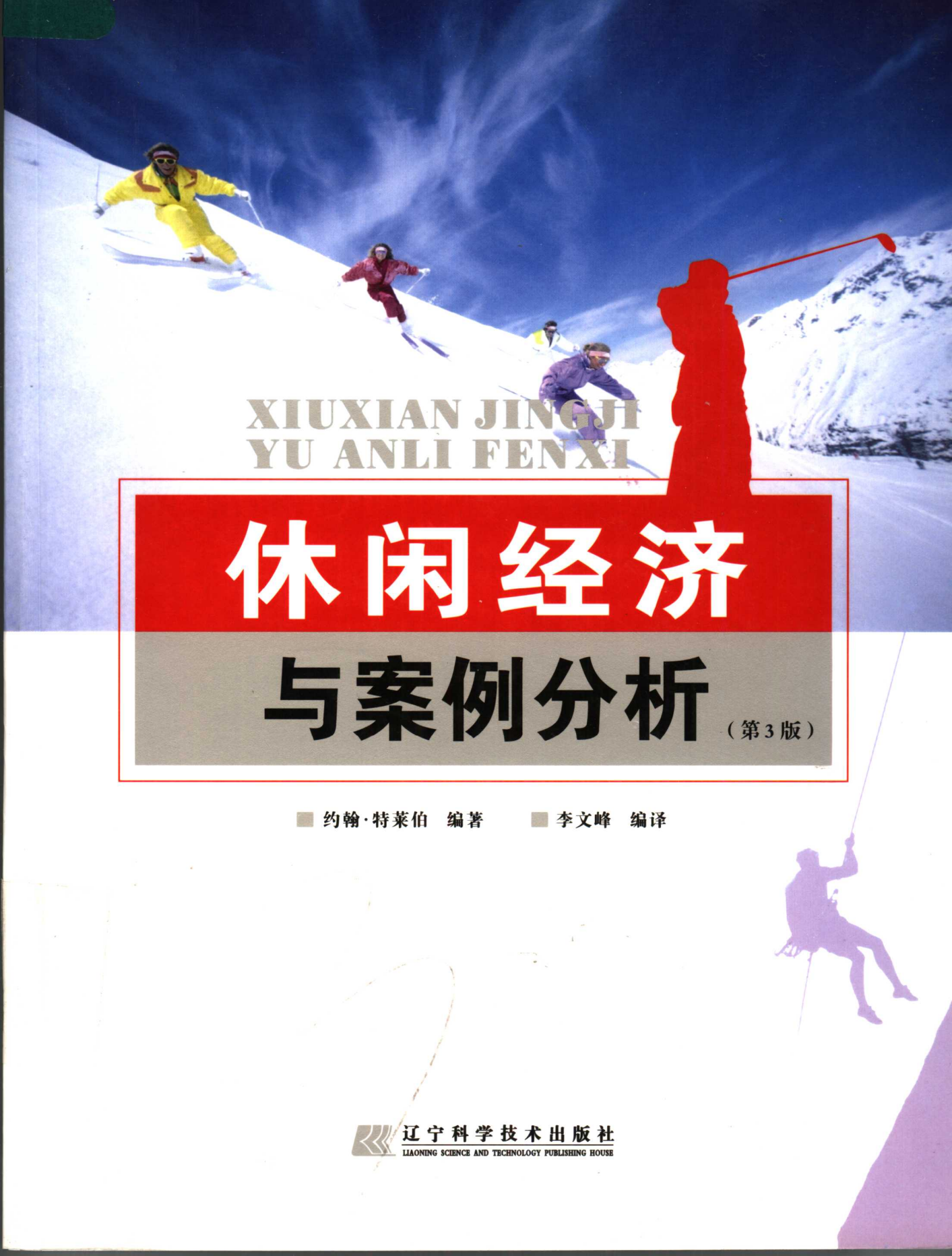




XIUXIAN JINGJI
YU ANLI FENXI

休闲经济 与案例分析

(第3版)

■ 约翰·特莱伯 编著

■ 李文峰 编译



辽宁科学技术出版社

LIAONING SCIENCE AND TECHNOLOGY PUBLISHING HOUSE

F014.5

9

2007

休闲经济与案例分析

XIUXIAN JINGJI YU ANLI FENXI

(第3版)

