

旅游管理英文原版精品教材

THE ECONOMICS OF TRAVEL AND TOURISM

旅游经济学

Adrian Bull

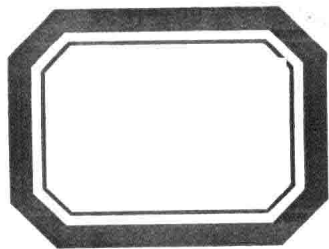
第二版(Second Edition)

(英) 亚德里恩·布尔 著

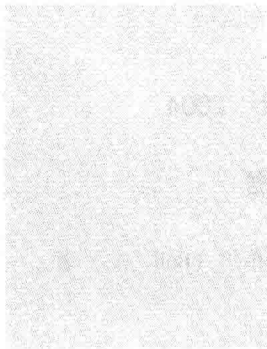


FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

THOMSON



青品教材



旅游经济学

(第二版)

The Economics of Travel and Tourism

(Second Edition)

(英) 亚德里恩·布尔 著
(Adrian Bull)

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大 连

© 东北财经大学出版社 2004

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济学: 第二版 / (英) 布尔 (Bull, A.) 著. — 大连: 东北财经大学出版社, 2004.5

(旅游管理英文原版精品教材)

书名原文: The Economics of Travel and Tourism

ISBN 7-81084-380-X

I. 旅… II. 布… III. 旅游经济学-高等学校-教材-英文 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 009048 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06-2004-07 号

Adrian Bull: The Economics of Travel and Tourism, Second Edition

Copyright © 1995 by Addison Wesley Longman Australia Pty Ltd, original ISBN 0-582-80731-X

This edition of The Economics of Travel and Tourism, Second Edition is published by arrangement with Pearson Education Australia Pty Limited for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书英文影印版由东北财经大学出版社在中华人民共和国境内 (不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾) 独家出版发行。未经出版者预先书面许可, 任何人均不得复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@vip.sina.com

沈阳新华印刷厂印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm

印张: 18 1/4

2004 年 5 月第 1 版

2004 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤

定价: 30.00 元

旅游管理英文原版精品教材

编审委员会

(以姓氏笔画为序)

- 马 波** 青岛大学旅游学院院长，教授，博士生导师，中国区域旅游开发专业委员会副会长
- 马 勇** 湖北大学旅游发展研究院院长，教授，教育部工商管理教学指导委员会委员，湖北省旅游学会理事长
- 马耀峰** 陕西师范大学旅游与环境学院副院长，旅游系主任，教授，博士生导师，中国地理学会旅游地理专业委员会副主任，陕西省旅游协会理事，陕西省省委省政府决策咨询委员会委员
- 王 民** 哈尔滨工业大学管理学院旅游管理教研室主任，副教授
- 王 健** 南开大学国际商学院旅游学系主任，教授，天津旅游学会常务理事，中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁员
- 王德刚** 山东大学管理学院旅游管理系，教授，山东省旅游专家委员会委员，山东省森林资源评价委员会委员，济南市城市规划专家委员会委员
- 田 里** 云南大学工商管理与旅游管理学院院长，教授，博士生导师，教育部工商管理教学指导委员会委员
- 冯学钢** 华东师范大学商学院旅游系主任，副教授
- 李 红** 河北经贸大学工商管理学院旅游管理系主任，教授，河北省策划学会副秘书长，北方大学城兼职教授
- 刘 菲** 北京工商大学商学院，教授，中国商业联合会专家委员，中国饭店协会客座教授

