



北京第二外国语学院
博士学术文库

闲暇经济 ★ 管理研究

魏 翔/著



中国财政经济出版社

北京第二外国语学院博士学术文库

闲暇经济管理研究

魏翔 著

北京市属高等学校人才强教计划资助项目

北京市教委科技创新平台资助项目

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

闲暇经济管理研究/魏翔著. —北京: 中国财政经济出版社, 2010. 12
(北京第二外国语学院博士学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5095 - 2648 - 4

I. ①闲… II. ①魏… III. ①消费经济学 - 研究 IV. ①F014. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 249497 号

责任编辑: 洪 钢

责任校对: 李 丽

封面设计: 大盟公司

版式设计: 兰 波

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京中兴印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

787 × 960 毫米 16 开 19.75 印张 289 000 字

2011 年 1 月第 1 版 2011 年 1 月北京第 1 次印刷

定价: 39.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 2648 - 4/F · 2250

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010 - 88190744

本项目是国家社科基金“我国国民休闲基本状况与提升生活质量问题研究”（10CGL036）的阶段性成果，并受到北京市教育委员会 2011 年度科技创新平台项目、北京市教育委员会 2011 年度社科计划面上项目和北京第二外国语学院校级教育教学项目的资助，在此表示感谢。

序 言



昔日北大蔡元培先生谓：“大学者，研究高深学问者也。”大学的逻辑起点首先应该是学术，高水平的大学更不能例外。对知识的传递、批判和探索，是大学生存与发展的永恒主题。在知识经济迅猛发展的时代，大学作为知识传播与创新、技术创新与转移的主体，理所当然地成为国家创新体系建设和自主创新的基本主体，成为人类进步和社会发展的知识之翼。大学学术研究能力的开发，本身就孕育着未来经济和社会发展的萌芽，把川流不息的知识转变成为技术创新的新源泉，已经成为当今大学学术研究不可或缺的重要任务。

一流的科研成果是一流学术成就的核心。没有一流科研成果的大学，不能称之为研究型大学。在“十一五”发展规划中，我校明确提出“把我校建设成为若干学科达到国内一流水平、在国内外具有重要影响的多科性教学研究型大学”的办学目标。这一目标不仅体现了全校上下紧跟时代脉搏锐意进取的拼搏精神，还体现了我校对我国高等教育大改革大发展大跨越的基本走向的理性认知。要实现这一奋斗目标，关键是要紧紧围绕学术的卓越，全力打造一流的队伍、培养一流的学生、构筑一流的学科平台，潜心培育有利于知识创新和学术卓越的制度环境与大学精神。

学术卓越也是评价学科建设水平的核心指标之一。学科建设水平是一流大学的根基，只有具备一流的学科才能成为一流大学。分析世界一流大学学科发展的演进轨迹可以发现，经过几十年甚至几百年的锤炼和发展，总有一批学科成为他们的“顶梁柱”，甚至可以作为学校的代名词。我校要建设和形成一批特色鲜明的高水平学科群和学科链，就必须以学术卓越为标杆，营造砥砺学术、崇尚学术的良好风气，实现学术水平的历史性跨越。

兴校之举，首在得人。作为大学不仅要培养和造就能够占据学科前沿、富有创新激情的拔尖创新人才，还要依靠学科带头人、学术带



头人、学术骨干等一批拔尖人才汇聚创新团队。世界一流大学都拥有一批世界级的学术大师，从某种意义上说，有了世界一流的师资队伍就等于有了一流的学术成就。哈佛大学的前校长科南特曾说过：“大学的荣誉不在于它的校舍和人数，而在于它一代一代教师的质量。一所学校要站得住，教师一定要出色”，“在依靠人才方面，10个二流的人不能代替1个一流的人。”人才问题是制约和影响大学可持续发展的核心要素，谁拥有质量更优、数量更多、创新能力突出的优秀人才，谁就能处于竞争的优势地位。长期以来，我校着眼于打造一支精英汇聚、敢于创新、善于创新的师资队伍，积极构建面向国际招揽人才的机制和校内科学合理的人才选拔机制，提倡百花齐放、百家争鸣，让广大教师的学术思想自由发挥，真正把我校建设成为名副其实的教学研究型大学，为建设“人文北京、科技北京、绿色北京”贡献智慧和力量。

