

城市化水平影响入境旅游发展的效应分析

王诚庆¹,王明康²

(1.中国社会科学院 财经战略研究院,北京 100028;

2.中国社会科学院 研究生院,北京 102488)

摘要:文章基于现有文献,通过构建城市化水平影响入境旅游的理论框架,分别以 16 个入境旅游市场及 6 个入境旅游收入组成部分为研究样本,利用 1996–2015 年的时间序列数据,借助协整检验及 Granger 因果关系检验,深入探究城市化对我国入境旅游规模及效益的影响作用。结果表明,除俄罗斯外,城市化与我国香港及澳门地区、日本、韩国等 15 个客源市场游客规模存在长期均衡关系,并显著推动我国台湾地区、泰国、马来西亚、菲律宾、德国、美国、加拿大等入境旅游市场客源规模的扩大;城市化与 6 个入境旅游收入要素均存在长期均衡关系,并对长途交通、游览、商品销售及娱乐等要素收入提升起到明显的推动作用。在此基础上,提出了提升城市管理水平与文化内涵、注重城市旅游功能的发挥及促进城市餐饮、住宿行业高效发展的建议。

关键词:城市化;入境旅游;协整检验;Granger 因果关系检验

中图分类号:F59

文献标识码:A

文章编号:2095-929X(2018)02-0070-07

一、引言

进入 21 世纪以来,我国城市化进程明显加快,据国家统计局的数据显示,我国城市化率由 2001 年的 37.7% 上升至 2016 年的 57.4%,高速发展的城市化带来了经济水平的提升、产业结构的升级与社会转型,已成为我国社会经济发展的重要推动力之一。城市化水平提升是否也能有效推动旅游业发展? 专家学者进行了相应的研究,并基本做出了肯定的回答。Mullins 首次提出“旅游城市化”的概念^[1],Edwards 等认为城市的快速发展能够为国内游客提供交通、通讯、服务等旅游便利条件^[2]。杨亚丽、孙根年着重分析了城市化对我国国内旅游的推动作用及其时空差异,认为城市化在客源市场开拓、资源开发、产品创新及接待设施完善等方面对国内旅游业的发展发挥了重要作用^[3]。高维忠深入探究了城市化影响区域旅游经济增长的机理特征,并得出无论全国尺度还是区域尺度,城市化水平对旅游经济均能够起到不同程度的助推作用^[4]。此外,学者对于入境旅游问题的研究多数集中于客源市场结构^[5-6]、游客空间流向^[7]、游客消费服务^[8-10]及旅游经济时空差异^[11-12]等方面,在城市因素影响入境旅游方面,学者们提出城市旅游环境^[13]、城市旅游产品、区位、距离、知名度^[14-15]及城市职能结构^[16]等因素均能够对入境旅游产生显著影响。由此可见,城市化影响国内旅游方

修回日期:2017-10-24

作者简介:王诚庆,男,山东泰安人,博士,中国社会科学院财经战略研究院研究员、博士生导师,研究方向:旅游经济管理与城市旅游;王明康,男,山东青岛人,中国社会科学院研究生院博士生,研究方向:旅游经济管理与城市旅游,Email:wmk824202623@163.com。

面的研究较为直接与系统,而对于城市化是否有效影响入境旅游却缺乏系统性的研究与实证检验。基于此,本研究主要运用计量经济学相关方法及 Eviews8.0 计量工具,选取 1996-2015 年间的时间序列数据,从入境(“境”特指关境,下同)旅游规模及效益两个层面,深入研究城市化水平对我国入境旅游的影响作用,以弥补当前理论文献研究的不足,也为提升我国入境旅游发展质量提供新的思路与视角。

二、城市化影响入境旅游的作用机理

从理论上而言,我国城市化水平能够在一定程度上促进入境旅游发展,这主要与城市化所产生的资源要素集聚效应密切相关。众所周知,我国城市化水平的提升能够有效促进资源、产业、科技、人才及品牌的集聚,为提升城市入境旅游水平提供良好的条件及基础。首先,城市化水平的提升能够为城市旅游基础设施及服务设施的改善、文化资源的挖掘维护与特色景观的营造提供充足的资金及其他资源支撑,由此带来的航空、铁路等交通通达性及景观吸引力等明显提升,为入境旅游者提供良好的便利条件。其次,城市化水平提升带动了产业集聚与升级,城市产业结构日趋优化,通讯、金融、教育、培训及商务会议等服务业发展迅速,改善了城市化营商环境,不仅为入境旅游发展提供了显著的产业支撑,同时也提升了以商务会议为主的部分客源市场的吸引力。再次,城市化促进了科技与人才的集聚,不仅提升接待设施及景观的科技含量,而且为入境旅游提供良好的人才储备,提升其服务素质及管理水平。最后,城市本身对于入境旅游提升至关重要,城市发展成就及品牌塑造提升了其入境旅游知名度,而城市本身的市民要素、文化氛围、城市文明等软实力构成了旅游业发展的独特吸引力要素,提升了城市的入境旅游形象,成为我国入境旅游的重要品牌支撑。城市化对入境旅游业的作用框架如图 1 所示。