约翰·特莱伯 / 编著

李文峰 / 编译

 辽宁科学技术出版社

Elsevier
Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP
30 Corporate Drive, Burlington MA 01803

First published 1995
Reprinted 1996,1997,1998
Second edition 1999
Reprinted 2000,2001
Third edition 2005

Copyright© 2005, John Tribe. All rights reserved
The right of John Tribe to be identified as the author of this work has been asserted in accordance with the
Copyright, Designs and Patents Act 1988

This edition of Economics of Recreation, Leisure and Tourism by John Tribe is published by
arrangement with Elsevier Ltd., The Boulevard, Langford Lane, Kidlington, OX5 1GB, England.

©2006, 简体中文版版权归辽宁科学技术出版社所有

本书由英国 Elsevier Ltd.授权辽宁科学技术出版社在中国独家出版中文简体
字版本。

著作权合同登记号: 06-2005 第 46 号

版权所有·翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

休闲经济与案例分析: 第3版 / (英) 特莱伯 (Tribe,
J.) 编著; 李文峰编译.—沈阳: 辽宁科学技术出版社,
2007.5

ISBN 978-7-5381-4600-4

I. 休… II. ①特… ②李… III. 消费经济学
IV. F014.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 156787 号

出版发行: 辽宁科学技术出版社

(地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号 邮编: 110003)

印刷者: 沈阳市佳麟彩印厂

经销者: 各地新华书店

幅面尺寸: 190 mm × 250 mm

印 张: 22.5

字 数: 500 千字

印 数: 1~3000

出版时间: 2007 年 5 月第 1 版

印刷时间: 2007 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 邱利伟 杨廷郊

封面设计: 翰鼎文化/达达

版式设计: 于 浪

责任校对: 徐 跃

书 号: ISBN 978-7-5381-4600-4

定 价: 48.00 元

联系电话: 024-23284360

邮购热线: 024-23284502 23284357

E-mail: lkzsb@mail.lnpgc.com.cn

http://www.lnkj.com.cn

P前言

REFACE

休闲、娱乐与旅游为经济学提供了又一个令人着迷的研究领域。本书的第一版写于第一次英国经济大规模衰退后期。第二版写于英国、美国和欧洲经济复苏时期，而当时世界经济第二大国日本、巴西、俄罗斯以及亚洲四小龙都遭遇了金融风暴。第三版则写于中国经济保持持续发展阶段，但此时在世界的其他地方，经济正处于低速发展或者发展停滞的阶段。此外，在全球娱乐休闲经济活动持续增长的时期，随着9·11事件以及伊拉克战争的爆发，旅游业遭受了非常严重的创伤。当然，我们可以预见到经济形势必定会在不久的将来好转。但重要的是，我们必须首先了解经济事物循环发展过程的规律，尔后为将来即将发生的事情作好准备。

本书第三版的核心思想是使用最新的统计学方法来研究各种经济事物的变化规律。休闲方面的变化结果同样可以用这些统计学方法得出并展现，而最新的案例也将在本书中被提及。在一些案例中，所提到的一些新颖的内容，既为读者提供了事实对比素材，也给读者提供了一些有关经济发展动力的信息。从地理覆盖的角度来说，本书试图使用世界各地的案例来阐述作者的观点。

本书的目的是提出一些研究休闲、娱乐和旅游经济的实用性的经济方法。为了达到这一目的，本书将重点分析现实中的真实案例，而不是教条地论述一些经济理论。因此，与其他普通的经济学书籍相比更有实践意义。本书虽然也提到了经济理论中的边际理论，但是外部定价的提及能够帮助读者更好地理解现实休闲与旅游经济。

本书主要关注以下一系列问题：

- 如何确定休闲、娱乐与旅游的供应量？
- 是否能以不同的途径来进行休闲、娱乐与旅游供给？
- 竞争及宏观经济环境对休闲、娱乐与旅游组织有着怎样的影响？
- 休闲、娱乐与旅游产业对经济有什么影响？
- 休闲、娱乐与旅游对环境有什么影响？
- 如何运用经济学管理休闲、娱乐与旅游？