近年来，我校积极提倡“科研引领学科发展，科研提升办学水平，科研服务社会进步”的工作理念，以创新平台、重点科研基地和重点学科为依托，以学科带头人为核心，以重大项目为纽带，发挥多学科集成的优势，加大相关学科的交叉融合力度，初步形成了一批科研创新能力强，特色鲜明的研究团队，进一步巩固和提高了我校科研工作的影响力，增强了社科研究发展的后劲，提升了社科研究工作的水平。

为提升我校的科研水平和学术影响力，构建我校特色科研的长效机制，提高科研资源配置效率，培植一批特色鲜明、优势突出的国内一流学科，鼓励专任教师从事学术研究，扶持具有我校学科特色、扬我所长并与首都经济社会发展密切相关的科研成果，培养和发展一批学术带头人和中青年学术骨干，带动学校整体科研和学科水平不断迈上新的台阶，在人才人事工作部门、科研管理部门的努力下，学校设立了“北京第二外国语学院博士文库出版基金”。出版基金主要用于资助具有较高学术水平的博士论文、学术专著和高水平的学术译著，充分发挥其辐射效应，带动相关学科的繁荣与进步，达到“以点带面，纲举目张”的效果。

在博士文库系列著作付梓出版之际，我感到由衷的高兴。衷心感谢各位作者及相关工作人员的辛苦努力，并期待有更多的优秀成果出版。

北京第二外国语学院校长

2010年2月25日

目 录



第一篇 导 论

第一章 基本框架	(3)
第一节 闲暇经济系统	(3)
第二节 闲暇效应	(11)
第三节 闲暇影响企业和宏观经济的机制	(26)
第二章 文献回顾与评论	(33)
第一节 闲暇的经济理论意义	(33)
第二节 闲暇的管理运用	(46)

第二篇 闲暇经济管理

第三章 必要型闲暇时间管理：基于家庭经济学	(67)
第一节 理论基础	(67)
第二节 个体层面的管理运用	(70)
第三节 企业层面的管理运用	(78)
第四节 国民经济层面的管理运用	(84)
第四章 受教育时间管理：基于教育经济学	(85)
第一节 理论基础	(85)
第二节 个体层面的管理运用	(90)
第三节 企业层面的管理运用（企业培训）	(100)
第四节 国民经济层面的管理运用	(114)

第五章 享受型闲暇时间管理：基于休闲经济学	(148)
第一节 理论基础	(148)
第二节 个体层面的管理运用	(162)
第三节 企业层面的管理运用	(181)
第四节 产业层面的管理运用	(211)
第五节 国民经济层面的管理运用	(235)

第三篇 闲暇的内容管理

第六章 休闲服务管理	(279)
第一节 休闲服务的品质管理	(279)
第二节 休闲服务风险管理与法律管理	(285)
第七章 休闲活动管理	(293)
第一节 旅游节事活动的策划与管理	(293)
第二节 休闲空间管理	(298)
第三节 休闲教育管理	(301)
第四节 娱乐产品	(306)

第一篇



导 论



第一章

基 本 框 架

第一节

闲暇经济系统

一、闲暇与休闲辨析

(一) 休闲理论

自 19 世纪末期凡勃伦 (Vablen) 的经典著作《有闲阶级论》(1899) 发表以来, 休闲经济 (leisure economy) 理论研究受到了欧美众多学者的关注。20 世纪中期开始, 以明瑟 (Mincer)、贝克尔 (Becker) 等为代表的经济学家致力于突破传统经济学的工作、休闲二分法, 其中林德认为, 休闲不是简单的不工作, 它是个人或“家庭”为了消费用劳动所得的收入购买的商品或服务所必需的时间, 休闲不亚于工作, 它是经济系统不可分割的一部分; 到了 20 世纪 90 年代, 休闲研究更加丰富起来, 分别在时间分配角度、劳动供给角度



等方面开拓了新的研究领域,并取得了相当的成果;在21世纪到来的时候,未来学家格雷厄姆·T.莫利托甚至认为,休闲是新千年全球经济发展的五大推动力中的第一引擎;英国的《经济学家》更大胆预测,21世纪休闲产业将取代信息产业成为推动全球经济增长的最大推动力。

