

中美旅游服务贸易发展趋向分析与互补性研究

陈晔玲

上海国际主题乐园有限公司, 上海 200000

DOI:10.61369/HASS.2026010017

摘 要 : 在服务经济全球化及全球文化交流不断加强的环境下, 中美旅游服务贸易作为两国服务贸易的一部分, 在双方服务贸易中的发展趋势及互补性方面受到了人们的广泛关注。本文以比较优势理论和社会网络理论为基础, 对中美旅游服务贸易在全球化、数字化等方面的未来发展做出分析, 进一步挖掘双边贸易互补性背后的内在机制及理论内涵。研究发现, 中美旅游服务贸易呈现市场协同化、产品差异化、规制规范化的发展趋向, 在资源禀赋、产业结构、市场需求等维度存在显著互补性。结合旅游服务贸易发展规律与双边合作基础, 提出强化市场对接、深化产业协同等优化路径, 为推动中美旅游服务贸易高质量发展提供理论参考。

关 键 词 : 中美旅游服务贸易; 发展趋向; 互补性; 社会网络理论; 市场协同

Analysis of the Development Trend and Complementarity of Tourism Service Trade between China and the United States

Chen Yeling

Shanghai International Theme Park Co., Ltd., Shanghai 200000

Abstract : In the context of deepening service economy globalization and cultural exchanges, Sino-US tourism service trade has garnered significant attention for its developmental trends and complementary dynamics within bilateral service trade. Grounded in comparative advantage theory and social network theory, this study analyzes the future evolution of Sino-US tourism service trade in globalization and digitalization, while exploring the underlying mechanisms and theoretical dimensions of their complementary nature. The research reveals three key trends: market synergy, product differentiation, and regulatory standardization, with notable complementarity across resource endowments, industrial structures, and market demands. By integrating the developmental patterns of tourism service trade with bilateral cooperation foundations, the study proposes optimization strategies including enhanced market alignment and industrial collaboration, providing theoretical references for advancing high-quality development in Sino-US tourism service trade.

Keywords : tourism service trade between China and the United States; development trend; complementarity; social network theory; market synergy

引言

近年来, 随着全球服务型经济的发展, 旅游业服务贸易成为国际贸易中服务贸易的主要组成部分, 并在推动各国家经济发展方面发挥着越来越重要的作用。美国与中国都是世界上主要的大国, 两国都拥有丰富的旅游资源以及巨大的旅游消费群体, 在双方之间发展良好的旅游业服务贸易有利于增进双方人民之间的友谊, 促进双方经济往来。近年来, 在错综复杂的国际形势下, 受逆全球化浪潮以及信息技术的双重冲击, 中美旅游服务贸易所处的外部环境已发生重大变化。如何理清双边旅游服务贸易发展趋势, 寻求进一步合作的空间以突破瓶颈期实现高质量发展, 是亟待解决的问题。因此, 本文在理论研究的基础上, 以中美两国在旅游服务贸易发展趋势及优势互补为主要研究对象, 并根据其行业发展的特点进行分析, 对促进双方旅游业贸易的发展具有一定的指导意义。

一、中美旅游服务贸易发展的理论基础

(一) 比较优势理论

从中美自然地理、历史文化、产业发展的角度出发, 两国在上述领域中的要素禀赋差异为双方旅游服务贸易互补性提供了理论支

撑。美国成熟的现代主题公园经营、高端旅游服务供给能力等方面的经验, 与中国的丰富自然资源及人文景观、巨大的旅游消费市场形成了明显的比较优势差异, 是双边经贸合作的根本基础。

