

NEW
VISION

新视野旅游研究丛书

The Economics 旅游经济 研究与探索 of Tourism

罗明义 著

云南大学出版社

NEW
VISION

新视野旅游研究丛书

旅游经济 研究与探索

罗明义 著

云南大学出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

旅游经济研究与探索/罗明义著. -昆明: 云南大学出版社, 2003

ISBN 7-81068-657-7

I. 旅... II. 罗... III. 旅游经济-研究 IV. F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 096845 号

书 名: 旅游经济研究与探索

作 者: 罗明义

责任编辑: 熊晓霞

责任校对: 何传玉 段建堂

封面设计: 汤 靖

封面制作: 沈世娟

出版发行: 云南大学出版社

社 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华园内
(650091)

发行电话: 0871-5033244

网 址: <http://www.ynup.com>

E - mail: market@ynup.com

印 装: 昆明宏成彩印有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 31.75

字 数: 464 千

版 次: 2003 年 11 月第 1 版

印 次: 2004 年 10 月第 2 次印刷

书 号: ISBN 7-81068-657-7/F·302

定 价: 56.00 元

作者简况

罗明义 教授、博士，1951年出生于云南昭通，现任云南省旅游局局长，云南大学旅游研究所所长、旅游管理博士生导师，兼昆明理工大学地质旅游博士生导师。长期从事旅游经济、区域经济和旅游管理的教学和研究。主持完成国家自然科学基金、云南省应用基金、社科基金及中外合作科研课题20多项，主持完成区域旅游规划及景区景点规划30多项；在国内外刊物发表学术论文120多篇，出版专著和教材30多部。主要著作有：《现代旅游经济》《旅游经济学》《旅游经济研究》《崛起的产业：河口旅游发展规划研究》《旅游饭店经营与管理》《旅游经济分析：理论·方法·案例》《21世纪云南旅游业发展战略研究》《云南旅游发展总体规划》《国际旅游发展导论》《旅游经济学教程》《云南：旅游王国》《工商企业涉外经营学》《城市圈域经济论》《企业管理原理》《企业管理心理学》《云南地县工业企业发展研究》等。

前言

从1992年开始，我涉足旅游经济研究至今已经整整10年。这10年，既是世界旅游业和中国旅游业大发展时期，也是云南旅游业迅速崛起并跻身中国旅游前10强省市之列的发展时期。也是在这一时期，我经历了从一个旅游研究人员到旅游工作者的转换。在面对大量旅游经济实践工作的同时，由于实际工作的需要而迫使我不能停顿理论上的研究和探索，包括参与对云南旅游发展规划、方针政策和有关工作的研究、制定和实施，对云南各地旅游规划和开发建设的指导和建议，对云南旅游业的行业管理等工作，也正是在这种从理论到实践，再针对实践中的问题进行理论研究和探索的过程中，利用工作之余把一些心得体会和思考研究整理成文而形成了本书的内容。

本书共选择收集了10年来我公开发表的42篇文稿，内容包括对旅游经济理论、国际旅游经济、中国旅游经济和云南旅游经济发展的研究、思考和探索，其中部分内容被吸收用于指导云南旅游发展的实践，还有部分内容被吸收编入旅游经济的教材中。在选择收集本书文稿时，按照言之有物、观点创新、方法可取、现实性强的原则，尽量考虑具有一定的理论价值和现实指导性，能够令人读后有所启发和收获，并能对读者的学习、工作和研究有所裨益。通过本书所选择收集的文稿，一方面体现了10年来我对旅游经济研究、思考和探索的轨迹，另一方面也从一个侧面反映出世界旅游业、中国旅游业和云

FORWORD

南旅游业发展的过程和成就，因此在收录时尽量保持文稿原貌，文字和数据均未作任何改动。

尽管自 1997 年进入旅游行政部门后工作繁多、奔走匆忙，但自己并不敢懈怠，仍然利用一切空余时间笔耕不辍，以履行“做学问是一世”的自我要求。有幸的是多年来得到众多领导、同事、学界朋友和报刊、出版社编辑们的鞭策、鼓励和支持，方不致怠惰而虚度时光，借此机会向大家表示衷心的感谢。

