

โอกาสและช่องทางธุรกิจของไทยในจีนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. สถานภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มีการเริ่มต้นใหม่อีกครั้งในช่วงต้นของศตวรรษที่ 1950 ภายหลังจากปฏิรูปเศรษฐกิจ และการนำนโยบายเศรษฐกิจแบบเปิดมาใช้ในช่วงปลายของศตวรรษที่ 1970 ส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจีน มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และได้กลายเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญถึงระดับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ¹

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของสาธารณรัฐประชาชนจีนในปัจจุบัน โดยข้อมูลจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (the World Tourism Organization: UNWTO) ในปี 2009 พบว่า จีนเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเป็นอันดับที่ 4 ของโลก ซึ่งเป็นรองจากประเทศสหรัฐอเมริกา สเปน และฝรั่งเศส ตามลำดับเท่านั้น โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับจีน คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 39.7 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีอัตราการลดลงร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับในปี 2008 (ตารางที่ 1)

ในขณะเดียวกัน การใช้จ่ายสำหรับการเดินทางออกไปยังประเทศต่างๆ ประเภทยู่มากกว่า 1 วัน² ของชาวจีนก็ มีมากเป็นอันดับที่ 3 ของโลก ในปี 2009 รองจากประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา ตามลำดับ โดยมีมูลค่าเท่ากับ 50.9 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ (ตารางที่ 2) แต่อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายสำหรับการเดินทางออกไปยังต่างประเทศของชาวจีนมีอัตราการลดลงร้อยละ 4.1 เมื่อเทียบกับในปี 2008 ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย³

¹ Prof. Zhang Guangrui, Director, CHINA'S OUTBOUND TOURISM: AN OVERVIEW, Tourism Research Centre, Chinese Academy of Social Sciences, WTM-CHINACONTACT CONFERENCE, 2006.

² TF: International tourist arrivals at frontiers (excluding same-day visitors)

³ UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition.

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย

International Tourism Receipts		US\$				Local currencies	
		billion		Change (%)		Change (%)	
		2009	2010*	09/08	10*/09	09/08	10*/09
Rank							
1	United States	94.2	103.5	-14.7	9.9	-14.7	9.9
2	Spain	53.2	52.5	-13.7	-1.2	-9.0	3.9
3	France	49.4	46.3	-12.7	-6.2	-7.9	-1.3
4	China	39.7	45.8	-2.9	15.5	-2.9(\$)	15.5(\$)
5	Italy	40.2	38.8	-12.0	-3.6	-7.2	1.4
6	Germany	34.6	34.7	-13.2	0.1	-8.5	5.3
7	United Kingdom	30.1	30.4	-16.3	0.8	-1.3	1.7
8	Australia	25.4	30.1	2.5	18.6	10.3	0.8
9	Hong Kong (China)	16.4	23.0	7.5	39.5	7.0	39.8
10	Turkey	21.3	20.8	-3.2	-2.1	-3.2(\$)	-2.1(\$)

(Data as collected by UNWTO, June 2011)

ที่มา : UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition.

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปยังต่างประเทศ

International Tourist Arrivals		Series	million		Change (%)	
			2009	2010*	09/08	10*/09
Rank						
1	France	TF	76.8	76.8	-3.0	0.0
2	United States	TF	55.0	59.7	-5.1	8.7
3	China	TF	50.9	55.7	-4.1	9.4
4	Spain	TF	52.2	52.7	-8.8	1.0
5	Italy	TF	43.2	43.6	1.2	0.9
6	United Kingdom	TF	28.2	28.1	-6.4	-0.2
7	Turkey	TF	25.5	27.0	2.0	5.9
8	Germany	TCE	24.2	26.9	-2.7	10.9
9	Malaysia	TF	23.6	24.6	7.2	3.9
10	Mexico	TF	21.5	22.4	-5.2	4.4

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(\$) = percentage derived from series in US\$ instead of local currency

ที่มา : UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition.

