

引用格式:温晓金, 蒋依依, 刘焱序. “一带一路”国家入境游客规模演化规律与中国出境游客的对应特征[J]. 资源科学, 2019, 41(5): 931-942. [Wen X J, Jiang Y Y, Liu Y X. Inbound tourism from destination countries in the “Belt and Road” region and corresponding outbound tourism from China during 2001 to 2015[J]. Resources Science, 2019, 41(5): 931-942.] DOI: 10.18402/resci.2019.05.10

“一带一路”国家入境游客规模演化规律与中国出境游客的对应特征

温晓金¹, 蒋依依¹, 刘焱序²

(1. 中国旅游研究院国际旅游研究所, 北京 100005;

2. 北京师范大学地理科学学部 地表过程与资源生态国家重点实验室, 北京 100875)

摘要:“一带一路”倡议为中国旅游产业国际化布局迎来新契机。依托多种地理空间分析手段, 对比“一带一路”区域国家的中国出境与目的地入境游客规模空间演化规律, 可以为拓宽出境旅游发展的外部空间提供指引。本文通过变异系数、平均增长率、空间热点、重心轨迹、标准差椭圆等多种地理学空间分析方法, 识别2001—2015年中国游客出境与目的地游客入境规模的空间演化规律异同。结果表明:①泰国是中外游客共同青睐的重要目的地, 柬埔寨和越南接待中国出境游客规模快速增长, 而中亚内陆国家入境旅游产业发展相对滞后;②泰国、马来西亚等东南亚国家是中国出境旅游和全球旅游目的地的共同热点地区, 而除亚洲周边热带、亚热带岛国外, 距离较远国家是中国出境旅游冷点区域;③中国出境游客规模的空间分布由南—北向逐渐向西北—东南向发展, 目的地入境游客规模的空间分布长期保持着西北—东南方向, 中国出境游客规模的空间变化幅度远大于目的地入境游客规模。本研究结果可对中国与其他国家的旅游合作交流提供定量化数据支持, 在继续保持东南亚旅游市场规模优势的同时, 中国出境旅游业的发展可在“一带一路”倡议的框架下, 向东欧和中东等较为成熟的旅游市场拓展。

关键词:出境游客; 入境游客; 热点分析; 重心轨迹; “一带一路”

DOI: 10.18402/resci.2019.05.10

1 引言

自20世纪90年代中后期以来, 中国出境旅游规模快速扩大, 带动了周边国家旅游产业在21世纪的蓬勃发展^[1]。随着中国国际影响力的不断提升, 中国出境游客规模迅速从1992年的298.87万人次提升至2015年的1.17亿人次, 中国出境旅游市场已经成为国际旅游市场增长的主要贡献者^[2]。面对中国庞大的出境旅游市场, 有必要正确认识出境旅游对于贸易平衡、文化输出、话语权提升的重要意义, 以时空分析为切入点, 为拓宽出境旅游发展的外部空间提供国际化布局指引^[1]。

“一带一路”倡议是中国全球观念与全球战略

的重要体现, 是中国积极参与全球治理体系改革和建设的重大战略部署^[3,4]。但是, 除少数东南亚国家外, 以欧亚大陆为主体的大量发展中国家尚未引起中国出境旅游研究的关注, 鲜有研究案例揭示中国出境旅游规模在“一带一路”沿线国家的时空特征, 从而难以对中国出境旅游国际化布局提供充足的定量依据。面对“一带一路”倡议的重大政策发展机遇, 以及“一带一路”沿线多数国家方兴未艾的旅游市场, 本文拟依托多种地理空间分析手段, 对“一带一路”区域中国出境与目的地入境游客规模空间演化规律进行对比, 从而在“一带一路”贸易畅通、民心相通的发展愿景下, 为引导出境旅游布局提供

收稿日期: 2018-10-18 修订日期: 2018-11-27

基金项目: 国家自然科学基金项目(41801059); 国家“万人计划”青年拔尖人才支持计划项目; 国家社科基金重点项目(17AJY22)。

作者简介: 温晓金, 女, 山东莱芜人, 博士, 主要从事出入境旅游等研究。E-mail: wenxiaojin2008@163.com

通讯作者: 刘焱序, E-mail: yanxuli@bnu.edu.cn

定量依据。

2 研究进展

2.1 中国出境旅游研究现状与研究需求

中国已连续多年作为世界第一大出境旅游客源国和消费国,对世界旅游业的发展具有突出贡献。中国国家经济的繁荣、中产阶级的崛起、个人和家庭可支配收入的增加是推动中国出境旅游快速发展的关键因素^[5]。不断开放的出境旅游政策和日益成熟的互联网技术为中国公民个人出境旅游提供了便利^[6],国际旅游成本的相对降低则进一步增强了出境旅游的经济动机^[7],中国庞大的城市人口基数和相对稳定的经济形势保障了充分的出境旅游市场规模需求^[8]。此外,中国年轻出境群体追求新奇乐于探索的价值观^[9]、老年出境群体较充裕的时间和丰富人文情怀^[10],都决定了中国出境旅游市场仍有较大的增长潜力。

当前,中国出境旅游正经历着从“数量驱动型”到“质量导向型”的转变^[5]。通过相关政府管理部门对旅游企业、大众传媒的正确引导,以及对目的地旅游市场的进一步开拓,可有效地降低中国公民出境的盲目性,从而一方面增强中国公民对出境旅游服务质量的满意度^[11],另一方面通过规范化的出境旅游组织管理传播正面的中国国家形象^[12]。然而,近年来宏观统计层面对中国出境旅游的定量研究仍以国家尺度的时序统计为主^[13],虽然少量涉及对时空面板数据的归因^[14],但总体上对出境旅游空间格局特征的凝练相对薄弱,未能对中国旅游产业国际化布局形成定量支撑。在中国出境旅游研究中,对目的地国家旅游的产业发展水平、目的地国家的境外客源市场、当地居民生活与国际旅游的关系等议题的研究都有待进一步深化^[15]。

2.2 “一带一路”沿线部分国家入境旅游特征

在国际旅游产业蓬勃发展的时代背景下,若只聚焦中国向世界各国出境旅游规模的空间演化格局,而不对比世界各国目的地入境旅游的实际情况,将无法显示出中国出境旅游规模演化格局的区域内涵。因此,有必要同步识别中国针对每个目的地的出境旅游规模演化和每个目的地自身的入境旅游规模演化。不同文化、经济与区位特点的国家也展现出了各具区域特色的入境旅游业发展历程。

泰国是“一带一路”沿线中国出境游客规模最大的目的地国家,其旅游产业的发展直接得益于亚太经济的腾飞,泰国入境旅游业也长期高度依赖于中国和印度的游客^[16]。新加坡作为知名旅游国,接待印尼、中国、印度、澳大利亚、日本、马来西亚等国游客规模相对多,且增长趋势相对稳定^[17]。而对于邻近的印度而言,美国和英国游客高居入境游客规模的前两位,中国游客则在十位以外^[18]。作为穆斯林国家的阿联酋以迪拜旅游为增长极,大力发展航空产业,完善基础设施,使阿联酋成为连通欧亚非的新兴世界级旅游目的地^[19]。伊朗的文化遗产也具有宗教旅游吸引力,但由于政治局势等因素的影响,其入境游客规模远小于同为穆斯林国家的土耳其和埃及^[20]。作为欧美游客传统旅游目的地的希腊,近年来受到中国游客的关注,为东亚—东欧文化交流提供了重要的连结纽带^[21]。可见,中国出境游客在不同目的地国家旅游产业中的被重视程度不一,并且其地位受到中国出境旅游政策和目的地国家入境旅游政策的共同影响。

