

休闲研究系列 · 高等院校休闲与旅游专业规划教材

休闲经济学

XIUXIAN JINGJIXUE

编 著 于秋阳

主 审 楼嘉军



非
外
借



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

休闲研究系列·高等院校休闲与旅游专业规划教材

休闲经济学

XIUXIAN JINGJIXUE

编 著 于秋阳

主 审 楼嘉军



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书立足于休闲学、产业经济学的基本理论,融合了微观经济学、旅游经济学等领域的理论要点与研究前沿,系统阐述了休闲经济的构成与发展。并在综合借鉴国内外休闲经济相关研究成果的基础上,运用多学科的原理和方法剖析了休闲活动中的经济现象及其中的内在经济联系与经济运行规律。

本书可作为高等院校休闲、旅游、会展及社会学专业的教材;也可作为文化产业管理,城市经济发展与城市公共服务管理相关部门的参考。

图书在版编目(CIP)数据

休闲经济学/于秋阳编著. —上海:上海交通大学出版社,2018

ISBN 978-7-313-20462-2

I. ①休… II. ①于… III. ①消费经济学 IV. ①F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 254142 号

休闲经济学

编 著:于秋阳

出版发行:上海交通大学出版社

邮政编码:200030

出 版 人:谈 毅

印 制:上海春秋印刷厂

开 本:787 mm×1092 mm 1/16

字 数:267 千字

版 次:2018 年 12 月第 1 版

书 号:ISBN 978-7-313-20462-2/F

定 价:38.00 元

地 址:上海市番禺路 951 号

电 话:021-64071208

经 销:全国新华书店

印 张:11

印 次:2018 年 12 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话:021-33854186

序 言

一般认为,有关休闲的理论自古希腊时起就已初步成形,至今已逾数千年。然而,作为一门相对独立的学科,休闲学科的发展历史并不很长,至今也就是百余年的时间。由于休闲现象的复杂性,致使百多年来研究休闲的理论和方法总是处于不断的探索与完善之中,但从其演变的基本轨迹可以看出,休闲学科的发展勾勒出如下的发展和演变轨迹,由依附到独立,由单一学科到跨学科,再由多学科到跨学科的发展过程。

休闲学科作为一个以跨学科为基础和特色的学科体系,一方面,在它发展的过程中,不断地对相关学科进行整合。另一方面,在休闲学科的发展过程中,在休闲学与其他相关学科之间形成了围绕休闲学的多个分支学科,诸如休闲社会学、休闲心理学和休闲经济学等。此外,还需指出的是,由于休闲活动的常态性和广泛性,导致以休闲为研究对象的休闲学科除了依托其他学科之外,还与社会经济领域的相关产业,如交通、商业、餐饮、会展等行业发生紧密联系,成为推动休闲学科发展的外部产业支撑因素。

根据国际经验,在一个国家或地区的人均 GDP 达到 3 000~5 000 美元的发展阶段以后,就将步入这样一个时期,即在居民生活方式、城市功能和产业结构等方面相继形成休闲化的特点。正是基于这样的大背景,才促进了近年来我国休闲活动的蓬勃发展、休闲产业的兴旺发达、休闲理论研究的不断深入。与此相适应,国内一些研究机构、高校和出版社适时推出了多种形式的休闲研究丛书。这些丛书的出版已经产生了广泛的学术影响,并将在推动我国休闲研究理论深化和休闲实践发展方面继续发挥比较重要的作用。他山之石,可以攻玉。于是,在上海交通大学出版社的协助下,结合我们自身特点,拟定了《休闲研究系列》的出版计划。

整个“休闲研究系列”包括休闲学教材、休闲研究著作与休闲研究报告(年度)等三部分内容。根据计划,研究系列的相关内容自 2012 年起陆续编撰出版。

我国正在迈向休闲时代,我国的休闲学科体系也趋于不断完善之中。希望“休闲研究系列”的出版计划能够对我国休闲时代建设与休闲学科体系的完善尽微薄之力。

楼嘉军

前 言

休闲经济时代是经济社会发展的高级阶段,休闲经济的兴起是人类社会进步的重要标志。美国《未来学家》杂志曾载文指出世界发达国家将于2015年前后进入“休闲时代”。上述预言已在当前得到印证,休闲经济在各国经济发展中的角色和地位也愈发显现,它不仅能够满足人们的休闲消费需求,更已成为一种能够促进社会物质、精神财富增长及人的全面发展的经济形态,其对资源和消费的配置功能和促进社会生产力发展的作用得到广泛认同。

休闲经济的研究起源于西方,得益于西方较高的经济发展水平和带薪休假制度的完善,休闲产业率先崛起。自1899年凡勃伦的著作《有闲阶级论》问世以来,国外的休闲经济研究已经有100多年的历史,研究广泛涉及休闲基础理论和休闲产业实践等领域。我国的休闲经济研究始于20世纪90年代。随着可支配收入的提升和闲暇时间的增加,人们的生活方式和消费理念不断转型,发展型、享受型消费的占比也大幅提升,休闲产业呈现出强劲的增长势头和巨大的市场潜力。产业的迅速推进也加大了丰富和拓展理论研究的需求,作为新时代休闲产业实践活动的理论指导,目前国内休闲经济的研究在理论建构、研究方法、研究体系、研究范式等方面仍有较大的提升空间,这也正是本书写作的初衷。

