

旅游管理系列教材

旅游经济学

宋伟良 主编



华中师范大学出版社



旅游经济学

主 编	宋伟良		
副主编	梁 滨	杨祖高	
编 者	宋伟良	梁 滨	杨祖高
	吴英娜	李 燕	张雪丽

华中师范大学出版社
2006 年 · 武汉

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学/宋伟良主编. —武汉:华中师范大学出版社, 2006. 8

ISBN 7-5622-3400-0

I. 旅… II. 宋… 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(2006)第 049228 号

旅游经济学

主编:宋伟良

出版发行:华中师范大学出版社 ©

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027-67867076/67863040(发行部) 027-67861321(邮购部)

传真:027-67863291

网址:<http://www.ccnp.com.cn>

经销:新华书店湖北发行所

责任编辑:白 炜

封面设计:甘 英

开本:787mm×960mm 1/16

版次:2006 年 8 月第 1 版

印数:1—3000

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:孝感日报印刷厂

责任校对:崔毅然

督印:姜勇华

印张:14.75 字数:264 千字

印次:2006 年 8 月第 1 次印刷

定价:23.00 元

欢迎举报盗版,举报电话 027-67861321

“华大博雅”旅游管理系列教材

编委会成员

(按姓氏笔画排列)

王远坤* 李友清 陈国生 胡 静* 徐德宽
翁钢民 袁 俊 游巧荣 舒伯阳 谢 苏
简王华 鄢志武 熊剑平 潘宝明

(姓名后加星号者为常务编委)

前 言

近几年来,我国旅游经济的发展,特别是国内旅游和国际旅游的兴起,推动了旅游学科教育的发展。越来越多的人渴望学习旅游经济知识,了解旅游经济的发展动态。为了适应我国旅游业的发展现状和要求,更好地满足现代旅游业发展和旅游教学的需要,我们编写了这本《旅游经济学》。

旅游经济学是旅游管理专业的主干课程之一。对旅游经济学的学习和研究,既要掌握系统的旅游经济理论知识,又要学会运用所学的理论去解释和分析实际问题。本书通过对大量旅游经济案例的分析和研究,引导学习者能够举一反三。

本书紧紧围绕旅游经济研究中的重点内容和难点问题,介绍了有关旅游产品、旅游需求与旅游供给、旅游市场、旅游消费、旅游收入与分配、旅游产业、旅游经济效益及其评价、旅游经济发展模式、旅游经济的可持续发展、旅游经济全球化等内容,并结合案例对各章内容的应用作了详尽的介绍。

全书融理论与实践为一体,定性与定量相结合,既突出重点,又简明扼要、通俗易懂,具有较强的系统性、科学性和实用性。本书可用作旅游研究人员、大专院校教师和学生的教材和教学参考书;对于从事旅游企业经营、旅游市场营销、旅游发展规划、旅游行业管理等工作的人员,也具有重要的参考价值。

本书由中南财经政法大学工商管理学院旅游系宋伟良博士主编,参加编写的人员及负责编写的章节如下:宋伟良,第一、九、十、十一章;杨祖高,第二、四章;梁滨,第三、五章;李燕,第六章;吴英娜,第七章;张雪丽,第八章。在编写中我们参考了许多国内外书籍和报刊资料,并且援引了一些观点,特向有关作者表示感谢,并将主要参考资料附录于后,便于读者进一步查阅。由于作者水平有限,书中错误和不足之处,恳请读者批评指正。

编 者

2006年3月

目 录

第一章 导 论	(1)
第一节 旅游经济学的产生与发展.....	(1)
第二节 旅游经济学的研究内容.....	(3)
第三节 旅游经济学与其他相关学科的关系.....	(5)
第四节 旅游经济学的研究方法.....	(7)
第二章 旅游产品	(12)
第一节 旅游产品的概念与构成	(12)
第二节 旅游产品的使用价值和价值	(14)
第三节 旅游产品的性质和特征	(16)
第四节 旅游产品的开发与组合	(18)
第五节 中国旅游产品的发展	(24)
第三章 旅游需求与旅游供给	(29)
第一节 旅游需求	(29)
第二节 旅游供给	(43)
第三节 旅游供给与旅游需求的均衡机制	(49)
第四节 中国旅游供求关系的发展	(52)
第四章 旅游市场	(61)
第一节 旅游市场概述	(61)
第二节 旅游市场的运行机制	(65)
第三节 旅游市场开拓及其策略	(71)
第四节 中国旅游市场现状及发展趋势	(76)
第五章 旅游消费	(85)
第一节 旅游消费概述	(85)
第二节 旅游消费水平及其衡量	(88)