另外，本书内容生动，通过数据反映问题，通过案例研究来分析休闲产业，附有大量的问题和资料供读者思考和研究。这些特点为本书在休闲、娱乐与旅游经济方面的研究增加了趣味性，并且对传统休闲、娱乐与旅游研究的某些观点提出了疑问，这些疑问将会对这个领域的消费者、生产者以及业主产生影响。

约翰·特莱伯 (John Tribe)

C 目 录

CONTENTS

第一章 概论	001
第一节 休闲、娱乐和旅游的定义及范畴	002
一、相关概念的应用定义	002
二、娱乐活动构成	003
第二节 经济学的定义、范畴及研究方法	004
一、资源与需求	004
二、资源的稀缺性与经济选择	004
三、经济选择的机会成本	005
四、资源配置机制	006
五、宏观经济学与微观经济学	007
六、边际分析	008
七、经济学研究方法	008
第三节 休闲、娱乐及旅游经济	010

第一部分 休闲组织与休闲市场

第二章 休闲、娱乐与旅游组织	021
第一节 公共组织	022
一、地方政府组织	022
二、国家政府组织	023
第二节 私营企业	026
一、营利性组织	026
二、非营利性组织	031
第三章 休闲市场	036
第一节 市场相关定义	037
一、有效需求	037
二、完美市场假设	037
第二节 休闲需求	038
一、需求及固有价格	038
二、需求与影响因素	039
第三节 休闲供给	045
一、供给及固有价格	045

二、供给与影响因素	046
第四节 均衡价格	048
一、需求曲线变化对均衡价格的影响	049
二、供给曲线变化对均衡价格的影响	050
第五节 价格机制作用	052
第二部分 休闲需求与供给	
第四章 需求弹性与需求预测	059
第一节 休闲需求	060
一、选择或坚持	061
二、工作与休闲选择趋势	061
第二节 休闲需求价格弹性	064
一、影响需求价格弹性的因素	066
二、需求弹性与总收入	067
第三节 休闲需求收入弹性	068
第四节 休闲需求交叉弹性	068
第五节 休闲需求预测	069
一、需求预测的方法	070
二、预测存在的问题	072
三、预测的可利用资源	073
第五章 休闲供给与成本	076
第一节 休闲供给的价格弹性	077
一、影响供给价格弹性的因素	078
二、供给价格弹性对休闲产业的意义	080
第二节 休闲供给与成本	080
一、休闲与旅游产品	080
二、休闲与旅游生产投入	081
三、休闲产品生产组织	082
四、短期成本	082
五、长期成本	085
六、社会成本与私人成本	086
第三节 规模经济与规模不经济	086
一、内在规模经济	086
二、外在规模经济	087
三、规模不经济	088
第四节 企业成长方式	089

第三部分 市场实践

第六章 市场结构与产品定价	101
第一节 私营企业产品定价	102
一、价格承受者——完全竞争市场类型	102
二、价格制定者——完全垄断市场类型	103
三、价格塑造者——不完全竞争市场类型	108
第二节 公有企业产品定价	112
一、利润最大化定价模式	113
二、收支平衡定价模式	113
三、社会成本与收益定价模式	113
第三节 产品定价与宏观经济	113
第七章 市场干预	118
第一节 自由竞争市场	119
一、自由竞争市场之利	119
二、市场解决方法的质疑	121
第二节 市场干预	125
一、市场干预理论	125
二、市场干预存在的问题	132
三、公共供给趋势	133

第四部分 外部经营环境

第八章 休闲娱乐旅游企业的 C-PEST 环境	143
第一节 竞争环境	144
一、新进者的威胁	145
二、自然垄断	148
三、供应商的力量	149
四、购买者的力量	150
五、替代品的威胁	151
六、竞争度	151
第二节 技术环境	152
一、住宿接待业	153
二、旅行和旅游业	156
三、休闲和娱乐业	156
第三节 政治环境	157
一、政府报告	157
二、政党宣言	158
三、其他利益集团	159