本书立足交叉学科的特点,立足于休闲学、产业经济学的基本理论,力求突出以下特色。一是理论扎实,本书作为“休闲研究系列”丛书之一本,首先着眼于休闲学科中基本知识点、理论要点的普适性与覆盖面,在综合借鉴国内外休闲经济相关研究成果的基础上,融合了微观经济学、旅游经济学等领域的理论要点与研究前沿,试图运用多学科的原理和方法剖析了休闲活动中的经济现象及其内在经济联系与经济运行规律。二是紧贴实践,本书立足于当前我国休闲产业实践的前沿,并充分考虑到创新型、应用型人才的培养要求,在系统介绍休闲经济学理论知识的同时,通过甄选数据和案例力求更好地阐释和剖析休闲产业运行中的各类现象与各种问题,注重将产业发展的最新动态和趋势与休闲经济学的热点问题研究相结合,及时反映理论研究中与实践热点问题的新阐释与新见解。三是结构严谨,本书注重内容阐述的逻辑性和结构的完整性,以休闲经济导论作为理论铺陈,在此基础上系统阐述了休闲经济的构成与发展,以期全书脉络清晰且连贯。

从内容上看,本书注重休闲经济学理论体系的完整性与产业实践的呼应性,全书分为七章,分别对休闲经济的概念体系、休闲需求、休闲供给、休闲消费、休闲产品与市场营销、休闲经济的影响效应、休闲经济发展政策等内容进行了阐述。首先,以休闲经济的形成条件和中西方休闲经济的发展阶段为背景,本书界定了休闲经济学的概念和内涵,并从学科角度阐述了休闲

经济学的研究对象、研究范畴与研究方法。其次,从产业经济的核心架构角度,本书分别对休闲需求和休闲供给两大系统进行解构,并通过供求关系梳理和供求矛盾剖析,提出供求配置的调解机制和主要措施。继而,着眼于休闲产业供需的市场响应,本书对休闲消费的主客体及休闲产品的开发与其市场营销进行了剖析。最后,从产业发展角度,结合国内外休闲政策与产业规划的进展,本书分析了规制对休闲经济的乘数效应及其在经济、社会、生态等更广领域的外部性,并展望了国内外休闲政策与产业规划的发展趋势。

在编写过程中,本书全面梳理并广泛参阅了本领域休闲经济学及相关领域的国内外既有研究成果,在此编者对参考文献中的作者一并致谢。全书的逻辑框架及章节要点由于秋阳副教授会同编撰团队讨论拟定,在此要特别感谢华东师范大学楼嘉军教授从思路到内容所给予的大力支持与指导。本书参编人员包括曾梅、戎婷竹(参与编撰第一章),周成(参与编撰第二章、第三章),金川(参与编撰第四章、第五章),李祥、王帅(参与编撰第六章、第七章)。全书在各章节修改的基础上由秋阳统稿完成。感谢各位编撰人员的辛苦付出,也感谢潘雪梅、颜鑫等在全书统稿和案例甄选过程中的辛勤工作。

休闲经济学是一门综合性的交叉学科,其研究内容丰富而多元。囿于时间与编者水平等因素,本书还存在诸多不足和可以商榷之处,望同仁和广大读者批评指正。

编 者

2018年1月

目 录

第一章 导论：休闲经济学概述	(1)
第一节 休闲经济的形成和发展阶段	(1)
第二节 休闲经济学的研究对象与范畴	(9)
第三节 休闲经济学的研究方法和研究意义	(13)
第二章 休闲需求	(19)
第一节 休闲动机	(19)
第二节 休闲需求特征及影响因素	(28)
第三节 休闲需求规律及需求弹性	(34)
第四节 休闲需求调研与预测	(41)
第三章 休闲供给	(46)
第一节 休闲供给概述	(46)
第二节 休闲供给组织	(49)
第三节 休闲供给规律及供给弹性	(58)
第四节 休闲需求与供给的均衡	(60)
第四章 休闲消费	(68)
第一节 休闲消费的内涵与构成	(68)
第二节 休闲消费行为	(70)
第三节 休闲消费的导向与作用	(79)
第四节 休闲消费的作用和影响	(84)
第五章 休闲产品与市场营销	(89)
第一节 休闲资源	(89)
第二节 休闲产品开发	(96)
第三节 休闲市场营销	(103)

第六章 休闲经济的影响效应	(110)
第一节 休闲乘数	(110)
第二节 休闲经济的综合效应	(119)
第三节 休闲经济与城市发展	(125)
第七章 休闲经济发展政策	(136)
第一节 休闲产业投资决策与效益评估	(136)
第二节 休闲经济的公共属性	(145)
第三节 休闲产业发展政策与演变	(150)
参考文献	(160)

第一章 导论：休闲经济学概述

休闲经济作为一种新的社会经济现象,对人类的生存方式、生活方式、工作方式都产生了深刻的影响,这是人类社会发展的新特征。本章主要探讨了休闲经济的形成因素和中西方休闲经济的产生与发展过程及趋势,界定这一新学科的研究对象和研究范畴,并介绍这一领域的研究方法和研究意义。

