

LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材

LÜYOUXUE



新编 旅游经济学

张辉 魏翔

编著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

新编旅游经济学

——基于空间距离与闲暇时间的动态视野

张辉 魏翔 编著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

新编旅游经济学:基于空间距离与闲暇时间的动态视野 / 张辉,魏翔编著. —天津:南开大学出版社,2007.11
(高等院校旅游专业系列教材)

ISBN 978-7-310-02761-3

I. 新… II. ①张…②魏… 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 154567 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:肖占鹏

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津市蓟县宏图印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2007 年 11 月第 1 版 2007 年 11 月第 1 次印刷

880×1230 毫米 32 开本 12.125 印张 2 插页 343 千字

定价:21.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

序 言

国内以及国外在说明旅游经济问题、建立旅游经济理论框架时，通常是从旅游经济的外显要素出发，来研究旅游经济或者旅游产业的要素体系的。以旅游活动的六要素出发来研究旅游经济或者旅游产业的运动，给人一个直观的印象，人们可以从旅游活动的要素体系来认识旅游经济，来了解旅游产业。然而，对于旅游经济的内在矛盾，对于旅游经济的本质的认识，六要素的旅游经济体系却难以说明，使旅游经济学处于一个问题说明的层次，也使得旅游经济学这门学科长期得不到主流学派的认可。

旅游经济学要成为一门独立的学科，从方法论上须放弃六要素的旅游学科体系，重新研究旅游经济学的学科框架。我们认为，对于旅游经济学学科体系的创立，要从旅游的两个本质属性出发来研究，这两个本质属性，一是空间，二是时间。旅游是人们空间的移动，旅游是人们对时间的消费，时间与空间是旅游现象和旅游活动最本质的特征。对于旅游经济问题来说，旅游经济虽然研究的是旅游活动中所表现出的经济关系、经济联系和经济规律，但集中表现的却是旅游的空间和时间，在这种情况下，笔者向读者提供了旅游经济学研究的一个新的框架，并想通过这个框架将旅游现象的经济问题包含进来。既然旅游是一个人们从旅游客源地向旅游目的地的空间移动并且对时间消费的过程，那么，旅游经济所有的现象就都是由人们的空间移动和时间消费而引起的。由此，本书便以空间与时间这两个不同的维度，来展开对旅游活动以及由此而引起的旅游经济的研究。

在我国，旅游经济学的理论研究还处于一个初级阶段。虽然旅游经济的个别理论已经成熟，但旅游经济学的学科体系还未建立起来。以空间和时间两个维度来建立旅游经济学的理论框架，目前国内还没

有人做过。我们所做的研究仅仅是一种科学的尝试，书中无论是旅游经济学的理论框架，还是理论观点，都还不是十分完善的。科学的研究是建立在前人研究工作的基础上的。与其说本书是我们个人研究的结晶，倒不如说是对前人研究的总结和批判。追求旅游学科的成熟是我们每一个从事旅游研究的学者的共同心愿，因为我们都知道这样一个道理，任何一门学科只有在商榷和批判过程中，才能逐渐成熟起来。

感谢北京旅游局局长杜江博士对本书的关注和支持，书中许多观点和理论是在与他的讨论中形成的；还要感谢我们的同事戴斌教授，张凌云教授，秦宇、厉新建、李宏副教授以及南开大学李天元教授对本书所做的贡献，并感谢南开大学出版社对本书的出版所给予的支持和帮助。

目 录

第 1 篇 绪论与数学准备	(1)
第 1 章 绪论	(1)
1.1 旅游经济的基本性质	(1)
1.2 旅游经济研究评述	(12)
1.3 在双维动态路径上探索	(19)
1.4 本书的方法论与使用建议	(27)
第 2 章 技术准备：相关经济数学概述	(36)
2.1 重要的概率论知识	(36)
2.2 非线性规划与灵敏性分析	(41)
2.3 稳定性与最优控制论	(43)
2.4 博弈简论	(45)
2.5 冲激函数与阶跃函数	(47)
第 2 篇 距离动态——空间转移与旅游经济活动	(51)
第 3 章 旅游供给与旅游目的地	(51)
3.1 旅游目的地区位与容量	(52)
3.2 旅游目的地短期经济波动	(64)
3.3 旅游供给的量化估计	(67)
3.4 旅游目的地定价模型	(75)
3.5 旅游目的地周期性演变	(85)
第 4 章 旅游需求与旅游客源地	(92)
4.1 旅游需求理论研究	(93)
4.2 旅游需求模型	(103)
4.3 旅游需求的时间因素	(105)
4.4 旅游需求规律	(110)

