

教育部规划教材

中等职业学校饭店服务与管理专业

旅游经济基础

全国中等职业学校饭店服务与管理专业教材编写组 编

崔 库 李国茹 主编



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

F590

39

教育部规划教材
中等职业学校饭店服务与管理专业

旅游经济基础

全国中等职业学校饭店服务与管理专业教材编写组 编
崔 庠 李国茹 主编

高等教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济基础/崔庠, 李国茹主编. —北京: 高等教育出版社, 2001.7 (2002 重印)

ISBN 7-04-009735-4

I. 旅… II. ①崔…②李… III. 旅游经济—经济理论 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 26505 号

旅游经济基础

全国中等职业学校饭店服务与管理专业教材编写组 编

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-64054588
社 址	北京市东城区沙滩后街 55 号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100009	网 址	http://www.hep.edu.cn
传 真	010-64014048		http://www.hep.com.cn

经 销 新华书店北京发行所

印 刷 北京市联华印刷厂

开 本	850×1168 1/32	版 次	2001 年 7 月第 1 版
印 张	5.875	印 次	2002 年 9 月第 2 次印刷
字 数	140 000	定 价	9.30 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

内 容 简 介

本书是教育部职业教育与成人教育司组织编写的中等职业学校饭店服务与管理专业教材,是教育部规划教材。

全书共分九章,主要包括:旅游产品,旅游需求与供给,旅游市场及其开发,旅游价格,旅游消费,旅游产业结构,旅游收入与分配,旅游经济效益,旅游经济可持续发展及战略等。

本书可作为中等职业学校饭店服务与管理专业教材,亦可作为旅游行业岗位人员培训用书。

前 言

随着现代经济和社会的不断发展,旅游已成为现代社会的基本生活方式之一,旅游业亦成为现代经济中的朝阳产业。中国旅游业在近 20 年的努力下,蓬勃发展成为国民经济中的一个重要组成部分,与此同时,迫切需要适应旅游业快速发展的旅游专业人才,尤其是需要大量熟悉旅游经济理论和业务知识的人才。为了适应现代旅游教育发展的需要,培养跨世纪的旅游专门人才,我们编写了《旅游经济基础》一书。

本书以社会主义市场经济理论为指导,运用多学科知识,比较系统地分析了现代旅游经济运行规律及其基本理论。主要内容包括:旅游产品,旅游需求与供给,旅游市场及其开发,旅游价格,旅游消费,旅游产业结构,旅游收入与分配,旅游经济效益,旅游经济可持续发展及战略等。本书理论与实践密切结合,不仅是中等职业学校饭店服务与管理专业的系列教材之一,亦可作为旅游行业岗位培训和从业人员学习用书。

本书由崔庠和李国茹担任主编。编写分工如下:扬春梅(绪论、第一章),崔庠(第五、八章),李婵(第二、三章),李国茹、潘素华(第六章),周丽军(第四、七章),张艳平(第九章)。全书由华东师范大学旅游学系孙厚琴审阅。

本书在编写过程中,得到了长春市职业教育中心张建中主任、高铁副主任以及长春市旅游学校檀雅芳副校长的关心和支持,在此表示深深的感谢和诚挚的敬意。

此外,本书在编写过程中,参照了大量的有关资料,难以一一注明,谨此向有关同志一并致谢。

由于编者水平有限、经验不足,对书中所存在的缺点和不足,
敬请读者批评指正。

编者

2001 年 2 月

目 录

绪论	(1)
第一节 旅游经济学的产生和发展	(1)
第二节 旅游经济学研究的对象、内容和方法	(3)
第一章 旅游产品	(7)
第一节 旅游产品的概念及特征	(7)
第二节 旅游产品的构成	(13)
第三节 旅游产品的生命周期	(16)
第四节 旅游产品开发	(20)
第二章 旅游需求与供给	(24)
第一节 旅游需求	(24)
第二节 旅游供给	(33)
第三节 旅游供求平衡	(39)
第三章 旅游市场及其开发	(44)
第一节 旅游市场概述及分类	(44)
第二节 旅游市场调查与预测	(49)
第三节 旅游市场开发	(56)
第四章 旅游价格	(64)
第一节 旅游价格的特点及分类	(64)
第二节 旅游价格的构成及影响因素	(70)
第三节 旅游价格的制定	(75)
第五章 旅游消费	(90)
第一节 旅游消费的特点及作用	(90)
第二节 旅游消费结构	(94)
第三节 旅游消费效果	(98)
第六章 旅游产业结构	(108)
第一节 旅游产业结构的内容	(108)