罗明义

2003 年 5 月于云南大学英华园

前 言

第一篇 旅游经济理论探索	(1)
现代旅游需求产生的原因探析	(1)
旅游产业结构分析和优化	(12)
论现代国际旅游的性质、分类及特点	(21)
论旅游开发与环境保护规律	(31)
旅游资源、环境与可持续发展	(40)
国际旅游客流特征、形成及分析方法	(50)
旅游业税收贡献的分类测算方法	(65)
现代会展经济与会展旅游	(73)
论旅游服务贸易比较优势与分析方法	(83)
第二篇 国际旅游经济分析	(102)
迈向 21 世纪的国际旅游业与中国旅游业	(102)
古代世界七大奇迹概况	(113)
APEC 区域旅游业发展的经济影响	(123)
国际旅游：世纪回眸与展望	(138)
2000 年全球国际旅游发展分析及 2001 年前景预测	(157)
现代国际旅游饭店发展特点	(166)
2001 年全球国际旅游发展回顾及 2002 年前景预测	(174)
生态旅游可持续发展——亚太地区部长级会议述评	(185)
2002 年世界旅游业发展回顾及 2003 年前景预测	(195)
第三篇 中国旅游经济研究	(205)
中国西部地区旅游资源分析和比较	(205)
西部地区旅游业发展比较分析	(218)
发挥资源优势，把旅游业培育成西部经济发展的“增长点”	(229)
我国旅游业发展及入世带来的机遇和挑战	(240)
中外合作编制旅游规划的实践与体会	(254)
加入 WTO：中国旅游业如何应对	(267)

入世与中国旅游饭店业的对策措施	(276)
我国旅行社业应对入世的策略	(288)

第四篇 云南旅游经济研究

昆明海外游客市场变化趋势及对策	(299)
论云南旅游资源的形成与特色	(307)
论云南旅游支柱产业的建设与发展	(320)
把昆明建成国际旅游城市的战略构想	(346)
云南旅游资源开发与对策分析	(355)
加快云南旅游商品的开发、生产和销售	(366)
论云南旅游业的可持续发展	(377)
论云南生态旅游发展与管理	(391)
论云南文化旅游的开发	(398)
云南文化与生态旅游的协调发展	(410)
全面推进滇西边境旅游的大发展	(419)
云南旅游产业“九五”发展概况和“十五”发展思路	(429)
建设云南“旅游空中巴士系统”的思考	(446)
论云南精品旅游产品的培育和建设	(451)
云南旅游信息化的现状及对策	(459)
中国云南：永远的香格里拉	(465)
再论云南生态旅游的可持续发展	(472)
云南海外客源市场的发展及开拓	(487)

现代旅游需求产生的原因探析^①

现代旅游需求,是指人们为了满足旅游的欲望,在一定支付能力和客观条件下,愿意且可能购买的旅游产品或服务的数量。通常,人们总是把旅游需要和旅游需求等同,但实际上旅游需求(demand)并不同于旅游需要(need)。因为当人们产生休闲、度假、游览、观光等旅游需要时,仅仅表明人们具有了旅游的主观愿望,而这种主观愿望能否转变为具有现实意义的旅游需求则取决于许多客观条件。因此,为了正确理解现代旅游需求的产生和发展,就必须分析旅游需求产生的原因、主观因素和客观条件。

一、现代旅游需求产生的原因比较

人们为什么会产生旅游需求?对此有各种各样的观点和阐释,既取决于每个人的文化素养及其所从事和研究的领域,也取决于人们对现代旅游需求研究的不同角度和切入点。纵观国内外对现代旅游需求产生原因的分析 and 研究,概括起来主要有以下几种代表性观点。

