



高等院校旅游管理专业精品系列教材

GAODENGYUANXIAOLUYOUGUANLIZHUANYEJINGPINXILIEJIAOCAI

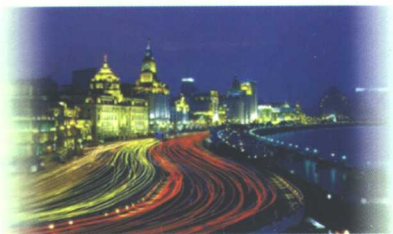
丛书主编/王晨光

LUYOU

JINGJIXUE

旅游 经济学

王晨光/主 编

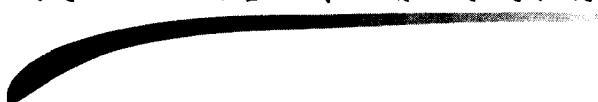


LUYOUJINGJIXUE



经济科学出版社

高等院校旅游管理专业精品系列教材



旅游经济学

王晨光 主编

经济科学出版社

责任编辑：吕 萍 马金玉

责任校对：杨晓莹

版式设计：代小卫

技术编辑：潘泽新

旅游经济学

王晨光 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

北京毕诚彩印厂印刷

河北三佳集团装订厂装订

787×1092 16 开 17.75 印张 330000 字

2004 年 8 月第一版 2004 年 8 月第一次印刷

印数：0001—5000 册

ISBN 7-5058-4405-9/F·3677 定价：25.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

高等院校旅游管理专业精品系列 教材编委名单

总 策 划：王晨光 李爱屏 吕 萍

从 书 主 编：王晨光

编 委：（按姓氏笔画排序）

丁 林	付国才	朱猷武	刘连兴
刘 勇	刘 镁	祁超萍	李玉增
李 岫	李宝明	何佳梅	狄保荣
张 静	周利国	彭品志	

本书编写人员

主 编：王晨光

副 主 编：刘 勇 付国才 徐凤增 高德宗

编 委：（按姓氏笔画排序）

孙淑荣	秦雅林	高培涛	寇 敏
-----	-----	-----	-----

目 录

第一章 导论	1
第一节 旅游经济活动的产生和发展	1
第二节 旅游经济活动特性分析	13
第三节 旅游经济学的研究对象	19
第四节 旅游经济学的研究方法	24
第二章 旅游消费行为	28
第一节 旅游消费含义	28
第二节 旅游者消费行为决策	32
第三章 旅游客源地与旅游需求	38
第一节 旅游客源地	38
第二节 旅游需求	42
第三节 旅游需求规律	49
第四章 旅游目的地与旅游供给	65
第一节 旅游目的地的含义	65
第二节 旅游目的地的竞争与合作	69
第三节 旅游供给	75
第四节 旅游供给规律	82
第五章 旅游市场	90
第一节 旅游市场概述	90
第二节 旅游市场竞争与开发	97
第三节 旅游市场均衡	105

第六章 旅游企业组织	112
第一节 旅游企业组织理论	112
第二节 旅游企业组织模式	118
第三节 旅游企业国际化经营	128
第七章 旅游产业	144
第一节 旅游产业概述	144
第二节 旅游产业结构的优化	154
第三节 旅游产业组织	166
第八章 旅游经济影响	181
第一节 旅游经济影响分析	181
第二节 旅游乘数效应	185
第三节 旅游漏损	192
第四节 旅游卫星账户 (TSA) 及其应用	195
第九章 区域旅游经济活动的组织与管理	214
第一节 旅游发展中的市场与政府	214
第二节 旅游规划	225
第三节 旅游行业管理	232
第四节 旅游产业政策	240
第十章 旅游经济发展模式	251
第一节 旅游经济发展模式	251
第二节 世界各国旅游经济发展模式比较	256
第三节 中国旅游经济发展模式战略选择	263
参考文献	272
后记	275

