

香港对英国双边旅游贸易服务分析 Hong Kong–UK Bilateral Tourism Trade Services Analysis

张婷君^{1*} 张雅菁²
Ting-Jun Zhang Ya-Jing Zhang

摘要

伴随着世界贸易格局的变化,国际产业转移和产业结构不断升级,经济服务化趋势越发显著,服务业持续蓬勃发展。本文以香港旅游服务贸易作为主要对象,对香港与英国的双边旅游服务贸易进行分析,透过香港旅游服务贸易的竞争力指数趋势介绍香港国际旅游服务贸易的发展;通过计算香港对英国市场渗透率指数和产业内贸易竞争力指数,初步分析香港服务贸易在全球的贸易竞争力,并区分两地区名义GDP差和实际GDP差,分别搭配香港对世界服务进出口量的开放程度、香港对世界物品进出口量的开放程度、香港对世界的外商直接投资流入和流出四个指标作为自变量,对香港对英国市场渗透率和产业内贸易竞争力指数进行多元回归,深入分析影响服务贸易国际竞争力的影响因素。研究结果表明外商直接投资、服务开放程度、两地区GDP差对香港旅游服务贸易皆有显著的影响。

关键词: 旅游服务贸易、贸易竞争力指数、多元回归

Abstract

With the change of world trade pattern, international industrial transfer and industrial structure upgrading, the trend of economic service and the service industry continue to flourish. Taking Hong Kong's trade in tourism services as the main object, this paper analyzes the bilateral trade in tourism services between Hong Kong and the UK, and introduces the development of Hong Kong's international trade in tourism services through the competitiveness index trend; By calculating Hong Kong's market penetration index to the UK and the intra-industry trade competitiveness index, it preliminarily analyzes the trade competitiveness of Hong Kong's trade in services in the world, and distinguishes between the nominal and the real GDP difference between the two regions. Combining the openness of services trade and goods trade of Hong Kong's to the world, the inflow of FDI and the outflow of FDI from Hong Kong to the world as independent variables, the diversified return of Hong Kong to the UK market penetration rate and the intra-industry trade competitiveness index will be carried out, and the influencing factors affecting the international competitiveness of Hong Kong's service trade will be analyzed in depth. The results show that FDI, the degree of openness of services and the GDP difference between the two regions all have significant impact on Hong Kong's trade in tourism services.

Keywords: Trade in Tourism Service, Trade Competitiveness Index, Multiple Regression

¹ 厦门大学嘉庚学院国际商学院国际经济与贸易专业 869087373@qq.com*通讯作者

² 集美大学财经学院国际经济与贸易专业 1946015708@qq.com

1. 前言

当前社会经济发展迅速，各项产业逐步壮大的同时也推动着社会和经济的快速发展。伴随着世界贸易格局的变化，国际产业转移和产业结构不断升级，经济服务化趋势越发显著。服务业持续蓬勃发展，在国民经济中的地位和作用不断提升，服务业在国际投资规模中所占比重日益扩大；离岸服务外包不断兴起，技术进步带来的服务可贸易化持续改变着贸易的深层结构，服务贸易逐渐取代传统的货物贸易的地位，服务贸易活动愈发频繁，服务业开放程度不断提高，全球服务贸易额不断增长。旅游业作为第三产业中重要的整体组成部分，和其他行业的发展联系紧密，同时也带动着其他产业的发展，是国际性的标志产业支柱。

旅游服务贸易是指国家间旅游服务的有偿流动和交换过程，即国家之间相互为旅游者开展国际旅游活动而提供的各种旅游服务的交易过程（潘星辰，2021）。改革开放以来，随着国民经济的迅猛发展和国际交流的频繁，人民消费水平不断提高，我国旅游业表现强劲，旅游服务贸易规模逐步扩大，为拉动国民经济的进一步稳定发展发挥了积极的作用。香港作为亚太地区的国际大都会之一，不仅是我国走向国门的重要枢纽，也是亚太地区乃至全球性的海、空交通枢纽（易朝军，2017），其凭借优越的区位优势和丰厚的旅游资源，加速产业转型和贸易结构升级，促进旅游服务贸易的发展，现在香港已成为仅次于伦敦与纽约的世界第三大金融中心；而近代旅游兴起在英国，英国近代旅游作为世界近代旅游的开端，标志着英国旅游的巨大影响（冉群超，2014）。英国具有丰富的自然、人文和历史旅游资源，旅游业发展得天独厚，作为欧洲乃至全球重要的旅游客源区域和入境目的地，英国旅游业多年来一直位于国民经济的前列。综上，研究分析香港对英国双边服务贸易现状对我国旅游服务贸易未来的发展方向具有一定的积极意义。

