



中国旅游业“十一五”高等教育教材

Tourism Management Series

旅游经济学

Tourism Economics

宋海岩 吴 凯 李仲广 编著

 中国人民大学出版社

院图书馆

F590
87



中国旅游业“十一五”高等教育教材

Tourism Management Series

旅游经济学

Tourism Economics

宋海岩 吴 凯 李仲广 编著

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济学/宋海岩, 吴凯, 李仲广编著.

北京: 中国人民大学出版社, 2010

中国旅游业“十一五”高等教育教材

ISBN 978-7-300-11820-8

I. 旅…

II. ①宋…②吴…③李…

III. 旅游经济学-高等学校-教材

IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 037236 号

中国旅游业“十一五”高等教育教材

旅游经济学

宋海岩 吴 凯 李仲广 编著

Lüyou Jíngjixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京宏伟双华印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 19.75 插页 2

字 数 425 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2010 年 3 月第 1 版

印 次 2010 年 3 月第 1 次印刷

定 价 29.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

中国旅游业“十一五”高等教育教材

编审指导委员会、编委会

编审指导委员会

主任：王志发（国家旅游局副局长）

副主任：陈献春（国家旅游局人事司司长）

委员（按姓氏音序排列）：

保继刚（中山大学）

戴 斌（中国旅游研究院）

何建民（上海财经大学）

李天元（南开大学）

刘桐茂（国家旅游局人事司）

宋海岩（香港理工大学）

吴必虎（北京大学）

谢彦君（东北财经大学）

编委会

主 编：吴必虎（北京大学）

副主编（按姓氏音序排列）：

高天明（海航酒店集团）

谢彦君（东北财经大学）

于 良（美国乔治华盛顿大学）

委 员（按姓氏音序排列）：

崔凤军（浙江工商大学）

高 峻（上海师范大学）

马耀峰（陕西师范大学）

田 里（云南大学）

张 辉（北京交通大学）

张润钢（首旅集团）

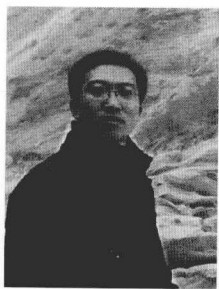
邹统钎（北京第二外国语学院）

邹益民（浙江大学）

作者简介



宋海岩 香港理工大学酒店及旅游业管理学院讲座教授，副院长。英国格拉斯哥苏格兰大学（Glasgow Caledonian University）经济学博士。1992年任教于英国阿伯泰邓迪大学，并担任该校学术学位委员会委员以及中国-苏格兰学院管理委员会委员；1997年受聘于英国萨里大学管理学院，2003年被破格提拔为教授；2004年加入香港理工大学酒店及旅游业管理学院，任讲座教授及副院长。兼任中国人民大学经济竞争力研究中心高级客座研究员，东北财经大学、中山大学及东南大学客座教授。国际预测师协会、中国经济学会（英国）及亚太旅游协会等学术机构的会员，国际旅游研究学会（IAST）终身会员，国际旅游学会（ITSA）发起人之一及首任执行主席。在《应用计量经济学期刊》（*Journal of Applied Econometrics*）、《应用经济学学刊》（*Journal of Applied Economics*）、《旅游研究纪事》（*Annals of Tourism Research*）等国际著名学术期刊发表了近80篇论文。担任《中国旅游研究学刊》（*Journal of China Tourism Research*）主编以及《旅游研究纪事》、《旅游管理》（*Tourism Management*）、《旅游经济学》（*Tourism Economics*）等多个学术期刊的编委。



吴凯 东北财经大学管理学硕士，东北财经大学旅游管理专业博士研究生，现任教于东北财经大学旅游与酒店管理学院，是东北财经大学旅游管理实验室负责人。曾在2007年5月至2008年5月以研究助手身份在香港理工大学酒店及旅游业管理学院学习、工作。研究方向为旅游者选择建模、旅游需求预测和旅游体验等。主讲课程有旅游学、服务管理、饭店管理等。



李仲广 东北财经大学管理学博士。现任中国旅游研究院产业所负责人。曾任东北财经大学旅游与酒店管理学院旅游管理教研室副主任，中国旅游学术论坛（CTA）秘书，辽宁旅游产业发展研究中心副主任，辽宁省旅游管理紧缺人才培养基地主要执行人。辽宁省“百千万人才工程”千人层次人选，2007年大连市旅游教育十大教师。