2.3 地理空间分析方法对出入境旅游的刻画优势

地理学对出入境旅游研究的突出贡献表现为对旅游规模空间结构及其演化规律的细致解析^[22,23]。李创新等^[24]基于改进的熵值法,刻画了1993—2008年中国大陆31个省市区的区域入境旅游流优势度,为中国入境旅游流空间梯级网络结构分析提供了技术支持。王凯等^[25]利用标准差、锡尔系数等计量方法探讨了1991—2010年中国入境旅游发展时空差异的动态演进过程,发现中国区域入境旅游经济发展总体上呈现出典型的非极化不平衡发展态势。薛华菊等^[26]采用空间自相关、收入规模比例等方法对中国入境旅游流质的研究发现,中国东部地区主要为规模—质量高耦合发展模式,中部、西部大部分处于低耦合发展态势。刘军胜等^[27]运用变异系数、基尼系数、首位度、赫芬达尔系数等方法分析河南18个地市年入境旅游人数,发现入境旅游的空间差异化逐渐降低。然而,此类定量研究主要以入境旅游为主,对出境旅游的空间刻画相对少见。

目前,对中国和目的地国家尺度的出入境旅游研究仍以统计学算法为主,对地理空间分布的刻画尚有不足,且少有研究对比中国出境和目的地入境

2019年5月

游客规模在空间上的特征,因此难以通过解析时空分布规律,对中国旅游产业国际化布局提供直观的数据支持。空间自相关、热点分析、核密度、半变异方差、空间重心、标准椭圆、地理探测器等空间计量方法的应用,为旅游规模空间结构的动态刻画提供了可视化途径^[28-31]。其结果可直观地反映中国出境旅游和目的地入境旅游的空间要素关系、空间演化方向、空间集聚形态等特征,从而为回答中国出境旅游现状格局特征、国际化布局方向、合理布局强度等科学问题提供空间制图指引。

3 研究方法

3.1 研究区概况

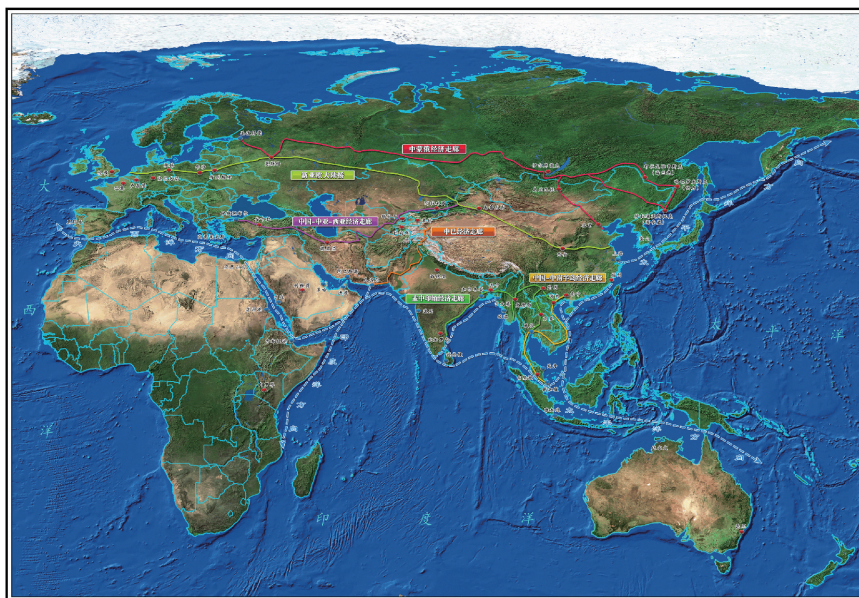
“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称,在空间范围上提倡开放包容,以亚欧大陆为核心,延伸到非洲和大洋洲。本文以亚欧大陆为主体的发展中国家为主要研究对象,选取64国为研究区(图1)。包括东亚的蒙古,横跨欧亚的俄罗斯;东盟的东南亚9国(印度尼西亚、泰国、马来西亚、越南、新加坡、菲律宾、缅甸、柬埔寨、老挝)和观察国巴布亚新几内亚;西亚17国(沙特阿拉伯、阿联酋、阿曼、伊朗、土耳其、以色列、科威特、伊拉克、卡塔尔、约旦、黎巴嫩、巴林、也门、叙利亚、格

鲁吉亚、阿塞拜疆、亚美尼亚)和埃及;南亚8国(印度、巴基斯坦、孟加拉、阿富汗、斯里兰卡、马尔代夫、尼泊尔、不丹);中东欧21国(波兰、罗马尼亚、捷克、斯洛伐克、保加利亚、匈牙利、拉脱维亚、立陶宛、斯洛文尼亚、爱沙尼亚、克罗地亚、阿尔巴尼亚、塞尔维亚、马其顿、波黑、黑山、乌克兰、白俄罗斯、摩尔多瓦、塞浦路斯、希腊);中亚5国(哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、土库曼斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦)。包括中国在内,上述“一带一路”国家的2017年底总人口达到46.41亿,占世界总人口的62.35%;陆地总面积达5047万km²,约占世界陆地总面积的1/3。多数“一带一路”国家旅游业较为依赖入境旅游市场,而中国作为全球出境旅游大国,在与其他国家的旅游合作交流中扮演着重要角色。

3.2 数据处理

本文的出入境游客数据主要来自于欧睿数据库(<http://www.portal.euromonitor.com>)^[32]。其中,中国赴各目的地出境数据为过夜人次数,根据世界旅游组织数据修正。各目的地接待入境游客数据为过夜人次数,根据各目的地旅游部门与统计部门数据修正,研究时段为2001—2015年。

对于不同国家而言,中国出境游客规模与目的



(该图基于国家测绘地理信息局标准地图服务网站下载的审图号为GS(2016)3237号的标准地图制作,底图无修改)

图1 研究区位置概况

Figure 1 Location of the study area

地入境规模未必在同一量级,采用平均值或标准差的表示手段可能会弱化游客规模较小国家的出入境演化规律表征。因此,本文在对旅游规模变化的展示中,采用变异系数和平均增长率的表示手段,如下:

$$CV = \frac{SD}{MN} \times 100\% \quad (1)$$

$$rate = \frac{\sum_{i=1}^n \left(\frac{X_i - X_{i-1}}{X_{i-1}} \right)}{n-1} \quad (2)$$

式中: CV 为 15 年间各国游客规模的变异系数, SD 为 15 年间各国游客规模的标准差, MN 为 15 年间各国游客规模的平均值; $rate$ 为平均增长率, X_i 为第 i 年游客规模, n 为总年数取 15, i 为年份(取 2002—2015)。

