

“十五”国家重点图书出版规划项目

 旅游管理精品教材译丛

(英) 亚德里恩·布尔 (Adrian Bull)

龙江智

著
译

The Economics of
Travel and Tourism

旅游经济学

第二版 (Second Edition)

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

总策划：方红星

执行策划：刘士平 张旭凤

财经教育国际化

ISBN 7-81084-449-0



9 787810 844499 >

特别说明：本书配有英文影印版，已由东北财经大学出版社出版。



ISBN 7-81084-449-0

定价：28.00元

“十五”国家重点图书出版规划项目



旅游管理精品教材译丛

(英) 亚德里恩·布尔 (Adrian Bull)

龙江智

著
译

The Economic
Travel and Tourism

旅游经济学

F590
B1

第二版 (Second Edition)



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

• 大 连 •

© 东北财经大学出版社 2004

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济学: 第二版/ (英) 布尔 (Bull, A.) 著. —大连: 东北财经大学出版社, 2004.10

(“十五”国家重点图书出版规划项目·旅游管理精品教材译丛)

书名原文: The Economics of Travel and Tourism

ISBN 7-81084-449-0

I. 旅… II. ①布… ②龙… 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 (2004) 第 073838 号

辽宁省版权局著作权合同登记号: 图字 06-2004-08 号

Adrian Bull: The Economics of Travel and Tourism, Second Edition

Copyright © 1995 by Addison Wesley Longman Australia Pty Ltd, original ISBN 0-582-80731-X

This translation of The Economics of Travel and Tourism, Second Edition is published by arrangement with Pearson Education Australia Pty Limited for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书简体中文版由东北财经大学出版社在中华人民共和国境内 (不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾) 独家出版发行。未经出版者预先书面许可, 任何人均不得以任何方式复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@vip.sina.com

辽宁印刷集团新华印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 200mm × 270mm 字数: 268 千字 印张: 12.75 插页: 1

2004 年 10 月第 1 版

2004 年 10 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤 杜 峥

责任校对: 众 校

封面设计: 张 亮

版式设计: 钟福建

定价: 28.00 元



编审委员会

(以姓氏笔画为序)

- 马 波 青岛大学旅游学院院长,教授,博士生导师,中国区域旅游开发专业委员会副会长
- 马 勇 湖北大学旅游发展研究院院长,教授,教育部工商管理教学指导委员会委员,湖北省旅游学会理事长
- 马耀峰 陕西师范大学旅游与环境学院副院长、旅游系主任,教授,博士生导师,中国地理学会旅游地理专业委员会副主任,陕西省旅游协会理事,陕西省省委省政府决策咨询委员会委员
- 王 民 哈尔滨工业大学管理学院旅游管理教研室主任,副教授
- 王 健 南开大学国际商学院旅游学系主任,教授,天津旅游学会常务理事,中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁员
- 王德刚 山东大学管理学院旅游管理系,教授,山东省旅游专家委员会委员,山东省森林资源评价委员会委员,济南市城市规划专家委员会委员
- 田 里 云南大学工商管理与旅游管理学院院长,教授,博士生导师,教育部工商管理教学指导委员会委员
- 冯学钢 华东师范大学商学院旅游系主任,副教授
- 李 红 河北经贸大学工商管理学院旅游管理系主任,教授,河北省策划学会副秘书长,北方大学城兼职教授
- 刘 菲 北京工商大学商学院,教授,中国商业联合会专家委员,中国饭店协会客座教授
- 吴必虎 北京大学旅游研究与规划中心主任,教授,世界旅游组织(WTO)咨询专家,国家旅游局《中国最佳旅游城市标准》中方专家组组长,中国地理学会旅游地理专业委员会副主任
- 辛建荣 中国地质大学(武汉)旅游系主任,教授,中国地质大学旅游发展研究院院长,湖北省旅游学会副理事长
- 肖 星 海南大学旅游学院副院长,教授,海南大学旅游开发与规划研究中心主任
- 余炳炎 上海旅游高等专科学校,教授,国家级饭店星级评定员
- 张俐俐 海南大学现代经济研究所副所长,教授,亚太旅游协会理事,海南省现代化管理学会副会长,海南省经济联合会副会长,海南省旅游协会常务理事,天津市旅游学会理事
- 邹益民 浙江大学旅游学院常务副院长,教授
- 武邦涛 上海交通大学安泰管理学院旅游发展研究中心主任,教授,上海市旅游协会