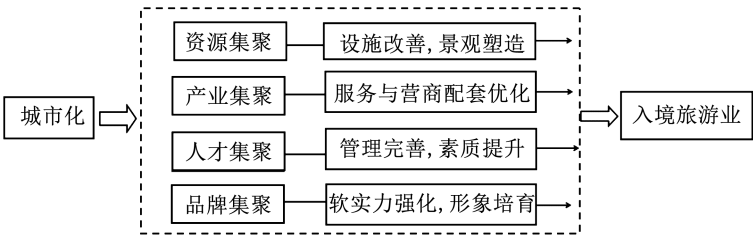


图 1 城市化影响入境旅游的作用框架

三、研究方法

(一) 协整检验

在计量经济学范畴内,如果直接对时间序列数据进行回归分析,可能会出现由于数据非平稳性导致的“虚假回归”,影响回归结果的有效性,但如果两个非平稳的时间序列数据的线性组合是平稳的,则两序列之间存在长期均衡关系,协整检验正是基于这一思想。针对两序列的协整检验一般采用 E-G 两步检验法,通过协整方程残差序列平稳性判断序列协整关系是否存在。由于本研究所采用的城市化与入境旅游规模及效益的数据均为时间序列数据,数据可能存在非平稳的问题,因此需要进行城市化与入境旅游规模及效益之间的协整分析,判断其是否存在长期均衡关系。

(二) Granger 因果关系检验

Granger 因果关系检验主要通过变量发生时间的先后顺序来判断因果关系,如果 X 是 Y 变化的原因,则 X 变化应发生在 Y 变化之前,则在 Y 对 Y 滞后项进行回归分析过程中,加入 X 的滞后项能够显著增强回归解释能力,那么 X 是 Y 的 Granger 原因,否则,X 是 Y 的非 Granger 原因,城市化与入境旅游规模及效益之间的协整检验仅能判断其是否存在长期均衡关系,而不能有效验证是否存在典型的因果关系,本研究拟用 Granger 因果关系检验判断城市化与入境旅游规模及效益之间是否存在因果关系。

四、指标选取及数据处理

(一) 指标选取与数据来源

本研究主要从规模与效益两个角度全面衡量城市化对我国入境旅游的影响,因此选取入境旅游人次与旅游外汇收入分别代表我国入境旅游规模及效益。本研究主要基于 16 个客源市场规模及旅游六要素收入来分别深入分析城市化对入境旅游规模及效益的影响作用,根据国家旅游局的相关统计标准,入境旅游市场可分为港澳台游客市场与外国游客市场两部分,本研究所选取的 16 个客源市场包括香港与澳门地区、台湾地区、韩国、日本、泰国、马来西亚、新加坡、菲律宾、蒙古、英国、德国、俄罗斯、美国、加拿大及澳大利亚。由于港澳台市场份额占入境旅游总规模的 80%左右,13 个外国客源市场的年均份额大都在 2%以上,其总份额占有所有外国游客市场总份额的 70%以上,因此样本具有一定代表性。本研究所选取的长途交通、游览、住宿、餐饮、商品销售、娱乐等旅游六要素收入占旅游外汇总收入的 85%以上,因此也具有一定代表性。采用“城镇人口占总人口比重”来衡量城市化水平,研究的时间序列数据取自于 1996-2015 年度的《中国统计年鉴》与《中国旅游统计年鉴》。

(二) 数据处理

在计量分析之前,本研究对相应数据进行预处理。首先,为消除 1998 年亚洲金融危机、2003 年非典、2008 年汶川地震与 2009 年全球金融危机等突发性事件对入境旅游造成的异常波动,本研究运用本底趋势线理论^[17]对这四个异常年份的入境旅游数据进行修正。其次,为消除汇率与价格波动因素影响,本研究按当年汇率均价将旅游外汇收入由美元换算成人民币,并运用 GDP 平减指数进行消胀处理。再次,为消除异方差影响,本研究对所有指标数据进行对数化处理。

