

Tourism

全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

旅游经济学

李辉作 主编 于涛 李建民 副主编

李莉 主审



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

旅游经济学

李辉作 主 编

于 涛 李建民 副主编

李 莉 主 审

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

旅游经济学是旅游管理专业的专业基础课程。旅游经济学是以现代经济理论为指导,运用经济学、管理学、旅游学等多学科知识与方法,全面系统地阐述旅游经济学的基本理论和方法。本书由旅游经济学概述、旅游产品与开发、旅游需求与供给、旅游市场与竞争、旅游成本与价格、旅游消费与效果、旅游收入与分配、旅游经济效益与评价、旅游产业结构与产业政策、旅游经济发展模式与发展趋势共 10 章内容组成。

本书注重内容的系统性、科学性、先进性和实用性,浅显易懂。教材通过案例有效地将理论和实践结合起来,增强了知识性与趣味性。每章后的复习思考题形式多样,习题内容与教材紧密结合,便于读者对教材知识内容的把握,同时各章后面的案例分析可以提高学生分析问题和解决问题的能力。本书适合于高职高专院校旅游管理、酒店管理等相关专业的教学,同时对希望了解旅游经济的相关人员也有实践指导意义。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学 / 李辉作主编. —北京: 电子工业出版社, 2009.1

全国高等职业教育规划教材·旅游与酒店管理专业

ISBN 978-7-121-07739-5

I. 旅… II. 李… III. 旅游经济学—高等学校: 技术学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 177420 号

策划编辑: 张云怡

责任编辑: 陈心中

印 刷: 北京牛山世兴印刷厂
装 订:

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 14.25 字数: 361 千字

印 次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 4 000 册 定价: 23.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前 言

随着我国国民经济持续快速发展,旅游业在促进经济发展、增加就业和收入、提高人们生活质量等方面起到了其他产业不可替代的重要作用。旅游经济学是旅游经济活动实践的科学总结,它随着旅游经济活动的发展而不断完善,并形成自身的科学研究体系,它是研究旅游经济活动运转过程以及在这一运转过程中所反映出来的各种经济现象、经济关系及其规律的学科。旅游经济学来源于旅游经济活动的实践,又必将对旅游经济活动的实践起到指导和推动作用。

本书依据高职、高专财经类各专业教学计划及教育部颁发的关于《高职高专院校人才培养工作水平评估方案(试行)》,贯彻和落实教育部16号文件精神,适应当前职业教育改革对实用教材的需要而编写。主要内容包括:旅游经济学概述、旅游产品与开发、旅游需求与供给、旅游市场与竞争、旅游成本与价格、旅游消费与效果、旅游收入与分配、旅游经济效益与评价、旅游产业结构与产业政策、旅游经济发展模式与发展趋势共10章内容。

本书在参考和吸收大量国内外有关教材的写作优点和思路的基础上,结合旅游经济发展的实际,通过案例导入教学,围绕基本理论阐述旅游经济活动和经济现象,使内容通俗易懂,增强教材的可读性和实用性。构建以学习目标、导入案例、相关资料、各章小结、复习思考题、案例分析为内容的复合型教材模式,以适应教师精讲、学生参与、师生互动、培养能力的新型教学理念和教学方法。

本书由李辉作任主编,并负责拟定编写提纲、统稿和定稿,于涛、李建民任副主编。具体编写分工如下:第1章、第3章、第4章由齐齐哈尔大学李辉作编写,第2章、第9章由河南科技学院于涛编写,第7章、第8章由黑龙江旅游职业技术学院李建民编写,第6章、第10章由江苏农林职业技术学院李萍萍编写,第5章由陕西财经职业技术学院余小花编写。本书由黑龙江广播电视大学李莉主审。

本书适用于旅游管理、酒店管理等专业四年制应用型本科和二、三年制高职学生,还可供读者自学和参考使用。

本书在编写过程中参考了大量相关领域的文献,已列示于书后的“参考文献”,但仍可能有遗漏。在此谨向相关作者表示诚挚的谢意!

由于编者水平所限,书中难免存在疏漏和不妥之处,敬请广大读者和专家批评指正,编者将不胜感谢。

编 者
2008年11月

目 录

第1章 旅游经济学概述	(1)
1.1 旅游经济的产生和发展	(2)
1.1.1 旅游经济活动概述	(2)
1.1.2 旅游经济活动的产生	(4)
1.1.3 旅游经济的发展	(6)
1.1.4 旅游经济学的产生	(8)
1.2 旅游经济学研究对象及内容	(9)
1.2.1 旅游经济学的学科特点	(11)
1.2.2 旅游经济学的研究对象	(12)
1.2.3 旅游经济学研究的主要内容	(13)
1.3 旅游经济学与其他学科的关系	(14)
1.3.1 旅游经济学与经济学的关系	(14)
1.3.2 旅游经济学与旅游学的关系	(15)
1.3.3 旅游经济学与其他学科的关系	(15)
1.4 旅游经济学的研究方法	(16)
1.4.1 理论与实践相结合的方法	(16)
1.4.2 定性分析与定量分析相结合的方法	(16)
1.4.3 静态分析与动态分析相结合的方法	(17)
1.4.4 微观分析与宏观分析相结合的方法	(17)
本章小结	(17)
案例分析题	(18)
复习思考题	(18)
第2章 旅游产品与开发	(20)
2.1 旅游产品的概念与构成	(21)
2.1.1 旅游产品的概念	(21)
2.1.2 旅游产品的构成	(21)
2.1.3 旅游产品的特性	(23)
2.1.4 旅游产品的内外部关系及其转化	(24)
2.2 旅游产品的价值和使用价值	(26)
2.2.1 旅游产品的价值	(26)
2.2.2 旅游产品的使用价值	(28)
2.3 旅游产品的组合及开发	(29)
2.3.1 旅游产品的类型及其组合	(30)
2.3.2 旅游产品的开发	(32)
2.3.3 我国的旅游产品	(35)
2.4 旅游产品的生命周期	(37)