本文以香港与英国旅游服务贸易为研究对象，从多个指标深入研究近年来香港各阶段旅游服务贸易发展形势的深层次原因；基于香港对英国双边旅游服务贸易的分析，借助市场渗透率指数和产业内贸易竞争力指数等支撑数据，进一步探索影响香港服务贸易国际竞争力的影响因素，并根据现存问题提出相应优化对策。

2. 香港国际旅游服务贸易的发展

本节将通过分析香港旅游服务贸易的显示性比较优势指数、国际市场占有率、出口优势增长指数趋势来介绍香港国际旅游服务贸易的发展。

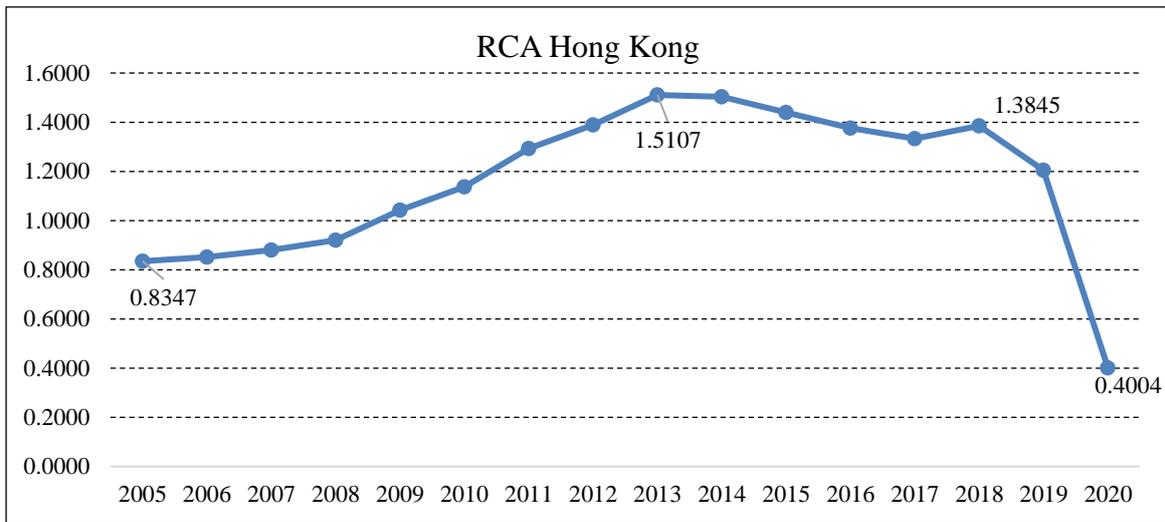
2.1 显示性比较优势指数

显示性比较优势指数（RCA）是指 i 国 j 种商品的出口值占 i 国所有商品 t 出口总值的份额，与世界 j 商品的出口值占世界所有商品出口总值的份额的比率。如果 $RCA > 1$ ，代表 i 国 j 种商品比起其已出口商品占有更大的市场份额， i 国在 j 种商品的生产上具有显示比较优势。公式如下：

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{it}}{X_{wj}/X_{wt}} \quad (1)$$

本文以香港为主体，所以 X 代表出口值， ij 代表香港旅游服务贸易额， it 代表香港服务贸易总额， wj 代表世界旅游服务贸易额， wt 代表世界服务贸易总额。如图 1 所示，2008~2019 年香港的 RCA 指数 > 1 ，说明香港旅游服务贸易占总服务贸易的份额比重较大，在生产上具有显示比较优势，并且 2008~2013 年 RCA 指数呈直线上升趋势。