第二节	影响旅游产业结构的因素	(119)
第三节	旅游产业结构的合理化	(122)
第七章	旅游收入与分配	(125)
第一节	旅游收入的分类	(125)
第二节	旅游收入指标及影响因素	(130)
第三节	旅游收入的分配	(135)
第四节	旅游收入的乘数效应	(140)
第八章	旅游经济效益	(145)
第一节	旅游经济效益的概念和特点	(145)
第二节	旅游微观经济效益	(149)
第三节	旅游宏观经济效益	(160)
第九章	旅游经济可持续发展及战略	(166)
第一节	旅游经济可持续发展	(166)
第二节	旅游经济发展战略	(172)
主要参考书目		(179)

绪 论

旅游经济学作为一门独立的学科是伴随着旅游经济活动的产生和发展而形成的,是对旅游活动实践的概括和总结。正如恩格斯所说:“科学的产生一开始就是由生产决定的。”本章阐述旅游经济学的发展历程和研究对象、研究内容、研究方法,以便从宏观上明确旅游经济学的理论体系和结构。

第一节 旅游经济学的产生和发展

一、国外旅游经济学研究

旅游业相对传统的产业而言是一个新兴的产业部门。它是在商品生产和商品交换的基础上,是社会分工发展到一定阶段的产物,即旅游业发展是与社会生产力发展水平相适应的。西方国家是最早进入工业化社会的国家,其旅游业发展迅速,人们对旅游经济的研究亦十分关注。

第二次世界大战前的1899年,意大利国家统计局局长迪博奥发表了题为《关于在意大利的外国旅游者的流动及其花费》的论文,被认为是旅游经济研究的开世之作。

1923年,意大利学者尼切福罗发表了《在意大利的外国人流动情况》的论文;1926年,意大利学者贝尼尼发表了《关于旅游者移动计算方法的改良》的论文。这些文章开创了对国际旅游问题的研究。1927年,意大利罗马大学教授马里奥出版了《旅游经济》一书,对旅游经济进行了全面系统的论述。1935年,德国学者吕克斯曼发表了《一般旅游论》,不仅从经济学方面、而且从社会学角

度对旅游经济进行了研究。这些研究成果为旅游经济研究的初始阶段及以后的研究奠定了基础。

第二次世界大战后,随着世界经济的恢复和发展,旅游业亦迅速发展并成为国民经济中重要产业部门之一。为适应旅游经济的发展,这期间有关旅游经济活动的理论和实践研究已进入了全面深入的阶段,发表了许多论文和专著。例如,1969年,美国的迈克尔·彼德斯出版了《国际旅游业》一书。1974年,英国的伯卡特和梅德里克合著《旅游的去、现在和未来》。尤其是1978年南斯拉夫的马科维奇教授所著的《旅游经济学》颇具影响,20世纪70年代后随着旅游业的发展,关于旅游经济研究的论文和专著大量涌现,其理论研究和实证研究不断完善。

二、中国旅游经济学研究

中国的旅游业起步较晚,始于20世纪70年代末期。伴随着改革开放,旅游业作为一个对外窗口行业得到了迅速发展,与之相适应的中国旅游经济研究也方兴未艾。1980年,沈杰飞、吴克宏合写的《建立适合我国实际的旅游经济学》一文发表,1982年由王立纲、刘世杰合著的《中国旅游经济学》出版,其后有关旅游经济的论文和专著不断出现。如上海社会科学院黄辉石教授撰写的《旅游经济学》;张汝昌撰写的中央广播电视大学《旅游经济学》教材;南开大学出版社出版的林南枝、陶汉军主编的《旅游经济学》;高等教育出版社出版的罗明义主编的《旅游经济学》等。特别是1987年,著名经济学家孙尚清主持了《中国旅游发展战略研究》的研究工作,提出了一系列发展战略目标和策略,把中国的旅游经济研究从理论推向实践,有力地推动了中国旅游经济研究的发展。目前,为适应旅游业迅速发展及成为国民经济新的增长点的需要,旅游经济学论文和专著不断涌现,形成了旅游经济研究的热潮。