- 吴必虎** 北京大学旅游研究与规划中心主任,教授,世界旅游组织(WTO)咨询专家,国家旅游局《中国最佳旅游城市标准》中方专家组组长,中国地理学会旅游地理专业委员会副主任
- 辛建荣** 中国地质大学(武汉)旅游系主任,教授,中国地质大学旅游发展研究院院长,湖北省旅游学会副理事长
- 肖 星** 海南大学旅游学院副院长,教授,海南大学旅游开发与规划研究中心主任
- 余炳炎** 上海旅游高等专科学校,教授,国家级饭店星级评定员
- 张俐俐** 海南大学现代经济研究所副所长,教授,亚太旅游协会理事,海南省现代化管理学会副会长,海南省经济联合会副会长,海南省旅游协会常务理事,天津市旅游学会理事
- 邹益民** 浙江大学旅游学院常务副院长,教授
- 武邦涛** 上海交通大学安泰管理学院旅游发展研究中心主任,教授,上海市旅游协会教育分会常务理事
- 郑向敏** 华侨大学经济管理学院副院长,教授,博士生导师,华侨大学旅游科学研究所所长,福建省旅游学会副会长,天津大学管理学院校外博士生导师
- 陆 林** 安徽师范大学旅游发展与规划研究中心主任,教授,博士生导师,中国地理学会旅游地理专业委员会副主任
- 郑 焱** 湖南师范大学旅游学院学位委员会主任,教授,博士生导师,湖南省旅游学会副会长,中国民建中央委员会委员
- 林增学** 桂林旅游高等专科学校旅游管理系主任,副教授,桂旅旅游规划设计研究院常务副院长
- 段开成** 暨南大学深圳旅游学院院长助理,副教授
- 夏林根** 复旦大学旅游系旅游管理教研室主任,教授,中国旅游报上海记者站站长,中国管理科学院高级研究员,中国《发现》杂志副理事长
- 郝 索** 西北大学经济管理学院院长助理,教授,博士生导师,中国旅游协会理事,中国旅游学术论坛委员
- 保继刚** 中山大学地理科学与规划学院院长,教授,博士生导师,中山大学旅游发展与规划研究中心主任,International Academy for Tourism Studies 会员
- 唐代剑** 浙江工商大学旅游学院院长,教授,博士生导师,浙江省旅游科学研究所所长,亚太旅游协会(PATA)专家,杭州旅游协会副会长
- 敖利琳** 广东商学院旅游与环境学院院长,副教授,广东省商业经济协会理事,广东省烹饪协会常务理事
- 党金学** 西安外国语学院旅游学院院长,教授,陕西省旅游协会理事,陕西省翻译工作者协会理事

- 梁明珠 暨南大学旅游研究所副所长，副教授
- 黄福才 厦门大学管理学院旅游系主任，教授，博士生导师
- 喻学才 东南大学旅游研究所所长，教授，博士生导师，中国水汧学会水汧文化开发委员会副主任，扬州大学等高校兼职教授，江苏、山东等省旅游发展咨询专家
- 谢彦君 东北财经大学旅游与酒店管理学院院长，教授，中国旅游学术论坛（CTA）执行委员；中国地理学会区域旅游开发专业委员会理事，辽宁省旅游协会旅游教育分会副会长，国际旅游教育家学会（ISTTE）会员；《旅游教育学报》（*Journal of Teaching in Travel & Tourism*）中国编委，《旅游科学》编委
- 熊元斌 武汉大学商学院旅游管理系副主任，教授，博士生导师，武汉大学旅游规划设计研究院副院长
- 黎 洁 西安交通大学管理学院旅游管理系主任，副教授

丛书总序

正如世界旅游组织早在上个世纪末曾经预测的那样，进入 20 世纪 90 年代后，在影响旅游业发展的市场因素呈现出很多新变化的同时，诸多外源因素也在出现重大变化。虽然这些外源因素的变化对旅游业发展的影响程度目前尚不易确定，但有一点可以肯定的是，这些外源因素的变化将会对旅游从业人员，特别是对旅游管理者提出新的要求，从而也会对旅游研究和旅游教育产生影响。国际上旅游实业界和旅游学术界不少人士都认为，旅游研究和旅游教育正面临新的发展阶段，其原因也在于此。

在这些影响旅游业未来发展的外源因素中，人们的共识程度最高并且表现最为现实的重大因素之一要算是经济发展的全球化。这意味着旅游企业的跨国经营将成为不断扩大的发展趋势。为了适应这一趋势，旅游企业管理人员需要增加对国际经营管理，特别是对有关国家文化特点的了解和认识，因为有效的管理永远是植根于文化之中的。借用著名的管理学家彼得·德鲁克的话来说，就是“无论是在德国、英国、美国、日本还是在巴西，企业管理者的任务都是完全一样的，而他们（在不同国家中）完成任务的做法则是不同的”。这在很大程度上意味着，今后旅游教育的目标不应仅限于培养“国内型”人才，而应向培养“国际型”人才拓展。就我国旅游业经营中所面临“国际竞争国内化、国内竞争国际化”的现实情况而言，若要使所培养出来的旅游人才能够适应经济全球化的发展，特别是能够胜任国际经营管理工作的需要，旅游教育部门便不能无视“同国际接轨”对旅游人才培养工作的重要性。