四、法律变更	159
第四节 社会文化环境	159
一、人口统计学意义上的社会构成	160
二、生活方式、文化和态度	162
第九章 经济环境	168
第一节 经济环境与休闲需求	171
一、家庭消费	172
二、进出口需求	176
三、政府支出	176
四、投资	178
第二节 经济环境与成本	178
第三节 经济周期与政府政策	179
一、经济周期	179
二、政府经济政策	180
三、英国经济环境和政府政策 (1985 年至今)	181
四、未来	183
第四节 机会与威胁分析	184
第五部分 休闲投资	
第十章 私营休闲项目投资	191
第一节 投资的定义	192
第二节 影响投资行为的因素	193
一、投资成本	194
二、投资收益	196
第三节 投资效益评估方法	198
一、回收期法	199
二、平均报酬率法	199
三、净现值法	199
四、内部回报率法	200
第四节 投资水平的变化规律	201
第五节 风险和灵敏度分析	202
第六节 资金来源	202
第十一章 公有休闲项目投资	207
第一节 公有休闲项目的投资主体、类型、方法和目标	208
一、公有休闲项目的投资主体	208
二、公有休闲项目投资的类型	209
三、公有休闲项目投资的方法和目标	210
第二节 公有休闲项目的投资评估	210

第三节 影响公有休闲项目投资的其他因素	212
第四节 公有休闲项目投资的资金来源	213
一、经营利润、税收和借贷	213
二、国内彩票	214
三、公私合作 (PPPs)	216
第五节 关于公共部门投资的争议	216
第六部分 经济影响	
第十二章 收入、就业和价格	223
第一节 宏观经济学的基本概念与休闲经济	224
一、简单的宏观经济模型	224
二、国内生产总值 (GDP)	225
三、国民生产总值 (GNP)、国民总收入 (GNI) 与国民生产净值 (NNP)	227
四、实际国民收入和货币国民收入	227
第二节 休闲业对国民经济的贡献	228
一、休闲业对 GDP 的贡献	228
二、卫星账户	229
第三节 休闲业对就业的贡献	230
第四节 休闲业的乘数效应	235
第五节 通货膨胀对休闲业的影响	240
第六节 政府政策对休闲业的影响	242
一、增加就业政策	242
二、抑制通货膨胀政策	242
第十三章 经济发展与经济重建	247
第一节 经济增长的定义和衡量标准	248
一、经济增长的定义	248
二、衡量标准问题	248
三、增长的基本原理	249
第二节 刺激经济增长的主要因素	250
一、土地	250
二、劳动力	250
三、资本	250
四、技术	251
第三节 促进经济发展的主要手段	252
一、政府干预	252
二、自由市场竞争	252
第四节 发达国家休闲和旅游业的发展	252
一、西班牙休闲和旅游业的发展	252

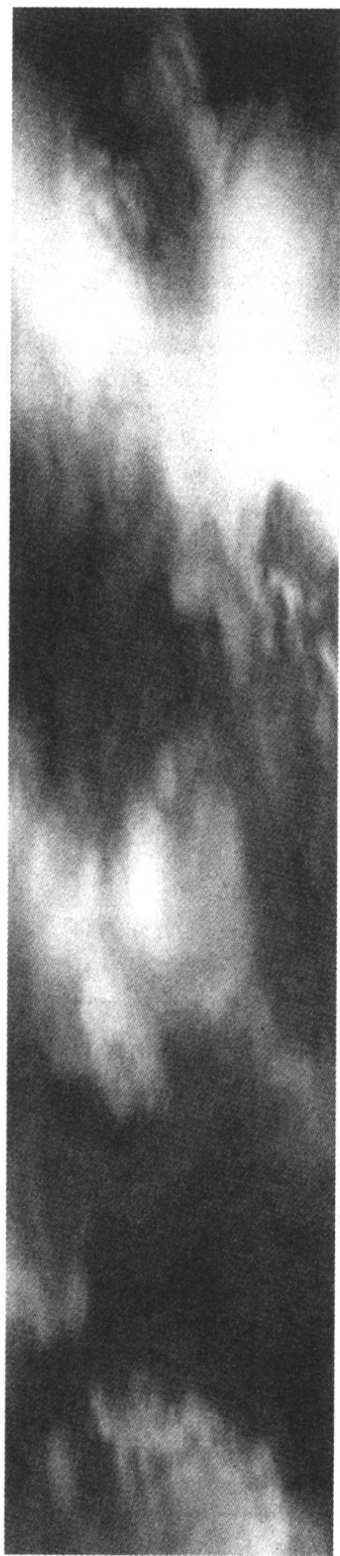
二、日本休闲和旅游业的发展	254
第五节 发展中国家的经济增长	255
一、经济发展阶段	255
二、发展中国家的共同特点	256
三、发展中国家的发展战略	257
第六节 越南的休闲和旅游业	258
第七节 经济重建	259
一、城市的经济重建	260
二、乡村的经济重建	261

