



高等学校旅游管理专业应用型本科系列教材

教育部高等学校旅游管理类学科专业教学指导委员会推荐教材

江苏省重点教材

旅游经济学 (第二版)

姚允柱 李炳义 主编

Traveling



高等教育出版社

F590
464



高等学校旅游管理专业应用型本科系列教材

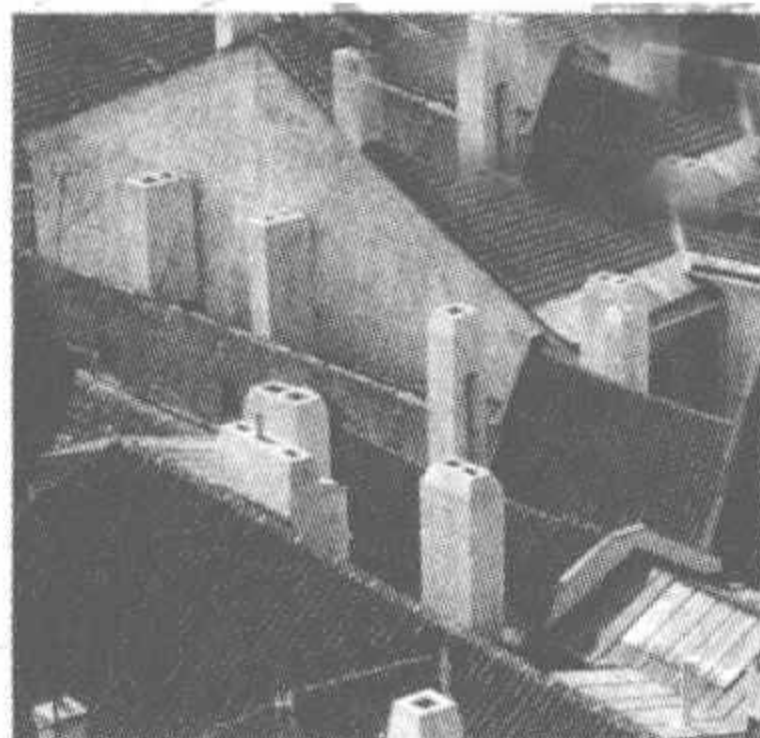
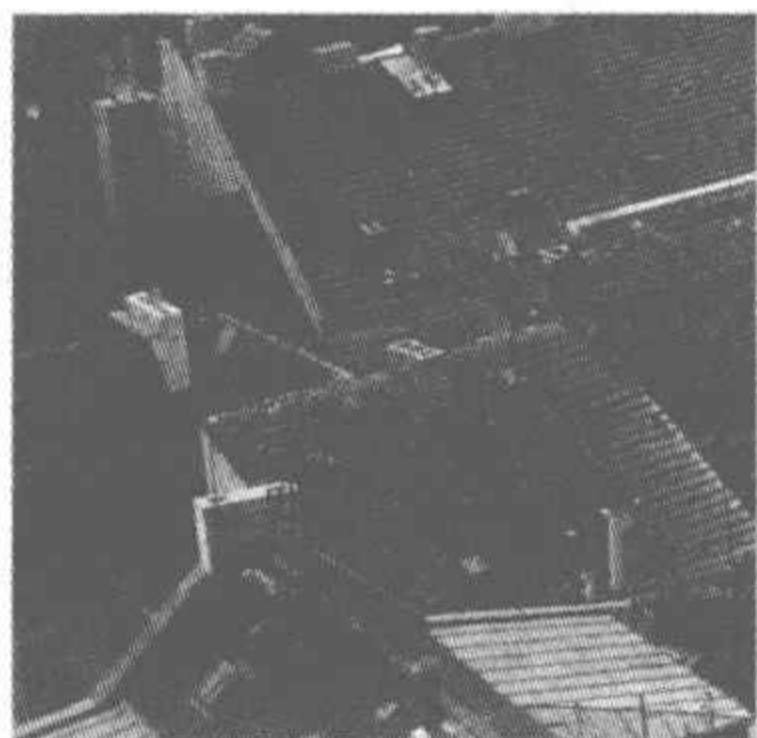
教育部高等学校旅游管理类学科专业教学指导委员会推荐教材