จากรายงานของ CHINA TOURISM REPORT ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2011 ได้ระบุว่า จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศจีน ตลอดปี 2010 มีจำนวน 134 ล้านคน ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว ซึ่งถือว่าต่ำกว่าอัตราการเจริญเติบโตที่ได้คาดการณ์ไว้ก่อนที่จะเกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยในอัตราร้อยละ 8 - 10 อย่างไรก็ตามก็ถือว่าเป็นอัตราการเจริญเติบโตที่สูงที่สุดนับตั้งแต่ปี 2007 เป็นต้นมา

สำหรับรายได้จากภาคการท่องเที่ยวและบริการของจีนในปี 2010 มีมูลค่าเกือบ 49 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากในปี 2009 ที่มีมูลค่าเท่ากับ 44 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นในสัดส่วนร้อยละ 10.2 เมื่อเทียบกับในปี 2009

อย่างไรก็ตาม ในปี 2010 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของจีน มีอัตราการเจริญเติบโตลดลง สอดคล้องกับในปี 2009 คิดเป็นร้อยละ 3 จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในจีนของปี 2008 มีจำนวน 130 ล้านคน แต่มาในปี 2010 มีจำนวนเหลือเพียง 126 ล้านคนเท่านั้น สืบเนื่องจากปัจจัยแวดล้อมทางด้านระบบเศรษฐกิจโลกอยู่ในภาวะถดถอยอย่างรุนแรง ที่ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศจีนมีจำนวนลดลง รวมทั้งปัจจัยทางด้านโรคไข้หวัด H1N1 ที่ระบาดอย่างหนัก เมื่อเดือน เมษายน ปี 2009 และความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ทำให้รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของจีน ที่มีมูลค่า 39 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 4.5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว

ประชาชนชาวจีน มีแนวโน้มที่จะไปท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งข้อมูลตัวเลขของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติของจีน (China National Tourist Office: CNTO) ได้ระบุว่า ประชาชนชาวจีนที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในแผ่นดินใหญ่มีจำนวนมากถึง 1.9 พันล้านคนในปี 2009 ซึ่งเมื่อเทียบกับปี 2000 มีจำนวนเพียง 744 ล้านคนเท่านั้น ซึ่งเป็นที่สังเกตว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีการเพิ่มขึ้นมากภายในช่วงระยะเวลา 10 ปี เท่านั้น⁴

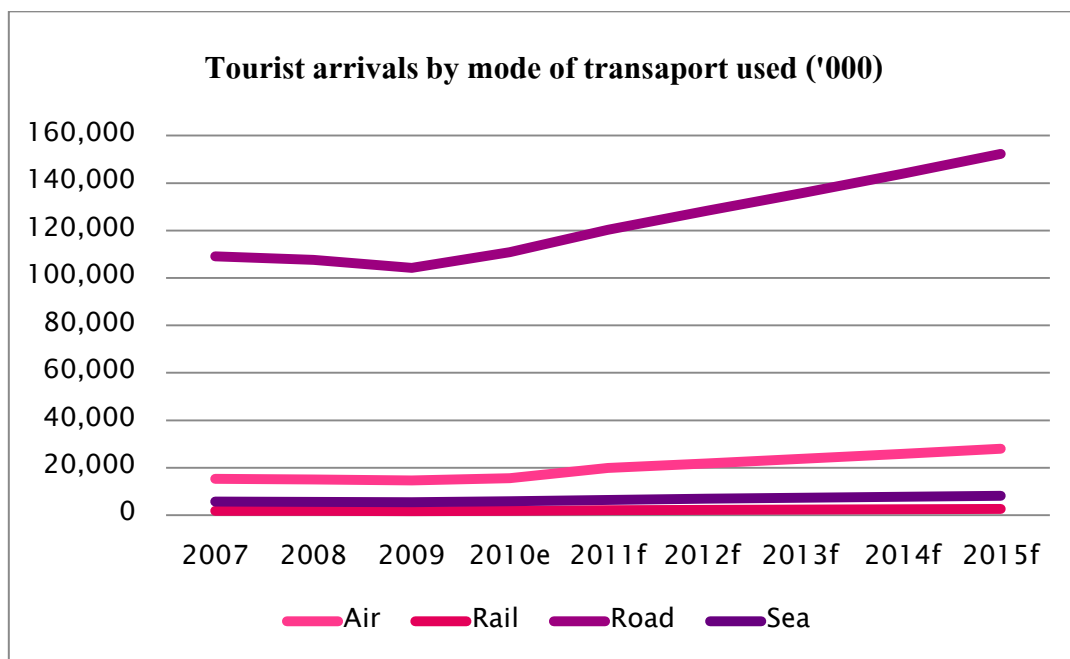
ภาพรวมการคมนาคมขนส่งที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทาง ตั้งแต่ปี 2007-2015f มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกประเภท ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้ระบบคมนาคมขนส่งผ่านทางถนนมากที่สุด มีจำนวนประมาณ 104 ล้านคนในปี 2009 รองลงมาได้แก่ ทางอากาศ และทางทะเล ส่วนระบบคมนาคมที่นักท่องเที่ยวใช้น้อยที่สุดก็คือการเดินทางโดยรถไฟ ซึ่งมีจำนวนเพียง 1 ล้านคนเท่านั้น นอกจากนี้ยังได้มีการคาดการณ์ว่า ในปี 2015

