

旅游管理研究

主编 罗明义



科学出版社

www.sciencep.com

旅游管理重点学科建设系列成果之一

旅游管理研究

主编 罗明义

科学出版社

北京

内 容 简 介

本书系云南大学“旅游管理”省级重点学科建设成果之一。全书收入论文 72 篇,紧密围绕旅游管理相关理论和社会主义市场经济建设问题,就旅游经济管理基础理论、旅游企业经营管理、旅游产品设计与开发、旅游文化建设、旅游资源开发与保护、区域旅游发展与规划、国际旅游发展、以及旅游研究 8 个方面进行了广泛研究,对深入开展旅游管理的学术研究和旅游业发展,具有重要理论价值和实践意义。

本书可供高等类师生、科研人员以及中高级旅游企业院校管理学科管理人员和旅游行政管理人员参考、使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理研究/罗明义主编. —北京:科学出版社,2006

ISBN 7-03-014955-6

I. 旅… II. 罗… III. 旅游经济-经济管理-文集 IV. F590-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 012640 号

责任编辑:吴三保 徐 斌/责任校对:朱光光

责任印制:钱玉芬/封面设计:王 浩

科学出版社 出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2006 年 8 月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2006 年 8 月第一次印刷 印张:30 1/2

印数:1—4 000 字数:712 000

定价:58.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈环伟〉)

前 言

通过 10 年来的不懈努力和辛勤建设,云南大学的旅游管理专业和旅游学科已由单一的专业发展成为系、由系发展成为学院的规模,教育层次也由专科层次逐渐跃升为本科层次、硕士层次、博士层次,并于 2001 年开始进行“旅游管理”省级重点学科的建设,迄今为止已取得了部分阶段性研究成果。为更好地推动“旅游管理”重点学科的建设,现将近年来的部分研究成果编辑、出版,以更好地推动旅游管理学科的研究和学术交流。不足之处,欢迎学界同仁和各位专家批评、指正。

云南大学“旅游管理”重点学科立足于云南的旅游实践,着眼于中国旅游发展的大局,顺应国际旅游的发展趋势,不断探索旅游管理的内在规律和发展趋势,在“旅游经济管理”、“旅游企业经营管理”、“旅游资源开发与保护”等几个重点方面进行了不同角度和侧面的研究,其中已有部分研究成果发表并被中国人民大学复印报刊资料《旅游管理》等刊物转载,有的研究成果被实际工作部门和企业所采用,产生了积极的社会、经济、环境效益。

本论文集既是近年来部分成果的汇集,又是继 1995 年、1997 年分别由云南大学出版社编辑出版的《旅游经济研究(第一辑)》、《旅游经济研究(第二辑)》之后的又一部研究成果的汇集。我们将视今后的研究进展和重点学科建设情况,陆续将相应的研究成果汇编成册、出版。

作为旅游研究和教学工作者,我们深知自身的历史责任和社会义务。我们将在今后的工作中,更为深入、刻苦地探究旅游活动的规律,为旅游业的健康、持续发展作出积极的贡献。并谨以此书献给云南大学 80 周年校庆。

在编辑本论文集的过程中,罗明义同志担任主编,吕宛青、李云霞同志负责论文的收集工作,杜靖川、余虹同志负责论文的初步编辑、排版工作。在此谨向上述同志的辛勤工作表示衷心的感谢,同时对科学出版社的大力支持和帮助,致以诚挚的谢意。

云南大学工商管理与旅游管理学院

云南大学旅游研究所

2003 年 10 月 30 日

目 录

一、旅游经济管理

论旅游服务贸易比较优势与分析方法·····	罗明义(1)
刍论旅游产业的发展——试以云南省旅游业成长为例·····	杜靖川 陈伟(13)
云南省旅游产业发展现状及产业升级条件分析·····	吕宛青(20)
论云南旅游产业发展创新·····	陶犁(27)
试论云南旅游产业市场竞争力的培育·····	吕宛青(32)

二、旅游企业经营管理

旅游饭店业可持续发展的辩证分析·····	李洁(40)
述评政府管理旅游业职能的转变·····	陈昕(47)
饭店的人力资源管理和开发·····	杨毅(54)
云南省旅游饭店人力资源开发研究·····	仇学琴(59)
云南旅游饭店集团化发展策略研究·····	李洁(68)
饭店业的集团化经营·····	杨毅(75)
饭店的 CIS 战略浅析·····	曾蓓(80)
加入 WTO 中国旅行社业机遇与挑战·····	刘惠余(84)
浅论中国旅行社业的现状及发展对策·····	李雪松 尹戟(90)
浅论旅行社顾客管理中的“情景管理”·····	冯娟(95)
云南省旅行社人力资源开发研究·····	仇学琴 王丹莉(101)
导游与旅行社的矛盾和谐分析·····	李云霞(107)
规范导游行为的分析和思考·····	陈昕(112)
旅游企业的顾客管理·····	冯娟(119)

三、旅游产品设计与开发

论云南旅游度假区可持续发展战略·····	赵书虹(125)
云南省武定县狮子山风景名胜区管理与营销策略·····	邓永进(140)
旅游景区竞争力模型研究·····	田里 李钰(148)
区域旅游者行为模式及影响研究——以滇西北、大理为例·····	杨萍 曹晏东(161)
首届中国河口国际界河漂流旅游节策划报告·····	邓永进(166)