教育分会常务理事

- 郑向敏** 华侨大学经济管理学院副院长, 教授, 博士生导师, 华侨大学旅游科学研究所所长, 福建省旅游学会副会长, 天津大学管理学院校外博士生导师
- 陆 林** 安徽师范大学旅游发展与规划研究中心主任, 教授, 博士生导师, 中国地理学会旅游地理专业委员会副主任
- 郑 焱** 湖南师范大学旅游学院学位委员会主任, 教授, 博士生导师, 湖南省旅游学会副会长, 中国民建中央委员会委员
- 林增学** 桂林旅游高等专科学校旅游管理系主任, 副教授, 桂林旅游规划设计研究院常务副院长
- 段开成** 暨南大学深圳旅游学院院长助理, 副教授
- 夏林根** 复旦大学旅游系旅游管理教研室主任, 教授, 中国旅游报上海记者站站长, 中国管理科学院高级研究员, 中国《发现》杂志副理事长
- 郝 索** 西北大学经济管理学院院长助理, 教授, 博士生导师, 中国旅游协会理事, 中国旅游学术论坛委员
- 保继刚** 中山大学地理科学与规划学院院长, 教授, 博士生导师, 中山大学旅游发展与规划研究中心主任, International Academy for Tourism Studies 会员
- 唐代剑** 浙江工商大学旅游学院院长, 教授, 博士生导师, 浙江省旅游科学研究所所长, 亚太旅游协会 (PATA) 专家, 杭州旅游协会副会长
- 敖利玲** 广东商学院旅游与环境学院副院长, 副教授, 广东省旅游协会常务理事, 广东省商业经济协会理事, 广东省烹饪协会常务理事
- 党金学** 西安外国语学院旅游学院院长, 教授, 陕西省旅游协会理事, 陕西省翻译工作者协会理事
- 梁明珠** 暨南大学旅游研究所副所长, 副教授
- 黄福才** 厦门大学管理学院旅游系主任, 教授, 博士生导师
- 喻学才** 东南大学旅游研究所所长, 教授, 博士生导师, 中国水浒学会水浒文化开发委员会副主任、扬州大学等高校兼职教授, 江苏、山东等省旅游发展咨询专家
- 谢彦君** 东北财经大学旅游与酒店管理学院院长, 教授, 中国旅游学术论坛 (CTA) 执行委员, 中国地理学会区域旅游开发专业委员会理事, 辽宁省旅游协会旅游教育分会副会长, 国际旅游教育家学会 (ISTTE) 会员, 《旅游教育学报》(Journal of Teaching in Travel & Tourism) 中国编委, 《旅游科学》编委
- 熊元斌** 武汉大学商学院旅游管理系副主任, 教授, 博士生导师, 武汉大学旅游规划设计研究院副院长
- 黎 洁** 西安交通大学管理学院旅游管理系主任, 副教授



总序

在中国,规模比较大的学术翻译工作至今差不多已经有150年的历史了,尤其自晚清曾国藩创立翻译馆译介西学之后,翻译事业在中国近代发展史上的意义更是为众多有识之士所普遍认可。然而新中国成立之后的一段时期,中国与国外学术界的交流曾经一度中断。直到20世纪70年代末,随着改革开放国策的实行,中国再次敞开了面向世界的大门,学子们也纷纷踏出国门接触西方世界,于是,东西方文化和科学技术的交流得到了进一步的发展。在这种氛围中,很多学术领域都吃惊地发现,自己的研究水平和研究方向与国际同行存在着巨大的差距。这样,不少学科都开始了带有补课性质的翻译和传播西方学术研究成果的基础性工作。

中国的旅游学术研究,还不像其他学科那样,存在一个中断的历史过程。相反,它是在改革开放的时代背景下从空白起步的。所以,在早期阶段,中国的旅游教育、旅游研究和旅游产业发展,都明显地表现出一边在实践中摸索、一边干脆奉行“拿来主义”的特点。这样,中国的旅游学术研究比较早地形成了某种“路径依赖”,梅特利克、麦金托什、朱卓任等少数比较著名的旅游学者的著作,成了长期影响中国旅游研究基本走向的有限模板。