第二节 旅游经济学研究的对象、内容和方法

一、旅游经济学研究的对象

毛泽东同志在《矛盾论》中写到“科学研究的区分,就是根据科学研究对象所具有的特殊的矛盾性。因此,对于某一现象的领域所特有的某一种矛盾的研究,就构成某一门科学的对象。”毛泽东同志的这一论述说明了学科之所以能够独立存在,必然有其特定的研究对象。旅游经济学作为一门旅游学与经济学交叉的独立学科,也有其特定的研究对象。旅游经济学研究的对象是旅游经济活动的产生及其运动中的经济现象、经济关系和经济规律。

在市场运行机制下,旅游经济活动的实质就是旅游需求与旅游供给之间的矛盾运动,这一矛盾运动贯穿于旅游经济活动的始终,二者之间通过产品交换实现经济联系。作为旅游产品的供给者需要计算旅游产品的成本,制定相应的旅游产品价格以适应旅游者的需求,通过出售旅游产品而获得最大的利润;而作为旅游产品的需求者,则需要在支出一定的时间、金钱和体力的情况下获得最大的满足与享受。同时,旅游经济活动又是一个涉及部门众多的综合性的经济活动,它的发展对旅游目的地国家或地区的整个经济的发展、产业结构的调整、生态质量的变化都会产生巨大影响,形成经济、社会和生态三大综合效益。因此,需要从系统的角度对旅游经济活动进行分析。

二、旅游经济学研究的内容

旅游经济学研究的内容,必须紧紧围绕旅游经济活动展开,具体包括以下几个方面:

(一) 旅游经济活动的实现

旅游作为一种社会文化活动在古代就已存在,但旅游作为社

会经济活动则是近代的事情,是生产力发展到一定阶段的产物。旅游经济活动的实现主要取决于两方面因素,即旅游需求与旅游供给。二者必须维持相对平衡,而影响这种平衡的因素很多,只有研究旅游经济活动的规律性,才能保证其正常运转。

(二) 旅游产品的生产

生产决定消费。旅游产品是研究旅游经济活动的出发点。旅游产品不同于一般商品,它既有一般商品的特征,又具有其自身独特特征,旅游经济学就是要研究旅游产品的特征、构成、生命周期及旅游产品的开发。

(三) 旅游市场的开发

消费决定生产,没有消费,生产也就没有目的。旅游产品的生产和消费离不开旅游市场,因此,必须加强对旅游市场,即对旅游需求的研究。掌握旅游市场的特点,研究目标市场竞争态势、变化与发展趋势,依据价值规律,采取科学、合理的定价方法和策略,制定合格的旅游产品价格,以促进旅游产品的销售。

(四) 旅游产品消费的满足

消费是生产过程的终结,同时又是新的生产过程的开始,消费创造需求,消费促进生产的发展。旅游消费不同于一般物质产品的消费,由于旅游产品的特殊性决定了旅游消费的独特性,即旅游消费表现为现场消费、表现为生产与消费的同一性。因此,必须研究旅游者的消费倾向、消费行为、消费结构以及如何使旅游者获得最大满足。

(五) 旅游经济效益分析

追求最大的经济效益是任何一个企业生产的最终目的,也是发展旅游业的基本目标和旅游经济活动的归宿。旅游经济效益分析就是通过投入与产出、收入与分配、微观与宏观的效益分析,对旅游业的经营作出合理的评价。

(六) 旅游经济结构及发展

旅游经济活动涉及到方方面面的关系,因为旅游业是一个关

联度很强的产业,一方面旅游业的发展离不开国民经济有关部门的支持与协作,它是以整个国民经济发展为基础,另一方面旅游业的发展又会带动国民经济有关部门的发展。因此,要研究旅游业的产业结构,使之进一步趋于合理化;要研究各地区旅游经济发展的战略选择,以促进旅游经济的健康、有序发展。