近年来,观光旅游的时代已经逐渐远去,旅游规划休闲时代到来,随着我国国民消费实力的逐年增长,人们愈加关注休闲度假游乃至“候鸟型”的迁居,《国民旅游休闲纲要》《关于促进旅游业改革发展的若干意见》等利好政策的出台也为大众休闲提供了保障。可以预见,一个“休闲刚需”的时代正在全面到来。根据国家旅游局发布的数据,今年上半年,我国国内旅游消费 1.65 万亿元,增长 14.5%,国内旅游人数实现 20.24 亿人次,同比增长 9.9%;旅游收入实现 1.65 万亿元,增长 14.5%。中国旅游研究院黄璜表示,原先人们都是赶在一个旅游营销策略公共长假或是周末里扎堆出游,旅游的体验并不好,现在人民生活水平逐步提高,国民休闲需求迅速攀升,而各项政策的利好也在推动民众休闲时代的到来^[1]。

不止是旅游行业快速发展,当前,体育行业、市内休闲、探险野游等各种形式的休闲活动越来越受欢迎,行业发展势头也越来越猛。据美国学者预测,未来 15 年中,发达国家将陆续进入“休闲时代”,发展中国家也将紧随其后。休闲产业在 2015 年左右主导世界劳务市场,并占有世界 GDP 一半的份额,名副其实地成为世界支柱产业^[2]。在我国,历来认为只有生产才能创造价值,所以政府多年来的政策导向和资金投向主要是放在第一、二产业。随着社会的进步,人们逐步认识到“生活”和“消费”对经济发展同样重要,休闲的观念也日益加强,休闲将成为一种生活的润滑剂,对社会经济发展、产业结构变革具有极大的牵引力。

(资料来源:创行合一.真正的大众休闲时代将要到来,旅游度假或成新常态[N].京华时报,2015-08-14.)

第一节 休闲经济的形成和发展阶段

进入 21 世纪,从世界范围看,不同国家和地区在不同层面所形成的休闲化进程已汇聚成全球新的发展趋势^[3]。休闲正在成为“我们这个时代的主旋律”和“下一个经济大潮”^[4]。然而从休闲活动到休闲经济的繁荣甚至到休闲时代的到来,这当中经历了一段漫长的发展阶段。了解休闲经济的形成、发展脉络,尤其是借鉴更为发达的西方休闲经济的发展历程,将有助于我们更深刻地了解我国休闲经济。

一、休闲与休闲经济

休闲,无论是在政治、社会、经济生活中,还是在人们的日常生活中,以及在社会、政治、经

济研究的学术领域,正成为当今世界范围内的新兴概念、现象和事业。第二次世界大战后,科学技术的突飞猛进大大提高了劳动生产率和人们的生活水平,人们的休闲时间和休闲需求在西方发达国家迅速增长,促使了休闲产业的诞生与发展,到了20世纪70年代休闲产业便进入快速发展时期,在90年代更是成为一些国家的主要产业。为休闲而进行的各类生产活动和服务活动正在日益成为经济繁荣的重要因素,特别是在大中城市中,各类休闲活动已成为经济活动得以运行的基本条件。

因能有效带动社会经济发展的效应,“休闲经济”已广泛地被世界各国政府和专家学者所关注。人们发现,休闲与经济有着必然的内在联系,政府可以根据休闲时间的长短,制定新的经济政策和促进不同方面的消费,调整产业结构,建立新的市场。同时,如果有经济头脑的人把消费与休闲、经济与休闲结合起来就可能获得较大或更大的经济收入。因此,休闲经济不仅是理论的描述,而且是现实的可能^[5]。

对于什么是休闲经济,目前还没有形成统一和权威的概念和定义,对休闲经济加以界定的学者并不多,值得借鉴的定义见表1-1。

表1-1 学者对于休闲经济的界定

学 者	时间	对 休 闲 经 济 的 界 定
马惠娣	2007	休闲经济是以人的休闲消费、休闲心理、休闲行为、休闲需求为考察对象,以满足人的个性、多样性、多元性发展为目的,在“人的存在”与“人的成分”之间充当媒介,研究人类休闲行为和经济现象之间互动规律的一门人文社会科学 ^[6]
王 宁	2000	休闲经济是由经济休闲化所带来的结果,经济的休闲化是休闲经济呈现的主要原因;音像书刊电视等传媒、工艺、园林、影剧院、博物馆、体育产业、业余爱好俱乐部、电子游戏室等娱乐业、餐馆、酒吧、桑拿按摩、旅游摄影、收藏等领域构成休闲经济和休闲产业 ^[7]
吴承忠	2008	休闲经济是建立在工业经济、服务经济基础之上的为满足人们的休闲消费需要而形成的经济形态,其本质是体验经济 ^[8]
唐湘辉	2009	休闲经济是在休闲产品和休闲服务商品化基础上满足休闲消费者的休闲需要,以增进休闲消费者生活质量和幸福感为目的,同时也促进社会物质财富和精神财富不断增长的一种新的经济形态 ^[9]