通过表 1 与表 2 相关分析可以发现,我国城市化水平与各客源市场规模的相关系数大多都在 0.9 以上,最小也在 0.65 以上。与此同时,城市化水平与入境旅游各要素收入的相关系数均在 0.8 以上,这说明城市化与我国入境旅游规模及效益相关程度较高,为计量经济学的深入分析提供了依据。

表 1 城市化与入境旅游市场规模相关系数

客源市场	相关系数	客源市场	相关系数	客源市场	相关系数
港澳	0.903 ***	马来西亚	0.942 ***	德国	0.963 ***
台湾	0.968 ***	新加坡	0.938 ***	俄罗斯	0.737 ***
韩国	0.919 ***	菲律宾	0.985 ***	美国	0.963 ***
日本	0.669 ***	蒙古	0.959 ***	加拿大	0.962 ***
泰国	0.927 ***	英国	0.941 ***	澳大利亚	0.955 ***

注:*** 代表在 1%水平上显著。表 2 同。

表 2 城市化与入境旅游效益相关系数

收入	长途交通	游览	住宿	餐饮	商品销售	娱乐
相关系数	0.801 ***	0.922 ***	0.821 ***	0.857 ***	0.910 ***	0.853 ***

此外,在协整检验之前,本研究主要通过 ADF 单位根检验来验证城市化、入境旅游规模及入境旅游效益变量数据的平稳性。结果证实城市化、入境旅游规模变量及入境旅游效益变量的数据存在单位根,而经过一阶差分后的序列不存在单位根,因此序列一阶单整,符合协整分析的要求。^①

①限于篇幅,单位根检验结果不在此全面列出。

五、结果分析

(一) 规模影响分析

1.协整分析

通过 E-G 两步法,以城市化水平为自变量,入境旅游规模为因变量进行协整检验,其结果见表 3。

从表 3 可以看出,我国城市化水平与台湾地区、蒙古及美国等客源市场规模协整方程的残差序列在 1%的显著性水平上是平稳的,与港澳地区、韩国、泰国、马来西亚、新加坡、菲律宾、德国、加拿大及澳大利亚等客源市场规模协整方程的残差序列在 5%的显著性水平上呈现平稳性,与日本及英国等客源市场规模协整方程残差序列的平稳性通过了 10%的显著性检验,而与俄罗斯的客源市场规模协整方程残差序列平稳性均未通过 1%、5%与 10%的显著性检验,这显示了除俄罗斯以外,我国城市化水平与其余 15 个客源市场规模的协整关系成立,即存在明显的长期稳定的均衡关系,但这种均衡关系是否是因果关系却有待验证。

表 3 城市化与入境旅游规模协整检验

客源市场	残差序列 ADF 值(P 值)	客源市场	残差序列 ADF 值(P 值)	客源市场	残差序列 ADF 值(P 值)
港澳	-2.392(0.021) **	马来西亚	-2.461(0.017) **	德国	-2.419(0.019) **
台湾	-2.754(0.009) ***	新加坡	-2.063(0.04) **	俄罗斯	-1.402(0.145)
韩国	-3.441(0.031) **	菲律宾	-2.212(0.029) **	美国	-2.744(0.009) ***
日本	-2.860(0.079) *	蒙古	-4.071(0.000) ***	加拿大	-2.401(0.019) **
泰国	-2.352(0.022) **	英国	-1.768(0.074) *	澳大利亚	-2.679(0.013) **

注:***、**、* 分别代表在 1%、5%与 10%水平上显著,表 4~表 6 均类同。

2.Granger 因果关系分析

通过 Granger 因果关系检验可以进一步确定城市化与入境旅游规模的因果关系。鉴于 Granger 因果关系检验对模型滞后阶数较为敏感,本研究采用“LR 最大”与“AIC、SC 最小”准则确定模型最优滞后阶数,具体见表 4。

通过表 4 可以看出,在 1%的显著性水平下,城市化是蒙古市场规模的 Granger 原因,在 5%显著性水平下,是美国市场规模的 Granger 原因,而在 10%显著性水平下,是台湾地区、泰国、马来西亚、菲律宾、德国及加拿大游客市场规模的 Granger 原因,而城市化与港澳地区、韩国、日本、新加坡、英国、俄罗斯及澳大利亚市场规模并不存在明显的 Granger 因果关系。由此可见,城市化显著推动了蒙古、美国、台湾地区、泰国、马来西亚、菲律宾、德国及加拿大客源市场规模的扩大,而对其他客源市场规模的推动作用并不显著。