⁴ CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศจีนนั้น จะยังคงใช้การเดินทางโดยถนนมากที่สุด ประมาณ 152 ล้านคน และการเดินทางโดยรถไฟก็ยังมีจำนวนน้อยที่สุดประมาณ 2 ล้านคนเท่านั้น (รูปที่ 3)

ในปี 2009 นักท่องเที่ยวในประเทศจีนมีจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด มีจำนวนประมาณ 56 ล้านคน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายทางด้านธุรกิจ มีจำนวนน้อยที่สุดประมาณ 30 ล้านคน ส่วนการคาดการณ์ในปี 2015 พบว่า การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนก็ยังคงจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด ประมาณ 86 ล้านคน และน้อยที่สุดก็คือ การมาเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ มีจำนวนประมาณ 46 ล้านคน (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศจีน จำแนกตามการใช้บริการผ่านระบบขนส่งประเภทต่างๆ ตั้งแต่ปี 2007 – 2015⁵



ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

⁵ e/f = BMI estimate/forecast

รูปที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศจีนจำแนกตามวัตถุประสงค์
ตั้งแต่ปี 2007 – 2015⁶



ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

ภาพรวมของรูปแบบการเข้าพักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของจีน พบว่าตั้งแต่ปี 2007-2015 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยในปี 2009 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการเข้าพักแบบ Overnight stays in hotels by residents⁷ มีปริมาณมากที่สุด จำนวน 560 ล้านคน ส่วนรูปแบบการเข้าพักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ แบบ Tourist guests to hotels จำนวน 71 ล้านคนเท่านั้น นอกจากนี้ยังได้คาดการณ์ว่า ในปี 2015 การเข้าพักแบบ Overnight stays in hotels by residents ยังคงมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากที่สุด ประมาณ 940 ล้านคน ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใช้รูปแบบการเข้าพักแบบ Tourist guests to hotels ก็ยังคงมีปริมาณน้อยที่สุด ประมาณ 101 ล้านคนเท่านั้น (รูปที่ 2)

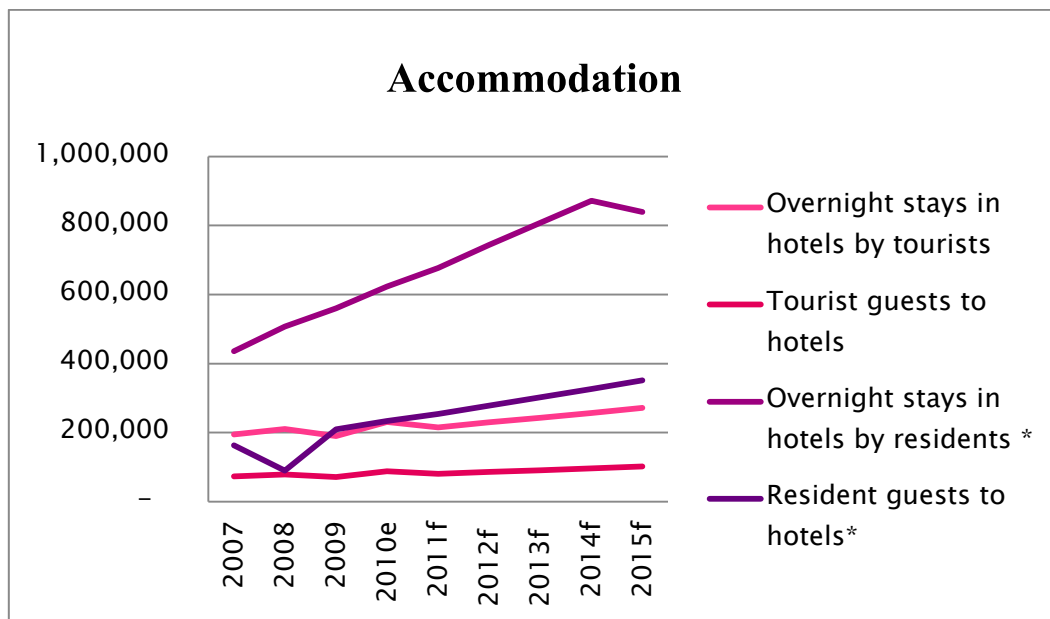
สำหรับจำนวนการเข้าพักในโรงแรมของจีนนั้นพบว่า ตั้งแต่ปี 2007-2015 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกัน โดยในปี 2009 มีจำนวนการจองห้องพัก 2 ล้านห้อง และมีจำนวนเตียงที่ใช้ในการเข้าพักเกือบ 4 ล้านเตียง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีการเข้าพักในโรงแรมโดยเฉลี่ยประมาณ 3 คืน ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าในปี 2015