第一章 导 论

本章学习提要与目标

旅游经济学是研究旅游经济活动内在规律的学科。通过本章学习，要了解旅游经济活动产生、发展的原因、条件和各阶段不同特征，掌握旅游经济活动的特殊规律，并熟悉旅游经济学的研究对象和主要研究方法。

第一节 旅游经济活动的产生和发展

一、几个基本概念

旅游经济学要揭示旅游经济活动的基本规律。为保证研究工作的规范性，首先应对涉及的基本概念做出约定。

(一) 旅游与旅行

1. 旅游。长期以来，一些国际组织 and 研究者曾给旅游下过多种定义。其中比较有影响的定义有：

(1) 旅游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。这些人不会导致长期定居，并且不涉及任何赚钱的活动。

这一定义是由瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫于 1942 年提出，并于 20 世纪 70 年代为“旅游科学专家国际联合会 (Association International Experts Scientific

in Tourism)”所采用。被旅游界统称为“艾斯特 (AIEST)”定义。

(2) 旅游是人们离开其通常居住和工作的地方, 短期暂时前往某地的旅行和在该地逗留期间的各种活动^①。

(3) 美国学者罗波特·麦金托什和查尔斯·戈德纳在《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中指出: 旅游可定义为在吸引和接待游客及其他访问者的过程中, 由于游客、旅游企业、东道政府和东道地区的居民相互作用而产生的一切现象和关系的总和。

(4) 世界旅游组织 (WTO) 1980 年曾提出要用“人员流动 (Movements of Persons)”一词代替“旅游 (Tourism)”, 他们给出的定义是指人们出于非移民及和平的目的或者出于导致实现经济社会文化和精神等方面的个人发展及促进人与人之间了解与合作等目的而做的旅行^②。

总之, 尽管对旅游定义的表述各有不同, 但各方对旅游基本特征的认识仍具有很大的 consistency。由此, 我们可以概括出旅游含义的主要特征, 包括以下四点:

- 旅游者旅游活动的主体。
- 旅游活动是一种异地性消费。对于旅游目的地而言, 旅游者应具有非居民的身份; 且以居住地为原点, 结束活动后必须返回常驻地。
- 旅游活动应具有严格的时效限制 (暂时性), 标准是“不会导致长期定居和就业^③”。
- 旅游者参加旅游活动的动机或目的是特定的, 即“不以赚钱为目的”。从旅游 (Tourism) 一词的原意看, 旅游一般被认为是一种消遣性和娱乐性的活动; 但根据世界旅游业的惯例和趋势, 从事工商事务和出席会议等的差旅性或事务性外出访问活动也被纳入了旅游概念的范畴^④。

2. 旅行。旅行是人类的空间移动的一种重要方式。学者张辉认为, 旅行是农业社会产生的空间移动方式。是人们有了固定居住地之后, 出于满足生活 (而非生存) 需要目的而采取的空间移动行为, 其目的多依附于商品生产和商品交换的需要^⑤。从历史角度分析, 张辉认为, 旅行现象出现在人类第三次社会大分工和商品交换出现之后。申葆嘉教授也指出, 旅行是为商品交换正常运行所必须的经济活动^⑥, 是旅游活动的辅助形式。

① 李天元:《旅游学》, 高等教育出版社 2002 年版, 第 20 页。

② 同上。

③ 邓观利:《旅游学》, 天津人民出版社 1994 年 3 月版, 第 3 页。

④ 李天元:《旅游学》, 高等教育出版社 2002 年版, 第 22 页。

⑤ 张辉:《旅游经济论》, 旅游教育出版社 2002 年 9 月版, 第 24 页。

⑥ 申葆嘉:《旅游学原理》, 学林出版社 1999 年 7 月版, 第 31 页。

（二）旅游活动与旅游经济活动

1. 旅游活动。一般认为，旅游活动是人类以游览为目的的社会、经济和文化活动的总称。邹树梅教授认为，旅游活动包含着以下三重关系：第一，人与自然的关系。人们通过投身于自然环境，欣赏、体验、探索自然，从中寻求乐趣，陶冶情操，拓宽视野，增长知识，获得精神上的最大满足。第二，人与社会的关系。人们在旅游活动中与东道社会发生接触，会使道德观念、艺术观、价值观等发生碰撞。第三，人与人的关系。旅游活动促进人们之间的相互交往，增进了解、加深友谊，有助于推进世界和平^①。