其实,在西方旅游学术界,在上述一些学者之外和之后,还有一大批重要的学者,他们站在前人的肩膀上,从事的是更加深入和广泛的旅游学研究,并在几十年中形成了丰厚的积累。在这个过程中,旅游学作为一个跨学科,以其特有的魅力吸引了大批优秀研究人员的目光和热情,从而逐渐培育起了一个规模相当可观的学术队伍,也形成了视角非常丰富的研究领域。人们不仅领教了旅游所具有的巨大的经济推动力量,同时也体会到了旅游对于人类社会精神层面的多重意义,更目睹了旅游在传播文化、沟通思想、建构价值观、引发或抚慰冲突、制造或消除歧视、挑战可持续性以及缓解贫困等方面的作用。面对旅游的这些复杂的、现象层面的问题,人们已经能够比较自觉地动用不同的范式来加以审视,从而构筑了旅游研究当中丰富多彩的理论潮流。比如,在戴恩(Dann)看来,旅游实际上是一种有意义的活动或动机,而这样一种视角,显然具有韦伯的意义;沿着涂尔干的轨迹,旅游被格莱本(Graburn)、麦肯乃尔(MacCannell)等人看成了一种仪式或神话;当人们注意到旅游在社会生活领域所具有的宏观意义乃至微观意义的时候,它既可能成为一种社会疗法(Krippendorf),也可能成为引发社会冲突的渊藪(Turner and Ash),从而成了结构功能范式、结构冲突范式乃至女性主义范式共同的审视对象;当人们窥视到旅游的本质并注意到它与社会经济发展形态的对应关系时,则不会否认旅游其实就是一种体验(Cohen; Ryan),一种昭示着新的经济形态即将到来的典型的个人生活方式;而当人们被旅游交往过程中的程式化要素所迷惑时,则很容易为符号互动理

论 (Brown)、后结构主义 (Culler; Dann; Urry) 寻找到一片施展的空间。由此可见, 面对旅游这种复杂的现象, 不管是哪个传统领域的学者, 他们都可以很容易地找到自己的研究对象, 施展自己的才华, 并形成自己富有特色的研究成果。西方的旅游学术界在经过了半个世纪的旅游学术努力之后, 确实已经有了相当可观的成果积累。尽管有效的、有机的综合还远没有实现, 但利用各种范式审视旅游现象的努力已经卓有成效。这在国外每年出版的大量专著和刊行的大量学术论文中都有所体现。

然而, 这些已经陆续反映到大学教科书中的前沿性学术成果, 在中国的旅游学术界还鲜为人知。从这个意义上来说, 我国出版界自 20 世纪 80 年代之后组织翻译的西方旅游学术著作以及大学教科书, 规模实际上十分有限, 选题也比较零散, 难以从中了解西方旅游研究的全貌。这个事实早在 20 世纪 90 年代中期, 国内旅游学术界的一些有识之士就曾经向出版界呼吁过, 但由于当时旅游教育规模还不够大, 旅游学术研究的地位还不够突出, 人们对西方旅游学术成果的需求也还不够迫切, 所以, 出版界并没有对这些建议做出积极的反应。然而时至今日, 甚至几乎是在一夜之间, 我们突然发现, 全国有诸多出版社, 都在成系列地翻译出版国外的旅游学术著作, 真正有了一种百花齐放的势头。

对中国的旅游学术界来说, 这无疑是一件幸事, 一件喜事。这迎合了国内旅游学术研究在当今这个学术转型期的迫切需要。就中国旅游学术研究的终极目的而言, 直追西方学术研究的前沿并构建有自己特色的学术平台以便能切实地解决中国的旅游实际问题, 自然是学界同仁的共同目标。不过, 似乎可以说, 直到今天, 在国内从事旅游学术研究的队伍当中, 真正全面了解国外研究状况的学者为数还相当有限。也有一些优秀的学者, 虽然对西方旅游学术研究比较熟悉, 但由于种种原因, 已经很少有精力将自己的西学心得系统地介绍给国内学术界, 他们所能做的仅仅是一些零星的转述, 这样也就会大大影响其价值和效果。所以, 对于很多研究人员来说, 他们还是希望直接阅读原著或译文。更何况, 对于一个学科的发展和成熟而言, 必须有足够的群众基础, 不可能仅仅靠几个人的努力。虽然今天我们已经营造了一个全民学外语的环境, 但真正能够将外语用于学术研究的人也还是很有限。其中的原因, 不仅在于外语的实际水平, 还在于接触外文文献的机会非常有限。另外, 就我国目前的旅游高等教育的现状而言, 如果能快速地将西方学术成果转化为我国旅游高等教育的滋养品, 对于解决目前存在的大学旅游教学内容 20 年一贯制的问题, 恐怕是再迫切不过的了。所以, 系统地翻译国外一些优秀的旅游学术著作, 对于中国旅游学科的发展确实是一件十分有意义的事情。

