

我国国际货物贸易与商务入境旅游间 互动关系研究

石张宇^{1,2}, 程 乾¹, 李海建³

(1. 浙江工商大学 旅游与城乡规划学院, 浙江 杭州 310018;

2. 安庆师范大学 资源环境学院, 安徽 安庆 246133;

3. 江苏师范大学 历史文化与旅游学院, 江苏 徐州 221116)

摘要: 基于国际货物贸易与商务入境旅游互动关系机理, 通过建立向量自回归模型, 运用协整分析、格兰杰因果关系检验、脉冲响应函数和方差分解方法, 定量测度1990~2016年我国国际货物贸易与商务入境旅游之间的互动关系及前者对后者的促进效应。结果发现:(1) 一般贸易进出口、加工贸易进出口与商务入境旅游之间分别存在双向格兰杰因果互动关系。(2) 一般贸易进出口、加工贸易进出口均在短期内对商务入境旅游具有显著的正向冲击效应, 仅在冲击效应增速、峰值与持续强度上存在一定差异。(3) 对商务入境旅游的促进效应大小存在由高到低的排序, 排序为: 一般贸易出口、加工贸易进口、加工贸易出口、一般贸易进口。我国应高度重视不同构成的国际货物贸易对商务入境旅游的促进作用, 在近期内稳步发展加工贸易, 在中期内大力提升一般贸易出口, 在远期内深挖一般贸易进口潜力。

关键词: 一般贸易; 加工贸易; 商务入境旅游; 互动关系; 促进效应

[中图分类号] F590.3; F752.7 [文献标识码] A [文章编号] 1002-4034(2019) 04-0028-15

引 言

改革开放以来, 我国国际货物贸易与商务入境旅游均呈同步快速发展态势。

[收稿日期] 2018-03-12

[基金项目] 国家社会科学基金一般项目“‘一带一路’背景下中国出境旅游对国际贸易带动效应及作用机制研究”(17BJY160); 安徽省高校人文社科重点项目“‘一带一路’沿线国家入境旅游与国际货物贸易互动关系及其溢出效应”(SK2018A0328)。

[作者简介] 石张宇(1981~), 男, 安徽安庆人, 浙江工商大学旅游与城乡规划学院博士研究生, 安庆师范大学资源环境学院副教授, 研究方向: 旅游经济与旅游信息技术; 程乾(1968~), 男, 河北易县人, 浙江工商大学旅游与城乡规划学院教授, 博士生导师, 研究方向: 生态旅游与旅游信息技术; 李海建(1978~), 男, 安徽淮北人, 江苏师范大学历史文化与旅游学院讲师, 博士, 研究方向: 旅游经济与旅游知识共享。

2018年国际货物贸易总额达4.6万亿美元,年均增长15.4%^①;2017年入境旅游人数为1.39亿人次,年均增长6.5%,其中以商务会议为入境动机的游客达786万人次,年均增长7.1%^②。国际货物贸易与入境旅游在总量上存在显著的正相关关系,国际货物贸易对入境旅游具有较好的正向溢出效应(苏建军等,2013),两者间相互促进、共同繁荣的互动关系已被广泛认可。

我国入境旅游市场自2008年后增长缓慢,少数年份出现负增长,这引起了国家有关部门的高度重视。近年来,通过参加各种国际旅游展、旅游交易会、旅游博览会,举办“中国旅游年”等营销推广活动,以及入境免签、延长签证有效期、提高旅游服务品质等各种措施,我国入境旅游市场有小幅增长。然而,这些营销推广活动受众面较窄、渠道较为单一、时效性较短,只是对观光游览型、休闲度假型入境游客的刺激作用较大,而对商务会议型入境游客的拉动效果并不十分显著。商务型入境游客具有典型的高消费、高重游率、逗留时间长的“两高一长”特征,是我国入境旅游市场的重要组成部分,但目前占比较少,与我国作为世界第三大入境旅游接待国地位极不相称。基于国际货物贸易与入境旅游相互影响、相互促进的互动关系,通过大力发展国际货物贸易,充分发挥不同构成特点的一般贸易与加工贸易对商务入境旅游的拉动作用和促进效应,不失为一个较好的入境旅游营销新视角,这对正确认识国际货物贸易与入境旅游互动关系内在机理具有较强的现实意义。

基于此,笔者在阐释国际货物贸易与商务入境旅游互动关系机理的基础上,利用1990~2016年国际货物贸易和以商务会议为动机的入境旅游统计数据,通过建立向量自回归(VAR)模型,并运用协整分析、格兰杰因果关系检验、脉冲响应函数和方差分解方法,研究我国国际货物贸易、与商务入境旅游之间的互动关系及前者对后者的促进效应,以期为我国在“一带一路”建设与全球贸易一体化的背景下,科学制定国际货物贸易与入境旅游发展政策,有效拓展商务入境旅游市场提供参考建议。

一、文献回顾

国际贸易与国际旅游之间的互动关系引起了国内外专家学者的广泛关注和深入研究。Gray(1970)和Keintz(1971)是最早研究国际贸易与国际旅游之间关系的学者。Kulendran和Wilson(2000)首次提出“国际贸易与国际旅游是否相关”的问题,并解释了二者的互动关系机理,验证了国际旅游与国际贸易之间存在稳定的因果关系。国际进出口贸易是商品和货物的国际“旅游”,出入境旅游是人员和资

^①数据来源:中华人民共和国中央人民政府。商务部就2018年商务工作及运行情况举行新闻发布会[EB/OL]. http://www.gov.cn/xinwen/2019-02/12/content_5365155.htm (访问时间2019-04-08)。