电子邮箱：zhgli@cнта.gov.cn

中国旅游业“十一五”高等教育教材

出版说明

旅游业是当今世界规模最大的产业，是许多国家和地区实现经济腾飞和持续发展的有效切入点和重要突破口。近年来，我国旅游业一直保持快速发展的态势，旅游业已经成为许多地区经济发展战略的核心，也是我国国民经济发展的重要增长点。在 21 世纪的头 20 年，我国旅游业的发展目标是实现从“亚洲旅游大国”到“世界旅游强国”的历史性转变。据世界旅游组织预测，到 2015 年，中国将成为全球第一大旅游目的地国和第四大客源国。

为了顺利实现这一宏伟的战略目标，中国旅游业迫切需要培养一支拥有先进旅游管理知识的专业人才队伍。当前，虽然我国拥有高中等旅游院校 1 641 所（其中高等院校 770 所），旅游院校在校生近 78 万人（其中高等院校近 40 万人），但旅游人才的数量和质量依然无法满足中国旅游业飞速发展的需要。鉴于当今世界旅游业在产品开发、服务能力、经营管理等方面的发展日新月异，以及我国旅游业的快速发展，急需一批拥有先进旅游管理知识和国际视野的优秀人才将中国旅游业带入一个更高的发展水平。

为了适应中国旅游业进一步发展的需要，满足中国旅游业对多层次旅游专业人才的需
求，帮助我国的旅游专业学生和从业人员掌握先进的知识和技能，在国家旅游局的直接领导下，我们采取国内与海外结合、高校与产业结合、政府与民间结合的三维框架，组织建立了中国旅游业“十一五”高等教育教材编委会，以国家旅游局制定的《中国旅游业“十一五”人才规划》为指导，对 21 世纪中国旅游业高等教育面对的新环境和新需求进行了深入的研讨，并依次对一些重要课程和新型课程的内容体系做了精心的规划，最终遴选了一批优秀的教师编写各个领域的教材。这些教材将陆续由中国人民大学出版社出版。

中国旅游业“十一五”高等教育教材编委会对各本教材的编写大纲进行了反复讨论，使每本教材在知识模块的分布以及体系结构上更趋合理，更加符合我国旅游业对知识结构的要求。为此，我们要特别感谢国家旅游局相关部门和领导给予的大力支持和指导，同时也要感谢众多旅游院校的专家们付出的心血和宝贵经验，让我们得以出版一套高质量的旅游专业教材。最后，愿这套精心组织出版的旅游教材，能为我国旅游业的快速发展和宏伟目标的早日实现做出贡献。

中国旅游业“十一五”高等教育教材编委会

旅游活动已经成为当今世界非常重要的活动，不论是旅游者活动还是旅游产业活动，都吸引了人们越来越多的关注。旅游作为个人在异地度过的暂时经历，是一种复杂的现象，表现出经济、社会、心理、文化等多个层面的属性和影响，涉及景区、交通、住宿和餐饮等多个行业与部门。毫无疑问，经济学视角的分析有利于增进人们对旅游的认识。一方面，自20世纪70年代，旅游经济研究取得了丰硕的成果，但是正如辛克莱（Sinclair，1997）所说，多数期刊中的研究只是针对旅游的某个特定方面，个案研究很多，没有把所研究的问题与一个特定的分析框架或者理论结合起来，繁杂的旅游经济研究有待梳理。另一方面，随着旅游产业和旅游教育的快速发展，大量的旅游管理专业从业人员和学生（未来的研究者或者管理者）希望获得一个对旅游经济学的清晰认识。虽然很多学者作出了努力（在购书网上可以检索到近40本以“旅游经济学”命名的中文教材），但很多是导论性的介绍，有些甚至把经济学理论简单地平移到旅游领域，没有提供一个对于旅游活动来说量身定制的框架体系。我们认为，对旅游经济研究的成果进行系统梳理，构建一个清晰的旅游经济学框架体系是非常迫切而且必要的。

本书认为，旅游是由许多按顺序消费的商品和服务组成的、通常在没有得到检验的情况下购买的具有时间和空间特征的服务活动。本书从经济学视角审视了旅游活动，在介绍经济分析的基本假定、分析程序、分析方法和技术的基础上，首先分析了旅游需求的影响因素、决策机制和预测方法；其次讨论了旅游企业的供给理论、竞争理论和产业发展理论；最后介绍了旅游经济效应、旅游可持续发展和旅游政策工具。在结构上以旅游经济的微观分析为主，宏观分析为辅；以实证分析为主，规范研究为辅；以旅游经济供求分析为主，经济环境效应分析为辅。