三、旅游经济学的研究方法

(一) 辩证唯物主义与历史唯物主义相结合的方法

辩证唯物主义与历史唯物主义是马克思主义哲学的基石,是世界观和方法论的统一,它不仅是研究旅游经济学的方法,也是研究任何科学的方法。

旅游经济学研究的是旅游经济活动发生、发展与变化的规律。即旅游经济活动发生、发展与变化的内在矛盾,矛盾是如何推动旅游经济活动运行的,在运行过程中还受到哪些外部因素的影响,以及它们之间作用与反作用情况如何,是否有规律可循等。在这些问题的研究中,都应运用辩证唯物主义思想作指导,结合实际进行深入探索。

根据这一指导思想和方法论,旅游经济学研究的出发点是旅游产品。按照历史唯物主义学说,历史的发展产生了旅游活动。因此,旅游活动逐渐商品化是同社会生产的发展密不可分的。旅游产品形成和发展的内因是其自身包含的使用价值与价值的矛盾,正是这一矛盾导致了旅游经济活动的出现。它的外在表现是旅游经济活动中供需之间的矛盾,反映了旅游者、旅游产品经营者与旅游目的地国家、地区各级政府三者之间的社会经济联系——他们的经济利益表现为一致性与矛盾性的统一。

(二) 理论与实际相结合的方法

一般而言,在社会科学研究中,理论与实际相结合是一种很重要的方法。理论是带有普遍性的各种规律,对实际具有指导意义;实际是丰富多彩的。一方面实际需要理论的指导;另一方面在不

同的条件下,又会呈现出许多新情况、新问题,需要进行科学的概括和总结,从而修正或丰富原有的理论体系。因此,理论联系实际的科学方法,运用到旅游经济学的研究中,有两层含义:一是运用经济学的有关原理,分析旅游经济活动中的经济现象和经济关系,解释旅游经济中的有关经济问题,说明经济学的有关原理在旅游经济中的运用,以及旅游经济的具体表现形式和特点;二是在经济学的有关原理指导下,根据旅游经济活动运行的实际,与其他经济活动中的各种经济现象、经济关系及其变化进行比较,并且上升为理论,然后返回到实践中进行检验,用以指导旅游经济实际工作。

(三) 定性分析与定量分析相结合的方法

任何事物既有质的规定性,又有量的规定性。一定的质包含着一定的量,量变发展到一定程度就会引起质变。一方面,旅游经济活动中的各种经济现象都具有各自的质的规定性。例如,旅游者到某地去旅游这一经济现象反映的是旅游者愿意花一定的时间,按一定的价格购买旅游活动的行为。旅游需求质的规定性就是由旅游者的意愿、一定的时间与一定的价格来规定的。

另一方面,旅游经济活动中的各种经济现象又具有量的规定性。定量分析就是探索和研究量的变化对事物本质的影响,从而进一步认识旅游经济现象的性质。例如,旅游需求在量上表现为旅游者人次数,它的变化是由旅游者的意愿、闲暇时间以及旅游价格变化因素决定的。在定量分析过程中,要运用到统计学、数学及计算机方面相关知识。因此,研究旅游经济,必须坚持定性分析与定量分析相结合。

思考题

1. 如何理解旅游经济学的研究对象?
2. 旅游经济学的研究内容是什么?

第一章

旅游产品

旅游产品是发展旅游业的基础,旅游产品的数量、质量直接影响旅游业发展的规模和水平。本章主要阐述旅游产品的概念、特点、构成,以及旅游产品生命周期和开发。

第一节 旅游产品的概念及特征

一、旅游产品的概念

旅游产品既属于一般商品的范畴又有别于一般的商品,因此在探讨旅游产品概念时首先要明确一般商品的概念。

(一) 一般商品的概念

什么是商品?商品就是为满足人们的某种需求,在一定时间和一定生产技术条件下,通过有目的的生产劳动而创造的物质资料。从生产的观点看,人们通常理解的商品,是指一种具有某种特定形状和用途的物体,如肥皂、牙膏、钢笔等都是商品。从市场营销的观点看,商品的概念应包含更广泛的内容。它不仅包含一系列有形的物质属性的东西,也包含许多无形的精神属性的东西。商品具有两方面的特性,一是它的实体性,即呈现在市场上的商品的具体形态,它是通过商品的性能、质量、特征、商标、包装等表现

