

中国与中东关系

“一带一路”视角下中阿旅游合作研究

曹笑笑

摘 要: 中阿旅游合作是新时期中国“一带一路”建设的重要内容。中阿旅游合作的动力源于阿拉伯国家旅游业发展的内在需求,以及中国深化中阿经贸合作和丝绸之路经济带建设的直接需要。目前,中阿旅游合作正处在起步阶段,部分阿拉伯国家政局不稳、双边旅游合作机制不完善、中国伊斯兰旅游相关产业的基础薄弱是制约中阿旅游合作的三大因素。未来中阿双方应加强在旅游客源市场、伊斯兰旅游业、旅游信息技术、人才培养和联合研究四个领域的双边合作。

关键词: 中国;阿拉伯国家;旅游合作;“一带一路”

作者简介: 曹笑笑,博士,浙江外国语学院阿拉伯语系讲师(杭州 300012)。

文章编号: 1673-5161(2016)02-0044-14 **中图分类号:** D815 **文献标识码:** A

2015年全国旅游工作会议期间,中国国家旅游局首次提出“旅游外交”^①的概念和“开拓旅游外交,构建旅游对外开放新格局”等战略目标^②。旅游业作为推进“丝绸之路经济带”的先导产业,对促进“一带一路”沿线各国贸易畅通、民心相通具有重要意义。通过发展旅游业,使人员流动带动物流、信息流和资金流,有利于消除各国间的经贸、行政和产业壁垒,促进贸易向纵深方向发展。

中国与阿拉伯国家经贸关系发展迅速,但文化交流相较于中阿政治和经贸关系仍显滞后,导致中阿部分领域的合作缺乏文化内生力和可持续发展动力。开展中阿

① 《2015年全国旅游工作会议代表热议工作报告》,中国国家旅游局, <http://dj.cnta.gov.cn/html/2015-01/1712.shtml>, 登录时间:2016年1月19日。

② 《“515战略”——52项举措》,中国国家旅游局, http://www.cnta.gov.cn/ztwz/515zl/52xjc/201505/t20150513_644.html, 登录时间:2016年1月19日。

旅游合作,不仅有利于促进中阿多边和双边框架下的文化交流,还可借助旅游业的“溢出效应”推动双边经贸、人文关系全面发展,促使旅游成为跨区域合作的新载体。

一、中阿旅游合作的动力

(一) 中阿旅游合作是阿拉伯国家旅游业发展的内在需求

“9·11”事件后,阿拉伯国家旅游业快速发展基于两大动因:一是西方与阿拉伯国家冲突加剧,大量阿拉伯游客回流,促进地区内部游客流动性增强;二是阿拉伯国家尤其是海湾阿拉伯国家谋求经济多元化发展的切实需要。

从外部动因来看,一方面,“9·11”事件后全球反恐浪潮高涨,西方将伊斯兰教与恐怖主义和极端主义挂钩,由此催生的“伊斯兰恐惧症”一度导致前往阿拉伯国家旅游的西方游客数量骤减(见表1),当地旅游业遭受重创,其中尤以突尼斯、摩洛哥、埃及等国损失最为严重,这些国家不得不采取压低旅游价格、缩减旅游项目建设经费等措施,致使大量旅游从业人员失业,国民经济发展受阻。

表1 2001~2003年部分阿拉伯国家游客数量增幅

	2001~2002年		2002~2003年	
	游客总数增幅	阿拉伯游客数量增幅	游客总数增幅	阿拉伯游客数量增幅
黎巴嫩	30%	38%	36%	40%
叙利亚	25%	34%	32%	42%
阿联酋	20%	12%	25%	12%
埃及	-6%	18%	-5%	24%
突尼斯	-55%	不详	-40%	不详
摩洛哥	-20%	不详	-35%	不详

资料来源:根据阿拉伯各国旅游与统计部门数据整理,“-”代表当年游客人数为负增长。

另一方面,西方国家日益收紧的签证政策导致前往西方国家旅游的阿拉伯游客数量呈现下降趋势。在此背景下,埃及和约旦等传统阿拉伯旅游强国积极应对,另辟蹊径,将入境游客源国目标从西方国家迅速转向周边阿拉伯国家,尤其是人均收入较高的海湾阿拉伯国家。短短数月内,这些国家入境旅游人数便恢复到了“9·11”前的水平。2002年,中东地区旅游业在遭受短暂打击后逆势崛起,游客数量增幅达到16.7%的历史最高水平,地区旅游收入增幅达10%。同年前往欧洲国家和美国的阿拉伯游客数量降幅分别达30%和50%,地区入境游客源国结构逐渐由以欧美国家为

主转向以阿拉伯国家为主,区域旅游流动性呈现大幅上升趋势,有学者将这一现象称为“中东旅游业发展的悖论”。^①

从内部动因来看,阿拉伯国家尤其是海湾国家经济多元化发展战略推动了地区旅游业的迅速发展。以阿联酋为例,20世纪90年代初,迪拜确立了以金融、贸易、房地产和旅游四大产业为支柱的多元经济发展战略。1997年迪拜旅游与商务部^②成立,当地旅游业进入快速发展时期。2001年“9·11”事件和2010年底“阿拉伯之春”的爆发,不仅未对迪拜旅游业造成冲击,反而使当地旅游业实现逆势增长。英国牛津经济研究院2014年11月发布的数据显示,2013年迪拜航空业和旅游业收入达267亿美元,占迪拜GDP的27%,旅游业从业人数达41.65万人,占就业总人数的21%。报告预计,到2020年,迪拜航空和旅游业收入将达530亿美元,占迪拜GDP的38%,旅游业从业人数将达75.45万人。^③