3.3 空间分析

Getis-Ord G_i^* 指数作为热点分析的常用指数,可以识别不同空间位置的聚簇关系。相比常用的局部自相关 Moran 指数, G_i^* 指数对冷热点的识别更加敏感,可以充分体现某一个地理要素与周围其他要素取值的高值或低值分布关系,其计算如下:

$$G_i^*(d) = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}(d) x_i x_j}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_i x_j} \quad (3)$$

$$Z(G_i^*) = \frac{G_i^* - E(G_i^*)}{\sqrt{Var(G_i^*)}} \quad (4)$$

式中: d 为各空间单元间的相互距离, $w_{ij}(d)$ 是以距离定义的空间权重, x_i, x_j 为空间单元 i, j 的属性值, $E(G_i^*)$ 和 $Var(G_i^*)$ 分别是 G_i^* 指数的数学期望和方差。如果 $Z(G_i^*)$ 为正且显著,则为高值空间集聚热点;反之,如果 $Z(G_i^*)$ 为负且显著,则为低值空间集聚冷点。

在人口研究中,在特定地域内人口地域分布的平衡点被称为人口重心。人口地域分布的变化导致重心与各个单元的空间距离改变,则可以通过重心反映人口地域分布变化的方向性,其计算如下:

$$G(x, y) = \frac{\sum P_i Q(x_i, y_i)}{\sum P_i} \quad (5)$$

式中: G 表示游客规模重心, Q 表示行政区中心, P 为游客规模, i 为行政区计数, x 和 y 表示重心经纬度, x_i

和 y_i 表示行政区经纬度。

以重心为椭圆中心,标准差椭圆通过长短轴的长度反映要素空间分布在主要和次要方向上偏移重心的程度。椭圆的范围、方向和形态均随着要素空间分布的差异性而发生变化,从而良好地体现人口地域分布变化的方向和强度,在重心计算的基础上,椭圆长短轴即标准差的计算如下:

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\tilde{x}_i \cos \theta - \tilde{y}_i \sin \theta)^2}{n}} \quad (6)$$

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\tilde{x}_i \sin \theta + \tilde{y}_i \cos \theta)^2}{n}} \quad (7)$$

式中: σ_x 和 σ_y 为各自为长短轴方向的标准差取值, \tilde{x}_i 和 \tilde{y}_i 为第 i 个行政区的 x 轴与 y 轴中心坐标对重心点的偏差距离, θ 为标准差距离之和最小的方向与纬度 x 轴的夹角, n 为行政区数量。在坐标的计算中,椭球体选用 GCS_Sphere,投影选用 Winkel_Tripel,中央经线设为 90°E 。

4 结果分析

4.1 游客规模数量变化

如表 1 所示,无论是中国向各国出境游客还是各国目的地入境游客,2015 年与 2001 年相比均有大幅增加。2001 年,中国出境游客第一目的地是泰国,旅游规模统计为 69.49 万人次,泰国也是唯一一个超过 50 万人次的国家;2015 年,中国出境旅游规模超过百万人次的目的地国有 5 个,其中,向泰国出境旅游规模最大,达到 482.81 万人次,排名第二的新加坡也达到 251.56 万人次,增长量非常可观。就目的地入境游客规模而言,2001 年共 7 个国家游客规模超千万人次,最高为俄罗斯的 1945.68 万人次;至 2015 年,游客规模超千万人次的目的地国家达 14 个,其中:土耳其和俄罗斯的入境人次分别达到 3467.43 万和 3110.60 万人次,沙特阿拉伯和阿联酋两国分别从 2001 年的 672.66 万和 522.41 万人次增至 2015 年的 1807.11 万和 1984.28 万人次。可见在全球化进程中,与欧洲空间距离较近的“一带一路”国家吸纳了较多的入境游客;而由于交通和开放程度等因素,蒙古和部分中亚国家成为少数几个 2015 年入境游客规模仍小于 100 万的目的地。从中国出境对目的地入境游客比例可知,中国游客对欧洲及中东地区的游客占比普遍在 2% 以下。虽然 2015 年

2019年5月

表1 2001与2015年(中国游客)出境规模、(目的地游客)入境规模、出入境比,2001—2015年变异系数(CV)与平均增长率

Table 1 Outbound tourism from China, inbound tourism from destination countries, and ratio of outbound/inbound at 2001 and 2015, the coefficient of variation and average increasing rate from 2001 to 2015

地区	国家	出境/万人次		入境/万人次		出入境比/%		2001—2015年 CV/%		2001—2015年 平均增长率/%	
		2001	2015	2001	2015	2001	2015	出境	入境	出境	入境
东亚与 俄罗斯	蒙古	5.74	18.95	16.59	38.60	34.60	49.09	28.89	27.84	10.74	7.11
	俄罗斯	40.92	100.72	1 945.68	3 110.60	2.10	3.24	22.05	16.82	8.01	3.57
	东南亚	69.49	482.81	1 040.66	988.11	6.68	16.61	84.14	38.72	17.91	8.28
	及巴布	1.68	32.61	47.50	410.34	3.54	7.95	102.56	87.43	31.13	18.85
	亚新几	45.32	216.63	1 277.51	2 573.63	3.55	8.42	58.45	27.09	15.32	5.91
	内亚	46.17	173.44	209.70	714.93	22.02	24.26	57.46	42.00	12.82	9.74
	菲律宾	1.89	50.47	196.81	462.55	1.11	9.78	78.74	33.97	31.40	8.46
	新加坡	49.74	251.56	968.73	1 708.51	5.13	14.22	49.90	24.19	13.91	4.87
	印度尼西亚	3.22	98.85	515.36	1 040.70	0.62	9.50	83.61	27.42	30.08	5.46
	老挝	1.03	19.54	17.30	418.72	5.95	4.67	81.40	78.47	29.88	28.01
南亚	柬埔寨	3.20	56.14	40.84	477.51	7.84	11.76	88.75	60.87	25.08	19.79
	巴布亚新几内亚	0.10	1.02	5.42	23.68	1.85	4.31	67.01	47.46	20.20	11.43
	印度	1.39	22.23	253.73	801.77	0.55	2.77	66.68	34.16	22.91	8.77
	巴基斯坦	0.57	4.94	49.97	126.23	1.14	3.91	44.68	28.46	19.92	9.91
	孟加拉国	0.69	1.27	20.72	16.93	3.33	7.50	42.18	37.41	14.30	3.42
	阿富汗	0.98	3.14	22.75	31.66	4.31	9.92	49.13	20.48	10.07	2.77
	马尔代夫	0.73	39.93	46.10	120.49	1.58	32.35	110.02	34.24	39.38	8.89
	斯里兰卡	0.37	7.44	33.68	179.89	1.10	4.14	103.11	56.4	29.24	13.84
	不丹	0.00	0.57	0.64	7.04	0.00	8.10	110.68	69.29	38.00	20.09
	尼泊尔	0.86	13.28	36.12	53.90	2.38	24.64	88.18	31.63	27.69	4.09
中亚	哈萨克斯坦	2.73	14.34	184.47	541.87	1.48	2.65	42.00	29.14	14.23	9.00
	吉尔吉斯斯坦	0.52	9.86	9.86	305.04	5.27	1.00	41.06	73.53	15.03	41.37
	塔吉克斯坦	0.01	0.13	0.80	41.40	1.25	0.31	88.87	51.42	36.11	71.24
	土库曼斯坦	0.24	2.85	9.90	62.61	2.42	4.55	60.11	59.96	19.87	14.34
	乌兹别克斯坦	0.09	1.56	34.49	258.96	0.26	0.60	87.13	71.14	26.53	20.23
西亚和 埃及	阿联酋	2.16	9.47	522.41	1 984.28	0.41	0.48	37.99	36.59	11.59	10.19
	沙特阿拉伯	0.95	1.38	672.66	1 807.11	0.14	0.08	52.79	33.68	12.57	8.51
	阿曼	0.17	1.31	64.73	231.71	0.26	0.57	43.35	38.06	22.08	10.67
	伊朗	0.37	4.06	140.19	538.48	0.26	0.75	96.18	45.17	25.93	11.22
	以色列	0.63	2.81	119.57	281.11	0.53	1.00	71.61	31.31	21.77	7.26
	土耳其	2.44	15.95	1 078.27	3 467.43	0.23	0.46	57.18	33.09	15.13	9.02
	也门	0.03	0.36	7.56	25.91	0.40	1.39	55.87	39.53	35.35	13.25
	伊拉克	0.00	0.00	12.67	93.29	0.00	0.00	230.52	73.08	35.37	0.00
	叙利亚	0.07	0.39	165.99	284.37	0.04	0.14	63.03	40.2	37.47	6.36
	约旦	0.32	2.03	130.40	251.08	0.25	0.81	51.00	20.92	17.69	5.33
	科威特	0.02	0.16	13.14	35.81	0.15	0.45	56.57	43.39	22.17	11.13
	黎巴嫩	0.16	0.45	83.71	151.80	0.19	0.30	49.88	26.43	11.17	5.84
	卡塔尔	0.20	2.29	37.60	293.00	0.53	0.78	65.25	57.21	20.03	16.38
	阿塞拜疆	0.04	0.65	52.59	220.78	0.08	0.29	61.84	48.58	30.10	12.60
	格鲁吉亚	0.06	1.09	24.74	228.16	0.24	0.48	95.36	71.84	33.32	18.60
亚美尼亚	巴林	0.02	1.23	12.29	119.20	0.16	1.03	70.65	59.95	45.57	18.07
	埃及	0.42	0.14	278.90	700.38	0.15	0.02	79.11	29.92	9.98	8.46
		1.30	6.72	464.85	937.61	0.28	0.72	46.64	28.42	17.39	6.59

