



休闲与旅游统计研究

李 享/著

STATISTICAL RESEARCH OF
LEISURE AND TOURISM

STATISTICAL RESEARCH OF LEISURE AND TOURISM

STATISTICAL RESEARCH OF
LEISURE AND TOURISM

中国旅游出版社

休闲与旅游统计研究

李 亨 / 著

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉

装帧设计：鲁 毅

责任印制：冯冬吉

图书在版编目 (CIP) 数据

休闲与旅游统计研究 / 李亨著. — 北京: 中国旅游出版社, 2008. 7

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3486 - 6

I. ①休… II. ①李… III. ①旅游业 - 统计学 - 研究 IV. F590 - 32

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 094564 号

书 名: 休闲与旅游统计研究

著 者: 李 亨

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. cltp. net. cn E-mail: cltp@cnta.gov.cn

发行部电话: 010 - 85166507 / 85166517

排 版: 北京中文大地文化艺术有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 三河市灵山红旗印刷厂

版 次: 2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 16.5

印 数: 1 - 4000 册

字 数: 300 千

定 价: 29.80 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3486 - 6

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

序 一

第一次接触李享是在 2006 年年初，她随系领导到我的办公室谈合作事宜，但对她的印象不深。第二次接触是同年秋末在紫玉庄园召开的“现代休闲与旅游方式国际学术研讨会”上。会议辩论期间，她提出的旅游统计问题引起了我的兴趣。会下我还专门与她就此问题做了进一步的交流。记得当时我鼓励她要把这个领域的研究持续下去，因为这是一块难啃的“硬骨头”，国内外如是。

不想，前些时日，她托宁泽群老师打来电话，嘱我为新著写序。老实说，让我写序有些勉为其难，因为我不懂统计，从来都是一看到各种公式和数字就头痛。宁老师在电话那端语气恳切，希望再度“援助”。好事多磨，横下一条心献丑吧。当然借此机会可以先睹李享的成果。

事实上，在我多年的休闲研究中，我发现我必须关注统计问题，因为，无论是休闲与旅游的关系、旅游与旅行的关系、休闲与闲暇的关系、休闲与工作的关系，还是休闲结构、闲暇结构、产品结构、市场结构，以及休闲带来的“蝴蝶效应”所涉及的休闲经济、休闲产业、休闲消费、休闲对人的附加值、休闲对人的社会心理的影响等都必须借助于统计数据的帮助，才能从中得出某种规律性的认识来，并成为研究者获得理性与科学结论的重要基石。

这样，我就不得不查阅若干相关的文献。在这个过程中，我发现大多数中外学者对此都大伤脑筋。比如，同是旅游行为，对于某些人来说是一种很好的休闲行为方式；可是对另外一些人来说是花钱买罪受。再比如，有人将操持家务当做伺弄一件“艺术品”，而有的人的感受是被“惩罚”。对于这样

的统计分类很难。

在休闲产业领域更是剪不断、理还乱，比如，休闲产业是一个什么概念？与服务业、第三产业、文化产业、娱乐产业是什么样的关系？再比如，工作日驾车上班，其车是交通工具；而周末度假到郊外，其车虽然还具有交通工具的功能，但同时也被赋予了“休闲设备”的功能。为车美容、为车扩容等，对于一部车的统计就含有多个相互交集在一起的子项。

在休闲经济的统计中，人们不得不把公共卫生间的服务质量与旅游景区的效益连在一起考虑。同样，统计局也不得不把太空旅游纳入航天飞机的投入产出中。

由休闲消费带动的有形市场和无形市场、有形效益和无形效益给休闲分类和统计也带来了变幻莫测的困难。比如自愿者活动，可以换算出，美国人 205 亿个小时的志愿服务活动，相当于 900 万个专职雇员生产了 1760 亿美元的价值。但是难以计算出志愿者行为对降低社会交易成本和人际关系和谐度的贡献。

难判断的是自然资源、人文资源、历史文化遗迹、生态资源的投入产出比。

最难判断的是休闲活动中带给人的附加值（或损毁值），它涉及生理、心理、安全、尊重、成就感、自我价值、愉悦的休闲之后对生产力的促进、对个体素质的提升等，都需要依赖统计数据的分析获得可靠的、真实的、科学的结论。所有这些仅仅是休闲与旅游统计分类中的一部分。