本书认为,休闲经济是以满足人们的休闲消费动机与需要,包含休闲需求和休闲供给两方,休闲经济是以休闲消费需求为导向,不断调整休闲供给以满足人们愈加个性化、多样化的休闲需要,它是研究休闲经济现象、休闲竞技关系以及休闲经济规律的一门经济学科。

一般认为,当工业经济和服务经济发展到一定阶段,休闲经济便应运而生,并不断繁荣壮大。工业经济以追求物质生产为主导,服务经济和休闲经济更加追求精神享受,是社会经济发展的标志与体现。可依不同标准,把休闲经济分成若干小类。例如,从居民的休闲活动类别出发,以城市为核心,以市区、城郊和长途旅游地三大块为基础将中国休闲经济划分为城市休闲经济、城郊休闲经济和旅游休闲经济三大类。还可以依据休闲时间的长短对休闲经济进行分类,可以分成日常休闲经济、短假休闲经济和长假休闲经济。其中,城郊休闲经济通过对城乡接合部的农村景观和森林景观进行开发,定位于健身休闲、娱乐休闲和体验休闲等具体形式:健身休闲以郊游踏青野炊为主,也包括目前新兴的野营、攀岩、滑草等项目;娱乐休闲则以城市

主题公园为对象,目前国内比较著名的像苏州乐园、无锡三国城、水浒城和杭州的宋城等,这种主题公园一般建在城郊,好的主题公园不但可以吸引附近城市大量游客,也可成为城市的对外旅游景点,像上海、香港、东京的迪士尼乐园均达到了很好的效果;体验休闲主要是满足城市居民对良好生态环境的渴望和农村生活的好奇心理或怀旧情结,这种经济形态通常是在当地农村已有经济类型的基础上发展起来,通过与旅游业相结合,为城市居民提供体验农村生活的机会,近年来“农家乐”“渔家乐”“自助果园”“农业观光园”等大量发展就是这种经济形态的直接表现^[10]。

作为一种产业经济形态,休闲经济的波动性较大。一方面,许多休闲活动和休闲需求具有季节性。如旅游行业的季节性波动加大了供需矛盾,淡季时不可避免地出现劳动力和生产资料的闲置,从而导致从业者收入减少,由此带来经济和社会的波动。另一方面,休闲经济受多种因素影响。休闲经济是一种敏感型经济,政治、经济、文化、社会等各方面因素都会对其产生影响。例如,在经济危机期间,入境旅游和出境旅游的数量则会急剧下降。又如《国民休闲计划》的出台和带薪休假的落实,使得休闲经济的发展有了政策和环境的保证,促使休闲经济稳定发展。

二、休闲经济形成的条件因素

1. 休闲经济形成的必要条件

休闲经济并非凭空产生,它的出现是社会发展和经济发展的历史必然。休闲经济的形成需要具备以下五个必要条件^[11]。

1) 高度的物质文明

上层建筑以经济基础为前提,休闲活动作为一种追求人类发展的精神娱乐活动,它是建立在一定的物质文明基础之上的。休闲经济是社会发展到一定历史阶段的产物。在居民收入很低的情况下,即使拥有闲暇时间,收入中没有购买休闲产品和服务的家庭预算,也是“物质匮乏而时间过剩”的低水平休闲。一项调查表明,在节假日期间,有一部分居民只是在家里闲待着,被动地看电视,过着无指向的假日,这种被动休闲是没有任何意义的^[12]。只有生产力逐渐提高,人类创造的物质财富急剧增长,大众拥有大量的剩余产品和闲暇时间,人们才会将更多的时间和金钱用于休闲消费,休闲产业才能顺应这一新的市场需求而发展起来。

2) 可自由支配的时间

休闲时间是实现休闲消费的前提条件。休闲是人类“有钱”和“有闲”才开始出现的活动。没有闲暇时间又何来休闲,何来休闲消费,何来休闲产业,何来休闲经济呢?休闲经济产生的直接原因是科学技术和劳动生产率的提高,科学技术的进步极大地提高了劳动生产率,使人类在单位时间内可以生产出更多的产品和服务,得到更多的利润和报酬。这直接导致生活时间分配结构的变化,主要表现为劳动时间的减少和闲暇时间的增加。人们不需要再以超长的工作时间来维持生计,开始有足够的收入和一定的闲暇时间,这为休闲经济的形成提供了前提条件。另外,法定休假、带薪休假等制度的实行也极大促进了休闲经济的发展。

3) 现代消费观念的形成

物质文明发达之后,随着人们的收入水平大大提高,消费观念在很大程度上决定了消费内容。从总体上说,我国传统的消费观念制约着我国休闲经济的发展。中国人民历来尊崇勤俭节约的习惯,同时把工作放在比休闲活动更加重要的位置。而西方早在19世纪下半叶到20世纪上半叶时期,在两次工业革命的推动下,大众消费主义已经兴起,人们开始追求物质享受,

注重休闲娱乐,如今享乐主义和消费主义是西方一大文化潮流。随着现代消费观念的推进,中国人的消费观念也在发生改变,即人们的消费关注已经不仅仅是单纯追求物质需求的满足,而是在购买和消费过程中是否能够带来精神上的满足。