(二) 社会网络理论

网络地位是指网络中一个点的位置状况如何, 它决定着该点

在贸易发展过程中所能够获得的利益以及发挥的作用。一般来说,在社会网络中,处于较高网络地位上的主体具有较高的获取资源的能力及较强的影响力。对于一国来说,网络地位主要由与其他国家之间旅游合作的紧密度、影响的市场规模等方面决定。国家是国际旅游网络的基本单元,也是重要的参与者。因此,每个参与国际旅游市场的国家都处在一定的网络地位上。中美两个旅游节点国家,在旅游服务贸易发展过程中除了自身因素外还受到双方在网络中的边权值及节点之间关系的影响,双边旅游服务贸易水平的提高实际上是两国在全球旅游网络上加强了节点间的联系并改善了整体网络格局,进而提高了双边旅游网络的有效性,二是促进旅游资源跨区域转移及优化布局^[1-5]。

（三）产业融合理论

在旅游服务业贸易中,所谓的产业融合就是指旅游业与其他行业如文化产业、科技产业、商业等行业进行深度结合而产生的新兴业态。中美两国之间都存在各自的优势,在旅游产业融合发展过程中具有各自的特色。从整体来看,美国在旅游+科技、旅游+文娱方面发展时间较长,已经形成了一套成熟的发展模式;而中国在旅游+传统文化、旅游+数字经济等方面迸发出了新的活力。产业融合理论为解析中美旅游服务贸易的产品创新趋向与互补性拓展提供了重要理论支撑。

二、中美旅游服务贸易发展趋向分析

（一）市场发展趋向：全球化重构下的协同化发展

在国际旅游业格局重塑的大背景下,中美旅游服务贸易呈现出明显的同向趋势。世界旅游圈的联系愈加紧密,中美两个客源国及旅游目的地之间的旅游需求相互补充,并由此实现双向旅行人数的合理分配。美国人对中国的传统文化有较强的需求意愿,而中国游客则较为喜欢美国的现代化城市、自然生态资源,存在一定的互补性,有利于两个市场的协同发展。

（二）产品发展趋向：消费升级驱动的差异化创新

随着中美两国人民对旅游消费的需求升级,中美的旅游服务贸易产品的创新发展趋势有所不同。就旅游消费者而言,美中两国人民对于旅游消费的要求不尽相同,在旅游消费过程中,美国人更加重视旅游的内涵和质量,追求文化的挖掘以及知识性的学习,喜欢探险游或者生态游等具有较高价值的旅游项目;而中国人虽然也喜欢观光游,但是更加倾向于深度游和自助游。需求呈现休闲度假、商务旅游、康养旅游等多样化趋势。这种需求差异驱动双边旅游产品供给向差异化方向发展,美国依托成熟的旅游产业体系,重点打造高端定制化旅游产品;中国则立足丰富的文化资源,推动传统文化与现代旅游产品融合创新。

（三）规制发展趋向：风险防控导向的规范化完善

由于当前国际形势日趋复杂,地缘政治冲突、公共卫生事件等不确定因素给旅游服务贸易带来的影响将持续存在,促使中美旅游服务贸易规制走向规范化的方向不断完善。首先,两国都在积极调整和完善旅游市场的准入规制政策,从签证便利化、放宽旅游服务准入范围等方面进行改革,缩减双边旅游服务贸易规

则壁垒。同时,在旅游服务品质、游客权益保障及安全等方面,中美双方逐渐完善相关规制,推进旅游服务贸易规范化进程。在全球旅游治理格局重塑的大背景下,中美旅游服务贸易规则互动交流日益密切,通过参与国际旅游规则制定、建立双边旅游合作机制等方式,促进形成更加规范、透明、可预期的贸易发展环境。

（四）技术发展趋势：数字化转型引领的智能化升级

数字技术发展正改变旅游服务业的发展模式,中美旅游服务贸易存在以数字化为特征的智能转型趋势。从服务供给侧看,大数据、人工智能、区块链等技术在旅游资源开发、产品设计、营销推广等方面的应用逐渐深入,并促进旅游服务精准化供给。美国在旅游数字化技术的研发及使用上具备一定的领先性,其旅游企业对智能订票、旅游服务定制等方面的运用较丰富;而中国拥有较大的数字经济体量,则在旅游数字平台、移动支付等旅游便利性上有一定的比较优势。总之,数字技术的应用提高了中美旅游服务业进出口的运作效率,并突破时间和空间的约束,拓宽了双方旅游服务贸易合作领域。