第三节	旅游消费结构及其合理化	(91)
第四节	旅游消费方式及其发展	(94)
第五节	旅游消费效果及其评价	(97)
第六章	旅游收入与分配	(110)
第一节	旅游收入	(110)
第二节	旅游收入的分配	(121)
第三节	旅游乘数效应	(125)
第四节	旅游外汇漏损	(132)
第七章	旅游产业	(136)
第一节	旅游产业的形成与发展	(136)
第二节	旅游产业结构	(143)
第三节	旅游产业组织	(147)
第四节	旅游产业政策	(151)
第八章	旅游经济效益及其评价	(158)
第一节	旅游经济效益及其评价内容	(158)
第二节	旅游企业经济效益及其评价	(161)
第三节	旅游宏观经济效益及其评价	(172)
第四节	提高旅游经济效益的途径	(177)
第九章	旅游经济发展模式	(183)
第一节	旅游经济发展模式概述	(183)
第二节	旅游经济发展模式比较	(185)
第三节	中国旅游经济发展模式	(189)
第十章	旅游经济的可持续发展	(197)
第一节	可持续发展的内涵与原则	(197)
第二节	旅游经济的可持续发展	(201)
第三节	旅游经济可持续发展的主要途径	(206)
第四节	生态旅游——旅游经济可持续发展的趋势	(211)
第十一章	旅游经济全球化	(217)
第一节	经济全球化概述	(217)
第二节	旅游经济全球化	(219)
第三节	全球化时代中国旅游企业的跨国经营	(222)
主要参考文献		(228)

第一章 导 论

第一节 旅游经济学的产生与发展

旅游经济的研究是在旅游活动发展的基础上,随着旅游经济活动由国内向国外、由区域向世界范围的扩展而逐步深入的。

一、国外对旅游经济的研究

国外对旅游经济的研究起步较早,大体可分为两个阶段:

第一阶段(19世纪后期至第二次世界大战),在19世纪后半期,随着西方国家旅游业的发展,一些专家和学者开始关注对旅游经济问题的研究。1899年,意大利国家统计局局长博迪奥发表了《外国人在意大利的移动及其花费》的论文,揭开了现代旅游经济研究的序幕。此后,意大利的尼切福罗和贝尼尼分别于1923年和1926年发表了《在意大利的外国人流动情况》和《关于旅游者流动计算方法的改进》等论文。1927年,意大利罗马大学的马里奥蒂出版了《旅游经济讲义》一书,被认为是第一次对旅游经济进行系统化研究的尝试。该书认为旅游的本质是经济现象,其内容涉及国内旅游状况、旅游统计、旅游接待业以及旅游中心等问题。1928年马里奥蒂又出版了该书的续篇,对旅游经济进行了全面、系统的研究和讲授。1935年德国柏林商业大学旅游研究所所长格里克思曼发表了《一般旅游论》,该书不仅论及了旅游的经济和社会作用,而且论述了促进旅游业发展的政策措施和手段。1942年瑞士的克拉蒲·芬扎伊卡出版了《一般旅游论概要》,从经济学和社会学两个方面对旅游进行了研究。总之,在这个时期,人们对旅游经济的研究多属于探索性的,还未深入地涉及旅游经济活动的本质和规律。

第二阶段(第二次世界大战结束至今),这个时期,旅游活动已由北美、西欧两个区域迅速扩展到全世界,大众旅游已成为时代的潮流,旅游经济活动已深入到各国和全球的经济体系之中。为了适应旅游业快速发展的需要,许多西方国家建立