论中国发展国际旅游的风险与机遇·····	赵书虹(177)
昆明开发分时度假旅游产品的初步分析·····	成竹(184)
中国旅游商品的可持续发展思考·····	刘惠余(192)
浅议网络环境下的旅游市场问卷调查·····	环绍军(197)
云南旅游电子商务发展状况及制约因素分析·····	杨丽(204)

四、旅游文化

云南花卉旅游产品开发初探·····	李云霞(213)
昆明市“农家乐”的问题及对策——以西山区为例·····	环绍军(218)
旅游是一种现代朝圣·····	张晓萍(223)
旅游过程中的意境问题研究·····	张要民 崔静(228)
旅游业开发与“舞台真实”——一种西方旅游人类学的观点·····	张晓萍(232)
从旅游人类学角度看旅游对旅游目的地传统文化的影响及对策分析·····	黄平(238)
试论宗教旅游形态——以佛教旅游为例·····	光映炯(243)

五、旅游资源开发与保护

生态旅游的文化可持续发展探讨·····	薛群慧 黄继元(249)
旅游开发与族群文化认同的变迁——以滇东南仙人洞撒尼族群为例·····	光映炯(254)
旅游目的地国家营销的战略探讨·····	杨宏浩(262)
生态旅游:起源和定义·····	夏舜华(269)
自然保护区生态旅游环境承载力综合评价指标体系研究·····	杨桂华 文传浩(276)
滇西北香格里拉生态旅游示范区环境效应初步研究·····	杨桂华(283)
泸沽湖区生态环境及村落生态系统特征·····	陶犁 刘又堂(289)
生态旅游景区管理质量的游客满意度动态监测——以香格里拉碧塔海生态旅游景区 为例·····	肖朝霞 杨桂华(296)
关于“旅游资源”认识的几个误区·····	罗辉(304)
农业生态旅游项目开发策划研究——以昆明市西山区为例·····	陈伟 马少春(308)
森林公园生态旅游开发与项目设计——以富源县十八连山为例·····	陈伟 马少春(314)
再论我国民俗风情旅游面临的挑战、机遇与发展前景·····	薛群慧(319)
论民族文化旅游产品的品牌化经营——以云南民族文化旅游产品为例····· ·····	杨红英 郭山(326)
云南民族文化旅游资源保护性开发的新思路·····	罗辉(333)
从旅游资源审美看旅游资源的开发·····	尹戟(342)
西部大开发环境下云南民族风情旅游开发创新·····	陈永涛(346)
论民俗旅游学的研究方法·····	薛群慧(352)
普洱茶文化及相关旅游资源开发探索·····	胡冀珍 古明清(361)
定位论与旅游资源开发·····	成海(368)

论 GIS 与 GPS 相结合在现代旅游景区发展中的应用	陈军 罗辉 余虹(375)
------------------------------------	---------------

六、区域旅游发展

澜沧江—湄公河次区域旅游一体化研究	李柏文(387)
加强区域合作,联合打造中国西南喀斯特大观园	陈永涛 张睿莲(395)
滇西南旅游协作可行性分析	杨萍 曹晏东(400)
云南澄江县旅游开发的思考	管宁生(406)
耿马县旅游开发现状研究及对策分析	田耀明(410)
县域旅游线路规划初探——以云南江川县为例	管宁生(415)
孟连旅游资源开发研究	何爱平(419)

七、国际旅游发展

哥斯达黎加生态旅游业的发展及对我国的借鉴意义	张志勇(426)
中美酒店业管理模式比较	夏舜华(432)
美国国家公园发展初期经验借鉴	陈飙(438)

八、旅游研究综述

世界旅游管理体制研究综述	胡冀珍(444)
我国饭店业可持续发展研究综述	何爱平(450)
中国旅游资源保护研究综述	曾蓓(457)
中国旅行社业制度法规与经营管理研究回顾	刘天璽(464)
休闲旅游业的研究综述	刘蜀凤(469)
关于假日旅游的研究综述	黄平(474)

一、旅游经济管理

论旅游服务贸易比较优势与分析方法

罗明义

摘 要 在分析旅游服务贸易比较优势的理论上,根据其供给特点、分析工具和基本分析条件的假设,建立了无旅游服务贸易的封闭均衡模型、一般旅游服务贸易均衡模型、要素禀赋的旅游服务贸易均衡和有限制的旅游服务贸易均衡四种旅游服务贸易比较的分析模型,并分析了旅游服务贸易的决定因素、影响因素和比较优势规律。

关键词 旅游服务贸易;比较优势;分析方法

在当今世界经济中,旅游服务贸易同商品贸易、服务贸易、国际投资一样,已经成为各国参与国际分工的一个重要部分。由于旅游服务贸易既是国际分工和国际服务贸易的基本组成部分,又是一个国家出口创汇的重要来源之一,因此旅游服务贸易比较优势就是从旅游供给角度出发,应用国际贸易理论和现代服务贸易理论,结合旅游服务供给的特点,借鉴现代西方经济学分析方法,揭示旅游服务贸易产生和发展的客观规律。