势，旅游服务贸易发展态势佳；2013年以后RCA虽有回落，但仍保持 >1，市场份额在总服务贸易中占比较大，而2020年RCA直线下降。



资料来源：<https://unctadstat.unctad.org/>

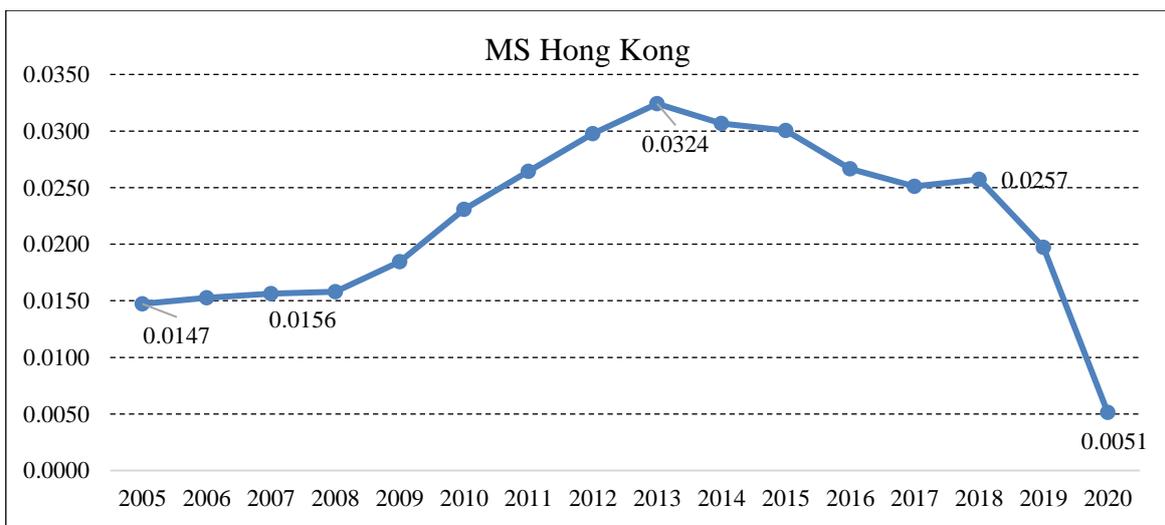
图1. 2005~2020香港显示性比较优势指数

2.2 国际市场占有率

国际市场占有率（MS）是指一国出口总额占世界出口总额的比例，反映一国出口的整体竞争力，MS指数越大，一国越具有垄断优势，公式如下：

$$MS = X_{ij}/X_{wj} \quad (2)$$

其中， X 代表出口值， ij 代表香港的旅游服务贸易额， wj 代表世界旅游服务贸易总额。如图2所示，从2008~2013年香港旅游服务贸易的国际市场占有率呈直线上升趋势，旅游服务行业发展态势佳；2014~2018年虽有所回落，但仍然保持着较好的市场占有率，而2019~2020年却直线下降，国际市场占有率跌落冰点。



资料来源：<https://unctadstat.unctad.org/>

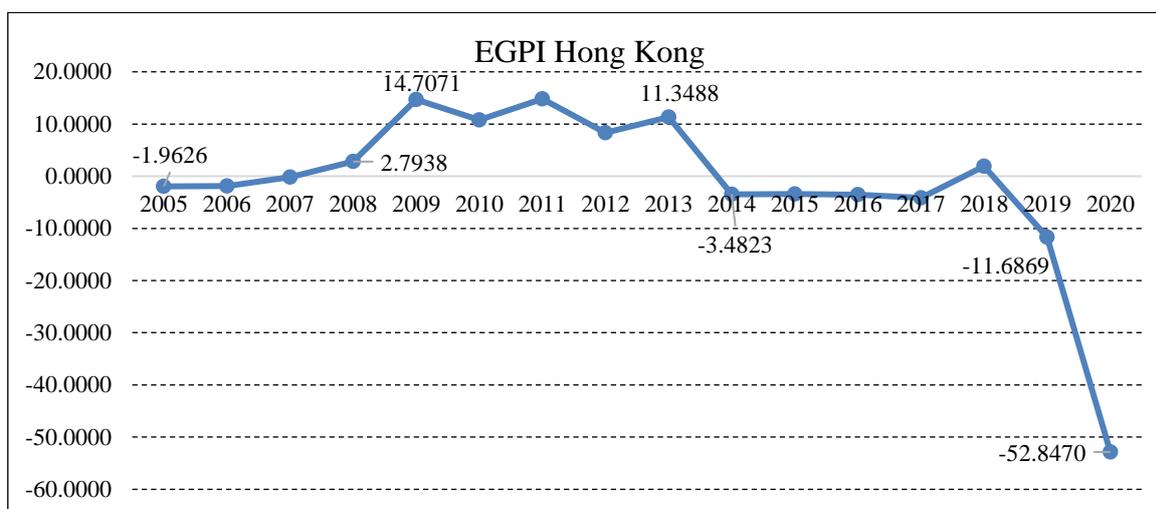
图2. 2005~2020香港国际市场占有率

2.3 出口优势增长指数

出口优势增长指数 (EGPI) 为 i 产品出口增长与总的贸易增长率之比, 从而能反映出口优势的变化情况。出口优势增长指数越大, 说明 i 产品的出口增长越快, 从而越具有优势。公式如下:

$$D_i = (g_i - g_t) * 100 \quad (3)$$

其中 g_i 为旅游服务出口增长, g_t 为总服务贸易出口增长。如图 3 所示, 2008~2013 年香港旅游服务贸易的出口增长优势指数大于 0, 说明该期间香港的旅游服务贸易增速较快; 2014 年以后, 旅游服务贸易出现负增长, 2019 年及以后 EGPI 更是直线下降, 出口严重负增长。