了各种类型的旅游经济管理院校,并开设了旅游经济、旅游管理等学科。为了适应旅游经济发展和旅游教学的需要,西方国家的一些专家、学者在总结世界旅游经济及本国旅游业发展的基础上,对旅游经济的理论和方法进行了全面深入的研究,并发表和出版了一批有较高水平的论文和著作,对现代世界旅游经济及各国旅游业的发展起到了积极的指导和促进作用。这些研究具体表现在以下几个方面:

第一,旅游业的性质与旅游经济活动运行的特点。不少专家、学者认为旅游业是一个新兴的产业,该产业主要由旅馆业、旅行社业和交通运输业组成。它的发展以旅游活动的发展为前提,反过来,旅游业的发展又推动了旅游活动的繁荣。旅游业的发展不仅刺激了相关行业的发展,而且会对整个社会经济产生增值作用。这方面的主要代表作有1969年美国迈克尔·彼得斯的《国际旅游业》,1974年英国伯卡特的《旅游业的过去、现在和未来》,1980年美国唐纳德·伦德伯格的《旅游业》,1984年美国夏威夷大学教授朱卓任等人的《旅游业》以及田中喜一等人的《旅游事业论》。有些学者如波纳德·布恩斯和玛丽·贝特纳还进一步分析了旅游业的经济活动不同于制造业的特点,说明旅游产品的生产与消费的同时性。

第二,旅游供需关系与市场营销。这方面的代表性著作有罗伯特·门克因托希与夏希肯特·古普塔的《旅游的原理、实践与哲学》,布赖恩·阿切尔的《旅游需求预测》,彼德·格雷的《国际旅游贸易》以及瓦汉·克拉蓬与罗思菲尔德的《旅游市场营销》。他们分别论述了旅游需求与旅游供给原理,叙述了旅游需求的预测方法,探索了旅游市场营销的战略、策略以及旅游产品的定价原则,宣传推销的手段和方法。

第三,旅游业的经济效益。这方面的研究主要集中在旅游投资与收益的比较,旅游宏观经济效益与旅游微观经济效益以及游客开支对旅游目的地国家或地区的经济和社会产生的作用。主要著作有1955年意大利特罗伊西的《旅游及旅游收入的经济理论》,1978年原南斯拉夫马思科维奇的《旅游经济学》和英国布赖恩·阿切尔的《发展中国家的旅游业:某些经济考虑》、《旅游增殖:目前研究水平》,1974年澳大利亚工业局的《澳大利亚旅游业的经济意义》,亚太经社理事会1983年政府间旅游发展会议文件中的《亚太经社理事会地区旅游业的经济作用研究回顾》与《旅游经济作用分析:方法论》。

第四,旅游规划与资源开发。从事这方面研究的主要是政府有关部门。例如,美国商业部经济发展局1981年在调查研究基础上形成的《通过发展旅游业创造经济增长与就业》的报告,全面论述了区域旅游业发展规划的内容、制订规划所需要的信息、对旅游资源的测量与评价以及规划的实施。亚太经社理事会1983年政府间旅游发展会议文件中的《旅游工程建设中优先次序的确定》与《通过标准分

析促进旅游工程建设与实施》，着重探讨了亚太地区国家旅游规划的内容与旅游工程建设项目优先顺序的选择与方法。在旅游规划与资源开发研究中也有一些学者与专家，其代表著作有 1978 年凯泽·赫尔伯的《旅游规划与发展》，朱卓任的《度假地开发与管理》，新西兰坎特伯雷大学道格拉斯与皮斯的《旅游开发》，世界旅游组织特约顾问爱德华·因斯克普和马克科伦伯格的《旅游度假区的综合开发模式》和加拿大滑铁卢大学教授斯蒂芬·史密斯的《旅游决策与分析方法》等。