在我国,关于休闲的理论可以追溯到古代,但是现代的休闲文化更多地受到世界的影响,概括而言,休闲就是工作之余恢复体力的休息、消遣、娱乐和游戏,是对紧张工作的调剂。休闲通常可由三种向度加以定义:(1)时间定义:“闲暇”(leisure),指与正常工作时间相对的可自由支配时间;(2)心理状态定义:指以放松、愉悦、发展等为目的的心理状态;(3)活动定义:这已成为休闲广泛接受的概念界定,指完全不是因外来压力所迫,但乐于全心从事之休闲活动。休闲有三个特征:第一,休闲是一种精神的态度,意味着人所保持的平和、宁静的状态;第二,休闲是一种为使自己沉浸在“整体创造过程中”的机会和能力;第三,休闲是社会给予人类的“赠品”^①。如果从心理学、社会学、人类学来分析,休闲,不仅对于作为自然人的消费者有着积极休息、心理放松、闲适消遣、个人健身、知识能力补进、审美趣味满足、挑战自我极限等积极功能(或者说,就是沿着自然人个体放松需求→享受需求→发展自我需求三个层次,从而达到其提高生活品质、发展个性、完善自我、体现生命意义的目的),而且对于群体而言,还有着人际沟通、情感交流、价值认同、淡忘彼此恩怨、缓解社会冲突等积极的社会功能(或者说,就是沿着社会人获得初等发展→中等发展→更高发展从而达到提高国民生活素质、尊重公民个性、维护人权平等增进社会和谐、推动民族进步的目的)。从经济层面而言,休闲更是一种现代消费,它的供给包括非市场供给和市场供给两部分,又包括自我供给(个人、家庭、小的群体等的自我供给)和公益性供给(公共物的使用、社会公共福利等)。但是,随着市场经济的发展,随着休闲消费的日趋普及化、个

^① 周常春,董武亮.近十年国内休闲与游憩研究综述[J].桂林旅游高等专科学校学报,2004(15-5).

性化, 休闲的需求也越来越需要更多的市场供给, 这个供给就是生产。因此, 即使回到以生产为中心的传统理念中去认识, 休闲的需求也同样是不可轻视的。

(二) 闲暇

闲暇的概念并不等同于休闲, 这在国内的理论阐述中经常发生混淆。在西方经济学的理论体系中, 闲暇最初是作为非工作的概念出现的, 休闲仅仅是闲暇的一个部分或闲暇时间内可从事的活动之一。对闲暇的研究最早起源于对闲暇时间的研究, 此处的闲暇时间被作为工作时间的延伸或对立面 (Ryder, Stafford and Stephon, 1976), 随后的新古典经济学家沿袭了这个研究思路, 在此基础上将闲暇当作一种普通商品, 运用传统的边际分析对之进行了剖析 (Feather and Shaw, 2000; Ross and Zenou, 2008 等)。

进入 20 世纪 50 年代后, 经济学家的趣味和取向发生了两个重大方向的变化: 一是凯恩斯经济学的兴起, 将学者从微观分析引入宏观分析, 造就了宏观经济学的兴起; 二是在另一个“极端”上, 经济学家们开始关注更加微观和更加人性化的经济问题, 如对居民健康、婚姻、犯罪、个人幸福方面的经济分析 (Becker, 1965; Hills and Argyle, 1998; Otha, Mishima and Iked, 2007; Beaton and Funk, 2008 等)。由此, 闲暇经济理论真正进入了发展阶段。

在经济学领域, 对闲暇时间整体的研究主要产生了两类论调: 新古典主义认为, 当人们闲暇消费的欲望和数量减少时, 将导致对规模经济的更大利用, 这将导致闲暇时间和经济增长呈现反比关系 (Buchanan, 1994 等)。而新兴古典的学者指出, 当人们对物质消费多样化的欲望和高涨的时候, 人均闲暇消费、人均物质消费、人均居民消费、人均真实收入和生产率会同时提高, “布坎南的观点在这时候是不成立的” (Lio, 1996 等), 后者其实是在引入消费多样性后对前者进行了修正与补充。

二、闲暇时间的构成

从整体上看, 闲暇时间作为工作时间的替代而成为经济研究的对象; 具体而言, 闲暇经济理论的核心研究对象——闲暇时间又被划分



为三种类型：必要型闲暇时间、教育时间和享受型闲暇时间（包括休闲时间、旅游时间和文化娱乐时间等）。

（一）必要型闲暇时间

必要型闲暇时间的主要内容是家庭活动（如家务活动、抚养孩子、谈恋爱、治病等）所花费的时间。对必要型闲暇时间内的活动进行经济分析是家庭经济学的主要任务（Becker, 1965; Lancaster, 1966; Kokoski, 1987），同时也是健康经济学涉猎的主要内容之一（Pearson, 1998; Rau and Triemer, 2004; Ohta, Mizoue, Mishima and Ikeda, 2007）。通过典型的成本—效益分析，可以对家庭活动的社会交互作用做出经济分析。