第1篇为旅游经济研究基础，包括2章。第1章分析旅游活动的特征，明确了旅游经济分析的对象，在评述现有研究文献的基础上，确定哪些领域已经取得比较成熟的结论、哪些领域有待进一步讨论，明确旅游经济分析的范围、潜力和局限性；第2章涉及研究的逻辑、研究的基本范式、旅游经济流派概览、旅游经济研究数据和文献收集方法等。

第2篇为旅游的供给和需求，包括5章。前2章是旅游需求问题，后3章是旅游供给问题。第3章分析旅游需求的影响因素（时间、空间、收入、文化和心理动机等），讨论了旅游决策的特点；第4章讨论了旅游需求预测的方法，考察了旅游需求建模的传统方法和现代计量经济学方法等；第5章介绍旅游产品的生产，包括成本构成、生命周期等；第6章讨论旅游市场结构和旅游企业行为理论；第7章分析旅游产业的问题，运用国际贸易

相关理论解释国际旅游现象,分析中国旅游竞争力。

第3篇为旅游经济效应、环境问题与政策工具,包括3章。第8章运用旅游卫星账户、旅游投入产出分析、成本—效益分析等方法,分析旅游的各种经济效应;第9章讨论旅游环境价值的度量问题,涉及旅行成本法、意愿调查法和享乐定价法;第10章是规范的研究,讨论了旅游经济政策制定、分析和评价的方法与工具。

这10章整体上按照从微观到宏观、从活动到影响、从简单到复杂的顺序组织。本书编著者认为,与同类教材相比,“旅游市场开拓”、“旅游投资评估”、“旅游管理体制”等内容与营销学和管理学关联更紧密,因而没有纳入本书的体系。由于时间和篇幅所限,对产业经济学、环境经济学等内容仅作了概要性的介绍,旅游劳动力供给、移民和人口迁徙的影响、旅游流分析等没有纳入本书范围,是未来可以考虑的方向。

本书是一本面向高年级本科生的教材,要求学生有一定的经济学基础,但并不要求学生掌握很多复杂的数学方法,目标是让学生明确旅游经济分析的范围和潜力,着重掌握旅游经济分析的逻辑、程序和方法,能够运用经济学工具分析旅游现象。另外,本书对旅游经济现象的分析建立在严密的旅游经济学方法论的基础之上。旅游经济分析的方法论思想贯穿全书始终,传授旅游经济研究的思维模式、分析逻辑是本书最重要的一个目标。几乎每章都会提供概念模型、基本假设、测量工具、经验数据和经验模型,学生每学习一个理论都可以运用数据进行操作、运算和分析,在亲自动手的过程中能了解理论与实践的联系,加深对经济学方法论的理解,提高运用经济分析工具解决旅游问题的能力。

本书的主要执笔人为吴凯和李仲广。宋海岩担任全书的策划及总撰写。

本书在编写过程中得到了北京大学吴必虎教授的悉心指导及中国人民大学出版社的耐心帮助与支持,在此一并感谢。

宋海岩

香港理工大学酒店与旅游业管理学院

第 1 篇 旅游经济研究基础

第 1 章 旅游经济分析的范围	2
1.1 旅游活动与旅游经济研究	2
1.2 旅游经济分析的演进	6
1.3 旅游经济分析的范围与本书架构	11
第 2 章 旅游经济研究的程序、方法与工具	15
2.1 经济学研究方法论导论	15
2.2 经济学分析的常用工具	22

第 2 篇 旅游的供给和需求

第 3 章 旅游需求的微观基础	40
3.1 旅游需求的决定	40
3.2 旅游需求的社会经济背景	46
3.3 旅游需求与闲暇时间	56
3.4 旅游需求的时空规律	59
3.5 旅游需求的衡量	63
第 4 章 旅游需求预测	71
4.1 旅游需求预测导论	71
4.2 旅游需求建模的传统方法	80
4.3 现代计量经济学预测模型	87
第 5 章 旅游资源与目的地	99
5.1 旅游资源	99