^②数据来源:百度。《中国出入境旅游发展年度报告2018》在京发布,入境旅游市场持续稳步增长[EB/OL]. <http://baijiahao.baidu.com/s?id=1604503126082258835&wfr=spider&for=pc> (访问时间2019-04-08)。

金的进出口“贸易”（孙根年，2008），旅游与进口贸易之间存在着耦合协调发展互动关系（高楠等，2012）。

从研究对象来看，基本涵盖了世界范围内经济与旅游业发展水平较高的国家。其中，既有大尺度的对多个国家之间贸易与旅游关系的研究如日韩东盟8国（孙根年和周露，2012）、伊斯兰9国（Al-Qudair，2004）、欧洲7国与中国（赵多平等，2011a）、中国与美日德澳4国（王洁洁，2012）、亚洲9国（石张宇等，2015a）；也有中尺度的对一国（或该国某一区域）与另一国（或该国某一区域）之间贸易与旅游关系的比较分析，如研究中日（马丽君等，2010）、中韩（王洁洁等，2010）、中俄（石张宇等，2015b）、中国内蒙古与蒙古国（孙根年和安景梅，2014）、中国满洲里市与俄罗斯（赵多平等，2011b）等；亦有小尺度的以某一个国家（或该国某一区域）为对象的研究，如以中国、塞浦路斯、马来西亚、南非、印度、新加坡、意大利、葡萄牙等单个国家内部等贸易与旅游互动关系的研究（Shan et al.，2001；Salih，2009；Kadir et al.，2010；Denise et al.，2010；Gautam et al.，2012；Chewing，2012；Massidda et al.，2013；Madaleno et al.，2016）。

从研究内容来看，国外学者侧重于对贸易与旅游之间格兰杰因果关系的验证，对两者间互动作用机理、具体促进效应的研究涉及较少；国内学者既有对贸易与旅游间格兰杰因果关系的分析，又有对具体促进作用的测度。相比而言，国内学者的研究更为深入、细致。研究结论皆论证了无论是在单个国家内部、国与国之间，抑或是多国之间，贸易与旅游均存在某种单向或是双向的格兰杰因果互动关系，一方的增长在一定程度上能推动另一方的发展，而对两者间具体的促进效应的测算，有助于更深入地把握两者之间的互动影响效应。

从研究方法来看，一是回归分析法，现有研究既有采用时间序列数据验证贸易与旅游的相关性，并测算两者间的具体作用强度，也有利用面板数据对多个国家之间旅游、贸易与经济发展水平进行国际比较与因果互动关系分析（雷平和施祖麟，2008；Kiyong，2011；Ozcan，2016）；二是格兰杰因果关系检验，侧重于验证国际贸易与入境旅游之间存在何种格兰杰因果关系。此外，有学者采用重心模型研究发现旅游与贸易重心的演变具有较强的时间同步性，为两者间存在互动因果关系提供了经验证据（Santana-Gallego，2015；马丽君等，2015）；三是综合运用回归分析、格兰杰因果关系检验、脉冲响应函数和方差分解方法，既有两者间的因果关系验证，也有具体的溢出效应分析；四是采用耦合模型来分析国际贸易与入境旅游耦合协调发展的时空特征及其驱动机理（赵多平等，2017）。

然而，现有研究也存在一些不足，一是大多数研究直接采用国际货物贸易进出口总额数据，较少采用不同构成类别的一般贸易与加工贸易数据，而不同构成类型的贸易对入境旅游的影响存在一定的差异。二是大多数研究并没有区分一般贸易和加工贸易对不同动机的入境旅游的影响。入境旅游包含商务会议、观光休闲、探亲访友、服务员工等多种动机，研究以商务会议为动机的入境旅游与国际货物贸易关系在一定程度上能够更好地揭示国际货物贸易与入境旅游互动发展内涵与机理。在

已有的相关研究成果中，刘玉萍和郭郡郡（2011）运用初级产品和工业产品的贸易数据与不同目的的商务旅游和休闲旅游入境游客数据，研究了我国入境旅游与不同类别的对外贸易之间的关系，Tusi 和 Fung（2016）采用具体的商务旅行数据来研究中国香港地区贸易与旅游之间的因果互动关系及其促进效应。然而，鲜有学者涉及商务入境旅游与货物一般贸易以及加工贸易之间的关系研究。因此，笔者针对我国不同构成类别的国际货物贸易与以商务会议为动机的入境旅游互动关系及其促进效应展开研究，以期加深对贸易与旅游互动关系规律的认识，推动国际贸易与国际旅游之间关系的研究进一步向细化、纵深方向发展。

二、国际货物贸易与商务入境旅游互动关系机理

国际贸易程度的加深为国家之间双边旅游提供了便利条件，商务型游客的频繁往来推动了贸易的持续增长。商务入境旅游作为“人的流动”是包括人员在内的服务、文化、信息等国际“贸易”，货物贸易作为“商品的流动”是包括商品在内的资金、技术、知识等的国际“旅游”，两者之间相得益彰、相互促进。

如图1所示，国际贸易与商务入境旅游之间的互动主要是通过经济、政治与科技、社会与文化等渠道进行的。商务旅游对贸易的互动主要表现在友谊深化、文化交流、信息传播与示范效应方面。旅游作为一种与信息传播密切相关的产业和活动，对信息有天然的依赖性（庞闻等，2012）。游客既是信息的获取者，又是信息的传播者。游客在旅游前会详细查询旅游目的地国家的有关信息，在旅游中会与当地居民、相关企业交流彼此感兴趣的信息，在旅游后又会将他国的旅游、文化、经贸和商品等信息带回国内。这种具有自发性、高效率、低成本特征的信息传播在一定程度上弥补了因信息不对称而错失的商机。商务游客在他国的旅游活动、行为和体验以及购买的商品对其相关群体和有关企业会产生良好的宣传和示范效应，激发

