

全国高职高专教育规划教材

# 实用旅游经济学

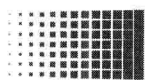
谭为跃 主编

方颖 张敏娜 史海华 副主编



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

全国高职高专教育规划教材



# 实用旅游经济学



Shiyong Lüyou Jingjixue

谭为跃 主 编  
方 颖 张敏娜 史海华 副主编



高等教育出版社·北京  
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

## 内容提要

本书是全国高职高专教育规划教材。全书包括旅游经济学概述、旅游产品及开发、旅游产品需求与供给、旅游产业结构优化、旅游收入与分配、旅游消费及效果、旅游经济效益与评价、旅游经济发展模式、旅游经济的可持续发展战略共9章内容。

本书本着“实用”、“够用”的原则,针对理论内容做了适度删减,使教材难易适中、通俗易懂;同时拓展了具有时代性和前瞻性的新知识,从旅游产业界引用了大量的新案例。既突出了重点内容,又考量了热点、难点问题,融理论与实践为一体,定性与定量相结合,简明扼要,深入浅出,具有较强的科学性、实用性和实践性。

本书可作为高等职业学院、高等专科学校、应用型本科院校、成人高等教育旅游类专业课程教材,也可以作为企业岗位培训教材和社会从业人士的业务参考书。

## 图书在版编目(CIP)数据

实用旅游经济学/谭为跃主编. —北京:高等教育出版社,2012.6

ISBN 978 - 7 - 04 - 034956 - 6

I. ①实… II. ①谭… III. ①旅游经济学 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 091421 号

策划编辑 高 飞      责任编辑 高 飞      特约编辑 宿世臣      封面设计 赵 阳  
版式设计 余 杨      责任校对 金 辉      责任印制 毛斯璐

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街 4 号  
邮政编码 100120  
印 刷 北京印刷一厂  
开 本 787mm × 1092mm 1/16  
印 张 12.25  
字 数 290 千字  
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>  
网上订购 <http://www.landrao.com>  
<http://www.landrao.com.cn>  
版 次 2012 年 6 月第 1 版  
印 次 2012 年 6 月第 1 次印刷  
定 价 22.00 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  
物料号 34956-00

# 前 言

旅游经济学是全国高职高专教育旅游类专业基础课之一。基于高职高专教育的特点以及高职高专学生既有的知识水平和理论涵养的考虑,本着“实用”、“够用”的原则,我们对现有的各种版本的《旅游经济学》教材做了充分的调研,以展望行业宏观为视角,以服务微观应用为立足点,正确处理宏观与微观的关系,以提升旅游经济学的可应用性。我们对理论内容做了适度删减,以使教材难易适中、通俗易懂,符合高职高专层次学生的需要。根据当前旅游经济的蓬勃发展,又拓展了具有时代性和前瞻性的新知识,填充了新数据,从产业界引用了大量的新案例,以丰富的感性资料诠释理性内容,让学生在轻松中对教材融会贯通,在领悟中又感知旅游经济的发展情景。考量广大师生对旅游经济学与旅游学、旅游概论、旅游市场营销等课程某些内容重复较多的诟病,对一些章节进行了审慎推敲,创新性地组合了部分章节内容。为了使教材理论与实践紧密结合,训练学生运用理论知识于实践,解决实际问题的能力,大胆地改革了唯书本知识是尊,与实际实践相脱离,题目空洞又乏味的“思考与练习”。本书所设计的“思考与训练”由实践训练、问题思考、材料解析三部分组成,其主旨是既要考虑学生对教材理论知识的理解,更要联系学生已学过并能够运用的知识实际,联系学生的社会生活实际,联系旅游职业实践,使“思考与训练”真正成为提高学生应用知识、分析问题、解决问题的能力有效手段。

本书的构建框架是:旅游经济学概述、旅游产品及开发、旅游产品需求与供给、旅游产业结构优化、旅游收入与分配、旅游消费及效果、旅游经济效益与评价、旅游经济发展模式、旅游经济的可持续发展战略等内容。教材既突出了重点内容,又考量了热点、难点问题,融理论与实践为一体,定性与定量相结合,简明扼要,深入浅出,具有较强的科学性、实用性和实践性,贴近高职高专层次学生的现实需求。

本书由南京旅游职业学院的谭为跃任主编,拟定提纲、审稿、统稿、修改完善并负责编写教材中的主要内容;郑州旅游职业学院的方颖、陕西工业职业技术学院的张敏娜、中国康辉南京国际旅行社有限责任公司常务副总经理史海华任副主编并参与部分内容的编写。

在本书编写过程中,我们广泛收集并参考了国内外相关著作和报刊资料,对所引材料,我们尽可能注明,但仍会有疏漏之处,在此,我们谨表深深的歉意并对于有关同仁给予我们的大力支持致以诚挚的感谢,也衷心地欢迎有关资料的作者、专家与我们联系(E-mail:jj88@sina.com),共同探讨旅游经济学的教学和研究。由于我们水平有限,书中或有欠缺和不足,还望各位专家、同行多予赐教。