续表1

地区	国家	出境/万人次		入境/万人次		出入境比/%		2001—2015年 CV/%		2001—2015年 平均增长率/%	
		2001	2015	2001	2015	2001	2015	出境	入境	出境	入境
中东欧	爱沙尼亚	0.04	1.38	132.00	276.30	0.03	0.50	98.55	24.77	32.13	5.63
	拉托维亚	0.05	1.04	59.10	202.40	0.08	0.51	102.14	27.9	31.80	10.16
	白俄罗斯	0.01	0.08	176.11	323.08	0.01	0.02	40.17	19.04	34.95	4.66
	保加利亚	0.31	1.40	318.59	756.27	0.10	0.19	50.83	22.97	11.93	6.47
	波兰	2.14	13.78	1 500.00	1 672.83	0.14	0.82	54.66	9.20	16.94	1.01
	波黑	0.01	0.66	13.85	67.83	0.07	0.97	124.20	46.12	49.15	12.29
	克罗地亚	0.17	4.91	654.40	1265.79	0.03	0.39	104.29	18.94	30.03	4.87
	阿尔巴尼亚	0.03	0.51	34.29	415.96	0.09	0.12	77.02	69.08	28.25	19.94
	斯洛伐克	0.22	6.84	497.44	636.37	0.04	1.07	85.05	10.29	31.95	2.20
	斯洛文尼亚	0.04	2.40	121.87	249.42	0.03	0.96	100.29	21.18	36.62	5.34
	乌克兰	0.43	1.19	917.42	1176.89	0.05	0.10	31.57	29.3	10.76	3.88
	黑山	0.07	1.33	10.67	155.99	0.66	0.85	99.36	60.27	108.52	26.61
	捷克	1.76	27.00	813.79	1 114.80	0.22	2.42	82.84	10.34	22.81	2.45
	希腊	0.08	3.98	1 405.73	359.90	0.01	0.17	113.72	17.42	41.46	4.09
	马其顿	0.03	0.49	9.89	48.55	0.30	1.01	106.39	41.81	24.45	12.38
	摩尔多瓦	0.02	0.05	56.49	77.08	0.04	0.06	44.00	11.56	16.02	2.67
	立陶宛	0.11	1.10	90.86	211.04	0.12	0.52	69.99	24.13	27.12	6.60
	罗马尼亚	0.81	2.75	313.40	678.66	0.26	0.41	41.85	21.56	11.10	6.22
	匈牙利	5.00	19.39	1 147.00	1 431.60	0.44	1.35	46.84	14.02	11.39	2.00
	塞尔维亚	0.15	0.74	30.99	113.22	0.48	0.65	77.93	39.2	14.98	10.3
	塞浦路斯	0.04	0.13	269.67	265.9	0.01	0.05	46.16	5.89	14.90	0.07

游客占比相比2001年有明显增长,但对于“一带一路”大多数国家而言占比仍小于5%。

旅游发展较快的国家通常有较高的CV值。如表1所示, CV值超过100%的国家大多由于平均值较小导致CV较大,但马尔代夫是由于其标准差较大而导致。2001年中国出境马尔代夫游客规模仅为0.73万人次,至2015年达到39.93万人次,飞速发展的中国市场游客增长是中国向该国出境游客变异系数达到110.02%的直接原因。缅甸的中国出境CV值达到102.56%,位居前列,而目的地入境CV值也达到87.43%,高居首位。这一现象表明了缅甸旅游市场的快速发展——中国出境游客从2001年的1.68万人次增长至2015年的32.61万人次,而缅甸总入境游客则从2001年的47.50万人次增长至2015年的410.34万人次。此外,老挝、吉尔吉斯斯坦、格鲁吉亚、乌兹别克斯坦的入境游客规模CV值均在70%以上,此类国家往往在21世纪初入境游客规模

极小,虽发展相对较快,但总规模仍然相对不大。而在入境游客规模基数较大的国家中,反而易于出现CV值相对较低的现象,如俄罗斯CV值为16.82%。根据中国出境对目的地入境游客比例可知,中国对欧洲及中东国家的游客入境比例值变化普遍大于亚太地区国家,而吉尔吉斯斯坦、马尔代夫、印度尼西亚、菲律宾和缅甸是中国出境游客占比变化较大的亚洲国家。中国出境对目的地入境游客比例的变化既不与中国出境游客变化相似,也不与目的地入境游客变化相仿。可见,除吉尔吉斯斯坦、马尔代夫等少数国家外,并不能简单认为大多数目的地入境游客CV值与中国游客增减有紧密关联。

就平均增长率而言,中国出境游客规模增长率较高的国家多为游客人次基数较低的国家,在增长率大于15%的国家中,仅有柬埔寨的多年平均值超过10万人次/年,该国2001—2015年接纳中国出境