沙特是海湾国家以旅游业促进经济多元化发展的又一例证。长期以来,沙特政府对发展国内非朝觐类旅游持消极态度,认为外来游客特别是西方游客的涌入会腐蚀当地伊斯兰文化和冲击社会稳定。随着经济多元化发展需求的增加,沙特政府开始转变观念,2000年沙特最高旅游委员会(Supreme Commission for Tourism)^④成立,标志着沙特政府着手实施旅游振兴战略。2010年底“阿拉伯之春”爆发后,埃及、突尼斯、黎巴嫩、叙利亚等传统阿拉伯旅游强国遭受重创,阿联酋(主要是迪拜)和沙特两国2011年入境游客数量增幅却创下历史新高,其中沙特入境游客数量增幅达61%。^⑤2012年,中东地区游客数量整体下滑5%,但沙特旅游业依然实现了14%的增幅,列全球旅游业增幅第五。沙特旅游和文物委员会主席苏尔坦·本·萨尔曼指出,到2020年沙特国内旅游投资将达383亿美元,旅游业将成为吸纳劳动力最多的三大行业之一。^⑥

① Ala al-Hamarnah and Christian Steiner, "Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World After September 11: Comparative Studies of South Asia," *Africa and the Middle East*, Vol. 24, No. 1, 2004, pp. 18-27.

② 迪拜旅游与商务部后改名为迪拜旅游与市场营销委员会(DTMC)。

③ 《到2020年航空业和旅游业将占迪拜经济38%》,全球建筑博览, <http://www.globalconstructionreview.com/news/aviation-and-tourism-make-38-dubais-eco4n4omy-2020/>, 登录时间:2016年1月19日。

④ 2008年3月24日,沙特最高旅游委员会更名为沙特旅游和文物委员会(Saudi Commission for Tourism and Antiquities);2015年1月29日,该委员会更名为沙特旅游和国家遗产委员会(Saudi Commission for Tourism and National Heritage)。

⑤ Gordana Kovjanic, "Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development," *Turizam*, Vol. 18, No. 1, 2014, pp. 33-43.

⑥ "Almost 5 Million GCC Tourists Visited Saudi Arabia in 2012," *Asharq al-Awsat*, May 9, 2013.

表 2 阿拉伯各国旅游业发展现状(2014 年)

	旅游业对 GDP 总贡献值 (美元/十亿)	旅游业对就业总贡献 (千人)	旅游业投资 (美元/十亿)
世界平均水平	58.3	2076.6	4.5
沙特	58.1	1076.9	24.6
阿联酋	34.5	518.3	6.2
卡塔尔	10.9	105.1	1.6
黎巴嫩	9.8	312.9	1.3
约旦	8.2	309.8	0.7
科威特	7.1	89.8	0.6
阿曼	4.4	90.6	0.7
巴林	3.6	76.7	0.4
也门	3.5	499.3	0.3
叙利亚	3.1	305.8	0.2

资料来源: World Travel and Tourism Council, Travel and Tourism Economic Impact 2015: United Arab Emirates, WTTC, <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/unitedarabemirates2015.pdf>, p. 7, 登录时间:2015 年 12 月 20 日。

尽管近年来部分阿拉伯国家旅游业发展迅速,但多数阿拉伯国家旅游业仍受制于基础设施建设落后、旅游投资不足、地区安全局势动荡、旅游客源结构不合理等因素影响。因此,积极开拓中国客源市场,对阿拉伯国家优化入境客源国结构,保持旅游业健康持续发展有重要意义。

(二) 中阿旅游合作是深化中阿经贸合作的重要途径

近年来,阿拉伯国家“向东看”趋势与中国“一带一路”建设存在利益交汇点,这为深化中阿经贸合作提供了有利条件。2004~2014 年,中阿双边贸易额从 367 亿美元增长至 2,512 亿美元,^①增长近 6 倍。目前,中国已成为包括沙特在内的 9 个阿拉伯国家的最大贸易伙伴。

在中阿经贸关系不断深化的同时,双边贸易中深层次的结构性问题也逐渐凸显。当前,中阿经贸合作主要集中在能源、进出口贸易、工程承包和劳务合作四大领域,合作主体以国家及地方政府为主,缺少成熟市场机制的导入,致使合作领域相对单一、

^① 李伯牙:《“一带一路”助推中阿贸易 十年内有望达 6000 亿美元》,载《21 世纪经济报道》,2015 年 9 月 11 日,第 9 版。

合作水平较低,贸易结构性失衡现象长期存在,双向投资增长乏力。^①中阿旅游合作有利于培育中阿经贸合作新的增长点,通过旅游业带动航空、运输、基础设施建设、餐饮、住宿、文化创意等产业,引导经贸合作逐渐从政府间合作走向企业和民间合作。