一、旅游服务贸易比较优势的理论基础

旅游服务贸易比较优势的理论基础是国际贸易理论,特别是随着 20 世纪 70 年代以来人们对服务贸易和国际旅游发展的大量研究成果,为旅游服务贸易比较优势理论的提出奠定了坚实的理论基础。国际贸易比较优势理论,是西方国家国际贸易理论的基石,其主要包括斯密的绝对利益理论、李嘉图的比较利益理论、赫克歇尔和俄林的要素禀赋理论和二战以后的一些贸易新理论。尤其比较利益理论和要素禀赋理论是国际贸易比较优势理论的基础和核心,标志着国际贸易理论的形成及发展,至今仍是阐述国际贸易产生和发展的重要理论。

第二次世界大战以后,随着科学技术的进步、生产力的发展和国际政治经济形势的相对稳定,使世界服务贸易迅速发展。但是,由于服务贸易与商品贸易的差别,使人们对比较优势理论是否适用于服务贸易产生了分歧,并形成了将比较优势理论应用于服务贸易的各种不同观点和理论。20世纪70年代以来,理论界开始关注服务贸易理论的研究,其中对比较优势理论是否适用于服务贸易的讨论,形成了三种不同的观点。

第一种观点,认为比较优势理论不适用于对服务贸易的分析。理由有三点:一是比较优势理论是建立在对商品贸易分析的基础上,主要分析物品与货币的交换,而服务贸易是劳务与货币的交换,因此分析的基础和对象完全不同;二是服务贸易的生产和消费大多数是同时发生的,具有不确定性和不可储存性,因此难以用比较优势法则进行分析;三是商品贸易和服务贸易的统计方式不一样,商品贸易可以通过海关统计来反映,而服务贸易则只能从各国的国际收支表中来反映,无法评价比较优势带来的利益。

第二种观点,认为比较优势理论可以适用于对服务贸易的分析。理由有以下几点:一是虽然传统比较优势理论讨论的各种内容和方法没有涉及服务贸易,但比较优势理论所包含的原理和法则具有普遍性,对服务贸易也不例外;二是不同的国家在服务行业的要素禀赋方面客观上存在着不同的比较优势,有形资本丰裕的国家在运输服务、信息服务等方面拥有比较优势,而人力资源丰裕的国家在保险服务、民间服务等方面拥有比较优势;三是以资源、劳动力、资本和技术为主的主要要素禀赋同样是构成服务贸易的比较优势基础;四是由于现代商品贸易内容的扩展,使商品贸易与服务贸易更加密切结合,因此服务贸易的比较优势与商品贸易的比较优势是密不可分的。

第三种观点,认为比较优势理论基本适用于服务贸易的分析,但必须做出某些修正和改进。理由有以下几点:一是服务贸易领域同样存在着应用比较优势理论的合理内核,但某些特征不同于商品贸易,如比较成本难以收集和计算,服务投入-产出关系难以明确等,因此必须对比较优势法则作出一定的改进;二是要素禀赋同样是服务贸易比较优势的基础,特别是技术创新逐渐成为服务贸易的重要来源,但服务贸易比较优势与商品贸易比较优势相比较,具有明显的短暂性和移动性;三是由于服务贸易内容的广泛性和构成的复杂性,因此现有的比较优势理论不能完全解释服务贸易的产生和发展,尤其是政府对服务贸易的干预较商品贸易大,从而限制了比较优势理论和法则的普遍适用性。

综上所述,针对比较优势对服务贸易适用性的各种讨论,许多学者提出了各种比较优势应用于服务贸易的新理论。其中,最有影响的理论是显示比较优势理论和迪尔多夫模型理论。显示比较优势理论(revealed comparative advantage),是由R. 迪克(R. Dick)和H. 迪克(H. Dicke)于1979年提出的,其将一个国家在世界服务出口中所占比重与其在世界总出口(包括商品和服务)中所占比重联系起来,通过计算一个国家某种商品或服务的RCA指数,以分析其国际贸易中的比较优势。这样不仅有利于分析和衡量一国对外贸易的竞争力,而且也是最早分析和阐述服务贸易产生的理论和方法。迪尔多夫(Deardorff, 1980)成功地利用传统的H-O模型探讨了服务贸易的比较优势。他选择作为商品贸易副产品的服务贸易、要素移动的服务贸易和要素不移动的服务贸易三个角度,进行了服务贸易比较优势的理论分析后,认为在前两个领域存在着服务贸易比较优势,最后一个领域中比较优势的说服力不强,但经过修正以后基本符合比较优势的法则(谢康, 1998)。此外,许多学者也从不同角度对比较优势理论应用于服务贸易提出了修正和完善

的方法,从而使比较优势理论能够更有效地适用于解释服务贸易的产生和发展。

二、旅游服务贸易比较优势的分析依据

旅游服务贸易是国际服务贸易的重要组成部分,因此有关阐述服务贸易发展的基本理论和方法也适用于阐释旅游服务贸易的产生和发展,比较优势理论适用于旅游服务贸易的前提和基础,是因为该理论经过修正和改进后适用于服务贸易的分析。但为了更好地掌握旅游服务贸易比较优势的分析方法,还需要进一步了解旅游服务的供给特点,旅游服务贸易比较优势分析工具,以及应用比较优势分析方法的假设前提和条件。

1. 旅游服务的供给特点

旅游产品是一种以服务为主的特殊性产品,因而旅游服务供给也是一种特殊的供给,其除了有一般服务产品的市场供给特征外,还具有不同于一般服务产品供给的特殊性。这种特殊性是由旅游服务的供给特点所决定的,主要表现在以下几方面。