4) 休闲供给条件的改善

休闲经济的发展不仅取决于休闲消费观念的转变、休闲需求的产生,还依赖于休闲供给。休闲设施的供给状况会直接影响到休闲消费者的满足程度,不同休闲产品和休闲服务的供给情况将会直接影响大众的休闲体验,同时特色的产品和服务还会在一定程度上激发消费者休闲的愿望。目前我国的休闲设施供给与市场需求没有形成较好的对接,存在着供大于求、供求错位、供非所求的现象,并且休闲供给的价格超出了市场所能承受的范围,因此,改善休闲供给条件对于休闲经济的发展至关重要。

2. 休闲经济形成的其他条件

1) 社会保障制度的确立

为了人们能够自信地消费,免去消费的后顾之忧,减少居民为教育、医疗、卫生等巨额开支而进行的储蓄,必须要有国家完善的制度给予保障。“2010年我国各级财政对教育、医疗卫生、社会保障与就业和租房等方面的财政投入加在一起,只占到GDP总量的7.19%,而同期欧盟27国在这方面的投入占其GDP的1/3以上。这些数据说明,我国在民生事业方面的投入水平远低于发达国家,离发达国家的水平还有很大的差距。”^[13]

2) 科学技术的进步和劳动生产率的提高

现代社会若是劳动生产率低,劳动生产的时间必然会增加,人们也就缺乏从事休闲活动的可自由支配时间,不可能体验到真正的休闲活动。而劳动时间的多少取决于劳动生产率的高低,提高劳动生产率最根本的方法就是运用科学技术,科技的进步和劳动生产率的提高将直接导致人们生活时间分配的变化,主要表现为劳动时间的减少和闲暇时间的增多。^[14]

3) 大众休闲时代的来临

在工业化之前的社会发展阶段中,只有一小部分人能享受休闲,并且是短暂的、不持续的社会现象,对经济社会发展的作用也有待证明。自人类进入工业化社会以来,创造和积累了大量的物质财富,劳动生产率不断提高,人们也因此拥有更多的自由时间,在西方发达国家,休闲逐渐成为一种普遍的社会现象。我国改革开放后的30多年,已经建立起比较完善的国民经济体系,居民收入不仅能够满足日常开支,人们生活逐渐从温饱向小康型过渡,休闲也呈现出普遍化趋势。千百年来休闲消费终于摆脱少数人的炫耀式消费,走向大众群体中间,休闲经济也开始成为大众化的经济。大众休闲时代的来临是休闲经济形成的社会基础^[15]。

休闲活动要发展成为社会中的一种经济形态,必须具备以上基本条件,这些条件的具备非一朝一夕能完成,必须经历漫长的积累过程。

三、国外休闲经济的形成和发展阶段

吴承忠对西方休闲阶段的发展历程有较深的研究。将国外休闲经济的发展总结为三个阶段。第一阶段为萌芽阶段,作为单纯的文化活动阶段,此阶段经过了由单纯的文化活动向经济性活动过渡的漫长阶段。第二阶段为发展阶段,即休闲经济的形成和发展阶段。第三阶段为成熟阶段,此阶段休闲型社会或休闲经济已占主导地位。这三个阶段的具体发展和特征阐述如下^[16]。

1. 萌芽阶段

从奴隶社会开始便已出现了休闲活动,古希腊和古罗马具备独特的休闲实践和理论,早已备受学术界关注。古罗马人十分热衷于观看斗剑、捕猎、马戏场赛马以及在体育馆里进行的各种比赛。罗马人还喜欢洗澡这种休闲方式。由于洗澡的流行性,政府对澡堂的建设非常重视并因此获得民众的好评,帝国公共浴池标志着皇帝合法权力转变成了公共产品。公共浴池的外围有一系列商业服务,还有由音乐、艺术、雕刻和文学组成的文化中心。此外,在这一阶段,所有阶层不同年龄段的罗马人都喜欢将赌博看做是一种重要的娱乐方式。到封建社会文艺复兴时期,即 15—16 世纪开始,乡村别墅成为欧洲城市外围休闲景观的一个特征。西方中世纪阶段开始对专门化的休闲地进行开发与利用,温泉疗养地是其中的一个重要类型。在休闲活动繁荣的城市和专门化的休闲地,形成了包括交通、通信、食宿接待、水供应、燃料、照明、清洁、保护、奢侈品等服务的休闲服务业。随后从 16 世纪开始,西欧那些拥有良好文化教育背景、健康和富有的阶层兴起了出国参观文化城市的游学活动,被称为“大旅游”。近代以来,随着资产阶级革命和资本主义制度在欧洲大陆的成功,人类进入休闲发展史上的资本主义阶段。这一阶段延续了中世纪开始的温泉疗养、别墅度假、欧洲大旅游等传统休闲形式^[16]。并增加了以冒险为主要吸引物的野外风景地、海滨度假地等新型休闲形式,与此同时,休闲城镇开始出现,游憩教育也进一步发展。

由上述可知,从原始社会末期开始,包括了奴隶社会、封建社会、资本主义社会初期、中期,时间一直持续到公元 1840 年左右,休闲经历了由单纯的文化活动向经济性活动过渡的漫长阶段,这可以被视为休闲经济的萌芽阶段。