阿拉伯国家旅游市场发展潜力巨大。从全球穆斯林人口增速来看,未来中东旅游市场,尤其是海湾阿拉伯国家将成为全球伊斯兰旅游业发展最快的地区。2014 年海湾阿拉伯国家出境游消费额达 400 亿美元,占全球穆斯林旅游消费额的 31%。^②海湾阿拉伯国家的游客因逗留时间长、人均消费水平高、旅游服务要求高等特点,成为各国争夺的优质旅游客源。加强中阿旅游合作,对推动中国现有旅游产业升级、优化入境游客源结构、促进中国文化旅游业多样化发展和进一步提升中国旅游产业国际化水平具有重要的现实意义。

(三) 中阿旅游合作有利于推进“一带一路”建设

旅游产业是中国推进“一带一路”建设的先导产业,在促进沿线各国贸易畅通、民心相通方面发挥着独特的作用。推进中阿旅游合作,通过游客往来增加中阿民众的双向认知度和增进文化互信,符合新时期中国“开拓旅游外交、构建旅游对开放新格局”的战略目标。

2015 年中国国家旅游局将当年的旅游规划主题确定为“美丽中国——丝绸之路旅游年”,为中国在更大范围内开展与“一带一路”沿线国家国际旅游合作提供了契机。阿拉伯地区地处“一带一路”的交汇区,是“丝绸之路经济带”规划的核心地带。

加强与阿拉伯国家的旅游合作,对中国进一步开拓国际穆斯林旅游客源市场具有重要意义。调查数据显示,穆斯林群体的高生育率,以及全球经济发展及医疗卫生条件的改善,预计到 2030 年全球穆斯林人数将增长至 22 亿,约占全球总人数的 26.4%。^③庞大的人口基数预示着未来全球伊斯兰国家旅游市场蕴含着巨大潜力。基于共同的宗教信仰和文化,穆斯林游客在旅游目的地选择、出行方式、消费习惯、审美情趣、宗教风俗上都呈现鲜明的群体性特征。因此,加强中国与阿拉伯国家的旅游合作,有助于中国开拓全球穆斯林客源市场,推进“一带一路”在阿拉伯地区的建设。

① 王猛:《中阿经贸的发展与问题》,载《宁夏社会科学》2012 年第 5 期,第 74-80 页。

② Dada Zecic Pivac, “The Trail Less Travelled,” *BQ Magazine*, May 1, 2015, <http://www.bq-magazine.com/industries/hospitality/2015/05/halal-tourism-in-the-gcc>, 登录时间:2015 年 7 月 7 日。

③ *The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010-2030*, Washington, D.C.: Pew Research Center's Forum on Religion & Public Life, January 2011, p.15, <http://www.pewforum.org/files/2011/01/FutureGlobalMuslimPopulation-WebPDF-Feb10.pdf>, 登录时间:2015 年 12 月 2 日。

二、中阿旅游合作的现实基础

(一) 中阿旅游合作机制

中阿旅游往来已久,但政府层面的旅游合作机制直到2010年才建立。2010年,中阿文化旅游产业合作对接会在宁夏银川举行,2013年更名为世界穆斯林旅行商大会,后又更名为中阿旅行商大会。当前,双方政府主要依托这一机制开展双边旅游合作。

近年来,宁夏回族自治区政府以建设“一带一路”为契机,着力打造面向阿拉伯国家和穆斯林世界的“国际穆斯林旅游目的地”。^①2015年,中阿旅行商大会在宁夏召开,主宾国就共同成立“一带一路”旅游发展联盟发布了《宁夏宣言》,大会以“走进美丽中国、感受魅力丝路、畅游神奇宁夏”为主题,坚持“传承友谊、深化合作、共同发展”的宗旨,致力于加强中阿双方在旅游资源推介、航空线路开辟、旅游平台建设、文化交流活动等方面的旅游合作。^②

(二) 中阿互为旅游客源国情况

1. 阿拉伯国家游客来华旅游情况

根据《中国入境旅游发展年度报告2014》显示,2013年中国入境客源国仍以韩日俄美四大国为主,其次为越南、马来西亚、蒙古、菲律宾、新加坡和澳大利亚,主要客源国构成相对稳定,以近程客源市场为主,来自阿拉伯国家的游客数量占比较小。^③2014年,中国共接待来自中东国家的游客34万人次,^④只占了当年中国入境游客总人数的0.3%,^⑤中国面向阿拉伯国家的旅游客源市场仍处于培育阶段。

目前,阿拉伯游客赴中国旅游目的仍以商务游为主。以出境游人数最多的沙特为例,2004至2011年间沙特赴华游客人数从最初的673人增长至92,679人,尤其是2010年中阿经贸论坛成立以后,入境的沙特游客人数增长显著。2011年赴华沙特游客中83.8%出于商务目的,度假和购物游人数仅占16.1%(见表3)。

① 赵倩:《宁夏积极打造穆斯林风情国际旅游目的地》,新华网,http://news.xinhuanet.com/local/2014-09/22/c_1112576863.htm,登录时间2016年2月3日。

② 李徽:《中阿旅行商大会将向世界营销宁夏》,载《宁夏日报》2015年7月1日,第2版。

③ 国家旅游局旅游促进与国际合作司:《中国入境旅游发展年度报告2015》,北京:旅游教育出版社2015年版,第19页。

④ 李世宏:《在2015中国·阿拉伯国家旅行商大会开幕式上的致辞》,中国国家旅游局,http://cnta.gov.cn/jgjj/jldjs/lsh/lshzyjh/201509/t20150919_747469.shtml,登录日期:2015年11月20日。