5.2 旅游目的地	113
5.3 区域旅游竞争与合作	121
第6章 旅游供给及市场结构	130
6.1 旅游产品的成分：相关产业部门	130
6.2 旅游供给的主要特征	159
6.3 旅游市场结构与竞争模型	167
第7章 全球化背景下的旅游贸易	181
7.1 旅游与国际贸易	181
7.2 解释国际旅游现象：非贸易商品与服务理论的视角	185
7.3 国际旅游竞争力分析	193
 第3篇 旅游经济效应、环境问题与政策工具	
第8章 旅游经济效应分析	210
8.1 旅游经济效应概述	210
8.2 旅游收入分配	215
8.3 旅游乘数效应	220
8.4 投入产出分析	226
8.5 旅游卫星账户	229
8.6 成本—收益分析	240
第9章 旅游环境资源评价	247
9.1 旅游环境问题与旅游环境价值评价	247
9.2 旅游环境资源评价：旅行成本法	252
9.3 旅游环境资源评价：意愿调查法	255
9.4 旅游环境资源评价：享乐定价法	257
第10章 旅游经济政策	272
10.1 中国旅游业与旅游经济政策	272
10.2 旅游经济政策工具	276
10.3 旅游经济政策分析评价的工具	282
参考文献	295

PART

1

第 1 篇

旅游经济研究基础



第 1 章 旅游经济分析的范围

第 2 章 旅游经济研究的程序、方法与工具

旅游经济分析的范围

本章要点

- 旅游的概念
- 旅游活动的特征
- 旅游研究的跨学科特点
- 国外旅游经济学研究进展
- 国内旅游经济学研究进展
- 旅游经济分析的范围

1.1 旅游活动与旅游经济研究

旅游活动已经成为当今世界非常重要的活动，不论是旅游者活动还是旅游产业活动，都吸引了人们越来越多的关注。旅游作为个人在异地度过的暂时经历，是一种复杂的现象，表现出经济、社会、心理、文化等多个层面的属性和影响，涉及景区、交通、住宿和餐饮等多个行业与部门。毫无疑问，经济学视角的分析有利于增进人们对旅游的认识。一方面，自 20 世纪 70 年代，旅游经济分析取得了丰硕的成果，但是正如辛克莱（Sinclair, 1997）所说，多数期刊中的研究只是针对旅游的某个特定方面，个案研究很多，没有把所研究的问题与一个特定的分析框架或者理论结合起来，繁杂的旅游经济学研究有待梳理。另一方面，随着旅游产业和旅游教育的快速发展，大量的旅游管理专业从业人员和学生（未来的研究者或者管理者）希望获得一个对旅游经济学的清晰认识。虽然很多学者作出了努力（在购书网上可以检索到近 40 本以“旅游经济学”命名的中文教材），但很多是导论性的介绍，有些甚至把经济学理论简单平移到旅游领域，没有提供一个对于旅游活动来说量身定制

的框架体系。所以,对旅游经济研究的成果进行系统梳理,构建一个清晰合理的旅游经济学框架体系是非常迫切而且必要的。

1.1.1 旅游的概念

学界对旅游活动的产生有不同的观点。有学者认为,在先秦时期,结婚旅游就已经广泛存在,蔚然成风;也有学者认为,最早的休闲旅游形式可以追溯到公元前6世纪的古巴比伦和古埃及时代。但是多数学者认为,只有第二次世界大战以后兴起的大众旅游才是现代意义上的旅游。这些争论非常有趣,但本书更加关心的是与之相关的旅游的定义。在旅游经济学的研究中,可以不理睬最早旅游活动产生的时间,但是却无法回避对旅游的界定,下面列举了几个有一定影响的旅游或者旅游者的定义。

1942年,瑞士学者汉泽克尔(Hunziker)与克拉普夫(Krapf)在他们合著的《普通旅游学纲要》一书中指出:“旅游是非定居者的旅行和暂时居留所引起的现象和关系的总和。这些人不会导致永久定居,并且不从事任何赚钱的活动。”

1981年,旅游科学专家国际联合会(International Association of Scientific Experts in Tourism)的专家们形成了对旅游概念的共识,认为旅游是“由人们向既非永久定居地亦非工作地旅行,并在该地逗留所引起的相互关系和现象的总和”^①,这便是人们常说的AIEST定义。