2. 形成和发展阶段

从 19 世纪 40 年代到 20 世纪中期为西方休闲经济的形成和发展阶段,那时的休闲活动并非先由商业活动引导,而大多是自愿团体组织和市政府引导,如新出现的现代体育运动由自愿性团体经营;外出度假活动最初由教会、进步的雇主和社会改革者推动;博物馆、公园艺术馆由地方政府提供。商业性的休闲在 20 世纪前半叶才开始发展,商业性休闲扩大了人们选择休闲活动的范围,它的发展很大一部分得益于科学技术的进步和人民生活水平的提高。两次世界大战之后,以消费为基础的生活方式开始普及。伴随着工业革命而来的是劳动生产率的提高以及政府休假政策的提出,人们在收入提高的同时有更多的闲暇时间,休闲娱乐的基础设施建设也在政府的推动下加强,休闲经济在这些条件下发展形成。推动这阶段休闲经济发展的主要是以下要素。

1) 中央与地方政府成为发展休闲事业发展的重要推动力量

政府发挥的作用主要体现在三个方面,其一是节日立法,假期逐渐增多促进了海滨度假休闲业的发展;其二是中央政府积极保障公民休闲权的实现,承担自己在公共休闲事业方面的责任,尤其对儿童、青少年、残疾人休闲权利进行保护;其三是政府在度假地的健康控制方面以及城市基础设施的建设方面提供强力支持,并引进地方法律,对度假地的发展做出了重要的贡献。

拓展阅读 1-1

英国工人阶级的假日

对于英国的工人阶级来说,1850 年以后,工作时间明显减少;到 19 世纪 70 年代,开始尝试 9 小时工作日制度;到 1919 年,减少到 8 小时。同时,每周星期六半天假的尝试,也越来越

被认可;区域或当地的节日文化,创造了海滨度假休闲需求的独特形式;官方立法为增加潜在的休闲时间,提供了广阔的前景。19 世纪中期,位于英格兰西北部的兰开夏郡内的纺织城镇的居民,对海滨度假的需求逐渐上升,这直接刺激了附近的雷尔地区成为英国第一个专业化的工人阶级度假地。

(资料来源:吴承忠.美英休闲经济的发展历程[J].城市问题,2009(4): 94-98.)

2) 休闲消费的比重上升到十分可观的程度

从 19 世纪 40 年代开始,欧美人用于参加或观看职业性和竞技性体育活动以及商业旅游的支出,成为一个新的消费领域^[17]。从表 1-2 可以大概看到美国家庭休闲消费的增长历程。

表 1-2 美国家庭休闲消费的增长

年 份	家庭休闲消费(亿美元)	资 料 来 源
1965	583(不包括政府、私人机构或志愿者服务机构所花费用)	美国《新闻与世界报道》
1970	1 320(不包括旅行和度假、汽车的游憩性使用以及其他与休闲有关的费用)	卡洛斯(Kraus)的研究
1980	1 060	美国商务部
1982	2 620	美国《新闻与世界报道》

资料来源:吴承忠.美英休闲经济的发展历程[J].城市问题,2009(4): 94-98.

经济的增长、人民收入的增加使得休闲消费迅速增长,这其中包括游憩供应和装备的消费、旅行和度假的消费、运动和户外休憩的消费、文化和娱乐活动的消费等。美国在电视广告方面的收入高达 10.05 亿美元,这个数字非常可观,足以引起大家的关注^[18]。

3) 休闲景观保护思想诞生并得以实践

国外较早就诞生了保护休闲景观的思想。1841 年,格兰维尔(Granville)便列举了 41 个英格兰尚处于经营状态的温泉地以便明确保护野外地带的范围。在 19 世纪,加拿大人与欧洲人对自然景观保护的态度基本保持一致。美国人创造了“保护野外”的概念,早在 19 世纪 20—30 年代,美国就兴起了有关于保护野外地带的呼吁。加利福尼亚州的约塞米蒂,成为第一个以游憩使用为目的的野外保护地国家公园。之后,美国于 1872 年建成了黄石国家公园、1885 年建成了尼亚加拉大瀑布保护区。1840 年后,由于交通条件的改善,美国的许多风景地,迅速地从发现和探索阶段转变到大规模的旅游开发阶段。这不仅发生在美国东部地区,也发生在西部地区。风景地从发现、探索到开发,再到保护性立法,走过了一段漫长的道路^[18]。

3. 成熟阶段

在 1840—1990 年,美国的体育休闲教育经历了由出现到成熟的五个发展阶段,如表 1-3 所示:

表 1-3 1840—1990 年间美国休闲教育发展阶段

时 期	阶 段 特 征
1840—1885	从游戏到运动,从锻炼到生理教育的过渡时期
1886—1917	运动和游憩教育的组织化

(续表)

时 期	阶 段 特 征
1918—1945	苏联社会主义革命的胜利、东欧社会主义国家的纷纷建立、法西斯主义的膨胀以及第二次世界大战的爆发,给这一时期的美国休闲体育发展带来影响
1946—1970	校内和校际间的比赛日益增多
1970—1990	从 70 年代开始远离那些竞争性的事件和国家性的锦标赛,野外运动不断流行起来