出来的;二是它的实质性,即商品为消费者提供的一种基本效益,人们消费这种商品并不是需要商品本身,而是这种商品给自己带来的效益,如收音机这种商品既不能吃、也不能喝,而是通过它使人们获得精神上享受。

(二) 旅游产品的概念

旅游产品是指旅游经营者为满足旅游者的旅游活动需要所提供的全部有形物质产品和无形服务的总和,也就是旅游者从家出发开始到旅游结束返回家中的整个过程的消费总和。

旅游产品不同于一般的商品,主要表现在以下几方面:

1. 旅游产品的单位表示与一般商品不同。一般商品以克、米、个等表示;旅游产品则不同,它既有有形的东西,也有无形的东西,其本身是无法用数量表示的,旅游产品的数量一般用销售量即旅游者人次来表示。

2. 旅游产品的销售与一般商品不同。一般商品销售后所有权发生了转移,而旅游产品销售后所有权不发生转移,旅游者购买的只是旅游产品短时间内的使用权。如一条旅游线路,按一般商品的销售规律,他只能卖给一位旅游者,因为所有权发生了转移;而事实上它可以卖给 100 人、1 000 人甚至几万人,因为所有权未发生根本变化。

3. 旅游产品的价格与一般商品不同。一般商品的价格是以价值为基础,是与价值量基本一致的。旅游产品则不同,它虽然生产在“国内”,但销售则在“国外”,即就地出口风景,因此,旅游产品的价值量必须以国际社会平均必要劳动时间作为价值量的基础,进而确定价格。同时旅游产品价格还有两个“例外”,一是名胜古迹,它们是由古代劳动人民创造的,具有独一无二、举世无双的特点,尤其是创造这种价值的劳动不能再生,因此其价格具有垄断性,价格与价值偏离。二是明媚的阳光、金色的海滩、广阔的草原、无垠的沙漠及多姿多彩的民族风情等,这些非人们劳动产生的纯自然和社会事物不具有价值,但在销售中却能体现价格。

二、旅游产品的特点

旅游产品既具有一般商品的属性,又是一种特殊的商品。它既有与一般商品相同的部分,即以物理形态表现出来的一个个具体的物品;又有不同于一般商品的特殊部分,即以多种服务为主的无形商品,二者的综合形成旅游产品,而无形的东西在旅游产品中起主要作用。因此,旅游产品具有自己独有的特点。

(一) 综合性

旅游产品的综合性首先表现在旅游产品是由多种旅游吸引物、各种设施、交通并配以多种服务构成的,不仅包括了劳动产品,而且包括非劳动的自然创造物,既包括物质产品也包括精神产品,是一种组合型产品。

其次,其综合性还表现在旅游产品的生产或提供部门和行业众多,除相关旅游部门外,还包括轻工业、商业、建筑业、农业等物质资料生产部门,以及文化、教育、科技、卫生、金融、公安、海关等非物质资料生产部门。

根据旅游产品具有综合性这一特点,在旅游产品的生产与经营过程中,应该进行全面的规划,使旅游国或地区的旅游业平衡发展。

(二) 不可转移性

旅游产品是旅游者到旅游目的地所消费的全部物质产品和服务的总和,其不可转移性表现在无法将旅游目的地的吸引物及设施运送到旅游者的居住地,旅游者只能亲临目的地消费旅游产品,旅游产品的物流和商流是分离的,物流只表现为旅游产品信息的流动而不是旅游产品的转移。例如,黄山是我国的十大风景名胜之一,黄山的奇松、怪石、云海、温泉以其特有的景色吸引着世界各国的旅游者。如果旅游者想游览黄山,只有从居住地出发到达安徽省黄山,而不能将黄山转移到旅游者的居住地。

某些旅游产品在出售后,并没有发生产品本身所有权的转移,