1993年,世界旅游组织(UNWTO)给出的有关旅游的定义为大多数国家的旅游行业管理部门所采用:“旅游是人们出自获取报酬以外的任何目的而向其日常环境以外的地方旅行,并在该地停留不超过一年所产生的活动。”

旅游活动既不是一种单纯的现象,也不是一个单纯的产业。它是一种人类活动,既包括人类的行为、资源的利用、与他人的交往、与经济和环境的互动,也包括旅游者的时空运动。辛克莱的《旅游经济学》^②(The Economics of Tourism)一书对旅游经济学的发展产生了重要影响,她在书中对旅游的定义是:旅游作为一项服务活动,是由许多按顺序消费的产品和服务组成的,包括交通、住宿和自然资源等,通常是在没有经过检验的情况下被购买的。本书采用辛克莱的这个定义,并作了适当引申,概括出旅游活动的五个主要特征,这也是旅游经济学得以存在的一个逻辑基础。

^① Kaspar, C. “Leisure-Recreation Tourism—An Introduction to the General Topic of the 31st. AIEST Congress,” AIEST editions, 1981.

^② 参见辛克莱等:《旅游经济学》,北京,高等教育出版社,2004。

资料 1—1 M·瑟尔·辛克莱 (M. Thea Sinclair)

辛克莱是英国诺丁汉大学商学院旅游研究中心 (TTRI) 旅游经济学教授, 她撰写了大量关于旅游经济学、旅游政策方面的论文和书籍, 其与迈克·斯特布尔 (Mike Stable) 合作的《旅游经济学》是该领域的顶尖著作。辛克莱也主持了一些政府和国际组织的研究项目, 包括世界银行、世界旅游与旅行理事会、马尔他国家旅游局、塞浦路斯旅游组织等。

**1.1.2 旅游活动的特征**

依据辛克莱的定义, 结合加拿大学者史密斯 (Smith, 1989) 的观点, 来概括旅游活动的特征。^①

1. 旅游活动是一种暂时性的活动

旅游活动是一种人生经历, 是人们在闲暇时发生的事情, 旅游者旅游时需要选择什么时间出发, 在目的地停留多长时间等。旅游是一种暂时性的活动, 是日常生活的一种“溢出”。基于这个特征, 旅游经济学有必要分析闲暇时间的价值、闲暇时间的分布、闲暇时间与收入的均衡及其与旅游需求的关系、旅游产品生命周期模型、旅游需求预测的季节指数、旅游供给的季节性波动等。

2. 旅游活动是一种异地性的活动

旅游活动是一种离开常住地的活动, 这个特点把旅游与日常的休闲活动区别开来。旅游活动的空间属性引起了地理学家、运输研究学者和旅游经济学家的注意。旅游经济学可以分析旅游需求发生的空间引力模型、距离衰减模型、旅游企业的跨区域竞争合作等问题。

3. 旅游产品购买前无法检验

旅游活动是一种经历、一种体验, 伴随着社会交往、情感互动, 等等, 因此是一种社会行为。旅游产品由一组商品和服务组合而成, 无法像一些实物商品一样在购买前可以进行试用。旅游经济学可以分析旅游的决策机制, 构建旅游者选择模型, 研究旅游资源、旅游产品的估价问题等。

4. 旅游产品依托一定的自然资源或环境

旅游吸引物通常涉及自然风光、历史遗迹, 即使是人造的主题公园, 也涉及环

^① 参见史密斯:《旅游决策与分析方法》, 北京, 中国旅游出版社, 1991; 史密斯:《旅游决策分析方法》, 天津, 南开大学出版社, 2006。

境问题。旅游依托于环境,但是旅游者的到来也会给环境带来负面影响。旅游经济学可以研究旅游资源等公共物品的定价问题、经营管理中的委托—代理成本问题、环境评价问题、容量管理问题等。

5. 旅游活动涉及一系列产品和服务

旅游活动涉及一系列产品和服务,这些按一定时间顺序消费的产品和服务可能涉及多个行业与部门(住宿、餐饮、交通等),甚至多个国家;涉及国家地区间、产业部门间的竞争、协作与分配等问题。旅游经济学可以研究旅游流的运动、旅游需求预测、旅游企业竞争与博弈、旅游产业一体化、旅游卫星账户分析、旅游投入产出分析和旅游乘数效应等内容。

综上所述,根据旅游活动的特点,旅游经济研究可以借鉴微观经济学、宏观经济学、环境经济学、产业经济学、区域经济学和制度经济学等多个领域的相关理论和方法,结合旅游活动的实际进行应用、创新和发展。