(1) 旅游服务供给内容的多样性。旅游服务产品的使用价值在于满足旅游者的生理和心理的需求,而旅游者的需求又是千差万别、多种多样的,从而使旅游服务供给也具有多样性和个体性的特点,即一方面为了满足所有旅游者进行旅游活动的基本需求,必须提供标准而无差别的旅游服务;但另一方面,为了满足每一个旅游者的需求,又要求提供个性化的旅游服务,即使是采用组团旅游方式来提供的组合旅游服务产品,也要注意满足团队中个别旅游者的特殊需求。因此,旅游服务的供给较之于一般服务的供给具有多样性的特点,这一特点对于旅游服务贸易比较优势的分析具有十分重要的影响。

(2) 旅游服务供给消费的产地性。通常,一般物质产品的消费是产品通过流通环节而离开生产地消费,但在旅游服务消费中,一般是通过流通环节使旅游者移动到旅游服务生产地消费。这种特点决定了旅游服务供给既要考虑旅游地的可进入性(包括交通运输能力、出入境因素等),又要考虑旅游地的旅游接待能力(包括住宿餐饮服务能力、景区景点的环境容量等)。从旅游服务贸易的角度,还要考虑旅游地的吸引力,即旅游资源的特色、比较优势和在国际旅游市场上的吸引力和竞争力等。因此,旅游服务贸易的供给既不同于商品贸易的供给,也不同于一般服务贸易的供给。

(3) 旅游服务供给计量的特殊性。旅游服务具有综合性服务的特点,还决定了旅游服务供给的特殊性,即旅游服务必须依托于多种资源、多种设施的有效组合来提供,如交通运输、景区景点、住宿餐饮等。由于旅游服务构成要素具有异质性的特点,因此旅游服务供给既不能用单一的某种服务设施数量来反映,也无法用各种要素服务的综合累加数量来测度,只能用接待的旅游者数量来表征,也就是用旅游地可能接待旅游者人数来反映旅游服务供给的数量及生产能力水平(容量)。这种生产能力(容量),不是指单一的要素服务能力,而是用各要素服务的组合能力来反映,这是旅游服务供给的最重要的特征。

(4) 旅游服务供给时间的持续性。通常,一般物质产品的供给主要通过再生产而连续不断的提供,如果再生产停止则物质产品的生产与供给也就停止。但旅游服务的供给则不一样,无论是景区景点,还是宾馆饭店,一旦投资建成就能在较长一段时间内持续提供服务,有的甚至可以永续利用。这个特点决定了旅游服务的供给弹性较小,其不可能因

旅游市场需求变化而随时调节服务供给。因此在旅游服务贸易中,旅游服务供给的影响因素一般较小,而旅游服务需求的影响因素较大,这就是旅游宣传促销为什么在旅游服务贸易中处于重要地位的根本原因。

(5) 旅游服务供给的不可储存性。旅游服务供给的不可储存性是由于旅游服务生产与消费的同一性所决定。通常,物质产品可利用产品储存作为调节供需矛盾的手段,实现产品的供求均衡。但对旅游服务来讲,由于旅游服务生产、交换与消费的同一性,使旅游服务既不能先于消费而生产,也不可能通过储存来调节旅游服务的供需矛盾。尤其是提供旅游服务的载体,即各种旅游设施一般需要先行投入建设,一旦形成而不能有效利用就会造成资源浪费,只能通过增加旅游者数量来提高其利用率。同时,一旦旅游者数量超过旅游服务接待能力,旅游服务供给也不可能马上得到补充。

2. 旅游服务贸易比较优势的分析条件

根据旅游服务的供给特点,对旅游服务贸易的比较优势分析可以运用经济学中的一般均衡分析方法,利用边际分析、机会成本、生产可能性曲线和社会无差异曲线等分析工具来进行分析。但是,由于旅游服务贸易的内容庞杂、涉及面广,再加上旅游服务供给的特点与一般商品贸易和其他服务贸易也不同,因此应用各种经济学的分析工具和方法,对旅游服务贸易比较优势进行分析时,不能一般地套用商品贸易和其他服务贸易的分析方法和思路,必须假定一些必要的前提条件,才能从理论上掌握旅游服务贸易的比较优势。

(1) 假定一国只生产和提供旅游服务和非旅游服务两种产品。由于旅游服务内容的多样性和综合性,无法用单一的某种旅游服务产品来作为旅游服务的代表性产品,同样也无法用其他某一种产品为代表来与旅游服务产品进行比较。因此,为了理论分析上的简化,在此假设把一国所提供的各种旅游服务统一定义为旅游服务产品,把其他非旅游服务的众多产品定义为非旅游服务产品,于是可以得到一国只生产和提供旅游服务和非旅游服务两种产品,这为进行比较优势理论分析奠定了基础。

(2) 假定国际间旅游服务需求是充分的。旅游服务需求是一种综合性的服务需求,其不仅涉及面广并有其自身的典型特征,而且其需求变化受到多种因素的制约和影响。但是,为了理论上分析的方便和可能,假定国际间对旅游服务需求是充分的,并且不受人们的偏好及其他具体因素的影响和制约,从而在分析旅游服务贸易比较优势时,就可以不考虑旅游服务需求是否充分的前提条件。