2.4.1 旅游产品生命周期的阶段	(37)
2.4.2 旅游产品生命周期的变异	(38)
2.4.3 延长旅游产品生命周期的经营策略	(39)
本章小结	(40)
案例分析题	(41)
复习思考题	(41)
第3章 旅游需求与供给	(43)
3.1 旅游需求	(44)
3.1.1 旅游需求的概念和特征	(44)
3.1.2 旅游需求的产生	(46)
3.1.3 旅游需求的规律	(47)
3.1.4 影响旅游需求的因素	(49)
3.1.5 旅游需求的指标	(52)
3.2 旅游供给	(53)
3.2.1 旅游供给的概念	(55)
3.2.2 旅游供给的内容	(56)
3.2.3 旅游供给规律	(56)
3.2.4 影响旅游供给的因素	(59)
3.3 旅游需求与供给的弹性理论	(60)
3.3.1 弹性的一般概念	(60)
3.3.2 旅游需求弹性及弹性系数	(61)
3.3.3 旅游供给弹性及弹性系数	(62)
3.4 旅游供求矛盾与平衡	(63)
3.4.1 旅游供求的矛盾	(64)
3.4.2 旅游供求矛盾的表现	(66)
3.4.3 旅游供求矛盾的调节机制	(67)
本章小结	(68)
案例分析题	(69)
复习思考题	(70)
第4章 旅游市场与竞争	(72)
4.1 旅游市场概述	(73)
4.1.1 旅游市场的概念	(73)
4.1.2 旅游市场的功能	(73)
4.1.3 旅游市场的特点	(74)
4.1.4 旅游市场机制	(75)
4.2 旅游市场的分类	(76)
4.2.1 旅游市场分类的依据	(77)
4.2.2 旅游市场分类的影响因素	(78)
4.2.3 旅游市场类型的划分	(79)
4.3 旅游市场竞争	(81)

4.3.1	旅游市场竞争的客观性	(82)
4.3.2	旅游市场竞争的决定因素	(83)
4.3.3	旅游市场竞争的类型	(84)
4.3.4	旅游市场竞争的目标	(85)
4.3.5	旅游市场竞争的策略	(86)
4.4	旅游市场开拓	(88)
4.4.1	开拓旅游市场的必要性	(88)
4.4.2	旅游市场的调查和预测	(89)
4.4.3	旅游市场细分和目标市场选择	(90)
4.4.4	旅游市场的开拓和营销策略	(92)
	本章小结	(93)
	案例分析题	(94)
	复习思考题	(95)
第5章	旅游成本与价格	(96)
5.1	旅游产品成本概述	(97)
5.1.1	旅游成本的概念	(97)
5.1.2	旅游成本函数	(98)
5.1.3	旅游短期成本	(99)
5.1.4	旅游长期成本	(99)
5.2	旅游价格构成和分类	(100)
5.2.1	旅游价格构成	(101)
5.2.2	旅游价格分类	(102)
5.2.3	旅游价格的特点	(104)
5.3	旅游定价的机制和目标	(104)
5.3.1	旅游定价的机制	(105)
5.3.2	旅游价格制定的目标	(107)
5.4	旅游定价的方法和策略	(109)
5.4.1	旅游定价的方法	(109)
5.4.2	旅游定价的策略	(112)
5.4.3	旅游价格管理与监督	(113)
	本章小结	(115)
	案例分析题	(115)
	复习思考题	(117)
第6章	旅游消费与效果	(118)
6.1	旅游消费概述	(119)
6.1.1	旅游消费的概念	(119)
6.1.2	旅游消费的作用	(121)
6.1.3	旅游消费的特点	(122)
6.2	旅游消费结构	(124)
6.2.1	旅游消费结构的概念及分类	(125)