1.1.3 旅游研究的跨学科特点

最初,旅游这种服务性产业在国内和国际层面上都被视为经济发展的工具,对于那些只有很少或根本没有基本的技术资源的国家或地区来说更是如此。实际上,旅游作为一个学科最初是建立在其他学科基础之上的,如经济学、地理学、社会学、社会心理学、社会人类学、市场营销学和历史学等。这些学科的滋养有益于人们加深对旅游现象、旅游活动的认识。《旅游研究年刊》(*The Annals of Tourism Research*)把人类学、社会生态学、经济学、地理学、历史学、政治学、心理学和社会学都纳入社会科学的旗下。霍尔登(Holden, 2005)在《旅游研究与社会科学》(*Tourism Studies and the Social Sciences*)一书中,分别以地理学与旅游、社会学与旅游、心理学与旅游、经济学与旅游、政治经济与旅游发展、人类学与旅游、环境研究与旅游以及旅游研究中的新主题为题组织全书内容。

格拉伯恩和贾法里(Graburn & Jafari, 1991)认为没有一个学科可以独自容纳、处理和理解旅游,只有跨越学科的边界,探索并形成多学科的视角,旅游研究才是可行的。正是由于旅游所包含的因素多样而复杂,单靠一种研究方法不可能解决所有相关问题。旅游现象的广泛性和复杂性要求旅游经济学采取跨学科的研究方法(Clare, 1994)。谢彦君(2003b)分析了旅游研究的跨学科特点,总结了国内外学者对于旅游学科体系的探讨,形成了图1—1所示的旅游学科体系图。结论是,旅游经济学研究的是旅游者活动和旅游产业活动,分析旅游的供给、需求和影响。旅游经济学除了借鉴微观经济学、宏观经济学、产业经济学、制度经济学、计量经济学等经济学学派的有关理论和方法,也包括了一些交叉学科的知识,如区域经济学(经济学与地理学)、环境经济学(经济学与环境科学)和城市经济学(经济学和城市规划)等。