三、中美旅游服务贸易互补性的内在机理

（一）资源禀赋互补：自然与人文资源的差异化匹配

中美的旅游资源禀赋差异明显,具有天然的互补性。中国历史文化源远流长,自然资源丰富,历史遗迹、文物古迹、名山胜景等资源独具一格,不可复制,在很大程度上吸引着美国注重文化与自然的旅游者;美国现代城市景观、国家公园、影视动漫、体育赛事等特色旅游资源突出。其中的主题公园、城市休闲游憩、生态体验学习等旅游资源是中国游客比较感兴趣的。这种资源禀赋上的差异性契合度,使得中美之间可以实现旅游资源互补,通过旅游资源的国际组合,更好地满足两国游客多样性的旅游消费需求,提高双边旅游服务贸易水平。

（二）产业结构互补：上下游产业链的协同适配

由于中美旅游服务业产业结构的特点不同,从而形成上下游产业之间协同适配互补的关系。美国的旅游业较为发达,尤其是旅游规划、管理和开发、高级的服务供应及市场推销都处于上游和高端的位置,其先进的管理经验、经营方法能够对我国旅游业的发展有所借鉴。而中国旅游业则在旅游基础设施、中游产品和服务、市场通路等方面具备规模效应,强大的旅游容量以及成熟的旅游设施能够为美国游客提供便利化的旅游环境。

（三）市场需求互补：消费群体与需求层次的错位适配

中美两国旅游消费市场的需求差异,形成市场需求的互补性。从消费群体来看,中国庞大的出境旅游群体为美国旅游市场提供了稳定的客源支撑,中国游客的消费能力与多元化需求推动美国旅游市场的产品创新与服务升级;美国的出境旅游群体则以中高端消费群体为主,其对中国文化体验类旅游产品的需求,推动中国旅游产品向高端化、个性化方向发展。在需求方面,中国游客的旅游需求由观光旅游向休闲度假、商务旅游、康养旅游等多层次发展,与中国多元化的旅游需求相适应的是美国成熟多样化的旅游产品供给;而美国游客对中国文化深度体验游、生态研

学游等特色产品的渴求，与中国丰富的旅游资源形成互补关系。这说明，错位需求是中美两国旅游服务贸易发展的强大内驱力。

（四）要素配置互补：技术与资源的跨国流动

中美旅游服务贸易要素配置具有明显的互补性，以技术和资源跨国流动的形式进行要素的优化配置。美国在旅游数字化技术、旅游运营经验、品牌打造等方面具有优势要素，中国在旅游资源、劳动力资源、市场渠道等方面具有丰富的资源优势。中美旅游服务贸易发展过程中，实质上是优势要素的跨国流动和融合过程：美国的技术与管理优势以旅游投资、合作经营等形式进入中国，促进中国旅游服务质量的提高及运营效率的提升；而中国的旅游资源和市场渠道，则成为美国旅游企业发展的新天地，实现各自优势要素的价值最大化。由此可见，要素配置上的互补效应在提升中美两国旅游服务业整体竞争优势的同时也促进了两国旅游业的发展。

四、推动中美旅游服务贸易互补发展的路径建构

（一）强化市场对接，拓展互补性合作空间

基于中美旅游市场需求互补性的特点，加强市场对接。一是鼓励中美旅游企业开展经常性合作，加强旅游产品合作开发与营销，共同开发两国旅游资源，设计跨国学旅游产品线路，以满足两国游客多样化的需求；二是改善市场准入环境，精简签证手续，实现旅游服务标准互认，减少双边旅游服务贸易的制度障碍；借助互联网建立中美旅游市场信息互通平台，适时公布旅游市场、旅游产品、政策法规等相关信息，提高市场对接的针对性和有效性。