(3) 假定国际间的旅游服务贸易往来是自由的。在实际中,某些国家的旅游资源具有一定的独特性和垄断性,同时世界各国对旅游服务贸易也具有一定的贸易壁垒,若把这些因素考虑在内就会使理论分析变得十分复杂。因此,为了理论分析方便,先假设国际间的旅游服务贸易往来是自由进行的,并且也没有垄断性和贸易壁垒等因素的影响下,分析国际间旅游服务贸易的一般情况,然后在考虑实际中各种影响因素所引起的变化,就能够很好地认识和掌握旅游服务贸易的特点和规律。

(4) 假定一国所提供的旅游服务和非旅游服务产品都是能以产品形式计量的。在实际中,旅游服务产品的计量是以旅游者人数为计量单位,而其他非旅游服务产品的计量单位则千差万别,不好进行比较分析。因此,按照前面把旅游服务和非旅游服务高度抽象成两种不同产品的假设,同时假定这两种产品能够以相同的计量单位进行计量,就可以应用

比较优势理论的分析工具和方法,建立比较优势分析模型,对旅游服务贸易进行理论上的分析。

(5) 假定国际间旅游服务贸易信息的获得是充分有效的。旅游服务是一种特殊的服务,其一般是通过各种宣传促销媒介把信息传递给旅游消费者,吸引旅游者移动到旅游目的地进行消费,所以旅游信息是否充分不仅直接影响到旅游者对旅游目的国的选择,而且直接影响到旅游服务贸易的交易数量和规模。因此,为了理论分析的需要,在此也假定国际间旅游服务贸易信息的获得是充分有效的,其对所有旅游服务贸易供给者都是充分的。

三、旅游服务贸易比较优势的分析方法

根据以上对旅游服务贸易比较优势的供给特点、分析工具和基本分析条件的假设,就可以建立旅游服务贸易比较优势的分析模型。为了很好地认识、理解和掌握旅游服务贸易的分析方法,先分析没有贸易情况下的旅游服务封闭均衡模型,然后再分析有贸易情况下的一般旅游服务贸易均衡模型,最后引入一些实际的影响因素,分析旅游服务贸易比较优势理论的应用。

1. 无旅游服务贸易的封闭均衡模型

无旅游服务贸易的封闭均衡模型,是指旅游服务在没有对外贸易情况下的国内生产和消费的均衡。一般讲,从宏观经济的角度看,一国的生产和消费应该是一致的,因此假设一国只生产旅游服务和非旅游服务两种产品,国内也只消费这两种产品,那么它们的生产和消费也应该是均衡的。若以生产可能性曲线表示这两种产品的生产供给,用社会无差异曲线表示这两种产品的消费需求,就可以建立起旅游服务的封闭均衡模型(见图1)。

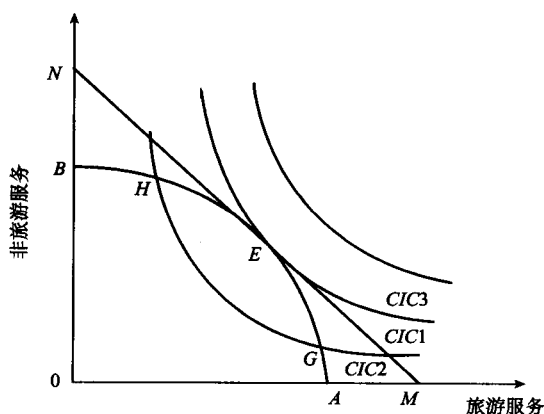


图1 旅游服务封闭均衡模型

在图1中,曲线AB表示一国旅游服务的生产可能性曲线,曲线CIC表示社会无差异曲线,直线MN是旅游服务与非旅游服务产品相对于切点E的斜率,则可以进行理论分析如下:

当社会无差异曲线CIC1与生产可能性曲线AB互切于E点时,表示一国在没有贸

易情况下实现了国内生产与消费的均衡,即该国所提供的旅游服务产品与非旅游服务产品的组合正好满足整个国内对这两种产品的消费需求。而均衡点切线的斜率则表示旅游服务和非旅游服务这两种产品的相对价格,它们也是生产者和消费者都满意的均衡价格。同时,这个价格也是生产的边际转换率或消费的边际替代率,即 $MRT(\text{边际转换率}) = MRS(\text{边际替代率}) = OM/ON = P_x/P_y(\text{相对价格})$ 。

当社会无差异曲线 CIC_2 与生产可能性曲线 AB 相交于 G 点和 H 点时,表示一国国内对旅游服务与非旅游服务产品的两种不同的消费需求组合,其反映了无论在哪一点上国内社会消费需求都低于生产供给,从而出现了生产能力过剩的情况,因此未能实现生产与消费的封闭均衡;而当社会无差异曲线 CIC_3 与该国的生产可能性曲线 AB 既不相交又不相切时,说明该国的生产能力不能满足社会的消费需求,因此也未能实现国内生产与消费的封闭均衡。

2. 一般旅游服务贸易均衡模型

一般旅游服务贸易均衡模型,是基于旅游服务封闭均衡的相对价格在不同国家之间存在着差异,而这种差异反映了各国在国内旅游服务均衡点的边际成本不同,于是这种成本上的比较优势就成为旅游服务贸易产生的基本原因。因此,如果一国旅游服务产品的相对价格低于别国,而非旅游服务产品的相对价格高于别国,就表明旅游服务产品具有出口的比较成本优势,那么该国就可以出口旅游服务产品而进口非旅游服务产品。如果不同国家之间存在着旅游服务和非旅游服务的贸易,那么两国都会调整这两种产品的生产组合,通过减少不具有比较优势产品的要素投入,转而增加具有比较优势产品的生产,以利用专业化生产获得对外贸易的比较利益。如果两国的边际机会成本不变,并且都有条件进行专业化生产和充分的贸易交换,那么两国对旅游服务和非旅游服务贸易的专业化生产就可能完全实现,并使专业化生产的程度持续到贸易均衡点,即两国产品相对价格没有差异的均衡点。