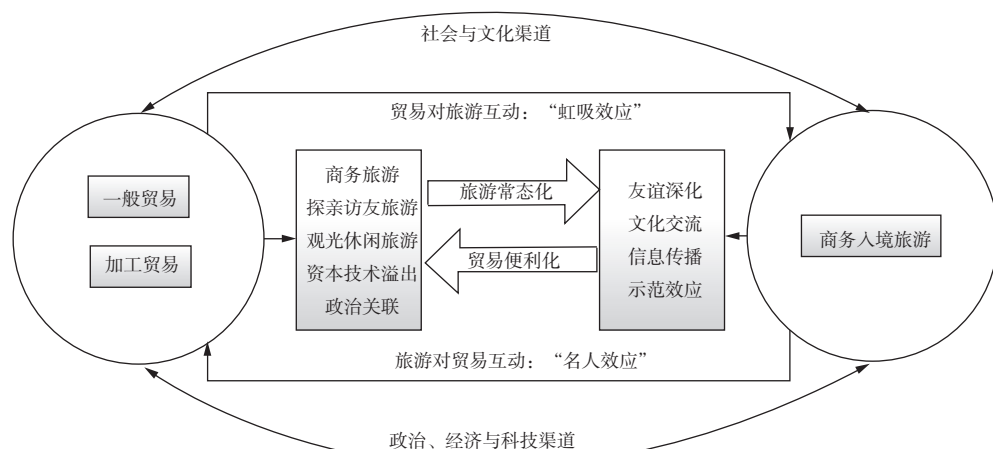


图1 国际货物贸易与商务入境旅游互动关系机理

本地居民和企业前往旅游、投资和经商。

贸易对旅游的互动主要表现在商务会议旅游、探亲访友与观光休闲旅游、资本技术溢出与政治关联方面。货物贸易会直接引发与商品贸易有关的投资环境考察、商务合作洽谈、项目选址与建设、商品维护与售后等商务入境旅游活动。这些商务游客又会带动其亲戚、朋友、同事等前往他国进行探亲访友、观光娱乐、休闲度假等旅游活动。国际贸易往来引致的大规模资本技术输入与输出将对目的地国家产生较强的溢出效应,改善其投资环境,完善其公共基础设施和旅游服务设施。随着贸易领域的扩大、贸易规模的提升以及经贸合作的加强,国家之间会在政治外交、贸易等方面建立长期稳定的战略合作伙伴关系,为双边旅游创造优越的外部宏观环境,对商务入境旅游会产生强大的“虹吸效应”,吸引更多的国际游客前往贸易国旅游,促使入境旅游常态化。

三、指标选择、数据来源与研究内容

依照国际货物贸易构成分类标准,选取国际货物一般贸易进口(记为inp1)、一般贸易出口(记为exp1)、加工贸易进口(记为inp2)、加工贸易出口(记为exp2)、商务入境旅游(记为int)5个指标进行研究。国际货物贸易数据来源于《中国贸易外经统计年鉴》(1991~2017),以商务会议为动机的入境旅游数据来源于《中国旅游统计年鉴》(1991~2017),各变量统计描述特征如表1所示。

表1 变量统计描述特征

变量	含义	样本量	均值	标准差	最小值	最大值
inp1	一般贸易进口	27	3 745.9	3 931.2	262.1	11 089
inp2	加工贸易进口	27	2 255.2	1 791.4	187.6	5 240.9
exp1	一般贸易出口	27	4 109.6	4 218.3	354.6	12 157
exp2	加工贸易出口	27	3 786.1	3 234.9	254.2	8 842.2
int	商务入境旅游	27	376.08	209.92	118.6	703.75

注:货物贸易单位为“亿美元”,旅游人次单位为“万人次”。

考虑到旅游产业极易受到国内外各种风险事件的影响,为保证时间序列数据的平稳性,利用本底趋势线理论(孙根年,1998),对相关年份的货物贸易与入境旅游数据进行了内插订正,同时为消除误差项自回归与序列自相关现象,对所有数据取自然对数处理。

研究内容主要包括三个方面:(1)利用格兰杰因果关系检验,确定一般贸易进口、一般贸易出口、加工贸易进口、加工贸易出口分别与商务入境旅游之间的因果互动关系类型。(2)利用脉冲响应函数测算一般贸易与加工贸易对商务入境旅

游的冲击效应，以明确不同构成的货物贸易对商务入境旅游的具体冲击效应。
(3) 利用方差分解方法揭示一般贸易与加工贸易对商务入境旅游的贡献度，以反映不同构成的货物贸易在不同时期对商务入境旅游的促进效应。

四、实证检验与分析

(一) 基于 VAR 模型的长期效应分析

1. 平稳性检验

为估计时间序列变量间的协整关系，采用单位根检验来判定所有时间序列变量是否为同阶单整序列，以避免出现序列自相关。利用 Eviews9.0 软件，选用较为常见的增广迪基—福勒检验 (Augmented Dickey-Fuller test, ADF) 与菲利普斯检验 (Phillips Perron test, PP) 两种方法对一般贸易进口 (Lninp1)、一般贸易出口 (Lnexp1)、加工贸易进口 (Lninp2)、加工贸易出口 (Lnexp2)、商务入境旅游 (Lnint) 5 组变量分别进行单位根检验。

