

发展第四板块旅游 助力构建世界旅游新格局 助力国家战略主动

蔡经川 2023年12月 拟稿

目录

目录.....	1
一、我国第四板块旅游形成及世界旅游格局.....	2
(一) 我国旅游三大板块.....	2
(二) 第四板块旅游的形成.....	2
(三) 第四板块旅游基本概念.....	3
(四) 第四板块旅游业务构成及世界旅游格局.....	3
二、发展第四板块旅游，助力构建世界旅游新格局，助力国家发展战略主动.....	4
(一) 第四板块旅游与我国地位不相称.....	4
(二) 发展第四板块旅游助力国家战略主动.....	5
1.在构建全球旅游经营新体系方面助力国家战略主动.....	6
2.在构建世界文化传播新格局方面助力国家战略主动.....	6
3.在构建国际金融新体系中助力国家战略主动。.....	7
4.在构建全球平衡发展新动力方面助力国家战略主动.....	8
5.在构建世界技术进步新格局方面助力国家战略主动.....	8
6.在构建信息交流、民主进程、和平发展新秩序方面助力战略主动.....	9
7.在“百年未有之大变局”中构建全球新格局方面助力国家战略主.....	10

一、我国第四板块旅游形成及世界旅游格局

（一）我国旅游三大板块

我国早期旅游基本以入境旅游为主，进入上世纪 80、90 年代，国内旅游、出境旅游渐次兴起。2009 年国家提出“把旅游业培育成为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”，2014 年提出“全面融入国家战略”，我国旅游业基本形成了由入境旅游、国内旅游和出境旅游三大板块构成的旅游体系。

（二）第四板块旅游的形成

随着我国经济全球化产业布局、“一带一路”战略的实施，以及我国国家形象、经济体量和经济影响力的全面提升，我国第四板块旅游开始形成。

第四板块旅游，也被称为全球化旅游业务，已经被我国嗅觉灵敏的部分旅行社企业率先开发出来。本世纪初，我国一些入境旅游旅行社逐步收到一些来自境外的关于赴朝鲜、俄罗斯远东、东南亚邻国旅游的需求信息。2015 年桂林唐朝国际旅行社“My Odyssey Tours”品牌正式发布，2017 年 11 月携程收购 Trip.com 公司，自此，我国第四板块旅游初步形成。传统旅行社如唐朝国旅以包价旅游业务为主，平台化公司如携程以单项服务的住宿和票务业务为主。

（三）第四板块旅游基本概念

第四板块旅游，是指中国旅行社企业借助互联网工具与境外地接社或境外资源机构合作，在境外组织境外旅游者在境外跨境旅游，委托当地地接社或当地资源机构提供当地落地服务的旅游。第四板块旅游市场在境外，客源地在境外，目的地在境外，旅游资源在境外，地接服务提供与旅游消费发生在境外。在第四板块旅游业务中，我国旅行社企业主要负责资源采集、产品生产、市场推广、产品销售与客源组织。第四板块旅游不直接与我国国境发生形式上的人员出入境往来关系，但理念、品牌、系统、渠道、运行规则等都来自于我国境内旅行社企业。

从统计角度看，第四版旅游未纳入我国常规旅游统计中。我国旅游统计主要是从旅游收入和旅游入次数两方面进行，一般统计国内旅游入次数及国内旅游收入，入境旅游人数及国际旅游收入，中国公民出境旅游人数等。

从全球旅游角度来看，第四板块旅游就是世界银行和世界旅游组织所定义的入境旅游或国际旅游概念。

（四）第四板块旅游业务构成及世界旅游格局

从业务构成方面来看，与其他板块旅游一样，第四板块旅游由单项产品业务和包价旅游业务组成。跨境单项旅游产品标准化强，其业务以大型互联网旅游平台公司在线经营为主，其占比也更大。而包价旅游产品服务性强，差异化可定制性更强，标准化偏低，其业务以传统旅行社企业线下及其在线经营为主。在全球来看，单项产品业务占比大，国际包价旅游占比偏弱，从目前中国来看，第四板块旅游中包价旅游占比更是微乎其微。

