



21世纪高等学校旅游管理本科专业教材



# 旅游经济学

TOURISM ECONOMICS

李永文◎主编

陈扬乐 范士陈◎副主编

中国旅游出版社

21世纪  
高等学校  
旅游管理  
本科  
专业教材

21世纪高等学校旅游管理本科专业教材



# 旅游经济学

## TOURISM ECONOMICS

李永文◎主编 陈扬乐 范士陈◎副主编

中国旅游出版社

责任编辑：付蓉 朱璇  
装帧设计：鲁筱  
责任印制：李崇宝

---

**图书在版编目 (CIP) 数据**

旅游经济学/李永文, 陈扬乐, 范士陈编著. —北京: 中国旅游出版社, 2007. 8

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3235 - 0

I. 旅… II. ①李…②陈…③范… III. 旅游经济学—高等学校—教材 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 125721 号

---

书 名：旅游经济学

---

主 编：李永文

副 主 编：陈扬乐 范士陈

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: [cttp@cna.gov.cn](mailto:cttp@cna.gov.cn)

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张：22.25

印 数：5000 册

字 数：400 千

定 价：32.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3235 - 0

---

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

## 21 世纪高等学校旅游管理本科专业教材

### 编辑委员会

主 任 安应民

副 主 任 李永文

委 员 安应民 李永文 魏成元 陈扬乐

田 良 马 莹 郭 强

本书主编 李永文

副 主 编 陈扬乐 范士陈

参与编写者 李永文 陈扬乐 范士陈 袁国宏

金 梅 赵玮萍 郭影影

## 编写说明

旅游管理本科教育经过 20 年的发展,已培养了大批旅游行业的管理人才,目前全国设有旅游管理本科专业的院校已近 400 家。从旅游本科教育的发展历程看,大致经历了三个阶段:第一阶段,为了与旅游职业教育相区别,开设了大量理论性较强的专业课程,但却忽略了对旅游从业技能的培养,培养出来的本科毕业生无法适应旅游企业的需求,出现了人才与市场需求脱节的现象。从第二阶段开始,旅游本科教育又偏重于对学生进行旅游行业从业技能的培训,比如建立模拟餐厅、模拟客房,开设模拟导游等应用性较强的课程,并且在技能培训方面投入了大量时间和精力,从而使得本科生在从业技能方面有了很大提高,但由于理论基础知识的缺乏,在实践中又表现出发展后劲不足,甚至与旅游职业教育毕业生没有多大区别的现象。第三阶段,很多旅游本科教育院校在意识到第二阶段出现的缺陷的同时,开始逐步向理论教育靠拢,寻求理论与实践相结合的培养途径和方式。应该说,旅游管理学科作为一个新兴的交叉学科,本身在理论建设方面就较为缺乏,加之旅游管理学科在不同高校又分设在不同的学科中(如历史学科、人文传播学科、地理学科、环境学科、经济学科、管理学科等),对其他学科的理论借鉴也比较混乱,造成旅游管理专业本科毕业生“学”而不精、“术”而不专,缺乏市场竞争力。

要解决以上问题有两点值得注意:一是旅游管理本科专业教育不宜过早专业化。如北京大学在创建世界一流大学的过程中就一直坚持这个理念,即淡化专业,加强基础,培养综合能力。浙江大学也做出了有益的尝试,其旅游管理专业的本科生在大学前两年同管理学、经济学的学生一起学习基础学科的理论及知识,从大三开始进行旅游管理专业学习,这样可以使学生立足旅游管理专业,有利于加强专业基础性竞争能力,这些做法很值得借鉴。事实上,按照教育部学科设置要求,旅游管理本科专业隶属于管理学一级学科中的工商管理二级学科。现阶段一些学校的旅游管理专业都过于强调分支课程,对管理学、经济学的基础主干课程比较忽略,这是非常不利的。因为学生过早进入专业化学习,会造成基础不扎实、知识面过窄、