江苏省重点教材 (编号2014-1-059)

旅游经济学 (第二版)

LUYOU JINGJIXUE

姚允柱 李炳义 主编



高等教育出版社·北京

内容简介

本书应用现代市场经济学和西方经济学的理论和方法,在充分吸收和借鉴旅游学研究最新成果的基础上,全面系统地分析了旅游经济运行的各个方面和环节。全书共分八章,包括导论、旅游需求与旅游消费、旅游供给与旅游开发、旅游市场机制、旅游企业与旅游产业、旅游发展中的政府、旅游经济效益与经济影响、旅游经济发展模式与发展战略。各章均包含学习目标、引导案例、本章小结、关键概念、复习思考、实践环节、案例讨论等栏目。理论知识的介绍以简明易懂、深入浅出为原则,体现了“夯实基础、强化实训”的指导思想。本书还附有电子课件,含电子教案、案例点评分析等,并在主教材基础上逐步建设数字课程,作为教材的补充与延伸。

本书可作为高等学校本科旅游管理专业的教材,亦可供旅游从业人员培训使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学 / 姚允柱, 李炳义主编. -- 2版. -- 北京: 高等教育出版社, 2016.7

ISBN 978-7-04-045489-5

I. ①旅… II. ①姚… ②李… III. ①旅游经济学-高等学校-教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 102067 号

| | | | | | | | |
|------|----|------|----|------|----|------|-----|
| 策划编辑 | 张欣 | 责任编辑 | 牛杰 | 封面设计 | 张楠 | 版式设计 | 范晓红 |
| 插图绘制 | 邓超 | 责任校对 | 殷然 | 责任印制 | 尤静 | | |

| | | | |
|------|------------------|------|---|
| 出版发行 | 高等教育出版社 | 网 址 | http://www.hep.edu.cn |
| 社 址 | 北京市西城区德外大街 4 号 | | http://www.hep.com.cn |
| 邮政编码 | 100120 | 网上订购 | http://www.hepmall.com.cn |
| 印 刷 | 北京明月印务有限责任公司 | | http://www.hepmall.com |
| 开 本 | 787mm×960mm 1/16 | | http://www.hepmall.cn |
| 印 张 | 18.5 | 版 次 | 2011 年 1 月第 1 版 |
| 字 数 | 330 千字 | | 2016 年 7 月第 2 版 |
| 购书热线 | 010-58581118 | 印 次 | 2016 年 7 月第 1 次印刷 |
| 咨询电话 | 400-810-0598 | 定 价 | 36.00 元 |

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物料号 45489-00

第二版前言

《旅游经济学》第一版自2011年年初出版发行以来已有几年时间了。在此期间，中国社会经济发展迅速，改革开放不断深化和完善，中国共产党第十八次全国代表大会和十八届三中全会明确提出建设社会主义市场经济、社会主义民主政治、社会主义先进文化、社会主义和谐社会、社会主义生态文明五位一体总体布局，提出“完善和发展中国特色社会主义制度，推进国家治理体系和治理能力现代化”，“使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用”。在这样的背景下，为努力把旅游业培育成国民经济的战略性新兴产业和人民群众更加满意的现代服务业，国家相继发布了一系列法规和文件，出台了一系列的政策和措施：2013年2月国务院办公厅发布通知，印发《国民旅游休闲纲要（2013—2020年）》，以下简称《纲要》。《纲要》以满足人民群众日益增长旅游休闲需求为出发点和落脚点，坚持以人为本、服务民生、安全第一、绿色消费，重点在提倡绿色旅游休闲理念、保障国民旅游休闲时间、鼓励国民旅游休闲消费、丰富国民旅游休闲产品、提升国民旅游休闲品质五个方面提出了明确意见。2013年4月25日，第十二届全国人民代表大会常务委员会第二次会议审议通过中国首部旅游法《中华人民共和国旅游法》，以下简称《旅游法》，该法自2013年10月1日起施行。新出台的《旅游法》用综合立法的形式，对旅游者、旅游规划和促进、旅游经营、旅游服务合同、旅游安全监管等内容做了规定，界定了各级政府及其旅游行政主管部门和相关部门在促进旅游业发展中的职责。《旅游法》的颁布不仅对保障旅游者合法权益、治理旅游市场乱象、保护和合理利用旅游资源等方面产生直接影响，也必将对行业产生总体向好的深远影响。2014年8月国务院印发《关于促进旅游业改革发展的若干意见》（国发〔2014〕31号），部署进一步促进旅游业改革发展。2015年8月国务院审议通过的《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》（国办〔2015〕62号），提出了6个方面、26条具体政策措施，以充分挖掘旅游投资和旅游消费增长潜力。总体上看，旅游业发展的环境发生了很大的变化，《旅游经济学》教材需要及时反映这些变化，研究新情况，回答新问题。

