



旅游理论与实践前沿丛书



旅游融合发展论

LÜYOU RONGHE FAZHANLUN

宋子千 著

中国旅游出版社

本研究成果受国家旅游局科研立项资助（项目编号：13TAAK006）



旅游理论与实践前沿丛书



旅游融合发展论

LÜYOU RONGHE FAZHANLUN

宋子千 著

中国旅游出版社

责任编辑：郭海燕

责任印制：冯冬青

图书在版编目（CIP）数据

旅游融合发展论 / 宋子千著. -- 北京：中国旅游出版社，2015.3

ISBN 978-7-5032-5250-1

I. ①旅… II. ①宋… III. ①旅游业发展—研究—中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字（2015）第 029684 号

书 名：旅游融合发展论

作 者：宋子千

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲9号 邮编：100005）

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010-85166503

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京盛华达印刷有限公司

版 次：2015年3月第1版 2015年3月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：14.5

字 数：220千

定 价：48.00元

I S B N 978-7-5032-5250-1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

第一章 旅游与旅游业	1
第一节 什么是旅游	1
一、广义旅游活动	2
二、狭义旅游活动	6
第二节 什么是旅游业	9
一、旅游业的基本内涵	9
二、旅游是产业吗	10
三、旅游业的层次划分和范围界定	12
四、旅游业与三大市场	15
五、旅游业和旅游事业	17
第二章 旅游业发展的阶段特征和演化趋势	19
第一节 旅游市场进入大众化的新阶段	19
一、国民市场成为旅游市场的主体	19
二、旅游消费的升级	22
三、出游方式的散客化	41
四、活动内容的休闲化	42
第二节 旅游业成为现代服务业的重要组成部分	44
一、旅游产业体系的完善	44
二、旅游产业融合和“大旅游”发展	45

三、智慧旅游发展与旅游产业创新	46
四、旅游产品品质化和产业发展质量提升	47
五、旅游业和现代服务业的关系	48
六、从要素贡献看旅游业面向现代服务业的转型	57
第三节 旅游行政管理体制的变革	68
一、我国旅游行政管理体制的演变	68
二、推进政府职能转变对旅游行政管理体制改革提出了 新要求	69
三、以信息引导作为旅游行业管理的重要抓手	74
第四节 旅游和经济社会发展的融合化	77
一、旅游既是生活方式，也是发展方式	77
二、从门票经济到产业经济再到区域发展	78
三、外部性和景区免费开放	81
四、利益相关者和旅游发展取向	85
 第三章 旅游业与经济发展	95
第一节 旅游业对 GDP 的直接贡献	95
一、旅游收入能否和 GDP 进行比较	95
二、从支出法看旅游业对 GDP 的直接贡献	98
三、旅游卫星账户和旅游统计	100
四、旅游服务贸易和国际收支	103
第二节 旅游业的关联带动作用	104
一、对旅游业产业关联度的测算	104
二、对旅游业关联带动作用的进一步认识	108
第三节 旅游业对就业的促进	110
一、旅游业在促进就业方面的优势	110
二、对旅游就业的测算	112
三、促进旅游就业要处理好的几个关系	114

第四节 旅游产业融合	115
一、旅游产业融合的理论和实践	115
二、旅游产业融合的机制：以影视旅游为例	119
三、区域旅游产业融合发展战略	129
 第四章 旅游业和文化建设	133
第一节 旅游和文化的关系	133
一、文化是旅游的本质吗	133
二、对“文化是旅游的灵魂”的理解	135
三、对“旅游是文化的重要载体”的理解	137
四、旅游和文化的融合是当前重要发展趋势	140
第二节 文化旅游的内涵和文化旅游发展	141
一、文化旅游的内涵	141
二、我国文化旅游发展的现状	145
三、关于我国文化旅游发展的思考	148
第三节 旅游文化的内涵与我国旅游文化建设	149
一、旅游文化的内涵	149
二、我国旅游文化建设的现状	151
三、我国旅游文化建设面临的形势和政策建议	155
第四节 旅游行业核心价值观建设	158
一、旅游行业核心价值观的提出	158
二、对构建旅游行业核心价值观的认识	159
三、关于培育践行旅游行业核心价值观的思考	162
第五节 新时期的红色旅游发展	163
一、红色旅游发展面临的形势	163
二、把“红”作为红色旅游发展一切工作的立足点	166
三、红色旅游发展要更好地对接市场	167

