

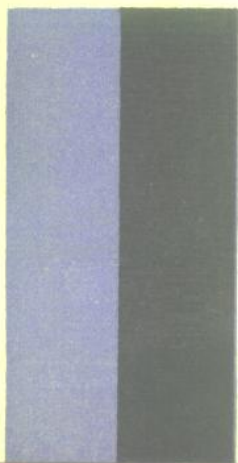
# 旅游 经济学

---

走向二十一世纪的人需要多  
维的视野和崭新的知识结构《新  
学科丛书》以全方位的态势和准  
确、快速的信息,向您展示当代国内外引人注目的  
综合学科、边缘学科、交叉学科和分支学科。



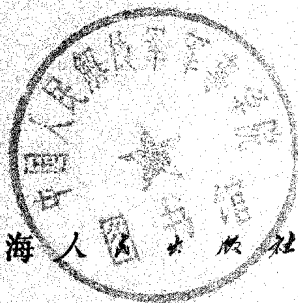
新学科丛书





# 旅游经济学

林南枝 主编  
陶汉军



上海人民教育出版社

责任编辑 周耀乐  
封面装帧 沈蓉男

·新学科丛书·

**旅 游 经 济 学**

林南枝 主编  
陶汉军

上海人民出版社出版

(上海绍兴路 54 号)

新华书店上海发行所发行 常熟市凤行联营印刷厂印刷

开本 850×1156 1/32 印张 11.5 插页 2 字数 225,000  
1986 年 7 月第 1 版 1986 年 7 月第 1 次印刷  
印数 1-20,900

书号 4074·594 定价 2.30 元

## 《新学科丛书》前言



社会主义中国正在腾飞。

腾飞的年代要求人们具有丰富的知识。

当代知识体系已呈现出多彩的态势、全新的格局——现代科学日趋高度分化和高度综合，自然科学与社会科学相互渗透和结合，出现了许多综合学科、边缘学科和分支学科。

我们正面临着知识的挑战。

为了迎接这一挑战，《新学科丛书》将以马克思主义为指导，依据我国的国情，适应社会主义现代化建设的需要，有计划地、有目的地、通俗地介绍以社会科学为主的各门新学科。

《新学科丛书》，理论性与应用性并重，学术性与普及性兼顾，力求用新思想、新材料、新形式、新语言，提供丰富的新知识和新信息，以帮助人们开阔视野，更新知识结构，掌握科学方法，为繁荣社会主义科学文化事业服务。

编 者

# 前 言

---

旅游经济学,是一门新兴的边缘学科。在我国,这门学科的研究刚刚起步。为适应我国高等院校旅游专业教学和旅游从业人员培训的需要,在教育部文科教材办公室的支持下,国家旅游局教育司组织一些高等院校旅游专业的教师集体编写了本书。本书是一本统编教科书,既适合于高等院校旅游专业教学之用,也可供中等旅游学校、旅游职业班作教学参考,还可以作为旅游从业人员的培训教材。

参加本书编写的人员有:国家旅游局陶汉军(第一、三章),北京旅游学院张汝昌(第二章),上海旅游专科学校林猷红(第四、八章),西北大学张辉(第五章),西北大学朱玉槐(第六章),南开大学林南枝(第七、九章),北京第二外国语学院殷敏、张吉林(第十章),杭州大学邹益民(第十一章)。由林南枝、陶汉军修改、定稿。

在本书编写过程中,国家旅游局、一些省市旅游局和有关单位曾经给予大力支持和帮助,在此表示诚挚的感谢。鉴

于旅游经济学的研究时间很短，许多问题还有待于进一步探索，错误和不当之处在所难免，敬请读者批评指正。

1985年3月

# 目 录

前 言 .....	( 1 )
<b>第一章 旅游经济学的研究对象和方法 .....</b>	<b>( 1 )</b>
第一节 旅游经济学的研究对象 .....	( 1 )
一、旅游经济学的产生 .....	( 1 )
二、旅游活动与旅游经济活动 .....	( 2 )
三、旅游业与旅游经济活动 .....	( 4 )
四、旅游经济学的研究对象 .....	( 6 )
第二节 旅游经济学的研究内容 .....	( 9 )
一、旅游经济学研究的理论基础 .....	( 9 )
二、旅游经济学研究的主要内容 .....	( 12 )
三、学习旅游经济学的目的和意义 .....	( 14 )
第三节 旅游经济学与有关学科的关系 .....	( 15 )
一、旅游经济学与政治经济学的关系 .....	( 15 )
二、旅游经济学与旅游学的关系 .....	( 17 )
三、旅游经济学与旅游专业其他学科的关系 .....	( 17 )
第四节 旅游经济学的研究方法 .....	( 18 )
一、辩证唯物主义与历史唯物主义相统一的方法 .....	( 18 )
二、理论与实际相结合的方法 .....	( 19 )
三、定性分析与定量分析相结合的方法 .....	( 20 )