许多年前，世界旅游组织曾指出，统计的复杂和困难在于：产供销以及需求与消费的概念缺乏确定性；建立统计的数据不足；缺乏专门的统计序列；缺乏专门的分析仪器等。另外，休闲与旅游的动态性、与其他组织结构的互动性都使统计陷于不断的变化中。

尽管如此，自“二战”后，随着休闲与旅游市场需求的不断拓展，西方国家从多方面尝试着把休闲与旅游的统计框架与方法建立起来，并纳入国民经济统计的各种指标体系中。近几十年来取得了相当可喜的成就。比如，

旅游部门统计系统的最初信息来源就是靠出入境口岸、住宿登记、银行和其他金融机构、旅游行政管理、市场营销、旅游消费指标等构成，由此获得相对科学的统计数据。这样的统计方法早已被广泛使用。

可是，休闲与旅游在不同的发展阶段和不同的国家，可能对统计资料和统计数据的使用需求有不同的态度。在发达国家，人们可以借助比较完善的国民经济统计系统，同时也被严密的国民经济统计系统所制约。休闲与旅游的统计理当成为一门科学，只有这样，其精准度就会高，分类就可能合理，分析的结论就会对人的选择行为、对企业和政府的决策行为产生真实的影响。

进入新世纪，伴随工作时间结构和工作形态的变化，人们尤其对休闲和旅游有了特殊的理解，休闲与旅游的内涵不断被丰满、外延不断被扩展，致使统计方法面对更大的挑战。但我知道新的方法也层出不穷。我记得 2004 年在访问美国萨格墨出版社的时候看到一套美国商务部新出版的《旅游研究丛书》共六本，其中一本是旅游统计新方法。遗憾的是一闪念中错失这套书。

统计是一门科学，其灵魂是真实可靠。统计工作本身应具有客观性、中立性。在这方面，我国可能还需要从国外引入更多的新理念、新方法、新成果。

休闲与旅游统计的意义是不言而喻的。在国内，这方面的研究还没有引起足够的关注，成果似不多。李享的这本《休闲与旅游统计研究》做了大胆的尝试，虽然本书在对发达国家最新统计方法的介绍方面尚有局限，对中国国内休闲旅游统计分类缺少陈述与评价，想必是有具体的困难，但看得出作者这些年还是有所积累，也花了很多的心智在其中。我想，她的成果会对从事休闲旅游研究的人有启发。

马惠娣

2008 年 6 月 18 日

序 二

人们的休闲需求日益旺盛，休闲经济的发展也随之越来越得到全社会高度关注。然而，其发展的不平衡、内容与方式的多样性和现象的复杂多变，使得我们对此进行系统分析与研究，就需要使用科学的方法和手段。在许多情况下，规律性现象的研究必然会涉及量化的问题，而统计学就是一个系统收集数据并基于这些数据进行研究和决策的过程。很显然，休闲业态的快速发展，呼唤着休闲统计学的诞生。

统计学是一门重要的科学，目前权威统计部门在各国经济发展中扮演着越来越重要的角色。统计数字不仅真实再现了经济发展的状况，而且也成为影响经济发展的一个重要因素。经济数据的公布令人瞩目，参与经济活动的人们都要根据这些数据来进行判断与决策。

我们北京联合大学旅游学院早在 2002 年便成立了国内第一个休闲系（休闲与旅游管理系），该书作者也是创建该系的骨干教师之一，她多年来一直致力于休闲与旅游统计方面的研究工作，且成果卓著。

《休闲与旅游统计研究》一书，从政府、企业和学界的需求出发，充分发挥统计——“决策的依据、管理的工具”的作用；把统计学作为切入点，对休闲与旅游产业进行了“横断面”研究，期望以统计的视角解析休闲，并由此丰富统计。该书内容翔实、涉及面广，研究实例丰富，指标及其数据充实，形成了较为鲜明的特色。特别是对休闲与旅游统计的可操作性问题，以及如何将其纳入国民经济核算体系等富有挑战性的命题，作者给出了独到的解决方案。

《休闲与旅游统计研究》一书的作者，在其教学和科研工作任务十分繁

重的情况下，勤奋钻研，开创性地、高质量地完成著述，是其二十余年来从事旅游统计科研与教学实践积累的结晶。《休闲与旅游统计研究》一书的出版，也是该书作者对休闲与旅游研究及其产业发展的一个奉献。我在此对作者表示衷心的祝贺。也为我们学院的优秀教师又向社会贡献出新的研究成果而感到高兴。