⑤ 2014年我国共接待入境游客12849.83万人次,见《中国入境旅游发展年度报告2015》。

表 3 沙特公民赴中国旅游人数及目的(2006~2011 年)

	度假和购物	商务	走亲访友	其他目的	入境游客总人数	增幅
2006	2,132	2,016	0	0	4,148	-
2007	15,814	5,321	0	3,177	24,311	486%
2008	4,400	8,454	0	790	13,644	-43.9%
2009	8,725	5,976	5,212	543	20,456	50%
2010	7,713	8,945	3,301	2,088	22,047	7.8%
2011	14,931	77,705	0	44	92,679	320%

资料来源: Tourism Information & Research Center, <http://www.mas.gov.sa>。

2. 中国游客赴阿拉伯国家旅游情况

当前,中国赴境外旅游人数呈逐年上升趋势,赴阿拉伯国家旅游的中国游客数量较过去也有显著增长。得益于阿联酋对旅游产业的重视与推介,且国家局势稳定,阿联酋(主要是迪拜)成为近年来中国游客数量增长最快的阿拉伯国家。2005 至 2015 年间,中国前往阿联酋的游客数量增幅达 98%,2013 年至少有 27 万人次中国游客前往阿联酋进行休闲游和商务游,预计到 2023 年将达 54 万人次。^① 据胡润百富与亚洲国际豪华旅游博览会(ILTM Asia)合作发布的《2014 中国奢华旅游白皮书》显示,迪拜已成为吸引中国富人的第三大境外旅游目的地。^② 同为海湾国家的阿曼自 2006 年与中国签订旅游谅解备忘录以来,每年前往阿曼的中国游客也以超过 30% 的速度保持增长。^③

“阿拉伯之春”后,部分传统阿拉伯旅游强国为应对地区安全局势对本国旅游业产生的消极影响,纷纷将目光转向中国客源市场。埃及 2010 年境外游客人数为 1,500 万,受“阿拉伯之春”影响,2011 年境外游客人数同比减少约 50%,尽管中国赴埃及旅游人次有所下降(从 2010 年的 10 万多人次下降至 2014 年的 7 万人次),但整体降幅较小。为稳定中国客源市场,埃及方面积极简化签证手续,加强直达航线建设,并与中国境内顶级旅行社合作,拓展中国客源市场。埃及驻华大使马杰迪·阿米尔对未来埃及旅游业及中国游客市场的发展前景充满信心,曾预计 2015 年中国游客

^① Sananda Sahoo, “Chinese Tourists to Stream into Dubai over the Next Decade,” *The National*, March 8, 2015, <http://www.thenational.ae/business/travel-tourism/chinese-tourists-to-stream-into-dubai-over-the-next-decade>, 登录时间:2015 年 11 月 20 日。

^② “Dubai Ranks in Top 3 Preferred Destinations for Rich Chinese Travellers,” *Emirates*, Vol.24, No.7, June 17, 2014, <http://www.emirates247.com/news/emirates/dubai-ranks-in-top-3-preferred-destinations-for-rich-chinese-travellers-2014-06-17-1.553290>, 登录时间:2015 年 11 月 20 日。

^③ 刘钢:《中国赴阿曼游客快速增长》,载《京华时报》2010 年 8 月 12 日,第 D02 版。

赴埃人数将会重回 10 万人的规模。^①

此外,其他阿拉伯国家也纷纷响应中国“一带一路”倡议,并以此为契机积极拓展对华旅游业务。2015 年,摩洛哥推出“摩洛哥千人游”计划,通过开通北京直航、向中国开放个人旅游签证等措施发力中国市场;^②突尼斯实行了对华游客 10 人团队落地签政策;黎巴嫩首次举行对华旅游推介活动,通过两国专业旅行社合作,为中国游客量身定制旅游项目和路线。^③

三、中阿旅游合作的制约因素

(一) 阿拉伯地区局部动荡

阿拉伯地区局部动荡是影响地区国家旅游业发展的首要因素。“阿拉伯之春”导致地区旅游业客源整体萎缩的状况在短期内难以改变。据世界旅游组织统计,2011 年前往中东地区的游客人次较 2010 年下降 8.4%。“阿拉伯之春”期间经历政局动荡的埃及、黎巴嫩、突尼斯等国旅游业受损严重,入境游客数量呈现大幅下降。2010 年埃及入境游客人数为 1,400 万,旅游收入占埃及 GDP 的 13%。2011 年,埃及入境游客数量下降至 950 万。同年,巴林国内饭店入住率下降 40%,约旦旅游业收入缩水约 10 亿美元,黎巴嫩游客数量同比下降约 25%,突尼斯国际游客数量下降约 1/3。^④

“阿拉伯之春”爆发后,阿拉伯国家旅游业发展两极分化趋势日趋明显,中东旅游业格局经历深刻调整。叙利亚、埃及、黎巴嫩、约旦等国 2011 年入境游客数量减少了 41%、32%、24% 和 13%,摩洛哥、阿联酋、沙特等局势稳定国家旅游人数则持续上涨:2011 年摩洛哥入境游客数量增长 4%^⑤,阿联酋游客增幅达 9%,沙特入境游客增幅更是达到了 60%。^⑥ 未来阿拉伯国家旅游业的发展预期很大程度上仍取决于地区