（二）教育时间

总生产时间被明确地分为工作时间和花费在积累技能上的时间（受教育的闲暇），后者形成人力资本。进而还可以用受教育水平来折算所有的闲暇时间，即有效闲暇时间（Ortigueira, 1994）。卢卡斯（Lucas, 1988）研究发现，经济增长主要由人力资本的积累推动。随后的研究对卢卡斯模型进行了修正与拓展。在叠代框架下该模型被重新设定，由于阈值外部性，在人力资本积累过程中就存在一个低发展陷阱（Azariadis and Drazen, 1990）。进一步，在叠代框架下，现实中的个体即使在同一时期，各个个体间的人力资本也具有异质性，于是卢卡斯模型中的人力资本积累方程中受教育时间对人力资本的产出弹性不再恒为1，而是一个外生的参数，因此可以对教育不平等和教育融资问题作更深入的分析（Glomm and Ravikumar, 1992等）。而如果不考虑阈值外部性，注意到研发与教育的战略互补性，则可得到一个最优的教育时间，它是创新概率的增函数（Acemoglu, 1994, 1997; Redding, 1996）。另外，考虑到在人力资本形成过程中受教育时间和物质资本同时起作用，雷贝洛（Rebelo, 1991）分析了税收对人力资本积累和经济增长的影响。

（三）享受型闲暇时间

享受型闲暇时间主要指人们花费在具有身心享受性质的消费或服务上的时间，在当今社会，它主要包括休闲、旅游、体育健身和娱乐时间。享受型闲暇时间使劳动力价值增值，通过减少必要劳动时间



和/或必要型闲暇时间，能提高相对剩余价值和利润。

在旅游经济学和闲暇经济理论方面，曼内尔与伊索安霍拉（Mannell and Iso - Ahola, 1987）指出，同样是在享受型时间内完成的活动体验，休闲体验明显不同于旅游体验，二者虽然在一定情况下可以转化，但转化的机制并不清楚。对休闲时间进行定量测算的一个典型分析来自于道格拉斯和约翰逊（Douglas and Johnson, 2004），他们利用 Travel Cost Method（TCM）的调查数据，在一个引入闲暇及闲暇价格及闲暇对效用的弹性的模型中，通过静态最优化的结果，估计在景点的休闲时间受适宜性影响的程度。同时估计出旅游劳动供给曲线（工作时间与工资率的关系）、消费者剩余（消费品的最优值和商品价格的关系），并建议政府采用这套方法来进行适宜性等基础设施的投资评估。旅行时间也属于享受型闲暇时间，在一个含旅行时间和成本、住房、居住分布、环境适宜性的区域经济增长模型中，张（Zhang, 2007）使用 Solow 式生产函数并考虑闲暇时间约束（总时间 = 工作 + 旅行 + 闲暇），分析了运输条件参数对转移动态和稳态的影响。他发现，区域运输条件（交通成本和旅行时间）的改变能显著影响区域的长期均衡（资本和时间的稳态值）。为了研究影响享受型闲暇时间内的主要活动——休闲旅游的限制因素，尼奥潘和安德雷克（Nyaupane and Andereck, 2008）将休闲理论中的“三维度模型”引入到对休闲旅游的分析中，在结构维度中包含了天气、信息、交通、区域等变量，对原休闲模型中结构维度只考察时间（time）和成本（cost）进行了补充。本书发现，上述维度对休闲旅游的需求量是显著的，但贡献度不如时间和成本维度。

购买消费品要占用家庭时间，这部分时间可能属于必要型闲暇时间也可能属于享受型闲暇时间，此处时间和货币共同为购买消费品提供交易服务，并可以相互替代，由此形成了购物时间模型（Croushore, 1993 等）。该模型从时间的角度分析了通货膨胀的福利成本：在家庭持有货币数量一定的条件下，更高的通货膨胀率导致货币贬值，降低了家庭的实际购买力；于是家庭需要花费更多的时间来获取同样数量的消费品，从而减少了工作时间和/或闲暇时间，造成福利损失。此后，卢卡斯（1993）采用双对数需求函数的购物时间