北京联合大学旅游学院 院长

赵 鹏

2008 年 5 月 21 日

目 录

序 一	马惠娣 (I)
序 二	赵 鹏 (V)

绪论 以统计的视角研究休闲

第一章 休闲与旅游统计概述	(3)
第一节 休闲与旅游概念的界定及其分类研究	(3)
第二节 我国旅游统计研究	(10)
第三节 以统计的视角研究休闲	(17)

第一篇 大众休闲消费统计研究

第二章 餐饮休闲行业统计研究	(31)
第一节 餐饮行业指标体系	(31)
第二节 餐饮休闲企业发展趋势定量研究	(34)
第三章 体育休闲消费统计研究	(41)
第一节 大众对竞技体育的休闲消费统计	(41)
第二节 健身俱乐部统计	(57)
第三节 大众体育健身休闲消费统计	(66)

第四章 宠物饲养休闲消费统计研究	(73)
第一节 宠物饲养休闲消费及其统计发展现状研究	(73)
第二节 宠物饲养休闲消费发展前景预测	(81)
第五章 文化娱乐休闲市场统计	(87)
第一节 文化及其相关产业统计	(87)
第二节 文化娱乐休闲经营管理统计	(98)
第三节 收视统计	(109)
第四节 主题公园经营统计	(114)

第二篇 时尚休闲消费统计研究

第六章 休闲农业与乡村旅游统计研究	(121)
第一节 休闲农业的统计研究	(121)
第二节 民俗旅游的调查研究	(123)
第三节 乡村旅游及其商品的统计研究	(129)
第七章 自驾车旅游统计研究	(142)
第一节 自驾车旅游的调查研究	(142)
第二节 房车旅游的相关与回归统计分析	(149)
第八章 蜜月旅游统计研究	(156)
第一节 蜜月旅游市场特征统计	(156)
第二节 蜜月旅游市场特征统计的相关与回归分析	(163)

第三篇 国际服务贸易框架下的旅游统计研究

第九章 出入境旅游统计	(171)
第一节 出入境旅游统计	(171)

第二节	国际旅游的定量研究方法·····	(176)
第十章	互为目的地与客源地国家间的旅游统计研究·····	(183)
第一节	国际服务贸易框架下的旅游统计研究·····	(183)
第二节	互为目的地与客源地国家间的旅游统计·····	(190)
 第四篇 旅游接待业统计		
第十一章	旅游接待能力统计·····	(203)
第一节	旅游目的国接待能力统计·····	(203)
第二节	旅游目的地（城市或地区）接待能力统计·····	(208)
第十二章	旅游接待要素统计·····	(222)
第一节	旅游交通统计·····	(222)
第二节	旅行社统计·····	(230)
第三节	住宿企业统计·····	(237)
第四节	旅游景区（点）的经营统计·····	(247)
参考文献	·····	(251)
后 记	·····	(255)

绪 论

以统计的视角研究休闲

研究休闲与旅游现象并无坦途，矛盾无处不在。它们神奇、充满挑战且富有吸引力。研究的过程伴随痛苦，又不断带来惊喜。

休闲与旅游是人们熟悉的一种现象和存在，可谓比比皆是。然而，界定和测度休闲与旅游无疑是一项艰巨且浩大的工程。人们时常提及“休闲产业”或“旅游产业”，但测度国家各产业的投入及产出的国民账户体系并不承认它们是一项产业，起码目前尚如此。休闲与旅游企业及其服务其实比比皆是、触目可及——酒店、机场、主题公园、健身俱乐部乃至如奥运会般的大型活动。休闲与旅游和经济体中其他部分的关联确实微妙、隐蔽，甚至“纠缠不清”。尽管如此，在科学基础之上的研究和测度休闲与旅游的需要正在与时俱增。

本书以统计学为切入点，进行了“横断面”研究，期望以统计的视角解析休闲，以休闲的内容来丰富统计。

第一章

休闲与旅游统计概述

谁都可以选择要么将所有的自由时间都用来休闲娱乐，或将其中的一部分时间用来赚更多的钱。如何在更多的休闲还是更多的收入这两个相互冲突的愿望之间配置我们的自由时间，是值得我们研究的课题。事实上，经济学家可以像过去对待小麦需求、住房需求和黄金需求一样来对待休闲需求。