<b>第二章 旅游经济活动的形成与实现</b> .....	( 22 )
<b>第一节 旅游经济活动的产生</b> .....	( 22 )
一、旅游经济活动产生的基础 .....	( 22 )
二、旅游经济活动进一步社会化 .....	( 24 )
<b>第二节 旅游活动的商品化</b> .....	( 25 )
一、旅游活动的商品化 .....	( 25 )
二、旅游活动商品化的三个阶段 .....	( 26 )
三、旅游活动商品化的加速 .....	( 28 )
<b>第三节 旅游经济活动进行的条件与环节</b> .....	( 29 )
一、旅游经济活动进行的条件 .....	( 29 )
二、旅游经济活动运转的主要环节 .....	( 31 )
<b>第三章 旅游商品</b> .....	( 34 )
<b>第一节 旅游商品的概念和构成</b> .....	( 34 )
一、旅游商品的概念 .....	( 34 )
二、旅游商品的价值、价值量与价格的关系 .....	( 36 )
三、旅游商品的构成 .....	( 39 )
<b>第二节 旅游商品的特性</b> .....	( 42 )
一、旅游商品的综合性 .....	( 43 )
二、旅游商品的不可贮存性 .....	( 45 )
三、旅游商品的不可转移性 .....	( 46 )
四、旅游商品“生产”、交换与消费的同—性 .....	( 47 )
五、旅游商品的脆弱性 .....	( 48 )
<b>第三节 旅游商品构成的内部与外部关系</b> .....	( 50 )



一、研究旅游商品构成内部与外部关系的必要性 .....	( 50 )
二、旅游商品构成的互补关系 .....	( 50 )
三、旅游商品构成内部与外部的互代关系 .....	( 52 )
四、旅游商品构成的互补与互代关系的转化 .....	( 54 )
第四节 旅游购物品特征 .....	( 55 )
一、旅游购物品的价值决定与表现形式 .....	( 56 )
二、旅游购物品使用价值的特点 .....	( 57 )
<b>第四章 旅游需求与供给 .....</b>	<b>( 59 )</b>
<b>第一节 旅游需求 .....</b>	<b>( 59 )</b>
一、旅游需求及其产生 .....	( 59 )
二、旅游需求规律 .....	( 63 )
三、旅游商品的需求弹性和弹性系数 .....	( 67 )
四、影响旅游需求的因素 .....	( 73 )
五、旅游需求指标 .....	( 81 )
<b>第二节 旅游供给 .....</b>	<b>( 84 )</b>
一、旅游供给的涵义与种类 .....	( 84 )
二、旅游供给的内容 .....	( 86 )
三、旅游供给规律 .....	( 89 )
四、影响旅游供给的因素 .....	( 94 )
<b>第三节 旅游需求与旅游供给的矛盾运动 .....</b>	<b>( 98 )</b>
一、旅游供求的矛盾运动 .....	( 98 )
二、旅游供求矛盾的主要表现 .....	(101)
三、调节旅游供求平衡的机制 .....	(104)

<b>第五章 旅游市场</b> .....	(108)
<b>第一节 旅游市场的性质、特点和作用</b> .....	(108)
一、旅游市场的概念 .....	(108)
二、旅游市场的种类 .....	(110)
三、旅游市场的要素组合 .....	(114)
四、旅游市场的特点 .....	(117)
五、旅游市场的作用 .....	(121)
<b>第二节 旅游市场竞争</b> .....	(123)
一、旅游市场竞争的必然性和作用 .....	(123)
二、旅游市场竞争分类及与旅游价格的关系 .....	(127)
三、旅游市场竞争的主要内容与手段 .....	(132)
<b>第三节 旅游市场开拓</b> .....	(137)
一、旅游市场开拓的必要性 .....	(138)
二、旅游市场开拓的前提 .....	(138)
三、旅游目标市场的选择和确定 .....	(140)
四、实现旅游市场目标的策略 .....	(143)
<b>第六章 旅游价格</b> .....	(147)
<b>第一节 旅游价格概念与种类</b> .....	(147)
一、旅游价格概念 .....	(147)
二、旅游价格的构成 .....	(148)
三、旅游价格的职能 .....	(152)
四、旅游价格的种类 .....	(154)
<b>第二节 旅游差价与优惠价</b> .....	(156)
一、旅游差价的客观性 .....	(156)