发展后劲不足的现象。二是处理好理论“学”与实践“术”的关系。本科生是旅游行业的中坚力量，不仅可以在旅游企业中从事基层工作和管理工作，还可以通过深造在旅游理论研究方面做出成绩。因此，重视对本科生进行理论与实践相结合的教育，对旅游行业和旅游理论研究都有重要意义。目前，旅游专业本科生的实践仅仅停留在基本层面（如宾馆前台、客房的服务工作，旅行社的导游工作等），这样不仅使学生在心理上产生不了认同感，反而会使其产生转行的念头，实际上无法将所学专业理论与实践相结合。因此，旅游管理专业本科教育应根据自身条件，尽量向旅游行业的管理层靠拢。基础性的实践工作在平时的教学实践中进行，综合性的专业实习应尽量安排学生与旅游企业或旅游行政单位的管理层接触。同时，缩短学生基础性实践的时间，适当多安排管理性实践的时间，真正做到学以致用。

正是基于以上考虑，我们组织编写了高等学校旅游管理本科专业系列教材，并首先出版了这套专业基础课教材，包括《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销》、《旅游心理学》和《饭店管理原理与实务》，并力求做到：

第一，体系结构比较新颖。旅游管理的理论性和实践性都非常强，要在体系结构上真正做到有所突破难度比较大。尽管目前国内翻译出版了多本国外的旅游管理教材，也编写出版了多本这方面的著作，但似乎都偏重于各自的研究所长，体系结构也各有特点，难以满足教学的需要。因此，从旅游管理的学科特点和基本要求出发，我们尽可能使各部教材既要体现学科体系的完整性，又要使框架结构符合逻辑层次的规定性，同时还要使理论与实践有机结合，体现出比较强的可操作性。

第二，理论观点正确完整。旅游管理作为一门新兴学科也同其他学科一样，都有其理论基础和学科本身的理论体系和理论观点。从理论基础看，我们尽可能做到既体现旅游管理专业的管理学理论基础，又充分体现旅游管理学科本身的最新理论成果。因此，我们要求各部教材在编写过程中要注意相关领域的最新研究成果，能够反映学科发展动态和趋势，使每部教材具有较强的前瞻性。

第三，逻辑层次严谨分明。旅游管理本身的逻辑性非常强，因而要把它作为一个体系完整的学科来建设其逻辑层次就更为严谨了。在编写中，一方面，我们尽可能从宏观与微观的结合上来把握旅游管理学科的逻辑层次，做到先论述和发掘宏观层面的管理内涵，然后再阐述和探讨微观层面的管理实务与操作技能。另一方面，我们也侧重于从微观角度进一步探索旅游管理涉及的不同侧面，并把这些侧面按照逻辑层次有机地揉合成一个完整的体系。

第四，实践应用易于操作。不论我们研究旅游管理的目的出于怎样的考虑，但着眼于实践应用仍是最重要的目的。为此，我们在分析和探讨每一个具体问题时都始终立足于指导实践和应用，尽可能使理论的阐述和实际的运用有机地结合起来，把落脚点放在指导实践和操作应用这一基点上。

但是，由于我们的水平所限，上述的写作目的和特点能否真正得以体现，还有待于专家学者和读者们的评判，特别是有待于实践的检验。另外，各部教材中的疏漏、问题和错误在所难免，热诚期望各位同行专家和广大读者给予指正。

海南大学旅游学院院长、教授

安应民

二〇〇七年一月十八日

于海口

## 前 言

《旅游经济学》是高等院校旅游管理专业的基础课程。改革开放以来，为了适应我国旅游经济发展和人才培养的需要，许多出版社相继出版了多本这方面的书籍，其中既有我国学者翻译的外文旅游经济研究成果，也有我国学者自己编著的各种旅游经济学教科书。另外，还有很多学者在国内外的 important 期刊上发表了很多有关旅游经济方面的专题性论文。这些研究成果的问世，对推动我国旅游经济学理论研究、旅游经济发展和高等旅游教育事业的建设起到了独特的作用。然而，伴随着社会经济的发展、旅游产业的快速扩张和旅游高等教育的不断进步，旅游经济学的教学也应该随之有一个较大发展，应该把最近旅游经济理论、方法、应用方面的研究成果及时地反映到旅游经济教育和教学中来。鉴于此，我们组织编写了这本《旅游经济学》教材。