人类历史上最早旅游活动出现在原始社会末期，第三次社会大分工之后。限于当时的社会经济发展水平，参加此类活动的人只能是社会的特权阶层和达官贵人。如帝王将相、贵族僧侣和文人墨客的巡游、漫游、宗教旅行等；也包括一些贵族子弟以教育为目的的学习旅行、社会上层人士以保健为目的的温泉旅行和考察为目的的观光或探险旅行活动。由于当时社会生产力总体水平低下，这些活动只是社会上极少数人的个别行为，他们的活动往往采用非经济手段进行的，对社会经济没有起到什么大的作用。换言之，这些活动更多的表现为一种旅行活动。

2. 旅游经济活动。旅游经济活动是指采用商品交换形式所形成的旅游者与旅游生产者、旅游行业、政府以及其他利益相关者之间的经济联系和经济关系的总和。

旅游经济活动是伴随着社会经济的进一步发展，在商品经济社会后产生的。它的突出特点是旅游或旅行活动必须具有商品化和社会化特征。商品化是指采用商品交换方式组织。游客在旅游过程中满足衣食住行购物的需要都必须以支付一定量的货币为前提，游客和服务者之间是平等的商品交换关系。社会化是指不仅出现了专门为旅游者提供产品和服务的旅游生产商，而且出现了与之配套的旅游服务组织和环境。

也就是说，当旅游活动借助商品交换和社会化分工组织方式实现时，旅游经济活动就产生了。

^① 邹树梅主编：《现代旅游经济学》，青岛出版社1998年2月版，第1页。

二、旅游经济活动的产生与发展过程

旅游经济活动的产生和发展是人类社会改进生活方式的重要手段和内容。根据旅游经济要素特征的差异,我们把旅游经济的演变划分为商品化、专业化和产业化三个发展阶段,同时认为,目前旅游经济活动正孕育着进入新发展阶段的萌芽。

(一) 商品化阶段

人类的旅游经济活动如上所述,起始于旅游商品交换关系的正式确立,终止于19世纪40年代旅行社组织的出现。从旅游发展史的角度分析,也被称为“古代旅游”发展阶段^①。

美国学者罗波特·麦金托什和查尔斯·戈德纳在《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中系统介绍了古代旅游的著名事件和旅游特色。他们提到,在古代西方,早在公元前一千多年前,埃及是闻名世界的旅游胜地,来自各地的游客前来观赏金字塔和历史奇观。古巴比伦国王舒尔基则发誓要为那些尊贵的游客们保护道路、修建花园和庭院。古希腊人的旅游包括矿泉浴、参加舞会和运动会;古罗马则“铺设很多很好的公路网,它们分段由当地部门管理,并由军队保护”,以体现“旅游业是受到鼓励的”^②。

两位学者还描述了两位中国古代名人的旅游经历:公元前十世纪,中国最大的旅行家是一位皇帝,他叫周穆王,他……穿过沙漠向北去拜见他的母亲西王母和红鸟之乡,因为那里有著名的玉器和美丽的姑娘。另外一位著名的旅行家要数张骞了。公元前138年,他率领一百人组成的商队,曾到达波斯和叙利亚,并带回了葡萄酒和苜蓿^③。

由此可见,人类东西方社会产生古代旅游的时间是大致相同的。而在社会、经济和文化体系均相对独立发展的情况下,东西方同时孕育出旅游活动这一全新的生活方式和消费形式,也充分说明了旅游是人类共同需求的基本事实。分析“古代旅游”的经济特征可以发现,该时期旅游活动的参与群体还只是社会的特殊阶层,如皇室贵族、达官贵人和部分文人雅士,例外的主体是广大的商旅队伍。因此,前南斯拉夫学者斯洛博丹·翁科维奇指出,这一时期是“特权阶