20 世纪中期以来的美国文学作品中反映的美国人的工作和娱乐情况来看,美国公共空间的创造和私人生活二者之间,正是依靠休闲和游憩而得以完美统一。大量公共休闲设施被高频率利用,以满足公众的个人或家庭休闲娱乐需求,这标志着西方社会的休闲经济进入到成熟和发达阶段^[18]。一方面,通过 20 世纪五六十年代社会经济的快速发展,欧美发达国家相继步入人均 GDP 3 000~5 000 美元的发展阶段,居民生活状况明显改善。另一方面,休假制度也日趋完善,包括带薪假期在内的各种休假时间的总数接近全年的三分之一。在家庭收入水平递增和休闲时间延长的共同作用下,居民社会生活方式、消费趋向、价值观念发生相应变化,并使现代休闲生活方式成为最重要的时代特征。尤其是二战以后,会议旅游、商务旅游、观光旅游和度假旅游的发展,以迪士尼为代表的主题公园、家庭娱乐中心等现代娱乐业的形成,现代体育健身和竞赛产业的形成,现代传媒产业和以艺术表演为主题的文化产业的形成以及乡村游憩业的迅速增长等,都使 20 世纪后半期西方发达国家的休闲经济发展呈现出新面貌。如上所述,大量现代休闲活动的开展,大量公共休闲地的开发,大量公共和私人休闲设施的建设及其高利用率,高额的休闲投资和休闲消费,休闲经济所处的重要产业地位,完善的休闲运动教育体系,以及政府在休闲公共服务中所起的重要作用等,都表明西方发达国家的休闲经济发展已经逐步进入一个成熟和发达的阶段。作为西方发达国家大众生活的一个重要组成部分,休闲不仅满足了其对人生哲学和社会意义的探求,而且成为文化和社会的重要组成部分。人类在经历了漫长的休闲经济发展之后,即将结束向休闲型社会的过渡期,而步入以休闲经济占主导地位的时代^[19]。

4. 休闲型社会即将到来

进入 21 世纪以来,经济社会得到进一步发展,发达国家人均 GDP 已经普遍提升到 3~4 万美元的水平,居民可支配休闲时间所占比例也上升至全年 41% 左右。需要指出的是,居民用于休闲或与休闲相关的消费在同步增长的同时,对社会经济的影响力也与日俱增,约占 GDP 的 50%。而在美国,这一比例已逾 60%。现阶段,休闲经济仍处于加速发展过程中。研究表明,休闲经济将取代信息经济而成为 21 世纪的主导经济。基于这样的社会发展背景,莫里托(1999)认为,21 世纪将形成推动全球经济增长的五大动力中,休闲是位居第一的重要推动力,并明确提出欧美发达国家或许将于“2015 年进入休闲时代”的发展时间表^[19]。届时,“休闲的中心位置将会进一步突出,人们的休闲观念也将发生本质的变化”。休闲时代的到来将迎来休闲生活的常态化、休闲消费的脱物化、城市功能的休闲化、生活的泛娱乐化以及休闲方式的虚拟化和极限化。

四、我国休闲经济的形成及其演变

中国发展进程并不如西方迅速,但由于各种因素的影响,中国的休闲经济也是随着国民经

济的增长、人民生活水平的提高、闲暇时间的增多、消费观念的增强而逐步发展。休闲经济在我国产生经历了一个渐进的过程,新中国成立以来我国居民的休闲消费大致可分为以下三个阶段。

1. 休闲活动启动期

第一阶段为休闲活动启动期,大概从 1949 年至 1977 年。此时我国实行社会主义计划经济体制,中国生产力落后,居民的收入水平低,人们的消费能力不足,日常生活消费支出主要用来购买食物和衣服等基本生活资料^[15]。这时期中国农民占人口大多数,人民可支配的闲暇时间较少,政府对娱乐设施的基础建设也不足,而且人们对精神文化和休闲娱乐追求普遍较低、消费观念不强,以日常生活的保障性支出为主,还不具备休闲经济的基础,休闲活动和休闲消费都较少。

2. 休闲活动发展期

第二阶段为休闲活动发展期,是从改革开放后的 1978 年至 2000 年。这是我国历史上一个重要的转折时期,改革开放后,经济发展迅猛,劳动生产率获得极大提高,人民收入增多,生活得到极大改善,居民生活由温饱型向健康型阶段迈进^[19]。1978 年城镇恩格尔系数为 57.7%,农村为 67.7%,到 1992 年分别降至 53.0%和 57.0%,农村居民的消费结构发生较大变化。人们有了更多的收入后,对休闲娱乐有着强烈的需求,消费观念也开始发生改变,娱乐休闲消费的用品及其他消费品在这一期间的需求表现出强劲的增长势头。同时,国家开始意识到休闲经济的社会效益和经济效益,加大了基础设施投入和建设,并应大众需求改革了休假制度。从 1995 年起,我国实行了周末“双休”制度,原先的六天工作制,每周工作 48 小时逐步调整到五天工作制,每周工作 40 小时^[19]。到了 1999 年,国家又开始实施“黄金周”制度,法定节假日由 7 天扩增到 10 天,元旦一天、春节、劳动节和国庆假各三天,并通过上下双休日调整,每年形成三个黄金周,促进了假日休闲业的发展。