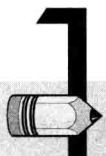
编 者

2012年3月

# 目 录

<b>第一章 旅游经济学概述</b> .....	1	<b>第二节 旅游产品供给</b> .....	43
学习目标 .....	1	<b>第三节 旅游产品供求矛盾运动</b>	
关键词 .....	1	规律 .....	49
案例导入 旅游经济学研究对象比较 ..	1	资料链接 供给有方,新疆人世博游	
本章提示 .....	2	如火如荼 .....	56
第一节 旅游活动与旅游经济活动 .....	2	思考与训练 .....	57
第二节 旅游经济学的学科特征与研究		<b>第四章 旅游产业结构优化</b> .....	59
内容 .....	9	学习目标 .....	59
第三节 旅游经济学的研究方法 .....	11	关键词 .....	59
资料链接 近代旅行代理业的产生折射		案例导入 加强区域合作,中山、湘潭、	
出旅游经济的最初形态 ..	13	广安创出红色旅游新模式 ..	59
思考与训练 .....	14	本章提示 .....	60
<b>第二章 旅游产品及开发</b> .....	16	第一节 旅游产业及其结构 .....	60
学习目标 .....	16	第二节 旅游产业结构优化的概念、	
关键词 .....	16	意义和标志 .....	65
案例导入 见微知著——以旅游线路		第三节 旅游产业结构优化的目标和	
透视旅游产品 .....	16	内容 .....	69
本章提示 .....	17	资料链接 上海锦江“展翅”美国,国际	
第一节 旅游产品的内涵 .....	17	化战略初战告捷 .....	72
第二节 旅游产品的构成与分类 .....	22	思考与训练 .....	74
第三节 旅游产品的开发 .....	27	<b>第五章 旅游收入与分配</b> .....	75
资料链接 立山黑布峡谷景区开发 ..	32	学习目标 .....	75
思考与训练 .....	32	关键词 .....	75
<b>第三章 旅游产品需求与供给</b> .....	34	案例导入 2010年中国旅游总收入	
学习目标 .....	34	1.57万亿元,增长21.7% ..	75
关键词 .....	34	本章提示 .....	76
案例导入 长线自由行,短途		第一节 旅游收入的概念和分类 .....	76
自驾游 .....	34	第二节 旅游收入指标和影响旅游	
本章提示 .....	35	收入的因素 .....	80
第一节 旅游产品需求 .....	35	第三节 旅游收入的分配 .....	84

第四节 旅游收入分配的作用、旅游收入的乘数效应及漏出 .....	88	思考与训练 .....	140
资料链接 旅游业——巴厘岛经济发展的 重要动力 .....	94	<b>第八章 旅游经济发展模式</b> .....	142
思考与训练 .....	95	学习目标 .....	142
<b>第六章 旅游消费及效果</b> .....	97	关键词 .....	142
学习目标 .....	97	案例导入 青海旅游发展新模式 .....	142
关键词 .....	97	本章提示 .....	143
案例导入 南京旅游消费结构存在的 问题 .....	97	第一节 旅游经济发展模式概述 .....	143
本章提示 .....	98	第二节 世界旅游经济发展模式的 典型代表 .....	146
第一节 旅游消费的特点与作用 .....	98	第三节 中国旅游经济发展模式 .....	150
第二节 旅游消费结构 .....	105	资料链接 湖南以超常举措推动旅游 产业跨越式发展 .....	154
第三节 旅游消费效果 .....	116	思考与训练 .....	156
资料链接 2010 年入境旅游消费及 构成 .....	119	<b>第九章 旅游经济的可持续发展     战略</b> .....	158
思考与训练 .....	120	学习目标 .....	158
<b>第七章 旅游经济效益与评价</b> .....	121	关键词 .....	158
学习目标 .....	121	案例导入 用科学发展观指导周恩来 纪念景区又好又快发展 .....	158
关键词 .....	121	本章提示 .....	159
案例导入 亚航——“低成本+赢利” 的典范 .....	121	第一节 可持续发展观 .....	159
本章提示 .....	122	第二节 旅游经济可持续发展 战略 .....	167
第一节 旅游经济效益及其评价 内容 .....	122	第三节 生态旅游是旅游经济可 持续发展的趋势 .....	177
第二节 旅游微观经济效益 .....	126	资料链接 青海省三江源地区生态 旅游发展 .....	184
第三节 旅游宏观经济效益 .....	129	思考与训练 .....	185
第四节 提高旅游经济效益的途径 .....	134	<b>参考文献</b> .....	187
资料链接 美国西南航空的蓝海 战略 .....	139		



## 第一章 旅游经济学概述



### 学习目标

通过本章学习,应该能够:

1. 描述旅游经济活动发展的若干时期及其性质和特点。
2. 了解旅游经济学学科特征,理解旅游经济学研究内容。
3. 掌握研究旅游经济学的四种方法。



### 关键词

旅游经济活动 学科特征 研究内容 研究方法



### 案例导入

#### 旅游经济学研究对象比较

自 20 世纪 80 年代以来,随着我国旅游业的发展,国内专家、学者对旅游经济问题进行了许多探索和研究,著述颇丰,其中以旅游经济学作书名的著作就有多个版本。下面列举一些论著中关于旅游经济学研究对象的部分陈述,供比较和了解。

(1) 旅游经济学的研究对象是旅游经济活动及其发展规律。(王立刚、刘世杰:《中国旅游经济学》,1982 年)