由表 2 可知，所有时间序列变量在经过一阶差分后，在 5% 的显著性水平下都是平稳的，属一阶单整 $I(1)$ ，可以进行下一步的协整检验。

表 2 时间序列变量单位根检验结果

变量	检验方法	统计值	1%临界值	5%临界值	结论
Lninp1	ADF	-3.25	-3.75	-2.99	I (1)
	PP	-2.73	-2.67	-1.96	I (1)
Lnexp1	ADF	-5.21	-3.75	-3.00	I (1)
	PP	-3.83	-3.75	-2.99	I (1)
Lninp2	ADF	-3.68	-3.75	-2.99	I (1)
	PP	-4.09	-3.75	-3.00	I (1)
Lnexp2	ADF	-3.27	-3.75	-2.99	I (1)
	PP	-3.91	-3.75	-2.99	I (1)
Lnint	ADF	-3.96	-3.72	-2.98	I (1)
	PP	-3.77	-3.72	-2.98	I (1)

2. 协整检验

为检验经过一阶差分后变为平稳的所有变量之间是否存在某种长期均衡关系，采用 Johansen 检验方法进行协整关系检验。Johansen 检验法是以 VAR 模型为基础检验回归系数的方法，对多变量协整检验时优于 Engle-Granger 两步法。建立 VAR 模型时，首先要确定滞后阶数，滞后期和自由度是相关联的，滞后期越大，待估参数越多，自由度越少。利用 LogL、LR、FPE、AIC、SC、HQ 这 6 个准则进行测试，最终确定最佳滞后阶数为 3 (见表 3)。

表3 VAR模型滞后阶数选择标准

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	36.392	NA	5.03E-08	-2.616	-2.371	-2.551
1	166.01	194.43	8.68E-12	-11.334	-9.862	-10.944
2	201.50	38.450	4.96E-12	-12.209	-9.509	-11.492
3	261.03	39.685*	7.68e-13*	-15.086*	-11.159*	-14.044*

注：“NA”表示没有相应项，“*”表示依据准则选择的滞后阶数。

继续对模型进行稳定性检验，如果所建立的VAR模型所有根模的倒数都小于1，即位于单位圆内，则说明VAR模型稳定且整体拟合度较高，保证了脉冲响应分析的有效性。如图2所示，VAR模型的所有根模的倒数都小于1，即都在单位圆内，说明VAR模型稳定，可以进行协整关系检验和下一步的脉冲响应函数分析。

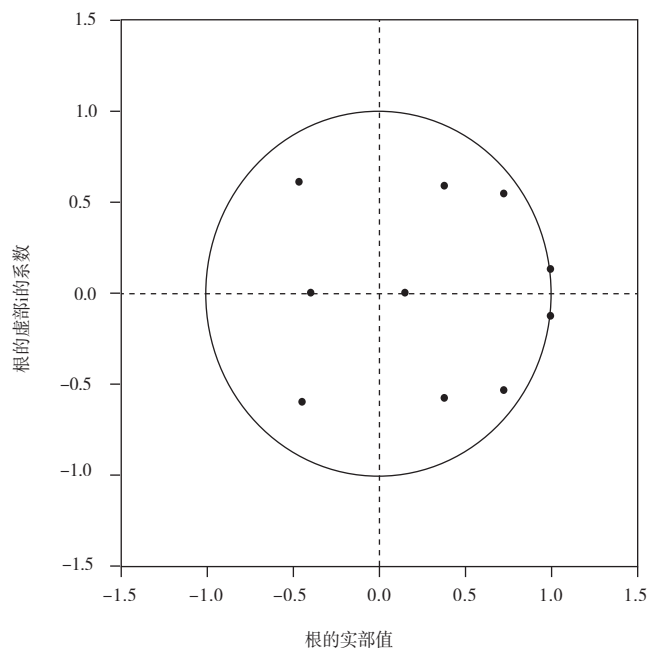


图2 VAR模型特征多项式的倒数根

由表4可知，通过迹统计量和最大特征值比较可以确定所有变量间只存在1个线性无关的协整向量，即存在1个协整关系。说明一般贸易进口、一般贸易出口、加工贸易进口、加工贸易出口、商务入境旅游5个变量之间存在长期稳定的均衡关系。协整回归方程为：

$$\begin{aligned} \text{Lnint} = & 0.251 \times \text{Lninp1} + 0.309 \times \text{Lninp2} + 0.198 \times \text{Lnexp1} + \\ & 0.727 \times \text{Lnexp2} + 2.037 \end{aligned} \quad (1)$$

$(R^2 = 0.970, DW = 1.52, T = 2.68)$

表4 Johansen 协整关系检验结果

协整关系零假设	迹统计量	5%临界值	P 值	最大特征值	5%临界值	P 值
None	114.58	69.81	0.000 0	49.81	33.88	0.000 3
At most 1	64.77	47.86	0.000 6	27.03	27.58	0.058 7
At most 2	37.73	29.8	0.005 0	18.08	21.13	0.096 8
At most 3	19.66	15.49	0.011 1	12.56	14.26	0.091 3
At most 4	7.093	3.841	0.007 7	7.093	3.841	0.007 7

方程(1)显示,长期来看,在其他因素不变的情况下,一般贸易进口每增长1%,商务入境旅游将增长0.25%;一般贸易出口每增长1%,商务入境旅游将增长0.2%;加工贸易进口每增长1%,商务入境旅游将增长0.31%;加工贸易出口每增长1%,商务入境旅游将增长0.73%。