第五章 旅游业与生态文明建设	171
第一节 旅游和生态的关系	171
一、旅游业总体上是环境依托型和资源友好型产业	171
二、旅游业发展可能对生态环境造成负面影响	172
三、生态环境成为越来越重要的旅游资源	173
第二节 对生态旅游的认识	174
一、生态旅游的缘起和发展	174
二、生态旅游内涵的三个层面	175
三、生态旅游认识的泛化	178
四、文化生态旅游发展	180
第三节 对旅游生态补偿的思考	185
一、重新审视旅游生态补偿标准的确立思路	185
二、区分两个层面的旅游生态补偿	187
三、区域内旅游生态补偿的主客体和生态补偿的实现	188
第六章 旅游业与城乡建设	191
第一节 旅游与城市建设	191
一、旅游发展和城市化的关系	191
二、旅游发展和城市发展的融合化	194
三、旅游发展对城市规划建设提出的新要求	195
第二节 旅游和乡村建设	197
一、乡村旅游是解决“三农”问题的重要抓手	197
二、要以动态的眼光看待乡村旅游的发展	199
三、居民和游客对乡村旅游地人居环境质量的感知比较	203
四、乡村旅游转型发展对土地的诉求和制度设计	206
参考文献	214
后 记	225

第一章 旅游与旅游业

第一节 什么是旅游

从事旅游工作的人，经常会有一种困惑，就是：究竟什么是旅游？这个问题不时被一些业内人士或其他领域的研究者拿来质疑旅游研究，说是旅游研究发展了几十年，连一个最基础的概念都没有搞明白；有时又被其他行业的人拿来质疑旅游业，认为在旅游都说不清楚的情况下，遑论旅游业？

其实，概念的准确性是一个普遍的问题，事物的发展变化和主体间的认知差异，使得形成所有人公认的概念几乎不可能，因此在一定阶段让大多数人接受就是一个更现实的标准。旅游概念的问题在于分歧的意见太多。张凌云（2008）曾经提到：据美国旅行资料中心 20 世纪 70 年代初对收集到的 80 种研究报告统计，对于旅游及旅游者的相关定义就达 43 种之多。窦群（2001）甚至称“旅游概念界定一直是全球旅游界一项哥德巴赫猜想式的难题”。在学术研究中，对旅游的概念有时从产业、学科、学科研究对象等属性进行界定，这增加了非专业研究者理解旅游的困难。而在人们通常的认识中，旅游是一种人类行为。对于作为人类行为的旅游或者说旅游活动，人们的认识大致可以分为两类：广义和狭义。当然，这仍然是一个粗略的划分，人们对于广义旅游活动和狭义旅游活动虽然各自形成了一定共识，但是还存在不少细微的分歧。

一、广义旅游活动

(一) 广义旅游的基本内涵

在旅游业发展实践中,对于旅游活动通常是从广义上来理解的。在前国家旅游局局长邵琪伟担任主编的《中国旅游大辞典》中,“旅游”被界定为“人们短暂离开惯常环境的行为”(邵琪伟,2012:257)。这一定义和世界旅游组织向世界各国推荐的旅游定义保持一致。

1991年,世界旅游组织在渥太华召开了国际旅行和旅游统计会议。1993年,世界旅游组织向联合国统计委员会提交了《旅游统计建议》。1994年,联合国统计委员会公布了上述文件(世界旅游组织,2011:3)。这一文件是包括我国在内的世界各国进行旅游统计的基础,已经形成了较为广泛的共识。根据世界旅游组织于1995年出版的《旅游统计技术手册》,对旅游的界定如下:

旅游是指人们为了休闲、商务或其他目的而旅行到其惯常环境之外的地方并在那里停留持续时间不超过一年的活动。一个人的惯常环境是由其居住地周围的地区及所有他或她经常光顾的地方所组成(*World Tourism Organization*, 1995:12)。^①

广义旅游定义主要强调了两个重要特征,即异地性和暂时性。异地性将旅游和大量的户内活动以及本地活动区分开来,暂时性则进一步将旅游和迁徙、移民等行为进行了区分。虽然迁徙、移民也是人类的移动和逗留行为,但是他们的目的是为了长期改变自己的居住环境;而旅游只是想短暂地利用非惯常居住地的环境。迁徙、移民等人类移动往往是单向的,而人们的旅游活动从惯常居住地出发,一般最终还会回到惯常居住地,其行为轨迹构成一个“环”(吴必虎、宋子千,2009:27)。