(2) 旅游经济学就是要研究旅游活动商品化过程中的各种错综复杂的经济现象和经济关系,即旅游者的最大利益、旅游供给者的最大利益和国家的最大利益这三者的经济关系和矛盾。(黄辉实:《旅游经济学》,1990 年)

(3) 旅游经济学是研究在旅游活动过程中所发生的各种经济现象、经济过程之间内在的本质的必然联系及其发展规律的科学。(张汝昌:《旅游经济学》,1990 年)

(4) 旅游经济学是研究旅游劳务生产和流通的经济现象及其运动规律的科学,换句话说,旅游经济学的研究对象是旅游劳务领域的生产、流通以及分配和消费的经济规律。(张辉:《旅游经济学》,1991 年)

(5) 旅游经济学的研究对象是旅游经济活动中产生的经济现象、经济关系和经济规律,简言之,就是旅游经济活动。(叶全良:《旅游经济学》,2002年)

(6) 旅游经济学是对社会经济生活中人们移动时所发生的经济现象的研究。(厉新建、张辉:《旅游经济学原理》,2008年)

(7) 旅游经济学的研究对象是旅游经济活动过程中的内在规律及其运行机制。(罗明义:《旅游经济学原理》,2009年)



### 本章提示

旅游经济学究竟是个什么样的学问?它的研究对象到底是什么?学习它会对我们的专业学习以及今后在旅游行业就业、创业有多大的裨益?那就请进入本章学习吧,你会从旅游活动与旅游经济活动的关系,旅游经济活动的产生与发展、性质与特点,旅游经济学的学科特征、研究对象、研究内容、研究方法等旅游经济学的总体理论体系和结构的概述中找到答案。

## 第一节 旅游活动与旅游经济活动

### 一、旅游活动向旅游经济活动转化

旅游是旅行与游览的结合,其中,旅行是手段,游览是目的。旅游活动就是以游览为目的的旅行,是人们出于各种个人的或社会的动机,离开惯常环境到另一地区或国家旅行游览一段时间再返回原居住地的整个过程。

旅游活动就其性质来说,是一种以游客为主体,以旅游资源和旅游设施为客体,通过游客的流动来实现的一种社会经济文化活动。这种流动不是简单的空间位移,而是以固定居住地为轴心向外延伸并为满足个人消费需要而进行的一种活动,也就是说,它是“非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和”(亨泽克尔和克雷夫)。作为一种社会活动,它体现了人与自然、人与社会以及人与人之间的复杂关系。

旅游活动转变为旅游经济活动是市场经济发展到一定阶段的产物。在早期人类社会发展中,由于受到生产力发展水平的限制,旅游只是一小部分人的活动,尚未作为一种广泛的社会现象存在。一方面,早期还没有形成社会化大生产,财富的增长尚不充分,在支付能力和闲暇时间上还不具备充分条件;另一方面,在自给自足的自然经济条件下,人们的消费意识和价值观念还没有根本变化,还处于追求物质资料享受的阶段,在主观动机上还不成熟。只有到了18世纪英国产业革命后,在发展起来的市场经济社会中,旅游活动才成为一种广泛的社会现象。旅游经济活动是在旅游活动社会化过程中发生的。在市场经济条件下,游客消费需求的满足必须通过向旅游经营者的购买活动来实现,旅游经营者也只有通过将旅游服务产品卖给游客才有可能赢利。游客与旅游经营者之间这种供需关系既是旅游活动向旅游经济活动转化的反映,也是推动旅游经济发展的动力。由此可见,旅游经济活动就是在旅游活动商品化的基础上形成的各种经济现象和经济关系的总和。

### 二、旅游经济活动的产生

在资本主义社会之前的各种社会形态的经济结构中,商品经济始终处于从属地位。反映在



旅行活动中,除经商旅行外,不少旅行活动并未发生商品交换关系,如帝王将相的巡游、僧侣和教徒的宗教朝拜、远渡重洋的探险等,有的是下属州县承担旅行费用,有的是行万里、吃八方,有的是自带干粮。因此,这类旅行活动对社会经济发展的推动作用是有限的。

历史证明,旅游经济活动是建立在旅游活动产生和发展的基础上的,而旅游活动则又是以商品经济的发展为前提的。

18世纪60年代,英国首先开始了产业革命,使以前的工场手工业生产转变为工厂式的大机器生产,大大促进了劳动生产率的提高。而生产的发展,一方面需要消耗和运输更多的原料和燃料;另一方面,大量的产品也需要运送到各地销售,从而推动了交通运输的革命性变化。1804年,蒸汽机车出现了;1807年,第一艘蒸汽发动的轮船诞生了;1825年,第一条铁路来到了人世间。可以说自18世纪60年代至19世纪初,英国的产业革命已遍及纺织、采掘、冶金、化学、机器制造等行业。伴随着产业革命范围的不断扩大,社会经济结构发生了极大的变化,一方面,产业革命的成功为资本主义的大发展奠定了物质基础,促使经济的发展速度更快;另一方面,又大大推动了商品经济的发展,使商品经济在社会经济中居于支配地位。麦迪逊教授的研究显示,西方资本主义发达国家在公元1000年时,其国内生产总值不到世界国内生产总值的12%,到1820年该比重已提高了一倍,上升到25%,而到了1950年时,则上升到57%。生产的迅速发展,促进了城市化程度的提高,大批农村人口流入城市成为雇佣大军,彻底摧毁了封建经济的根基,使资本主义的商品经济获得了空前发展。