第 5 章 旅游联结体及其动态行为	(123)
5.1 旅游交通运输	(124)
5.2 现实模拟: 航空公司的动态定价模型	(133)
5.3 旅游运动中的契约关系	(147)
第 3 篇 时间动态——闲暇、旅游与宏观经济	(152)
第 6 章 基于闲暇时间的旅游经济独特性	(152)
6.1 闲暇经济理论丛林	(154)
6.2 “闲而优”效应	(164)
6.3 “闲中学”效应	(181)
6.4 旅游经济的时间独特性	(184)
第 7 章 重新解释经济周期	(198)
7.1 闲暇与长期产出波动: 基于 RBC 模型的 “闲暇—产出交互作用”	(200)
7.2 闲暇与短期产出波动: 对凯恩斯供给曲线 的修正	(206)
7.3 闲暇时间与需求冲击	(213)
7.4 更为真实的周期性经济波动	(216)
第 8 章 重新解释经济增长	(221)
8.1 快乐式增长	(222)
8.2 有闲与有钱: 经济增长新模型	(228)
8.3 实证研究: 数据说明了什么	(240)
8.4 对闲暇与快乐式增长的再思考	(248)
第 9 章 总需求分析的细节: 旅游闲暇怎样影响消费	(256)
9.1 闲暇时间—消费模型	(257)
9.2 旅游等闲暇消费的动态特征	(267)
9.3 经验证据: 中国的闲暇消费	(270)
9.4 衍生问题: 健康的旅游和宏观消费内在 统一吗?	(276)
9.5 闲暇消费的政策导向	(279)

第 4 篇 旅游规制与旅游效益·····	(282)
第 10 章 旅游经济与政府·····	(282)
10.1 旅游规制·····	(283)
10.2 旅游行业管理与政策·····	(306)
第 11 章 旅游经济的效益与影响·····	(326)
11.1 旅游经济效益的概念与性质·····	(327)
11.2 旅游就业方程与旅游对就业的影响·····	(341)
11.3 基于可持续发展的新增长观·····	(355)
参考文献·····	(364)

第 1 篇 绪论与数学准备

第 1 章 绪 论

本章要点

1. 每章都从“本章要点”开始，提供该章的核心要点。
2. 传统的旅游经济理论为旅游学的经济理论化做出了重大贡献，但没有揭示旅游经济的独特性。
3. 旅游经济理论的跃迁需要从研究对象和研究方法的跃迁开始。研究对象的跃迁已经出现一些良好迹象，本书在此基础上，尝试研究方法的改进。
4. 旅游经济基本模型是个动态模型，完整的形式是距离和时间交互动态的形式。但由于计算和分析方法复杂，本书主要处理定性的距离动态问题和定量的时间动态问题。
5. 在本书中，闲暇时间将进入生产函数和效用函数。

关键词语

标签化 研究对象的跃迁 研究方法的跃迁 时间动态 距离动态 一维动态 外生变量 内生变量 模型 闲暇时间 旅游经济基本模型 目标函数 约束函数

从小的方面看，旅游经济属于部门经济，体现了旅游企业、旅游者和旅游产业间的关系，它的范畴没有脱离传统经济学的消费者理论

和厂商理论。由此而言,对旅游经济的研究无非是利用正统经济学的知识在旅游的标签下演练一些并不复杂的经济学习题而已;从大的方面看,旅游经济几乎渗透到国民生活的各个方面,小到个体决策,大到经济增长,旅游经济都对其有影响。由此而言,对旅游经济的研究似乎浩瀚到了需要集大师般的微观与宏观经济学知识为一体方可窥探其冰山一角的程度。因此,旅游经济理论需要突破,因为不突破就会掉进上述两方面的窠臼:要么无须研究之,要么无法研究之。