1. 旅游需求产生的心理观。许多研究旅游心理学的专家往往从人们的心理特征和个性心理出发,把旅游视为人们

① 原载《经济问题探索》1993年第5期

追求心理满足的活动。史密斯 (Stephen Smith) 指出: “要想较深入地了解旅游现象, 就必须了解旅游者的行为, 即人的潜在的旅游心理。”^① 英国著名旅游学家福斯特 (Douglas Forster) 则认为: “人类最基本的、原始的动机是恐惧、欲望、爱和贪婪, 也需要通过变化和做一些不同的事来获得刺激、兴奋和新奇感。旅游可以为人们提供像听音乐、欣赏艺术和文学作品时的那种对身心刺激的感受。……旅游使人们从单调乏味的日常生活中解脱出来。”^② 伊索 - 阿霍拉 (E. Iso - Ahola) 从社会心理学角度提出了旅游激发的社会心理模型, 认为人们之所以外出旅游, 一方面受逃避因素的影响, 以摆脱个人及人际环境中的各种挫折和烦扰; 另一方面受寻求因素的影响, 试图从新的环境中获得生理和心理上的补偿或回报。因此, 旅游成为人们在逃避某事物的同时又获得某方面身心补偿的途径。^③ 综上所述, 旅游需求产生的心理观认为: 心理因素是个体旅游行为的主动因素, 人的心理状态决定着旅游行为的产生、行为的方向和心理体验的特点, 尤其是在现代工业化社会的高节奏状况下, 迫切需要相应的高情感补偿已经成为现代人类竞争的必要条件, 而远隔自然的城市化生存空间也促使人们更加怀恋原始纯朴的大自然。于是, 各种以追求新、异、奇、美为主的旅游需要就成为人们更高层次的心理需求, 其不仅是现代旅游产生的原因之一, 也成为现代旅游消费中的一种既定心理结构, 直接决定和影响着人们的旅游动机和行为。

2. 旅游需求产生的社会观。社会学家通常从人们社会交往的基本特征出发, 把旅游活动的产生和发展视为人们社会交往的需要。现代社会学揭示, 社会交往是人类社会的普遍现象, 离开了社会交往, 人的身心就不能健康地发展。因此, 人们在其成长过程中总是不断地寻找社会交往的机会,

① Stephen L. J. Smith: *Tourism Analysis*. Longman Group UK, 1989

② [英] 道格拉斯·福斯特: 《旅游经营管理》, 云南人民出版社, 1990 年版

③ E. Iso - Ahola: *Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 9, 1982

而旅游活动正好满足了人们发展社会交往能力、促进身心健康发展的需求。格雷(H. P. Gray)在研究国际旅游和国际贸易关系时认为:旅游是人们追求漫游(wanderlust)和追求阳光(sunlust)两种因素相互作用的结果。追求漫游,是人类的一种内在的本质特征和“推动”因素,其促使人们前往异域他乡游览观光;而追求阳光,则是由外在各种社会经济因素所影响而“拉动”人们前往异地旅游和观光,^①因此追求漫游和追求阳光就成为人们进行旅游的两种驱动力。无独有偶,另一位学者埃珀森(Arlin Epperson)也提出,人们旅游行为的产生是由于“推”“拉”两种动力作用的结果。“推”的动力是由人们逃避现实、休息放松、挑战冒险、自我发现和追求地位名望等社会心理因素所决定,而“拉”的动力则来自旅游地优美的自然景观、独特的文化活动、悠久的历史古迹和丰富的娱乐活动等外在因素的影响和作用。^②赖安(ChrisRyan)则明确提出了“旅游者—朋友交往模型”,用于分析旅游者与旅游目的地居民之间,如何通过旅游交往关系而形成朋友的发展过程。^③我国学者也认为:“所谓旅游,它是一种社会现象,是一种特殊的生活方式,是人们为了某一目的而离开定居地,旅行于一定空间之间的、一种人际交往行为。”^④综上所述,社会学观点认为旅游需求是在一定社会因素的影响和制约下所产生的,其中诱发旅游动机和行为的根本因素是个人心理状态与其所处的自然、社会环境之间的矛盾和差异,是人类通过旅游交往而参与社会化过程的结果。

3. 旅游需求产生的文化观。从事文化人类学和旅游文化研究的专家和学者,强调把追求文化差异和精神享受看做是人类旅游需求产生的基本原因,并且把各种旅游活动基本概括为是一种文化现象和精神消费。如斯基德莫尔(S.

① H.P.Gray: *International Travel - International Trade*. Heath Lexington, 1970

② Arlin Epperson: *Why People Travel*. Leisure Today, Vol.4, 1982

③ ChrisRyan: *Recreational tourism: A Social Science Perspective*. Routledge, 1991