产业革命给社会经济带来的巨大变化,也为旅游的产生和发展以及旅游经济活动的产生和发展创造了必要条件,具体表现在以下几方面。

#### 1. 改变了人们的消费观念

产业革命以后,随着一批新兴资本家的出现以及产业工人的不断增加,在生产率不断提高、机器对人类的异化加剧、财富日益增加等因素的作用下,人们的消费观念在潜移默化中发生着剧烈的变化,人们渴望外出去放松身心、扩展业务、逃避现实等,从而在某种程度上奠定了旅游活动的主观基础。

#### 2. 为人们外出观光、度假旅游夯实了经济根基

据麦迪逊教授的计算,自1820年至1915年,世界人均国内生产总值平均每年增长1.17%,而人口平均只增长0.96%。其中,在19世纪,欧洲的人均收入提高了2倍,美国的人均收入甚至提高了3倍。这是产业革命前人类历史所不曾有过的。居民收入水平的快速提高使人们具有了出外旅游的支付能力,如在1845年,托马斯·库克旅行社刚刚成立,便一次组织了350人乘火车从莱斯特到利物浦的长途旅游。到1875年,英国全年客运周转量已超过6亿人英里。

#### 3. 快速的交通运输为旅游活动的开展提供了便利

自1825年英国人斯蒂芬逊建造世界上第一条铁路至1865年,英国铁路总长已达21382公里。在水路运输上,1820年,横跨英吉利海峡的蒸汽轮船正式开办了班期航运。从1838年起,英国开辟了横跨大西洋、太平洋的定期航线,不仅为人们在英国国内旅游创造了良好条件,而且为欧美大陆之间旅游活动的开展提供了便利。

#### 4. 促进了旅游服务机构和设施的完善、服务质量和舒适程度的提高

首先,在旅游服务机构方面,自1845年托马斯成立世界上第一家旅行社起,欧洲和北美的不少国家以及东亚的日本先后组建了旅行社或类似的旅游机构。旅游业务从一日游发展为包

价旅游,从国内游扩展为全球游。为方便旅游活动的开展,还相继编印了旅游报纸,发行了火车环游票、旅馆住宿代用券和旅行支票,不仅扩大了旅游的规模和经营范围,而且为旅游业成为一个世界性行业奠定了基础。

其次,在住宿和餐饮业方面,设施齐全、舒适的旅馆取代了简陋的小旅店,从1774年美国波士顿建成了带有室内卫生间、私人餐厅、宴会厅、舞厅、弹子房等设施,拥有300间客房的纽约城旅馆起,至1902年,美国全国已建起50间客房以上的旅馆15135座。在英国,沿铁路车站附近也建有许多大旅馆。这些旅馆不仅为客人提供了比以前更为舒适的住宿条件,而且在餐饮上也更为考究。与此同时,餐饮业也迅速发展起来,不仅咖啡屋、酒吧和餐馆比以前更多,而且餐饮设施和服务也大为改善。这些都为旅游活动的开展创造了舒适和便利的条件。

最后,在娱乐业方面,不仅一些旅馆附设有相应的娱乐设施,而且一些海滨度假地也陆续出现,如在1846年,位于英格兰西海岸的布莱克普建起了海滨休养地。这些设施的建设不仅为人们提供了观光度假的场所,而且进一步推动了旅游活动的开展。

## 知识拓展

### 宾馆的起源

西汉时期,我国出现了最早的宾馆。张骞出使西域以后,来长安的西域人逐渐增多。为此,西汉朝廷就下令在长安兴建了“蛮夷邸”,供外国使节、商人和国内少数民族的代表食宿。“蛮夷邸”实际上是国家宾馆,汉代以后分别称为“西夷邸”(南北朝)、“四方馆”(隋、唐、宋)、“会同馆”(元、明、清)。各朝代的国宾馆均按宾客的国籍或不同民族分设馆舍。

(资料来源:《中国剪报》资料室)

上述情况表明:一方面,产业革命除大大推动了社会生产力的发展和社会经济的变革之外,也促进了旅游活动的产生和发展,使社会更多的人参与到消遣性旅游中来;另一方面,产业革命促进了旅游需求和旅游供给的形成,即社会上不仅出现了具有一定支付能力的旅游需求,也出现了满足需求的旅游供给行业体系。在旅游需求和旅游供给中起桥梁作用的旅行社也产生了,它们以赢利为目的,将旅游这一社会现象作为经营对象,使旅游业这一新兴行业崭露头角,并在旅行社的推动下,形成了旅游活动中更为广泛的旅游经济行为和经济关系。

### 三、旅游经济活动的发展

19世纪末期以后,尤其是20世纪50年代以来,由于科学技术的进步和世界经济的快速发展,西方发达国家的人均收入迅猛增长,闲暇时间不断增多,促使旅游活动逐渐演变为一种范围广泛的大众性消费活动,从而呈现出新的发展特征。具体来说,旅游经济活动的发展可以概括为以下几个时期。

#### 1. 初步发展时期

这个时期,虽然资本主义世界经历了1929年至1933年的经济大危机和两次世界大战,旅游活动受到很大冲击,然而从整个时期来看,由于新的科学技术在生产中的应用,西方资本主义