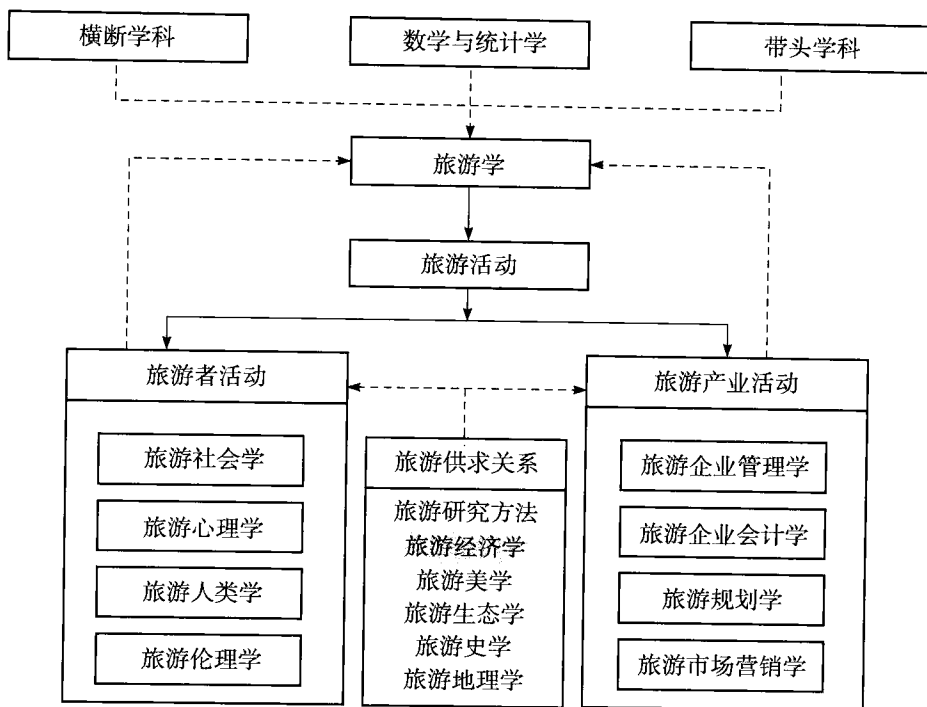


图 1—1 旅游学科体系构成模块

1.2 旅游经济分析的演进

大多数教材都根据稀缺性界定经济学的研究范围。经济学问题就是面对有限的资源，如何最大化地满足人们需求的问题。但这个认识也不是理所当然、从来如此的。阿尔弗雷德·马歇尔（Alfred Marshall, 1890）在《经济学原理》中认为，经济学是研究人类日常商业行为的学问，是一门关于财富的学问。莱昂内尔·罗宾斯（Lionel Robbins, 1932）指出，把经济学理解为关于物质财富的学问，并没有反映出经济学要说明的全部问题。那些超出生存水平的人们可以在工作与休息之间作出某种选择。随着收入水平的提高，服务部门的重要性也得到提高，这不仅表现为服务产品的重要性上升，而且表现为交换的重要性增强。是工作还是休闲，是看电影还是买衣服，是成为艺术家还是采矿工，这些选择都涉及物质福利和非物质福利的问题。所以，罗宾斯认为“经济学是一门这样的学科，它研究人类各种目的之间的关系以及稀缺资源的各种不同利用方式”。此后，“稀缺”作为一个重要的经济学概念被广泛接受，但是经济学的含义还在不断地发展。人们的闲暇时间、金钱都是稀缺资源，如何配置这些稀缺资源以满足人们的旅游需求，这些问题都是旅游经济学要分析的内容。

虽然经济学的学派众多，如有新古典学派、后凯恩斯主义学派、新奥地利学派、马克思主义学派、制度学派等，但是不同经济学派也显然存在一些共同点，即关注

生产、消费、分配和交换。如何把多种用途的资源（山川、海滨）在旅游开发与工农业生产等用途之间进行取舍，如何组织旅游产品和服务的生产，如何使旅游贸易成为可能，如何安排旅游收入在旅游行业各部门间的分配，等等，都是旅游经济学需要考虑的问题。

1.2.1 国外旅游经济学研究进展

1. 第二次世界大战以前的早期研究

对旅游经济现象有意识的研究，最早出现在旅游活动发达的意大利。1899年，意大利政府统计局的博迪奥（L. Bodio）发表了《在意大利的外国人的移动及其消费的金钱》一文，它是可见到的最早研究旅游经济现象的文献。进入20世纪，意大利的尼切佛罗和贝尼尼分别于1923年和1926年发表了《在意大利的外国人的移动》、《关于游客的移动计算方法的改良》。这一时期的研究工作主要集中在旅游过程中一些现象的描述和计量方法的改进，如游客人数、在目的地停留时间、消费额等，目的在于了解旅游活动的运行规律，以便于政府征税和管理。其中罗马大学的马利奥蒂（Mariotti）对旅游现象的看法具有代表性，他在1927年出版的《旅游经济》一书中，把旅游活动的过程分解为“旅游的经济”和“旅居的经济”两大部分，并且认为旅游活动的本质是一种经济现象。他认识到了旅游经济现象的复杂性，初步提出了多学科协作研究的观点。

2. 第二次世界大战以后至20世纪70年代的初步发展

第二次世界大战以后，发展中国家为获得国家建设所需资金，相继制定了以发展入境旅游（inbound tourism）为主的旅游经济发展战略。由于这些国家经济发展水平和社会人口素质都较低，在发展旅游业所需要的资金、基础设施、旅游用品和食品，以及管理现代旅游企业所需要的各类专门人才等各个方面都存在严重短缺，不得不从西方发达国家引进，导致入境旅游活动所赚取的相当一部分外汇重新流到国外。

旅游经济效应研究（economic impact study of tourism）是20世纪六七十年代旅游经济的研究主题。这一主题的研究领域主要包括旅游国际收支、旅游就业、旅游收入乘数效应、政府旅游政策等。另外，旅游中的外汇问题、土地利用问题、能源危机对旅游的影响问题等，也在不同时期成为旅游经济学的重要话题。

3. 20世纪80年代至今的蓬勃发展

（1）旅游需求研究

旅游需求和支出问题的研究涉及国际上各种各样的旅游客源地和目的地。格雷（Gray, 1966）考察了美国和加拿大的国际旅行；贝克德特和威特（Bechdolt, 1973；Witt, 1980）建立了多种国外假日需求模型；帕克和克卢尔（Pack & Clewer, 1995）考察了英国旅游热点地区的变化及国际旅游需求的分布。对旅游需求的