资料来源: <https://unctadstat.unctad.org/>

图 3. 2006~2020 香港出口优势增长指数

综上所述, 2008~2013 年时香港旅游服务贸易发展最快的黄金时期, 主要原因是因为自 2007 年起, 中国香港贸发局与商务部每年举办中国 (香港) 国际服务贸易洽谈会, 推动服务贸易领域的深度合作。2014~2018 年旅游服务贸易发展趋缓但仍保持较好的贸易竞争力, 2020 年则是旅游服务贸易发展的冰点时期, 原因主要是新冠疫情的爆发导致各行各业的重创, 而国际旅游涉及大波人员的流动, 受新冠疫情影响较大。

3. 香港对英国的双边旅游服务贸易

本部分将通过计算香港对英国市场渗透率指数 (MK) 和产业内贸易竞争力指数 (IIT), 来初步分析香港服务贸易在全球的贸易竞争力, 并区分名义 GDP 差 (NGDPPD) 和实际 GDP 差 (RGDPPD), 再分别搭配香港对世界服务进出口量的开放程度 (OPS)、香港对世界物品进出口量的开放程度 (OPG)、香港对世界的外商直接投资流入 (FDII) 和香港对世界的外商直接投资流出 (FDIO) 四个指标作为自变量, 分别对香港对英国市场渗透率 (MK) 和产业内贸易竞争力指数 (IIT) 进行多元回归, 深入分析影响香港服务贸易国际竞争力的影响因素。

3.1 市场渗透率和产业内贸易竞争力指数

3.1.1 市场渗透率

市场渗透率 (MK) 是一国产品出口在另一国总进口中所占的比例, 公式如下:

$$MK = X_i/M_i \quad (4)$$

其中, X_i 表示香港旅游服务贸易对英国的出口, M_i 表示英国旅游服务贸易对世界的进口, 市场渗透率是从出口国香港的角度来反映其产品在国际市场中的占有率。

3.1.2 产业内贸易指数

产业内贸易指数 (IIT) 是指同产业中双方国家互有不同质的贸易往来。公式如下:

$$T_i = |X_i - M_i|/|X_i + M_i| \quad (5)$$

其中, X_i 为香港对 i 产品旅游服务贸易在英国的出口, M_i 为香港对 i 产品旅游服务贸易在英国的进口, 其经济含义是: 进出口在多大程度上被进口所抵消, 当 X_i 或 M_i 为0时, $T_i=1$; 当 $X_i = M_i$ 时, $T_i=0$ 。

3.2 多元回归分析结果

下文将区分名义GDP差 (NGDPPD) 和实际GDP差 (RGDPPD), 再分别搭配香港对世界服务进出口量的开放程度 (OPS)、香港对世界物品进出口量的开放程度 (OPG)、香港对世界的外商直接投资流入 (FDII) 和香港对世界的外商直接投资流出 (FDIO) 四个指标作为自变量, 对香港对英国市场渗透率 (MK) 和产业内贸易竞争力指数 (IIT) 进行多元回归分析。

3.2.1 香港对英国市场渗透率的多元回归分析

本文采取的分析模型主要是线性回归模型, 以 $\alpha=0.05$ 作为显著性标准, 本文区分人均名义GDP和人均实际GDP, 构建以下两个回归模型, 公式如下:

$$MK = C_0 + C_1FDII + C_2FDIO + C_3OPS + C_4OPG + C_5NGDPPD_{HU} \quad (6)$$

$$MK = C_0 + C_1FDII + C_2FDIO + C_3OPS + C_4OPG + C_5RGDPPD_{HU} \quad (7)$$

其中 H 表示香港, U 表示英国。在EViews软件中录入数据得到表1和表3的结果。

从表1所保留的主要因素得出结果, R^2 和调整后 R^2 的数值较接近于1, 说明模型数据拟合度较好, 而 F 检验值数值较大, P 值 (F 检验值) 小于0.05, 说明所建立的分析模型成立, 分析结果可信。分析结果显示, OPG的 t 检验值的 p 值明显小于0.05, 说明这一个因素对香港旅游服务市场渗透率影响显著。OPS的系数为 $-1.17E-05$, OPG的系数为 $2.86E-05$, 说明一单位OPS的变动, 对香港旅游服务在英国的市场渗透率的影响相反, 将导致 $1.17E-05$ 倍的MK指数反向变化, 而一单位OPG的变动, 对香港在英国的旅游服务贸易的市场渗透率影响相同, 将导致 $2.86E-05$ 倍的市场渗透率同向变动; 而一单位NGDDP的变动将导致 $4.32E-08$ 单位的市场渗透率反向变动, 此结果符合预期, 因为根据需求重叠理论, 当两国的人均收入水平差距越小, 需求重叠部分越大, 贸易关系越紧密, 此时表现为NGDPPD对市场渗透率的影响是反向的。根据预期FDII与OPS对市场渗透率的影响应该是同向的, 由此剔除FDIO, 得到表2模型。

表1. MK多元回归模型1

变量	系数	t检验值	P值
C	-0.0027	-2.3022	0.0468
FDII	-2.52E-06	-0.3212	0.7554
FDIO	1.78E-05	1.5124	0.1647
OPS	-1.17E-05	-0.6323	0.5429
OPG	2.86E-05	6.6787	0.0001
NGDPPD	-4.32E-08	-2.0298	0.073
R ²		0.9726	
调整后R ²		0.9574	
F检验值		63.8836	
P值 (F检验值)		0.000001	
D-W		2.8480	

资料来源：本研究分析整理

如表2回归结果可以看出，R²和调整后R²的数值较接近于1，说明模型数据拟合度较好，而F检验值数值较大，P值（F检验值）小于0.05，说明所建立的分析模型成立，分析结果可信。分析得结果显示，OPG的t检验值的p值明显小于0.05，说明这一个因素对香港旅游服务市场渗透率影响显著；且FDII、OPS及OPG对市场渗透率的影响是同向的，NGDPPD对市场渗透率的影响是反向的，此结果符合预期。

表2. MK多元回归模型2

变量	系数	t检验值	P值
C	-0.0038	-3.6324	0.0046
FDII	3.11E-07	0.0385	0.9701
OPS	6.18E-07	0.0350	0.9728
OPG	3.06E-05	7.1063	0.0000
NGDPPD	-4.10E-08	-1.8160	0.0994
R ²		0.9656	
调整后R ²		0.9519	
F检验值		70.2408	
P值 (F检验值)		0.0000	
D-W		2.9734	

资料来源：本研究分析整理

当名义GDP差额NGDDPD更改为实际GDP差额RGDPPD，如表3所示，OPS对市场渗透率的影响是反向的，不符合预期，因此剔除FDIO，可以得到表4结果。

如表4所示，R²和调整后的R²的数值较接近于1，说明模型数据拟合度较好，而F检验值数值较大，P值（F检验值）小于0.05，说明所建立的分析模型成立，分析结果可信。分析得结果显示，OPG的t检验值的p值明显小于0.05，说明这一个因素对香港旅游服务市场渗透率影响显著；且FDII、OPS及OPG对市场渗透率的影响是同向的，RGDPPD对市场渗透率的影响是反向的，符合预期。综上，名义人均GDP差额与实际人均GDP差额对市场渗透率的影响差别不大。

表3. MK多元回归模型3

变量	系数	t检验值	P值
C	-0.0037	-2.8689	0.0185
FDII	2.87E-06	0.3379	0.7432
FDIO	1.33E-05	0.9310	0.3761
OPS	-1.36E-05	-0.4469	0.6655
OPG	3.10E-05	4.9969	0.0007
RGDPPD	-4.07E-08	-0.7762	0.4575
R ²		0.9626	
调整后R ²		0.9418	
F检验值		46.2739	
P值 (F检验值)		0.000004	
D-W		2.5773	

资料来源：本研究分析整理

表4. MK多元回归模型4

变量	系数	t检验值	P值
C	-0.0042	-3.6832	0.0042
FDII	4.09E-06	0.4910	0.6341
OPS	1.73E-06	0.0684	0.9468
OPG	3.09E-05	5.0184	0.0005
RGDPPD	-5.35E-08	-1.0648	0.3120
R ²		0.9590	
调整后R ²		0.9425	
F检验值		58.4036	
P值 (F检验值)		0.000001	
D-W		2.6278	