第七部分 全球经济

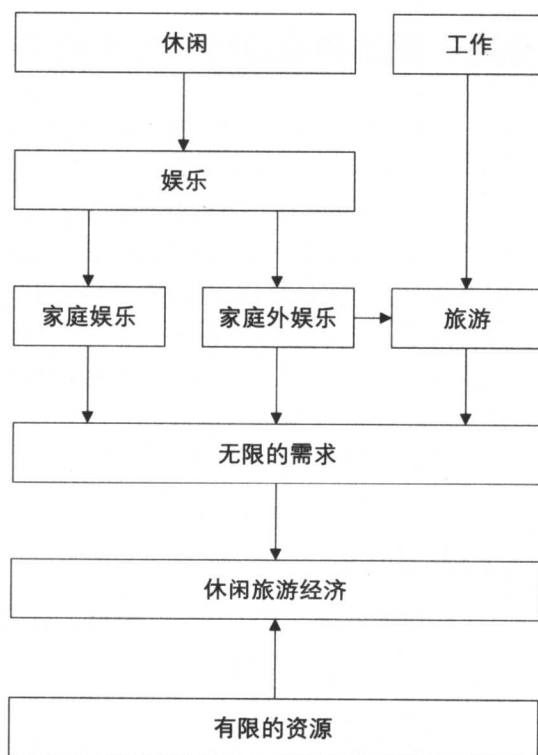
第十四章 收支平衡和汇率	269
一、自由贸易、世界贸易组织(WTO)和服务贸易总协定(GATS)	270
二、贸易与贸易集团	271
三、进出口交换比率	272
四、收支平衡	273
五、汇率	282
第十五章 全球化	289
第一节 全球化的基本概念	290
一、国际贸易	290
二、资金流通	291
三、人员流动	291
四、知识(和技术)传播	291
第二节 跨国公司	293
一、跨国公司的范畴	293
二、跨国经营的动机	294
第三节 休闲与旅游产业的跨国企业	296
一、航空公司	296
二、航运公司	298
三、酒店业和接待业	298
第四节 跨国企业对子公司所在国家经济的影响	299
一、跨国企业对子公司所在国家的有利之处	299
二、跨国企业给子公司所在国家带来的问题	299
第五节 政府政策与跨国经营	301
一、政府对跨国企业的鼓励	302
二、政府对跨国企业的限制	302

第八部分 环境经济

第十六章 环境影响	309
第一节 休闲、娱乐、旅游与环境	310
一、休闲、娱乐、旅游业对当地环境的影响	311
二、休闲、娱乐、旅游业对全球环境的影响	313
第二节 经济增长与人类健康	314
第三节 外部存在	315
第四节 资源利用	317
一、不可再生资源	317
二、可再生资源	318
第五节 垃圾与宏观经济	320
第六节 开放式使用与过量使用	321
第七节 其他产业对休闲和旅游产业的影响	322
第八节 休闲和旅游产业对环境的正面影响	324
第十七章 可持续发展	329
第一节 可持续发展的定义	330
第二节 价格机制与环境	331
第三节 可持续发展政策	332
第四节 可持续发展的方法	333
一、规章制度	333
二、市场方法	335
三、软工具	340
第五节 为环境定价	341
一、支付意愿法	342
二、享乐定价法	342
三、旅行成本法	342
四、后果反映法	343
五、替换成本法	343
六、缓和行为法	343
第六节 企业的环境政策	345



概 论



学习目标与学习成果

- 休闲、娱乐及旅游业对国民经济有多大影响？
- 这些新兴产业是否带来了许多就业机会？
- 什么是休闲娱乐全球化？
- 休闲、娱乐及旅游业是不是回报优厚的投资领域？
- 休闲、娱乐及旅游业能否持续发展？

本书将着重研究以上问题。本章旨在概述本书的研究范围。首先讨论休闲、娱乐及旅游业的范畴，然后简述相关的经济学范畴和方法，最后介绍如何运用经济学方法分析和研究休闲、娱乐及旅游业。