二、我国对旅游经济的研究

我国对旅游经济的研究起步较晚，至今只有短短 20 多年的历史。虽然早在 20 世纪 20 年代已有经济学者对旅游经济的性质、作用等问题进行过探讨，但由于当时中国旅游业发展水平的局限而无法做深入的研究。20 世纪 70 年代末期以后，中国实行对外开放政策有力地推动了旅游经济的发展，并为旅游经济的研究提供了丰富的素材，学术界、教育界和政府有关部门对旅游经济问题的研究迅速开展，并取得了一定的研究成果。1980 年沈杰飞、吴志宏合写的论文《建立适合我国实际的旅游经济学科》（载《社会科学》1980 年第六期），在介绍国外旅游经济理论研究发展现状的基础上，从建立一门学科的逻辑始点出发，对旅游经济的研究对象、研究内容展开了深入的探讨。1982 年王立纲、刘世杰合著出版了《中国旅游经济学》，1986 年林南枝和陶汉军主编出版了《旅游经济学》，1990 年黄辉实和张汝昌分别主编出版了《旅游经济学》，1994 年罗明义主编出版了《现代旅游经济》，推动了中国旅游经济学教材的建设和发展。特别是 1987 年著名经济学家孙尚清主持的《中国旅游发展战略研究》的重大课题，提出了中国旅游业要适度超前发展的战略，把中国旅游经济的研究从理论推向实践；1993 年魏小安与冯宗苏主编的《中国旅游业：产业政策与协调发展》一书，从制定科学的旅游产业政策的角度论述了我国旅游经济的诸方面结构；同年，云南大学旅游系主持的《云南旅游产业发展战略研究》，率先提出把旅游业作为经济支柱产业来培育和建设，进一步推动了区域旅游经济的研究和发展。20 世纪 90 年代中期以来，中国旅游经济的研究进入高潮，各种旅游经济学著作和论文如雨后春笋不断问世，为迅速发展的旅游教育和研究提供了丰富的参考资料，也为旅游经济学教材的完善提供了理论指导和实践参考，推动了旅游经济学这一学科的成熟和发展。

第二节 旅游经济学的研究内容

各门科学都有各自不同的矛盾规定性，从而决定了不同的科学有各自不同的研究对象。正如毛泽东同志所说：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具

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。”

一、旅游经济学的研究对象

旅游经济学的研究对象是旅游经济活动中旅游产品的需求与供给的矛盾。这一矛盾贯穿于旅游经济活动过程的始终,它规定了旅游经济学的研究对象既不同于其他经济学,也不同于旅游学科中的其他科学。旅游产品在其需求与供给的矛盾运动中必然产生种种经济现象,涉及多种经济关系,存在支配其矛盾运动的规律。因此,旅游经济学主要研究的是旅游经济活动的运行及其运行过程中所产生的经济现象、经济关系与经济规律。

旅游经济活动中旅游需求与旅游供给这一内在矛盾,其外在表现是游客、旅游产品经营者与旅游目的地国家或地区政府三者之间利益上的矛盾,即游客通过购买旅游产品要求获得身心上的最大享受和满足,旅游产品经营者通过销售旅游产品希望获取最大利润,旅游目的地国家或地区政府通过支持旅游业的发展需要取得最大的经济效益和社会效益。三者的利益既相互制约又相互依存,如果三者的最大利益均能较好地实现,则旅游业便会欣欣向荣。任何一方利益受到损害,旅游经济活动的运行就会出现不畅,旅游业就难以顺利而健康地发展。这样在旅游经济活动中就会产生一系列经济现象和经济关系,以及反映这些经济现象和经济关系的概念和范畴,如旅游产品、旅游价格、旅游消费、旅游收入、旅游成本、旅游企业利润、旅游市场、旅游经济效益等。这些都属于旅游经济学需要研究的范围。

二、旅游经济学研究内容

旅游经济学研究的内容,概括地说就是研究旅游经济活动运行的各个主要环节及其相互关系。具体内容主要包括如下几个方面:

第一,旅游产品的生产与供给。经济活动首先都是以产品的生产作为出发点。虽然产品的具体生产过程不属于经济学研究的范围,然而产品的供给必须以产品的生产为前提。旅游产品不同于其他经济活动中的物质产品,旅游产品主要表现为无形的服务,而服务的提供(或生产)又有其自身的特点。因此,研究旅游产品供给问题时,首先要研究旅游产品的特点,以及旅游活动商品化,旅游产品结构组合,旅游产品供给,旅游产品的效用等。