① 王洪斌主编:《旅游学概论》,中国旅游出版社2001年11月版,第30页。

② 罗波特·麦金托什、查尔斯·戈德纳著:《旅游学——要素·实践·基本原理》,第15页。

③ 同上,第17页。

级的旅游时代。^①”也如林南枝教授所言,“早期的旅游活动对社会经济发展毫无推动作用^②。”

(二) 专业化阶段

发轫于15世纪~18世纪欧洲大陆的文艺复兴运动和工业革命不仅深刻影响着人类社会的发展里程,也改变了世界旅游活动的演变进程。1845年托马斯·库克公司(Thomas Cook Company)的诞生,预示着一一种新的旅游生产方式的出现,旅游经济进入专业化(或专门化)发展阶段(19世纪40年代~20世纪50年代)。这在旅游发展史上也被称为“近代旅游”阶段。

学者们总结了工业革命对旅游经济活动的深刻影响。这些影响包括:

1. 为人们外出观光、度假旅游奠定了经济基础。工业革命不仅大大提高了社会生产力的发展水平,也提高了劳动者的生产效率和收入水平;同时,工业革命也加速了产业工人和城市居民队伍的扩张,为旅游业准备了规模化的消费群体。

2. 快速交通运输技术的发展为旅游活动提供了交通便利。蒸汽机车的运用既减少了游程时间,缩短了旅游者与目的地之间的时空距离;又有效降低了运输成本,同时,各种新交通工具的出现,极大地方便了游客的出游选择。

3. 促进了旅游服务机构和设施的完善,服务质量得到改进,并形成了一批著名的旅游胜地。旅游需求拉动旅游供给。专业旅游服务设施得以分化产生,围绕旅游消费形成了新的经济产业和经济部门。旅游服务的质量也不断提高。

4. 引起了政府和社会对旅游业的广泛关注。旅游经济活动不仅对旅游地的经济活动产生影响,同时也带来了越来越广泛的社会影响、文化影响甚至政治影响,旅游活动首次成为一些政府机构关注的对象。

申葆嘉教授认为,“在近代社会的演变过程中,文艺复兴运动给人们奠定了精神上的基础,工业革命奠定了人类的物质基础,并且树立了人们新的价值观、思维方式和生活方式^③。”工业革命在英国的成功,形成了世界上最早的市场经济体系,使社会生产从自给自足的小生产自然经济实现了向分工合作的大生产市场经济的根本转变。正是这一转变,为旅游活动新的组织形式的出现创造了物质、技术、文化和体制的条件。

托马斯·库克是旅游发展史上一个里程碑式的人物,正是他于1841年组织

① 斯洛博丹·翁科维奇著、达洲译:《旅游经济学》,商务印书馆2003年7月版,第9页。

② 林南枝等主编:《旅游经济学(修订版)》,南开大学出版社2000年10月2版,第3页。

③ 申葆嘉主编:《旅游学原理》,学林出版社1999年7月版,第38页。

的一次参加禁酒大会的旅行活动,开启了旅游代理商(人)参与旅游生产活动的先河。1845年由他正式设立的托马斯·库克公司(Thomas Cook Company),更是标志着专业旅游代理服务机构的产生,标志着一个新的旅游时代的到来^①。

其他重大事件还包括:

蒸汽机在交通运输中的广泛运用,使得路上的火车和水上的汽船成为主要的旅行方式;

一些旅游休闲地,如英国的布赖顿(Brighton)和法国的里维埃拉(Riviera)成为十分繁荣的度假胜地;

旅游服务设施日臻完善,巴黎出现了舒适豪华的新式大饭店(Great Hotel),大西洋上出现了“泰坦尼克”号那样的巨型豪华邮轮;