6.2.2	影响旅游消费结构的因素	(127)
6.2.3	旅游消费结构的合理化	(129)
6.3	旅游消费效果及评价	(131)
6.3.1	旅游消费效果的概念	(131)
6.3.2	旅游消费最大效用均衡	(132)
6.3.3	评价旅游消费效果的基本原则	(134)
	本章小结	(136)
	案例分析题	(136)
	复习思考题	(137)
第7章	旅游收入与分配	(139)
7.1	旅游收入概述	(140)
7.1.1	旅游收入的概念和重要性	(140)
7.1.2	旅游收入分类	(140)
7.1.3	旅游收入的主要指标	(143)
7.1.4	影响旅游收入的因素	(146)
7.2	旅游收入分配	(148)
7.2.1	旅游收入分配的含义	(149)
7.2.2	旅游收入初次分配	(149)
7.2.3	旅游收入的再分配	(151)
7.3	旅游收入乘数效应	(154)
7.3.1	旅游乘数概念	(154)
7.3.2	旅游乘数的类型	(155)
7.3.3	旅游收入乘数效应	(156)
7.3.4	旅游收入的漏损	(158)
	本章小结	(160)
	案例分析题	(161)
	复习思考题	(162)
第8章	旅游经济效益与评价	(164)
8.1	旅游经济效益概述	(165)
8.1.1	旅游经济效益的概念	(165)
8.1.2	旅游经济效益的特点	(165)
8.1.3	影响旅游经济效益的因素	(166)
8.1.4	旅游经济效益评价的内容	(168)
8.2	旅游微观经济效益	(169)
8.2.1	旅游微观经济效益的概念	(169)
8.2.2	旅游企业经济效益的分析指标	(170)
8.2.3	旅游企业经济效益评价	(171)
8.2.4	提高旅游企业经济效益的途径	(172)
8.3	旅游宏观经济效益	(173)
8.3.1	旅游宏观经济效益的概念	(174)

8.3.2 旅游宏观经济效益指标	(175)
8.3.3 旅游宏观经济效益评价	(176)
8.3.4 提高旅游宏观经济效益的途径	(177)
本章小结	(178)
案例分析题	(179)
复习思考题	(181)
第9章 旅游产业结构与产业政策	(183)
9.1 产业与旅游产业	(184)
9.1.1 产业与产业结构的含义	(184)
9.1.2 产业结构研究的内容及分类	(185)
9.1.3 旅游产业	(186)
9.2 旅游产业结构	(187)
9.2.1 旅游产业结构的含义	(187)
9.2.2 旅游产业结构的优化	(189)
9.2.3 旅游产业结构的优化策略	(191)
9.3 旅游产业政策	(194)
9.3.1 旅游产业政策的含义与特征	(194)
9.3.2 旅游产业政策的内容	(195)
9.3.3 旅游产业政策实践	(197)
本章小结	(199)
案例分析题	(200)
复习思考题	(200)
第10章 旅游经济发展模式与发展趋势	(202)
10.1 旅游经济发展	(204)
10.1.1 旅游经济增长与波动	(204)
10.1.2 旅游经济增长的方式	(205)
10.1.3 旅游经济发展	(206)
10.2 旅游经济发展模式	(207)
10.2.1 旅游经济发展模式的含义及影响因素	(207)
10.2.2 旅游经济发展模式的类型	(208)
10.2.3 旅游经济发展模式比较	(209)
10.3 旅游经济发展战略	(210)
10.3.1 旅游经济发展战略的含义	(210)
10.3.2 制定旅游经济发展战略的原则	(211)
10.3.3 制定旅游经济发展战略的依据	(211)
本章小结	(212)
案例分析题	(213)
复习思考题	(214)
参考文献	(216)

第1章

旅游经济学概述

【学习目标】

1. 了解旅游经济的产生、发展以及旅游经济学的形成。
2. 理解旅游经济学的学科特点、研究对象及研究内容。
3. 明确旅游经济学与其他学科的关系以及该学科的研究方法。



导入案例

太空旅游

随着科学技术的进步，人们已经不满足于在“地球村”内旅游了。太空旅游是基于人们遨游太空的理想，到太空去观光游览，给人一种前所未有的体验，最新奇和最为刺激的是可以观赏太空旖旎的风光，同时还可以享受失重的感觉。而这两种体验只有在太空中才能享受到，可以说此景只有天上有。太空游项目始于2001年4月，第一位太空游客为美国商人丹尼斯·蒂托。

发展太空旅游业，不仅仅只是让普通平民体验太空生活，它还有着重要意义，例如可以利用太空旅游的收益继续发展航天事业，使昂贵的资金来源不仅限于政府资助，加快人类航天技术的发展。也可以让普通平民，特别是有较强经济实力的个人，更加了解航天事业的重要性和优越性，使他们尽自己的有限能力参与其中。在太空旅行中，专家可以利用这个机会研究人类移民太空所遇到的困难和麻烦。所以，太空旅行不只是少数人的奢侈消费，它对于人类的航天事业有着非常重大和深远的意义。

目前轨道飞行的费用从最初的2000万美元涨升到3000万美元后，随着美元的贬值再次涨到4000万美元，已付订金的观光客排到了2009年，太空旅游只能是“富人的俱乐部”，因此，降低费用是扩大太空旅游市场的关键。

英国亿万富翁理查德·布兰森旗下的维珍银河公司于2008年揭开了新型亚轨道太空船设计的神秘面纱。“太空船2号”是全球第一艘商用太空船，报价20万美元，体验2个多小时的亚轨道飞行。英维珍银河公司计划2010年推出太空组团游，迄今吸引了250多人订票，8万多人申请，首批游客是6名俄罗斯商人。

