

学校编号: 10384
学 号: 20051301089

分类号 _____ 密级 _____
UDC _____

厦门大学

硕士学位论文

我国旅游服务贸易国际竞争力研究

Research on the International Competitiveness Of Tourism

Service Trade In China

蔡 荣 华

指导教师姓名: 陈焰 副教授

专 业 名 称: 服务贸易学

论文提交日期: 2008 年 4 月

论文答辩日期: 2008 年 5 月

学位授予日期:

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2008 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

内 容 摘 要

当今世界，服务贸易日益成为全球贸易领域的重要组成部分，世界范围内的服务贸易已成为推动全球经济发展的主要动力之一。旅游业是全球最大、发展最快的服务行业之一，也是我国重点发展的产业，在我国服务贸易出口中占有重要地位，对促进我国服务贸易的发展起到重要作用。但是，目前我国在旅游服务贸易领域与发达国家的差距还很大。随着服务贸易自由化进程的加快，各国间对旅游客源市场份额的争夺也更加激烈。总之，我国旅游贸易将面临更为复杂激烈的国际竞争形势，正是在这种形势下，本文对我国旅游贸易的国际竞争力问题展开了研究。

本文依据我国有关统计资料，以相关的贸易理论及现代统计理论和方法为指导，综合运用定性和定量分析相结合的办法，将理论与实践相结合，系统研究了我国旅游服务贸易在经济发展中的地位和作用。本文通过一个包含国际市场占有率、比较优势指数和显示性比较优势指数的传统指标评价体系，建立了一个反映潜在能力和现实能力的综合性评价指标体系，以评价我国旅游服务贸易国际竞争力。结果表明：以旅游服务贸易进出口数据为基础的评价性指标显示，我国旅游服务贸易国际竞争力处于中等偏下的地位，与传统的欧美发达国家相比还有一定的差距。在实证研究方面，基于上述研究，本文借助 Eviews 统计分析，采取逐步回归原理建立了计量模型，并通过模型的分析检验了所选影响因素的正确性及各因素对竞争力的影响程度。定量分析结果表明资本要素的投入及其外商直接投资是制约竞争力增长的主要因素。最后，本文针对我国旅游服务贸易发展中存在的问题提出了相关的策略建议。

关键词：旅游服务贸易 国际竞争力 影响因素

Abstract

Trade of service is becoming more and more important in the area of international trade, international trade of service powerfully promoted the development of economy. Tourism industry is one of the biggest industries that expanding rapidly. It is a key industry of our country and plays an important role in exporting and promoting the trade of service. But China is still a straggler in this area compare with the area of trade of goods now. With the acceleration of the process of free trade of service, the robbing of travel guests is aggravating. In a word, international competitiveness is more complicated and drastic than ever and it is necessary to do some research work in this paper.

Base on Chinese statistics data, use the trade theory, modern statistics theory and method, use the qualitative and quantitative analysis measure, the paper researches systematically the international competitiveness of tourism trade in Chinese economy development. This paper analyses the competitiveness of our international tourism service trade, according to the appraisal system containing the export market share index, NTB index and the RCA index, including potential power and the realistic ability, which grapes the relations between tourism resources and other factors. The result indicated that, the first appraisal system demonstrated that our tourism service trade competitiveness is in the moderate status. That is to say, our country still has certain difference from the traditional European and American developed country. In the empirical research aspect, using the Eviews statistics analyses software, enlightened by the principle of stepwise regression, the paper established an empirical model so as to confirm and measure the effects of determinants on the international competitiveness of tourism trade. The quantitative research carried out reveals that the capital, FDI are the key points. Finally, this paper proposes the related policy and the strategy suggestion according to the question which existed in the development of our country tourism trade.

Key Words: Tourism Service Trade; International Competitiveness; Influencing Factors

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景及意义	1
第二节 研究目的与方法	2
第三节 本文架构	3
第二章 旅游服务贸易国际竞争力的理论基础	4
第一节 旅游服务贸易的基本概念	4
第二节 国际竞争力理论基础	6
第三节 旅游服务贸易国际竞争力文献综述	11
第三章 我国旅游服务贸易发展分析	16
第一节 国际旅游服务贸易发展状况	16
第二节 我国旅游服务贸易发展状况	21
第四章 我国旅游服务贸易国际竞争力分析	26
第一节 我国旅游服务贸易的国际竞争力评价指标体系	26
第二节 我国旅游服务贸易竞争力的国际比较	28
第五章 我国旅游服务贸易国际竞争力影响因素研究	34
第一节 模型借鉴	34
第二节 模型的设定和变量的选择与处理	35
第三节 我国旅游服务贸易国际竞争力影响因素定量分析	39
第四节 本章小节	45
第六章 对策及建议	47
第一节 本文评述	47
第二节 问题与对策	47
第三节 不足与研究展望	53
参考文献	54
致 谢	57