在图 2 中,假定甲、乙两国生产和提供旅游服务和非旅游服务产品的边际机会成本不变,且甲国旅游服务产品的相对价格 PE 低于乙国的相对价格 PE' ,则甲、乙两国的生产可能性曲线分别为直线 AB 和 A_1B_1 ,同时由于两国的消费习惯和偏好不同而使社会无差异曲线不同,分别为 CIC_1 和 CIC_1' ,这样在无贸易情况下甲、乙两国的生产和消费的封闭均衡点分别为 E 点和 E' 点。

如果甲、乙两国之间有可能进行旅游服务和非旅游服务贸易,则甲国可能增加有比较优势的旅游服务产品(X)的生产,而减少非旅游服务产品(Y)的生产;乙国则可能增加有比较优势的非旅游服务产品(Y)的生产,而减少旅游服务产品(X)的生产。若甲、乙两国都有条件进行专业化生产和完全的自由贸易,则甲国可以把全部要素用于旅游服务产品的生产,并达到最大生产量 A 点;而乙国可以把全部要素用于非旅游服务产品的生产,并达到最大生产量 B_1 点,虚线即进行完全专业化生产的贸易线。这样,只要甲、乙两国的贸易交换比例介于两国国内交换比例之间,则两国所得到的旅游服务和非旅游服务产品的生产和消费总量 AB' 或 B_1A' 均大于无贸易情况下的产品消费总量 AB 或 A_1B_1 。与此同时,甲、乙两国的生产和消费的贸易均衡水平也相应提高,甲国由封闭均衡点 E 上升到贸易均衡点 F ,乙国由封闭均衡点 E' 上升到贸易均衡点 F' ;甲国通过旅游服务贸易比

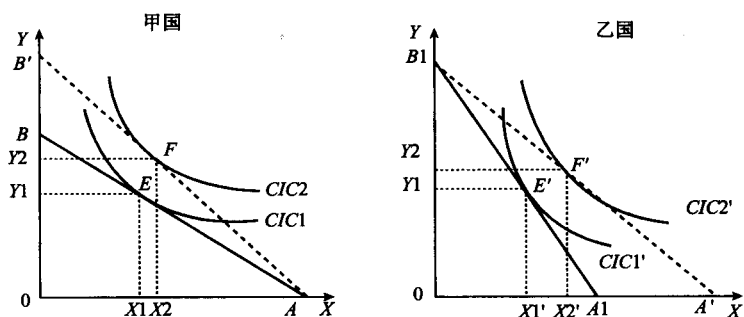


图 2 一般旅游服务贸易均衡模型(边际成本不变)

较优势而实际获得的贸易利益为 $X_1X_2Y_2Y_1$ 部分,乙国通过非旅游服务贸易比较优势而获得的贸易利益为 $X_1'X_2'Y_2'Y_1'$ 部分。可见,甲、乙两国通过比较优势产品的专业化生产和贸易,不仅提高了两国整个社会的总产量,而且使两国都获得了贸易比较利益。

3. 要素禀赋的旅游服务贸易均衡

要素禀赋的旅游服务贸易均衡,是针对旅游服务的特殊性情况,并充分考虑现实中决定旅游服务贸易的各种比较优势因素后的一种接近现实的贸易均衡。在现实国际旅游服务贸易中,由于各国所拥有的旅游资源、劳动力、资本等要素禀赋不一样,必然影响各国旅游服务的生产供给也不一样,从而使各国生产可能性曲线的形状也不一样。同时,在现实中由于许多生产要素的替代能力有限和要素在行业间转移的限制因素,尤其是旅游服务产品在旅游交通、旅游接待等基础设施的高投入和供给持续性特点,使各国增加旅游服务产品生产的机会成本一般是递增的,因此生产可能性曲线通常是一条凹向原点的曲线。于是,可以通过建立要素禀赋的旅游服务贸易均衡模型,来分析在机会成本递增时,具有不同消费习惯和偏好,以及旅游生产比较优势情况下,旅游服务贸易所带来的贸易比较利益。

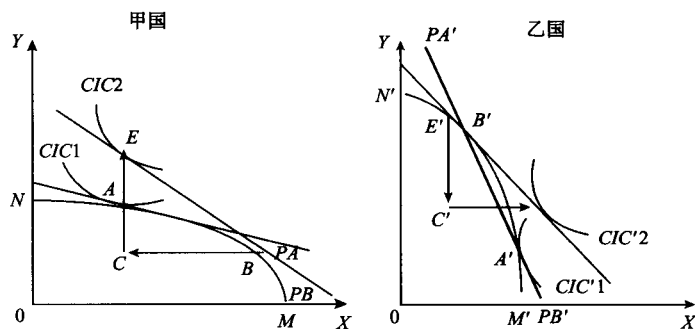


图 3 要素禀赋的旅游服务贸易均衡模型(边际成本递增)