国家仍然取得了较快的发展。

首先,新的科学技术的应用主要表现在被人们称为第二次产业革命的电力的应用,它不仅导致了相关电气机械产业的诞生和发展,而且也带动了其他产业的发展,促进了劳动生产率的大幅提高。

其次,与旅游密切相关的交通运输也发生了革命性的变革,自1885年发明了以内燃机为动力的汽车后,1879年,德国西门子公司研制了世界上第一台电力机车,美国通用电气公司于1905年制造了世界上第一台内燃机车,使铁路运输效率大为提高。在水路运输方面,英国人帕森斯于1896年发明了汽轮机船;在20世纪初,效率更高、油耗更低的柴油机船问世了。更为重要的是,1903年美国莱特兄弟成功地试制了世界上第一架飞机,随后美国和欧洲一些国家先后成立了航空公司,开始了定期航班客运,从而揭开了航空运输的历史篇章。

鉴于需求的增长和供给条件的改善,这一时期不仅旅游人数大量增长,而且旅行方式也日趋多样化。由此形成了旅游经济活动的新发展,即旅游需求和旅游供给的矛盾运动在向纵深发展,具体表现在:首先,矛盾涉及的领域比以前更为广泛,不仅涉及住宿业、餐饮业和铁路运输业,而且还涉及汽车运输、航空运输和水路运输以及政府部门;其次,旅游活动对社会经济的作用力度比以前更强,从而引发了政府职能的变化以及行业组织和专家学者的高度重视。

## 知识拓展

### 近代中国第一家旅行社创办者——陈光甫

陈光甫(1881—1976)原名辉祖,后易名辉德,字光甫,江苏镇江人。近代著名金融家,1923年创办了中国近代第一家旅行社。民国初年,有“中国第一银行家”之誉的陈光甫,突然办起了旅行社,引得后世为其缘由争论不休。

有人认为,陈光甫此举,皆因“斗气”。一次,陈光甫到一家外国人开办的旅行社买船票,柜台里的外籍职员却径自与一西洋女子交谈。陈光甫伫立良久,未见招待,便愤然退出,“遂毅然有经营旅行社之志”。

也有人说,陈光甫本就是“酷好山水、南北西东之人”,一生“萍踪所至,不止万里”,这些亲身体验让他深觉在国内旅行反不及到国外旅行舒适。一个午夜,陈光甫乘火车到徐州,眼见候车乘客因无处栖身而在寒风中发抖。他随即想到,应设一服务机构,为辛劳过客提供休憩之所。这类机构便成了陈光甫“设计中国旅行社最早的一幅蓝图”。

不过,据长沙大学旅游管理系郑焱教授考证,以上说法仅是诸多原因之一。作为“连蒋介石都要虚心请教的金融家”,陈光甫开办旅行社,自然有着更深远的目的。

1923年,中国旅行社开创之初,仅以客运为主,并代售水陆空客票。由于知者甚少,乏人问津。深谙经营之道的陈光甫决定,凡前来购票者,一概赠送精制票夹1个。他还特意培训一批接待人员,身着统一制服,在火车站专事迎来送往。几经努力,中国旅行社方为外界所知晓。

由此陈光甫的旅行社才得以步入正轨,“先是海宁观潮、惠山游湖、富春览胜,尔后北起长城,南至粤桂,东尽海隅,西达黔滇,名山胜水间都留下旅游团的履痕。”

在陈光甫的要求下,中国旅行社的业务从组织游览、接待会议发展到代办出国手续、代理保险,还创办了第一份旅游类月刊《旅行杂志》,最后甚至发展出类似今天的VIP会员服务。到1937年,其会员已达近千人。

研究中国旅行社多年的郑焱教授对此评价说,其业务覆盖面之大,就是在近百年之后的今天,也少有旅行社能与之相比。

只是,这些代办服务项目大多超出了旅游服务的范围,而且收费极低,几乎没有经济效益,因此旅行社创办的前8年,年年亏损,以至于股东们担忧“将喝西北风度日”。

此时的陈光甫力排众议,他在话语中透露了创办旅行社的另一目的:“君等所称盈亏,仅限于表面之数字,实则旅行社之盈余,有倍于上海银行者。盖天地间事物有重于金钱者。好感是也。今旅行社博得社会人士无量之好感,其盈余为何如也?”最后,他以“人争近利,我图远功”一句与诸人共勉。

在郑焱教授看来,陈光甫或许是中国近代注重“企业形象”的第一人。唯其如此。他才能把效益摆在一边,把“服务社会”四个字刻在旅行社员工的办公桌上。

在实践中,陈光甫一手设计了“招待所”这个新生事物,要求其“设备不必图绮丽,而清洁卫生,伺应周到,则当严格讲求”,取其名是为了使员工时时体味“招待”二字的含义,谨记为旅客服务的宗旨。有旅客来信,称赞其招待所“房屋设备颇新颖适宜,无异第二家庭,且无一般旅馆之喧扰情形……”

当时旅行社负责人朱继珊也回忆,在处理西安事变时,中共领导人周恩来在其下榻的华清池招待所感叹:“你们中国旅行社是中国最好的服务单位。”

但令人惋惜的是,1937年后,中国旅行社苦心经营十余载的成就在战火中损失殆尽。1949年陈光甫避居香港。到1953年,已然跻身世界一流行列的中国旅行社宣布正式撤销。

(资料来源:中国青年报,2010.3.18)