① 《2015 年赴埃及中国游客将达 10 万》, 搜狐网, <http://travel.sohu.com/20150319/n410024821.shtml>, 登录时间:2015 年 11 月 21 日。

② 王荟:《北非花园发力中国市场》,载《新京报》2015 年 10 月 14 日,第 D12 版。

③ 刘顺:《“一带一路”推动中国与黎巴嫩旅游合作》,新华网,2015 年 10 月 21 日, http://news.xinhuanet.com/world/2015-10/21/c_11116893042.htm, 登录时间:2015 年 12 月 2 日。

④ “Tourism in Egypt: Arab Spring Break,” *The Economist*, May 4, 2013, <http://www.economist.com/news/business/21577089-turmoil-has-scared-all-rugged-and-russians-arab-spring-break>, 登录时间:2015 年 12 月 2 日。

⑤ Mark Johanson, “Post-Arab Spring Travel and Tourism In The Middle East: A Country-by-Country Look,” *International Business Times*, June 1, 2012, 登录时间:2015 年 12 月 2 日。

⑥ Gordana Kovjanic, “Islamic Tourism as a Factor of the Middle East Regional Development,” *Turizam*, Vol. 18, No. 1, 2014, pp. 33-43.

政治安全局势的走向。

（二）双边旅游合作机制尚不完善

目前,中阿旅游合作仍以行政手段主导机制建设为主,缺乏市场调节、协商解决、人文融合及法律规范等多重合作机制的保障,立体合作机制构建尚不完善;合作主体以中央政府及地方政府为主,旅游企业影响力弱,行业协会存在缺位;合作层次较为单一,缺乏次区域旅游协同合作战略。今后,应主要从以下三方面完善合作机制:

1. 理顺国家与地方政府的职责分工

国家作为中阿双边旅游合作的主导者,主要承担制定旅游合作框架协议、消除各国旅游签证壁垒、搭建旅游合作平台、加强对外旅游基础设施建设投资等方面的工作;地方政府主要承担制定符合本地旅游发展实际的旅游发展规划与政策,保护和开发地方旅游资源,协调和促进地区内旅游业的发展合作,完善地区基础旅游设施建设,培育地区旅游人才等方面的工作。因此,明确国家与地方政府的职责分工有利于协调和促进中国对阿开展旅游合作。

2. 发挥旅游企业和非政府旅游组织主体作用

从中阿旅游合作的现状来看,旅游企业和非政府旅游组织两大主体存在缺位。2010年中国穆斯林旅游协会成立,2015年中国首家清真食品认证机构在宁夏成立,改变了中国清真食品法律法规和标准体系不健全的现状。此类行业标准的制定,包括未来成立穆斯林旅行社协会、伊斯兰旅游饭店协会、伊斯兰航空运输协会等,有利于促进国内伊斯兰旅游业与国际伊斯兰旅游业的接轨,促进中阿各级政府和旅游企业之间的沟通,带动和深化中阿旅游合作。

旅游企业和旅游机构主要承担开发旅游产品和旅游线路、联合旅游营销以及提升旅游服务等方面的职责。未来中阿双方可考虑通过成立跨国旅游企业、加强跨国旅游企业合作等方式来加速中国伊斯兰旅游产业的发展,尤其要同阿拉伯国家具有地区和国际影响力的大型跨国旅游企业开展合作,这些企业在伊斯兰旅游行业标准的制定与规范确立方面享有重要话语权。

3. 加强次区域旅游合作

从近十年中国开展国际旅游合作的实践来看,次区域旅游合作是跨国跨境旅游合作的主要模式之一,如澜沧江—湄公河区域旅游开发、图们江旅游合作开发、中俄旅游边境合作开发等项目,其共同点是合作双方经济都处于发展中国家水平,推行全面一体化的旅游合作模式尚存在难度。中阿双方幅员辽阔,区域旅游资源多样,地区旅游发展水平参差不齐,次区域旅游合作模式不啻为合作初始阶段的最佳选择。未来应充分发挥中国各级地方政府的主体作用,依据地方旅游资源特色、发展规划及发

展水平,分层次推进中国相关区域的旅游圈和旅游板块与阿拉伯国家开展“一对一”的次区域旅游合作,提高旅游双边合作的针对性。

阿拉伯国家的旅游区域主要分为北非马格里布地区、尼罗河流域地区、沙姆地区和海湾地区等,中国的旅游区域主要分为三大区域旅游合作圈(长三角、珠三角和环渤海区域旅游合作圈)和五大区域旅游合作板块(西南区、西北区、东北区、中原区和华中区)。从现阶段中国旅游发展水平来看,应重点探索中国长三角、珠三角及西北区板块与海湾地区的次区域旅游合作。长三角、珠三角地区总体经济水平发展较高,基础设施建设较为完善,具备旅游经济优区^①的优势,与阿拉伯国家的经贸往来密切。以宁夏为代表的西北区板块是中国回族穆斯林聚集区,在历史、文化、宗教上与阿拉伯国家存在相似性与关联性,在发展伊斯兰旅游方面具有天然优势,同时又是中国实施“向西开放”战略的重点区域。海湾地区国家经济发展和人均收入水平高、政治相对稳定,具备开展对外旅游合作的基础,中阿旅游合作应先考虑中国长三角、珠三角和宁夏等地区与海湾地区阿拉伯国家的次区域旅游合作,待积累经验后再逐层推进。