改革开放 20 多年来，我国旅游研究和旅游教育工作者本着服务于建设具有中国特色旅游业的宗旨，在旅游研究方

面做出了很大的成绩，并且在理论体系上形成了自身的特点。但不能不看到，一方面我国的旅游研究很大程度上是在借鉴西方已有经验和成果的基础上发展起来的，另一方面当今世界上旅游理论研究的发展动向仍由西方学者主导。正如教育部“工商管理学科专业教育教学改革与发展战略研究”报告中所指出的那样，过去，由于种种因素的影响，我国学术界对国外最新理论研究的了解和认知存在明显的滞后性。随着经济全球化的发展，加之现代科技的进步，这种时间上的滞后性已有了显著改善的可能。利用这一机会，推进我国的旅游研究，改善我国旅游人才的培养质量，无疑应成为需要认真面对的重要任务。最近数年来，教育部一直在倡导实行双语教学，实可谓是与与时俱进的有识之举。

学习和借鉴国外旅游业的管理经验以及了解和掌握国际上旅游研究的动态有多种不同的途径。就旅游教育而言，最基本并且最可行的途径之一便是引进国外先进的教科书和研究成果，包括出版有关的翻译作品和直接引进国外原著。一个时期以来，我国在出版国外有关旅游研究的翻译作品方面做了不少工作。但在成系列地直接引进国外原著方面似乎仍属空白。东北财经大学出版社旅游管理英文原版精品教材的出版，开创了这一领域的先河。同阅读翻译作品相比较，直接阅读国外原著应当说具有更多的好处。首先，它可以避免因译者方面的原因而可能出现的纰漏或差错；其次，它有助于训练专业外语文献的阅读能力；再次，在尽享原著思想真谛的同时，它有利于提高专业外语表达能力。另外，这套英文原版的引进出版也会以其大大低于国外原版的价格，给支付能力有限的国内读者带来难得的经济实惠。

作为中国首批旅游研究和旅游教育工作者中的一员，我本人从阅读和学习国外旅游学术原著中获益良多。因此，我很乐意为东北财经大学出版社引进的这套旅游管理英文原版精品教材作序，并向旅游院校的师生以及有兴趣了解国外旅游研究和旅游业发展情况的读者推荐这套丛书。我相信，通过对这些“洋梨”的品尝，大家定会有“消食开胃”的收获。

李天元

2004 年于南开大学

Introduction

There are few human activities which can simultaneously attract academic attention from economists, geographers, environmental scientists, psychologists, sociologists, political and management researchers. Tourism is one.

Each of these disciplines has its own view to contribute to the study of an activity which accounts for an increasing call on global resources and use of people's time. As a result, three approaches have developed to the study of tourism.

The first is the *business studies* approach, which clearly regards travel and tourism as an industry, or set of industries, requiring management and operational skills appropriate to enterprise needs. So for example we have texts on retail travel practice, on front office operations, and so on, culminating in specialised applications of management and marketing to the whole sector.

The second approach is basically *holistic*. More academic than the first approach, scholars attempt to provide a multi-disciplinary view of tourism activity, perhaps with the objective of striving to develop a self-standing theory of tourism. Distinguished scholars such as Alberto Sessa (1984) have sought to build such a methodology, although they admit that a lack of research implies a weak theoretical framework. Nonetheless, we are surely feeling our way towards a 'touristic corpus of knowledge', based perhaps on regarding tourism as a system or system set (e.g. Kaspar 1986).

Thirdly, it is possible to have a *discipline-based* approach to study. Using, say, a social science such as economics or geography as a theory base, we can attempt to identify what is significant or special about travel and tourism compared with other activities. Undoubtedly there is the danger of ignoring aspects of activity which do not relate directly to the basic discipline, but perhaps that simply pressures scholars to re-evaluate the scope of their own discipline. A reductionist rather than holistic approach may not give us a pleasing view of the whole house, but enables an understanding of how the floor, walls and roof function.