3. 格兰杰因果关系检验

基于已建立的VAR模型,分别对一般贸易进口(Lninp1)与商务入境旅游(Lnint)、一般贸易出口(Lnexp1)与商务入境旅游(Lnint)、加工贸易进口(Lninp2)与商务入境旅游(Lnint)、加工贸易出口(Lnexp2)与商务入境旅游(Lnint)4组变量的原假设进行格兰杰因果关系检验,考虑到该检验对滞后阶数非常敏感,采用赤池信息量准则(Akaike Information Criterion, AIC)确定最佳滞后阶数。检验结果如表5所示。

表5 格兰杰因果关系检验结果

变量	原假设	滞后阶数	F 值	P 值	结论
一般贸易进口 与商务入境旅游	一般贸易进口不是商务入境旅游的格兰杰原因	1	8.289	0.096 *	拒绝
	商务入境旅游不是一般贸易进口的格兰杰原因	1	9.057	0.006 ***	拒绝
一般贸易出口 与商务入境旅游	一般贸易出口不是商务入境旅游的格兰杰原因	1	7.035	0.053 **	拒绝
	商务入境旅游不是一般贸易出口的格兰杰原因	1	10.74	0.003 ***	拒绝
加工贸易进口 与商务入境旅游	加工贸易进口不是商务入境旅游的格兰杰原因	1	5.896	0.027 **	拒绝
	商务入境旅游不是加工贸易进口的格兰杰原因	1	4.146	0.053 *	拒绝
加工贸易出口 与商务入境旅游	加工贸易出口不是商务入境旅游的格兰杰原因	1	4.654	0.036 **	拒绝
	商务入境旅游不是加工贸易出口的格兰杰原因	1	3.998	0.058 *	拒绝

注:“***”“**”“*”分别表示临界值在1%、5%和10%时显著。

由表5可知,在10%的显著性水平下,一般贸易进口、一般贸易出口、加工贸易进口、加工贸易出口分别与商务入境旅游存在双向格兰杰因果关系,说明不同构成的货物贸易均能促进商务入境旅游的增长,商务入境旅游亦能推动国际货物贸易的发展。根据格兰杰因果关系检验结果进行如下:

(1) 一般贸易与商务入境旅游。一般贸易是某国利用本国资源、技术、设备等生产国外所需产品,再出口至其他国家的贸易方式,具有典型的“自产外销”

特征,不需要贸易伙伴国任何形式的资金、技术、人员、设备等要素的参与。一般贸易在我国国际货物贸易体系中占居重要地位,2017年,我国一般贸易进出口额达15.66万亿元,占比56.4%,同比增加2.2%,而加工贸易进出口额为8.06万亿元,同比下降1.5%,我国贸易方式结构优化较为明显。

作为世界人口数量最多的国家以及全球第二大经济体,我国为满足经济社会发展、国内生产与居民消费,需要从世界各国大量进口各种矿产品、机器机械器具及电气设备、车辆航空器船舶及有关运输设备、化学工业及相关工业产品、植物产品等原材料及高新技术商品,而出口商品中以纺织原料及纺织制品、家具寝具玩具及零件附件等杂项制品、贱金属及其制品等劳动密集型、低附加值商品为主。一般贸易进出口带动了企业经营者、市场销售人员、会议参加者等商务人士及其亲属的频繁往来,促进了商务入境旅游的快速发展。由方程(1)可知,在其他条件不变的情况下,相对于加工贸易而言,一般贸易对商务入境旅游的促进作用稍弱一些。

(2)加工贸易与商务入境旅游。加工贸易是某国通过来料加工、进料加工等方式从国外进口相关原材料、辅料、零件、配件、附件等,加工成产品后再出口至国外市场。改革开放以来,我国长期奉行出口导向型外贸发展战略,大量从国外进口机器机械器具及电气设备、珍珠宝石贵金属及其制品、光学照相电影检验等仪器及设备、塑料橡胶及其制品等相关商品要素资源,加工生产为成品后再出口至有关国家,赚取处于价值链最低端的加工费。我国经济发展在过去享受了较长时间的人口红利,凭借着劳动力数量众多、成本低廉,代加工业发展迅速,一度成为世界各国的代加工厂。不可否认,代加工业不仅活跃了国内经济,创造了一定的外汇收入,也解决了较多劳动力就业问题。

相对于一般贸易而言,加工贸易需要在世界范围内采购各种原料、材料或零件等,带动了商务会议人士及其亲属更大规模、更多频次的人员往来,可促进商务入境旅游的快速发展。人员大规模的往来有利于增进了解、达成共识,从而在加工贸易商品需求、类别、营销等方面强化合作与交流,进而促进加工贸易总量的增加以及加工商品的结构调整和升级。

从货物贸易进口与出口来看,由方程(1)可知,商务入境旅游的快速发展在很大程度上得益于货物贸易出口尤其是加工贸易出口的不断增长。这与我国长期实行“出口导向”的激励政策有关,这对外汇储备、经济增长、就业稳定和旅游发展有重要的推动作用。随着2014年提出的“进口促进战略”的逐步实施与推进,技术、资本、设施设备、原材料等“物流”的进口贸易将持续快速增长,货物贸易进口对商务入境旅游的促进效应将日益增强,这表明了我国外贸政策重心从出口导向正逐渐向进口导向转变。

(二) 基于VAR模型的短期效应分析

1. 脉冲响应分析

利用已建立的VAR模型,运用脉冲响应函数具体分析一般贸易进口、一般贸易出口、加工贸易进口、加工贸易出口分别对商务入境旅游的冲击效应和响应轨

迹，以刻画不同构成的货物贸易对商务入境旅游在不同时期内的动态影响效应，冲击响应期设为20。

如图3和图4所示，一般贸易进口与一般贸易出口对商务入境旅游均具有较强的正向促进作用，当1个单位的一般贸易进口与出口产生后，在半年内均对商务入境旅游产生明显的冲击效应，短期内冲击效应持续增强，大约在第4期时达到最大值，一般贸易进口冲击效应峰值为15%左右，一般贸易出口为20%左右。可见，一般贸易进口对商务入境旅游的促进效应更强，随着时间的推移冲击效应呈小幅下降趋势，之后基本上稳定在10%左右。