人造旅游吸引物在北美大陆的兴起。著名的如纽约康尼岛(Coney Island)游乐园、建在洛杉矶的“迪斯尼乐园(Disneyland)”

旅游经济的专业化发展阶段的突出特点是旅游生产进入专业化分工阶段,生成了新的产品形式和新的经济产业。由于当时旅游需求仍集中在一些特殊的社会阶层之中,世界范围内旅游产业规模较小,主要集中在经济较发达的市场经济国家,加之战争等因素的影响,对社会经济的影响有限。

* * *

专论摘要:

托马斯·库克的旅游活动

托马斯·库克是旅游现象起源过程中的一位先驱者,他的活动一般被认为是象征着旅游现象的出现,但是并不能肯定地说他是推动旅游现象诞生的第一人,在他那个时代同时已经有很多人在从事旅游活动的服务业务,说他的活动象征了旅游的出现,是因为他对旅游活动的业务经营,提供了一系列比较完整的经验,为后人所效法。

托马斯·库克活动的时代背景 托马斯·库克首次为旅游活动提供服务是在1841年,这时候距离英国产业革命的开始已70多年,经过70多年的变革,英国已经摆脱了小生产自给经济体系,发展成了以机器大生产为中心的市场经济结构;社会发生了巨变,社会财富不断增加,个人收入也不断提高,建成了工业生产体系和市场体系,出现了一大批小生产自给经济中不存在的中产阶层和工薪劳

^① 托马斯·库克公司的成立也被一些学者认为是现代旅游业的起始点。

动者，他们成为新兴的市场经济社会的中坚力量。在经济发展的同时，人们的观念意识也在改变。首先发生变化的是价值观的改变，个人主义意识逐渐成为人们处世关系的行为准则，追求个人的利益、追求个人精神生活上的满足，成为社会共同的道德标准，商品化程度的不断提高，在社会生活中也深深地感到其存在的影响。人们收入的增加，闲暇时间的充裕，开始提出了休闲性游乐活动的需要，这种需要具有普遍的社会意义，非历史上个别人对游乐性旅行的需要所能比拟的。

技术和经济的大发展，影响到了交通领域、由于蒸汽机在工业上应用经验的积累以及钢铁冶炼技术的进步，在英国铁路现象的出现就成为必然的事实。

托马斯·库克的主要活动 1808年8月22日托马斯·库克生于英国德贝郡(Derbyshire)的墨尔本(Melbourne)，十岁时离开了学校，为谋生而从事过许多不同的工作，直到1828年成为浸礼会(Baptist Mission)的颂经人，后来当巡回传教士，不久重操木匠旧业。这时有两项技术方面的发展深刻影响了交通运输和旅游活动的成长。一件是出现了火车，随着1839年连接利物浦到曼彻斯特铁路的建成，一个巨大铁路建筑计划被提了出来，将要建筑英国主要人口和工业中心之间的干线铁路，另一件是将铁路线延长到包括布赖顿(Brighton)在内的广大沿海旅游休闲地区，首次可以将英国中心地区的游客大规模地运往度假旅游地。不久之后商人们开始以特别价格向市场推出有组织的游览活动以促进铁路旅行。其中有些是乘坐班车旅行，有些是采取包租专车的形式运送旅游者前往目的地。这种做法成为一个世纪后旅游业务经营者包租专机的先例。托马斯·库克并不是这种做法的第一人，据说当时布赖顿铁路公司董事长罗兰·希尔爵士(Sir Rowland Hill)是这种做法的创始者，到1840年，在这条线路上已经运行了游览列车。1841年库克作为南米德兰禁酒协会(South Midland Temperance Association)的秘书建议米德兰郡铁路公司(Midland Counties Railway Company)7月5日在莱斯特(Leicester)到洛勃罗赫(Loughborough)之间加开一列专供禁酒大会之用的专车，他组织了这次禁酒大会的旅行，来回费用是一先令，这次活动非常成功，售出了570张车票，库克从中得到5%的报偿。据称这次旅行并不是在英格兰的首次游览火车，而是第一次由中间人组织的公开登载广告招募游客的游览专列。自此之后，托马斯·库克被认为是第一位铁路游览代理人，他的这种开创性做法后来在世界各地纷纷被效法。