阅读本章，我们可以：

- 理解休闲、娱乐及旅游的定义、范畴及相互关系
- 了解经济学中资源稀缺性、经济选择及机会成本等基本概念
- 了解不同经济体制下的资源配置机制
- 了解经济学的研究方法
- 了解经济学模型的运用
- 学会运用经济学方法分析休闲、娱乐及旅游业
- 获取更多的信息

第一节 休闲、娱乐和旅游的定义及范畴

与其他定义一样，要给休闲、娱乐及旅游下一个贴切的定义十分困难。例如，在许多关于休闲的定义中，一个基本的要素就是闲暇时间，它是指工作、休息及家务劳动时间之外的时间。但是，这是否意味着它包括人们生病或康复期的那段时间？同样，娱乐通常被认为是人们在闲暇时间做的事情，但是，人们总是利用他们的闲暇时间做一些有利于他们工作水平提高和职业发展的事情，比如，一个电脑程序设计师一定会在他的非工作时间使用电脑做一些与其工作相关的事。要定义旅游也存在同样的问题，旅游定义中的一个基本要素就是“暂时逗留”，而“暂时逗留”的范围又如何确定？海外求学的人算是旅游者吗？因公出差的人算是旅游者吗？意识到这些问题后，我们尝试着为相关概念下一个应用性的定义。

一、相关概念的应用定义

- 闲暇时间：是指工作、通勤、睡眠、必要的家务劳动以及个人琐碎事务之外的可自由支配的时间。
- 休闲：是人们在闲暇时间内进行的一切非工作性的活动，包括娱乐活动、旅游活动及一些非娱乐性质的活动。

● 娱乐：在闲暇时间所从事的消遣活动。娱乐消遣活动包括看书、看电视等家庭娱乐活动，以及运动、看戏剧、看电影、旅游等家庭之外的娱乐活动。

● 旅游：由于休闲、度假、商务、出差或其他目的，到长期居住地或工作地之外的目的地逗留一夜以上的活动。

● 休闲、娱乐与旅游组织：这些组织为休闲时的人们提供产品及服务，以此来影响人们闲暇时间的活动。这些组织所提供的产品与服务，有些是与娱乐有关的，有些则是非娱乐性的，例如电脑产品。

图 1.1 反映了休闲、娱乐与旅游的关系。

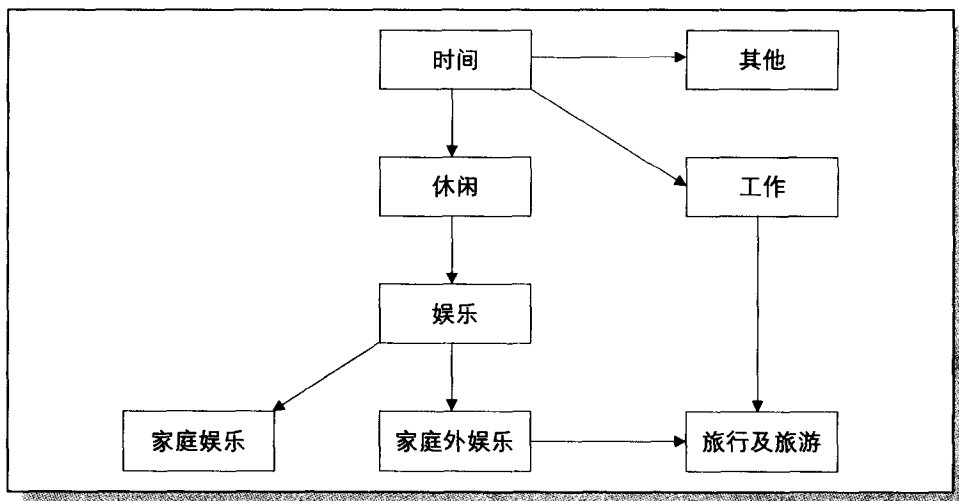


图 1.1
休闲与旅游

二、娱乐活动构成

休闲是通过一系列活动来体现和完成的，娱乐活动就是休闲活动的重要组成部分。娱乐这一概念涵盖很广，包括不出家门的家庭娱乐活动、在社会场所进行的家庭外娱乐活动，以及在更广阔的范围内进行的旅游活动。娱乐活动的内容和形式因时代的不同而不断丰富、变化。当今，娱乐活动的主要构成可以总结如下：