从全球大型在线旅游平台来看，依照各自公布 2022 年财报，全球四大集团型旅游公司 Booking, Expedia, Airbnb 和携程 (Trip.com)，整体营收分别为 171 亿美元、116.7 亿美元、85 亿美元和 29 亿美元(200 亿元)，列全球 OTA 前 4 名，携程占四大集团总营收的 7.22%。从全球国际旅游来看，以携程为代表的我国 OTA 旅游营收水平与我国整体经济地位、我国旅游市场地位极为不相称，其差距特别大，整体水平有待大幅提高。如果扣除我国的入境旅游和出境旅游，单从我国第四板块旅游来看，其差距将更大。

二、发展第四板块旅游，助力构建世界旅游新格局，助力国家发展战略主动

(一) 第四板块旅游与我国地位不相称

自 2012 年以来，中国已经先后连续多年保持全球最大的国内游市场、第一大出境游客源国和第四大入境游接待国地位，并继续保持世界旅游业的龙头地位。

但是，我国从事第四板块旅游业务的机构不多，特别是从事境外跨境包价旅游的机构更少，时间也不长。在国际旅游界的话语权不高，参与世界旅游事务的机构不多，影响力有限。

2019 年，我国入境旅游人数 1.45 亿人次，出境旅游人数 1.54 亿人次，出入境旅游人数合计共约 2.99 亿人次，全球跨境旅游人

数 15 亿人次，扣除与我国相关的 2.99 亿人次，我国第四板块旅游业务估计应该有 12.1 亿人次的市场潜力。

参考全球四大集团型旅游平台公司 2022 年营收，如果扣除我国的入境旅游和出境旅游营收，单从我国第四板块旅游来看，估计携程（Trip.com）第四板块的营收占比更是微乎其微，发展空间巨大。

无论是从全球第二大经济体国家经济地位，还是从我国旅游市场在全球旅游市场的地位来讲，我国第四板块旅游发展状况都与之极为不相称。特别是境外跨境包价旅游业务，其规模和水平与我国旅游市场地位不匹配，与我国的世界经济地位不相称，更与我国“一带一路”国家战略初衷、我国倡导的构建“全球命运共同体”理念不相协调。

（二）发展第四板块旅游助力国家战略主动

我们应该大力发展第四板块旅游，努力为全世界人民的美好生活做出我国旅游业界的又一贡献，讲好第四板块旅游故事，为国家战略主动提供又一旅游工具。

发展第四版旅游，有助于加快构建世界旅游新格局，有助于在世界旅游业中发挥中国特色旅游经济的影响力。在我国旅游发展过程中，在旅游经营模式、旅游管理制度、旅游扶贫模式、优先发展与产业协调发展、文化保护、争端处理、权益保护、新技术应用等方面摸索出来了很有价值的规律和成功经验，值得全球借鉴，我们可以借第四板块旅游和出境游将这些成功经验引入到全球旅游发展之中，助力全球特别是亚非拉地区综合服务能力的提升，进而为全球命运共同体提供一条旅游实践路径和旅游行动方案，做好“一

带一路”战略的旅游注解，进而助力全球发展、全球进步、全球安全、全球文明。

1. 在构建全球旅游经营新体系方面助力国家战略主动

我国在国民经济十分落后的情况下，就率先发展了入境旅游，其目的就是为了加强与世界的交流，广交朋友，承担起民间外交的历史重任，同时促进经济发展，赚取外汇，旅游业特别是酒店业率先开放，引进资金，引进管理。我们可以将入境旅游优先发展这一模式推荐到经济发展相对落后的国家和地区，以助力当地经济发展，增加就业机会。