## 2. 蓬勃发展时期

第二次世界大战后,尤其是进入20世纪70年代后,世界旅游经济活动进入了大发展时期。这个时期由于许多高新技术如电子技术、信息技术、生物工程技术等被运用到生产中,社会经济获得了快速发展,为旅游经济活动的蓬勃发展奠定了经济基础。与此同时,世界经济更加开放,关贸总协定的签订促进了双边、多边贸易的大发展,为旅游经济活动在世界范围内的蓬勃发展提供了良好的社会环境。

随着大众旅游活动的不断增多,以团队旅游为主的大众化旅游日益占据主导地位,旅游经济在世界经济中不可替代的地位和作用得以确立。进入20世纪90年代以后,旅游经济活动在蓬勃发展的基础上又呈现出新的特征,具体表现在:旅游需求日益呈现出个性化、多样化、高标准化和生态化的态势,旅游供给则日益呈现出以人为本的理念以及日益受到重视的技术化运用不断加强。随着旅游经济活动的蓬勃兴盛,21世纪旅游经济的发展日益凸显出旅游经济的地位日益重要、旅游市场竞争日益激烈、旅游需求队伍不断壮大、旅游消费行为日益复杂等主要特点。

## 四、旅游经济活动的性质与特点

### (一) 旅游经济活动的性质

由上面的分析可以看出,旅游经济活动是在旅游活动发展到一定阶段的基础上,围绕着旅

游者的活动展开的。因此,可以从两个方面来思考旅游经济活动的问题:一方面是旅游者的需求及其消费活动中存在的大量经济现象和问题,另一方面是旅游业为满足游客各种消费需求而提供的经营活动中存在的大量经济现象和问题。这两方面综合在一起,构成了包括食、住、行、游、购、娱在内的综合性社会经济活动。虽然旅游者消费活动的目的是追求一种社会文化享受,但在旅游需求决策的作出和消费选择等方面仍然面临许多经济上的问题。从这个意义上说,旅游消费活动是一个包含着经济问题的文化现象。虽然旅游服务提供者的活动离不开对深刻文化内涵的挖掘,但其经营目的从根本上来说是要获取利润。从这个意义上说,旅游业经营活动是一个包含着文化问题的经济现象。

如果综合起来进行分析,可以从以下三个方面认识旅游经济的性质。

### 1. 旅游经济是一种受客源地需求推动的敏感性经济

旅游经济是在旅游活动的基础上产生的,而旅游活动是旅游客源地居民出于某种追求或逃避需要而到异地进行的消费活动,作为一种对服务产品的消费活动,客源地需求形成的推动力对旅游经济的发展起着决定性作用。因为如果没有旅游需求,任何旅游供给都将失去服务对象和存在的价值,由旅游供求形成的经济体就难以存在。而客源地的旅游需求是受多种因素影响的易变量,任何影响旅游需求的因素(正向或负向)发生作用都会导致旅游经济出现敏感性的反应。换句话说,旅游经济的需求依赖性决定了旅游需求的敏感性,这必然会影响对旅游经济性质的判断,从而使旅游经济具有敏感性。



## 案例共享

### 2009年金融危机对入境旅游市场的影响

根据公安部出入境管理局提供的入境统计数据,由于受全球性金融危机影响,2009年1月至11月,我国入境旅游人数为1.15亿人次,同比下降3%;入境过夜人数4645万人次,同比下降4.8%;旅游外汇收入362.3亿美元,同比下降3.9%。据此预测,全年入境旅游人数约为1.26亿人次,同比下降3%;其中过夜旅游人数约为5050万人次,同比下降5%;外汇收入约为390亿美元,同比下降4.5%。

2009年,入境旅游市场整体处于低位运行状态,除4月份和8月份分别出现2.2%和3.1%的短暂性增长,其他月份均呈下降态势,最大跌幅是出现在3月的-11.3%,最小跌幅为10月的-0.8%。但是从全年态势来看,月度降幅在不断收窄,整体入境旅游市场在逐步恢复。预计全年入境外国游客下降12%左右,中国香港和中国澳门游客分别下降1%左右,中国台湾游客增长约2%。

(资料来源:根据国家旅游局发布的《2009年旅游经济运行报告》编写)

### 2. 旅游经济是一种受目的地供给约束的波动性经济

为了满足游客多方面需要,旅游供给必须依赖于国民经济各部门的配合和支持。社会经济技术发展水平不仅决定了旅游目的地各部门能为旅游供给提供多大的配套能力,而且也制约着各种配套资源的整合水平。相对于物质产品的可储存、可移动特性来说,旅游产品与服务的不

可储存、不可移动的特点在旅游供给约束的条件下表现出旅游经济的波动性。

### 3. 旅游经济是一种受主、客文化差异影响的跨文化经济

旅游活动是一种以人的移动为基本特征的消费活动,而人是具有不同文化背景的消费主体和服务主体,在旅游供求矛盾的运动中,这种文化差异不可避免地反映在供给方的产品设计和提供以及需求方的产品消费与体验上。从旅游者的角度来看,旅游是一种社会文化活动,而实现这种文化消费活动必然离不开服务的提供者。作为旅游企业为游客提供服务的同时,必然要求在经济上获利。经济利益最大化的前提是能够提供满足游客文化消费需求的旅游服务,所以旅游经济具有跨文化性质。