⁶ e/f = BMI estimate/forecast

⁷ * Residents in hotels was estimated/forecast using overnight stays by residents divided by average length of stay.

จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีการเข้าพักโดยเฉลี่ยในโรงแรมของจีนจะเพิ่มขึ้นเป็น 4 คืน (ตารางที่ 35) และมีจำนวนการจองห้องพักประมาณ 3 ล้านห้อง มีจำนวนเตียงที่ใช้ประมาณ 5.5 ล้านเตียง (รูปที่ 3)

รูปที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศจีน
จำแนกตามรูปแบบการเข้าพัก ตั้งแต่ปี 2007 – 2015⁸



ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

ตารางที่ 3 การพักในโรงแรมโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2007 – 2015⁹

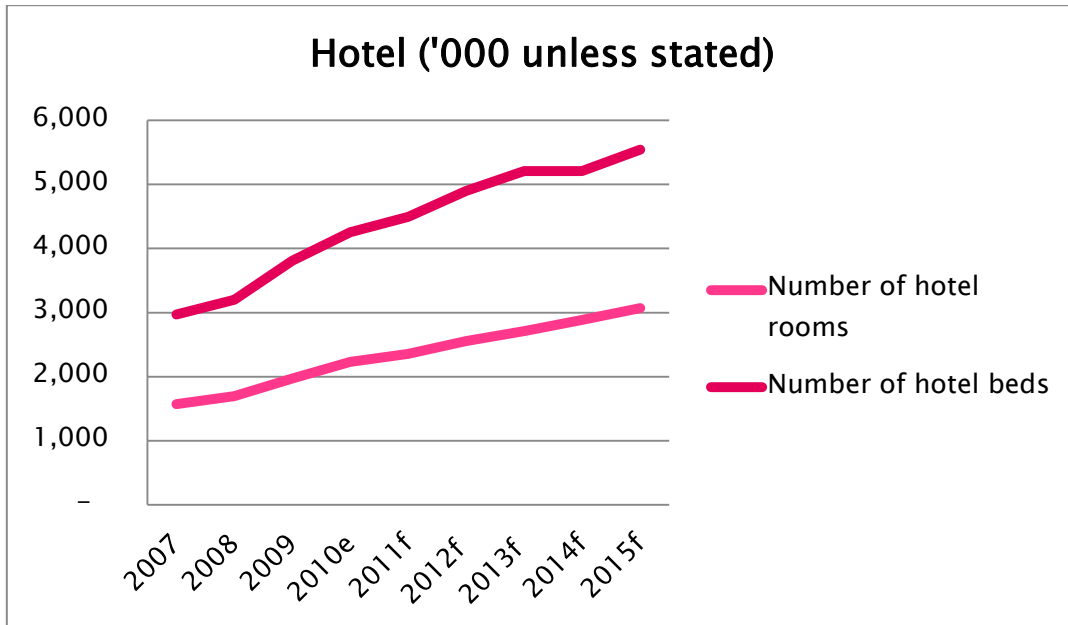
Hotels	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
Average length of stay, nights	2.67	2.67	2.67	2.67	2.67	2.67	2.67	2.67	3.67

ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

⁸ e/f = BMI estimate/forecast

⁹ e/f = BMI estimate/forecast

รูปที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศจีน
 จำนวนการพักในโรงแรม ตั้งแต่ ปี 2007 – 2015¹⁰

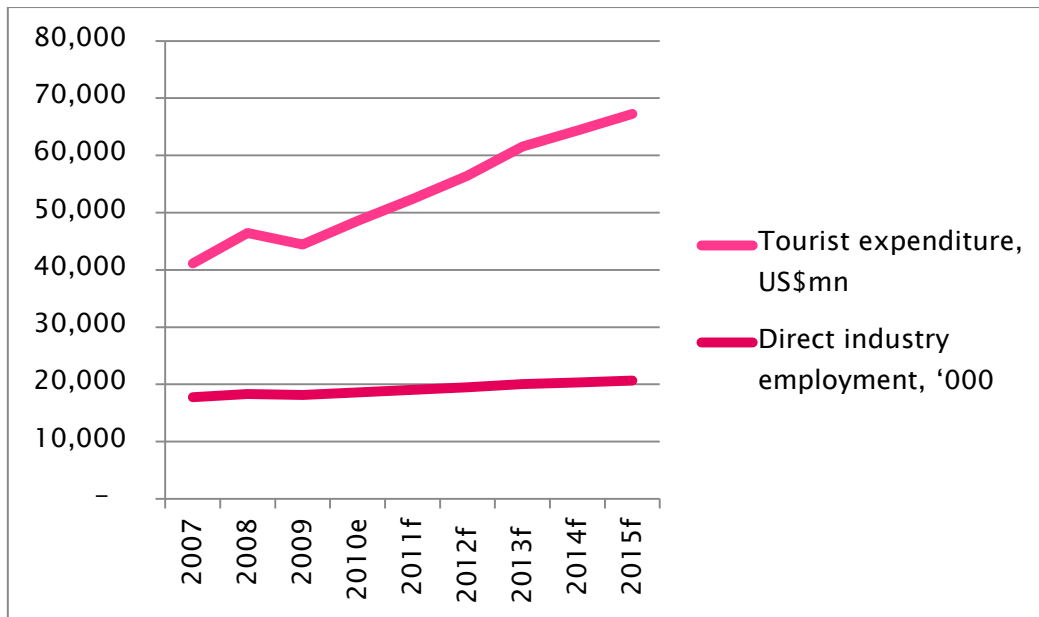


ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS
 TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

ตั้งแต่ ปี 2007 – 2009 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาพรวม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับภาพรวมของจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจีน (รูปที่ 4)

¹⁰
 e/f = BMI estimate/forecast

รูปที่ 5 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศจีน และจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2007 – 2015¹¹



ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY

FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

สัดส่วนค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวต่อ การส่งออกสินค้าและบริการ ที่คาดการณ์อยู่ในอัตราร้อยละ 3.1 และ 17.8 ตามลำดับ ซึ่งมีการปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับปี 2009 เท่ากับร้อยละ 0.6 และ 16.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของรายได้จากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2007-2015 มีแนวโน้มลดลง (รูปที่ 6) โดยมีการคาดการณ์ว่าในปี 2015 สัดส่วนค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวต่อ GDP ของจีนอยู่ที่ ร้อยละ 0.7 ซึ่งลดลง ร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับปี 2009