同时，我国行之有效的旅游扶贫、精准扶贫模式也可以移植到第四板块旅游。唐朝国旅将柬埔寨打井需求编入当地入境旅游产品，引导旅游者参与项目性精准扶贫活动。

借鉴并引入在我国旅游经济发展模式中取得的一系列成功经验到第四板块旅游构建中，打造一套旅游产品丰富多样、品质一流的供给体系，提供一套标准协调、各个地区各个方面都能接受的服务体系，建立一套促进当地各项产业协调发展的火车头旅游经营机制，助力当地旅游产业发展，带动当地经济全面提升，以此构建具有中国特色的全球旅游经营新体系、新格局。

在第四板块旅游具体业务中，做好具有当地特色的产品供应链体系，旅行社企业要搭建 B2C 平台，开发 B2B 系统，创建 B2B2C 系统，协助各个国家和地区的同业打造系统化业务流程，完善交易规则和沟通机制，以此构建第四板块旅游全球化业务新体系，搭建全球化旅游业务新系统，形成具有中国特色的旅游全球化业务运行新机制。

2. 在构建世界文化传播新格局方面助力国家战略主动

将我国传统文化精髓和社会主义核心价值观充分融入到第四板块旅游发展的方方面面，体现在第四板块旅游发展理念、终端解决机制、运营规则和产品开发里面，围绕第四板块旅游以及我国出入境旅游业务建设的一系列传播平台，开展的一系列宣传推广活动，借助中华文明故事，构建具有我国传统文化核心价值观的旅游文化传播新话语体系，配合我国其他文化传播工具，挖掘当地经济关联文化内涵，共同构建起世界文化传播新格局，抵制文化霸权，摒弃文明冲突论和文明优越论，进而唱响文明互鉴论主旋律，演奏起全球文化新交响乐，搭建起全球文化传播新工具新阵地，助力国家掌握文化传播战略主动。

通过第四板块旅游，推出更多兼具中国文化核心价值观念的当地文化和旅游特色的新产品、新服务、新业态，为当地社会进步、经济发展注入新活力、新增量，提供新引擎，以此来推动世界文明交流互鉴，推动中华文化走向世界，不断增强中华文化传播力和影响力，提高我国国家竞争力。

3. 在构建国际金融新体系中助力国家战略主动。

围绕第四板块旅游及中国出境游，在做好数据安全保护和风险控制的前提下，引入数字人民币、微信支付、阿里支付、银联结算等工具，开发一些适合各国各地支付环境差异以及各国各地旅游者支付习惯的多元化支付工具，统筹好数字钱包和境外通用的一拍即付功能，打通与世界主要旅游目的地的支付通道，提高支付友好性和支付便捷性，借助我国旅行社企业主导、出境旅游者带动的各类支付工具的广泛应用，进而打造第四板块旅游收支清算服务新体系，构建人民币国际支付新场景，助力人民币国际化进程，增强人民币在国际支付和国际结算中的地位，有利于人民币国际化基础设施建

设，助力国家在构建国际金融新体系新格局方面取得更多的战略主动。

4. 在构建全球平衡发展新动力方面助力国家战略主动

发展第四板块旅游，不同于早期的工业化进程，可以优先发展入境旅游，向入境旅游者出售旅游服务和旅游产品，甚至出售阳光、异域故事和一切“存在”，调动一切“存在”资源发展本地旅游经济，推进当地挖掘“旅游+”“+旅游”潜力，发展新质生产力，跨越式构建新兴产业板块，形成全球平衡发展新动力，并以此来带动当地整体社会进步、服务水平提高，进而全面促进当地经济跳跃式发展，助力当地社会、经济、产业融合协同发展，催生新业态，延伸产业链条，创造产业新价值。

大力发展第四板块旅游，将中国特色旅游发展模式引入到各国旅游产业发展过程中，对资源进行产品化打造，挖掘一切存在物的产品化价值，编制扶贫旅游产品，助力乡村振兴，引导文化交流，促进资金流动、技术流动、管理升级、人员流动，进而助力各地平衡发展，促进互助与进步，助力我国在全球平衡发展事务中的战略主动。