(三) 中国伊斯兰旅游相关产业基础薄弱

《全球伊斯兰经济情势报告(2014/2015)》从目的地交通便利度、伊斯兰旅游生态环境、伊斯兰旅游发展意识及旅游业对当地社会的影响四个维度,^②对全球各国伊斯兰旅游业发展潜力作了评估(见表4)。该指标将一个地区伊斯兰旅游业发展潜力归为两大因素:一是当地旅游业的发展基础,即是否为旅游经济优区;二是该地区的伊斯兰旅游生态环境与发展意识。

表4 全球各国伊斯兰旅游发展指数排名

排名	国家	目的地交通便利度	伊斯兰旅游生态环境	伊斯兰旅游发展意识	社会影响	平均得分
1	马来西亚	130.6	100.0	250.2	24.7	101.4
2	阿联酋	88.7	100.0	55.7	15.5	65.0
3	新加坡	101.2	100.0	7.8	15.9	56.2
4	土耳其	62.2	100.0	20.8	15.9	49.7
5	马尔代夫	8.0	0.0	24.6	164.4	49.2

资料来源: Thomson Reuters, “State of the Global Islamic Economy Report 2014/2015,” Halal

^① 旅游经济优区是指旅游经济较为发达、旅游业收入较高的特定区域。

^② 在这四项指标中,目的地交通便利度是指为入境穆斯林游客提供司机服务;伊斯兰旅游生态环境是指为穆斯林游客提供清真食物等符合伊斯兰教法的旅游服务与设施建设;伊斯兰旅游发展意识是指与伊斯兰旅游相关新闻报道、事件数量等;社会影响是指旅游业为旅游目的地创造的就业岗位数量。

Focus, December 8, 2014, http://www.flandersinvestmentandtrade.com/export/sites/trade/files/news/342150121095027/342150121095027_1.pdf, 登录时间:2015 年 6 月 5 日。

参照上述伊斯兰旅游目的地发展指标,中国各地普遍存在伊斯兰旅游相关产业基础薄弱、伊斯兰旅游发展意识淡薄等问题。以宁夏为代表的西北区旅游板块虽具有发展伊斯兰旅游的强烈意识,但区域旅游总体发展水平较低,旅游业基础薄弱,基础设施建设不足。东南沿海地区虽为旅游经济优区,但长期以来欠缺伊斯兰旅游发展意识,清真餐馆、伊斯兰酒店、宗教基础设施等建设不足,且缺少针对穆斯林游客的旅游线路设计与旅游营销手段。

为此,中国各地区可根据自身旅游发展现状及特点,取长补短,积极规划。以宁夏为代表的西北地区应大力发展城市基础设施建设,全面提高地区综合旅游水平;东南沿海地区则应积极转变观念,吸取新加坡、日本等国和中国台湾地区发展伊斯兰旅游业的经验,积极开拓穆斯林旅游客源市场,推进中国“丝绸之路文化旅游经济带”建设。

四、中阿旅游合作领域

(一) 旅游客源市场

旅游市场合作是国际旅游合作的常见形式。全球经济一体化的推进,令旅游市场经历了由国内向国外、由局部向全世界的发展过程。旅游市场合作主要指旅游客源市场领域的合作,包括共同开拓旅游市场和互为旅游目的地及客源地两种方式。中国和阿拉伯国家在地理上并不相邻,双方旅游资源禀赋不同,旅游特色迥异,因此宜采取互为旅游目的地及客源地的合作方式。

中国和阿拉伯国家均蕴含巨大的旅游发展潜力,“一带一路”倡议为中国对外开展旅游合作提供了新机遇。2015 年 3 月,中国国家发改委、外交部、商务部在博鳌论坛期间发布《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,规划推动“一带一路”沿线国家及城市旅游业的长足发展。据中国国家旅游局预计,“十三五”期间中国将为“一带一路”沿线国家输送 1.5 亿人次中国游客和 2,000 亿美元旅游消费。^① 中国庞大的出境游消费将对整体提振和发展阿拉伯国家旅游业注入强劲动力。不少阿拉伯国家已意识到中国“一带一路”倡议对当地提供的历史性机遇,积极做出回应。中东地区出境游客源市场体量虽不大,但增幅位列全球第一。

^① 《“一带一路”的旅游愿景如何实现》,中国国家旅游局, <http://dj.cnta.gov.cn/html/2015-04/1824.shtml>, 登录时间:2015 年 12 月 4 日。

加强与阿拉伯国家的旅游合作将有利于中国进一步开拓全球伊斯兰旅游市场。2014年全球穆斯林游客量达到1.08亿人次,市场规模超1,450亿美元,占全球旅游市场份额的10%。据预测,到2020年,全球穆斯林旅游市场游客量将达到1.5亿人次,市场规模超2,000亿美元,占全球旅游市场的11%。^①

未来,中阿双方应积极通过互推旅游线路和开发旅游产品,共同确定旅游促销原则和促销计划,联手搭建区域性旅游宣传平台,创新签证及货币兑换政策等方式,推动双方互为旅游客源国和目的地。