《旅游经济学》第一版出版发行以来，多次印刷，受到了社会的广泛欢迎。根据《江苏省教育厅关于启动“十二五”高等学校重点教材立项建设工作的通知》（苏教高〔2013〕15号）精神，经江苏省教育厅组织专家评审，本教材被评定为2014年江苏省立项建设的重点教材。在建设过程中，笔者注

意听取广大师生的意见反馈，发现了其中存在的不足，并积累了新的经验。本次修订由江苏科技大学姚允柱和李炳义担任主编，王国金等参加修订。教材修订人员在相关专业领域具有丰富的教学经验、较强的研究能力和丰富的实践阅历，确保了教材建设的水平和质量。

江苏是开放大省、旅游大省，拥有坚实的旅游产业基础和品牌影响力。江苏历来十分重视旅游业的发展，把旅游业摆在“两个率先”（率先全面建成小康社会，率先基本实现社会主义）大局中谋划和推进，正加快由旅游大省向旅游强省的跨越，努力把江苏建成国内一流、世界知名的旅游目的地。本教材在修订时也努力反映江苏旅游业发展的新经验，体现江苏风格，打造江苏品牌。

编者

2016年4月

第一版前言

在现代经济生活中，旅游业已经成为全球最大的经济产业。从1978年我国实行改革开放政策以来，短短30多年，我国已从一个世界排名第41位的旅游小国发展成为一个世界旅游大国，并逐渐向世界旅游强国迈进。《国务院关于加快发展旅游业的意见》（国发〔2009〕41号）将我国旅游业定位为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。旅游业的快速发展必然要求从整体上提高旅游行业从业人员的素质。经过数十年的探索和努力，我国旅游高等教育教材建设已初具体系。然而，随着旅游业的发展，某些旅游教材滞后于产业发展，其中理论过时、资料陈旧的问题显露了出来。有鉴于此，需要对我国旅游经济的运行和发展不断地进行跟踪和总结，按照“分类指导、鼓励特色、重在改革”的课程建设原则将其反映到教材建设上来。

旅游经济学是研究由旅游者在客源地（国）与目的地（国）之间的商品化、社会化的移动而引发的经济现象、经济关系、经济运行和经济影响的专门学科。其本质是站在经济学的角度，运用经济学的原理、工具，分析旅游活动中的经济现象以及其中的经济联系、经济规律，用理论指导旅游行业以提高经济效益。旅游经济学是一门既古老又年轻的学科。说它古老，是因为从1899年历史上最早对旅游经济活动进行分析的文章出现算起，旅游经济学的研究已经有一百多年的历史；说它年轻，是因为尽管相关的论文、专著和教材数量众多，但旅游经济学在学科体系、内容和方法上仍然存在很多不成熟的地方。因此，旅游经济学教材的编写，既要全面总结前人成果，又要有所创新、体现特色，无疑是具有相当的挑战性的。