④ 王淑良:“论我国中世纪的休学旅游及其在旅游史上的地位”,旅游文化论文集,中国旅游出版社,1991年

Skidmore)和派斯日卡(R. Pyszka)认为“国际旅游的主要动机,是置身于其他文化中,以亲自了解那里的人民和体验其文化”;^①白槐则认为“旅游活动应属于精神活动范畴,是—定社会经济条件下产生的文化现象”;^②于英士明确提出“旅游者无论参与哪一种旅游活动,有意识或无意识的都是为了满足文化精神的需要。旅游者尽管在旅游活动中要进行—系列的经济活动,然而这仅仅是旅游者完成旅游活动的手段,改变不了旅游的目的”;^③陈传康进一步提出“旅游是—种精神消费。精神消费分为娱乐性、实用性、发展性三种。旅游活动是娱乐性与发展性密切结合的精神消费,同时还有一些实用性,顺便购置—些用品和礼品”;^④魏小安也明确指出“旅游活动从本质上来说,从旅游者的角度看,就是文化性活动。食、住、行、游、购五个环节是物质的消费,但本质还是文化消费,这是旅游消费有别于其他同类消费的根本点”。^⑤旅游需求产生的文化观强调了人们进行旅游活动时对跨文化的追求和精神消费的满足,不仅揭示了现代旅游产生和发展的文化根源,而且对旅游开发应重视提高文化内涵提供了科学的理论依据。

4. 旅游需求产生的经济观。经济学家主要从经济层面进行分析,把人类旅游需求的产生归因于人们收入的增加和对生活质量提高的需求,并强调人们可支配收入的增加和闲暇时间的增多是旅游需求产生的客观条件,而人们对生活质量提高的追求则是旅游需求产生的主观因素。如巴雷热指出“有了收入,必然要涉及经济活动的选择。从整体上看,各

① S. Skidmore and R. Pyszka: *Americans as International Travelers*. Paper presented at the First Global Conference: Tourism—A Vital Force for Peace. Vancouver, Canada, October 16—19, 1988

② 白槐:“关于旅游文化的论述纲要”,旅游文化论文集,中国旅游出版社,1991年

③ 于英士:“为什么要研究旅游文化”,旅游文化论文集,中国旅游出版社,1991年

④ 陈传康:“旅游文化的二元结构:传统性与现代化的极化互补”,旅游文化论文集,中国旅游出版社,1991年

⑤ 魏小安:“旅游文化与文化旅游”,旅游文化论文集,中国旅游出版社,1991年

种花钱的愿望与可能之间是有一个过程的。只有经过这个过程，每一个人才能对其需要满足的愿望做一个轻重缓急的选择，直至他在一定时间内可支配的收入能满足这一愿望为止。长期以来旅游被看成是‘高级消费’，但现在已渐渐普及，已有可能属于大众消费之列了”；^①史密斯（Stephen Smith）指出“许多地区对于发展当地旅游业感兴趣，是因为旅游业具有从其他地区吸引资金或收入的潜力，并且其对环境产生的影响也较小”；^②李天元也明确指出“旅游发展的历史证明国际性大众旅游的兴起是同世界各国，特别是西欧和北美国家国民收入水平的提高和带薪假日的增加分不开的。因而收入水平和以带薪假日为代表的余暇时间是影响一个人能否成为旅游者的最重要的客观因素，也是实现旅游活动的两个最主要的条件”。^③综上所述，旅游需求产生的经济观认为：社会经济发展和人们可支配收入的提高不仅是产生旅游需求的前提，而且对旅游的出行距离及内容等也具有决定性影响作用。

综上所述，旅游需求产生和发展的原因很多，取决于人们从什么角度来认识和把握。尽管众多的专家、学者从不同角度阐述了旅游需求的产生和发展，但从实践看，旅游需求的产生和发展既决定于人们的主观因素，又离不开一定的客观条件。主观因素就是人们对旅游活动的生理和心理需求，其实质上受人们的旅游需要和动机所决定；客观条件则是促成人们的旅游需要和动机转化为现实旅游行为的各种因素。因此，必须进一步分析和掌握旅游需求产生的主观因素和客观条件。

二、现代旅游需求产生的主观因素

人们的任何需求都源于其内在的主观需要和动机，因为

① 弗朗索瓦·韦拉：《国际旅游经济与政策》，旅游教育出版社，1989年

② Stephen L. J. Smith: *Tourism Analysis*. Longman Group UK, 1989

③ 李天元：《旅游学概论》，南开大学出版社，1991年

需要产生动机, 动机引起需求并产生行为。旅游需求是伴随着人们生活质量和水平不断提高而产生的新的需求, 因此旅游需求产生的主观因素, 同样取决于人们对旅游活动的需要和动机。