(二) 伊斯兰旅游相关产业

受伊斯兰宗教和文化影响,穆斯林游客在旅游目的地选择、出行方式、消费习惯和消费结构等方面,具有特殊的宗教、文化习惯。伊斯兰教对穆斯林从事旅游活动目的及旅游“合法性”作出的相应规定,使其不论在道德内涵还是行为准则上都区别于一般西方视角下的休闲旅游。不少学者认为,伊斯兰旅游体现了一种新的伦理审视,代表了一种人们可以普遍接受的高道德标准和礼仪价值观,^②更多地是一种旨在复兴伊斯兰和阿拉伯文化,提升阿拉伯民族文化自信的文化和宗教概念。^③从这一角度来看,阿拉伯国家旅游业发展不仅是一种经济现象,更代表了一种文化诉求。

正是基于这一文化诉求,伊斯兰旅游产业才得以迅速兴起和发展,包括伊斯兰酒店业、伊斯兰餐饮业、伊斯兰航空业和伊斯兰旅游信息产业等,这些产业依托全球庞大的穆斯林游客群体,致力于为全球穆斯林游客及非穆斯林游客提供体现伊斯兰特色及其价值观的旅游服务。当前,伊斯兰旅游相关产业的发展呈现品牌化、标准化和全球化的趋势。以伊斯兰酒店业为例,经过数年发展已形成数个具有全球知名度的行业领军品牌,如阿联酋的阿姆拉(Almulla)饭店集团。2007年10月,该集团启动了首个伊斯兰酒店建设项目,精心打造了旗下三个著名品牌。至2013年,集团在全球范围内投资20亿美元新建了150家伊斯兰酒店,落户沙特、阿联酋、约旦、埃及和马来西亚等国,并将在伦敦、巴黎等穆斯林游客聚集的欧洲城市继续开设35家分店。此外,阿联酋还拥有凯宾斯基(Kempinski)旗下的沙赞(Shaza)、瑞兹多(Rezidor)、罗

^① Dada Zecic Pivac, "The Trail Less Travelled", *BQ Magazine*, May 1, 2015, <http://www.bq-magazine.com/industries/hospitality/2015/05/halal-tourism-in-the-gcc>, 登录日期:2015年7月7日。

^② Abdul-Rahim Hassan, "Islamic Tourism: The Concept and the Reality," *Islamic Tourism*, Vol. 14, No. 1, 2004, p. 1.

^③ Ala al-Hamarnah and Christian Steiner, "Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World After September 11: Comparative Studies of South Asia," *Africa and the Middle East*, Vol. 24, No. 1, 2004, pp. 18-27.

塔那(Rotana)以及康富(KM)集团旗下的塔玛尼(Tamani)等多个伊斯兰酒店品牌。^①

伊斯兰酒店业的发展也不再局限于穆斯林国家。截止2011年,新加坡已为该国366家饭店和度假村颁发了伊斯兰酒店行业证书,其中289家由新加坡宗教部门直接认定,包括雅高(Pullman)和提斯特尔(Thistle)等知名饭店业品牌。2009年,阿拉伯游客在英国的旅游消费总额超过13亿美元,英国、俄罗斯、法国等阿拉伯游客众多的国家越来越重视伊斯兰酒店业的发展。^②

中国通过加强与阿拉伯国家跨国旅游集团的合作,有利于稳步提升国内伊斯兰旅游基础设施建设和服务水平,提高中国作为伊斯兰旅游新兴目的地的知名度,以及中国文化旅游业的多样性及国际化水平。

(三) 旅游信息技术领域的合作

中阿旅游信息技术合作主要包括互联网旅游产业合作和旅游数据信息的共建与共享两大领域。

互联网信息技术对旅游业具有重要影响,以互联网为平台的旅游信息服务已成为全球旅游业务拓展及旅游营销的重要手段。2014年,中国国家旅游局正式提出“智慧旅游”的发展概念,加快推动旅游在线服务、网络营销、网上预订、网上支付等智慧旅游业务。

阿拉伯国家早在2004年就制定了地区电子旅游产业“三步走”的发展规划:第一步,协调阿拉伯各国旅游主管部门,实现旅游相关数据及旅游企业信息资源的公开和共享;第二步,通过建立网络信息平台,实现各国旅游企业的网上交易和财务结算,旅游产品的在线购买与支付;第三步,实现地区电子旅游产业与其他金融产业的全面融合。2008年至今,阿拉伯国家每年都召开电子旅游及电子营销国际会议(IFITT),以推进地区旅游业的在线发展。^③

通过互联网开展旅游联合推广及营销、双边旅游资源与产业链的整合、游客互联网使用习惯的培育,从而实现传统旅游营销模式与网络营销的有机融合,可成为未来中阿借助互联网信息技术拓展旅游合作的目标与方向。

新加坡在利用互联网开拓穆斯林旅游客源市场方面值得中国借鉴,其经验可概

^① Mohamed M. Battour *et al.*, "Toward a Halal Tourism Market," *Tourism Analysis*, Vol. 15, No. 4, 2010, pp. 461-470.

^② Marcus L. Stephenson, "Deciphering 'Islamic Hospitality': Developments, Challenges and Opportunities," *Tourism Management*, Vol. 40, 2014, pp. 155-164.