第二,旅游需求及其与旅游供给的矛盾运动和调节机制。旅游需求是旅游经济发展的前提,需求不足或需求过旺都会对旅游供给产生重大影响。二者之间既存在适应的关系,又存在不适应的关系。正是这种相互适应和不适应的矛盾统一关系不断推动着旅游经济的发展。在这种关系中,适应是暂时的,而不适应是经常

的。因此,需要运用经济的、行政的和法律的手段对其进行调节。如何运用各种手段进行调节,实现旅游经济的持续发展,是旅游经济学研究的重要内容之一。

第三,旅游产品的消费。旅游产品的消费不同于物质产品消费,后者发生在生产活动之外,而前者是在生产活动进程之中的现场消费。因此必须研究旅游者消费行为、消费结构和消费倾向,研究旅游产品消费与供给的关系,以实现旅游者消费的最大满足。

第四,旅游收入与效益。追求旅游经济效益是旅游经营者从事旅游经营活动的主要目标,也是旅游目的地国家或地区政府发展旅游业的基本目标之一。因此,要研究旅游收入的形成及影响因素,旅游收入分配与再分配,旅游经营成本及降低成本的途径;研究旅游经济效益及效益指标体系;并通过对旅游宏观和微观经济效益的分析,对旅游经济效益的实现作出合理的评价。

第五,旅游经济结构及发展。旅游经济学不仅要研究旅游经济现象及其运行机制,还要研究旅游经济活动中的各种经济关系,它们对旅游经济的发展会从不同的方面产生影响。因此,要研究旅游产品结构、产业结构、地区结构等,以寻求旅游经济结构的合理化;要研究旅游业管理体制及组织形式,以加强旅游业的行业管理;要研究旅游经济的发展模式和发展战略,以探寻促进中国旅游经济发展的最佳模式。

第六,旅游经济增长与发展。分析和掌握旅游经济增长和发展的内在联系,研究旅游经济增长波动的影响因素和不同增长方式的特点;分析和掌握旅游经济发展的内涵,研究旅游经济发展模式的内容和实现模式转换的途径;了解和掌握旅游经济可持续发展的内容和规律,探寻实现旅游经济可持续发展的重点和对策措施等。

上述研究内容不是孤立的,而是互相联系、互相影响的有机整体,因此,要系统学习以上有关内容。

第三节 旅游经济学与其他相关学科的关系

旅游经济学是现代经济学的的一个分支,是以现代经济学的理论为指导,研究旅游经济活动中各种经济现象、经济关系和经济规律的学科。因此,旅游经济学具有不同于其他学科的特点。

一、旅游经济学与经济学的关系

经济学是研究人类社会生产方式及其发展规律的学科的总称。从经济学原理的研究看,在近代和现代社会中存在着两类经济学,一类是政治经济学,另一

类是西方经济学。后者又分为宏观经济学与微观经济学。

政治经济学是马克思主义的重要组成部分,它是研究人类社会经济关系(即生产关系)及其发展规律的科学。它把社会经济关系作为一个整体,在生产、交换、分配和消费诸环节的内在联系及其矛盾运动中揭示人类社会经济关系及其发展规律,并在深刻分析资本主义生产关系的基础上,揭示了资本主义经济制度的基本矛盾,即生产的日益社会化与生产资料资本主义私人占有之间的矛盾。同时,马克思主义政治经济学也论述了社会主义制度下的一些重要经济特征和经济规律。它的基本原理是建立部门经济学的理论基础。