^① 世界旅游组织的定义原文如下: Tourism comprises the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes. The usual environment of a person consists of a certain area around his/her place of residence plus all places s/he frequently visits. 见 *World Tourism Organization* (1995)。

（二）对广义旅游附加的目的性规定

除了迁徙或移民以外，人们还经常将和战争、就业等有关的人类移动行为排除在旅游活动之外。

很多研究者在对旅游活动的界定中特别强调了“和平目的”。应该说，人们到其惯常环境之外的旅行和逗留，绝大部分是基于和平的目的，强调旅游的和平目的可以将这些活动和战争、恐怖活动等特殊活动区分开来。世界旅游组织在1980年马尼拉会议之后，曾提到要用“人员往来”（Movements of Persons）一语取代“旅游”一词，对该用语的定义是指人们出于非移民和和平的目的，或者出于能够导致实现经济、社会、文化及精神等方面的个人发展以及促进人与人之间的了解与合作等目的而进行的旅行活动（李天元，2003：42）。其中明确规定了“和平的目的”。在《2008年国际旅游统计建议》中，虽然没有明确规定和平目的，但是通过界定主要目的（商务、休闲或其他个人目的）隐含了和平的含义。

还有一些研究者认为旅游活动是一种消费活动，旅游活动不应该出于赚钱或就业的目的。由于就业通常就是为了获得报酬，因而就业目的也是一种赚钱目的。1942年，瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫提出：“旅游是非定居者的旅行和暂时逗留而引起的现象和关系的总和。这些人不会导致长期定居，并且不牵涉任何赚钱的活动。”这个定义于20世纪70年代为“旅游科学专家国际联合会”（Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme, Aiest）所采用，因此称为“艾斯特（Aiest）定义”（李天元，2003：42）。注意这一定义界定的“旅游”不是指作为“人类行为”的旅游，而是指作为“旅游研究对象”的旅游，但是从中可以看出这一定义实际上规定了旅游活动的消费性质。1991年国际旅行和旅游统计会议对国际旅游者的定义做了重新界定，其中也明确规定他们进行旅游活动的主要目的，不应是为了从访问国获得经济效益。强调旅游活动的消费性质，一方面是因为作为消费行为的旅游在各种旅行活动中占有绝对主体地位；另一方面对于推动旅游发展是有利的，显然大家更欢迎的是来消费而不是来赚钱的客人。由于赚钱或获取经

济效益的说法比较模糊,比如商务活动往往是旅游者工作的一部分或能给旅游者带来经济上的好处,因此在《2008年国际旅游统计建议》中,对旅游活动强调的是“非在被访问国家或地点受聘于某个居民实体”(世界旅游组织,2011:10),简单地说也就是非就业。

(三) 广义旅游和旅行

由于和战争(恐怖主义行为实际上很难从旅游统计中排除)、就业(一旦这种就业导致定居,也就不能符合旅游活动的暂时性和异地性特征)等相关的旅行在大量和平的、消费性的旅行中只是特例,因而广义旅游实际上包括了绝大多数的旅行类型,这也使得广义旅游和旅行的概念很容易混淆。在实践中,有的时候是旅游和旅行连用,比如著名的世界旅游及旅行理事会(The World Travel & Tourism Council, WTTC,现在也经常翻译为世界旅游业理事会^①),有的时候则是旅游和旅行混用。

准确地描述旅游和旅行的联系与区别很困难,因为人们对这两个词语本身并没有一致的理解。一般来说,旅行活动的范围比旅游活动要宽泛一些,正如《2008年国际旅游统计建议》指出的,“旅游是旅行的一部分”(世界旅游组织,2011:10),旅游活动必然是旅行活动,但是旅行活动不一定是旅游活动。如果不考虑移民、战争、就业等特殊性质的人员流动(对于旅行活动是否包括这些活动,研究者也没有一致的意见),旅行活动和广义的旅游活动基本一致。