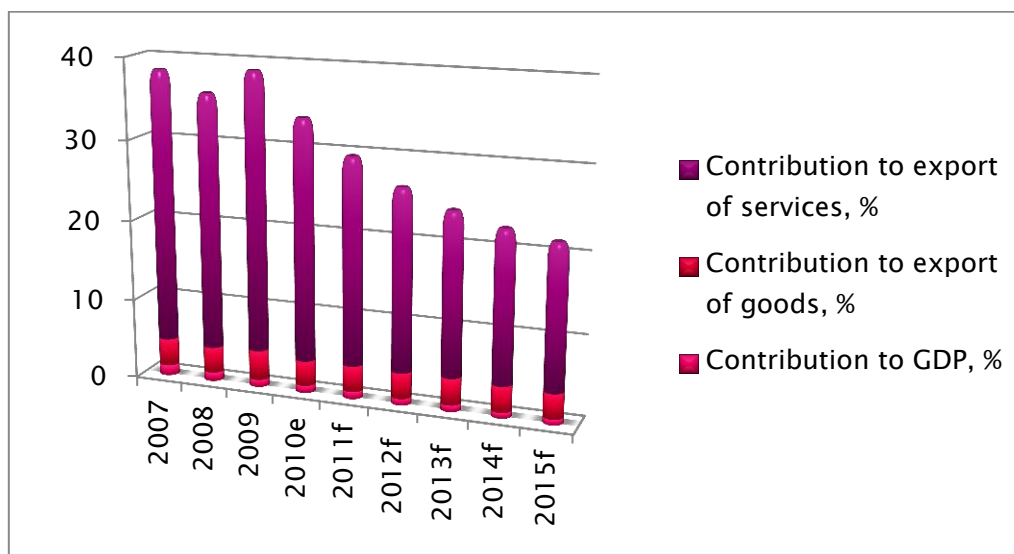
¹¹ e/f = BMI estimate/forecast

ตารางที่ 4 สัดส่วนของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อ GDP และการส่งออกสินค้าและบริการของประเทศจีน ตั้งแต่ ปี 2007 – 2015f¹²

Expenditure	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
Contribution to GDP, %	1.3	1.1	0.9	0.9	0.9	0.8	0.8	0.7	0.7
Contribution to export of goods, %	3.4	3.2	3.7	3.1	3.2	3.2	3.3	3.2	3.1
Contribution to export of services, %	33.7	31.6	34.3	29.7	25.5	22.4	20.1	18.7	17.8

ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

รูปที่ 6 สัดส่วนของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อ การส่งออกสินค้าและบริการ และต่อ GDP ของประเทศจีน ตั้งแต่ ปี 2007 – 2015f¹³



ที่มา : CHINA TOURISM REPORT Q2 2011 INCLUDING INDUSTRY FORECASTS TO 2015, Business Monitor International, February 2011.

¹² e/f = BMI estimate/forecast

¹³ e/f = BMI estimate/forecast

2. นโยบายภาครัฐบาล

ภายหลังการที่สาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) เมื่อปี 2001 ได้ทำให้จีนสามารถแสดงบทบาทได้มากขึ้นในเวทีโลก

สำหรับผลที่เกิดขึ้นกับด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของจีนพบว่า ข้อจำกัดต่างๆ โดยเฉพาะในเรื่องการเข้าเมืองของผู้มาเยือนที่เป็นชาวต่างชาติลดน้อยลงไป อีกทั้งยังทำให้ สินค้า ประชากร และทุน ก็จะเคลื่อนไหวได้สะดวกมากขึ้น

ในปี 1998 ภาครัฐ และภาคเอกชนของจีนได้มีนโยบายมุ่งเน้นการทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยได้มีความร่วมมือกัน เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมและการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ซึ่งผลจากการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจีนทำให้จำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ นโยบายของรัฐบาลจีน ที่เร่งสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางออกประเทศ จากการทำข้อตกลงทางการทูตกับประเทศต่างๆ ในทุกๆ ภูมิภาคทั่วโลกในเรื่องการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อาทิเช่น รัฐบาลจีนได้อนุมัติให้มีการจัดทัวร์ท่องเที่ยวตามประเทศต่างๆ อย่างในทวีปยุโรป 27 ประเทศ เมื่อปี 2003 รัฐบาลของประเทศจีนกับสหรัฐอเมริกาได้ทำการลงนามในบันทึกความเข้าใจด้านความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยว รัฐบาลจีนยังได้ทำการเจรจากับรัฐบาลเยอรมนีในการพัฒนาการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ โดยไม่มีบริษัทนำเที่ยวของชาวจีนที่ทำธุรกิจในเยอรมนี

สำหรับประเทศไทย เมื่อ ๗ ธ.ค. ๒๕๔๗ รองนายกรัฐมนตรี มาดามอู๋อี มาเยือนประเทศไทยในปี 2005 ได้มีการลงนามบันทึกความเข้าใจในข้อตกลงในเรื่องของการแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวระหว่างสาธารณรัฐประชาชนจีนกับประเทศไทย¹⁴

คณะรัฐมนตรีจีนได้มีการออกนโยบาย สำหรับการเร่งพัฒนาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศจีน โดยมีเป้าหมายที่จะผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศจีน ทั้งนี้รัฐบาลจีน ได้มีการประกาศใช้มาตรการต่างๆ เพื่อเร่งการพัฒนาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิเช่น มาตรการ

1. ขยายตลาดท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
2. ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมสินค้าท่องเที่ยวให้มีประเภทหลากหลายมากขึ้น

¹⁴ “การท่องเที่ยวจีน” นัยต่อไทย , โดย กรวรรณ สังขกร และ จักรี เตชะวาริ.