资料来源：本研究分析整理

3.2.2 IIT多元回归分析

与对MK分析类似，下文采取的分析模型主要是线性回归模型，以 $\alpha=0.05$ 作为显著性标准，本文区分人均名义GDP和人均实际GDP，构建以下两个回归模型，公式如下：

$$IIT = C_0 + C_1FDII + C_2FDIO + C_3OPS + C_4OPG + C_5NGDPPD_{HU} \quad (9)$$

$$IIT = C_0 + C_1FDII + C_2FDIO + C_3OPS + C_4OPG + C_5RGDPPD_{HU} \quad (10)$$

其中 H 表示香港， U 表示英国。在EViews软件中录入数据得到表5和表6的结果。

表5显示FDIO对IIT的影响为反向变动，对NGDPPD的影响为正向，不符合预期，且R²和调整后R²的数值远小于1，说明模型数据拟合度差；表6显示R²和调整后R²的数值远小于1，说明模型数据拟合度差，且OPS对IIT的影响是反向的，RGDPPD对IIT的影响是正向的，偏离预期。通过EViews软件剔除各影响因素仍然得不到预期结果，因此本文将以MK多元回归结果作为主要依据来分析香港对英国的双边旅游服务贸易。

表5. IIT多元回归模型1

变量	系数	t检验值	P值
C	-0.0896	-0.5734	0.5804
FDII	0.0016	1.5832	0.1478
FDIO	-0.0005	-0.3313	0.7480
OPS	0.0017	0.6939	0.5052
OPG	0.0010	1.8502	0.0973
NGDPPD	4.15E-06	1.4909	0.1702
R ²		0.6548	
调整后R ²		0.4631	
F检验值		3.4150	
P值(F检验值)		0.0526	
D-W		2.8742	

资料来源：本研究分析整理

表6. IIT多元回归模型2

变量	系数	t检验值	P值
C	-0.0629	-0.4504	0.6631
FDII	0.0013	1.4397	0.1838
FDIO	0.0003	0.2185	0.8319
OPS	-0.0008	-0.2499	0.8083
OPG	0.0014	2.0431	0.0714
RGDPPD	9.68E-06	1.6953	0.1243
R ²		0.6738	
调整后R ²		0.4925	
F检验值		3.7176	
P值(F检验值)		0.6738	
D-W		3.0533	

资料来源：本研究分析整理

4. 影响英港旅游服务贸易发展的主要因素

综上所述,通过对香港在英国的市场渗透率多元回归分析结果可得,FDII、OPS、OPG、NGDPPD、RDPPDP对旅游服务贸易的影响最为明显,下文将给予分析。

4.1 英港旅游服务贸易的有利因素

4.1.1 外商直接投资流入

香港欢迎境外企业来港投资,具有完备的吸引外资服务体系,并为来港的企业设立各种资助计划,这为香港旅游服务贸易的发展创造良好的环境。英国的服务贸易开放度逐年上升,且参与国际服务贸易竞争的程度高,对国际服务市场依赖程度较高。大量外商直接投资流入,为旅游相关产品及服务的更新换代提供了保障,在一定程度上对英港旅游服务贸易发展奠定良好基础。

4.1.2 对外开放程度

市场对外开放程度提高,生产者面对国内与国外两个市场,生产规模扩大,供给增加,价格下降,消费者需求因此上升;对于消费者而言,随着收入增加和生活水平

的提高,对于市场旅游服务贸易的多样化需求也增加,此时更需要生产者提供更多更优质的服务,生产与消费相互促进,提高香港旅游服务贸易的竞争力,促进英港双方旅游服务贸易的发展。

4.1.3 人均 GDP 差额

根据需求重叠理论,当两经济体的人均收入水平差距越小,需求重叠部分越大,贸易关系越紧密。香港作为高收入地区与英国人均 GDP 差异较小,两方在旅游服务贸易的需求重叠较大,贸易往来密切。

4.1.4 英港的历史渊源

香港作为英国曾经的殖民地,当地人英语水平普遍较好,为英港双方旅游人员的往来和交流提供了便利。

4.1.5 服务业发展程度

香港和英国服务业皆拥有悠久渊远的历史。香港服务业类别众多,功能完整,体系完备,涵盖整个生产生活过程;同时香港服务业拥有高程度自由化,作为极为活跃的国际金融中心,其拥有数量众多的高素质专业服务人才、高端先进的旅游基础设施、极高的资金流动率以及一套世界先进的监管制度。英国服务业同样开放程度高,英国作为全球著名且金融业发展最好的国家之一,与外国经济往来和旅游交往更形密切。