旅游经济学主要研究旅游经济活动的运行及其运行过程中所产生的经济现象、经济关系和经济规律,由于它研究的领域是整个社会经济活动中的一个部门,因此,旅游经济活动的运行必然要遵循社会经济发展的一般规律,如价值规律、按劳分配规律和供求规律等。由此可见,旅游经济学的研究必须用马克思主义政治经济学的基本原理作指导。但政治经济学的研究不能代替旅游经济学的研究,这是因为旅游经济活动具有一些不同于一般经济活动的特点。例如,在一般经济活动运行中,产品生产出来后便进入流通,而旅游经济活动则表现为旅游者的流动和旅游产品与服务的提供。此外,旅游业的产业结构、旅游消费和旅游市场等都有自己的特殊规律。

旅游经济是一种外向型经济,它的发展一方面要以本国国民经济的发展为依托,要受本国经济发展方针和政策的制约;另一方面又同国际旅游市场的变化息息相关,要受国际经济运行机制的支配。因此,在研究旅游经济学时,还必须借鉴和吸收西方经济学中一些有关调节旅游供求、资源分配、市场、价格、竞争、分配和消费等方面的有益内容。

二、旅游经济学与旅游学的关系

旅游学是研究旅游的产生、发展及其活动的最一般规律的科学。旅游活动是一个综合性的社会现象,它的产生和发展既以社会经济的发展为基础,同时也有社会的、个人的动因。从旅游活动的主体——游客来说,旅游活动是一种自我实现的活动,它涉及社会、心理、文化和身体等方面的因素。从旅游活动的客体来说,它涉及自然的、经济的、法律的诸种因素。因此,旅游学研究的范围较广,涉及多种学科,如经济学、管理学、心理学、法学、社会学、历史学、美学等。其中每一种学科的理论同旅游的结合便形成了旅游经济学、旅游管理学、旅游心理学、旅游法学、旅游社会学、旅游史学、旅游美学等。

由此可见,旅游经济学是旅游学的一部分,它与旅游学的关系是特殊与一般的关系。旅游经济学研究旅游活动中的经济关系,从经济学角度加深对旅游学

的研究。

三、旅游经济学与其他旅游学科的关系

旅游是一种综合性的社会经济现象,在理论上从不同侧面反映和概括这种现象的学科甚多,除上面提到的有关学科之外,还有旅游市场学、旅游地理学、旅游统计、旅游会计、旅游饭店管理、旅行社管理、旅游交通管理等。这些学科同旅游经济学的关系大致可分为两类:

第一类是与旅游经济学成平行关系的学科,如旅游心理学、旅游社会学、旅游法学、旅游地理学、旅游美学等。它们分别从旅游活动的不同侧面来探讨旅游与有关学科边缘结合的特点和规律,都属于旅游学的分支学科,它们同旅游学的关系也都是特殊与一般的关系。因此,旅游经济学同它们的关系是平行的,相互联系的。

第二类是与旅游经济学成纵向关系的学科,如旅游市场学、旅游饭店管理、旅行社管理、旅游管理学等。其中,旅游市场学、旅游管理学是旅游经济学的延伸,即以旅游经济学的原理为基础,从宏观和微观的角度出发,分别在旅游管理和旅游市场方面做进一步的分析和研究。旅游饭店管理、旅行社管理、旅游交通管理均属于旅游企业管理,它们以旅游经济学的基本原理作指导,仅从微观角度探讨旅游行业中企业经营与管理的思想、原则、方法和技术。由此可见,旅游经济学同这些学科的关系是抽象与具体的关系,它们都是旅游经济学的基本理论在各领域的应用和具体化。

第四节 旅游经济学的研究方法

旅游经济学是一门综合性的学科,其研究的内容十分广泛,涉及多种学科的知识。因此,要使旅游经济学的研究成果具有科学性,并能对实际工作具有指导意义,就必须应用科学的研究方法。

一、理论与实际相结合的方法

旅游经济学是对旅游经济活动实践的科学概括和总结,因此研究旅游经济学必须坚持实事求是的科学态度,把理论与实践结合起来。坚持理论与实际相结合的方法包含两层含义:一是要求一切研究都要从旅游经济活动的客观实际出发,运用经济学的有关原理,去分析旅游经济活动中的经济现象和经济关系,解释旅游经济活动中的有关经济问题,揭示其发展变化的客观规律性,并上升为科学的理论,用以指导旅游经济的实际工作。二是要求根据旅游经济活动运行的实际,对有别于其他经济运行中的经济现象、经济关系及其变化进行科学的总