随着航天技术的不断发展和相关应用的不断深入，“太空经济”时代已经到来。“太空经济”包括各种太空活动所创造的产品、服务和市场，如空间技术与产品、卫星应用、空间科学、太空工业、太空农业、太空资源利用、太空能源、太空旅游、航天及太空文化产业、航天支援与保障服务以及其他相关产业等。新兴的“太空经济”正在改变地球上人类生活的方方面面。

1.1 旅游经济的产生和发展

研究一门学科必须了解该学科的形成历史、研究对象和研究方法,才能全面掌握该门学科的理论 and 内容,并有效地指导人们的社会实践活动。旅游作为一种社会经济现象能否被研究者所关注,在一定程度上取决于表现的时间长度及其对社会经济发展的影响,当这种社会现象在特定范围内对社会经济的作用不断增加,并越来越多地影响人们的生活时,便吸引研究者的研究兴趣。旅游学科研究同旅游实践发展过程相联系,具有阶段性特征。

1.1.1 旅游经济活动概述

1. 旅游经济活动的概念

旅游经济活动是随着社会经济的发展,在旅行活动发展到一定阶段时产生的。它是旅行活动采用商品交换形式所形成的游客同旅游经营者之间的需求和供给关系,以及由这种关系引起的旅游行业同政府和社会经济中其他相关行业之间的经济联系及经济关系的总和。

在商品经济条件下,游客在旅游过程中满足食、住、行、游、购、娱等方面的需要,是以支出一定量的货币为前提的。因此,游客首先需要同旅游目的地国家或地区的旅游经营者(如旅行社、交通客运部门、饭店等直接经营旅游产品和服务的企业、单位和个人)发生交换关系,即旅游产品和服务的需求者同旅游供给者之间的买卖关系,从而产生了游客同旅游目的地国家或地区旅游行业之间的旅游产品和服务的生产、交换、分配及消费关系。其次,为了满足游客的需要,保证旅游产品和服务的供给,旅游目的地国家或地区的旅游经营者需同政府、社会经济其他相关行业及个人发生经济联系和经济关系,即旅游经营者一方面要向政府缴纳有关税收,另一方面需要政府对有关公共设施的建设和相关服务(如机场、公路、港口、会议中心、公园、移民与海关服务、市场宣传与促进等)投入必要的资金;旅游经营者为维持和扩大生产规模需向社会经济中其他相关行业购买产品和服务,如向机器制造行业购买空调机等电气设备,向农业、食品加工行业购买农副产品,向金融机构借贷资金等。

2. 旅游经济的性质

现代旅游经济的性质具体表现为:

(1) 旅游经济是旅游活动商品化的市场经济。在自然经济条件下,旅游活动主要表现为旅游者依靠自己的力量而满足自我需求的活动,一般不涉及旅游产品的生产和交换。而现代旅游经济是建立在市场经济基础之上的,是以旅游产品的生产和交换为主要特征的旅游活动,必然要产生经济活动中的供需双方和交换的对象。一方面,只有当市场上存在着旅游经济活动的需求主体——旅游者时,才可能产生大量的旅游需求,而旅游需求的规模数量、消费水平等,不仅决定着旅游经济活动能否有效地进行,而且对旅游经济发展的规模和水平具有决定性的影响和作用。另一方面,只有当市场上存在着旅游经济活动的供给主体——旅游经营者时,才有可能为旅游者提供各种旅游产品,满足旅游者的各种需求,因此旅游经营者既是旅游产品的生产者,又是旅游产品的营销者,是保证旅游产品价值得以实现,并促进旅游经济活动有效进行的重要前提和基础。

此外,随着现代商品生产和交换的发展,还为旅游活动的商品化提供了相应的媒介和手

段。于是,旅游活动便完全建立在以旅游产品为对象、以旅游者和旅游经营者为主体、以货币为交换媒介的基础上,真正成为一种商品化的市场经济活动,并按照现代市场经济运行的规律促进和影响着旅游经济的发展。

(2) 旅游经济是以旅游服务为主的综合经济。旅游活动虽然不是以经济活动为目的,但其整个活动过程是以经济活动为基础的。特别是在现代旅游活动中,旅游者要有效地满足其旅游需求都离不开食、住、行、游、购、娱等各种综合性服务。因此,从供给角度看,旅游经济是一种以服务为主,并涉及众多企业和行业的经济活动。这种服务性经济活动,既可以借助物的形式提供,也可以通过活劳动本身发挥用来提供。因此,现代旅游经济活动不仅涉及旅行社、旅游饭店、旅游餐馆、旅游交通等企业,还要涉及金融、邮电、医院、公安、海关、商检等相关企业和部门。所以现代旅游经济实质上是以旅游为目的,以经济为基础,以服务活动为主体的综合性经济活动。