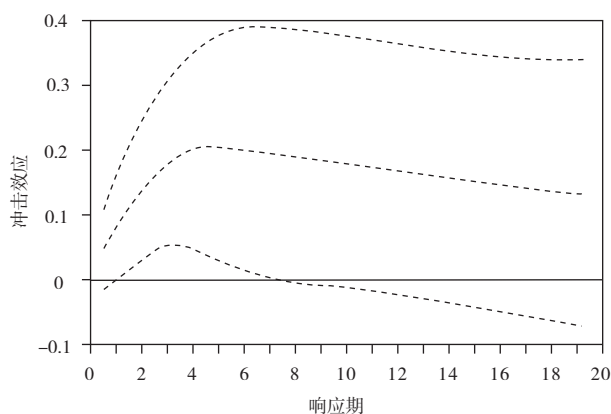


图3 一般贸易进口对商务入境旅游的冲击

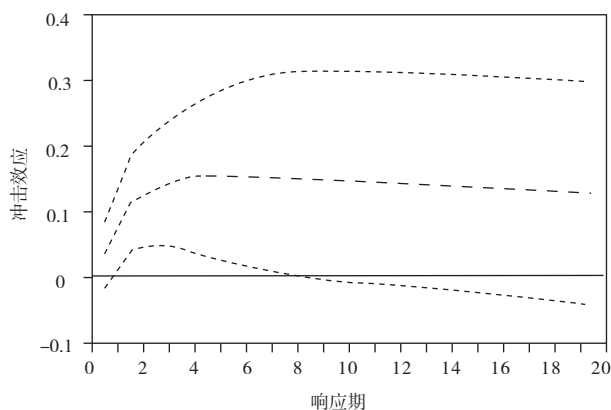


图4 一般贸易出口对商务入境旅游的冲击

如图5和图6所示，加工贸易进口与加工贸易出口对商务入境旅游也都具有较强的正向促进作用，当1个单位的加工贸易进口与出口产生后，在半年内均对商务入境旅游产生明显的冲击效应，短期内冲击效应快速增长，大约在第2.5期时达到最大值，两者冲击效应峰值均为12%左右。随着时间的推移冲击效应持续下降，之后基本上稳定在5%左右。

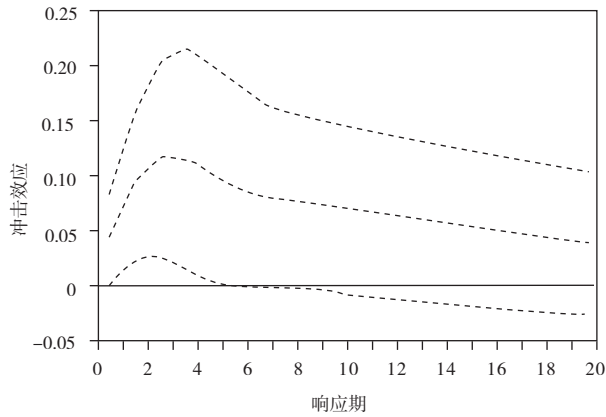


图5 加工贸易进口对商务入境旅游的冲击

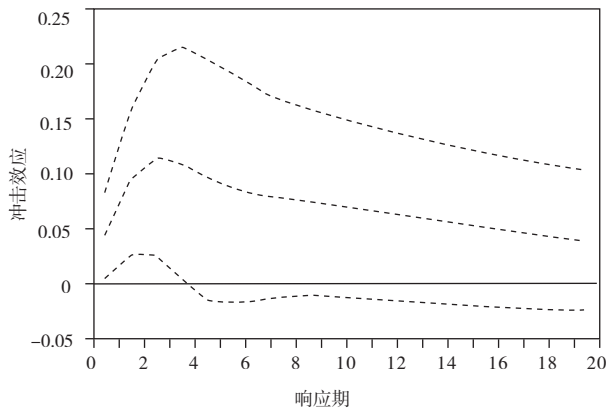


图6 加工贸易出口对商务入境旅游的冲击

总体而言，从冲击产生时间来看，一般贸易与加工贸易较为类似；从冲击效应增速来看，加工贸易高于一般贸易；从冲击效应峰值与冲击效应持续强度来看，一般贸易高于加工贸易。

2. 方差分解分析

借助预测误差的方差分解法分析一般贸易进出口、加工贸易进出口对商务入境旅游的相对贡献率，以反映不同构成的货物贸易进出口对商务入境旅游的促进效应，从而揭示一般贸易与加工贸易在不同时期、不同阶段对商务入境旅游发展的相对重要性。

由表6可知，随着时间的推移，商务入境旅游由自身影响部分逐渐下降，一般贸易进口与出口、加工贸易进口与出口对商务入境旅游的贡献率越来越大，表明四者对商务入境旅游的促进效应越来越显著。在第8期时，一般贸易进口与出口、加工贸易进口与出口对商务入境旅游增长的贡献度已超过50%。至第16期时，一般贸易出口、加工贸易进口对商务入境旅游的贡献度已超过其自身的贡献度。因此，

长期来看,一般贸易与加工贸易增长对商务入境旅游发展均具有显著的正向促进作用,促进效应随着时间的推移越来越强,但不同构成类别的贸易方式对商务入境旅游的相对贡献率略有不同。