本书应用现代市场经济学和西方经济学的理论与方法，在充分吸收和借鉴旅游学研究最新成果的基础上，较为全面系统地阐述了旅游经济学的基本理论和方法，充分体现了旅游经济学作为综合性学科的特色，内容体系新颖，框架结构清晰。全书共分八章，主要内容有导论、旅游需求与旅游消费、旅游供给与旅游开发、旅游市场机制、旅游企业与旅游产业、政府在旅游经济中的作用、旅游经济效益与经济影响、旅游经济发展。从逻辑关系来看，本书突出了以旅游经济活动的时空变动为基础，以旅游供求矛盾的调节（市场调节和政府调控）为主线，以旅游经济活动主要利益相关者的利益均衡和旅游经济的可持续发展为目标的分析思路，系统分析了旅游经济活动运行的各个主要方面和环节，包括政府政策层面、旅游企业的运营层面和旅游者的消费层面，揭示

了旅游经济活动过程中各种经济现象以及经济关系的本质，既有定性和宏观的理论研究，又有定量和微观的实证分析，对旅游经济的发展做了系统的、理论的概括和总结。

本书注意克服目前各高校所使用的教材存在的实用性和实践性不强、针对性不够等问题，重视教学内容和教学方法的创新，对教材体例进行了重大改变，形成了具有鲜明特色的教学体系。各章均包含学习目标、引导案例、本章小结、本章的关键概念、实践环节、复习思考题、案例讨论题等栏目，在每章的开头提炼了教学目的和教学知识点，在每章的结尾列出了核心内容和相应的训练测试题，使各章首尾呼应，教学的重点和难点突出。教材中的理论知识的介绍以简明易懂、深入浅出为原则，还精心选编了适量的经典案例和阅读资料，体现了“夯实基础、强化实训”的指导思想，具有较强的理论性、科学性、系统性和应用性，有利于学生在学习中培养经济思维、拓展知识领域，也有利于学生在将来的工作实践和管理实际中独立地发现问题、分析问题、解决问题。为方便广大师生教学和自学，本书还附有电子课件，含电子教案、案例点评分析等，作为对教材的补充与延伸，体现出了立体化教材的特点。总之，本教材切合教育改革潮流，深刻理解和把握应用型本科教育的特征，力求做到“教师易教、学生乐学、训练实用”，可作为应用型本科旅游管理专业的教材，亦可供旅游从业人员培训使用，对旅游教育、科研和管理部门的广大读者而言也是一本增长知识的参考书。

本书由江苏科技大学李炳义任主编，金陵饭店集团培训部经理陆勤任副主编。李炳义提出了编写大纲，编写第一、六、七、八章，改写了部分章节并负责统稿；扬州大学旅游烹饪学院宋雷编写第二、三章；浙江工业大学之江学院王真慧编写第四章，张佳编写第五章；江苏科技大学苏志平、郭金海负责电子课件的制作。陆勤负责了部分章节的审稿，并从行业角度提出了修改建议。在本书写作过程中，编者参考了大量已出版的相关教材，借鉴了部分专著、论文和报刊资料，得到了南京师范大学旅游研究所陶卓民教授的指导和帮助，在此一并表示衷心的感谢。

由于编写时间较紧，编者教学和科研任务繁重、学识和能力有限，书中错误和疏漏之处在所难免，敬请广大读者提出宝贵意见，以便编者进一步修订完善。

编者

2010年6月

目 录

| | |
|----------------------------------|-----------|
| 第一章 导论 | 1 |
| 第一节 旅游经济活动 | 2 |
| 一、旅游活动与旅游经济活动的含义 | 2 |
| 二、旅游经济的发展历程 | 6 |
| 三、旅游经济活动的性质和特点 | 15 |
| 第二节 旅游经济学的研究体系和学科特点 | 19 |
| 一、国内外对旅游经济的研究 | 19 |
| 二、旅游经济学的研究体系 | 22 |
| 三、旅游经济学的学科特点 | 26 |
| 第二章 旅游需求与旅游消费 | 32 |
| 第一节 旅游需求概述 | 33 |
| 一、旅游需求的概念和特点 | 33 |
| 二、旅游需求的产生条件 | 36 |
| 三、旅游需求的影响因素 | 40 |
| 第二节 旅游需求规律与弹性 | 45 |
| 一、旅游需求的衡量指标 | 45 |
| 二、旅游需求规律 | 47 |
| 三、旅游需求弹性 | 51 |
| 第三节 旅游消费 | 56 |
| 一、旅游消费的概念和特点 | 56 |
| 二、旅游消费的作用 | 60 |
| 三、旅游消费结构 | 61 |
| 第三章 旅游供给与旅游开发 | 71 |
| 第一节 旅游供给概述 | 72 |
| 一、旅游供给的概念和特点 | 72 |
| 二、旅游供给的构成 | 75 |
| 三、旅游供给的影响因素 | 78 |
| 第二节 旅游供给规律与弹性 | 80 |
| 一、旅游供给规律 | 80 |
| 二、旅游供给价格弹性 | 82 |