这次成功激励了库克组织同类游览列车包租活动的兴趣；三年后铁路公司同意与库克签订长期合同，为他的游客提供游览专列。1845年，托马斯·库克以职业旅行代理商的身份组织这种商业性的旅行活动，同时正式成立了托马斯·库克公司(Thomas Cook Company)，总部设在莱斯特。库克组织的第一次真正消遣

性的观光旅行是1845年8月4日的莱斯特到利物浦之行。当年夏天,他与四家铁路公司磋商后宣布,组织一次纯消遣性的火车旅行,由莱斯特出发,经诺丁汉、德贝市到利物浦再返回。托马斯·库克对这次旅行做了周密计划,出发前到沿线走了一趟,与当地住宿业和餐饮业以及沿线游览地点做了安排,回来后编写了一本《利物浦之行手册》发给参加的游客,这种纯消遣性旅行前后组织了两次,是托马斯·库克旅游业务的真正开端,而他的《手册》则是早期的旅行指南。

由于受到英国商业部对游乐旅游的同情和支持,19世纪50年代英国的一些铁路公司主动地推动游览活动,推出了打折的当日来回车票、周末游览车票和长途游览车票,1851年库克售出了165 000张前往伦敦参观在水晶宫(Crystal Palace)举行的“大博览会”的车票,最后达到了300万人次之多。1855年,库克把他的业务扩展到了欧洲大陆,这一年举行巴黎博览会(Paris Exposition),他安排了从莱斯特到法国加莱(Calais)然后去巴黎的5日往返旅行。这次旅行,可以视作世界上最早的一次包价旅游。

包价旅游是旅游行业中使用的一个术语,也就是一般所谓的“一揽子度假旅游”。这是一种综合性的旅游产品,一般包括从客源地到目的地的交通、旅途和目的地接待服务以及相关的游览观光项目。这种产品通常由经营性旅行社向有关旅游服务行业分别购进各项服务,然后配组成套以一个总的价格通过零售性旅行社出售给旅游者。从这个观点来说,托马斯·库克在1855年组织的巴黎博览会旅游活动,是一种包价旅游。他将旅游过程的所有要素组合起来,然后变成一个一揽子产品销售出去,这样,就形成了一个范例,可供其他的经营性旅行社仿效。所以,旅行代理业务,应该说是源起于托马斯·库克,但这类业务的大发展,还是以后的事情。库克的公司业务发展很快,1856年库克推出了“欧洲大旅游(Grand Tour of Europe)”的产品,很快又推出了前往德国莱茵省旅游并带导游的项目,后来又延伸到了瑞士和意大利。

正当铁路在陆地上作为一种旅游设施发展时,蒸汽机已经在海上用以驱动新一代的船舶。1821年第一条正规的横渡英吉利海峡的汽轮开通了从英国多佛到法国加莱的航线;1862年英国的铁路公司也得到了经营海上运输的特许权,跨越海峡的轮渡得到了飞速扩展,同时也开通了通往北美和远东的航路。托马斯·库克利用自己的业务推动着英国至北美的海上旅游线路:早在1866年库克首先经营了前往美国的旅游业务,两年后库克又带团经海路前往胜地(即巴勒斯坦)和埃及旅游,1872年库克第一次组织了环球旅游,历经222天。其路线是经过美国、日本、中国、新加坡、锡兰、印度、亚丁、苏伊士、巴勒斯坦、土耳其、希腊回到英国。