1. 家庭娱乐

- 听音乐
- 看电视或影碟
- 听广播
- 看书
- DIY 活动
- 园艺活动
- 玩游戏

- 锻炼身体
- 业余爱好
- 玩电脑

2. 家庭外娱乐

- 团体性运动
- 观看表演
- 业余爱好
- 参观
- 聚会
- 博彩

3. 旅行及旅游

- 旅行至目的地
- 住宿
- 在目的地观光、游玩

第二节 经济学的定义、范畴及研究方法

一、资源与需求

经济学产生于一种发展不平衡状态，这种状态普遍存在于世界的每一个角落。一方面，资源可以被用来转化为各种产品与服务。资源被经济学家分为土地（原料）、劳动及资本（机器）三大类，有时也将企业家（将生产要素组织在一起的人）作为资源之一。另一方面，人们有着无尽的需求。世界经济的实质就是由于人类的需求是无限的，因此不断扩大资源的攫取量，以满足这些需求。这不仅仅是针对那些低收入者而言，拥有高收入的人也是如此。很明显，虽然那些富有的人不必为吃、穿、住等基本需求而担心，但他们对汽车、财产、假期、娱乐等方面的需求仍无止境。

二、资源的稀缺性与经济选择

有限的资源和无限的需求产生了稀缺性这个经济学基本问题。现有资源的稀缺性意味着人们必须对使用和分配资源进行经济选择。经济学涉及到由稀缺性导致的经济选择问题。

- 生产什么？
- 如何生产？
- 产品与服务如何分配？

三、经济选择的机会成本

由于对资源不同的利用方式可以生产出不同的产品与服务，而资源相对于需求来说又是有限的，这就产生了机会成本的概念，从不同的角度可以对这个概念作不同的解释。

从个人的角度来说，消费者的收入是有限的，如果他们想花某一笔钱买一辆山地车，那么这些钱就不能再用来买他们想买的其他东西了。同样，人们的时间也是有限的，如果一个人要在他的假期中加班，那么他必须放弃休闲。

从一个国家或地区的角度而言也是一样的。一个地区的经济预算是有限的，一旦当地政府将一笔资金投入在建设一个娱乐中心上，那就无法再将这笔资金用于老年人的福利项目。如果政府打算用增加当地个人税收的方法来获取资金，建造一个新的娱乐中心，也同样存在着机会成本，因为纳税人会为了赚钱以缴纳更多的税而放弃其他的一些事情。就一个国家而言，如果为技术人员提供了经济补助，那也许就意味着学生的奖学金投入会减少。