Contents

Chapter 1 Introduction	1
Section I Research background and significance	1
Section II Research target and methods.....	2
Section III Framework.....	3
Chapter 2 Theory basis of international competitiveness on tourism service trade	4
Section I Basic concept of tourism service trade.....	4
Section II Theory basis of international competitiveness	6
Section III literature review on the international competitiveness of tourism service trade	11
Chapter 3 Research on tourism service trade in China	16
Section I Research on tourism service trade of world.....	16
Section II Research on tourism service trade of China.....	21
Chapter 4 Research on the international competitiveness of tourism service trade in China	26
Section I Appraisal index system of the international competitiveness of tourism service trade in China	26
Section II International comparison on the international competitiveness of tourism service trade of China	28
Chapter 5 Influencing factor analysis of the international competitiveness of tourism service trade of China	34
Section I Model reference	34
Section II Model enactment ,choice and disposal of the variable	35
Section III Qualitative analysis of the influencing factor of the international competitiveness of tourism service trade of China	39
Section IV Conclusions of empirical analysis.....	45

Chapter 6 Countermeasures	47
Section I Criticism of the paper	47
Section II Countermeasure	47
Section III Deficiency and future	53
References	54
Acknowledgment	56

厦门大学博硕士学位论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

旅游服务贸易是指为了实现一次旅游活动所需要的各种产品与服务的贸易总和。就 WTO 来说,一般范围只涉及旅行社服务、饭店和餐饮服务。它的投入少、产出高、壁垒少。同时,旅游业是创造高附加值的产业,全球旅游业每年所创造的附加价值一直处于稳定增长的状态,它的增值水平明显高于其它产业。例如美国旅游业年平均增值为 3300 亿美元,而农业为 900 亿美元,汽车工业为 550 亿美元,金属工业为 400 亿美元。其它发达国家比如德国、法国、英国、日本等都不例外,旅游业对于国家财政积累和创外汇均有重要作用。

发展国际旅游业可带动其它关联产业的发展,并增加就业的岗位。由于国际旅游业是综合性很强的行业,其经营范围涉及国民经济的许多部门,因而发展国际旅游业,会使许多其它有关联的产业都随之得到发展。根据测算,旅游收入每增加 1 元,第三产业产值相应增加 10.20 元之多。其次,扩大了社会就业的机会。旅游业涉及饮食、娱乐、商业、交通等高度劳动密集型的许多行业,因而旅游业既有乘数效应,根据有关学者分析,得出旅游业每增加 1 个直接就业人数,就可增加有关联的间接就业人数 5 个以上。最后,由于旅游业具有良好的经济效益,使它成为包括外资在内的投资热点。

加入 WTO 以来,随着我国服务业开放承诺的兑现,我国旅游服务贸易稳步上升。2000 年旅游贸易总额为 293.4 亿美元,顺差 31 亿美元;2003 年尽管有“非典”的影响,但旅游贸易额仍增长到 325.9 亿美元,顺差 22 亿美元;2006 年旅游贸易顺差就已达到 96 亿美元。同时,旅游贸易在我国的整个服务贸易中占有较大的比重,其所占比重一直在 30%以上^①。因此,旅游贸易竞争力的强弱会对我国的服务贸易产生较大的影响。

我国目前可以说是一个旅游大国,但要发展成为世界旅游强国还必然面临一个赶超的问题。赶超靠什么呢?只靠量的增长是很难实现。从旅游大国到旅游强国的要害问题是要从规模发展转向追求更强的国际竞争力。

^① 数据来源于国家旅游局官方网站的旅游统计 <http://www.cnta.gov.cn/>

面对当今世界经济的一体化，任何一个发展旅游业的国家，面对的都将是一体化的统一的国际旅游大市场，竞争是跨国界的、全球性的。我国作为国际旅游竞争领域的后来者，增强旅游业的国际竞争力是无法回避的现实挑战，国际竞争力的强弱高低关系到我国旅游业的生死存亡。

反观我国旅游企业，大多仅满足于在国内市场上一定程度的成功，缺乏进军国际旅游市场的开拓精神。因此，对我国旅游服务贸易国际竞争力进行客观的评价，找出差距，有助于我国旅游企业树立和培养全球竞争的观念和精神，增强参与国际旅游市场竞争的紧迫感。