表6 不同构成的货物贸易进出口对商务入境旅游的方差分解

时期	标准差	商务入境旅游的方差分解				
		商务入境旅游	一般贸易进口	一般贸易出口	加工贸易进口	加工贸易出口
1	0.122	100.00	0.000	0.000	0.000	0.000
2	0.159	94.500	0.572	1.034	0.412	3.486
3	0.178	82.428	10.891	1.311	1.823	3.547
4	0.191	71.922	13.499	4.129	6.864	3.585
5	0.203	63.773	12.639	7.336	9.504	6.748
6	0.214	58.128	11.708	8.713	12.055	9.396
7	0.227	53.179	10.409	10.461	14.273	11.679
8	0.241	48.286	9.347	12.154	16.256	13.958
9	0.255	43.508	8.667	13.953	19.137	14.734
10	0.269	38.868	7.927	16.504	21.649	15.053
11	0.285	34.959	7.285	19.055	23.309	15.392
12	0.299	31.842	6.699	21.419	24.432	15.607
13	0.312	29.325	6.159	23.582	24.937	15.997
14	0.323	27.328	5.746	25.268	25.175	16.482
15	0.333	25.719	5.471	26.578	25.366	16.865
16	0.342	24.444	5.337	27.597	25.474	17.149
17	0.349	23.512	5.297	28.371	25.552	17.269
18	0.356	22.883	5.333	28.996	25.570	17.218
19	0.361	22.513	5.429	29.510	25.479	17.069
20	0.365	22.357	5.574	29.905	25.296	16.868

五、结论与建议

(一) 结论

本文基于1990~2016年货物贸易与商务入境旅游统计数据,通过建立向量自回归(VAR)模型,研究我国国际货物一般贸易与加工贸易(物流)与商务入境旅游(人流)之间的互动关系,重点探究一般贸易进出口、加工贸易进出口分别对商务入境旅游的促进效应。经过前文分析得出如下结论:

(1) 一般贸易进口与出口、加工贸易进口与出口与商务入境旅游之间存在长期稳定的均衡关系。一般贸易进口、一般贸易出口、加工贸易进口、加工贸易出口每增长1%,商务入境旅游将分别增长0.25%、0.2%、0.31%和0.73%。

(2) 一般贸易进口与出口、加工贸易进口与出口分别与商务入境旅游存在双

向格兰杰因果关系,说明不同构成的国际货物贸易与商务入境旅游互为因果关系,两者间相互影响、相互促进。

(3) 一般贸易进口、一般贸易出口、加工贸易进口与加工贸易出口在半年内均对商务入境旅游具有显著的正向促进作用,仅在冲击效应增速、峰值与效应持续强度方面存在一定差异。

(4) 一般贸易进口与出口、加工贸易进口与出口对商务入境旅游的贡献率越来越大。至第8期时,四者综合贡献度已超过50%。长期来看,促进效应排序为一般贸易出口>加工贸易进口>加工贸易出口>一般贸易进口。

(二) 建议

(1) 在政策制定层面上推动货物贸易政策和文化与旅游政策的适度融合。在制订国际货物贸易发展政策时,可以适当融入入境旅游营销宣传,借助国际进出口贸易公司、企业与机构、国际商品博览会与展销会、国际进出口商品交易会、国际性经贸领域学术研讨会等平台和活动大力宣传我国旅游资源、产品项目与“美丽中国”的国家形象,吸引商务型企业与游客来我国进行商业环境考察、商务洽谈合作,并通过示范与口碑效应引起其相关群体的兴趣与关注,由此拉动入境游客流的增长。

(2) 在具体操作层面上注重不同类别的进口贸易与出口贸易、不同构成的一般贸易与加工贸易对商务入境旅游的差异化促进效应,近期稳步发展加工贸易,中期大力提升一般贸易出口,远期深挖一般贸易进口潜力。从长期来看,一般贸易对商务入境旅游的拉动作用和促进效应更为显著,未来我国应高度重视一般贸易,尤其是一般贸易出口对商务入境市场的正向拉动效应,为入境旅游发展提供新的增长引擎。

[参考文献]

- [1]高楠,马耀峰,李天顺,等. 1993-2010年中国入境旅游与进口贸易耦合关系时空分异研究[J]. 经济地理, 2012, 32(11): 143-148.
- [2]刘玉萍,郭郡郡. 入境旅游与对外贸易的关系——基于中国2001-2008年月度数据的实证分析[J]. 经济地理, 2011, 31(4): 593-597.
- [3]雷平,施祖麟. 出境旅游、服务贸易与经济发展水平关系的国际比较[J]. 旅游学刊, 2008, 23(7): 28-33.
- [4]马丽君,郭留留,龙茂兴,等. 1994年来中国入境旅游与对外贸易重心演变及其相关分析[J]. 经济地理, 2015, 35(11): 198-204.
- [5]马丽君,孙根年,王洁洁,等. 15年来中日出入境旅游对双边贸易的影响[J]. 经济地理, 2010, 30(4): 672-677.
- [6]庞闻,马耀峰,郑鹏. 五种旅游信息传播模式的比较与整合[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5): 74-79.
- [7]孙根年. 我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.
- [8]孙根年,周露. 日韩东盟8国入境我国旅游与进出口贸易关系的研究[J]. 人文地理, 2012, 27(6): 87-94.
- [9]孙根年. 大国优势与中国旅游业的高速持续增长[J]. 旅游学刊, 2008, 23(4): 29-34.
- [10]孙根年,安景梅. 中国内蒙古与蒙古国出入境旅游与进出口贸易互动关系分析[J]. 干旱区资源与环境, 2014, 28(8): 189-195.
- [11]苏建军,徐璋勇,赵多平. 国际货物贸易与入境旅游的关系及其溢出效应[J]. 旅游学刊, 2013, 28(5): 43-52.
- [12]石张宇,周葆华,沈惊宏,等. 亚洲九国入境中国旅游与进出口贸易互动关系研究[J]. 资源科学, 2015a, 37