5. 在构建世界技术进步新格局方面助力国家战略主动

发展第四板块旅游，需要我国科技企业介入，需要技术支撑，通过第四板块旅游发展，鼓励国内科技企业、互联网公司围绕第四板块业务开发一系列适合多场景多文化背景的交互、交流工具。针对目的地资源背景和客源地消费习惯打造具有国际化视角的双属地化社交系统，服务旅游者的社交工具。开发一套服务旅行社企业的营销推广体系，生产销售工具，依托技术工具建立并完善当地企业的产品供应链体系。

第四版旅游为各国技术共享开辟新场景。鉴于旅游业的产业龙头地位、产业带动作用，在第四板块旅游的一切新技术应用，都必将促进当地新科技新技术在其他产业方面的应用，加上我国新技术硬件在全球的广泛应用，势必有效打破技术垄断，有效抵制技术霸权行为，将全面助力当地智慧旅游、数字旅游的发展，加快当地经济数字化、智能化发展和升级，进而有助于我国在构建世界技术发展技术进步新格局新路径方面、在构建知识产权保护新体系方面掌握更多的战略主动。

6. 在构建信息交流、民主进程、和平发展新秩序方面助力战略主动

发展第四板块旅游，将极大的助力从基础层到架构层再到应用层都具有我国特色烙印的新一代互联网通信技术标准的建立和地位的提升，助力我国移动终端、各类应用的适配性增强，促进全球人员流动的加速，进而带动全球互联网技术应用的提速升级，互联网信息交流将更加便捷高效，这将有助于全球产业、技术、资金的相互促进、相互流通，有利于全球文化交流、文明互鉴和信息沟通，摒弃信息垄断，信息封锁，助力全球信息互联互通。

通过第四板块旅游打通旅游人员流动，提升信息互通互联效率，助力相互了解并容易形成共识，在信息平等的基础上进行民主化沟通，有助于各国各地区在解决安全问题、理解文化差异、处理语言障碍方面达成共识并形成都可以接受的民主解决方案。

通过第四板块旅游，组织旅游者亲身体验目的地各国风土人情和当地传统文化，快速沉浸式跨入不同文明、文化、社会制度、发展阶段差异的社会中，有利于客观地了解真实、立体、全面的当地历史背景和文化现实，以及人民实际生活水平，以旅游交流融化文化隔阂，以体验互鉴替代文化冲突，增强相互理解、相互包容，进

而升华全球和平理念，为各国人民走向共护家园、共同繁荣、全球安全的美好未来贡献中国旅游方案，助力全球和平发展。

7. 在“百年未有之大变局”中构建全球新格局方面助力国家战略主动

旅游业具有火车头的作用，发展第四板块旅游将全面促进当地社会进步，带动当地经济发展，第四板块旅游本身也包括各个细分市场，各个地域与文化板块，各个流程环节，以及围绕全球化旅游业务本身而开展的法律支撑、技术支持、人员培训、财税协调、金融流动、知识产权保护、历史文化融合、国际关系协调等都需要加以研究和布局，需要得到政府有关部门参与、支持和指导。

发展第四板块旅游，将有助于我国旅行社企业、我国政府机构从全新的角度、崭新的层面、站在更高的高度去思考全球旅游，去统筹协调世界旅游，重塑全球旅游供应链，打造全球旅游新生态圈，培育旅游产业新动能，构建世界旅游新格局。进而去思考、去研究在全球旅游新格局、全球经济新格局中我国企业如何参与，我国智囊机构如何参与，我国政府机构如何参与、如何协调，如何贡献中国智慧、贡献中国模式、贡献中国战略。如何在“百年未有之大变局”、大发展、大变革、大调整中掌握战略主动，在旧格局调整、新格局形成中掌握战略主动，进而在构建全球新格局中主动作为、积极作为、全面作为，助力“一带一路”国家战略，助力构建全球命运共同体。