（二）深化产业协同，推动产业链融合升级

充分利用中美旅游产业结构的互补性，加强双边产业对接。支持中美旅游企业就规划设计、运营管理、技术研发等方面进行深入合作，引入美国先进的管理经验和数字化技术，提高中国旅游业的智能化发展；借助中国的市场和设施优势，促进美国旅游品牌与中国文化的融合发展。大力加强旅游与文化、科技、商务等领域间的融合发展合作，联合打造新的旅游产品和服务模式，丰富旅游服务贸易的内容与形式，并积极整合旅游产业供应链上下游资源，实现旅游资源、资本、技术和人才等要素的国际转移

和有效利用，强化双方旅游产业链整体竞争能力。

（三）完善政策协同，优化贸易发展环境

推进中美双方在旅游服务业贸易方面的政策协调，为两国旅游服务业发展提供稳定的、透明的、可预期的良好营商环境；建立中美旅游服务业贸易合作机制，在旅游服务业的风险防控、消费者权益保护、服务质量监管等领域进行协调和合作，推动建立统一的旅游服务业标准和规制体系；参与全球旅游治理体系构建，双方应共同推进国际旅游规则制定和完善工作，提高中美两国在国际上旅游服务贸易的话语权，并出台相关政策，鼓励旅游企业间进行跨国合作，鼓励旅游人才的交流与培养，以政策作为保障促进中美旅游服务贸易之间的互补性发展。

（四）提升服务质量，强化互补性竞争优势

立足于服务质量提升，增强中美两国在旅游服务贸易方面互补性的竞争优势。中国的旅游企业可以学习美国先进的服务理念和服务管理水平，注重旅游服务标准化的建立，提高旅游服务水平；而美国的旅游企业应该多了解并研究中国文化的内涵，更好地为本国消费者提供适应当地文化的服务产品。提高中国游客获得感。与此同时，基于数字技术推进服务创新，发展智慧化、个性化旅游服务，提高服务供给的精准度及便利性。通过服务质量的共同提升，推动中美旅游服务贸易形成差异化的互补性竞争优势，实现双边贸易的高质量发展。

五、结束语

中美旅游服务贸易发展趋势与互补性研究，是促进中美经贸合作与人文交流的一项重要议题，在国际服务经济发展以及数字经济发展趋势下，中美旅游服务贸易具有市场协同发展、产品差异发展、规制规范发展、技术创新发展的趋势，并在禀赋条件上、产业布局中、消费需求内、资源配置上等方面存在着较强的优势互补。基于上述理论基础，以加强市场联系、促进产业联动、推进政策协调、优化营商环境等方式来发挥双边旅游服务贸易的互补效应，实现其更好发展是可行之举。在今后发展中，伴随中美关系进一步改善及国际旅游业格局变化，进一步发挥旅游业对中美服务贸易的互补作用，在稳定双边经贸关系方面继续发挥重要作用，并有助于进一步加深两国的人文交流。

参考文献

- [1] 苏翀. 中国与 RCEP 其他成员国数字服务贸易竞争力与互补性分析 [J]. 商业经济研究, 2025(8).
- [2] 姜瑞雪, 余振岳, 黄满盈. 共建“一带一路”倡议与中国服务贸易出口：因果识别与机制分析 [J]. 北京工商大学学报 (社会科学版), 2025(1).
- [3] 霍林; 程子昂. 中国与 RCEP 成员国的数字服务贸易竞争性互补性比较 [J]. 湖北工程学院学报, 2022(2).
- [4] 李博英. 高质量发展视角下中韩服务贸易发展研究 [J]. 国际贸易, 2019(8): 9. DOI: CNKI: SUN: GJMY. 0. 2019-08-003.
- [5] 陈福炯, 杨楚婷, 程大中. 中国与 OECD 服务贸易竞争性互补性分析 [J]. 天津市财贸管理干部学院学报, 2021, 009(003): 3-13.