结,并将其上升为理论,然后再回到实际中进行检验,用以指导实际工作,这样才能使旅游经济理论体系不断完善和成熟。事实证明,运用理论与实际相结合的方法研究旅游经济十分必要。这是因为旅游经济学是一门新兴的学科,在许多方面还不成熟,有待于在实践中不断总结,不断丰富和完善。并且,我国旅游业发展较晚,也迫切需要理论与实际相结合的旅游经济理论作指导。

二、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,都是质和量的统一。一定的质包含着一定的量,而量变发展到一定程度必然会引起质变。旅游经济活动中的各种经济现象也都是质和量的统一。

定性分析就是探索和确定事物的本质特征。分析和确定旅游经济活动中各种经济现象的本质特征是旅游经济学研究的主要任务之一。例如,游客到某地去旅游,这一现象在现代旅游经济活动中表现为游客愿意花一定的时间,按照一定的价格购买该地的旅游产品,旅游需求就是游客这种行为的科学概括,它的本质特征就是由游客的意愿、一定的时间和一定的价格来规定的。它决定了旅游需求同其他旅游经济现象的本质区别。

定量分析就是探索和研究量的变化对事物本质的影响。旅游经济活动的变动性是由各种旅游经济现象量的变化所引起的。如果旅游产品价格或人们的闲暇时间发生了变化,旅游需求就必定会受到影响,从而引起旅游经济活动的变化。因此,定量分析有助于在旅游经济学的研究中从动态上把握旅游经济活动运行的特征与变动趋势,它对指导旅游实际工作具有积极的意义。

因此,在旅游经济学的研究和学习中,必须把定性分析与定量分析有机结合起来,通过定量分析揭示各种旅游现象之间的变动关系及发展趋势,为定性分析提供科学的依据;通过定性分析准确界定事物的本质和属性,为定量分析提供指导,从而达到事物的质和量的统一,促进旅游经济的持续发展。

三、坚持运用多学科知识的方法

旅游经济活动是一项综合性的社会经济活动,其内容涉及人类生活、生产的多个方面。旅游经济的研究必然要涉及经济学、旅游学、社会学、心理学、统计学、会计学、计算机科学等多学科的知识。因此,在研究旅游经济学时,要拓宽思路,开阔眼界,注意学习和了解其他相关学科的理论知识,并充分运用其他学科的最新研究成果来丰富本学科的内容,提高旅游经济的研究水平和对实践的指导作用。

四、微观分析与宏观分析相结合的方法

微观分析是对旅游企业经营管理分析,宏观分析是对旅游经济整体运行

状况的分析。在对旅游经济内部各要素进行研究时,运用微观分析的方法,有利于我们把握其特点,进行有的放矢的具体决策研究。但是,旅游经济研究也不能仅仅停留在微观研究的层面上,更重要的是从整体出发,研究和分析旅游经济运行规律,这就需要我们重视运用宏观分析的方法。所以,只有把宏观分析方法与微观分析方法结合起来运用,才能使我们正确地认识旅游经济发展变化和运行的规律。

【案例】

“环球嘉年华”的经营模式

“环球嘉年华”(world carnival)是一项巡回游乐活动品牌。迄今为止,“环球嘉年华”已先后在巴黎、伦敦、吉隆坡、新加坡、迪拜、中国香港等世界各大城市游历,并在当地刮起阵阵旋风。

作为世界上最大型的巡回移动式游乐场,“环球嘉年华”的运营形式不同于迪斯尼和环球影城,“环球嘉年华”一般是向当地政府租借使用场地,使用期限即为活动时间,大致在一个月到两个月之间。另外,“环球嘉年华”中的大型游艺机也是向欧洲各大家族租借,以保证其机械的更新换代和安全性能。

“环球嘉年华”经营模式的特点是:巡回性、多元性、自主性、互动性。与之形成鲜明对比的是,主办方只有20多名正式职工,几乎所有设备和大部分员工都是临时招聘的。“环球嘉年华”的市场运营形式如何?