4. เสริมสร้างการควบคุมดูแลและบริหารของตลาดท่องเที่ยว เป็นต้น

รวมทั้ง การให้ความสนใจและสนับสนุนกับการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น โดยมีเป้าหมายหลักเป็นประชาชนทั่วไป โดยการสนับสนุนสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการให้บริการในระดับต่างๆ ในประเทศจีนให้มีเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวจีนยังคงมีปัญหาและอุปสรรค ที่จะต้องแก้ไขและปรับปรุง อย่างเช่น ระบบการบริหารและการควบคุมของเขตท่องเที่ยว ยังไม่มีประสิทธิภาพดีเท่าที่ควร รวมทั้งข้อกำหนดของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ยังไม่ชัดเจน เป็นต้น¹⁵

นอกจากนี้ ในการประชุมการทำงานการท่องเที่ยวแห่งชาติจีน ณ นครหนานหนิง ในปี 2010 รัฐบาลจีนมุ่งให้ความสำคัญกับการอบรมและการพัฒนาบุคลากรด้านด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมและผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านการพักผ่อนแบบตากอากาศ สนับสนุนและกระตุ้นการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของประชาชน มีการวางแผนการพัฒนาเมืองและบริเวณโดยรอบที่มีศักยภาพต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจีน รวมทั้งให้ความสำคัญกับการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการผลักดันเขตพื้นที่สาธิต เพื่อการท่องเที่ยวตามชนบท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ รวมทั้งเมืองท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความสำคัญต่อประเทศจีน เป็นต้น¹⁶

ในรายงาน UNWTO Tourism Highlights, 2011 Edition ได้มีการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน (SWOT) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศจีน เป็นดังนี้

3. จุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจีน

จีนมีความได้เปรียบจากจำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก ยิ่งกว่านั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลอีกด้วย รวมทั้งความได้เปรียบจากการที่ระบบเศรษฐกิจของจีนมีความแข็งแกร่งและมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญในการสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศของจีน นอกจากนี้ ยังทำให้จีนมีสภาพแวดล้อมที่ท้าทายต่อการเข้ามาลงทุนทำธุรกิจของชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้นด้วย

¹⁵ ภาพรวมจีน / ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง , 4 ธันวาคม 2552.

¹⁶ เขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง / ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน ณ นครหนานหนิง , 28 มกราคม 2553.

4. จุดอ่อนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจีน

การที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของจีนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลมายาวนาน ก็อาจส่งผลทำให้ศักยภาพในการแข่งขันลดลงได้ในระยะยาว เนื่องจากการพึ่งพาจากภาครัฐบาลมากเกินไป นอกจากนี้ การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคที่ยังไม่ดีเพียงพอ อาจส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ รวมไปถึงราคาห้องพักของโรงแรมที่มีราคาสูง ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อภาคการท่องเที่ยวและบริการภายในประเทศและภายในภูมิภาคได้เช่นเดียวกัน

5. โอกาส ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจีน

การเปิดเสรีของภาครัฐ สำหรับตัวแทนบริษัทที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และการขอวีซ่า ล้วนแต่เป็นสิ่งที่จูงใจต่อนักลงทุน นอกจากนี้ ผลพวงจากการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน โอลิมปิก เมื่อปี 2008 ทำให้จีนมีการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งให้มีความสะดวกมากขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการได้ในระยะยาว

6. ข้อควรระวัง ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจีน

การร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจโรงแรมในการทำให้ราคาของอสังหาริมทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นเกินกว่าความเป็นจริง อาจจะทำให้เกิดเหตุการณ์ฟองสบู่แตกได้ ยิ่งกว่านั้น การระบาดของโรคไข้หวัด และภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ เช่น น้ำท่วม และ ดินถล่ม ในช่วง ฤดูร้อน ปี 2010 ที่ผ่านมา ก็อาจจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในภูมิภาคด้วยเช่นกัน