在图 3 中,由于甲国拥有旅游服务的要素禀赋,因此在边际成本递增情况下,甲国的生产可能性曲线为 MN ;由于乙国拥有非旅游服务的要素禀赋,因此在边际成本递增情况

下,乙国的生产可能性曲线为 $M'N'$;同时由于两国对旅游服务的需求偏好和消费习惯不同,因此两国社会无差异曲线的形状和位置也不一样;由此决定了两国的封闭均衡点和相对价格也不同。甲国旅游服务的相对价格 PA 低于乙国旅游服务的相对价格 PA' ,即 PA 的斜率小于 PA' ,因此甲国在旅游服务产品方面具有比较优势,而乙国则在非旅游服务产品方面具有比较优势,为两国之间开展贸易提供了基础。如果甲、乙两国之间具有进行自由贸易的可能性,则甲国将增加生产和提供具有比较优势的旅游服务产品,因此其产品组合将从 A 点逐渐下移;而乙国则将增加生产和提供具有比较优势的非旅游服务产品,因此其产品组合将从 A' 点逐渐上移,直到两国的产品组合移动到相对价格相等点 ($C=C'$),即 B 点的斜率 PB 和 B' 点的斜率 PB' 相等。这时,在相对价格相等点 ($C=C'$) 的基础上,甲国的消费由封闭均衡点 A 增加到贸易均衡点 E ,并与社会无差异曲线 CIC_2 相切,乙国的消费由封闭均衡点 A' 增加到贸易均衡点 E' ,并与社会无差异曲线 CIC'_2 相切,表明通过贸易使两国的消费水平都有了提高。

从以上的理论分析显示,在考虑到现实中客观存在着边际成本递增、需求偏好和消费习惯不同的情况下,各国通过充分发挥旅游要素禀赋的比较优势,实行专业化生产同样可以获得比非贸易情况下更多的比较利益。

4. 有限制的旅游服务贸易均衡

以上三种旅游服务贸易均衡的分析,都是建立在旅游服务贸易自由化的假定情况下。但在国际旅游服务贸易实际中,由于各种因素的影响和各国对旅游服务提供的政策限制,因此决定了不可能完全按照贸易自由化的情况来提供国际旅游服务。那么,在有影响和限制的情况下旅游服务贸易比较优势是否还能发挥作用?

假定甲国由于各种因素的影响和政策限制,不可能通过增加旅游服务产品的专业化来获得贸易均衡。但由于该国具有旅游服务要素的比较优势,仍然可以按照国内封闭均衡点 A 的组合进行对外贸易,即以目前的国际相对价格 PC ($PC = PB$) 向乙国提供旅游服务产品,同时进口不具有比较优势的非旅游服务产品,则甲国的消费总水平同样可以提高到新的贸易均衡点 H (见图 4),并且与社会无差异曲线 CIC_3 相切,同样获得相应的贸易比较利益。因此,即使在各种因素影响和政策限制下,旅游服务贸易的比较优势同样可以带来贸易比较利益。

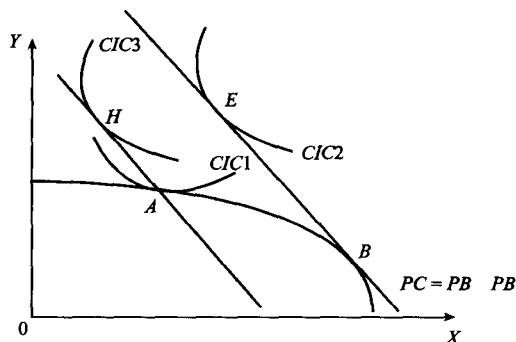


图 4 有限制的旅游服务贸易均衡模型

四、旅游服务贸易比较优势的決定和影响因素

根据国际贸易和服务贸易理论,结合旅游服务的供给特征,和对旅游服务贸易比较优势的模型分析,可以看出比较优势理论同样适用于旅游服务贸易。因此,必须进一步分析构成旅游服务贸易比较优势的決定因素和影响因素是哪些。

1. 旅游服务貿易的決定因素

对于旅游服务貿易的決定因素,法国学者韦拉(F. Weila)在《国际旅游经济与政策》一书中曾明确指出:国际旅游的決定因素主要指那些对国际旅游发展具有经常性影响的因素,如要素禀賦、比较成本和旅游需求等,通过对这些因素的分析 and 研究,对于认识和理解国际旅游的机制是十分重要的,从中可以看出哪些因素对国际旅游流量最有影响(韦拉,1989)。因此从供给角度看,旅游服务貿易的決定因素主要是要素禀賦和要素丰裕程度。所谓要素禀賦(factor endowment),就是指一国拥有各种生产要素的数量;所谓要素丰裕程度(factor abundance),则是指在一国生产要素禀賦中,某种要素的供给比例大于其他国家同种要素的供给比例,而且相对价格低于其他国家同种要素的相对价格。在国际贸易中,按照比较利益原则,各国通常总是把丰裕供应的要素用于出口,而对稀缺供给的要素则进口。因此,旅游服务貿易的产生和发展同样受到旅游生产要素禀賦和丰裕程度的決定和影响。

要素禀賦理论认为,任何经济活动都离不开土地(广义资源)、劳动力、资本、企业家才能等基本的生产要素,因此各国生产要素的禀賦和丰裕程度不仅決定和影响其经济发展状况,而且也决定了其对外贸易的模式和结构。旅游服务貿易作为一种国际经济活动和服务貿易的重要组成部分,其生产要素同样包括旅游资源、劳动力、资本和企业家才能四方面,这些生产要素的禀賦和丰裕程度决定了旅游服务貿易的产生和发展。