旅行和旅游还有一个细微差别是,有时人们使用“旅行”一词是强调空间上的移动过程,《现代汉语词典》对旅行的释义是“为了办事或游览从一个地方到另一个地方”(中国社会科学院语言研究所词典编辑室,2012:848),前面提到的艾斯特定义也将“旅行”和“逗留”并列。这个差别大多数时候可以忽略不计,因为旅行一般都会伴随在异地的逗留。当然,旅行或旅游活动都不仅指人们在空间上的移动或逗留本身,也包括人们在移动和逗留过程

^① 如百度百科词条采用的就是“世界旅游业理事会”。

中伴随的其他活动。

（四）概念性定义和技术性定义

定义有概念性定义和技术性定义之分。概念性定义比较方便人们把握事物的本质特征，但是在应用时可能存在一些困难。从概念上说，旅游可以定义为“人们短暂离开惯常环境的行为”。但是究竟时间在什么范围内算是“短暂”，怎样才算是“惯常环境”，这需要进一步的界定，也就是技术性定义。

技术性定义一般建立在概念性定义的基础之上，为了实现可操作性，技术性定义往往针对事物的具体形态做出量的规定，有时也采用描述列举的方法。这种量的规定和描述列举方法，从理论上看不严谨的，但是操作起来比较方便。由于同类事物的具体形态，在不同历史阶段或不同国家和地区之间，往往存在较大的差异，因此量的规定和描述列举的结果往往也是不同的。换句话说，和概念性定义相比，技术性定义的历史性和地域性更强。

在前面提到的世界旅游组织建议的旅游定义中，做了“连续停留时间不超过一年”的规定，从而使得暂时性有了判断标准。为什么是一年而不是10个月或15个月？主要是因为这样的界定在统计上更为方便。“不超过一年”是针对国际旅游而言，针对国内旅游的时限要短些，中国对国内旅游的规定是“6个月以内”。在惯常环境方面，很多国家提出的标准是旅行距离，也有些国家的标准是离开所在城市，还有些国家是通过旅行时间的规定间接对惯常环境做出界定，比如停留6小时以上或过夜（过夜游是一个重要指标，因为过夜游往往能够给进行旅游活动的地方带来更多的消费）。当然，尽管可以制订一些非常具体的规定，但是旅游统计也不可能是百分之百准确的。恐怖分子也许持的就是旅游签证。现在有些人居住和工作的地方有可能相距较远，单纯从出行距离和时间来规定都不一定很完善。两个以上工作地点、第二住宅等现象的出现更给如何界定惯常环境的空间范围界定提出了难题。《2008年国际旅游统计建议》对个人的惯常环境做了多达8条说明（世界旅游组织，2011：12），但也很难说就完全界定清楚了。

（五）游客和旅游者

1991年国际旅行和旅游统计会议之后，世界旅游组织将旅游活动的主体称为“游客”，游客包括“旅游者”和“一日游游客”，旅游者指的是过夜游客，一日游游客指的是短途旅游者。但是实践当中往往没有做这么明确的区分，“在很多情况下，旅游者和游客两个术语可以相互替代”（邵琪伟，2012：445）。还要注意的，国际上往往通过对旅游者的界定来界定旅游，“旅游是在谁才算是旅游者的基础上定义的”（Geoffery Wall & Alister Mathieson, 2007：11），如《2008年国际旅游统计建议》就在给出游客的定义之后，指出“旅游指游客的活动”（世界旅游组织，2011：10）。国内则习惯于先界定旅游再界定旅游者。如《中国旅游大辞典》对旅游者的界定是“从事旅游活动的人”（邵琪伟，2012：444）。除了思维习惯的不同之外，方便统计是主要的考虑。国际上关注的是国际旅游，对于国际旅游来说，要进行旅游统计，往往必须先确定谁是旅游者。国内旅游的统计基于居民调查，通过了解他们出游的次数、花费、方式等得到总体数据，这样就需要先确定旅游而不是旅游者的概念。

二、狭义旅游活动

（一）狭义旅游的基本内涵

大多数普通公众乃至相当一部分学者认识的旅游概念，其内涵要比上述广义旅游概念狭窄得多。他们往往强调旅游活动的观光性、休闲性或愉悦性。如《现代汉语词典》对旅游的解释是“旅行游览”（中国社会科学院语言研究所词典编辑室，2012：848），正是人们常识性认识的反映。这种常识性认识又和中国旅游发展的阶段特征有关，长期以来观光一直是我国非事务旅行的主要目的，“游览”一词显然带有观光旅游的痕迹。当休闲度假等多样化的旅游活动发展起来之后，人们对旅游的常识性认识很可能就会改变，可能不再是“旅行游览”，而是“旅行游玩”。事实上，由于度假旅游发展已经较为成