考虑到游客在旅途中携带现金既不方便又不安全,托马斯·库克在1867年提出了饭店担保的设想,即发行一种可以被饭店接受代替现金的凭证,旅游者事先付款取得保证书(Voucher)用于在指定的饭店支付费用,然后再由库克的公司与之结算。当这个工作顺利进行时,在1874年库克又推出了流通券(Circular note),这种流通券不仅在饭店中可以使用,而且还可以在外国的一些银行、商店和餐厅中使用。这种流通券就是后来旅行支票的前身;现在,旅行支票是一种在海外旅游时使用十分广泛的支付方式。

托马斯·库克具有敏锐的观察力和有效的管理能力,他认识到经济学家所谓的“需求弹性”而应用于他的业务经营中;为了降低成本、降低价格,他包租整列火车和整个楼层的客房以取得有利的折扣,他与全世界的饭店、海运公司和铁路公司密切接触,以保证他能为其顾客得到价格较低而质量较好的服务。托马斯·库克业务经营的成功,一个重要原因是在他计划其业务时总是多方位考虑,实地勘察,把可能出现的问题在发生之前就加以解决。当他陪同他的游客在海外旅游时,对第一次出游的客人总是特别加以照应,以减少他们心理上的忧虑。1867年推出饭店担保和1874年推出流通券的做法,都是出于解除游客在旅途中的忧虑而提出的。

1892年7月18日托马斯·库克在英国莱斯特郡的荣斯特市去世,终年83岁。老库克去世后他的事业由其独子、1884年即已成为其父亲合伙人的约翰·梅逊·库克继承;7年后约翰·库克也相继去世,公司由约翰的三个儿子继续经营一段时间,1927年与欧洲国际卧车公司(Wagons Litz)合并,让出部分产权,1929年剩余的部分产权也为国际卧车公司收购。1941年希特勒占领欧洲后库克公司被没收、战后归还英国时实行了国有化,1972年为英国米德兰银行集团所接管。

托马斯·库克活动的意义 托马斯·库克把他的一生献给了旅游事业,为旅游事业今后的大发展奠定了基础。有人认为托马斯·库克活动的实际意义在于他发明了把游览或度假旅游作为单一的一揽子业务或产品经营,而不仅是在于建立起了旅行的代理业务机构。他的思想完善地补足了铁路客运和海上客运的成长,并且把有组织旅游的业务活动发展成为社会的巨大部门。

综观托马斯·库克一生的业绩,对旅游现象的诞生和发展做出了不可磨灭的贡献。从托马斯·库克的全部活动来评价,最具有开拓性意义的是托马斯·库克公司的成立,标志着旅游现象的出现和一个新行业——旅行社的诞生。这是一个从无到有的过程,在人类历史上还没有存在过托马斯·库克所进行过的那种活动和业务。虽然无法肯定托马斯·库克是从事这种活动和业务的第一人,但是他在这方面经历和开创的道路,足以使他的工作成为旅游活动产生和旅行服务行业出

现的标志。

资料来源：申葆嘉主编，《旅游学原理》，学林出版社 1999 年 7 月版，第 42 页。

* * *

（三）产业化阶段

20 世纪 50 年代，随着世界范围战争阴影的逐步消退，人类社会进入了一个政治社会相对平稳、经济技术突飞猛进的发展阶段，和平与发展成为这一时期人类社会的轴心和主题。伴随着人们收入水平的持续升高和大量先进技术的使用，旅游需求和生产力水平又有了质的飞跃，旅游经济进入高速增长和全面产业化的发展阶段。

这一阶段的主要特征有：

1. 旅游成为一种大众商品，旅游业的增长超过世界经济的平均发展速度。20 世纪 50 年代，经过短暂的战后恢复，世界各国尤其是欧美国家进入社会经济发展的新阶段。二战期间发展出来的新技术大量用于民用生产，极大地促进了各国经济的发展。60 年代，喷气式飞机技术用于民用航班，大大的促进了世界旅游、尤其是越洋远程旅游的发展。由于航空运输费用的大幅度降低，使得更多的工薪阶层人士能够参加到旅游行列中来，于是出现了世界范围游客远距离大量流动的局面，被称为“大众旅游”现象。这一时期也被称为旅游运行的“大众旅游时期”。