最近的几十年是经济学蓬勃发展的几十年,它使我们看到了计量经济学、博弈论、家庭经济学和制度经济学带给经济学的突破,也给我们对旅游经济的研究突破带来了希望。突破的方向有两个:第一,在研究西方经济学的同时密切联系中国的实践,中国的经济奇迹既印证了西方经济学的诸多理论,也展现了中国实际环境中众多的经济谜团,这些奇迹和谜团也包含了近20年来中国旅游经济的超常规发展和独特市场特性。第二,在研究普适性的经济原理的同时密切联系特殊的经济现象和经济机理,各种分支经济学在这样的范式下突破脱颖而出,例如,农业经济学、行为经济学和制度经济学,对旅游经济理论的突破主要依靠后者。

旅游经济理论的最新进展对旅游经济的研究对象做了调整,将空间特征引入旅游经济核心概念体系,但在研究方法上,现有的研究没有迎合或改进这样的调整。本章是概论性的内容,也是全书方法论的集中表述部分。我们主张用距离动态和时间动态相结合的方法来研究旅游经济。

本章将为您提供了解本书方法论和阐述方法的重要线索。

1.1 旅游经济的基本性质

旅游的定义

如同我们对旅游现象的认识一样,旅游基本概念长期以来一直是

人们讨论的问题，至今也没有一个统一的认识。对旅游定义理解上的差异，既与人们对旅游现象认识的不同相联系，也与人们在旅游研究上所持的方法论有着直接的关系。有的是从经济学来认识旅游，有的是从文化学来认识旅游，还有的是从管理学、地理学或者市场学等方面来认识旅游，各有各的解释。^①究其原因，不能不说是与学科发育有着一定的关系。作为一门学科的核心概念，它的形成是与学科研究以及学科建立相一致的。由于旅游这门学科在其建立初期，经济学、社会学、文化学、地理学以及市场学都程度不同地介入，因此使得旅游概念形成了不同学科的泛化解释。

李天元（2001）指出，国际旅游组织以及相关学者曾给旅游下过多个定义，这些定义基本上可以划分为两类，一类是从理论抽象出发所下的定义，一类是人们出于统计工作的需要对旅游所作的比较具体的定义，而这类定义大都表现为对旅游者定义及划分方法。在对旅游定义研究过程中，技术性定义是重要的，因为它是抽象定义的具体化，通过技术性定义可以对理论性定义进行工作操作，但作为学科研究，仅有技术定义是不行的，因为它不会成为学科研究的核心概念，也不能通过它来建立学科体系，我们要建立真正的学科体系，还必须更为抽象定义的概念解释。

关于旅游的概念，瑞士学者汉泽克尔和克拉普夫在1942年提出的定义较为流行，且具有一定的代表性。他们认为：“旅游是由非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和，这些人不会导致长期居住，并且不牵涉任何赚钱的活动。”^②这个定义后来被旅游科学专家国际联合会所采纳，习惯称之为AIEST定义。这种定义是从社会学的角度来解释旅游定义的，强调旅游的社会属性的关系属性。从这一定义出发，旅游是一种由旅行者的活动所引起的与旅游地居民的关系

^① 谢彦君将众多的旅游定义划分为三类，即经济化的旅游定义、文化论者的旅游定义和管理机构的旅游定义。并提出这些定义都存在着认识论上的不足之处，对这些定义有必要重新认识。参见谢彦君《基础旅游学》，中国旅游出版社，1999年，第42~45页。

^② 参见张践等编译的《西方旅游业》，同济大学出版社，1990年，第36页。

所形成的现象，那么所有的旅行现象都可以纳入这一定义中去认识，旅游定义成为旅行定义。因此，从理论上讲，此定义被完全泛化了；从现实上看，也不完全符合现代旅游发展的实际。与此定义相对比，更为泛化的旅游定义是英国旅游协会给出的“旅游是指与人们离开日常生活和工作地点的任何向目的地作暂时的移动以及在这些目的地作短期逗留的有关的任何活动。”这个定义是将所有人的空间移动现象纳入旅游现象去认识，无论是旅游者的活动还是非旅游者的活动，只要能给目的地带来一定的相关人的流动以及由此形成一定的活动便是旅游现象。