## (二) 旅游经济活动的特点

### 1. 综合性

随着旅游消费的日益个性化和多样化,满足多种消费需求的旅游供给也更加具有多面性和综合性。在产业融合不断加强的今天,这种涉及多部门、多行业、多地区以及交叉融合的旅游经济活动的综合性特征更加明显。

### 2. 大众性

随着社会经济的发展和人们生活水平的不断提高,无论从支付能力和闲暇时间方面,还是从人们对精神消费的追求方面,都为旅游经济活动的大众化发展奠定了坚实的基础。在新经济时期,旅游活动已成为现代社会人们的一种生活方式。

### 3. 国际化

旅游经济活动的空间范围受旅游者移动范围大小的影响,在各种内外因素的有力作用下,旅游经济活动已超越一个国家的界限而成为一种全球性活动,无论是旅游消费活动,还是旅游企业经营活动,都已成为国际化活动。

## 知识拓展

### 旅游活动方式的多样化

**乡村旅游:**乡村旅游成为 21 世纪一大特色旅游,深受城镇居民的青睐。随着城市现代化建设的加快,人们更希望能返璞归真,回归大自然。乡村旅游能充分满足人们的这种需求。在这些追求的驱使下,城镇居民纷纷赶往农村,住农家屋,吃农家饭,既可观光,又可亲身感受耕作的乐趣,同时还可以参加采摘、垂钓、骑马、划船、狩猎等活动。这些也充分体现了人们对于体验的热衷。

**工业旅游:**以参观、学习为目的,以工业景观、生产流水线、工艺流程及劳动场面为主要的旅游吸引物,是集知识性、科学性和教育性为一体的旅游活动。对于工业旅游,法国开展得最早,可以说是工业旅游的发祥地。早在 50 多年以前,雪铁龙汽车制造公司就组织客人参观他们的生产流水线,社会效益很好,引起了许多厂家的效仿。工业旅游不仅可以满足人们求知、求新、求奇的愿望,同时还可以创造新的经济增长点,提高企业的社会知名度。

**冰雪旅游:**冰雪旅游是体育旅游的一种,其特点是以休闲、健身、刺激和竞技等不同活动来

满足人们的旅游需要,并且客源量大,普及性强,趣味性浓,同时兼有旅游休闲与体育健康功能的旅游活动,在国外已有百年的发展历史。拥有阿尔卑斯山冰雪资源的法国、奥地利、瑞士现在都是世界上冰雪旅游业发达的国家。近年来,随着我国人民生活水平的提高,尝试滑雪、喜欢滑雪的爱好者日益增多,冰雪旅游已成为我国冬季旅游的热点,冰雪旅游在我国旅游市场上刮起了一股强烈的银色旋风。作为冰雪旅游发源地的黑龙江、吉林两省,冰雪旅游产品成为它们的金字招牌,得天独厚的条件带动了本地旅游经济的发展。

**野外拓展:**野外拓展训练(Outward Bound)是指在自然地域(山川湖海),通过探险活动进行的情景体验式心理训练。其功能是提高个体的环境适应与发展能力、提高组织的环境适应与发展能力,同时,增进参与者之间的沟通和交流,培养互助互爱的团队合作精神。与传统的场地式训练不同,野外拓展训练借助自然地域,需要依靠奇、秀、峻、险的自然地貌,很好地将拓展与旅游结合在一起,通过旅游的形式达到拓展训练的目的。拓展训练概念于20世纪90年代初被引入中国,近几年得到迅速发展,不断受到企业推崇,逐渐被列入国家机关、外企、国有大中型企业和不少私营企业的培训日程,使野外拓展旅游的需求旺盛。

**太空旅游:**世界上第一位太空旅客蒂托乘坐的俄罗斯“联盟号”飞船安全而准确地返回地球,意味着对于普通的地球公民来说,“九天揽月,上天摘星”将成为现实,同时标志着人类太空飞行史上一个新时代的来临。航天技术的发展为人们带来了有关太空的信息,使人们对宇宙有了一定的了解,同时也增加了太空对人们的吸引力,而且世界航天技术的发展为满足太空旅游需求提供了现实可能性,也许有一天太空旅游就像普通飞行一样普遍。太空旅游业具有很大的发展潜力,将来可能会成为新的经济增长点。

(资料来源:张辉,厉新建.旅游经济学原理.北京:旅游教育出版社,2008)

## 第二节 旅游经济学的学科特征与研究内容

### 一、旅游经济学的学科特征

旅游经济学是现代经济学的一个分支。经济学是研究人类社会在各个发展阶段的各种经济活动、经济关系和经济规律的学科总称。而旅游经济学则是以经济学的一般理论为指导,研究旅游经济活动中的各种经济现象、经济关系和经济规律的科学。因此,旅游经济学同其他学科相比较,具有不同于其他学科的特点。

#### (一) 旅游经济学是一门应用性学科

旅游经济学同经济学之间既有区别,又有联系。经济学是把整个社会经济作为一个整体,从生产、交换、分配和消费等诸环节的内在联系及其矛盾运动中,揭示整个社会经济发展的一般规律性,属于理论经济学的范畴。而旅游经济学则是以经济学的一般理论为指导,专门研究旅游经济活动中的特有现象及矛盾,揭示旅游经济发展的规律及其条件、范围和表现形式,从而指导旅游经济健康地发展,因而具有较强的应用性,属于应用经济学的范畴。