二、旅游差价的种类 .....	(158)
三、旅游优惠价 .....	(161)
第三节 旅游价格制定的目标与策略 .....	(163)
一、旅游价格制定的依据 .....	(163)
二、影响旅游价格制定的因素 .....	(164)
三、旅游价格制定的目标 .....	(167)
四、旅游价格制定的策略 .....	(169)
第四节 我国旅游价格政策与价格体系 .....	(172)
一、我国旅游价格政策 .....	(172)
二、我国旅游价格体系 .....	(175)
<b>第七章 旅游消费 .....</b>	<b>(177)</b>
第一节 旅游消费的性质与特点 .....	(177)
一、旅游消费的性质 .....	(177)
二、旅游消费的重要性 .....	(178)
三、旅游消费的特点 .....	(183)
第二节 旅游消费结构 .....	(189)
一、旅游消费结构分类 .....	(189)
二、影响旅游消费结构的因素 .....	(193)
三、研究旅游消费结构的意义 .....	(196)
第三节 旅游者消费的最大满足 .....	(197)
一、旅游者消费最大满足的含义 .....	(197)
二、旅游者消费最大满足的决策 .....	(198)
三、评价旅游消费效果的基本原则 .....	(203)
四、研究旅游者消费最大满足的意义 .....	(205)

<b>第八章 旅游收入与分配</b> .....	(206)
<b>第一节 旅游收入与指标</b> .....	(206)
一、旅游收入的概念与重要性 .....	(206)
二、旅游收入分类 .....	(210)
三、旅游收入指标 .....	(212)
四、旅游收入与需求价格弹性的关系 .....	(218)
<b>第二节 旅游收入分配</b> .....	(220)
一、旅游收入分配的概念 .....	(220)
二、资本主义制度下旅游收入分配的性质、 结构与形式 .....	(222)
三、我国旅游收入分配的性质、结构与形式 .....	(226)
<b>第三节 旅游收入再分配</b> .....	(228)
一、旅游收入再分配的概念 .....	(228)
二、资本主义国家旅游收入再分配的性质与结构 .....	(230)
三、我国旅游收入再分配的性质与结构 .....	(232)
<b>第四节 旅游收入分配与再分配对国民经济     的作用</b> .....	(234)
一、旅游收入分配与再分配对社会经济发展的贡献 .....	(234)
二、旅游收入分配与再分配对整个经济的连锁作用 .....	(234)
<b>第九章 旅游业的经济核算与经济效益</b> .....	(241)
<b>第一节 旅游业的经济核算</b> .....	(241)
一、旅游业经济核算的意义 .....	(241)
二、旅游业经济核算的含义与条件 .....	(242)
三、旅游业实行经济核算的内容与指标体系 .....	(245)

四、旅游业的资金运动 .....	(249)
五、旅游业经济核算的方法 .....	(254)
第二节 旅游业的微观经济效益 .....	(256)
一、旅游业微观经济效益概念 .....	(257)
二、旅游业微观经济效益分析 .....	(260)
三、我国旅游业的微观经济效益分析 .....	(272)
第三节 旅游业的宏观经济效益 .....	(290)
一、旅游业宏观经济效益概念 .....	(290)
二、旅游业宏观经济效益分析 .....	(292)
三、提高旅游业经济效益的途径 .....	(297)
<b>第十章 旅游业在国民经济中的地位和作用 .....</b>	<b>(304)</b>
第一节 旅游业在国民经济中的地位 .....	(304)
一、实现社会主义生产目的的重要途径 .....	(306)
二、实现社会主义扩大再生产的有效方式 .....	(308)
三、实现社会产品和社会劳动分配的必要形式 .....	(309)
四、参与国际市场分工的新兴行业 .....	(310)
第二节 旅游业在国民经济中的作用 .....	(313)
一、增加外汇收入, 平衡国际收支 .....	(313)
二、大量回笼货币, 促进市场繁荣与稳定 .....	(315)
三、为国家建设积累资金 .....	(317)
四、可提供更多的劳动就业机会 .....	(319)
五、改善国民经济部门结构 .....	(321)
六、促进地区经济发展 .....	(322)
七、扩大国际间的合作关系 .....	(323)