(3) 旅游经济是相对独立的产业经济。现代旅游经济在其长期的发展过程中,逐渐形成一个相对独立的经济体系。特别是第二次世界大战以后,旅游经济的发展速度之快,综合经济效益之高,产业带动力之强,吸收劳动力就业之多,以及其发展的光明前景,促使许多国家,特别是发展中国家都把旅游业作为提升经济的重点产业,积极扶持和发展。随着旅游业规模的迅速扩大,产业结构体系的不断完善,产业范围的全球性扩展,使旅游业不仅成为现代经济发展中的“朝阳产业”,而且成为第三产业中的带头产业,带动第三产业及相关物质生产部门的发展,在整个社会经济中占有十分重要的地位和作用。因此,必须认真研究和掌握产业经济的特点和规律性,采取切实有效的对策和措施,推动旅游产业结构的调整和优化,促进旅游经济的持续快速发展。

(4) 旅游经济是以市场为基础的法制经济。旅游经济是外向度较高的产业经济,也是我国与国际市场接轨较早的经济产业,因此发展旅游业必须牢固树立旅游经济是法制经济的思想观念,并结合旅游经济发展的实际,建立健全国家的旅游法规体系,建立和完善旅游法规和政府规章,使旅游管理做到有法可依。

3. 旅游经济发展的特点

现代旅游经济形成于19世纪中叶,但一直增长缓慢,直到20世纪中叶以后才进入快速发展的时期。其特点有以下几个方面:

(1) 旅游经济活动的大众性。随着现代社会生产力的迅速提高,世界经济的快速发展,人们可支配收入的不断增加,以及工作时间的缩短,带薪假日的增多和交通条件的日益改善,使许多人不仅具备了旅游消费的能力,也具备了外出旅游的时间条件和方便快捷的通达条件,从而推动了旅游活动的大众化发展。

(2) 旅游服务贸易的全球性。随着世界经济的全球化发展,现代旅游经济活动已不再局限于国内旅游或近距离旅游,而是打破了地域、疆域、洲域的界限,迅速发展成为一种全球性的社会经济活动。伴随着旅游经济活动的全球化发展,又进一步推动了旅游服务贸易的迅速发展。

(3) 旅游经济发展的持续性。自20世纪50年代以来,整个世界旅游经济始终保持着较高的增长率并经久不衰。根据世界旅游组织预测,进入21世纪以后世界旅游经济仍然将以高于世界经济增长的速度持续发展,并始终保持为世界经济中最大产业的地位。同时,伴随着旅游活动的广泛开展和旅游经济的迅速发展,促使人们更加重视生态环境的保护,更加重视

对环境污染的治理,以谋求旅游与自然、文化和人类生存环境融为一个和谐的整体,推动整个社会经济的可持续发展。

(4) 旅游经济运行的规范性。现代旅游经济活动在其发展过程中,逐渐形成了一种有组织的规范化经济运行模式。无论是国际旅游还是国内旅游,通常都是由旅行社作为主要的组织者,依托各类旅游接待设施、旅游景区景点、旅游交通、旅游餐饮、旅游娱乐企业等,通过科学合理的设计和组合,按照预定的旅游线路、活动内容和时间,提供综合性的旅游服务,满足旅游者多方面的需求。

(5) 旅游经济产业的敏感性。旅游经济是一种依存性较强的产业经济,其健康发展不仅依赖于经济社会的发展和人们收入水平的不断提高,而且也取决于安定的国内外政治经济形势,安全的社会治安环境,以及国家或地区之间的友好往来。旅游经济活动的核心是人员的流动,由于人们对各种政治经济形势和社会安全状况非常敏感,因此动荡的局势或不安全的环境必然使旅游者的流向、流量迅速发生变化。



小资料

美国“9·11”事件打击了全球旅游经济增长

2001年,是世界旅游业在近20年发展中遭受最严重挫折的一年。根据世界旅游组织和世界旅游理事会的报告分析,由于美国“9·11”事件的影响,使2001年全球国际旅游入境人数仅为6.89亿人次,与上年6.98亿人次相比下降了1.3%,是近20年来国际旅游发展的最低潮,比1982年由于世界经济危机影响下降0.4%和1991年由于海湾战争影响仅增长1.2%的水平还要分别低0.9个和2.5个百分点,严重影响了全球旅游经济的发展。

1.1.2 旅游经济活动的产生

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

旅游是伴随着社会生产力的发展和社会分工的深化,随着人们物质文化生活水平的不断改善和提高,并在具备了一定物质条件的前提下才产生的。根据社会生产力发展的历史进程,对旅游活动可以从不同的阶段来分析。

1. 人类社会初期的旅行活动

早在原始社会时期,由于社会生产力水平低下,人们的生活条件极为艰苦,特别是自然环境变化所引起的各种灾害及民族部落之间的械斗,使人们不得不为了生存而发生经常性的迁徙活动。尽管这种为生存而进行的空间迁徙并不是旅游,甚至也不是旅行,但事实上已蕴涵着旅游活动最基本的雏形——空间移动。从原始社会、奴隶社会到封建社会的长期发展过程中,人类社会经历了三次大规模的社会分工,促进了社会生产力的不断发展。社会生产力的提高又促进了生产发展和剩余产品的增加,促进了社会分工和商品经济的进一步发展,促进了市场空间和商品交换活动范围的扩大,于是围绕以商品生产、商品交换及各种商业活动为中心的旅行活动迅速产生,同时各种以政治、修学为内容的旅行活动也逐渐产生与发展。