#### (二) 旅游经济学是一门产业经济学

旅游经济学本质上属于产业经济学的范畴。产业经济学是针对某一产业或领域的经济活动进行研究,从而揭示该产业经济运行的内在规律及其外在形式的科学。旅游经济学作为一门

产业经济学,研究旅游经济活动过程中各种经济现象之间的内在联系,揭示旅游经济运行中的特殊矛盾及规律,并把经济学的一般原理用于指导旅游经济活动,以促进旅游业健康、持续地发展。

### (三) 旅游经济学是一门基础学科

旅游经济学是旅游专业的基础学科,但又不同于旅游学和旅游管理学。旅游学是以世界为整体,研究旅游活动产生、发展及其运行规律的科学,目的是揭示旅游活动的内在性质、特点及发展趋势。而旅游经济学则是在旅游学理论指导下,揭示旅游活动在经济领域中所发生的矛盾运动,以及经济关系的发展规律等。旅游管理学则是在旅游经济学的指导下,研究旅游经济活动的合理组织及科学管理,以提高旅游经济运行的效率和效益。因此,旅游管理学实质上是旅游经济学的延伸,是在旅游经济学揭示了旅游经济运行规律的前提下,进行的经济管理活动。

### (四) 旅游经济学是一门新兴的边缘科学

旅游经济学随着其产生和发展已逐渐形成一门独立的学科,具有区别于其他学科的不同特点。但是,由于旅游经济活动的综合性特点,旅游经济学同其他学科相比较,实际上是一门新兴的边缘科学。因为研究旅游经济不仅要以经济学、旅游学的理论为指导,还必须借助各种学科的理论及研究成果来丰富旅游经济学的研究内容。例如,只有运用心理学、地理学、资源学、社会学、统计学、市场学等学科的理论和方法,综合考察旅游活动在经济领域中的各种反映,才能加深对旅游经济内在规律及其运行机制的认识,更好地掌握旅游经济的理论和方法。

## 二、旅游经济学的研究对象

各门学科都有各自不同的矛盾规定性,从而决定了不同的学科有各自不同的研究对象。正如毛泽东所说:“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。”<sup>①</sup>不同的学科各有自己的研究对象,这是由各门学科不同的矛盾规定性决定的。

旅游经济学研究的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学科。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,其外在表现是旅游者、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。即旅游者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要能得到最大利润,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。任何一方的利益得不到实现或受到损害,旅游经济活动的运行就要出现不畅,旅游业就难以顺利地健康地发展。所以,旅游经济学在研究旅游经济活动运行的内在矛盾的同时,还要研究这一矛盾的外在表现。

<sup>①</sup> 毛泽东:《毛泽东选集》第1卷,人民出版社,1966年版,第284页。



### 三、旅游经济学的研究内容

概括地说,旅游经济学的研究内容就是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。

#### (一) 旅游产品及其开发

旅游产品是旅游企业提供给旅游者的产品,由于旅游产品具有不同于其他物质产品的属性和特点,因而必须研究旅游产品的科学含义及构成,研究旅游产品的价值与使用价值,把握旅游产品的特性,按照旅游者的不同需求组织旅游产品的开发和供应。

#### (二) 旅游供求关系及其矛盾运动

旅游经济活动中的旅游产品供求矛盾,贯穿于旅游经济活动过程的始终。旅游企业的经营活动,主要是围绕旅游产品供求矛盾运动而展开的,因此,影响旅游产品供给的诸因素、影响旅游产品需求的诸因素、旅游产品供给规律、旅游产品需求规律以及旅游产品供求规律,都构成旅游经济学研究内容的主线和重点。掌握旅游产品供求矛盾运动规律,有利于旅游企业提高经济效益、经营管理水平和服务质量。

#### (三) 旅游收入与分配

旅游收入是旅游经济活动的重要内容,一方面它反映了旅游者的旅游需求通过旅游经营者的旅游供给而不断得到满足,另一方面又体现着旅游产业部门和企业在生产经营活动价值运行与价值实现过程中,自身不断得到发展。

#### (四) 旅游产品的消费及合理化

旅游产品的消费是旅游经济活动的重要环节。由于旅游产品的特殊性,使旅游消费直接表现为旅游经济活动过程之中的现实消费。因此,必须研究旅游者的消费倾向、消费行为、消费结构和消费心理,探寻旅游消费效果的评价,以实现旅游者消费的最大满足。

#### (五) 旅游产品的经营效益

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发展旅游业的基本目标之一。因此,要研究旅游的经营效益指标体系,并通过对旅游经济宏观和微观的效益分析,对旅游经济效益的实现作出合理的评价。

#### (六) 旅游经济结构及发展

旅游经济学不仅研究旅游经济现象及其运行机制,还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,以寻求旅游经济结构的合理化;要研究旅游业管理体制及制度、法规建设,以加强旅游业的行业管理;要研究科学的旅游发展观,探讨可持续旅游发展战略;要研究旅游经济的发展格局,以探寻促进中国旅游经济发展的最佳模式。

## 第三节 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,涉及多种学科的内容。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,就必须选用科学的研究方法。马克思主义辩证唯物主义和历史唯物主义,是研究任何学科都必须遵循的根本指导思想