从数量规模上看，这一时期旅游业在世界范围内获得超速增长。以国际旅游人数为例，美国 20 世纪 50 年代每年出国旅游约 200 万人次，到 1990 年，出国游人数达到 4 400 万人次，增长了 20 倍。日本 1964 年出国人数为 10 万人次，此后平均每年以 10 万人次的速度递增，1969 年达到了 50 万人次；70 年代平均每年增加 40 万人次，80 年代平均每年增加 50 万人次；90 年代后平均每年的增长额达到 60 万人次^①。

国际旅游收入的增长速度超过了旅游人数的增幅。美国 1980 年国际旅游花费为 103.9 亿美元，1990 年增加到 373.5 亿美元；日本 1980 年国际旅游花费为 45.9 亿美元，1990 年增长到 249.3 亿美元。

世界旅游组织研究了国际旅游业发展与世界经济的发展速度比较，结论是自 1950～1995 年的 40 多年间，国际旅游业的增长速度全面超过后者如表 1-1 所示。

① 阎敏：《旅游业产业化研究》，南开大学博士论文，1997 年 5 月，第 13 页。

表 1-1 国际旅游业发展速度比较

年 份	国际旅游人数 (万人次)	年均增长率 (%)	国际旅游收入* (亿美元)	年均增长率 (%)	全世界 GDP 年 均增长率** (%)
1950 ~ 1994		7.2		12.3	
1950	2 528.2		21.0		
1960	6 932.0	10.6	68.7	12.6	4.1 ~ 6.0
1970	16 578.7	9.1	179.0	10.1	3.9 ~ 13.0
1980	28 626.6	5.6	1 052.0	19.4	3.2 ~ 6.4
1995	56 740.2	4.7	3 725.9	8.9	3.0

注：* 不包括国际间交通费。

** 下限为增长速度最低国家的增长率，上限为增长速度最高国家的增长速度。

资料来源：《旅游统计纲要，1990 ~ 1994》，WTO。

2. 观光游览等纯休闲性质旅游的出游比率逐步增高。国际旅游统计过程中，旅游业的统计口径有宽、窄两种。窄口径主要反映纯休闲目的的旅游行为，宽口径则将商务性旅游和事务性旅游消费也统计在内。显然，两种口径反映旅游业发展质量大不相同。20 世纪 50 年代后，不仅旅游人数和接待收入有大幅度增长，纯休闲目的的旅游人数比重也出现大幅度增加的趋势。英法等国家已经开始出现旅游业只统计和计算纯休闲目的旅游者的现象。据统计，法国 20 世纪 80 年代有 70% 的国民进行纯休闲性质的旅游。在来华旅游的旅游者中，存在着越是发达国家、纯休闲旅游游客比重越高的现象。如 20 世纪 90 年代前期的统计，纯休闲游客的比重，美国游客约为 60%，日本游客约为 75%，泰国游客约为 45%，菲律宾游客约为 40%。根据对我国国内旅游抽样调查结果的分析，国内旅游者中也存在着来自经济发达地区的游客纯休闲目的比例较欠发达地区游客比例高的规律。

3. 旅游业表现出明显的地域集中性和季节性特征。随着纯休闲旅游者出游比重的提高，由于这类旅游者对目的地和出游时间的选择都带有强烈的趋向性，使得旅游业具有明显的地域集中性和季节性特征。

从世界范围看，经过半个世纪的发展，西班牙、意大利、瑞士、奥地利、法国、加勒比海地区、东南亚地区、太平洋岛国等地区成为世界知名的旅游目的地，并形成了从地中海地区、印度洋岛屿、东南亚地区、太平洋岛屿到加勒比海地区横贯整个地球的“旅游带”，这一地带也构成了世界旅游业的主体，每年接待了世界上 80% 以上的国际旅游者，国际旅游收入占到世界的 90%^①。

① 阎敏：《旅游业产业化研究》，南开大学博士论文，1997 年 5 月，第 16 页。