世界旅游组织在 1980 年马尼拉会议之后，曾对旅游作了一个新的定义，认为“旅游是指人们出于非移民及和平的目的或者出于导致实现经济、社会、文化和精神等方面的个人发展及促进人与人之间的了解与合作等目的而作的旅行”。虽然定义中明确指出了旅游是个人发展所形成的旅行现象，在某种程度上点出了旅游现象的本质，但在表述上也不尽合理、不尽科学。

也有一些学者是从产业或经济角度来认识旅游定义的。其中比较有代表性的是奥地利经济学者 Herman Von Schullard 的观点，他认为：旅游是外国人或外地人进入非定居地并在其中逗留和移动所引起的经济活动的总和。^①这一定义是将旅游作为一种经济现象或产业现象来认识，将旅游的本质与其延伸出来的经济现象混淆在一起，按此定义理解，如同文化现象就是文化经济现象一样，在逻辑上是不通的。

因此，从概念表述上看，由于旅游现象的多样性以及旅游现象各种变量的存在，即使我们可能给旅游这种现象下一个准确的定义，那也是一项艰巨的工作；同时，随着社会的发展，旅游内涵也在发生着改变，它的概念和规定也具有一定的时间性。因此，认识旅游现象或给旅游这种现象下定义，应该从旅游的本质以及它所表现出的特点入手，并且旅游定义要与其他相关的各种现象进行有效的区分，只有这样才能从本质上把握旅游现象。通过对旅游发展史的研究，我们对旅

^① 参见谢彦君《基础旅游学》，中国旅游出版社，1999年，第43页。

游本质以及特点有了进一步的认识,这里,我们可以将这些本质和特点进行初步的归纳。

首先,旅游是工业化发展的产物,同时也是工业化的反动形式。工业化发展的一个重要现象便是导致了劳动时间与自由时间、工作空间与生活空间的分离,正是这种分离,使旅游活动现象得以产生。另一方面,工业化本身所具有的不可克服的社会问题,如机械化生产形成的劳动的枯燥、自动化流水线生产方式形成的重复性工作、城市化所带来的各种问题,使人们的工作和生活缺乏一定的快乐和幸福,体验生活便成为工业化社会人们追求的一种生活方式。由于旅游是通过变换人们工作和生活地点来满足人们对新事物的体验,符合人们在工业化社会生活与工作的需要,因此,旅游现象才会在工业化社会出现后得以快速的发展。我们应该从这一社会环境变化来认识旅游的定义。

其次,旅游通过人们从工作生活的居住地 toward 旅游目的地的流动这一空间变换方式来实现人们对新事物的体验。旅游是追求新的生活体验或者过程体验,体验不同生活方式、不同生活群体、不同自然环境、不同文化和社会是旅游活动的实质,同时也是旅游者的核心需要。但是同其他生活体验不同,这种生活体验是通过旅游者本身的空间位置的变换来实现的,是通过一种人与异地环境的自然接触来完成的,离开了人们的空间移动,人们的旅游体验是不存在的。因此,我们在认识旅游定义时,空间移动是旅游的一个重要性质。

再次,如果从消费形式来认识,那么旅游活动是一种人们离开居住地或工作地前往旅游目的地的消费方式,其性质与人们其他消费方式基本相同。但旅游这种消费方式又同一般居住地消费有一定的区别,不同于居住地的日常消费,旅游消费是在其工作或生活空间以外地方的消费,旅游者所需的各种消费内容,依赖于旅游目的地企业提供,因此,旅游移动消费水平往往高于旅游者在其居住地的日常消费。

最后,旅游虽然是一种人的流动方式,但是它与一般人口的流动不同,旅游者向旅游目的地的流动是暂时的,不具有在旅游目的地定居或就业的目的,旅游目的地停留的暂时性是我们认识人的流动的旅游属性的关键。当然,用目的地停留的暂时性也不能准确地说明旅游

的真实属性，由于许多目的地具有双重性的特征，既有旅游目的地的性质，又有商业城市的性质，对于这些城市，可以产生人们移动的旅游现象，也可产生人们移动的商业现象，因此，在研究旅游现象时，不能将人的所有空间移动现象都纳入旅游概念中去认识。虽然在统计或经济意义上还无法将这两种现象严格区别，但从理论上讲这两者却有着根本的不同。

