以“一带一路”沿线国家短期内国际旅游消费偏低,中国旅游服务贸易出口“一带一路”沿线国家总额短期内也不会太高。然而,随着“一带一路”沿线国家的快速发展,长远看中国旅游服务贸易出口空间较大。

另外,根据中国旅游研究院调查数据显示,2019年中国实现国际旅游收入1313亿美元,其中,由“一带一路”国家创造的份额超过200亿美元,在中国国际旅游收入中占比超过16%,可以看到未来成长空间较大。

(三) 西部地区与边境地区基础设施得到改善

2013年中国发起的“一带一路”倡议,旨在与沿线国家在交通基础设施、贸易与投资、能源合作、区域一体化、人民币国际化等领域迎来共创共享的新时代。其中,交通基础设施互联互通是“一带一路”建设的优先领域,通过对“一带一路”沿线国家交通基础设施的投资建设,从而增加“一带一路”沿线国家发展国际旅游的可进入性,特别是随着中蒙俄、中国—中亚—西亚、中巴、孟中印缅、新亚欧大陆桥、中国—中南半岛等经济走廊形成,中国西部地区与边境地区的基础设施将得到较大的改善,这将会对这些地区发展入境旅游和国内旅游有很大的影

响,进一步提高中国旅游服务贸易出口额。

(四) 中国对外旅游投资得到较大发展

根据中国社会科学院旅游研究中心发布的《旅游绿皮书:2019-2020年中国旅游发展分析与预测》显示,中国出境到“一带一路”沿线国家的游客人次由2013年的1549万人次,增长到2019年的3000多万人次,年均增速超过15%。中国游客海外旅游及消费的高速增长将会吸引大量的中国企业对外旅游投资,同时海外中国游客倾向于选择本国企业提供旅游服务的意愿也将会促进中国企业进行对外投资。因此,“一带一路”倡议促进了沿线国家与我国的政治、经济、国际贸易等稳定发展和共同发展,这将会为中国企业提供对外旅游投资的良好环境和金融支持。

三、中国与“一带一路”沿线国家旅游服务贸易面临的挑战

(一) 中国旅游服务贸易出口地区相对集中

根据携程旅行网发布的2019“一带一路”旅游大数据报告显示,“一带一路”国家入境中国的游客最喜欢十大目的地,分别为上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、南京、重庆、西安、武汉。可以看出,中国旅游服务贸易出口地区相对比较集中,除北上广外,主要分布在深圳、成都、杭州、南京、重庆、西安和武汉等城市,这与城市旅游发展情况相一致。北京、上海和广州作为世界知名大都市,旅

游基础设施及配套设施相对比较完善；杭州、南京、西安作为中国八大古都，历史文化深厚，人文景观丰富多彩，旅游业发展比较成熟，自然吸引不少“一带一路”沿线国家游客；深圳、成都、重庆和武汉作为新兴的旅游城市，旅游发展迅速，旅游资源开发程度深，配套的旅游基础设施建设及时，能够跟上城市旅游业发展的步伐，为旅游服务贸易出口奠定基础。

然而，中国旅游服务贸易出口地区比较集中对于中国旅游业的长远发展是不利的。中国作为世界第二大旅游目的地，旅游资源丰富，但是由于资源开发的程度差异、基础设施及配套设施建设差异等致使一些地区或城市的旅游发展较快、入境旅游发展较好，一些地区或城市的旅游发展相对缓慢。例如我国东西部在旅游资源的开发程度上是存在一定差距的，交通基础设施的不完善也影响了西部地区旅游的可进入性。所以，从长远来看中国应该重视这些旅游发展相对薄弱的地区或城市，就像木桶效应一样，中国旅游服务贸易能不能有质的飞跃，并不取决于北上广等这十个城市的入境旅游发展多好，而是取决于那些旅游业发展相对薄弱的地区。

（二）“一带一路”沿线国家和地区的安全问题

“一带一路”沿线的国家多为中亚和南亚国家，各国的政治体制不同，有些国家国内政局不稳定，执政党频繁更换和政局动荡，会直接影响中国公民出境游和对外投资；同时，各国的经济体制也不同，经济发展水平参差不齐，宗

教活动、民族活动和恐怖活动较频繁，思想文化差距较大，文化的冲突都将会影响到中国公民境外旅游的安全。其他安全风险：一是刑事犯罪活动，抢劫、凶杀、毒品等犯罪活动多发；二是常有街头政治对抗引发的流血事件；三是流行性传染病多发。

（三）营商环境及法律体系不健全

营商环境是与企业整个经营活动有关的一切要素的综合，世界银行的指标体系主要从便利化、法治化和国际化三个维度评价营商环境。所以“一带一路”沿线国家及地区的营商环境是中国旅游企业海外投资的基础。习近平总书记在2019年2月25日召开的中央全面依法治国委员会第二次会议上提出“法治是最好的营商环境”。由此可见，一国的法律体系及法制化水平成为影响海外投资的重要因素。目前，“一带一路”沿线国家及地区的营商环境中，法制化水平是整个指标体系中最低的，国际化水平和便利化水平相对较高，但是南亚、东南亚及西亚、北非的法制化水平最弱，成为阻碍旅游投资的障碍。

另一方面，中国发展对外投资起步较晚，旅游企业对外投资的经验不足，对“一带一路”沿线国家及地区法律政策等营商环境不够清晰，再加上本来“一带一路”沿线国家及地区的法制化水平差异较大，投资政策的模糊性和间断性使得这些国家的投资环境十分不稳定，这些都将会成为中国旅游企业走出去的障碍。