3. 休闲活动成熟期

第三阶段则是从进入 21 世纪至今,为休闲活动成熟期。进入 21 世纪中国已实行改革开放 20 多年,充分享受到开放经济带来的成果。而且中国加入世贸组织后,中国与世界的联系越来越紧密,全球化趋势席卷而来,对中国经济和文化观念各方面带来巨大的影响。据国家统计局发布的数据,到 2001 年底,我国国内生产总值首次突破万亿美元大关,人均国内生产总值首次超过 800 美元,人民生活水平有了质的飞跃,国内城镇居民的恩格尔系数跌破 40%,同时期广大农民的恩格尔系数也降低至 50%左右。此阶段中国经济正在面临转型,消费结构发生很大变化。服务业占国民经济比重越来越大,在居民的全部消费支出中,各种服务支出比例上升,人们对发展型资料 and 享受型资料及娱乐文化等活动的支出比例上升。至 2013 年年底,各种消费支出已达到国民生产总值的 50%以上。如今,人们出外旅游、看电影、听音乐会已是常有的休闲形式,休闲娱乐甚至已成为某些家庭的必需品。由于休闲产业强大的经济效应和社会效应,中国对休闲经济寄予厚望,并提出将文化产业作为国民经济的支柱产业、将旅游业定为战略性支柱产业。地方政府也纷纷开始打造旅游休闲城市、体育城市等。

五、休闲经济的发展趋势

随着人们闲暇时间和可支配收入不断增多、文化品位及生活水平不断提升,休闲经济发展演进的步伐也逐渐加快,大致会呈现以下几种趋势^[19]。

第一,从国民经济结构的角度看,发展休闲经济必将导致经济结构向休闲化方向转变。随着人们生活方式和劳动方式休闲化程度的加深,社会需求方式及人们的消费方式必然朝着休闲化方向转变,从而引起经济结构的调整和优化,提升社会的整体休闲供给水平。那些以满足人们休闲生活或休闲化生活需要为主的产业将日益蓬勃发展,带来经济结构的休闲化并创造出丰富多样的经济供求关系,成为社会经济持续增长的源泉。

第二,从宏观经济走向的角度看,休闲经济将在发展中国家备受青睐。休闲经济将会成为发展中国家扩大内需、拉动经济增长、解决公民就业问题、推动产业结构调整、促进国民经济增长的重要途径。特别是在2008年国际金融危机爆发后,一些发展中国家制造业受挫、国际贸易受阻的情况下,发展休闲经济对GDP的贡献意义深远,这有助于本国就业机会的增多、有助于本国市场的活跃、有助于本国经济的回暖。

第三,从经济多元化的角度看,休闲经济将向国际化方向发展。随着经济全球化背景的不断加深,国际间的交往合作将日益密切。跨越国界体验他国的休闲活动、接受他国的休闲文化、购买使用他国的休闲产品,乃至引进他国的休闲设施、投资他国的休闲产业,这些活动都将推动休闲经济向国际化方向发展。

第四,从消费的角度看,休闲消费是整个市场结构的一部分,休闲消费市场的培育开发将成为经济发展一个重要的、新的增长空间。随着人们收入水平的提高,休闲消费在日常消费中所占的比重将会越来越大。发展休闲消费有利于挖掘消费者“潜在需求”;有利于培育消费热点,从而促进消费结构的升级和优化,形成新的经济增长点,形成消费需求与经济增长之间的良性循环^[20]。

第五,从提高消费者效用角度看,休闲经济大众化趋势明显。休闲经济是通过提供休闲活动和休闲体验来获得经济产出的,它是以旅游业、娱乐业和服务业为龙头形成的产业系统。它不仅要提供休闲产品、设施和服务,更重要的是要提供一种休闲体验,营造出满足特定消费群体需要的消费氛围,增强顾客消费时愉悦的精神感受和心理体验。从而实现消费者多元化的消费需求,提高消费者效用水平。显然,休闲经济易于大众接受,大众化的趋向已十分明显。

第二节 休闲经济学的研究对象与范畴

一、休闲经济学的研究对象

1. 休闲经济与旅游经济

休闲与旅游相似,两者在某些领域存在着重叠部分,不过休闲与旅游在本质上还是有略微的差异。如图1-1所示^[20],商务旅行被视为以工作为目的的旅游形式,这是区别于以闲暇为目的的旅游,许多闲暇活动起源于人们的兴趣与爱好。随着社会的进步和人们认知的发展,旅游构成了更加广泛的闲暇范围。回顾旅游与休闲的发展历程,对于像传统的游山玩水之类的户外休闲研究已经发展成为旅游研究,并在某种程度上构成一门学科体系。从传统观念来看,旅游被认为是源于私人范围的商业化社会经济现象。旅游倾向于以应用为目的、注重具体部门的事务,诸如旅游消费的经济影响、旅游形式和旅游者的需求,以及广告和市场营销。