总体而言,我国城市化发展能够成为我国台湾、东南亚及欧美多数入境旅游客源市场规模扩张的重要动力,究其原因,入

表 4 城市化与入境旅游规模 Granger 因果关系检验

客源市场	最优 滞后期	原假设	
		城市化不是客源市场 规模的 Granger 原因	客源市场规模不是 城市化的 Granger 原因
港澳	1	0.314(0.583)	0.024(0.878)
台湾	1	3.233(0.091) *	0.222(0.644)
韩国	1	0.609(0.446)	0.183(0.674)
日本	1	0.140(0.713)	0.439(0.517)
泰国	1	3.548(0.078) *	0.172(0.684)
马来西亚	1	3.351(0.086) *	0.003(0.959)
新加坡	1	2.035(0.173)	0.014(0.907)
菲律宾	1	3.373(0.085) *	0.499(0.490)
蒙古	1	13.966(0.002) ***	0.001(0.979)
英国	1	1.156(0.298)	0.002(0.967)
德国	1	3.735(0.071) *	0.093(0.765)
俄罗斯	1	0.003(0.956)	0.652(0.822)
美国	1	4.492(0.050) **	0.001(0.978)
加拿大	1	3.467(0.081) *	0.106(0.749)
澳大利亚	1	0.550(0.469)	0.022(0.884)

境旅游者主导动机及旅游特征在城市化影响其市场规模的过程中起着至关重要的调节作用。以商务为主导目的的台湾地区游客已占据三成比例^[18],而随着中国与东南亚地区经贸活动日益频繁,商务会议已成为东南亚游客主要旅华动机^[19]。因此,城市化水平提升带动了城市基础设施的完善及商务环境的优化,极大便利了台湾地区与东南亚多数客源市场商务旅游者的体验活动。此外,虽然欧美多数国家游客的主导动机以观光休闲为主,但其在华游览城市数量及逗留时间远超过日韩游客^[20-22],对于拥有入境、中转、集散乃至旅游目的地功能的城市的设施、环境及服务具有更加深切的感知。

相反,城市化发展对于港澳地区、日韩及俄罗斯等客源市场规模扩张的推动作用并不明显,具体而言,虽然香港地区与澳门地区的商务游客占很大比例,但其中很大部分属于往返珠三角与港澳地区的一日游游客^[23],在我国珠三角地区城市逗留时间较少,城市化感知程度相对较弱,而俄罗斯与我国开展的边境贸易较为频繁,其客流主要集中于黑龙江、内蒙古及新疆等东北与西北地区,其较低的城市化水平对俄罗斯游客市场的推动作用有限。日韩市场主要以走马观花式的团体观光游客为主,相对于其他欧美客源市场,在城市逗留时间相对较短,消费水平较低,都市旅游体验的深度相对不足。

(二)效益影响分析

1.协整分析

以城市化为自变量,入境旅游效益为因变量,使用 E-G 两步法进行协整检验,检验结果见表 5。

表 5 城市化与入境旅游效益协整检验

收入构成	长途交通	游览	住宿	餐饮	商品销售	娱乐
残差序列 ADF 值(P 值)	-2.604 (0.012) **	-3.166 (0.003) ***	-1.945 (0.052) *	-3.263 (0.003) ***	-4.443 (0.000) ***	-6.223 (0.000) ***

从表 5 可以看出,我国城市化水平与游览、餐饮、商品销售及娱乐等收入构成要素的协整方程残差序列平稳性通过了 1%的显著性水平检验,与长途交通及住宿的协整方程残差序列平稳性分别通过了 5%与 10%的显著性水平检验,这显示了我国城市化水平与入境旅游六要素收入均存在显著的协整关系,即存在长期稳定的均衡关系,但这种均衡关系是否是因果关系同样需要进行 Granger 因果关系检验。

2.Granger 因果关系分析

通过 Granger 因果关系检验进一步有效确定城市化与入境旅游效益的因果关系。通过“LR 最大”与“AIC、SC 最小”准则确定模型最优滞后阶数,具体结果见表 6。