2019年5月

游客平均19.86万人次/年,年均增长率达19.79%。除柬埔寨外,在中国出境游客规模平均值超过10万人次/年的国家中,越南的平均增长率最高,达到9.74%,对应的多年平均值79.70万人次。在目的地入境旅游增长率大于30%的国家中,大部分也属于游客人次基数较低的国家,但希腊、克罗地亚、印度尼西亚和斯洛伐克除外。以上4个国家游客规模多年平均值依次达到1624.53万、900.84万、660.20万和603.01万人次,对应平均增长率为41.46%、30.03%、30.08%和31.95%。可见部分欧洲国家仍保持着强劲的入境旅游增速,其原因为该区域较频繁的人口流动,而这得益于欧盟较为便利的出入境政策,以及较为通畅的交通基础设施。中国出境对目的地入境游客比例的增长率取值的排序与CV值相似,表明中国对欧洲及中东国家的游客入境比例值增长较快;而马尔代夫、印度尼西亚、菲律宾则是亚太地区主要增长点。但总体而言,中国出境对目的地入境游客比例的增长率取值普遍低于目的地入境游客规模增长率,说明中国以外的全球其他国家“一带一路”区域的游客输入量在以相对更快的速度增长。基于此,大多数目的地国家游客入境规模的变化并不由中国游客出境规模所主导。

4.2 游客规模空间演化

鉴于中国出境游客对“一带一路”目的地国家入境旅游而言大多不占据主导地位,为更清晰刻画对比关系,在游客规模空间演化分析中仅分别关注中国出境游客和目的地国家入境游客的空间格局。如表2所示,中国出境游客规模冷点的数量和强度有所增加,而热点的数量和强度相对稳定。其中,2001年共存在12个极冷点国家、25个冷点国家、6个较冷点国家;10个极热点国家和1个热点国

家。2005年极冷点国家共18个,冷点国家21个,较冷点国家共5个;较热点国家1个,极热点国家11个。可认为在此阶段中国出境游客分布相对低值区增加,相对高值区稳定。2010年,中国出境旅游共存在28个极冷点国家、15个冷点国家、1个较冷点国家;极热点国家和较热点国家仍为10个和1个。而2015年极冷点国家共16个,冷点国家23个,较冷点国家4个,且极热点国家10个。可认为在此阶段,中国出境游客分布相对低值区在达到数量和强度峰值后有所下降,而相对高值区仍然稳定。在空间上,东南亚一直是中国出境旅游的热点区域,而东欧和中东处于相对冷点,可见中国出境旅游仍以亚洲周边热带、亚热带岛国为主,对距离较远的国家旅游市场开发不足。

相比之下,目的地入境游客规模冷点有所减少,且一直少有热点分布,具有更强的空间均质性。其中,2001年共存在4个极冷点国家、6个冷点国家、5个较冷点国家,以及1个热点国家;2005年极冷点国家共4个,冷点国家6个,较冷点国家1个,且仅存1个较热点国家。可认为在此阶段目的地入境游客分布相对低值区减少。2010年,目的地入境旅游共存在3个极冷点国家、4个冷点国家、3个较冷点国家,热点国家和较热点国家各为2个和1个。2015年,极冷点国家共1个,冷点国家共5个,且热点国家和较热点国家各为3个和1个。可以认为,在此阶段目的地入境游客分布相对低值区在数量和强度上呈快速下降,而相对高值区略有增加。在空间上,东南亚一直是目的地入境旅游的热点区域,而中亚在较长时间内处于相对冷点,可见东南亚旅游市场独具集聚优势,而中亚旅游市场在基础设施和开放程度等条件的制约下发展严重不足。

表2 2001—2015年中国游客出境与目的地游客入境规模冷热点国家数

Table 2 Counts of the cold and hot spot countries of outbound tourism from China and inbound tourism from destination countries, 2001-2015

冷热点类型	(中国游客)出境规模的冷热点国家数				(目的地游客)入境规模的冷热点国家数			
	2001	2005	2010	2015	2001	2005	2010	2015
极冷点	12	18	28	16	4	4	3	1
冷点	25	21	15	23	6	6	4	5
较冷点	6	5	1	4	5	1	3	0
较热点	0	1	1	0	0	1	1	1
热点	1	0	0	0	1	0	2	3
极热点	10	11	10	10	0	0	0	0

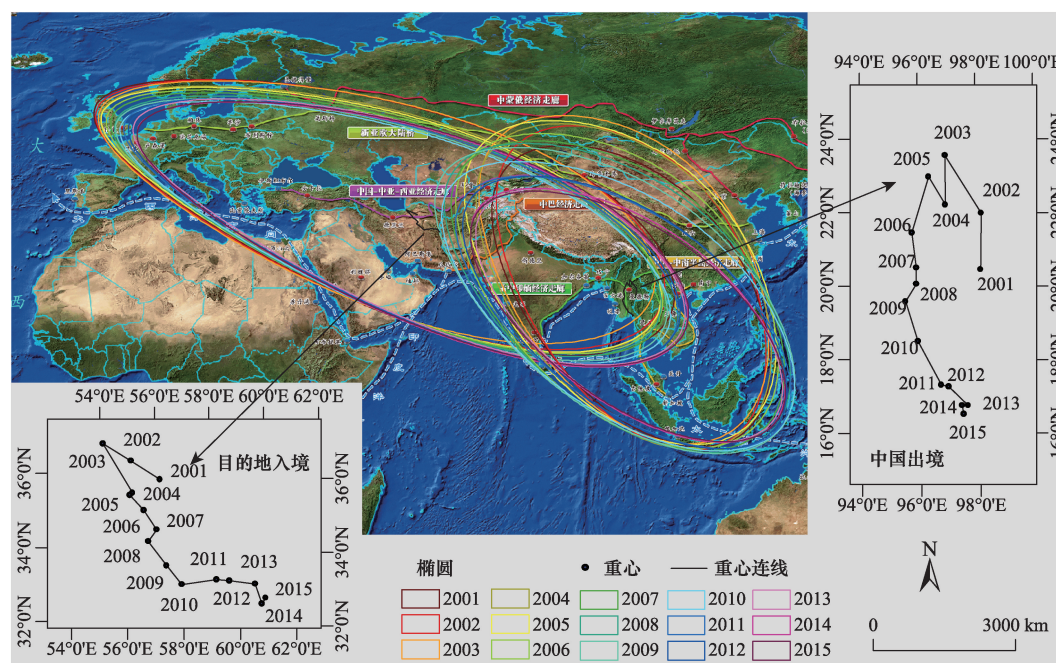
值得注意的是,在全球范围内俄罗斯入境旅游的集聚优势不断弱化,从2001年的中国出境和全球入境双热点区退化至2015年的双非热点区。说明虽然中国出境游客变化并不一定强烈影响俄罗斯入境旅游市场,但至少俄罗斯入境旅游吸引力的下降对全球游客和中国游客而言是同步的。同时,对东南亚入境旅游而言,也并不会由于全球游客的入境规模增加,弱化中国出境游客在东南亚目的地的集聚趋势。总体而言,中国游客出境与目的地游客入境规模对一些重点国家的热点分布态势具有一致性,但冷点分布态势则不具有 consistency。