- (9):1871-1879.
- [13] 石张宇,徐虹,沈惊宏.中俄双边旅游与进出口贸易互动关系的实证研究[J].人文地理,2015b,30(2):147-153.
- [14] 王洁洁,孙根年,马丽君,等.中韩出入境旅游对进出口贸易推动作用的实证分析[J].软科学,2010,24(8):30-36.
- [15] 王洁洁.入境旅游与进出口贸易关系的实证分析[J].经济问题,2012(11):99-103.
- [16] 赵多平,孙根年,苏建军.欧洲七国入境中国旅游与进出口贸易的关系[J].世界地理研究,2011a,20(4):121-133.
- [17] 赵多平,孙根年,马丽君,等.中国对俄口岸城市出入境旅游与进出口贸易互动关系的研究——1993-2009年满洲里市的实证分析[J].经济地理,2011b,31(10):1733-1739.
- [18] 赵多平,曹兰州,高楠.阿拉伯国家至宁夏入境旅游和进出口贸易耦合关系[J].经济地理,2017,37(12):226-231.
- [19] AI-QUDAIR K H A.The Causal Relationship between tourism and international trade in some islamic countries [J]. *Economic Studies*.2004, 10(1):45-56.
- [20] CHEWGING L.Tourism,trade,and income:evidence from Singapore[J]. *Anatolia*,2012,23(3):348-358.
- [21] DENISE F, ANDREA S, MELVILLE S.The relationship between tourism and trade in South Africa[J]. *South African Journal of Economics*, 2010,78(78):287-306.
- [22] GRAY E W.The spice trade of the Roman Empire 29 B.C.-A.D.641 by J.L.Miller[J]. *Journal of Roman Studies*, 1970,60(11):222-224.
- [23] GAUTAM D V,SURESH K G. An empirical investigation about relationship between international trade and tourist arrival; evidence from India[J]. *Business Excellence & Management*,2012,2:53-62.
- [24] KEINTZ R M.The demand for international travel to and from the United States [J]. *American Economist*,1971(1):6-10.
- [25] KULENDRAN N,WILSON K.Is there a relationship between international trade and international travel? [J]. *Applied Economics*,2000, 32(8):1001-1009.
- [26] KADIR N,JUSOFF K.The cointegration and causality tests for tourism and trade in Malaysia[J]. *International Journal of Economics & Finance*,2010,2(1):137-143.
- [27] KIYONG K.International tourism and trade flows;a causality analysis using panel data[J]. *Tourism Economics*, 2011,17(5):949-962.
- [28] MASSIDDA C,MATTANA P.A SVECM analysis of the relationship between international tourism arrivals,GDP and trade in Italy[J]. *Journal of Travel Research*,2013,52(1):93-105.
- [29] MADALENO A,EUS&BIO C,VARUM C.Causal relationship between inbound tourism and exports of goods in Portugal;Evidence from cointegration and Granger causality tests[J]. *Global Business and Economics Review*,2016,18(5):567-586.
- [30] OZCAN C C. International trade and tourism for Mediterranean countries: a panel causality analysis [J]. *Theoretical and Applied Economics*,2016,23(1):203-212.
- [31] SANTANA-GALLEGO M.International trade and tourism flows;an extension of the gravity model[J]. *Economic-Modelling*,2015,52(15):1026-1033.
- [32] SHAN J,WILSON K.Causality between trade and tourism: empirical evidence from China[J]. *Applied Economics Letters*,2001,8(4):279-283.
- [33] SALIH K.Tourism, trade and growth: the case of Cyprus[J]. *Applied Economics*,2009,41(21):2741-2750.
- [34] TSUI W H K,FUNG M K Y.Causality between business travel and trade volumes: empirical evidence from Hong Kong[J]. *Tourism Management*,2016,52(2):395-404.

(责任编辑 范红波)

Interactive Relationship of International Goods Trade and Business Inbound Tourism in China

SHI Zhangyu^{1,2}, CHENG Qian¹, LI Haijian³

(1. School of Tourism and Urban-rural Planning, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou Zhejiang 310018;

2. School of Resource and Environment, Anqing Normal University, Anqing Anhui 246133;

3. School of History Culture and Tourism, Jiangsu Normal University, Xuzhou Jiangsu 221116)

Abstract: Based on interaction mechanism of goods trade and business inbound tourism, this paper, by establishing a vector autoregressive (VAR) model, quantitatively measures the interaction relationship of international goods trade and business inbound tourism from 1990 to 2016 applying methods of cointegration analysis, Granger causality relationship test, impulse response function and variance decomposition. The results show as follow: (1) There is a two-way Granger causality relationship respectively between general trade import & export, processing trade import & export and business inbound tourism. (2) General trade import & export and processing trade import & export have a significantly positive impact on business inbound tourism in six months, only are there some differences in the growth rate, peak value and continuous strength of impact. (3) The sequencing of promoting effect to business inbound tourism is, general trade export > processing trade import > processing trade export > general trade import. China should attach great importance to the promoting effect of international goods trade consisted of different components on business inbound tourism, with steadily developing processing trade in the near future, vigorously enhancing general trade export in the mid-term and deeply digging the potential of general trade import in the long term.

Keywords: General Trade; Processing Trade; Business Inbound Tourism; Interactive Relationship; Promoting Effect