通过对我国旅游服务贸易竞争力的研究，可清楚知道自己在世界旅游业中的地位，确定本国现在和未来竞争的优劣势，并为我国旅游服务贸易更好地发展提供参考依据。换言之，旅游服务贸易竞争力的研究是我国制定正确的旅游竞争战略的前提。旅游产业作为我国加入 WTO 后少数具有国际竞争优势的重要产业之一，其国际竞争力研究对于实现“十一·五”提出的积极发展文化、旅游、社区服务等需求潜力大的产业，运用现代经营方式和信息技术改造提升传统服务业，提高服务业的比重和水平的目标具有重大的意义。

第二节 研究目的与方法

众观国内外对于国际竞争力的研究上面，从理论上讲，大多数学者更多地停留在第一、二产业上，对服务领域特别是旅游服务贸易领域的综合性分析比较少。与此同时，从国内有关研究方面，旅游服务贸易的研究仍以比较优势原理为主，一些学者虽有用到波特的竞争优势理论，但仍未形成专门的旅游服务贸易竞争力的理论体系。因此，本文试图采用定性与定量相结合的研究方法，将国外成熟的产业国际竞争力理论运用于我国旅游服务贸易领域，通过建立相关的指标体系对我国旅游服务贸易国际竞争力进行综合测评，并对其影响因素进行实证分析，以期对我国旅游服务贸易国际竞争力的研究在理论和实践上有所帮助。具体而言本论文主要采用以下研究方法：

第一，实证分析法。采用计量经济学和统计学的分析方法，建立分析模型，选择特定的实际数据和样本，针对我国旅游服务贸易的影响因子进行规范性实证分析，并在实证分析基础上提出政策建议。

第二，应用比较分析法。采用多项分析指标针对我国在旅游服务贸易领域与其它旅游贸易强国进行比较，找出我国在旅游服务贸易所处的国际地位及其与其它国家的差距上。在实证阶段所涉及到的主要数据，本文查阅许多资料，汇总了相关的数据进行历史比较。

本文的重要内容在于通过对我国旅游服务贸易发展及其国际竞争力进行分析，通过实证分析以及建立相关的数学模型，对影响旅游服务贸易国际竞争力的因素进行研究，并得出结论，最后根据所应用的理论基础，结合相关分析结果，提出一些政策选择。

第三节 本文架构

本文共分成六章：

第一章 绪论。提及本文的研究背景及意义、研究方法以及理论架构与流程。

第二章 旅游服务贸易国际竞争力的理论基础。主要就产业国际竞争力的经典理论基础及其国内外关于旅游服务贸易国际竞争力的研究现状和本文进行计量模型分析所涉及到的相关文献做介绍与探讨。

第三章 我国旅游服务贸易发展分析。本章主要介绍我国和世界旅游服务贸易的发展现状，运用相关数据进行实证分析。

第四章 我国旅游服务贸易竞争力分析。本章将应用比较分析法从国际市场占有率、贸易比较优势指数和显示性比较优势指数三个指标来分析我国旅游服务贸易国际竞争力的实际情况。

第五章 我国旅游服务贸易国际竞争力影响因素研究。此章为计量分析模型的设定与估计方法，先进行模型的设定与假设，之后说明本文数据的选取与处理，最后详述实证结果并加以分析。

第六章 结论与建议，汇整研究结论，并提出建议，以供日后相关研究。

第二章 旅游服务贸易国际竞争力的理论基础

目前国际旅游者的流动趋势仍是以发达国家之间的双向流动和洲内流动为主，发展中国家发展旅游服务贸易的难度加大。因此，发展旅游服务贸易的成本优势的重要性日益减少，停留在旅游资源的比较优势上将是危险和短暂的，易形成“旅游资源比较优势陷阱”。面对新的国际竞争形势以及提升我国旅游服务贸易国际竞争力的迫切需要，国内对此的研究也表现出极大的关注和热情，许多学者做了大量的研究，进行了激烈的讨论，但是无论从理论上还是实证上的分析均无法得到一致的结论。因此，本章分别对基础理论与国内外相关学者研究方面的文献做较详尽的介绍。

第一节 旅游服务贸易的基本概念

一、旅游服务贸易定义与分类

旅游服务贸易是国际服务贸易的一种，WTO认为旅游服务贸易是指一国或地区旅游从业人员运用可控制的旅游资源向其它国家或地区的旅游服务消费者提供旅游服务并获得报酬的活动。旅游服务贸易既包括外国旅游者的入境游，即国际收入游，也包括本国旅游者的出境游，即国际支出游。本文主要研究的是入境游方面。同时，本文认为国际旅游服务贸易是一国的旅游者为了消遣、商务或其它目的到另一国，接受该国的旅游服务提供者提供的旅游服务，并支付报酬的无形国际贸易。