如图2所示,中国出境旅游重心主要呈现从北向南移动的特征,而目的地入境旅游重心则为从西北向东南延伸。其中,中国出境旅游重心移动幅度最大距离出现在2002—2003年,共向西北方向移动206.37 km;移动幅度最小距离出现在2013—2014年,仅向西移动18.93 km。2001—2003年的重心北移可以归结为俄罗斯旅游市场的强化。2004年以后由北向南的快速移动则表明了东南亚对中国游客的吸引力远大于北部的俄罗斯、蒙古等地,且东欧和中东地区对中国游客的吸引力增长相对有限,

以至于重心并未发生西偏。

“一带一路”国家旅游目的地的入境旅游重心移动幅度最大距离出现在2003—2004年,共向东南方向移动173.61 km;而移动幅度最小距离出现在2004—2005年,仅向西移动11.80 km。2001—2003年的重心西北移可以归结为东欧旅游市场的强化,而2003—2010年的重心一直南移是由于亚洲旅游市场的整体加强;2010—2015年重心向东偏移,则是东南亚旅游市场博得全球游客青睐的直接体现。因此,中国出境旅游重心和目的地入境旅游重心的移动共同显示了2001—2015年是东南亚国家旅游市场走向繁荣的历史轨迹,这一结果也与前人研究对中国—东盟旅游流网络结构特征的识别结果一致^[33]。

如图2所示,与重心移动轨迹相对应,中国出境旅游标准差椭圆呈现逐步南移的特征,椭圆轴距变化不大;而目的地入境旅游标准差椭圆呈现西北向东南移动的轨迹,椭圆轴距不断减小。中国出境旅游标准差椭圆与纬度的偏角逐步从2002年的157°降至2015年的135°,说明中国出境游客规模的空间分布从南—北向逐渐向西北—东南向发展。而目



(该图基于国家测绘地理信息局标准地图服务网站下载的审图号为GS(2016)3237号的标准地图制作,底图无修改)

图2 2001—2015年中国游客出境与目的地游客入境规模重心与标准差椭圆参数

Figure 2 Gravity center and standard deviational ellipse between outbound tourism from China and inbound tourism from destination countries, 2001—2015

2019年5月

的地入境旅游标准差椭圆与纬度的偏角一直保持在 119° 至 121° 之间,变化幅度极小,说明目的地入境游客规模的空间分布长期保持着西北—东南方向,即东欧—东南亚两极。

就标准差椭圆长短轴而言,中国出境旅游标准差椭圆长轴明显小于目的地入境旅游,说明中国出境游客规模主要集中在亚洲一带,在“一带一路”西北部国家的分布规模较小,而目的地入境游客规模的高值空间分布则相对均匀。同时,中国出境旅游标准差椭圆短轴与“一带一路”国家目的地入境旅游的取值近似,说明“一带一路”国家游客的低值空间分布规模差异不大,可以归结为此类低值国家的目的地旅游市场自身发展程度较低。两种标准差椭圆的巨大位置差异性良好展现了东南亚以外旅游市场的巨大开发潜力。

5 讨论

5.1 中国出境旅游规模的空间集聚性

本文通过变异系数、平均增长率、空间热点、重心轨迹、标准差椭圆等多种地理学空间分析方法,展示了中国游客出境与目的地游客入境规模的空间演化规律的分异。不同空间分析方法的描述侧重点不同,导致本文得出的具体结果相对较多。为了以更为简洁的方式展现上述差异,本文采用ArcGIS 10.5中的Grouping Analysis工具,直接对“一带一路”国家在本文所涉及的游客规模面板数据进行分组,结果将“一带一路”国家游客分为高规模组和低规模组。对于中国出境旅游而言,在“一带一路”国家中仅有5国被分为高规模组,即俄罗斯、泰国、越南、马来西亚和新加坡。这种南北分布格局是导致重心南北移动、标准差椭圆坐落于东南亚的直接原因。相比之下,目的地入境旅游的高规模国家高达14个(捷克、克罗地亚、匈牙利、波兰、希腊、土耳其、乌克兰、俄罗斯、埃及、沙特阿拉伯、阿联酋、泰国、马来西亚和新加坡),分布在东欧、中东以及东南亚,这种西北—东南均衡分布的格局是形成重心的西北—东南轨迹、标准差椭圆斜跨亚欧的关键动力。这种相对简明的分类方式不仅较好地说明了空间分析格局的成因,也表明中国出境旅游业的发展可以在“一带一路”倡议的时代背景下进一步将目光投向东欧和中东等较为成熟的旅游市场。

5.2 中国出境旅游规模空间分析结果的应用启示

有国外学者通过梳理中国出境旅游研究重要文献,提出了中国出境旅游研究中存在的问题^[34],如需要对中国出境旅游到亚洲以外目的地进行进一步研究;文化差异作为影响因素是否被过度强调等。目前归因分析尚未系统揭示中国出境旅游市场快速演化的本质。可以认为,对中国旅游规模空间格局的刻画及其与目的地入境旅游规模空间格局的对比,是研究中国出境旅游机制的数据基础,也是当前国内研究较为缺乏的方面^[35]。无论是在定量方法支持上,还是在目的地旅游市场的表征上,都将对中国出境旅游的进一步定量、定性归因分析提供良好的全局空间认知。

通过本文定量解析的中国出境旅游规模空间演化格局特征,考虑到东南亚旅游市场对全球游客的吸引力,以及中国游客在旅行距离、安全性、文化等方面的主观诉求,中国出境旅游布局在短期内不太可能出现大幅调整^[36,37]。连续15年的趋势分析和热点分析显示,东南亚始终是中国游客出境的热点目的地,且游客规模增速并不低;对“一带一路”其他区域旅游市场的开拓应不会导致中国游客对东南亚旅游目的地的明显分流。以中国出境旅游国际化布局为现实目标,中国出境旅游行业不仅应拓宽中东和东欧多样化旅游线路、加大对异国文化的公众宣传力度,也应适当对目的地国家提供相应的基础设施和管理人才支持,提升目的地对中国游客在语言交流、餐饮住宿等方面的服务质量,以及对中国游客的安全保障水平^[38]。依托客源国和目的地的双方协作管理,最终有效提升中国对“一带一路”旅游目的地国际影响力,实现贸易畅通、民心相通的区域发展愿景。

6 结语

面对“一带一路”倡议的重大政策发展机遇和沿线多数国家方兴未艾的旅游市场,本文依托多种地理空间分析手段,首次采用对比的方式,同步刻画了“一带一路”区域中国出境与目的地入境游客规模空间演化规律,从而以定量化的指标直观反映中国出境旅游的国际影响力。研究结果显示,中国出境旅游规模具有明显的空间集聚性,中国出境游客规模在东欧和中东具有较快的增速,区域整体目

的地入境游客规模在空间上趋于离散,“一带一路”区域中国出境旅游在15年间不断向东南亚倾斜。具体表现为:

(1)在全球化进程中,与欧洲联系较为紧密的“一带一路”国家入境旅游产业发展迅速,而内陆国家入境旅游产业发展相对滞后;泰国是中外游客共同青睐的重要目的地,柬埔寨和越南接待中国出境游客规模快速增长。中国与周边内陆国家的旅游文化交流保持着较高的增长趋势,以及较大的提升空间。