东北财经大学出版社策划出版的这套“旅游管理精品教材译丛”, 也是在这样的时代背景之下问世的。这套丛书, 经过了长时间的酝酿和筛选, 在这个过程中, 编选人员本着“立足管理、教材为主; 注重名家、品质优先”的选题原则, 既充分考虑了目前我国旅游学术研究的现状, 也考虑了我国旅游高等教育所具有的学科特点和需求指向。因此, 希望最终奉献给读者的, 是可以适应目前我国大学旅游教育要求的成系列的精品教材。

目前, 国家教育部将旅游学这个学科以“旅游管理”这个二级学科的名义列于“工商管理”一级学科之下, 从而框定了旅游管理专业大学本科教育的管理学性质。

在这个框架之下,至少在目前阶段,旅游研究的主体会很自然地引导到企业和产业管理领域,人才的专业和层次定位相应地也应当遵循这样一个框架来加以确定。从这一点来说,目前国内对“旅游管理”的相关外文教材的介绍就显得很不充分了。基于这种理解,本套丛书主要是围绕“旅游管理”的领域进行选题。这样,不仅可以满足目前大学旅游教育对国外教材的迫切需要,而且在一定程度上,也能引导国内高等旅游教育的人才培养方向,规范人才的培养目标,使各个学校早日摆脱各自的原始专业胎记,还给学生一个名实相符的专业身份。

在出版事业日益繁荣的今天,我们也不难发现,流行于市面的书籍,鱼目混珠者有之,金玉其外者有之,满纸荒唐言者有之,抄袭拼凑者也有之。这种情况虽然中国为甚,但国外也不乏其例。所以,本套教材的遴选,经过了非常谨慎和精细的反复征求意见的过程。在这个精品教材系列当中,很多教材出自名家之手,如菲利普·科特勒的《旅游市场营销》(第三版)、克莱尔·A.冈恩的《旅游规划:理论与案例》(第四版)、罗伯特·C.刘易斯的《饭店业营销领导:原理与实践》(第三版)等,这些作者在西方旅游学术界都是非常叫得响的名字,而他们的这些著作,也确实富有特色,框架宏大,体系完整,阐述充分,案例丰富,足可以让国内师生耳目一新。即使是一些名气不大的作者,他们的人选著作也经过了国外学术界和教育界的检验,得到了充分的认可,已经形成了很好的学术影响,如《旅游经济学》(第二版)、《饭店业人力资源管理》(第二版)、《饭店管理与经营》(第三版)等,都属于这样的作品。还有一些教材,编者出于填补空白的初衷将其纳入到丛书当中,意在推进相关教材的建设。比如,《旅游吸引物管理》、《旅游消费者行为研究》、《职业导游员:导游职业发展动态》等图书就是按照这个思路被选中的。这些著作也多为精品之作,原创性很强,对国内的旅游教学与研究很有借鉴意义。

当然,译介西学向来都是为了给本土研究注入一些新鲜的养分,推开一扇窗口,洞开一个门户,以便使中国的学术研究快速地发展起来并与世界接轨。因其是教材译丛,我们不应当期望从中得到我们所需要的全部知识和方法。要完全了解西方旅游学术前沿,理解西方旅游学者的学术精神,仅靠翻译几本教材是难以达到的,必须靠全面介绍西方旅游学者的经典著作才能得窥全貌。所以,从这个意义上说,这套丛书依然带有普及的性质,它的花果主要会落在大学教育园地当中。当然,如果能达到这个目标,也算教材的编辑策划和翻译人员对中国旅游学科和高等旅游教育的发展尽了一份职责。