| | | |
|-----|---------------------|-----|
| 第三节 | 旅游产品开发 | 83 |
| 一、 | 旅游产品的概念 | 83 |
| 二、 | 旅游产品的构成 | 84 |
| 三、 | 旅游产品开发的内容 | 94 |
| 四、 | 旅游产品开发的原则 | 96 |
| 五、 | 旅游产品开发的策略 | 99 |
| 第四章 | 旅游市场机制 | 105 |
| 第一节 | 旅游市场机制概述 | 106 |
| 一、 | 市场体系与旅游市场机制 | 106 |
| 二、 | 旅游市场机制的表现形式 | 109 |
| 三、 | 旅游市场机制的功能 | 111 |
| 四、 | 旅游市场机制的特征 | 113 |
| 第二节 | 旅游市场供求均衡 | 114 |
| 一、 | 旅游供给与需求的矛盾 | 114 |
| 二、 | 旅游供给与需求的均衡分析 | 116 |
| 三、 | 旅游供求规律 | 118 |
| 第三节 | 旅游价格 | 119 |
| 一、 | 旅游价格的构成 | 119 |
| 二、 | 旅游价格的分类 | 120 |
| 三、 | 旅游价格的定价机制 | 121 |
| 四、 | 旅游价格的实现 | 124 |
| 五、 | 旅游价格的监督管理 | 126 |
| 第四节 | 旅游市场竞争 | 129 |
| 一、 | 旅游市场竞争的概念与必然性 | 129 |
| 二、 | 旅游市场竞争的类型 | 130 |
| 三、 | 旅游市场竞争的目标 | 131 |
| 四、 | 旅游市场的过度竞争 | 133 |
| 第五章 | 旅游企业与旅游产业 | 139 |
| 第一节 | 旅游企业组织 | 140 |
| 一、 | 企业的形成 | 140 |
| 二、 | 企业的类型 | 143 |
| 三、 | 现代企业制度 | 145 |
| 四、 | 旅游企业组织治理 | 148 |
| 第二节 | 旅游产业的形成 | 151 |

| | |
|------------------------------|------------|
| 一、产业的概念与分类 | 151 |
| 二、旅游产业的含义与特点 | 154 |
| 三、旅游产业的构成 | 159 |
| 四、旅游产业形成的标志 | 161 |
| 第三节 旅游产业结构 | 162 |
| 一、产业结构的含义 | 162 |
| 二、旅游产业结构概述 | 163 |
| 三、旅游产业结构的优化 | 169 |
| 第六章 旅游发展中的政府 | 178 |
| 第一节 市场失灵与政府干预 | 179 |
| 一、旅游市场失灵 | 179 |
| 二、旅游发展中的政府干预 | 184 |
| 第二节 旅游行业管理 | 189 |
| 一、旅游行业管理概述 | 190 |
| 二、旅游行业管理的手段 | 192 |
| 三、旅游行业管理的内容 | 193 |
| 四、提高旅游行业管理能力 | 198 |
| 第三节 旅游产业政策 | 200 |
| 一、旅游产业政策的概念与特点 | 200 |
| 二、旅游产业政策的内容 | 202 |
| 三、制定旅游产业政策的必要性及原则 | 206 |
| 四、中国旅游产业政策的形成过程 | 208 |
| 第七章 旅游经济效益与经济影响 | 216 |
| 第一节 旅游经济效益 | 217 |
| 一、旅游经济效益概述 | 217 |
| 二、旅游微观经济效益 | 220 |
| 三、旅游宏观经济效益 | 228 |
| 第二节 旅游经济影响 | 234 |
| 一、对旅游客源地的经济影响 | 234 |
| 二、对旅游目的地的经济影响 | 235 |
| 第三节 旅游经济影响的衡量 | 240 |
| 一、旅游乘数 | 240 |
| 二、旅游卫星账户 | 245 |