(2)中国出境旅游仍以亚洲周边热带、亚热带岛国为主,对距离较远国家的旅游市场开发不足,旅游冷点区域长期存在;东南亚旅游市场是中国出境旅游和全球旅游目的地的共同热点地区。同时,空间距离因素所构成的中国游客出行障碍在近年来得以弱化,中东、东欧等距离较远国家的旅游市场具有较高的开发潜力。

(3)中国出境游客规模的空间分布由南—北向逐渐向西北—东南向发展;目的地入境游客规模的空间分布长期保持着西北—东南方向,其空间格局的变化幅度远小于中国出境游客规模的空间变化。亚洲尤其是东南亚旅游市场备受中国游客青睐,为亚洲文明对话和命运共同体的构建搭建了良好交流平台。

相比中国出境旅游市场的蓬勃发展,对中国出境旅游研究的定量分析、理论模型建构都稍显薄弱。本文依托多种地理空间分析方法,以“一带一路”目的地国家入境旅游规模为对照样本,实现了对中国向“一带一路”区域出境旅游的时空演化格局定量解析。在后续分析中,对特定区域、特定群体的中国公众出境旅游动机进行归因,将有助于解释“一带一路”区域中国出境旅游不断空间集聚的复杂机制,从而全面支持中国出境旅游国际化布局的目的地聚焦和双边旅游合作机制的建立。

参考文献(References):

[1] 蒋依依,刘祥艳,宋慧林.出境旅游需求的影响因素:兼论发展中经济体与发达经济体的异同[J].旅游学刊,2017,32(1):12-21. [Jiang Y Y, Liu X Y, Song H L. Influencing factors of outbound tourism and their different functions in developing and de-

veloped economies[J]. Tourism Tribune, 2017, 32(1): 12-21.]

- [2] Dai B, Jiang Y Y, Yang L Q, et al. China's outbound tourism: Stages, policies and choices[J]. Tourism Management, 2017, 58: 253-258.
- [3] 陆大道.当代中国的全球观念与全球战略[J].地理科学,2016,36(4):483-490. [Lu D D. The global concept and strategy of contemporary China: Analysis on the geopolitical and geoeconomic environment of the 'Belt and Road Initiative' [J]. Scientia Geographica Sinica, 2016, 36(4): 483-490.]
- [4] 杜德斌,马亚华.“一带一路”:中华民族复兴的地缘大战略[J].地理研究,2015,34(6):1005-1014. [Du D B, Ma Y H. One Belt and One Road: The grand geo-strategy of China's rise[J]. Geographical Research, 2015, 34(6): 1005-1014.]
- [5] Huang S, Keating B W, Kriz A, et al. Chinese outbound tourism: An epilogue[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2015, 32(1-2): 153-159.
- [6] Xiang Y. The characteristics of independent Chinese outbound tourists[J]. Tourism Planning & Development, 2013, 10(2): 134-148.
- [7] Lin V S, Liu A, Song H. Modeling and forecasting Chinese outbound tourism: An econometric approach[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2015, 32(1-2): 34-49.
- [8] Li X, Harrill R, Uysal M, et al. Estimating the size of the Chinese outbound travel market: A demand-side approach[J]. Tourism Management, 2010, 31(2): 250-259.
- [9] 邢宁宁,杨双双,黄宇舟,等.90后出境旅游动机及价值追寻[J].旅游学刊,2018,33(9):58-69. [Xing N N, Yang S S, Huang Y Z, et al. The motivation and value pursuit of outbound tourism of post-90s[J]. Tourism Tribune, 2018, 33(9): 58-69.]
- [10] 李享, Banning-Taylor M, Alexander P B, 等.中国老年人出国旅游需求与制约:基于北京中老年人市场调查[J].旅游学刊,2014,29(9):35-43. [Li X, Banning-Taylor M, Alexander P B, et al. Demands and constraints on Chinese elderly people traveling abroad: Based on a market survey of middle-aged and elderly people in Beijing[J]. Tourism Tribune, 2014, 29(9): 35-43.]
- [11] 孔海燕,宋海岩,窦尚孝.中国游客赴韩旅游研究:重要性、满意度及差距[J].资源科学,2015,37(11):2129-2139. [Kong H Y, Song H Y, Dou S X. Chinese outbound tourists in South Korea: Importance, satisfaction and gaps[J]. Resources Science, 2015, 37(11): 2129-2139.]
- [12] 冯志伟,吴悦芳,徐红罡.东道国视域下中国出境游客形象的塑造与认知:基于泰国媒体文本挖掘视角[J].热带地理,2017,37(4):462-472. [Feng Z W, Wu Y F, Xu H G. Perception and reacting strategies to Chinese outbound tourist image: Taking Thailand public media as an example[J]. Tropical Geography, 2017, 37(4): 462-472.]
- [13] Keating B W, Huang S, Kriz A, et al. A systematic review of the Chinese outbound tourism literature: 1983-2012[J]. Journal of