1. 旅游需要 (travelneed)。需要, 通常是指人们在一定条件下对得到某种事物的欲望或渴求 (want or desire), 是产生人类一切动机和行为的原动力。美国心理学家马斯洛 (Abraham Maslow) 将人类的需要划分为由低到高五个层次, 即生理需要、安全需要、社交需要、自尊需要和自我实现的需要。随着低层次需要得到一定满足, 人们就会追求高层次的需要, 而为了满足高层次社交、自尊及自我实现的需要, 就会激发人们的旅游动机, 进而产生旅游需求。梅奥 (Edward J. Mayo) 和贾维斯 (Lance P. Jarvis) 根据马斯洛的需要层次理论, 进一步把旅游需要划分为生理需要、精神需要、探索需要三种类型。生理需要主要满足人们住、食、行等基本的旅行需要, 是早期旅游的主要特征; 精神需要是满足人们的好奇心、认识事物、理解现实的需要, 是观光和度假旅游动机产生的基础; 探索需要则是一种对现实世界更深切了解和理解的需要, 其形成了诸如探险旅游、冒险旅游、科考旅游等动机和行为。^① 因此, 所谓旅游需要就是指人们在各种外在因素和条件的刺激和作用下, 反映出人们从生理和心理上对旅游的一种欲望或渴求。

旅游需要并不是人们生来就具有的, 而是伴随着人类社会发 展而逐渐形成和发展的特殊需要。一方面, 社会发展是旅游需要产生的心理条件, 即随着社会发展和生活质量的提高, 人们逐渐摆脱了低层次生理需要的困扰和束缚, 使包括旅游需要在内的高层次的需要内化于人类需要系统中, 从而引起因高层次需要未能满足的心理失衡或匮乏, 并刺激人们旅游需要的产生。另一方面, 经济发展是旅游需要产生的客观条件, 即随着经济的发展和 工作条件和方式的改善, 不仅为人们的出游提供了一定的经济能力条件; 而且也提供了越

^① Edward J. Mayo & Lance P. Jarvis: *The Psychology of Leisure Travel*. Prentice Hall, 1988

来越多的闲暇时间,使人们进行旅游具有了充裕时间的支持。尤其是随着信息社会的发展,大量信息改变了人类的价值观和宇宙观,人类谋求时空扩张的认知欲望不断膨胀,从而促进了旅游需要的产生和发展。

2. 旅游动机(travel motivation)。动机,是支配人们一切行为的内在驱动力,也是驱使人们进行旅游活动的内在动力。虽然现代心理学和行为科学对人类一般行为动机的研究已经比较广泛、深入和系统,但对于旅游动机的分析和研究长期以来未受到人们的重视,直到20世纪70年代以后才有学者涉足旅游动机的分析和研究,但仍然十分薄弱和零散。目前对旅游动机的产生和分类主要有以下几种观点。

托马斯(Johan A. Tomas)把人们旅游动机的产生划分为四类因素:即休闲娱乐因素,包括休息、娱乐、消遣和漫游等;文化教育因素,包括了解异国风情、文化观光、参与特殊兴趣活动和学习业余爱好等;种族传统因素,包括访问故土、瞻仰名人事件、走访亲朋好友等;其他因素,包括康体活动、冒险探险、业务会议、宗教活动等。^①

赫德曼(Lloyd E. Hudman)则把人们旅游动机的产生划分为八类因素:即健康类,包括身体和心理健康等;猎奇类,包括文化、政治、社会、地理等方面的好奇心;体育类,包括观看和参与各种体育运动;娱乐类,包括游览、文艺、文化和博彩娱乐等;宗教类,包括各种宗教朝觐、访问、集会和参观等;商务类,包括出差、会议、业务、考察等;探亲访友类,包括探访亲朋好友、访问家乡、追踪祖迹等;自我炫耀类,包括满足自己的体验和有成就感等。^②正是由于以上各种因素的作用和影响,使人们产生了各种不同的旅游动机,并促成了相应的旅游行为。

麦金托什(Robert W. McIntosh)和戈尔德勒(Charles R. Goeldner)通过大量的调查和分析,结合人们的需要而把旅游动机划分为四种类型:即生理动机,包括体力恢复、体

① Johan A. Tomas: *What Makes People Travel?* Travel Weekly No.8, 1964

② Lloyd E. Hudman: *Tourism: A Shrinking World*. Grid Publishing Inc., Columbus, 1980