第一节 休闲与旅游概念的界定及其分类研究

一、休闲活动的分类

闲暇时间的安排因人而异。随着每个人的内外约束条件的变化，个人休闲活动将呈现出更加丰富多彩的形式。休闲活动的目的绝不仅仅局限于身心恢复，更倾向于追求精神文化的发展。可以说，在现代人形成和完善自我意识和人格的过程中，休闲活动起着最重要的作用。

（一）以休闲空间来划分

1. 户内休闲

有的国家或地区也称其为自家内、家庭内或居家休闲，是指在自家（包括庭院）内进行的静态休闲活动。这里人们从事的最主要的休闲活动是在自家看电视或光盘，这一比例为最高，通常的调查都会在 80% 左右。此外，还有阅读书报杂志、唱歌等活动。

2. 户外休闲

通常的调查显示，人们最主要的自家以外的动态休闲活动，是以拜会亲友及应酬居首位，一般都会占到总体的 30% 左右。在进行这一类休闲活动时，多数情况下会发生餐饮消费和礼品消费。此外，还有散步、慢跑、逛街购物、旅游等活动。

（二）以休闲活动的功效来划分

1. 消遣娱乐

它是指人们把大部分休闲时间用于从事对人无害、对己有益的活动。通过各种活动，寻找快乐，怡情养心。比如吧式消费、宠物饲养、逛街购物等活动。

2. 积极有益

它是指人们喜欢参与一些对人无害、对己有益的活动。通过各种活动，回馈社会、强健身体。比如体育健身、参与志愿者服务工作、义务植树、旅游等活动。

3. 教育发展

它是指人们能够主动从事一些对己、对人、对社会都有益的活动。通过各种活动充实自己，从而提高个人素质和文化涵养，进而增强竞争力。比如参观博物馆、阅读书报杂志等活动。

4. 消极堕落

它是指人们把大部分的休闲时间用于害人害己的不良嗜好，甚至是违法活动。比如吸毒、嫖娼等活动。

（三）休闲在家庭中的类型体现

家庭的休闲，可以巩固家庭成员之间的关系、增强凝聚力。

1. 协作一致型休闲

某一家庭成员为了满足其他成员的休闲需求，例如，看电视的时候抑制自己的愿望，不去争抢电视频道等情形。这种情况下，虽然家庭成员之间休闲需求不同，但有一方抑制自己的需求来维持和促进家庭成员之间的关系，争取全体成员的最大满足。当然，最好的情况是家庭成员之间具有相同的爱好和休闲需求而形成协调一致。例如，全家都喜欢同样类型的电影，因此一起看同一部电影；或者都喜欢到海边去旅游等，共同商量之后一同前往。家庭成员的休闲需求是一致的，因此可以在一起共同享受。如果发生上述不太一致的情况时，往往会有人出来协调而达成一致。

2. 服务贡献性休闲

夫妻或家长为了整个家庭而减少甚至牺牲自我的个人活动，例如，带孩子逛动物园等，让孩子尽情地玩耍和充实其闲暇时间。还可以全家一起，各尽其力地一起做家务，也其乐融融。

3. 困扰性休闲

因个人的休闲活动而使家庭成员之间产生某种纷争、不满。比如，家长过分热衷于休闲而不顾家庭，或者家庭某一成员因休闲而给整个家庭带来损失，或者妨碍、影响、破坏家庭的和睦和良好氛围。在我国的老年人离婚案中，不乏有因一方

打牌上瘾而最终致使家庭破裂的例子。

（四）欧美地区对休闲的分类

- 身体活动：这类活动包括骑自行车、打羽毛球、跳舞、游泳、跑步等。
- 野外娱乐活动：这类活动包括登山、钓鱼、打猎、散步等。
- 集体体育活动：这类活动包括踢足球、打篮球等。
- 趣味活动：这类活动包括创造性活动、手工艺、摄影、参加公益活动等。
- 家庭内娱乐活动：这类活动包括看电视、阅读、电子游戏等。
- 借助工具的户外娱乐活动：这类活动包括自驾车旅游、房车宿营、水上运动等。
- 其他活动：这类活动包括探访文化遗迹、赌博等。