（四）“一带一路”国际旅游服务人才缺少

中国与“一带一路”沿线国家及地区的旅游合作、旅游联通都离不开旅游人才，即对沿线国家概况及旅游业发展十分熟悉的旅游人才。既要能够服务出境旅游的中国游客，也要能够服务入境旅游的“一带一路”沿线国家及地区游客。“一带一路”沿线国家国际旅游人次占世界国际旅游人次的比例已经超过40%，特别是“一带一路”倡议提出后，中国与“一带一路”沿线国家及地区的国际旅游发展迅速，无论是中国旅游企业对外投资还是中国与“一带一路”沿线国家的游客出入境旅游，都需要大量的国际旅游服务人才。

四、中国与“一带一路”沿线国家旅游服务贸易发展的对策

（一）加强“一带一路”旅游配套设施建设

中国作为“一带一路”发起国和倡议国，应该积极主动地推动“一带一路”沿线国家及地区的旅游基础设施及配套设施建设，这是发展国际旅游服务贸易的基本保障，同时也将极大地促进我国的旅游服务贸易快速发展。

另一方面，也要加强国内一些地区的旅游基础设施及配套设施建设，例如加强西部偏远山区的交通基础设施建设从而增加旅游可进入性。上文中提到中国旅游服务贸易出口地区相对比较集中，这不利于中国旅游服务贸易的长远发展，所以加强中国国内不同地区的旅游基础设施及配套设施的建设，可以吸引更多的“一

带一路”沿线国家和地区游客前来旅游,进一步扩大我国旅游服务贸易的出口,使我国旅游服务贸易实现质的飞跃。

(二)扩大“一带一路”旅游宣传推广活动

在“一带一路”倡议下,中国与“一带一路”沿线国家及地区陆续举办了10余个文化年、旅游年,并且连续三年以“美丽中国—丝绸之路旅游年”为主题进行宣传推广,成功吸引“一带一路”来华旅游人次超过千万。“走出去”的旅游宣传推广活动作用非常明显,国内的不同省份和地区可以根据实际情况,制定旅游宣传推广计划,前往“一带一路”沿线国家及地区开展推广活动,提高地区旅游知名度,从而增加地区旅游服务贸易出口额。例如,近三年,陕西赴近20个“一带一路”沿线国家开展旅游推广活动20余次,介绍陕西旅游新形象,宣传新产品和新线路。同时,开展“引进来”的宣传策略,通过在国内举办旅游文化周、文化节等活动,重点宣传国内旅游资源,与沿线国家旅游企业合作,从而将国内旅游景点推广出去。

(三)完善“一带一路”安全风险管控体系

“一带一路”沿线涉及60多个国家,国家间的经济、政治环境差异比较大,由政局动荡、民族活动、宗教活动、恐怖活动等不确定性因素带来的风险较大,中国旅游企业开展境外旅游投资的风险较高,这对我国旅游企业的境外安全风险管控能力提出较高的要求。所以,应该对“一带一路”沿线国家及地区的安全风险进行评估,完善旅游企业投资安全风险管控

体系,提高旅游企业防范风险的意识。在投资前期对不同国家及地区的安全风险进行识别,合理地规避投资风险,提高旅游企业对风险的前期控制和管理效率;建设期加强对风险的预测和预判能力,以便及时调整投资战略,降低损失。

(四)健全“一带一路”旅游营商环境及法律体系

习近平总书记曾说过“法治是最好的营商环境”,法制能够保障各种市场主体的产权和合法权益,也能够规范政府和市场主体行为,所以完善法律制度并加强监管才能够打造开放的、互通的、自由的、竞争有序的市场体系,为“一带一路”沿线国家及地区营造良好的法律环境。一方面,旅游企业应该积极主动地了解“一带一路”沿线国家及地区的法律法规,增加对海外旅游投资的风险防范意识;另一方面,中国与“一带一路”沿线国家及地区应该共同完善“一带一路”区域旅游服务贸易法律法规,健全法制管理,从而为区域旅游服务贸易创造良好的营商环境。

(五)培养“一带一路”旅游服务贸易人才

在“一带一路”倡议下,中国与“一带一路”沿线国家及地区的旅游业发展迅速,中国出境到“一带一路”沿线国家的游客人次年均增速达到15%以上,未来需要更多的国际旅游服务人才。目前,中国与“一带一路”沿线国家及地区国际旅游服务人才队伍比较薄弱,国家应该制定“一带一路”国际旅游服务人才培养计划,加大对旅游服务人才的培养,建立旅游服务人

才培训平台,推动国内旅游从业者向国际化旅游服务人才转变。旅游行业是一个劳动密集型行业,旅游服务贸易竞争的关键是国际化旅游服务人才的竞争。因此,加强对我国旅游服务人才的国际化培养和训练是必不可少的,也是顺应“一带一路”建设的要求,只有这样我国旅游服务贸易才能够长远发展,在世界范围内的旅游服务竞争力才能得到提升。

同时,也可以借助“一带一路”倡议的机会,在国内建立“一带一路”旅游服务人才交流机制,鼓励旅游服务人才流动,引进国外旅游服务人才,从而健全“一带一路”国际旅游服务人才的培养管理机制,为中国旅游服务贸易提供充足的人才储备。▲

参考文献:

- [1] 中国旅游研究院.《“一带一路”旅游大数据专题报告》[EB/OL].敦煌,中国旅游研究院,2018[2020-3-15].https://www.sohu.com/a/256988902_152615
- [2] 《“一带一路”沿线国家安全风险评估》编委会.“一带一路”沿线国家安全风险评估[M].北京:中国发展出版社,2015.
- [3] 曾慧,赖挺挺.“一带一路”沿线国家营商环境的比较与启示——基于《2020年营商环境报告》[J].统计学报,2020,1(1):55-62.
- [4] 金仁淑,孙玥.我国企业对“一带一路”沿线投资面临的法律风险及对策研究[J].国际贸易,2019(9):70-79.