Economics in travel and tourism

This text takes mainly the third approach. Although it would be foolish to take no notice of environmental, marketing or behavioural contributions, it is essentially based in economic theory. Writers such as H Peter Gray (1970, 1982 and 1984) broke published ground by identifying some of the central issues in tourism to which economic analysis can contribute.

Tourism has some distinct characteristics which I hope will show in this text. Resource immobility, capacity constraints, seasonality, and consumers' inability to experience the product before purchase are some of the hallmarks (Aislabie 1988). As an industry it also tends to have a far wider impact on host economies than many other industries.

Since we are dealing with the *economics* of travel and tourism activity, much of this book is concerned with commercial marketplaces. The bulk of commercial payments in tourism are for travel and accommodation, so there is a concentration on these areas, especially in the first, generally microeconomic, half of the book. The second half broadens out into the macroeconomic picture of tourism's role within national economies, and examines some specific problems such as unpriced services, the environment and multinational enterprise.

This text is designed for those who have some familiarity with economics, preferably having completed at least a first year university or college course. It does not attempt to specialise in the travel and tourism activity of any one country, but seeks to draw examples globally. Where there is nothing specially distinctive about tourism in relation to an economic concept, little will be said. Equally, references are constrained to those which most readily expand on topics covered. Readers without a background in economics are advised to refer to any good basic text first, especially to cover microeconomic concepts such as opportunity cost, utility, or economies of scale.

Acknowledgments

I should like specifically to thank: Peter Chapman of Complete Travel and Paul Macrae of Southern Cross Galileo for computerized information; John Tisdell of the University of Queensland for help in linear programming; Professor Clem Tisdell of the University of Queensland for his constructive comments; and those in the travel and tourism industry, students and colleagues who have helped with information, advice and encouragement. Any deficiencies in the text are my own.

Preface to the 2nd edition

Since the first edition of this text appeared in 1991, travel and tourism worldwide has continued to represent an increasing percentage of economic activity, albeit with disruptions caused by events such as the 1991 Gulf War. The World Tourism Organisation and World Travel and Tourism Council estimate that international tourism expenditures/receipts were worth US\$330 billion in 1993, and will be worth US\$550 billion or more, at 1993 prices, by 2005. It is estimated that international tourism employs some 127 million people. No-one has reliably valued domestic tourism, but it is fair to assume that its addition would at least double the above figures.

This edition contains some new elements, such as a number of case studies to encourage empirical study of concepts presented in the text. In addition, it updates and expands on some of the topics in the first edition. Thanks are due to the many commentators who have supplied valid criticisms and helpful suggestions. In particular, I should like to thank Mark Hopf of Harvey World Travel for current travel information, and Professor Neil Leiper of Southern Cross University and Professor Stephen Smith of the University of Waterloo for their valuable comments.

目 录

前言	ix
第二版序	xi
第 1 章 旅游资源	1
旅游的概念	1
旅游的操作性定义	2
旅游业及其产品	3
资源	4
旅游资源	5
资源组合	7
资源利用的控制和报酬	9
思考题	10
第 2 章 游客类型	11
市场细分的重要性	11
以旅游动机为标准的市场细分	12
以心理类型为标准的市场细分	14
以旅游活动效应为标准的市场细分	15
游客类型的历时变化	16
当今的游客类型：一个小结	17
不同游客类型的需要和影响	18
游客类型和旅游目的地的经济政策	21
附录 A 市场细分的定义及其价值最大化	22
思考题	24
第 3 章 旅游需求	25
需求的本质	25
旅游产品和游客购买目的	26
影响旅游需求的变量和限制因素	28
旅游需求的决策层次	30

旅游需求的约束条件	34
收入和价格效应	35
影响旅游需求的其他主要变量	41
总结	44
附录 A 距离衰减函数	45
附录 B 兰克斯坦需求模型在旅游中的应用	47
思考题	51
第 4 章 旅游企业	53
引言	53
旅游企业的经营目标	53
市场结构	57
旅游交通	64
住宿业	66
景点和辅助服务	68
中间商	69
企业合并	71
集中化	75
附录 A 差别垄断与机票价格歧视	77
思考题	78
第 5 章 旅游产品供给	79
供给决策	79
旅游产品供给的时间框架	80
生产函数和投入品	81
旅游业的成本和供给	84
旅游产品定价	86
供给弹性	87
航空运输	89
游轮观光	92
酒店和旅馆业	94
自然和历史吸引物	96
航空旅行社	98
供给控制	101
附录 A 线性规划在飞机制造中的应用	102