在选取最优滞后 1 期的情况下,在 1%、5%与 10%的显著性水平上,城市化分别是娱乐、长途交通及商品销售收入的单向 Granger 原因,在 5%的显著性水平上与游览存在双向 Granger 因果关系,而与住宿、餐饮不存在明显的 Granger 因果关系,这说明了我国城市化发展能够有效推动娱乐、长途交通、商品销售及游览等方面的入境旅游收入提升,而对住宿及餐饮收入提升的推动作用有限。

究其原因,城市化发展必然带动城市交通基础设施完善与服务提升,对于交通枢纽城市而言更是如此,极大便利入境游客的中转与集散。此外,我国当前城市化水平的提升更多呈现出城市规模扩张的态势,不仅促进了大量的商场、购物中心、步行街与娱乐设施规模化建设及完善,提升了入境游客购物与娱乐的消费体验水平。而且还催生了大量人造景观及各类型主题公园,不仅门票价格远高于其他类型景观,而且消费结构相对

表 6 城市化与入境旅游效益 Granger 因果关系检验

收入	最优 滞后期	原假设	
		城市化不是入境旅游 效益的 Granger 原因	入境旅游效益不是 城市化的 Granger 原因
长途交通	1	4.888(0.043) **	0.467(0.524)
游览	1	5.689(0.031) **	4.479(0.051) *
住宿	1	1.812(0.198)	0.003(0.961)
餐饮	1	1.955(0.182)	1.780(0.202)
商品销售	1	3.332(0.088) *	0.672(0.425)
娱乐	1	24.689(0.000) ***	0.080(0.781)

于其他类型景点景观更加多元化,提升了城市景观游览效益。而相比之下,伴随着城市扩张,住宿及餐饮设施大规模建设,市场容量接近饱和,削价竞争明显,住宿及餐饮微利行业格局逐渐形成,由此使得诸多涉外住宿及餐饮企业效益得不到明显提升。

六、结论与建议

运用计量经济学分析工具,通过协整检验与 Granger 因果关系检验,深入分析城市化对我国入境旅游的规模及效益的影响作用,其主要结论如下:

首先,除俄罗斯外,我国城市化水平与港澳台地区、日本等其余 15 个客源市场规模存在长期均衡关系,并且成为蒙古、美国、台湾地区、泰国、马来西亚、菲律宾、德国及加拿大等客源市场规模扩大的重要推动力,而对港澳地区、韩国、日本、新加坡及等客源市场规模推动作用不显著。其次,我国城市化水平与长途交通、游览、商品销售、娱乐、住宿及餐饮旅游六要素收入均存在长期均衡关系,并显著推动了娱乐、长途交通、商品销售及游览等方面入境收入的提升,而对住宿及餐饮方面的入境旅游收入提升作用不大。

- 根据我国城市化水平对入境旅游规模及效益的影响作用的相关结论,本研究提出以下政策建议:
- 第一,提升城市管理水平,优化商业环境,丰富城市旅游产品类型,打造知名城市旅游品牌,推动都市旅游业与商业、地产、会议、物流等业态融合发展,提升对港澳台、日韩及东南亚商务游客的吸引力。
- 第二,在城市建设过程中,既要加强特色景观的保护,也要注重城市文化内涵的提升,着力突出城市的旅游元素与功能,既要推动城市旅游业态创新,也要优化城市旅游人文与生态环境,使入境游客对于我国大多数城市定位由交通中转地与集散地向重要旅游目的地转变,提升我国城市对于入境观光游客的吸引力。
- 第三,注重城市旅游功能的发挥,提升城市交通、景观、购物及娱乐设施及服务的品质,摆脱门票经济依赖,促进入境旅游消费多元化发展。其中,在城市化建设中积极提升餐饮及住宿行业的产业效益。在积极控制城市高星级酒店规模基础上,积极发展经济型酒店及连锁型酒店,促进城市酒店行业集团化、网络化发展,培育具有国际竞争力的城市酒店品牌。与此同时,积极扶持城市特色餐饮企业建设,积极挖掘传统民间小吃及文化型传统菜品,打造具有国际知名度的餐饮品牌及集团。

参考文献:

[1] MULLINS P. Tourism Urbanization[J]. International Journal of Urban and Regional Research, 1991, 15(3): 326-342.

[2] EDWARDS D, GRIFFIN T, HAYLLAR B. Urban Tourism Research: Developing an Agenda[J]. Annals of Tourism Research, 2008, 35(4): 1032-1052.

[3] 杨亚丽, 孙根年. 城市化推动我国国内旅游发展的时空动态分析[J]. 经济地理, 2013, 33(7): 169-175.