4.1.6 英港两方政府的干预支持

自香港回归以来,与内地各方面的联系逐渐紧密。体现在旅游服务贸易上,内地政府推出与香港相关的多项政策,如内地与香港关于建立更紧密经贸关系安排(CEPA)、“个人游”计划(IVS)及“十三五规划”,使内地对香港服务需求进一步增加。内地作为香港最大的服务贸易伙伴,上述相关政策为香港中长期服务贸易带来结构性的深远影响。英国每个服务行业都设置不同的管理及监管机构,负责某行业的贸易促进相关事宜,对服务贸易行业进行有效监管干预。

4.2 阻碍英港旅游服务贸易的不利因素

4.2.1 英港两方国情差异

香港和英港两方的国情差别很大,从购买力、人口数量、结构比例、旅游偏好等方面差异很大,所以两边的旅游战略侧重点各不相同,我国比较注重国内游的发展,而英国更注重入境游。

4.2.2 双方市场需打通,贸易伙伴关系待建立

就香港和英国的旅游服务贸易来说,双方都有着属于自己得天独厚的旅游资源优势,但较偏向独立化发展,对于旅游这一大产业,双方没有将自己的资源优势推送成一套完整的旅游链,沟通交流还不够多;建议携手打通双方的旅游市场,使双方国民的入境旅游平衡,提升双方旅游服务贸易的整体竞争力。

4.2.3 入境客源需开发,客源定位需明晰

香港和英国没有将促进旅游服务贸易发展的重点定位在客源上,没有真正开发本国国民与对方国民真正追求的旅游需求,没有学会投其所好,对于客源市场的精准

定位力度不够。

4.2.4 宣传方式待创新

双方在宣传力度上仍然还有可开拓的空间。旅游业作为第三产业，对国家的经济有着十分重要的作用；只有将自身的优势把握住，打响自身的旅游亮点名牌，才能更好的吸引游客入境旅游。双方在宣传上的力度可能有所欠缺，形式也较单一，辐射的范围也较小。游客的数量虽然整体向好，但没有很大的提升，为了更好的促进二者在旅游服务贸易上的往来，宣传的方式及渠道都还亟待开拓，建立双方专属的宣传平台也很重要。

4.2.5 细节待把握，注重整体效益的提升

为了更好的促进旅游服务贸易的发展，双方对于当下有利条件的把握还不够到位，无论是如今科学技术的飞速进步、人才社会的有利条件还是数字化世界的发展。在世界经济快速发展的今天，双方在对旅游相关行业的开发上所下的力度还不够重，对人才的培养还不够扎实，对科技的运用还不够及时，双边旅游服务贸易的整座桥梁还需要时间搭建。

4.2.6 疫情限制

由于2019年新冠疫情爆发，对各国各行各业都造成了不同程度的冲击，其中旅游服务业更是受到极大的影响，一定程度下拖缓了旅游服务贸易的发展进程。

5. 促进英港双边旅游服务贸易发展的建议对策

5.1 建立合作机制，共创发展平台

英港两方应继续构建相互信任、相互合作、达成共识的机制，在友好和谐的氛围下持续深化两国的旅游服务贸易。第一，双方政府应当协调合作，妥善处理国际关系，共同维护和平稳定，为旅游服务贸易的发展创造良好的政治氛围、建立和平稳定的发展环境；第二，面对突发性问题，双方应当共同建立应对危机处理手册，推动合作体系建立，面临当前新冠疫情等突发状况所导致的不利影响时，双方能够及时交流，共同解决问题，并加强恢复旅游活动的相关宣传工作；第三，针对由于历史和政治等因素所造成的一定阻碍，双方领导人应当通过高层会晤、对话协商的方式加强交流和信任，深入并扩大合作的深度和广度，坚持继续对话，从而达到“1+1>2”的效果；最后，英港双方应形成友好城市，加强宣传力度，加大客源吸引，构建起两方旅游服务贸易的平台。

5.2 加强旅游人才培养，强化旅游队伍建设

人才是最宝贵的资源，人才的开发及应用是旅游服务贸易得以长期发展的根本动力，旅游业的不断发展也为更多人才发挥用武之地创造有利条件。双方政府及各大专业院校应当增强英港旅游方面相关专业的学科建设，培养一批旅游方面的国际化专业人才。客源、市场、旅游资源是旅游业的重要命脉，要想维持旅游业长久可持续发展，就必须保证客源规模和市场占有率，充分发挥旅游资源的价值；同时，导游等专业服务业人士是旅游服务的生力军。因此，抓好导游队伍建设、提高从业人员素质、充分开发人才是对于旅游服务贸易的发展至关重要。