是为序。

谢彦君

2004年7月12日

于东北财经大学书音楼



作者简介

亚德里恩·布尔：英国林肯大学（University of Lincoln）旅游系。

译者简介

龙江智，1974年6月出生于湖南凤凰，1994年考入中国地质大学，主修地球化学专业。四年后获得理学学士，并北上关外，在辽河油田研究院从事两年有机化学分析工作。2000年开始在东北财经大学攻读经济学硕士，两年后提前攻博，专业为旅游管理，师从东北财经大学卢昌崇教授和中山大学保继刚教授。2002年9月—2003年9月在中山大学旅游发展与规划研究中心学习一年，主攻旅游规划。2003年至今在东北财经大学旅游与酒店管理学院任教。研究兴趣：旅游营销和旅游体验。



译者前言

刚步入旅游学界一年半载,就受命于东北财经大学出版社翻译亚德里恩·布尔的《旅游经济学(第二版)》一书,真有点受宠若惊、深感不安。不过,苦于手头的同类教材没有一本能够让学生解渴,所以踌躇再三,还是应命。

国内旅游经济学方面的教材不算少,但是难于找到一本将“旅游”和“经济学”浑然融为一体的好书。“机械移植”是国内大部分旅游教材的通病,而并不只是旅游经济学的“专利”。探究其缘由,可能有三:其一,国内旅游研究起步较晚,旅游学科远未成熟,学术成果累积不足;其二,旅游研究者出身五花八门,研究视角和关注焦点互不相同;其三,旅游学是一门高度交叉的边缘科学,涉及到经济学、地理学、环境科学、心理学、社会学和管理学等多门学科,而研究者往往只具有一两门学科的知识背景。因此,翻译国外教材确为明智之举、应时之举!

译毕全书,颇感欣慰。因为亚德里恩·布尔的这本著作颇具特色,实属一本好教材。全书始终以经济理论为视点来研究旅游活动,从而将“经济理论”和“旅游活动”融为一体,丝毫没有机械移植的痕迹。除此之外,本书还有三大特点:其一,按照微观、宏观经济理论的构架,将本书的内容划分为两大部分,前半部分主要从微观经济层面来研究旅游经济活动,后半部分主要从宏观经济层面研究旅游活动在国民经济中的作用,并分析了某些具体的问题,如无定价服务、旅游外部性和跨国公司等。其二,重点突出,论述深刻。在本书前半部分,由于旅行和住宿占据旅游消费支出的很大一部分,于是作者对这些方面的论述不惜笔墨,层层展开,对其进行多角度的深入分析。其三,作者不局限于某一个国家的旅游活动,而是在全球范围内寻求案例佐证,并通过附录对一些问题进行补充性说明,从而使得本书更有助于教学使用。当然,本书亦存在一些不足,比如,对于旅游产业的结构和调控的内容涉及极少,而这方面对于我国来说也很重要。

借此,首先,我要感谢东北财经大学旅游与酒店管理学院院长谢彦君教授,正是在他的举荐下,我才有机会成为本书译者。其次,我要感谢好友郑宪强的鼎力相助,他为我破除了许多难点,而且还为本书润色不少。同时,我还要感谢东北财经大学出版社的刘士平女士、张旭凤女士和杜峥女士,她们的信任、支持、帮助和宽容实在令人感动。此外,我还要感谢爱妻鲍艳杰女士,正是她自愿承担了所有的家务和无微不至的关怀,才使得译稿能及时出炉。在艰辛的翻译历程中,译者还受惠于师兄李仲广、辽宁师范大学的陈丽女士,以及陈文娟和王潇潇两位同学,在此一并致谢!尽管这三个月来我昼夜作战,使出浑身解数,但恐仍有谬误或欠妥之处,这些均归咎于译者,同时欢迎所有读者批评、指正。

龙江智

2004年春于大连



序言

能够同时引起经济学者、地理学者、环境科学者、心理学者、社会学者、政治和管理研究人员关注的人类活动少之又少，而旅游就是其中之一。

由于每一门学科都是从不同的视角来研究旅游活动，所以旅游研究需要投入越来越多的全球资源和时间。因此，旅游研究便有三种路径可循。

第一种研究路径是商业研究 (business studies)。商业研究把旅游视作一种产业或产业集合。这种产业需要能满足企业需要的管理和操作技能。因此，本书安排有专门的章节来论述诸如旅游零售、前台服务等等，以期最终将专业化的管理和市场营销应用于整个旅游部门。