在漫长的古代历史进程中,旅行活动与当时的社会政治、经济及文化发展相适应,出现了商务旅行、宗教旅行、航海旅行、帝王巡游、考察旅行、探险旅行、游览旅行等各种各样

的形式。例如摩西出埃及、耶稣周游列国传教、古希腊的朝拜和祭祀、马可·波罗的远游、孔子周游列国、玄奘西域取经、鉴真东渡日本、郑和七下西洋、徐霞客的科学考察以及古代阿拉伯民族的经商往来等，一度使东西方旅行活动形成高潮，为现代旅游的形成和发展打下了重要的基础。

但是，由于古代社会生产力尚不发达，社会经济的发展水平还不能促使旅行和游览活动有机结合，因而古代的旅行与游览活动最终没有成为一种商品化的旅游活动，而仅仅是孕育了现代旅游的萌芽。

2. 现代旅游活动的形成

现代旅游是随着近代产业革命的发生和资本主义制度产生而逐步形成的。具有现代意义的旅游活动大约兴起于16世纪，而形成于18世纪的产业革命，到20世纪中期以后才有了快速的发展。尤其是18世纪的产业革命，以机器大工业代替了工场手工业，形成了以机器大工业为基础的社会化大生产，促使社会生产力得到了迅速的提高，促进了资本主义商品生产和交换的迅速发展，从而为现代旅游的形成和发展提供了物质技术基础、经济条件和产业条件。

(1) 现代旅游形成的技术条件。18世纪的产业革命促进了生产手段，特别是汽轮和火车等交通工具的产生和发展，不仅使社会化大生产的规模扩大、市场空间范围扩展，快速的交通运输也为旅游活动的开展提供了便利。自1825年英国人斯蒂芬森建造世界上第一条铁路开始至1865年，英国铁路总长已达21382千米。截至1850年，世界上已有15个国家建有铁路，开展了客货运营。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，1838年起，英国开辟了横越大西洋、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，而且为欧美两大陆之间旅游活动的开展提供了便利。

(2) 现代旅游形成的经济条件。产业革命还促进了资本主义制度的形成和发展，使资本主义社会生产力有了迅速的提高。自1820年至1915年，世界人均国内生产总值平均每年增长1.17%，而人口平均每年只增长0.96%。其中在19世纪，欧洲的人均收入提高了两倍，美国的人均收入甚至提高了三倍。这是产业革命前的人类历史上所不曾有过的，居民收入水平的快速提高使人们出外旅游具有了支付能力。

随着商品经济的繁荣兴旺和迅速发展，使人们生活水平不断改善和提高，从而为现代旅游的产生创造了大量的社会需求。于是，伴随着社会经济的迅速发展和人们可支配收入的增加，伴随着交通运输条件的不断改善和现代工厂化制度的建立，旅游活动逐渐成为人们物质文化生活的重要组成部分，从而为现代旅游的形成和发展提供了重要的需求前提和经济条件。

(3) 现代旅游形成的产业条件。在产业革命为现代旅游的产生奠定物质技术基础，资本主义经济发展为现代旅游的形成创造大量需求的同时，各种专门从事旅游服务机构的建立并提供大量的旅游供给服务，标志着现代旅游的形成。特别是1845年，英国的托马斯·库克成立了第一家包括提供食、住、行、游等旅游服务在内的旅行社，开创了有组织地提供旅游活动的各种专门性服务，为现代旅游的发展提供了重要的服务保障。以后，诸如旅行社、旅游饭店、旅游交通等各种以经营旅游业务为主的企业纷纷建立，各种旅游住宿、餐饮接待设施不断建设和完善，并逐渐形成以提供旅游服务为主的旅游产业部门，从而使现代旅游成为一种商品化的社会经济活动，成为现代社会经济活动的重要组成部分。

综上所述，旅游经济活动产生的前提是旅游活动和商品经济的发展；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，由于可自

由支配收入的增加,使社会更多的人参与到消遣性旅游之中。因此,旅游经济活动产生的基础是产业革命;旅行社的出现在旅游需求与旅游供给之间架起了桥梁,使旅游经济活动社会化,它们以盈利为目的,将旅游这一社会现象作为经营对象,从而导致旅游业这一新兴行业崭露头角。旅游经济活动就是伴随着旅游活动的产生和发展,在旅行社的推动下,在旅游需求与旅游供给的矛盾运动中所产生的各种经济行为。

1.1.3 旅游经济的发展

19 世纪末期以后,特别是 20 世纪 50 年代以来,由于科学技术的进步,世界经济有了快速发展。据荷兰罗宁根大学安格斯·麦迪逊教授计算,在人类进入 20 世纪后的 100 年中,世界其他地区的人均收入增长了 7 倍,而西方发达国家的国内生产总值平均增长了 49 倍。这种情况使得旅游活动逐渐演变为一种范围广泛的群众性活动,从而使旅游经济活动有了新的的发展。它可分为两个时期:第一个时期是 19 世纪末期至第二次世界大战结束;第二个时期为第二次世界大战结束以后至今。