本书运用政治经济学、西方经济学和区域经济学等的基本理论与方法，在充分参考旅游经济研究方面的著作、教材、论文等最新成果的基础上，结合管理学、旅游学、地理学等多学科的知识，比较全面、系统地阐述了旅游经济学的基本理论与方法。全书的主要内容包括：导言、旅游产品及其开发、旅游供需规律、旅游市场及其开拓、旅游经济运行与调控、旅游消费效用理论、旅游投资与决策、旅游收入与分配、旅游经济效益分析、旅游卫星账户、旅游经济结构及其优化和区域旅游经济发展等。

本书由李永文担任主编，陈扬乐、范士陈担任副主编，负责全书的写作组织、提纲拟定、统稿和审定工作。按照章节顺序，参加本书编写的人员及其分工为：李永文，第一章；袁国宏，第十章；范士陈，第二章、第三章、第四章；金梅，第五章、第十一章；赵玮萍，第六章、第九章；陈扬乐，第七章、第八章；李永文、郭影影，第十二章。

在本书的编写过程中，我们参阅了许多专家、学者的著作与文章，吸收利用了他们的某些研究内容、数据和图表，在此特向他们表示崇高的敬意和衷心的感谢。另外，本书的出版，一直得到了海南大学旅游学院院长安应民教授的关心和支持，



中国旅游出版社的副编审付蓉和编辑朱璇也为本书的出版做了大量工作，借此机会一并表示衷心感谢。

由于参加本书编写的人员较多，文笔很难完全统一，特别是在时间较短的情况下完成该书的编写，书中难免会存在许多不当甚至错误之处，敬请广大读者批评指正。

李永文

二〇〇七年二月

于海口

# 目 录

编写说明	( 1 )
前 言	( 1 )
第一章 导 言	( 1 )
第一节 旅游经济活动概述	( 1 )
第二节 旅游经济学的产生、发展与学科特点	( 9 )
第三节 旅游经济学的研究对象、任务、内容与方法	( 12 )
复习思考题	( 19 )
专题 我国旅游经济学研究的回顾	( 19 )
第二章 旅游产品及其开发	( 22 )
第一节 旅游产品的含义	( 22 )
第二节 旅游产品的构成	( 30 )
第三节 旅游产品的类型	( 35 )
第四节 旅游产品生命周期	( 40 )
第五节 旅游产品开发	( 44 )
复习思考题	( 50 )
第三章 旅游供需规律	( 51 )
第一节 旅游需求	( 51 )
第二节 旅游供给	( 72 )
第三节 旅游供求均衡	( 85 )

复习思考题	( 99 )
专题 阳朔乡村旅游国内外游客需求分析的启示	( 99 )
<b>第四章 旅游市场及其开拓</b>	( 102 )
第一节 旅游市场概述	( 102 )
第二节 旅游市场体系	( 109 )
第三节 旅游市场竞争	( 116 )
第四节 旅游市场开拓	( 123 )
复习思考题	( 132 )
专题 河南省旅游客源目标市场选择	( 133 )
<b>第五章 旅游经济运行与调控</b>	( 136 )
第一节 旅游经济运行的概念、基础和条件	( 136 )
第二节 旅游经济运行的过程、特点和规律	( 140 )
第三节 旅游经济宏观调控	( 144 )
复习思考题	( 154 )
专题 我国政府对旅游经济规制的现状及对策	( 154 )
<b>第六章 旅游消费效用理论</b>	( 158 )
第一节 旅游消费的意义与特征	( 158 )
第二节 游客旅游消费效用最大化	( 166 )
第三节 旅游消费水平及其提高	( 169 )
第四节 旅游消费结构及其优化	( 175 )
第五节 旅游消费效果的评价	( 180 )
复习思考题	( 181 )
专题 对我国入境旅游消费结构状况的分析与思考	( 182 )
<b>第七章 旅游投资与决策</b>	( 184 )
第一节 旅游投资概述	( 184 )
第二节 旅游投资决策	( 191 )
第三节 旅游投资可行性研究	( 195 )