育活动、消遣娱乐等需要；文化动机，包括了解其他国家的文化、艺术、民俗、宗教及求知、学习等需要；人际交流动机，包括访亲探友、结交新知等需要；地位声威动机，包括商务、会议、考察等有关个人发展和成就的动机等需要。^①

日本学者田中喜一也把旅游动机划分为四类：即身体动机，包括医疗、保健和运动的需要；心情动机，包括思乡、交友和瞻仰的需要；精神动机，包括求知、学习和娱乐的需要；经济动机，包括购物、商务和其他业务等需要。^②

综上所述，旅游需要不仅是直接产生旅游动机的内在和主观因素，而且不同的旅游需要必然形成不同的旅游动机，从而产生不同的旅游行为。

20 世纪 80 年代以后，随着国际旅游的发展和旅游市场竞争的加剧，促使人们进一步重视对旅游需要和动机的研究。许多国际组织、国家政府机构和旅游公司都采用各种各样的调查方法和民意测验，加强对旅游需要和动机的分析和研究。因此，在未来的旅游发展和旅游理论研究中，将对旅游需要和旅游动机形成更加深入系统的分析和研究，为正确地掌握现代旅游需求的产生和发展提供更为有力的理论依据和指导。

三、现代旅游需求产生的客观条件

从客观条件看，旅游需求的产生和发展是科学技术进步和社会生产力提高的结果，是社会经济发展的必然产物。一般讲旅游需求产生和发展的客观条件，主要依赖于人们收入的增加、闲暇时间的增多、交通运输条件的改善及旅游服务水平的提高，即要“有钱、有闲、方便、舒适”，才能为国际旅游的产生和发展创造经济和社会条件。

1. 收入增加是旅游需求产生的前提条件。人们的收入，

^① Robert W. McIntosh & Charles R. Goeldner. *Tourism: Principles, Practices* (Sixth Edition), *Philosophies*. John Wiley & Sons Inc., 1990

^② [日] 田中喜一：《旅游业通论》，台北：台湾新陆书局，1980 年

是指人们从事社会经济活动而得到的个人可以任意决定其用途的收入。根据恩格尔定律,在人们收入既定的条件下,人们用于衣、食、住、行及其他方面的支出比例基本不变。但是,随着人们收入的增加,人们用于衣、食、住、行等基本生活方面的支出就会相对减少,而用于其他享受和精神方面的支出则相对增加。有关研究表明:当人均 GDP 超过 300 美元时,人们就产生旅游需求并形成近地或国内旅游;当人均 GDP 超过 1000 美元时,人们就产生国际旅游需求并形成邻国旅游或洲域内旅游;当人均 GDP 超过 3000 美元以上时,人们就产生远程国际旅游或洲际(全球)旅游。^①从对国际旅游产生和发展的历史进程考察,也充分证明了随着社会经济的发展、人们收入增加和生活水平的不断提高,使人们消费意识和消费结构也发生了很大的变化,不仅产生国际旅游的需求,而且对国际旅游的出行距离及内容等也具有重要的影响作用。

2. 闲暇时间增多是旅游需求产生的必要条件。任何旅游活动都必须花费一定的时间,没有时间就不能形成旅游行为,因而闲暇时间是构成旅游活动的必要条件。闲暇时间是相对工作和基本生活时间而言,即个人在满足工作、基本生活(包括生理需要和社交活动)时间后所剩余的时间,也就是个人可自由支配的时间。随着社会生产力发展和劳动生产率的提高,使人们用于工作的时间相对减少,而闲暇时间则不断增多。特别是许多国家和企业推行“周五工作制”和“带薪假日”,使人们的闲暇时间越来越多,有的国家和地区年休假日已经高达 140 多天。于是,随着人们闲暇时间的增多,为了更好地满足物质和文化生活的需求,人们不仅产生短期的休闲旅游需求,以度过美好的周末;而且逐渐增加远程旅游及国际旅游的需求,到世界各地游览和观光,到风景优美的地区休闲度假。因此,人们闲暇时间的增多是旅游需求产生的必不可少的条件。

3. 交通运输条件是旅游需求产生的“催化”条件。旅

^① 旅游经济发展战略课题组:《中国旅游经济发展战略研究报告纲要》,载《中国旅游年鉴》,1991 年