第二种研究路径是整体论 (holistic) 的研究方法。这种研究路径比第一种更具有学术性，学者们试图从多学科视角对旅游活动进行窥探，其可能的目标就是争取发展自立门户的旅游学理论。杰出学者们如阿尔贝托·塞萨 (Alberto Sessa, 1984) 已经开始寻求创建这样的一套方法论，尽管这些学者们承认由于研究不足，这样的理论框架不够完善。不过，把旅游当作一个系统或一个系统集合的研究方法，可以确保我们是朝着“旅游知识宝库”的方向前进 (Kaspar, 1986)。

第三种研究路径就是应用某一门学科的方法 (discipline-based) 来研究旅游活动。例如，应用经济学或地理学等某一门社会科学作为理论基础，我们可以找出旅游活动与其他学科的不同之处。当然，这样的研究很可能会忽略旅游的其他方面，因为它们与其他学科并无直接联系。可是，这也会促使这些学者重新审视自己的学科的不足。与整体方法论不同，简化方法论 (reductionist) 虽然无法提供给我们整个房子的全貌，但是可以使我们理解地板、墙和房顶的功能。

旅游经济学

本书省略了旅游的环境、营销和行为因素，主要应用第三种研究方法，以经济学理论为视点来研究旅游活动。像H. 彼得·格瑞 (H. Peter Gray, 1970, 1982, 1984) 这样的作者已经开创性地运用经济分析理论来指明了旅游业中的核心问题。

旅游有其与众不同的特点 (见本书正文)，如资源的不可移动性、容量限制、季节性和游客在购买产品之前无法进行体验等等 (Aislalie, 1988)。但是，作为一个产业，旅游对当地经济的影响比其他产业部门更广、更深。

由于我们考察的是旅游活动的经济学问题，所以本书很多内容都与商务市场相关。旅行和住宿占据旅游消费支出的很大一部分，因此本书前半部分主要从微观经济层面上把这两方面，特别是旅行，作为研究的重点，而后半部分主要从宏观经济层面

上研究旅游活动在国民经济中的作用,并分析了某些具体的问题,如无定价服务、旅游环境和跨国公司等。

本书主要是为那些熟谙经济学知识,特别是已经完成大学一年级课程的读者编写的。本书不局限于某一个国家的旅游活动,而是在全球范围内寻求案例佐证。对于没有特殊经济学意义的旅游活动,本书将简而言之。对于那些没有经济学基础的读者,笔者建议在阅读本书之前先参阅一本好的经济学入门教材,弄明白机会成本、效用和规模经济等微观经济学中的一些基本概念。

致谢

我特别要感谢全包旅行公司(Complete Travel)的彼得·查普曼(Peter Chapman)和SCG公司^①的保罗·麦克雷(Paul Macrae),他们通过计算机为我提供了不少资料。昆士兰大学的约翰·提斯德尔(John Tisdell)在线性规划方面给了我很大帮助,同时,该大学的克莱姆·提斯德尔(Clem Tisdell)教授也给本书提出了很多建设性的意见。还有那些从事旅游行业的相关人员、学生和同事,他们不仅给我提供了相关资料,还提出了不少建议,给予我莫大的鼓励。但需要声明的是,书中不足之处均归咎于笔者。

^① Southern Cross Galileo (SCG) 是伽利略国际公司(Galileo International)在澳大利亚和新西兰的特邀批发商——译者注。



第二版序

自从1991年本书第一版面世以来，尽管受到海湾战争等事件的干扰，全球旅游业在世界经济中仍一直保持着增长的势头。据世界旅游组织（World Tourism Organisation, WTO）和世界旅游委员会（World Travel and Tourism Council, WTTC）估计，1993年国际旅游支出/收入为3 300亿美元，到2005年将至少达到5 500亿美元（1993年同比价格）。据估计，国际旅游的从业人员多达1.27亿人。虽然迄今还未能对国内旅游的价值作精确的测算，但保守估计，国内旅游的增加值至少是以上数据的2倍。

第二版增加了一些新内容，如增加了一系列案例分析，以帮助读者理解书中提到的概念。此外，第二版还更新和扩展了第一版中的某些论题。我要感谢对本书提出过中肯的批评和建议的各位同仁，特别要感谢哈维世界旅行公司（Harvey World Travel）的马克·霍普夫（Mark Hopf），是他为我提供了旅游业最新信息。我还要感谢南克鲁斯大学的尼尔·来伯（Neil Leiper）教授和滑铁卢大学（University of Waterloo）的斯蒂芬·史密斯（Stephen Smith）教授，他们给我提供了许多有价值的意见。