熟,在国外一些词典中,对于旅游的界定就是以娱乐为目的的旅行^①或愉悦性旅行^②。

愉悦性旅行在旅游活动中占有很大的比重,而且和事务性旅行相比,愉悦性旅行有其自身特征。比如我们经常说旅游活动有利于人们身心健康,就是针对愉悦性旅行而言的。一个地方的旅游发展,主要的工作往往也是吸引更多的旅游者前来参观游览或休闲度假,而不是处理某项事务。由于愉悦性旅行的这些特征,使得对其进行专门研究有其意义。因此,很多学者坚持应该将旅游局限于愉悦性旅行。如谢彦君(2004:73)坚持将旅游的概念界定为“个人以前往异地寻求愉悦为主要目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历”。不过,笔者以为,承认愉悦性旅游的重要性以及独特性,并不需要否定广义旅游概念,毕竟广义旅游也有其共同特征,广义旅游现象是重要的社会现象,广义旅游概念已经形成了广泛共识,并且构成各国旅游统计的基础。如果需要研究狭义旅游活动,可以采用愉悦性旅游或类似概念,或者直接用“旅游”一词也可以,只是为避免混淆最好做出说明。没必要非得分辨哪个旅游概念是对是错,实际上这种概念分歧也不存在对错。在本书中,如果没有特别说明,所称旅游均指广义旅游。

(二) 旅游和休闲

“休闲”一词存在很多含义,有时指闲暇时间,有时指休闲活动,有时指一种放松的精神状态,甚至多种含义兼而有之。这里主要讨论旅游活动和休闲活动之间的关系。所谓休闲活动,一般指人们在闲暇时间内进行的活动,但是往往也包含有放松身心的含义。

当我们区分了广义旅游和狭义旅游之后,对于旅游和休闲的关系就比较容易厘清。在世界旅游组织给出的旅游定义中,休闲和事务并列为旅游

^① 《韦伯斯特大学词典》关于旅游的一个释义是“以娱乐为目的的旅行”,参见威廉·厄瑟波德(2001:4-22)。

^② 《牛津英语辞典》关于旅游的一个释义强调了“愉悦性”,参见 Leiper (1979)。

的两大目的。因此，广义的旅游活动和休闲活动是一种交叉的关系。为什么有些学者会说旅游是休闲的组成部分呢？这是因为他们坚持的是狭义旅游观念。一些人直接将旅游活动界定为以休闲为主要目的的旅游；还有些人将旅游理解为以游览为目的的旅游活动或愉悦性旅行，这些活动也多发生在闲暇时间内，呈现休闲状态。关于闲暇、休闲和旅游的基本关系，参见表 1-1。

表 1-1 闲暇、休闲和旅游的关系

活动时间	闲暇时间				工作时间
地理范围	家庭	当地	区域	全国或国际	离开当地（区域、全国或国际）
活动类型	家庭内休闲：阅读、园艺、看电视、社交等	日常休闲：听歌剧、上饭馆、运动（参与或观看比赛）、社交等	一日游：走访景点、野炊等	闲暇旅游（狭义的旅游活动）	工作旅行（和狭义旅游活动一起构成广义旅游活动）

资料来源：据 Boniface B G & Cooper C P（1987），转引自保继刚、楚义芳（1999：143-148）。

由于旅游活动日益和当地居民的日常休闲融合在一起，现在出现了一种观点，建议将户外休闲整个纳入旅游研究范畴，这样，对旅游活动的一个最宽泛的理解就是“旅行+户外休闲”。为和广义旅游活动概念区分，可以称之为“泛旅游”（吴必虎、宋子千，2009：32）。

（三）狭义旅游和旅游资源

虽然旅游统计多以广义旅游概念为基础，但是在旅游研究和旅游业实践中常用的一些概念和理论，却是以狭义旅游概念为基础的。比如旅游资源，根据国家标准《旅游资源分类、调查与评价》（GB/T 18972—2003），是指自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力，可以为旅游业开发利用，并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。其他的一些旅游资源定义虽然表述可能有差异，但在“能对旅游者产生吸引力”的本质特征上却