1. 旅游经济活动初步发展时期

进入 20 世纪以后,随着汽车工业的迅速发展和汽车的广泛使用以及世界第一架飞机的试制成功,航空运输已经开始,使国内旅游和国际旅游的交通运输更为便捷,促进了欧美主要经济发达国家的国内、国际旅游进一步广泛发展。但是,由于当时资本主义经济尚处于自由竞争向垄断竞争转变时期,再加上 20 世纪上半期两次世界大战和 1930 年全球经济危机,旅游活动在战时和危机期间受到了很大的影响,使现代旅游一直在世界范围内发展缓慢,旅游经济属于初步发展阶段,到 1950 年全世界国际旅游人数仅有 2528.2 万人次,国际旅游收入仅有 21 亿美元。1950 年以后,民用航空交通得到广泛发展,世界政治经济形势趋向和平,随着人们收入水平的逐渐提高和生活质量的不断改善,现代旅游才真正进入持续快速的发展阶段。

从托马斯·库克创办的第一家旅行社开始,标志着现代旅游业的真正形成。从此,旅游活动实现了从分散、无组织状态向商业化运作的转变,团体旅游也得到了一定程度的发展。与此同时,旅游活动也完成了向旅游经济活动的转变。

2. 旅游经济活动蓬勃发展时期

在这个时期,由于许多高新技术在生产中的应用,使社会经济获得了快速发展,收入水平有了明显的提高;世界各国、各地区之间的经济关系日益密切;劳动生产率的提高,使人们的工作时间不断缩短,余暇时间相对增加;由于先进的科学技术的运用,交通运输更加现代化,为旅游活动创造了便利、快捷的条件;信息网络技术日新月异的发展,既增进了人们对世界各地新奇事物的兴趣和了解,又便利了人们通过网络进行查询和旅游预订。因此,旅游经济活动不仅在规模上,而且在速度上都得到了蓬勃发展。

(1) 快速发展阶段(1950~1960 年)。20 世纪 50 年代以后,随着第二次世界大战后世界经济的迅速恢复与发展,人口快速增加,收入水平提高,闲暇时间增多,交通运输条件不断改善,特别是民用航空的迅速发展,使人们对旅游活动的需求不断增加,出游更加方便快捷,从而促进了现代旅游的快速发展。从 1950 年到 1960 年的 10 年间,全世界国际旅游人数从 2528.2 万人次增加到 6932.0 万人次,增长了 1.74 倍,年均递增 10.61%;国际旅游收入从

21 亿美元增加到 68.67 亿美元,增长了 2.27 倍,年均递增 12.58%,反映出现代旅游快速增长的趋势。

但是,由于这一阶段旅游者人均消费水平仅有 99.06 美元,旅游收入的增长率基本与接待游客增长率保持同步增长,因此整个世界旅游业基本上处于一种“高速低效”的发展阶段。从世界旅游的区域格局看,这一阶段欧洲地区接待国际旅游者人数和国际旅游收入占全世界的比重分别为 72.3%和 56.8%,美洲地区分别为 24.1%和 35.7%;两大区域接待国际旅游者人数和国际旅游收入的比重合计占了全世界的 96.4%和 92.5%,说明这一阶段世界旅游的增长与发展主要集中于欧洲和美洲等经济较发达的国家和地区,旅游经济在整个社会经济中的地位和影响还比较有限。

(2) 波动发展阶段(1960~1980 年)。从 20 世纪 60 年代开始,随着国际间社会经济交往的扩大、人们生活水平的不断提高和生活质量的改善,观光旅游和度假旅游逐渐成为人们生活中不可缺少的重要组成部分,尤其是团队为主的大众化旅游得到迅速发展,成为占主导地位的旅游方式,促使现代旅游迅速进入了大众旅游的发展阶段。旅游业在经历了 20 世纪 50 年代的“高速低效”发展之后,从 60 年代开始进入了“中速中效”的波动发展阶段,并一直持续到 80 年代初期。从 1960 年到 1980 年的 20 年间,全世界国际旅游人数从 6932 万人次上升到 28533 万人次,20 年间增长了 3.12 倍,年均递增了 7.3%;国际旅游收入从 69 亿美元上升到 1053 亿美元,20 年间增长了 14.3 倍,年均递增 14.6%。这一阶段国际旅游人数年均增长率虽然比上一阶段减少了 3.31 个百分点,但仍然保持在 5%以上;而国际旅游收入的年均增长率虽然只比上一阶段增加了 2.22 个百分点,但国际旅游收入增长率是国际旅游人数增长率的两倍,并且旅游者人均消费从 99.06 美元上升到 369.12 美元,因此总体上把这一阶段称为“中速中效”的波动发展阶段。

(3) 稳定持续发展阶段(1980~2000 年)。旅游业进入“低速高效”的稳定持续发展阶段是从 20 世纪 80 年代以后开始的。在这一阶段,国际旅游人数在 1980 年到 2000 年的 20 年间增长了 1.45 倍,年均递增 4.6%;而国际旅游收入则增长了 3.52 倍,年均递增 7.8%。这一阶段国际旅游收入的增长率几乎是国际旅游人数年均增长率的两倍,同时旅游者人均消费水平又再次提高到 711.3 美元,将近翻了一番。因此,尽管这一阶段旅游人数和旅游收入增长率比上一阶段有所下降,但总体反映出现代旅游已经从数量增长型向效益发展型转变,正逐渐成为成熟的经济产业。如果排除 20 世纪 80 年代初,由于世界能源危机和国际经济下滑等因素而使国际旅游一度停滞不前的情况(1980~1984 年),那么从 1985 年以后接待国际旅游人数年均递增为 5.0%,而国际旅游收入年均递增则高达 11.1%,实际上已进入了“低速高效”的稳定持续发展阶段。