<b>第十一章 旅游业计划与综合发展</b> .....	(325)
<b>第一节 旅游业发展计划</b> .....	(325)
一、旅游业有计划发展的必要性 .....	(325)
二、旅游业发展计划的种类 .....	(329)
三、旅游业发展中的主要比例关系 .....	(332)
<b>第二节 旅游业的综合发展</b> .....	(338)
一、旅游业综合发展的基本内容和要求 .....	(338)
二、旅游业综合发展的作用 .....	(341)
<b>第三节 旅游业的综合平衡</b> .....	(342)
一、旅游业综合平衡的基本内容 .....	(342)
二、旅游业综合平衡的基本原则 .....	(345)
三、旅游业综合平衡的方法 .....	(349)
<b>参考书目</b> .....	(353)

# 第一章 旅游经济学的研究 对象和方法

---

## 第一节 旅游经济学的研究对象

### 一、旅游经济学的产生

旅游，起先是社会中少数特权阶层人物的一种享乐活动。它作为一种社会现象，在古代就已存在。随着生产的发展，社会分工的深化，旅游活动逐渐同社会经济结合了起来。十九世纪四十年代，欧洲、北美的旅游活动有了较大的发展，开始出现了专门从事旅游活动的组织和经营的机构——旅行社。旅行社的产生将旅游活动大大地向前推进了一步，使旅游者与为旅游服务的有关行业之间的联系建立在全社会的基础上，这样，旅游业便作为社会经济中的一个新兴行业首次出现在地平线上。在其后的一百年中，旅游活动，从而旅游业由于受到两次世界大战和二十世纪三十年代严重经济危机的冲击，它的发展虽然受到一定程度的

影响，经历了几起几伏的波折，但是，其发展速度是相当快的。第二次世界大战以后，特别是五十年代以来，进行旅游活动的社会经济条件更加充分，旅游形成了世界性潮流，它对社会经济的影响越来越大，引起了各国政府和全社会的关注。到目前为止，不少国家政府已将它纳入经济和社会发展计划之中，使它成为各国国民经济的一部分。

社会实践是科学的先导，有什么样的社会实践，就会出现相应的科学。旅游经济学是旅游活动、旅游业长期发展的结果，也是旅游这一社会经济活动的科学概括和总结。它的产生与发展反过来又对旅游活动和旅游业的发展起着推动作用。旅游经济学虽然出现较晚，但是，同其他学科一样，也有自己的科学体系。

旅游经济学，是从经济这个侧面来研究旅游活动的，也就是说，它的研究对象是旅游经济活动。在说明旅游经济活动为什么是旅游经济学的研究对象之前，必须了解旅游经济活动同旅游活动、旅游业之间的关系。

## **二、旅游活动与旅游经济活动**

旅游，是旅行与游览的结合，其中游览是旅游的目的，旅行则是实现这一目的的手段。旅游活动，就是以游览为目的的旅行。在实践上，除了游牧民族的迁徙、政府间官方往来等情况之外，绝大多数的旅行都或多或少地包含了游览的内容。因此，在大多数情况下，旅行与游览是密切结合在一起的。

旅游活动有广义与狭义之分。广义的旅游活动，是包含



着游览内容在内的各种目的的旅行，如商业旅游、会议旅游、宗教旅游及各种专业旅游等。它们的目的虽然各异，但它们都不同程度地包含着游览与娱乐的内容，因而都属于旅游的范畴。1981年世界旅游组织编印的《国内国际旅游统计收集与呈报技术手册》(以下简称《手册》)关于旅游者的分类可以证明这一点。根据《手册》，凡有下述旅行目的的人均为旅游者：度假、商务、健康、学习、公务或会议、探亲访友、宗教、体育及其他。狭义的旅游活动，是指以游乐为主要目的的旅行。它包括参观、游览、娱乐、消遣等游乐旅行活动。中国旅行社、中国国际旅行社、中国青年旅行社接待的旅游者中，绝大多数属于这类性质的旅游者。从世界范围看，国内、国际旅游者总人数中，这类旅游者居多数。

无论广义的旅游活动还是狭义的旅游活动，从其社会性质来说，都是一种社会经济和文化活动，即通过旅游者的流动表现为人们对旅游这种社会文化生活的追求与社会满足这种需求的关系。具体来说，它反映了如下几种关系。一、人与自然的关系。人是生活在自然环境中的，随着自然条件的变化，会产生从一地迁移至另一地的要求。每年冬季，北半球的人们纷纷离开气候严寒的地带，到气候温和的亚热带或热带地区旅游度假，就是这种迁徙的典型表现。但是，人类不是被动地适应自然环境，而是在一定的思想指导下表现出一定的社会行为。在旅游中，人们通过观赏风景，考察野生动植物，借以扩大知识范围，寻求精神上的满足。它表现了与动物完全不同的特征。此外，在另一些旅游活动中。如登山旅游、滑雪旅游、探险旅游，自然环境越是恶劣，