第四节 旅游投资项目评价·····	(200)
复习思考题·····	(209)
专题 我国旅游投资存在的问题·····	(209)
<b>第八章 旅游收入与分配·····</b>	<b>(212)</b>
第一节 旅游收入的概念与分类·····	(212)
第二节 旅游收入测算·····	(222)
第三节 旅游收入分配·····	(228)
第四节 旅游收入乘数效应·····	(234)
复习思考题·····	(239)
专题 旅游国民收入及其初次分配格局研究——以湖南省为例·····	(240)
<b>第九章 旅游经济效益分析·····</b>	<b>(243)</b>
第一节 旅游经济效益综述·····	(243)
第二节 旅游经济效益的指标体系·····	(246)
第三节 微观旅游经济效益分析·····	(248)
第四节 宏观旅游经济效益分析与评价·····	(251)
复习思考题·····	(258)
专题 旅游业：要经济效益还是要城市信誉·····	(258)
<b>第十章 旅游卫星账户·····</b>	<b>(260)</b>
第一节 旅游卫星账户概述·····	(260)
第二节 旅游卫星账户框架内的核心概念与统计分类·····	(271)
第三节 国外旅游卫星账户的研究与实践·····	(277)
第四节 国内旅游卫星账户的研究与实践·····	(282)
复习思考题·····	(286)
专题 旅游增加值的测算方法·····	(287)
<b>第十一章 旅游经济结构及其优化·····</b>	<b>(289)</b>
第一节 旅游经济结构的概念及影响因素·····	(289)
第二节 旅游经济结构的内容·····	(294)

第三节	旅游经济结构的优化·····	(300)
第四节	旅游产业政策理论与实践·····	(303)
复习思考题	·····	(313)
专题	云南省旅游产业结构优化的内容和重点·····	(313)
第十二章	区域旅游经济发展·····	(315)
第一节	概述·····	(315)
第二节	区域旅游经济发展环境分析·····	(319)
第三节	区域旅游经济发展的目标、模式与重点选择·····	(327)
第四节	区域旅游经济发展的保障措施·····	(333)
复习思考题	·····	(340)
专题	我国旅游经济发展模式·····	(340)
主要参考文献	·····	(341)

# 第一章

## 导 言

旅游经济学是伴随着旅游经济的产生和发展而形成的一门新兴学科，是研究旅游经济活动内在规律的一门应用性学科，是对旅游经济活动规律的理论概括和总结。

本章作为旅游经济学的导言，主要介绍旅游经济活动形成的社会背景和条件、旅游经济活动发展的阶段性、旅游经济学的产生与发展、旅游经济学的研究对象、研究内容、研究方法等，从总体上把握旅游经济学的基本理论体系。

### 第一节 旅游经济活动概述

#### 一、旅游活动与旅游经济活动

##### (一) 旅游活动

旅游活动的概念，有狭义与广义之分。狭义的旅游活动是指游人以游览为主要目的所从事的“游览”性活动。广义的旅游活动既包括游人的游览活动，也包括旅游开发者的开发活动，旅游经营者的经营活动，旅游管理者的管理活动以及旅游科技、文化、教育人员的科学教育活动等，即旅游活动是指与旅游直接相关的各种活动的总称。

旅游活动是一个发展变化着的概念。在奴隶社会和封建社会，不管是帝王将相的巡游、和尚道士的云游、文人墨客的漫游，还是经商贸易人员的商游，旅游活动仅仅是少数人的游览活动，其活动的开展主要是以自助方式完成的，旅游活动的内容极其单一。随着社会的发展，生产力水平的提高，特别是随着旅游交通条件的改善、个人收入的不断增加、人们闲暇时间的不断增多，参加游览活动的人数日益增加，由过去的少数人、小范围、短时间、自助式的游览活动逐渐演变为现在的大众性、全球性、服务性的旅游活动，其活动内容的广度和深度都发生了极其深刻的变化，包括参与旅游活动的人员构成、活动的方式、参与的途径等，都不可同日而