(4) 高速发展阶段(2000 年至今)。21 世纪的世界经济已进入新一轮的上升阶段,为旅游业的发展提供了极其广阔的市场空间,国际旅游业作为世界上最大的新兴产业,交易额突飞猛进。随着世界经济一体化的快速发展,在旅游中开阔视野,增加知识,了解世界,创造生活,成为现代旅游观光的新取向,也是国际旅游业平衡发展的基础保障。

世界旅游组织曾对未来的国际旅游做了预测,他们认为,在未来几年里国际旅游业将保持良好的发展势头,2010 年全球国际旅游人次将达到 10 亿人次,2015 年 12 亿人次,2020 年 16 亿人次。2000~2020 年国际旅游活动的年平均增长率为 4.4%,其中,2000~2010 年的平均增长率为 4.0%,2010~2020 年的平均增长率为 4.8%。2020 年全球国际旅游消费收入将达到 2 万亿美元,国际旅游年均增长率为 6.7%,远远高于世界财富年均 3%的增长率。

综上所述,旅游从20世纪50年代以后才得到快速发展,特别是进入20世纪90年代后旅游产业已成为世界经济中发展势头最为强劲的产业。世界旅游经济的增长速度不仅远远超过了同期世界经济的增长速度,而且也超过了增长势头最好的工业的平均增长速度。因此,人们把伴随着现代旅游发展而迅速崛起的旅游产业,称之为“新兴产业”和“朝阳产业”,世界许多国家或地区都积极采取各种措施,加快旅游经济的发展。

1.1.4 旅游经济学的产生

任何一门学科的建立,都是人类社会发展到一定历史阶段的产物,是人们对实践活动的概括和总结,旅游经济学是伴随着旅游经济的产生及发展而逐渐形成的一门新兴学科,是对人类社会旅游经济的实践所进行的理论概括和科学总结。

1. 旅游经济学产生的前提条件

随着旅游业在世界各国社会经济中地位的确立,旅游经济便成为国家社会经济的一部分,必然像其他部门经济一样,参与整个社会经济活动的运行。同时,由于旅游业是一个综合性的行业,它的发展既以其他有关部门和行业的发展为基础,反过来又会对这些部门和行业的发展起推动作用,它的运行同这些部门和行业乃至整个国民经济及人民生活有着千丝万缕的经济联系。旅游业还是一个国际性产业部门,任何一个国家的旅游业都包含着入出境的国际旅游部分。在入境旅游中,获得旅游外汇收入,在出境旅游中,支出旅游外汇。旅游外汇的收支,不仅对一国的国际收支发生作用,而且会对国际经济格局产生影响,使一部分财富由旅游输入国流向旅游输出国。因此,研究旅游业同其他有关部门和行业的经济关系、同国民经济和世界经济的联系,研究如何能动地发挥旅游的功能,便成为研究旅游经济学的主要背景和任务。

旅游经济学是一门具有独立性的专门学科。这是因为旅游业除拥有与工、农业等其他行业相同的特点之外,还具有自身的特点。首先,从旅游产品来看,它的生产同物质产品的生产虽然都需要经过一定的加工过程,然而旅游产品的“加工”只是将有关的有形物品和无形服务组合起来,且产品也不是具体的实物,而是一条旅游线路。其次,在流通上,物质产品经过交换发生位移,从而发生所有权的转移,而旅游产品则无法运输,在这里,流动的则是旅游产品的购买者即游客,在购买期间,游客只享有暂时的占用权。最后,在消费上,物质产品的消费发生在生产和流通之后,如何处置完全是消费者个人的事。而旅游产品的消费则是现场消费,消费过程与生产过程是结合在一起的。并且,不同的游客,不仅其需求与嗜好、兴趣与习惯千差万别,而且受多种因素的影响,随时会发生变化,使现场消费常常呈现出纷繁复杂的情况,从而直接影响生产过程。总之,旅游产品生产、流通和消费上的这些特点充分显示出旅游经济活动的运行,除要遵循其他经济活动运行的共同规律外,还有其自身运行的特点和规律。这是确定旅游经济学成为一门独立学科的基础。

旅游业相对传统产业而言是一个新兴的产业部门,它是在商品生产和商品交换发展到一定阶段,社会分工进一步深化的结果。目前,从产值上看,它已成为世界上最大的产业部门。随着世界经济的发展,人民生活水平的提高,可自由支配收入和闲暇时间的增多,旅游已进入一般收入者家庭,成为人们生活中的一种必需。正因为这样,各国政府都非常关注旅游业的发展,先后设置了官方或半官方的旅游管理机构,成立了各种旅游业组织,规划和协调旅游业的发展,旅游业的这种发展趋势为完善旅游经济学科的建设开辟了广阔前景。