^③ 哈桑·埃米尔:《电子旅游及电子营销国际会议近日将在沙姆沙伊赫度假村举行》(阿拉伯文),载《利雅得报》2008年10月13日, <http://www.alriyadh.com/380553>, 登录时间:2015年12月2日。

括为,利用互联网整合国内伊斯兰旅游资源,为穆斯林游客提供一站式旅游服务(Packaged Travel)。新加坡伊斯兰旅游专营企业领英(Crescent Rating)公司在2013年12月推出了“伊斯兰旅游”^①在线旅游预订网站,依据伊斯兰标准对饭店、度假村及旅游景点进行排序,提供伊斯兰饭店、清真餐馆、机票、旅行社等旅游信息和预订服务,为来自阿拉伯国家及其他地区的穆斯林游客提供了巨大便利。2014年,领英公司与万事达(Mastercard)公司签署协议,通过数据联合分析,为全球伊斯兰旅游业投资者提供专业金融咨询与服务。近年来,新加坡国内的伊斯兰旅游业发展迅速,在2014年发布的全球伊斯兰旅游发展指数中,新加坡位列第三,成为仅次于马来西亚和阿联酋的第三大伊斯兰旅游目的地。

中阿旅游数据信息的共建与共享是指双方在国家及地方政府牵头下,建立旅游数据统计体系和旅游舆情监测网站。旅游产业作为社会化服务产业,需要建立在相关统计数据基础上才能有效推进旅游产品的设计、规划及旅游服务的改进。中阿双方可通过硬件平台的搭建,对旅游统计数据进行多渠道更新和多模式应用,通过大数据提升双边旅游合作。

(四) 人才培养和联合研究领域

联合人才培养是推进中阿旅游合作的基础条件。一方面,旅游行业涉及面广,对从业人员综合素质要求较高;另一方面,阿拉伯国家与中国在文化、宗教、语言、民俗方面差异较大,开展中阿旅游合作亟需培养一批掌握中阿双语、熟悉伊斯兰文化和宗教知识,具备和穆斯林打交道能力的旅游从业人员,包括外语翻译、旅游营销与管理人才、信息技术人员等人才。

为此,中阿双方可通过合作建立专科学校,根据市场需求设置专业方向,面向区域内各国招收生源,在中阿之间开展交叉教学和实践,实现短期内高素质旅游管理人才的培训和交流。

此外,中阿双方还应重视开展旅游领域的联合研究。目前,中国关于中阿旅游合作的理论研究,无论从广度还是深度上都无法满足中阿旅游实践开展的需要,遵循“理论研究先行”的理念,有助于更好地推进中阿旅游快速、有序和健康发展。

(责任编辑:李 意)

^① “伊斯兰旅游”网址:<http://www.halaltrip.com/>,登录时间:2016年1月2日。

Belt and Road” Initiative

Author LIU Zhongmin, Ph.D., Professor, Middle East Studies Institute, Shanghai International Studies University

31 Economic Cooperation between China and the Middle East under “the Belt and Road” Initiative

Abstract The Middle East is the hub for implementing China’s “Belt and Road” Initiative. Economic development in the Middle East is over-reliance on oil exports, which makes it possible for the malformations of its economic structure and vulnerability when suffering external impacts. Against such backdrops, regional economy is in great need of diversified development. China could cooperate with the Middle East countries in areas including international trade, the downstream petrochemical industry, infrastructure, scientific and technological cooperation, commodity pricing, financial market and so on. Many risks, such as frequent geopolitical conflicts, high credit risk, uncertainty of sources of funds and high diplomatic risk, are standing in the way of cooperation between China and the Middle East. In such a case, China could mitigate the risk through multi-level financing methods such as strengthening risk warning, improving post-loan management and highlighting the project characteristics.

Key Words “The Belt and Road” Initiative; Middle East; Economic Cooperation; Cooperation Risks

Author ZHAO Yajing, Postdoctoral Fellow, China Export and Credit Insurance Corporation; WANG Youxin, Ph.D., Institute of International Finance, Bank of China

44 Research on Tourism Cooperation between China and Arab Countries from the Perspective of “the Belt and Road”

Abstract The cooperation between China and Arab countries in tourism industry is necessary for China’s construction of Silk Road Economic Zone. The driving force of Sino-Arab tourism cooperation comes from the internal needs of Arab countries in developing its tourism industry and China’s direct demands for deepening the economic and trade cooperation with Arab countries and the construction of Silk Road Economic Zone. At present, the tourism cooperation between China and Arab countries is still in the launching period; political instability in the Middle East, inadequate cooperation mechanism between the two sides and the weak foundation of Islamic tourism industry in China are three main factors that restrict the development of Sino-Arab cooperation in tourism industry. In the future, China and Arab countries should strengthen bilateral cooperation in areas including tourism market, Islamic tourism related industry, tourism information technology and personnel training and joint research.

Key Words China; Arab Countries; Tourism Cooperation; “The Belt and Road” Initiative

Author CAO Xiaoxiao, Ph.D., Lecturer, Asian Languages and Cultures, Zhejiang International Studies University

58 On the Relations between Western Countries and Hamas

Abstract Hamas was active in the U.S. and Europe during its early period, when U.S. and Europe played an important role in Hamas’ sources of funds. Owing to their support of Israel, Hamas is strongly opposed to the Western countries, especially to the U.S. Hamas was listed in the terrorist organizations by the U.S. and EU. Due to Hamas’ violent resistance against Israel and rejection of the Palestinian-Israeli Peace Process, the U.S. and EU both cracked down and blockaded the organization, and even denied the Hamas government. The Western policies on Hamas caused some negative effects. Among them, one is to prompt the organization more radical, another is getting hard on solving the Palestinian-Israeli Issue. In conclusion, the improvement of the relationship between the two sides is