是非常一致的。这一本质特征针对的显然是狭义旅游,因为事务性旅游从其产生机制来说,主要是被推动而不是被吸引。再如陈传康提出的旅游活动行为层次理论,将旅游活动分为基本层次游览观光,提高层次娱乐、购物,专门层次休养、疗养、会议、宗教朝拜等,主要考虑的就是当时休闲性旅游活动的主体——观光旅游。

第二节 什么是旅游业

一、旅游业的基本内涵

《中国旅游大辞典》将旅游业界定为“直接或间接为旅游者提供服务或生产产品企业的集合”(邵琪伟,2012:435)。这个定义的后半截“提供服务或生产产品企业的集合”源于一般产业的定义。在经济学中,产业被定义为“所有生产相同产品的单个企业的集合”(张广瑞,1996)。前半截“直接或间接为旅游者提供服务或生产产品”则是旅游业区别于一般行业的特征。和一般产业概念从生产角度进行界定不同,旅游业概念是从需求角度进行界定的^①。不同的、相互之间往往差别非常明显的企业之所以都被纳入旅游业的范围,是因为它们具有一个共同的特征,即“为旅游者提供服务或生产产品”。旅游业的上述特征得到了广泛认同,很多关于旅游业的定义都强调了这一点。如在两个广为引用的定义中,里玻(Leiper,1979)认为“旅游业包括所有服务于旅游者需求的企业、组织和设施”,李天元(2003)认为旅游业是“以旅游者对象,为其旅游活动创造便利条件并提供所需商品和服务的综合性产业”。虽然服务于旅游者的共同特征可以将不同企业联系在一起,但是很多研究者并不赞成将生产不同产品或提供不同服务的企业称作一个产业。除此之外,关于旅游业的定义还有许多可以深究的地方。如针对类似于《中国旅游大辞典》给出的定义,可以进一步追问,“间接”究竟可以追溯到

^① 世界旅游组织《2008年国际旅游统计建议》力图参照传统产业定义的方式,通过先界定旅游产品来对旅游产业进行界定。但是在这一定义过程中仍不可避免地包含“服务于游客”的内容。

多少环节?“旅游者”的范围是什么?“企业”构成旅游供给的全部吗?为旅游者提供服务或生产产品的企业整体都属于旅游业的范畴吗?等等。类似这些问题导致了对旅游业概念理解的分歧,可以说,定义旅游业的难度一点也不亚于定义旅游。

二、旅游是产业吗

很多学者反对将旅游业视为一个产业。如 Kenneth Wilson (1998) 认为:市场是销售相同特征的产品或服务的企业之组织或组织系列;产业是有着类似经营程序而且能在给定计划水平下生产专门的同一的产品或服务的企业的总和。旅游不是、也不可能是产业;也不存在单独的旅游市场,但可认为存在旅游市场群(tourism markets),在旅游市场群中,其产品由一系列产业提供。Thomas Lea Davison 的观点与此类似。他认为旅游业不是产业,主要出于两方面的理由:第一,从经济学的定义来讲,产业是“所有生产相同产品的单个企业的集合”,而两种产品是否“相同”,是根据交叉需求弹性理论中所讲的可替代性来限定的;第二,从标准产业分类来讲,被看作一个产业的一组企业必须有共同的基本活动并具有统计意义的规模。Thomas Lea Davison 认为旅游可以被看作是:一种社会现象,而不是一种生产性活动;所有旅游者支出的总和并不是这一组相似企业的收入所得;一种相差悬殊的经历或过程,不是一种产品。他认为将旅游定义为产业是不正确的。旅游更似一个“部门”,它影响着一大批产业,其所涉及的不仅仅是生意或行政管理,它指的是人。支持合理的旅游增长与发展,应当从更广泛的意义上理解(张广瑞,1996)。

可以看出,反对旅游是产业的主要意见就是旅游业不符合传统的产业定义。特别是构成旅游业的各个企业并不生产同一产品,不同旅游企业的产品之间没有可替代性。比如飞往某旅游地的航空票价上升,它将导致该旅游地饭店产品需求量下降,而不是上升。从这一角度看,航空业和饭店业不生产同一产品,它们不应被归入同一产业。

但是如果我们将旅游产品理解为一种综合性的组合型产品,得到的结论