1. 模式:用移动制造持续旺季,不为淡季付费。

作为一家移动游乐场,嘉年华给中国游乐业带来了全新的经营理念。它在空间上是移动的。对于固定游乐场来说,旅游的淡旺季投资回报相差很大,淡季设施空置,维护成本很高,投入大产出少,造成资源浪费。20世纪90年代,国内曾掀起建造主题游乐场的风潮,但多数经营不善,被动等待、设备老化和项目缺乏新鲜感是它们的致命伤。

移动游乐场则不然,它的经营场所是在全球范围内选择的。以巡回的方式,主动出击,制造了持续的旺季,避免了淡季主办方单方面出资维护设备,资金只出不进的命运,使得一年四季设备都能得到充分利用,并因此而获得投资回报。

尽管设施在运往全球各大城市之时,要付出相当高的费用,但嘉年华依靠不断更新的项目,所到之处无不掀起一股“欢乐旋风”,这股旋风同时也会卷来大把的钞票。

2. 选址:选经济发达地区,和当地政府双赢。

嘉年华是一种运营成本较高的娱乐形式,要保本还要盈利,首先需要有一个消

费力强劲的市场作为平台,这个市场必须有大量具有一定消费能力的消费群体,这个群体必须能够接受嘉年华的游乐方式。嘉年华选择的城市每年人均娱乐方面的投入都较大,比较容易接受外来文化,追求时尚和流行。

得到政府支持也是影响嘉年华选址的重要原因。在上海,浦东开发13年,成绩举世瞩目,但与所有的新兴开发区一样,浦东缺少文化底蕴和氛围。浦东政府为了聚集人气,营造文化氛围,十分支持开展各种文化交流活动。上海市政府对嘉年华提供的帮助包括:在最短的时间内向国家文化部请示并通过了上海市文化广播影视管理局的审批;税收优惠;在游艺设备入关时实施现场监管简化手续、保证金优惠;协调有关部门提供地理位置较为优越、交通便利的空地;在人员组织、安全保障、卫生检疫等各方面统筹协调。

3. 盈利:创造花钱的氛围,让参与商家争先付费。

嘉年华盈利模式主要是让游人参与到整个活动中,在感受氛围的同时即兴消费。“环球嘉年华”不收门票,在北京,只收可换取10个代币的最低消费金50元,对于最低消费金的花费,游人有绝对的自主权,要玩什么,要怎么玩,都由他们自己决定,无论是谁都可以自由地选择快乐的方式,这就是“环球嘉年华”品牌的魅力所在。

嘉年华除了营造气氛和设计节奏感强的游戏项目外,还准备了大量美食摊位和免费表演,主办方提供了40个小吃摊位,每个摊位9平方米的租金大约在2.5万元左右,但尽管租金很高,40个摊位还是被一抢而空。

良好的品牌效应,潜在的巨大人流还吸引了众多商家的注意:可口可乐也抢在百事可乐之前垄断了活动中的汽水市场,尽管企业前期要花费很大的投资,但预计收入将远远超过投入。

4. 宣传:政府支持,提前准备。

游乐场作为一种体验经济的实现模式,只有吸引大量的人加入进来,投资回报才有可能实现。因此宣传就成为工作的重中之重。如何在开园之前进行强势宣传,让嘉年华登陆大街小巷,并激起人们参与的愿望,是非常重要的。嘉年华除了综合运用报纸、广播、电视等大众媒体进行大范围的宣传外,还大量利用户外广告进行宣传,并与人气一直很旺的肯德基合作。

5. 影响:对收入增加和收入减少的商家都有借鉴意义。

嘉年华在中国内地的首次运作就获得了极大成功,其高开高走的盈利模式给商家很多启发。上海锦江乐园是国内游乐园中经营不错的企业,其企业管理部经理葛世伟承认嘉年华对自己游乐园的影响。他说,进入7月份以来,嘉年华登陆上海浦东且受到媒体追捧,为此,锦江乐园的收入比正常月份减少了5%;