根据旅游活动的四个特点，可以将旅游定义为：旅游是在工业化环境下，非定居者出于消遣、休闲的目的，前往旅游目的地的旅行以及停留。

旅游的性质

在旅游学术界，旅游活动的性质一直是学者们争论的焦点。这些争论主要表现在旅游的文化属性、经济属性和社会属性三个方面。旅游是一种文化活动，这种认识往往是从从事文化化学研究的学者们持有的一种观点。冯乃康（1995）认为：旅游的基本出发点、整个过程和最终效应都是以获取精神享受为指向的，旅游不是一种经济活动，而是一种精神活动，这种精神活动是通过美感享受而获得的，因此，旅游又是一种审美活动，一种综合性的审美活动。从旅游者的角度来认识旅游的性质，是文化论者通常使用的一种研究方法。按这种说法来解释旅游现象，旅游是旅游者的活动，是一种个人的活动，它与社会发展是没有直接关系的。谢彦君（1999）认为：从旅游发生和运行过程来看，由于审美和自娱是旅游的内核，因此，旅游就表现为一种个人的行为，并且是在个人的意愿、志趣支配下受个人支付能力及其他能力的影响而发生的行为，不管是散客形式还是组团形式的旅游，均是如此。

诚然，作为旅游活动的主体——旅游者出外旅游是为了追求文化的需要，也不能否认旅游者在旅游过程中对审美的要求，从这个意义上说，文化论者对旅游性质的定义不是没有道理的。然而，我们在研究旅游的性质时，应该注意以下两个问题：第一，旅游的起源。旅游作为一种社会现象起源于工业化社会，它是在人们的工作时间与自由

时间分离后出现的一种现象,这种现象必然是与社会和经济的发展相联系的,可以说,是工业化社会推动形成的。我们在研究旅游现象的本质时,应该将它置于社会发展大背景下来认识,而不能将其置于文化现象的范围来研究,更不能仅仅将这种现象简单地归结为一种审美活动。如果旅游活动是一种审美活动,那么为什么这种现象不是产生于人类社会最初阶段,而是在工业社会出现呢?社会现象的起源可以在一定程度上反映现象的本质,旅游现象起源于工业革命,也必然决定这种现象与工业化社会之间的内在关系。如果我们将旅游仅仅看作一种个人的活动,那么是难以全面理解旅游的本质的;第二,旅游活动是否只是旅游者的活动。我们都知道,旅游活动无论如何不仅是旅游者的消费活动,也是旅游业满足旅游者消费的经营活动。旅游活动的发展变化也不仅是旅游者消费活动的演变,同时,也是旅游业经营活动的演变。我们从旅游发展的历史分析中可以清楚地看出,大众化旅游的形成以及旅游的国际化活动的产生,在一定程度上是各国旅游业和相关产业推动所形成的,可以说,在商品经济条件下,旅游活动的结构与状态是旅游者、旅游业和旅游客体三者共同运动的结果。面对这种社会现实,如果我们仅仅将旅游视为一种文化活动或者是旅游者的审美活动,便忽视了旅游活动其他力量的存在。

旅游活动是工业化社会发展的结果,是一种反工业化的形式,是旅游者的休闲活动与旅游业的供给活动相结合的产物。这种活动是一种综合现象,既是一种文化现象,也是一种经济现象,同时还是一种社会现象。李天元(2001)指出,旅游活动是在具体的社会环境中发生和进行的。由于旅游者在旅游过程中要同这一环境进行多方面的接触,而环境中的各种现象都程度不同地表现在旅游者的活动中,因而旅游活动也便成了社会环境中多种现象的综合体现。虽然人们的活动目的不尽相同,活动的形式和内容多种多样,但这些活动都有一个共同点,都属于一种闲暇消费活动,都是使人们从日常生活中解脱出来的一种手段,都属于一种暂时或短期的特殊生活方式。

从旅游活动的主体——旅游者的角度来说,人们之所以会产生旅游行为,是为了追求一种生活经历。人们在工业社会中追求一种不同

于居住地的生活经历，它既是旅游活动的表现形式，同时也说明了旅游活动的本质特征。罗伯特（1989）认为，旅游主要是对补偿需要的满足，旅游之所以成为一种补偿性需要，是因为在快速发展的工业化和城市化的环境中，越来越多的处于不同社会阶层的人产生了一种交往需要的空缺，于是很多人希望通过旅游的形式来填补这个空白。人们之所以出外旅游，是要通过旅游这种形式，来改变其不同的生活环境，去体验不同于自己居住地的社会生活环境，寻求一种新的生活经历和体验。因此，旅游的本质特征是，在工业化和城市化的条件下，人们为了补偿性需要所追求的一种不同于其生活环境的经历和体验。