机会成本的定义是，资源一旦用于某种特定的用途，就会失去该资源用于其他用途可能得到的收益。图 1.2 用“生产可能性边界”（PPF）来说明这个概念。

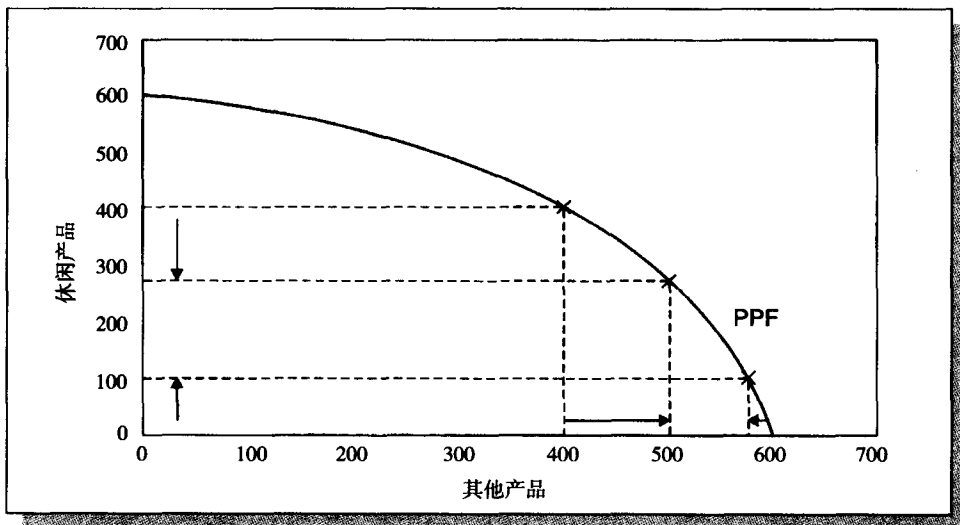


图 1.2
机会成本及生
产可能性边界

生产可能性边界也称生产可能性曲线，是指一个社会用其全部资源和当时最好的技术所能生产的各种产品的最大数量的组合。由于整个社会的经济资源是有限的，当这些经济资源都被充分利用时，增加某一种产品一定量的生产，就必须放弃另一种产品的一定量的生产。整个社会生产的选择过程形成了一系列产品间的不同产量组合，所有这些不同产量的组合就构成了社会生产的可能性边界。

首先,我们假设某经济状态下只能生产出两种产品(休闲类产品和其他产品);其次,这两种产品将会用去我们所有的资源。“生产可能性边界”描绘出在该经济环境下,休闲产品与其他产品生产的所有可能的产量组合情况。该曲线的弯曲情况显示,当越来越多的资源被某一产品利用时,那么另一种产品可以利用的资源就变得越来越少。PPF 曲线同时也显示,当所有资源都为生产休闲产品所用时,可以产生 600 个单位的产量,而其他产品的产量为 0;反之,当能生产 600 个单位的其他产品时,休闲产品的产量为 0。该 PPF 曲线图显示两种产品产量变化时,机会成本随之变化。如图中所示,当休闲产品的产量从 0 提高到 100 时,其他产品的产量从 600 降低到 580。由此可见,在此期间,100 个单位的休闲产品的机会成本等于 20 个单位的其他产品;当所有资源分配情况为同时生产 400 个单位的休闲产品与其他产品时,每增加生产 100 个单位的其他产品的机会成本等于 100 个单位的休闲产品的产量。

四、资源配置机制

需求无限性和资源稀缺性的存在,意味着在任何经济体制下都必须建立一套系统的方式来确定资源的分配,这就是资源配置机制。主要包括:

- 自由市场经济
- 国家计划经济
- 混合经济

自由市场经济体制允许存在私人所有制的企业,这些企业的业主通过购买资源来生产产品和提供服务,生产产品的动机是为了获取利润,因而这些企业会生产或提供市场上有需求的产品和服务。图 1.3 显示了市场经济体制下的资源配置机制。

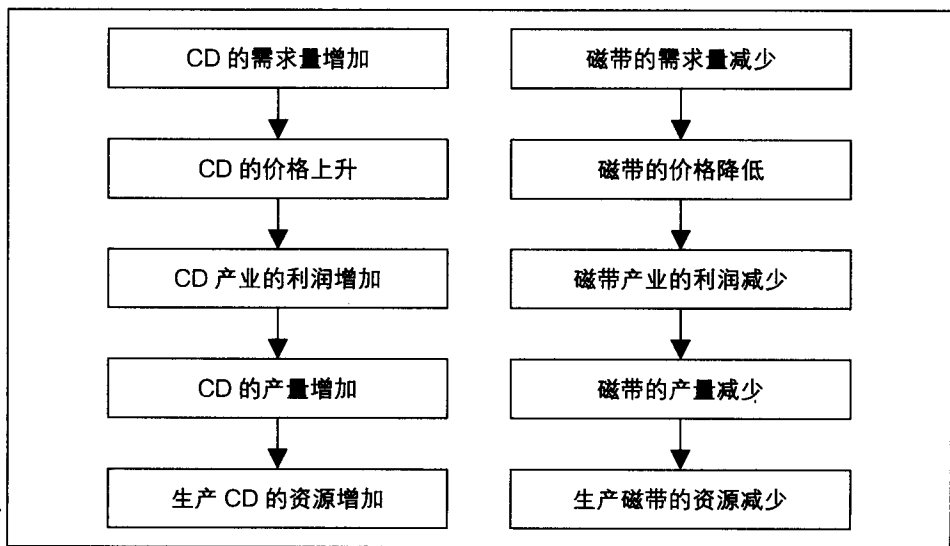


图 1.3
市场经济体制下
的资源配置机制