模型计算出从最优通胀率到 10% 的通胀率会伴随约为收入的 3% 的福利成本。

此外,一些研究者考虑到,与享受型闲暇给行为人带来正效用相对应,工作给行为人可能将带来负效用,于是新的效用函数中包括了商品消费、闲暇时间和工作时间,由此便可以更现实地研究工作与闲暇的分配以及闲暇时间对工作效率的影响(Shmuel, 2001)。

三、闲暇经济的构成

20 世纪 70 年代,得益于动态经济学的盛行,经济学家们通过将跨时选择和时间配置的思路引入到对闲暇的研究中,深化了闲暇研究的层次,经济学家们将闲暇作为一个不可忽视的变量正式引入效用函数、消费函数和生产函数等经济系统,细致分析闲暇对经济体的冲击或影响。

(一) 闲暇与收入

在研究闲暇对收入的影响中,经济学家注意到了偏好类型的决定作用。偏好的时间不可分性是解释工作时间和报酬的时间序列行为的重要因素(Kennan, 1987),在此类偏好下,总工资和总闲暇时间稳定相关(Ashenfelter and Card, 1982 等)。因为在工业化国家中,闲暇时间对工作时间的替代作用大于其对个人生产效率的互补作用,因此闲暇时间通常对个人的工资收入产生负影响。

闲暇影响收入带来了此类研究在两个方向上的进一步发展。一是由于闲暇时间进入效用函数,产生了劳动者在闲暇与工作之间的选择,由此派生出对闲暇选择与劳动供给即就业之间关系的研究(Swofford and Whiney, 2001 等)。里奥斯(Rios - Rull, 1993)认为,更具竞争力、更能胜任工作的人会选择将较多的时间用于工作和教育,而将较少的时间用于休闲活动,以在长期内获得更高的收入增长率。

(二) 闲暇与消费

闲暇对居民消费的影响是闲暇经济理论的重要研究课题。闲暇时间对消费的影响涉及到在闲暇时间条件下对消费者效用函数的重新审视。



研究闲暇时间对消费影响的基本思路来源于新古典主义对消费者时间配置和跨时消费的分析,经济学家们在静态地考虑消费者所面对的预算约束外,添加了时间约束条件,或是将消费时间引入效用函数,重新分析消费者的效用和行为,及其对消费增长或经济增长的影响。布坎南(Buchanan, 1994)认为闲暇时间和经济增长有反比关系。针对布坎南的观点,刘孟奇(Lio, 1996)在新兴古典的分析框架下认为,只有当人们对消费品多样化的需求不强烈时,布坎南的论点才成立。而当人们对物质消费多样化欲望高涨的时候,人均闲暇消费、人均物质消费、人均居民总消费、人均真实收入和生产率会同时提高。同时,刘孟奇的经验观察和杨小凯(Yang, 1998)的一般均衡超边际比较静态分析也对上述观点提供了支持。

还有一些学者从另外的视角研究闲暇效用的传导机制及其外部参数环境。例如,莫里斯(Morris, 2001)证明,由于工资率的提高,任何理性工人都会增加劳动供给而减少对闲暇的消费,从而,传统的效用模型不能很好的说明闲暇对效用的影响。

为了解决上述问题,就需要将闲暇时间引入效用函数并对消费与偏好的关系以及效用函数中的偏好类型做出界定。首先,凯南(Kennan, 1987)认为消费和偏好是线性关系。但是,爱森堡、汉森和辛格顿(Eichenbaum, Hansen 和 Singleton, 1988)在其研究闲暇时间的论文中则证明消费和偏好不一定是线性关系,而且他们极具创意地指出,商品消费和闲暇时间都通过服务来提供,因此,可以经由某种家庭技术通过各自的服务函数将消费和闲暇时间都转化为服务来统一计量。爱森堡等得到的著名结论是:当期的商品消费引起当期的消费服务和未来某个时期的闲暇消费;一旦闲暇时间与消费者购买的闲暇服务出现反比关系,那么为了使当期的闲暇服务大于零——因为这才符合实际,则必然有 $lt > blt - 1$ (lt 为当期的闲暇时间, b 为一个小于 1 的正常数)。爱森堡等的计量分析结果认为 b 为 $2/3$ 左右。其次,偏好类型也影响分析结果,闲暇对消费的影响依据消费者不同类型的效用函数表现出不同的影响效果。如果消费者的效用函数表现的偏好是时间可分的,且闲暇是正常品,则居民总体消费通常和闲暇时间成正比;如果偏好是时间不可分的,即便闲暇是正常品,居民消费也有