这是通过各种为之服务的相关机构实现的。在商品经济条件下，所有这些都借助于交换的形式来完成。因此，旅游活动也必然包括为旅游者的旅游实现所提供的各种服务活动。旅游是一种现实的活动，它与旅游需要是两个不同的概念。旅游需要是一种旅游需求实现的可能性，只是人们出于心理或生理上的一种欲望，人们的旅游活动正是人们的需要与需要满足相结合的结果。我们可以设想，一个想到美国去体验一种不同于他在中国的生活经历的人，如果没有一定的交通工具作为保证，他是难以实现这种行为的。我们也不可能将他这种不能实现的行为视为旅游。旅游是假定各种实现旅游行为的相关供给条件同时满足时的现象。因此，我们不能认为旅游活动仅仅是旅游者的行为，那些实现旅游者旅游行为的各种供给都应纳入旅游活动的范围去认识、去研究，旅游活动的性质也不仅仅只是从旅游者的角度来认识，应该从旅游活动的整体来把握。

旅游经济的性质与特点

旅游是一个综合的现象，它既是一种社会文化现象，也是一种经济现象，旅游的经济现象便构成了旅游经济问题。所以说，旅游经济学是围绕着旅游经济这一定义或围绕这种现象来展开研究的。然而在研究中，每个学者都会体验到，我们对旅游经济概念的认识存在多么大的差异，以至于在探讨同一概念时会出现我们都无法说清楚的分歧。

尽管旅游研究者在旅游性质的理解上存在着诸多不同，但是在一

个问题上的认识却是一致的，那就是旅游活动是旅游者的消费活动与旅游产业的经营活动的综合。因此，旅游经济既有旅游者的旅游消费活动的经济问题，也有旅游产业经营活动的经济问题。从旅游者的消费活动来说，存在着大量的经济现象，一个人在采取旅游行动时，要对旅游消费预期与其他活动的消费预期的经济收益进行比较，以决定是进行旅游消费还是进行其他消费；旅游者即使决定了旅游消费形式，也还要对具体旅游目的地进行多方面的选择，如旅游花费、旅行距离、旅游等级以及旅游时间的考虑与比较，经过多种消费比较，来实现其旅游消费的最大效用，这些都是旅游者旅游消费经济现象的具体表现。从这个意义出发，旅游消费现象不仅是一种文化现象，同时也是一种经济现象。

如同我们对旅游活动性质认识上有分歧一样，在对旅游业的认识上也是存在分歧的。有些人认为，如果旅游活动属于一种文化活动，那么，作为满足旅游者需要的活动也应属于一种文化活动，因而，旅游业的根本性质应该体现在其文化性上。于光远教授对旅游业的性质曾经提出了这样的说法，旅游是一个文化性较强的经济行业，同时也是经济性较强的文化事业。对旅游活动的定性是一种旅游者的消费活动与旅游产业经营活动的综合，以此可以对旅游产业的性质做出判断。旅游活动的主体是旅游者，从旅游者的角度出发，出外旅游的主要目的在于对一种生活经历的追求与体验，因此它具有文化消费的性质；然而作为实现旅游者旅游行为的另一面，旅游服务提供者的经营主体——旅游企业或者利益集团，是通过实现旅游者旅游行为的同时来满足其利益的需要，这种利益上的需要则主要表现为经济性质。旅游企业应在满足旅游者需要的同时实现其利润的最大化，这种利润最大化的追求决定了旅游企业和利益集团的基本性质，这就是经济发展性。

从旅游经济的实际运行来看，旅游经济的运行是旅游者的旅游需求和旅游经营者的旅游供给的结合。具体表现为由旅游者的空间移动现象而引起的旅游客源地、旅游目的地和旅游联结体三者运动表现出的需求与供给之间的联系。在现实经济生活中，旅游需求与供给之间的关系表现为旅游者支付一定量的货币向旅游经营者购买旅游服务，