2019年5月

- Travel & Tourism Marketing, 2015, 32(1-2): 2-17.
- [14] 蒋依依, 刘祥艳, 宋慧林. 出境旅游需求的影响因素: 兼论发展中经济体与发达经济体的异同[J]. 旅游学刊, 2017, 32(1): 12-21. [Jiang Y Y, Liu X Y, Song H L. Influencing factors of outbound tourism and their different functions in developing and developed economies[J]. Tourism Tribune, 2017, 32(1): 12-21.]
- [15] Tse T S M. A review of Chinese outbound tourism research and the way forward[J]. Journal of China Tourism Research, 2015, 11(1): 1-18.
- [16] McDowall S, Wang Y. An analysis of international tourism development in Thailand: 1994-2007[J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2009, 14(4): 351-370.
- [17] Lee C G. Are tourist arrivals stationary? Evidence from Singapore[J]. International Journal of Tourism Research, 2009, 11(4): 409-414.
- [18] Mishra S S, Bansal V. Role of source-destination proximity in international inbound tourist arrival: Empirical evidences from India[J]. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 2017, 22(5): 540-553.
- [19] Sutton J. From desert to destination: Conceptual insights into the growth of events tourism in the United Arab Emirates[J]. Anatolia, 2016, 27(3): 352-366.
- [20] Rahim H C, Giacomo D C, Vahid G. Cultural and religious tourism development in Iran: Prospects and challenges[J]. Anatolia, 2018, 29(2): 1-11.
- [21] Skivalou M, Filippidi E. Chinese tourism: Development and prospects for Greece[J]. Tourism and Hospitality Research, 2017, 17(3): 325-335.
- [22] 李君轶, 纪星, 李振亭. 欧美旅游者在秦始皇帝陵博物院的情感体验时空变化[J]. 人文地理, 2018, 33(3): 129-136. [Li J Y, Ji X, Li Z T. Study on spatio-temporal variation of western tourists' emotional experiences: A case study of Qin Terra-Cotta Warriors and Horses museum[J]. Human Geography, 2018, 33(3): 129-136.]
- [23] 刘军胜, 马耀峰. 入境游客与社区居民旅游供给感知测评及差异分析: 以北京市为例[J]. 资源科学, 2016, 38(8): 1476-1490. [Liu J S, Ma Y F. Evaluation and difference analysis on inbound tourists and local resident perception for tourism supply in Beijing[J]. Resources Science, 2016, 38(8): 1476-1490.]
- [24] 李创新, 马耀峰, 张颖, 等. 1993-2008年区域入境旅游流优势度时空动态演进模式: 基于改进熵值法的实证研究[J]. 地理研究, 2012, 31(2): 257-268. [Li C X, Ma Y F, Zhang Y, et al. Dynamic evolution mode of regional dominance indexes of Chinese inbound tourism flows during 1993 to 2008: An empirical research based on modified entropy technology[J]. Geographical Research, 2012, 31(2): 257-268.]
- [25] 王凯, 易静, 李皓. 中国入境旅游发展的时空差异演变分析: 1991-2010[J]. 人文地理, 2014, 29(1): 134-140. [Wang K, Yi J, Li H. An analysis of the spatio-temporal disparities of inbound tourism development in China: 1991-2010[J]. Human Geography, 2014, 29(1): 134-140.]
- [26] 薛华菊, 马耀峰, 黄毅, 等. 基于ESDA-GIS中国入境旅游流质时空演进模式及影响因素研究[J]. 资源科学, 2014, 36(9): 1860-1869. [Xue H J, Ma Y F, Huang Y, et al. The spatial-temporal evolution of inbound tourist flow quality using an ESDA-GIS framework[J]. Resources Science, 2014, 36(9): 1860-1869.]
- [27] 刘军胜, 马耀峰. 河南省城市入境旅游规模与位序差异化[J]. 经济地理, 2012, 32(6): 150-155. [Liu J S, Ma Y F. Research on disparity of inbound tourism size and rank for cities in Henan Province[J]. Economic Geography, 2012, 32(6): 150-155.]
- [28] 刘焱序, 王仰麟, 彭建, 等. 城郊聚落景观的集聚特征分析方法选择研究[J]. 地理科学, 2015, 35(6): 674-682. [Liu Y X, Wang Y L, Peng J, et al. Selection of different clustering algorithms for settlement landscape aggregation in suburb[J]. Scientia Geographica Sinica, 2015, 35(6): 674-682.]
- [29] 张俊, 谢朝武, 郑向敏. 基于ESDA方法的中部区域服务产业格局演变探析[J]. 地域研究与开发, 2013, 32(2): 6-11. [Zhang J, Xie C W, Zheng X M. Evolvement of the service industry's pattern in the Central Region based on ESDA[J]. Areal Research and Development, 2013, 32(2): 6-11.]
- [30] 王劲峰, 徐成东. 地理探测器: 原理与展望[J]. 地理学报, 2017, 72(1): 116-134. [Wang J F, Xu C. Geodetector: Principle and prospective[J]. Acta Geographica Sinica, 2017, 72(1): 116-134.]
- [31] 刘焱序, 任志远. 基于区域地形起伏度模型的陕西农村劳动力时空格局[J]. 山地学报, 2012, 30(4): 431-438. [Liu Y X, Ren Z Y. Spatio-temporal patterns of Shaanxi rural labor base on the regional terrain model[J]. Journal of Mountain Science, 2012, 30(4): 431-438.]
- [32] 蒋依依, 温晓金, 刘焱序. 2001-2015年中国出境旅游流位序规模演化特征[J]. 地理学报, 2018, 73(12): 2468-2480. [Jiang Y Y, Wen X J, Liu Y X. Evolutionary characteristics of China's outbound tourism flow in rank-size distribution from 2001 to 2015[J]. Acta Geographica Sinica, 2018, 73(12): 2468-2480.]
- [33] 姚梦汝, 陈焱明, 周桢津, 等. 中国-东盟旅游流网络结构特征与重心轨迹演变[J]. 经济地理, 2018, 38(7): 181-189. [Yao M R, Chen Y M, Zhou Z J, et al. The evolution of structural features and gravity center for China-ASEAN tourist flow network[J]. Economic Geography, 2018, 38(7): 181-189.]
- [34] Jørgensen M T, Law R, King B E. Understanding the past, anticipating the future: A critical assessment of China outbound tourism research[J]. Journal of Travel & Tourism Marketing, 2017, 34(7): 880-891.
- [35] 杨莹莹, 陈瑛. 我国出境旅游研究综述与展望[J]. 资源开发与市场, 2018, 34(7): 977-981. [Yang Y Y, Chen Y. Research and review on China outbound tourism and the way forward[J]. Resource Development & Market, 2018, 34(7): 977-981.]
- [36] 杨呦, 刘宏博, 李想. 文化距离对旅游目的地选择的影响: 以日本和中国大陆出境游为例[J]. 旅游学刊, 2016, 31(10): 45-55. [Yang Y, Liu H B, Li X. The influences of national cultural dis-

- tance on international destination choice of Japanese and Chinese residents[J]. *Tourism Tribune*, 2016, 31(10): 45–55.]
- [37] Sparks B, Pan G W. Chinese outbound tourists: Understanding their attitudes, constraints and use of information sources[J]. *Tourism Management*, 2009, 30(4): 483–494.
- [38] 朱丹, 王珂, 徐红罡. 中国出境游对构建国家软实力的影响与实施路径: 基于澜湄次区域的研究[J]. *世界地理研究*, 2018, 27(4): 45–56. [Zhu D, Wang K, Xu H G. The impact and implementation path of Chinese outbound tourism to construct China's soft power[J]. *World Regional Studies*, 2018, 27(4): 45–56.]

Inbound tourism from destination countries in the “Belt and Road” region and corresponding outbound tourism from China during 2001 to 2015

WEN Xiaojin¹, JIANG Yiyi¹, LIU Yanxu²

(1. Institute of International Tourism Research, China Tourism Academy, Beijing 100005, China;

2. State Key Laboratory of Earth Surface Processes and Resource Ecology, Faculty of Geographical Science, Beijing Normal University, Beijing 100875, China)

Abstract: The “Belt and Road” initiative ushered in a new opportunity for the development of China's tourism industry internationally. A comparison of the spatial pattern of change between outbound tourism from China and inbound tourism from the destination countries in the “Belt and Road” countries can provide some guidance on the overall arrangement to broaden the space for the development of China's outbound tourism market. In this study, using multiple spatial analysis methods such as coefficient of variation, average annual growth rate, spatial hot spot, trajectory of gravity center change, and standard deviation ellipse, the spatial pattern and change of outbound tourism from China and inbound tourism from the corresponding destination countries from 2001 to 2015 were identified. Three main results were obtained. (1) Cambodia and Vietnam received rapidly growing Chinese outbound tourists, while Thailand is an important destination favored by both Chinese and foreign tourists. (2) China's outbound tourism is still dominated by tropical and subtropical island countries around Asia; distant tourism markets in other countries have always been cold spots; the Southeast Asian tourism market is a joint hot spot for both China's outbound tourism and global tourism destinations, such as Thailand and Malaysia. (3) Spatial distribution of Chinese outbound tourists gradually developed from south-north to northwest-southeast; the spatial distribution of inbound tourists from corresponding destination countries remained in northwest-southeast direction, and the spatial variation of Chinese outbound tourists was much larger than that of inbound tourists from destinations. While maintaining the scale advantage of the Southeast Asia tourism market, China's outbound tourism can pay attention to other mature tourism markets such as Eastern Europe and the Middle East in the context of the “Belt and Road” initiative.

Key words: outbound tourism; inbound tourism; hot spot analysis; trajectory of gravity center; “Belt and Road”