(1) 旅游资源要素。旅游资源不仅是国际旅游产生和发展的物质基础,而且是旅游服务貿易的前提条件,特别是那些具有垄断性的旅游资源,往往形成了某些国家或地区在国际旅游中的竞争优势和地位。例如,地中海、加勒比海沿岸和岛屿国家及地区,之所以长期以来成为国际旅游的重要目的地,就在于其拥有独特的海岛海滨旅游资源;而东亚太地区丰富的自然旅游资源和多样化的政治经济和社会文化,也使该区域的国际旅游迅速发展,成为具有较大发展潜力的旅游区。因此,一个国家或地区旅游资源的禀賦和丰裕程度不仅决定了其旅游发展的前景和潜力,而且也决定了其旅游服务貿易的比较优势和竞争力。

(2) 劳动力要素。国际旅游业作为一个以服务为主的经济产业,劳动者的服务活动不仅构成现代旅游经济的主要内容,而且劳动力的数量和质量直接決定和影响国际旅游的产生和发展。一方面,现代旅游业是以提供服务为主的劳动密集型产业,其健康持续发展需要大量的劳动力来支持。因此,劳动力要素丰裕的国家或地区,不仅具有发展国内旅游的潜力,而且也具有发展国际旅游的比较优势,即能够以充裕的劳动供给和相对较低的服务价格吸引更多的国际旅游者。另一方面,国际旅游是一种外向型经济,要求旅游服务必须符合国际标准和水平,因而劳动力的质量和水平既对国际旅游的发展产生重要的

影响作用,同时也决定了旅游人才(包括服务和管理人才)的国际间交流和流动。

(3) 资本要素。资本不仅是国际旅游发展的重要决定因素,也是旅游资源比较优势发挥的重要条件。对于以旅游资源为依托的旅游产品,其向国际旅游者提供的前提条件是必须具有良好的通达条件和接待条件,而支撑通达条件和接待条件的基础设施和接待设施的建设往往需要大量的资本投入。因此,许多发展中国家和地区虽然拥有旅游资源和劳动力的比较优势,但由于资本短缺而无法提供良好的通达条件和接待设施,从而制约了其国际旅游发展的速度。反之,一些国家或地区由于拥有充足的资本,使其在旅游资源和劳动力贫乏的状况下,也能够利用资本充足的比较优势而大力发展国际旅游,如新加坡、摩纳哥和中国香港特别行政区都是通过兴建各种主题公园和提供旅游集散功能等来发展国际旅游。

(4) 企业家才能。企业家才能作为一种重要的国际旅游要素,其不仅仅是把旅游资源、劳动力和资本有机组合而形成提供国际旅游者的产品,通常还包含管理能力、营销与服务能力、分销系统、培训方法、理解顾客并与之沟通的新方法,以及对各种信息的创新运用等,尤其是企业家的创新能力直接对旅游比较优势产生决定和影响作用。一方面,企业家总是根据旅游市场的需求和发展趋势来决定旅游要素的组合,其决策不仅决定了国际旅游产品的发展类型,而且决定和影响着国际旅游客流的流向、流量和旅游时序。另一方面,企业家还从追求最大收益目标出发优化旅游要素的组合,努力降低旅游产品成本,提高服务效率,以获得相对较大的旅游收益,从而有效地发挥国际旅游的比较优势。

2. 旅游服务贸易比较优势的影响因素

旅游服务贸易比较优势除了受旅游资源、劳动力、资本和企业家才能的决定和影响外,在具体的旅游服务贸易中往往还受到需求因素、比较成本因素、技术创新因素、企业竞争策略、国家贸易政策及其他非经济因素的作用和影响。

(1) 旅游需求因素。旅游需求不仅是国际旅游产生和发展的决定因素,而且也是影响旅游比较优势发挥的重要因素。因为任何市场上产品供给的变化都离不开需求方面的作用 and 影响,国际旅游也不例外,没有旅游需求就没有旅游市场和旅游产业,也就谈不上旅游比较优势。旅游需求对旅游比较优势的作用和影响主要反映在三方面:一是旅游需求决定国际旅游客源市场的规模和分布,从而影响着国际旅游贸易的流向和分布;二是旅游需求和供给共同决定国际旅游的价格,从而影响着国际旅游贸易的流量和结构;三是旅游需求影响国际旅游生产要素(除了垄断性要素)价格均等化,从而影响着各国旅游比较优势的实现和发挥。正是由于旅游需求对世界各国旅游比较优势具有重要的作用和影响,因此各国都十分重视对国际旅游需求的调查、分析和研究,以便更好地运用和发挥各国的旅游比较优势。

(2) 比较成本因素。在国际商品贸易中,比较成本的优势来自于专业化生产,但在国际旅游贸易中,由于旅游产品的无形性、暂时性和形式多样性,导致国际旅游即使是大众旅游也包含着千差万别的形式,使旅游产品无法形成类似物质产品生产的专业化和规模化。因此,国际旅游的比较成本因素一般不是旅游产品的专业化或规模化(不包括具有物质性产品贸易在内,如餐饮、旅游商品等),而是体现在产品质量、劳动成本、汇率变化等方面。从旅游产品质量看,其差别性主要体现在吸引物和旅游服务上,即相同价格下提供高