5.3 定位客源需求，加强专项型旅游产品开发

根据市场的不同需求，双方应着重调整旅游产品开发策略，开发专项型，调整观光型，实现从单一性向综合性的转变。无论是香港还是英国，双方都要积极挖掘自身内部的客户需求，形成一条以客户为中心的旅游服务链；不仅如此，双方还要积极剖析对方客源的需求，将二者文化融合，习惯融合，整合出适合双客源的旅游资源，弥补缺漏，创新优化，推出配套的旅游产品及服务来吸纳对方的游客，真正做到让客源喜欢，促进香港英国旅游双边贸易发展，不断提升双方旅游链的价值性与丰富度。

5.4 加强监管，完善相关法律法规建设

经济的迅速发展带动了我国旅游服务贸易的高速前进，在此形势下亟须尽快出台一部全国适用的、系统的、覆盖面积广的完整有效的法律条例来规范旅游业，从而在面对涉及国家间的旅游法律维权和赔偿问题等纠纷上有法可依、有据可循；同时，在旅游行业协会方面，应当加强其自主独立性，相关政府部门应当将一定的权力下放给行业部门，如关于从业人员资格认证工作、星级评定等直接移交给行业协会完成，增加其在旅游服务贸易中的作用。

5.5 制定长远发展目标，促进双边贸易持续合作

促进旅游服务贸易的持续有效发展，离不开双方长远战略计划的有效制定。首先，要提高双方游客的重游率。这要求相关部门做好对方市场调研，制定相应的战略政策，持续创新开发旅游产品，提高旅游资源的质量，从而满足他国游客不断变化升级的需求；再者，要适度协调旅游流。要求主管部门能控制好外来游客来本国旅游的流量和时间，避免高峰期过度拥挤，提升旅游体验；最后，要建立良好的售后服务体系。相关部门应认真对待游客给予的反馈信息，并根据不同性别年龄、不同消费层次建立数据库，充实信息，以便为今后旅游服务贸易的发展做足功课。

5.6 注重整体效益，多角度考虑旅游服务贸易

在注重港英双边贸易发展的同时，也要注意旅游直接相关产业，包括零售业、住宿业、餐饮业等的发展，应当提高这些行业的产品水平与服务质量；同时要提升旅游行业人员的从业水平，加强对旅游从业人员的培训力度，包括专业知识、通用语言能力、沟通交流能力等。双方可指派人员定期展开进修，互相学习优秀的管理理念、服务意识，也可互相派遣优秀人员到对方国从事旅游行业，提升旅游行业人员的整体素质；注重双方旅游服务贸易的整体效益，促进双方旅游服务贸易健康发展、持续发展。

6. 结论

本文通过对香港国际旅游服务贸易发展状况和趋势进行初步分析，再通过香港对英国的市场渗透率（MK）和产业内贸易指数（IIT）进行多元回归，深入分析影响香港旅游服务贸易的主要因素；同时通过对服务贸易概念的阐述、旅游服务贸易的解释，以及香港与英国旅游服务贸易的现状分析，得出香港与英国旅游双边服务贸易还存在的问题，根据问题提出优化意见。

旅游服务贸易的发展离不开各方的努力。香港和英国之间的旅游服务贸易发展的空间还很大，相信只要双方能够抓住如今科技优势、信息化时代优势、顺应当下的开放政策并合理的利用自身的旅游资源，以客源为中心，相应推出创新的产品与服务，必能推进双方旅游服务贸易往来，也能为香港和英国带来良好的经济效益。

参考文献

1. 潘星辰 (2021)。我国旅游服务贸易国际竞争力研究。商场现代化, 19, 80-82。
2. 易朝军 (2017)。自贸区服务贸易发展模式的国际案例-以香港和新加坡为例。经贸实践, 3, 45。
3. 冉群超 (2014)。旅行、旅游、旅游业-英国旅游史研究 (未出版之博士论文)。天津: 天津师范大学。
4. 谭海泉 (2014)。CEPA 下服务贸易的发展-以香港专业服务业为例。商业时代, 3, 61-63。
5. 杨英、刘彩霞 (2015)。“一带一路”背景下对外直接投资与中国产业升级的关系。华南师范大学学报 (社会科学版), 5, 93-101+191。
6. 张瀚文 (2014)。中韩旅游服务贸易的现状、问题及对策研究 (未出版之硕士论文)。吉林省: 吉林财经大学。

收稿日期: 2022-03-21