按WTO服务贸易理事会国际服务贸易分类表旅游及相关服务包括：(103)宾馆与饭店、(104)旅行社及旅游经纪人服务社、(105)导游服务、(106)其它。另外服务贸易中的自然人提供服务附件也涉及旅游服务。旅游服务虽然没有一个以各成员方开放承诺为基础的全球协议，但其开放的进程是不断加快的。据WTO统计，目前承诺开放宾馆与饭店服务业的成员方已超过100个，开放旅行社及旅游经营者提供的服务有80多个，开放导游服务也已超过30个。可见，旅游服务贸易的开放和自由化程度相对较高。

二、旅游服务贸易的特点

旅游服务贸易作为服务贸易的一种，自然具有与其它国际贸易(如国际货物贸易)的不同特点。主要表现在以下几个方面：

第一，旅游服务贸易是不包含所有权转移的特殊交易方式，无法独立存在于合同之外。不像货物贸易通常要进行所有权的转让，旅游服务只是提供一种相关的服务，无法转移所有权。

第二，旅游服务具有不可储存的特点。大部分服务是不能储存的，旅游服务也不例外，这一基本特点要求服务的生产和消费必须在同一时间和同一地点发生。通常情况下，旅游服务在生产的过程中，也同时被消费者消费，不存在储存的问题。

第三，旅游服务贸易主要是以在境内向境外提供为主作为向外国提供服务的。旅游服务通常采用的形式是在境内接待外国旅游者。它不像其它服务贸易主要是以对外直接投资作为向外国提供服务的方式，如银行业务、工程和零售服务等。

第四，旅游服务贸易的主体具有广泛性。旅游服务贸易设计的主体包括国际旅游者、官方旅游机构、国际旅游组织以及在一国或地区登记注册批准营业的国际或国内私营旅游团体和旅游机构。其它国际服务贸易通常不会涉及这么多主体。

第五，旅游服务贸易涉及法律的复杂性。各国对于服务贸易大多数采用立法进行调整，因而国内法规定成为了影响和控制旅游服务贸易活动的最有效的手段，也成为对外开放市场的法律依据。与货物贸易相比，旅游服务贸易设计的法律要复杂得多，因为其涉及到市场准入、人员签证、劳动力移动、投资限制等问题。

第六，旅游服务贸易调整的法律关系具有综合性。在旅游服务贸易法律关系中，除出境旅游者所属国与入境旅游地国家基于双边、多边条约产生的法律关系外，还表现为旅游者同法定的旅游服务提供者之间的关系、旅游者在海外与旅馆、商店、饭店及其它涉外旅游服务的机构之间发生的各种关系。

第二节 国际竞争力理论基础

产业竞争力是产业的国际竞争力的简称。对国际竞争力的研究始于 20 世纪 80 年代初。在此之前,比较优势理论作为国际贸易理论的奠基石,一直是国际贸易理论的主流。真正从竞争优势来源角度进行的产业国际竞争力研究的是美国哈佛大学 M. F.波特教授 1990 年提出的国际竞争力理论。他认为要素禀赋、需求情况、相关产业的支持和国内竞争是加强和减弱国际竞争力的主要因素。此外,政府和机遇也是两个不可缺少的因素,这就是著名的“国家钻石”(National Diamond)理论(又称为国家菱图)。该理论为研究产业国际竞争力提供了一个全新的理论分析框架,已经成为产业国际竞争力研究最重要和运用最广泛的理论之一。

本节按照时间的推演顺序依次对各时期关于国际竞争力的经典理论做了介绍及评析。

一、比较优势理论对产业国际竞争力的解释

大卫·李嘉图的比较优势成本理论认为,一个国家的资源在市场机制的作用下往往被配置到具有相对较高生产率的产业当中,也就是说,一国仍有可能进口那些它具有绝对生产成本优势的产品,因为该国生产其它产品比生产该产品更具有相对生产优势。该理论模型假定生产技术是给定的外生变量,企业的报酬与生产规模大小无关,仅仅考虑了劳动这一生产要素,认为生产成本的差异是源于商品生产中劳动生产率的差异。很显然,比较优势理论并不能很好地说明区域间的贸易和产业竞争力的来源。

二、要素禀赋理论对产业国际竞争力的解释

对比较优势理论进一步发展和完善的学者是赫克谢尔和奥林,他们创立了要素禀赋理论。该理论给出四个假设条件:在不同区域生产同一产品的生产函数相同;同一区域生产不同产品所使用的技术不同;在不同产品的生产中投入的生产要素的比例不同;不同区域各种生产要素禀赋不同。基于上述前提得出的结论是:在给定一个区域里,供给量丰富的要素,其相对价格较低,密集使用这一要素的产品相对成本必然也低;而供给量较少的生产要素,相对价格较高,

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库