语。旅游活动由过去的单一性游览活动，发展到今天的包括旅游者游览活动（旅游消费活动）在内的其他各种活动。

## （二）旅游经济活动

旅游经济活动是旅游活动的一个重要方面，是指旅游需求者与旅游供给者之间，通过市场交换形式所形成的各种经济现象和经济关系的总和。

对于旅游经济活动这一定义，我们可以从以下几方面加以理解：

### 1. 旅游经济活动是旅游活动伴随着商品经济高度发展的产物

从发展历史看，旅游活动并非一开始就是以商品交换的形式出现的，而是随着社会生产力发展水平的不断提高，随着社会分工的不断细化和专业化，随着商品生产与商品交换广泛深入地发展而逐步商品化的。也就是说，随着社会经济的发展，旅游活动的社会化程度在不断提高，旅游活动过程中的各种经济联系不断加强，旅游活动同整个社会的经济依存关系日益紧密。与此相对应，旅游活动对整个社会经济的影响作用也变得越来越来。旅游者为了实现自己的旅游目的，必然会在食、住、行、游、购、娱等方面产生各种需求，而社会也必须为游人在旅游过程中的各种需求提供供给，以适时满足游人旅游活动的进行需要，从而实现供需双方各自需要的价值和使用价值的交换。也就是说，人类早期的旅游活动与今日的旅游活动相比，今日的旅游活动已经具有完全的商品化和社会化特征。商品化是指旅游活动是在商品交换的条件下完成的；社会化是指旅游活动已经成为一种大众性活动，其活动的开展离不开专门为旅游者提供产品和服务的旅游产品供给者以及与之配套的旅游服务组织与环境。在自然经济条件下，旅游活动主要表现为旅游者依靠自我服务而满足自我需求的的活动，一般不涉及旅游产品的生产交换问题，而今日的旅游活动是建立在商品经济基础之上的，是以旅游商品的生产与交换为主要特征旅游活动。

### 2. 旅游经济活动是旅游活动在经济领域中的具体体现

旅游经济活动主要反映的是旅游活动过程中供需双方之间发生的各种经济联系以及这些联系对社会经济发展所产生的各种影响。旅游经济活动像工业、农业、其他第三产业一样，也是国民经济的重要部门和重要经济活动内容之一，只不过生产资料、劳动对象、生产成果以及所解决的主要矛盾不同而已。例如，在解决主要矛盾方面，除了旅游需求与旅游供给这对基本矛盾以外，还有旅游活动中的经济效益、社会效益、环境生态效益三者之间的矛盾；旅游需求中旅游者的旅游欲望与旅游支付能力、闲暇时间、身体条件等方面的矛盾；旅游者之间争夺旅游“热点”、“热线”的矛盾；旅游企业之间争夺客源的矛盾；旅游企业收益与成本之间的矛盾；旅游企业利益与国家利益、游客利益、旅游地居民利益的矛盾等。

### 3. 旅游经济活动的主体是旅游者、旅游产品供给者和旅游目的地国家（地方）政府

有旅游欲望的人是潜在旅游需求者，当潜在旅游需求者身体等条件许可，并得到充足的费用和闲暇时间的支持时，就会成为现实旅游需求者，即旅游者。而现实旅游需求者数量的多少、人员构成等，又在一定程度上决定了旅游活动的规模、地区范围和活动内容。有旅游产品生产欲望的人，是潜在旅游供给者，当潜在旅游供给者的供给条件许可，并价格合适、有利可图时，就会成为现实旅游供给者，即旅游产品的生产经营者。而现实旅游供给者人数的多少，生产的旅游产品种类和数量、服务质量、产品价格等，又在一定程度上影响着旅游需求，进而影响到旅游活动的规模、地区范围和活动内容。目的地国家（或地方）政府，是旅游产品生产、流通、交换和消费政策的制定者、市场秩序的管理者，在旅游经济活动中起着重要的宏观、微观组织协调和管理作用。可以说，没有政府的参与，旅游经济活动很难有序、正常地进行。旅游者、旅游产品经营者和国家（或地方）政府，三者既是旅游经济活动的主体，也是旅游经济效益的最大受惠者，三者和谐有序地互动，是一个国家或地区旅游业顺利发展的根本保证。

### 4. 旅游经济活动是一种综合性服务活动

旅游活动虽不完全是以经济活动为目的的，但其整个活动过程是以旅游经济活动为基础的，特别是在现代旅游活动中，旅游者要想有效地实现其旅游需求，既离不开食、住、行、游、购、娱等各种服务，也离不开金融、通信、文化、体育、医疗、保健、商务等各种辅助性服务。因此，从供给的角度看，旅游经济活动是一种以服务活动为主体，并涉及许多企业和行业的综合性服务活动。正因为旅游经济活动是一种综合性服务活动，具有强烈的服务性特点，所以它才理所当然地被划入第三产业（服务业）的范畴。