（五）按休闲的程度分类

另外，还有西方学者按休闲程度将其进行分类。他们把包括恢复身心的活动、学习、宗教活动、组织活动等定义为准休闲；把包括欣赏音乐、视听电视、阅读、看电影等接受信息的活动称为被动休闲；把包括观览、娱乐、社交活动和体育、能动型休闲及疗养等归为完全休闲，共三类。

对休闲活动不同时期、不同地区、不同研究背景的学者都有其不同的分类方式，比较集中的观点为上述第一、第二种。而从统计的角度出发，显然第一种分类方式更具有可操作性，这也是目前世界上一些国家和地区采用的对休闲统计的分类方式。

二、休闲与旅游的关系

旅游不光要满足现实的需求，也要挖掘潜在的需求，引导综合需求，创造新兴需求。这就和休闲产业的全面发展有关。休闲，如果从传统的观念来说，不管是从经济观念还是从社会观念、文化观念来说，都不是必须的。但是从现代的观念来讲，休闲就是生活不可或缺的一部分。

无论是在国外还是在国内，有一种观点认为，休闲与旅游是一种有机交互式的依存关系（图1-1）。

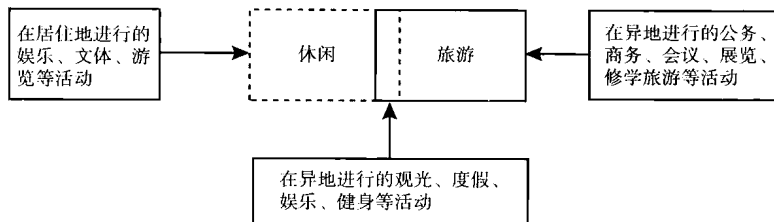


图 1-1 休闲与旅游的依存关系图

而另一种观点则将休闲定义为“大休闲”的概念，即使休闲的概念充分地宽泛，旅游只是多种休闲方式中的、非常重要的一种休闲方式（图 1-2），本书亦认同这一观点。

三、休闲需求带来休闲产业

（一）一般意义上的休闲需求

社会文明程度的提高，使人类对自由、个性以及自我完善与发展的需求也大幅度提高，从而导致了人们对闲暇时间的更高需求。发达国家的每周人均有效工作时间计算为：有效工作时间 = 法定工作时间 + 加班时间 - 节假日 - 病休。

从 20 世纪开始，无论在发达国家还是在发展中国家，所谓的“闲暇”与“休闲活动”都以各种形式不断地增加。其原因主要有：收入增加、劳动时间逐渐减少、平均寿命延长、社会老龄化与老年人闲暇时间增加、交通工具发达、信息社会发展以及受教育程度的普遍提高等。

我国实行改革开放政策后，在科学技术水平、物质文明和精神文明建设等方面都取得了明显的进步，人们的生活水平也有了较大幅度的提高。因此，国家自 1995 年起，至今先后三次进行了休假制度的改革。这正是我国生产力和社会文明水平不断提高的具体体现。值得注意的是，由于收入的限制，消费者通常情况下倾向于用相对便宜的物品和服务替代相对昂贵的物品和服务。

如果我们将休闲看作是一种高档消费品的话，财产收入的增加将带来工作时间的减少。更高的工资将带来更高的收入，而拥有更高收入的人将倾向于增加其休闲时间。但同时，工资越高，使得休闲时间相对于其他的物品和服务而言变得更加昂贵，从而个人有可能决定享受更少的休闲。净效应将取决于收入和价格弹性的相对强度。

从人的需求层面看，休闲是一种生理需求，即人们在生理上达到放松、休息目的之手段；同时也是一种自我实现层面上的需求，即实现完善自我、实现自身价值的途径。所以从今天来看，休闲是人们的一项基本需求。休闲本身也是人类最自由的存在状态，人们从喜爱的活动中获取快乐、刺激、自信、知识和技能等，并赋予以生命发展的、新的活力。

（二）统计学意义上的休闲需求

从统计学的角度来看，休闲的有效需求是指实际参加或消费休闲服务的数量。

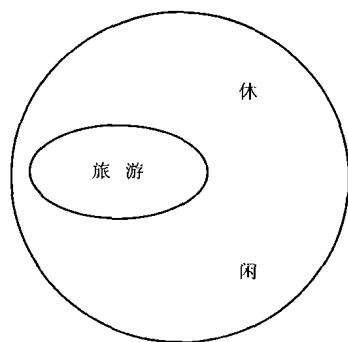


图 1-2 休闲与旅游的关系