附录 B 游轮时刻表	104
思考题	104
第 6 章 旅游市场均衡	105
局部均衡的形成	105
确认旅游市场均衡所面临的难题	105
导致均衡移动的因素	107
旅游均衡的动态变化	111
长周期和旅游在一般均衡中的作用	114
思考题	116
案例研究 1 旅游需求的增长与变化——以佛罗里达中心地区为例	117
案例研究 2 捷克共和国布拉格市的旅游供给	120
第 7 章 旅游业增长与国民经济	124
引论	124
国民经济	124
影响旅游业对 GDP 贡献的因素	125
测度旅游业对 GDP 的贡献所面临的难题	128
旅游业对 GDP 贡献的国际比较	129
测量方法	132
旅游增长及其经济效应	134
旅游业产值预测	136
思考题	139
第 8 章 就业和收入	140
国民收入	140
国民收入分配	141
旅游对就业的直接价值	142
客源地收入分配	146
二次就业和收入 1: 旅游乘数	148
就业乘数和其他乘数	151
二次就业和收入 2: 投入—产出分析	153
劳动力市场和就业	156
总结: 旅游和经济	158
附录 A 关于旅游消费二次效应的经验性研究成果	160
思考题	161

第 9 章 无定价价值和外部性	162
引言：市场缺失经济学	162
游客价值	163
旅游业中公共品和非交易产品的总价值	167
净价值和机会成本	170
旅游资产理论	171
外部性	172
旅游业外部效应分类	173
旅游开发的成本—收益分析	175
最大化旅游的总社会价值	176
附录 A 饭馆的旅行成本价值	178
思考题	178
第 10 章 旅游国际收支	179
国际收支术语	179
旅游业的比较优势	180
旅游支付统计	181
旅行收支	182
旅游收支	183
外汇收入对旅游业的依赖	184
旅游开发的影响	186
旅游国际收支政策	188
附录 A 航空自由权	190
思考题	191
第 11 章 跨国旅游公司	192
跨国公司类型	192
跨国投资理论	193
旅游企业跨国经营的理由	195
跨国航空旅游公司	197
旅行社及相关服务行业跨国公司	199
住宿跨国公司	200
旅行经营和游轮跨国公司	201
对东道国经济的影响	203
对母国经济和旅游流的影响	208

思考题	209
第 12 章 政府的经济职能	210
宏观经济管理	210
旅游部门经济管理	211
旅游税收	212
政府对旅游业的支出	214
再分配政策	219
旅游部门管制	220
政府作为供给者和消费者	224
思考题	226
第 13 章 旅游投资	227
投资原理	227
旅游投资	229
旅游事件投资	233
可行性分析和投资模型	234
资金来源	236
影响旅游业收益和未来的因素	237
思考题	239
案例研究 3 地中海俱乐部	240
案例研究 4 地方政府和旅游业	242
缩略词	245
参考文献	246
索引	256

CONTENTS

INTRODUCTION	ix
PREFACE TO THE SECOND EDITION	xi
CHAPTER 1 RESOURCES IN TOURISM	1
Tourism concepts	1
Working definitions in travel and tourism	2
The tourism industry and its products	3
Resources	4
Travel and tourism resources	5
Resource combinations	7
Controlling and rewarding resource use	9
CHAPTER 2 TOURIST TYPES	11
The importance of segmentation	11
Segmentation by purpose of travel	12
Psychographic segmentation	14
Interactional segmentation	15
Changes in tourist types over time	16
Types of tourists today : a summary	17
The needs and impacts of different types of tourists	18
Types of tourist and destination economic policy	21
Chapter Appendix A Defining market segments and optimising their value	22
Segment definition	22
Optimising segments' value	23
CHAPTER 3 THE ECONOMICS OF TOURISM DEMAND	25
The nature of demand	25
Products and buyer objectives in tourism	26
Types of variables influencing and constraining tourism demand	28
Levels of choice in travel and tourism demand	30
Constraints on tourism demand	34
Income and price effects	35
Other special variables in tourism demand	41
Summary	44
Chapter Appendix A The distance decay function	45
Chapter Appendix B The Lancasterian demand model applied to tourism	47