## 二、旅游经济活动形成的社会背景和条件

旅游经济活动是社会生产力发展达到一定水平的产物。了解旅游经济活动形成的社会背景和条件，有利于进一步加深对旅游经济活动的认识和理解。

### （一）旅游经济活动形成的社会背景

旅游，包括旅行与游览两个部分。旅行是人们由一地至另一地的空间位移，游览则是人们在旅行过程中所进行的对他地风光的观赏，旅行是游览的前提条件、手段和方法，游览是旅行的根本目的。从形成的历史看，旅行活动与游览活动是相伴而生的，但严格地说，旅行活动早于游览活动。有人说，最早的旅行活动是指原始社会的迁徙、移居性游牧耕种活动。但我们认为，在生产力极不发达的原始社会，由于生活环境与生存条件的需要，常常由一地迁徙到另一地，直至近代，地球

上还有一些游牧民族仍是逐水草而居的。然而，这种迁徙移居性的活动虽具有旅行的性质，但还不能称为旅行活动，而只是原始性农业生产活动。真正的旅行活动是指人们因某些事务离开常居地，在外赶路或短时间的过夜住宿现象。在封建社会，这种旅行活动已经非常普遍，如人们从事的各种探险、科学考察、宗教信仰、外事交往、求医治病、商贸经营等。虽然在这些旅行活动中会不可避免地发生一些游览行为，但旅行活动的最终目的是从事其他活动，并非游览。在此期间，只有少数帝王将相、贵族等，才有条件进行以游览为目的的消遣性旅行活动。因此，在整个漫长的奴隶社会和封建社会，旅游活动只不过是极少数特权阶级和贵族享乐的代名词。在这种极少数人的旅游活动中，虽然也会进行食、住、行、游、购、娱等各种活动，并为各种活动支付一定的货币，具有今日旅游经济活动的性质，但这只是极少数人的行为，并不具有普遍的社会意义，特别是在旅游活动的核心内容“游”的方面，并没有人以谋取经济利益为目的来组织或经营这种活动。因此，在封建社会及其以前时期，旅游活动是以旅行活动为主体、以游览活动为辅助的人类活动现象，真正的旅游经济活动并未出现。

随着社会生产力发展水平的不断提高，特别是交通运输发展水平的不断提高，社会劳动分工不断深化，旅游活动逐渐同社会经济活动结合了起来，旅游活动不论从消费的角度还是从生产的角度分析，其经济属性越来越强，旅游活动逐渐转化为一种社会性的经济活动。人类社会进入 19 世纪以后，蒸汽机、电的发明和利用，火车、轮船和汽车的出现，使人们的空间位移不仅实现得更快，而且更加舒适，交通作为旅游活动不可缺少的必要条件，变得更加便利。有人在谈到旅游与交通的关系时曾认为，旅游与交通是相伴而生的，在某种程度上说，旅游的发展史就是交通的发展史。正是由于交通运输条件的变化，英国人托马斯·库克才有可能组织 540 人的庞大队伍参加禁酒大会；才有可能成为第一个商业性的旅游组织者，使众多人完成从利物浦到苏格兰的旅游活动；才有可能把旅游活动的组织进一步扩展到英国以外的地区，先后组织众多的游人到美洲、欧洲、亚洲、北非以至环球旅游。正是在托马斯·库克多次成功组织旅游活动的影响下，人们受到了启发，使商业性的旅游经营活动在整个欧洲相继展开。其间，美国与欧洲其他国家也相继成立旅行社，专门从事旅游活动的组织与经营。到 20 世纪初期，一个包括中国在内的全球性旅游经营组织的分布基本形成。这时参加旅游活动的除皇室、贵族、大商人等之外，也有一部分有时间和金钱的中产阶级人士、求学和传教人员，旅游活动开始具有了以谋取经济利益为目的的性质，它不再仅仅是一种社会性的生活、文化活动，已经成为人类社会一种新的经济活动。

## （二）旅游经济活动形成的社会经济条件

社会生产力发展水平是旅游经济活动能否形成的决定性因素。