[4] 高维忠. 城市化影响区域旅游经济增长的机理与特征[J]. 旅游研究, 2016, 8(1): 38-44.

[5] 韩立宁, 吴晋峰, 任瑞萍, 等. 1995—2010 年间中国入境旅游客源国结构动态研究[J]. 地域研究与开发, 2013, 32(1): 81-85.

[6] 王克军. 主要客源国对中国入境旅游市场的贡献分析[J]. 旅游学刊, 2017, 32(1): 32-41.

[7] 张春晖, 马耀峰, 吴晶, 等. 供需视角下西部入境旅游流与目的地耦合协调度及其时空分异研究[J]. 经济地理, 2013, 33(10): 174-181.

[8] 何琼峰, 李仲广. 基于入境游客感知的中国旅游服务质量演进特征和影响机制[J]. 人文地理, 2014, (1): 154-160.

[9] 黄毅, 马耀峰, 薛华菊. 中国入境旅游服务质量时空态势演变与区域影响因素[J]. 地理学报, 2013, 68(12): 1689-1701.

[10] 席建超, 甘萌雨, 吴普, 等. 中国入境游客旅游消费总体趋势与区域差异: 1996-2005 年[J]. 地理研究, 2010, 29(4): 738-747.

[11] 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, (1): 134-140.

[12] 郭永锐, 张捷, 卢韶婧, 等. 中国入境旅游经济空间格局的时空动态性[J]. 地理科学, 2014, 34(11): 1299-1304.

[13]董亚娟,马耀峰,李振亭,等.西安入境旅游流与城市旅游环境耦合协调关系研究[J].地域研究与开发,2013,32(1):98-101.

[14]乌铁红,张捷,李文杰,等.中国入境旅游经济发展水平的空间格局演变及成因[J].干旱区资源与环境,2009,23(5):189-194.

[15]万绪才,王厚廷,傅朝霞,等.中国城市入境旅游发展差异及其影响因素[J].地理研究,2013,32(2):337-346.

[16]宣国富.中国入境旅游规模结构的省际差异及影响因素[J].经济地理,2012,32(11):156-161.

[17]孙根年.中国境外旅游本底趋势线的建立及科学意义[J].地理科学,1998,18(5):442-448.

[18]宋瑞.2015-2016年中国旅游发展分析与预测[M].北京:社会科学文献出版社,2016:313.

[19]李永乐.东南亚旅华游客若干特征研究[J].东南亚纵横,2009,(9):24-28.

[20]中国旅游舆情传播智库.英国来华旅游舆情调查报告[N].中国旅游报,2014-11-21(010).

[21]中国旅游舆情传播智库.美国来华旅游舆情调查报告[N].中国旅游报,2014-11-7(010).

[22]刘凯丽,马耀峰,张佑印.旅华日本、韩国游客旅游特征及偏好分析[J].河北师范大学(自然科学版),2007,31(2):268-272.

[23]李旭,秦耀辰,宁晓菊,等.中国入境游客旅游目的地选择特征及变化[J].资源科学,2014,36(8):1635-1644.

An Analysis of Effects of Urbanization on Development
of Inbound Tourism in China

WNAG Chengqing¹, WANG Mingkang²

(1.National Academy of Economic Strategy, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100028, China;
2.Graduate School, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 102488, China)

Abstract: This paper makes an in-depth study on the impact of urbanization on the scale and profit of China’s inbound tourism based on the existing literature, by constructing theoretical framework of urbanization affecting inbound tourism, choosing respectively 16 inbound tourism markets and 6 revenue component as the research sample and using co-integration test and Granger causality test with the time series data from 1996 to 2015. The results show that, except Russia, a long-term equilibrium relationship exists between urbanization and the scale of 15 source markets such as Hongkong and Macau, Japan, South Korea. And the urbanization of China promotes obviously tourist scale of Taiwan and other countries in Southeast Asia, Europe and America such as Thailand, Malaysia, Philippines, Germany, United States and Canada; there is a long-term equilibrium relationship between urbanization and inbound tourism revenue from six elements such long-distance transportation, catering, accommodation, shopping, sightseeing and entertainment. And the urbanization of China promotes obviously revenue from long-distance transportation, sightseeing, commodity sales and entertainment. On this basis, this paper puts forward suggestions for improving urban management and cultural connotations, attaching importance to developing tourism functions of urban and promoting the efficient development of urban accommodation and catering industry.

Keywords: urbanization; inbound tourism; co-integration test; Granger causality test

(责任编辑 刘 远)