目录

译者前言	12
序 言	22
第二版序	24
第1章 旅游资源	22
1.1 旅游的概念	22
1.2 旅游的操作性定义	29
1.3 旅游业及其产品	29
1.4 资源	30
1.5 旅游资源	30
1.6 资源组合	33
1.7 资源利用的控制和报酬	33
思考题	40
第2章 游客类型	60
2.1 市场细分的重要性	50
2.2 以旅游动机为标准的市场细分	46
2.3 以心理类型为标准的市场细分	47
2.4 以旅游活动效应为标准的市场细分	57
2.5 游客类型的历时变化	47
2.6 当今的游客类型：一个小结	55
2.7 不同游客类型的需要和影响	57
2.8 游客类型和旅游目的地的经济政策	58
本章附录A 市场细分的定义及其价值最优化	65
思考题	68
第3章 旅游需求	78
3.1 需求的本质	78
3.2 旅游产品和游客购买目的	78
3.3 影响旅游需求的变量和限制因素	88
3.4 旅游需求的决策层次	88
3.5 旅游需求的约束条件	88
3.6 收入和价格效应	90
3.7 影响旅游需求的其他主要变量	90
3.8 总结	80

本章附录A 距离衰减函数	35
本章附录B 兰克斯特需求模型在旅游中的应用	36
思考题	40
第4章 旅游企业	41
4.1 引言	41
4.2 旅游企业的经营目标	42
4.3 市场结构	44
4.4 旅游交通	50
4.5 住宿业	51
4.6 旅游吸引物和辅助服务	52
4.7 中间商	54
4.8 企业合并	55
4.9 集中化	58
本章附录A 差别垄断与机票价格歧视	59
思考题	59
第5章 旅游产品供给	61
5.1 供给决策	61
5.2 旅游产品供给的时间框架	62
5.3 生产函数和投入品	63
5.4 旅游业的成本和供给	64
5.5 旅游产品定价	66
5.6 供给弹性	67
5.7 航空运输	69
5.8 游轮观光	71
5.9 酒店和旅馆业	72
5.10 自然和历史吸引物	74
5.11 航空旅行社	75
5.12 供给控制	78
本章附录A 线性规划在飞机设计中的应用	78
本章附录B 游轮时刻表	79
思考题	80
第6章 旅游市场均衡	81
6.1 局部均衡的形成	81
6.2 确认旅游市场均衡所面临的难题	81
6.3 导致均衡移动的因素	82
6.4 旅游均衡的动态变化	86
6.5 长周期和旅游在一般均衡中的作用	88
思考题	90
案例研究1 旅游需求的增长与变化——以佛罗里达中心地区为例	91
案例研究2 捷克共和国布拉格市的旅游供给	93

第7章	旅游业增长与国民经济	96
7.1	引言	96
7.2	国民经济	96
7.3	影响旅游业对GDP贡献的因素	97
7.4	测度旅游业对GDP的贡献所面临的难题	98
7.5	旅游业对GDP贡献的国际比较	100
7.6	测算方法	102
7.7	旅游增长及其经济效应	104
7.8	旅游业产值预测	105
	思考题	107
第8章	就业和收入	108
8.1	国民收入	108
8.2	国民收入分配	109
8.3	旅游对就业的直接价值	110
8.4	客源地收入分配	113
8.5	二次就业和收入1: 旅游乘数	114
8.6	就业乘数和其他乘数	116
8.7	二次就业和收入2: 投入—产出分析	118
8.8	劳动力市场和就业	120
8.9	总结: 旅游和经济	122
	本章附录A 关于旅游消费二次效应的经验性研究成果	122
	思考题	123
第9章	无定价价值和外部性	124
9.1	引言: 市场缺失经济学	124
9.2	游客价值	125
9.3	旅游业中公共品和非交易产品的总价值	127
9.4	净价值和机会成本	130
9.5	旅游资产理论	131
9.6	外部性	131
9.7	旅游业外部效应分类	132
9.8	旅游开发的成本—收益分析	133
9.9	最大化旅游的总社会价值	134
	本章附录A: 饭馆的旅行成本价值	135
	思考题	135
第10章	旅游国际收支旅游外部账户	136
10.1	国际收支术语	136
10.2	旅游业的比较优势	137
10.3	旅游支付统计	137
10.4	旅行收支	138
10.5	旅游收支	139