| | |
|--------------------------------|------------|
| 第八章 旅游经济发展模式与发展战略 | 258 |
| 第一节 旅游经济发展模式 | 259 |
| 一、旅游经济发展模式概述 | 259 |
| 二、国际旅游经济发展模式比较 | 264 |
| 三、中国旅游经济发展模式 | 268 |
| 第二节 旅游经济发展战略 | 271 |
| 一、旅游经济发展战略概述 | 271 |
| 二、中国旅游经济发展战略 | 273 |
| 参考文献 | 283 |

第一章 导 论

学习目标

- 了解旅游经济活动的产生和发展历程；
- 了解“哑铃经济”模型以及基于该模型展开的旅游经济学内容体系；
- 理解旅游活动与旅游经济之间的关系；
- 掌握旅游经济学的研究对象。

引导案例

对旅游经济学研究对象的不同认识

20世纪80年代以来,我国对旅游经济学的研究著述颇丰,对旅游经济问题进行了许多探索,但学术界对旅游经济学研究对象的问题存在分歧。比较有代表性的观点有:旅游经济学的研究对象是旅游经济活动及其发展规律;^①旅游经济学就是要研究旅游活动商品化过程中各种错综复杂的经济现象和经济关系,即旅游者的最大化利益、旅游供给者的最大化利益和国家的最大化利益这三者的经济关系和矛盾;^②旅游经济学是研究旅游劳务生产和流通的经济现象及其运动规律的科学,换句话说,旅游经济学的研究对象是旅游劳务领域的生产流通以及分配和消费的经济规律;^③旅游经济学的研究对象是旅游经济活动中旅游产品的需求和供给矛盾……旅游经济学主要研究旅游经济活动的运行及其运行过程中所产生的经济现象、经济关系与经济规律;^④旅游经济学的研究对象就是由旅游者的空间移动而引起的旅游客源地、旅游目的地和旅游联结体三者的运动而表现出的经济现象、经济关系以及经济规律;^⑤旅游经济学是研究旅游者在客源国与目的地之间的商品化、社会化的移动而引发的经济现象、

① 王立刚,刘世杰.中国旅游经济学.长春:吉林人民出版社,1982.

② 黄辉实.旅游经济学.上海:同济大学出版社,1990.

③ 张辉.旅游经济学.西安:陕西旅游出版社,1991.

④ 林南枝等.旅游经济学.天津:南开大学出版社,2000.

⑤ 张辉.旅游经济论.北京:旅游教育出版社,2002.

经济关系、经济运行和经济影响的专门学科。^①

一门学科是否能够成立，首先取决于是否有明确的研究对象。那么，旅游经济学的研究对象到底是什么呢？

旅游经济学的研究是围绕旅游经济活动而展开的。本章首先介绍旅游经济活动的产生与发展，把握旅游经济的特殊性，进而阐明旅游经济学的研究对象和研究内容，明确旅游经济学与其他相关学科的区别与联系，以全面掌握这门学科，指导旅游工作实践。

第一节 旅游经济活动

一、旅游活动与旅游经济活动的含义

（一）旅游活动的含义

“旅游”一词来源于拉丁文的“tornare”以及希腊文的“tornos”，其基本含义是“围绕一个中心点或轴的运动”，意即一种往返的行程。虽然“travel”即“旅行”一词早在欧洲中世纪时代已经出现，但“tourism”一词直到19世纪初才伴随着英国工业革命出现在《牛津字典》中。在我国的语言史中，“旅”和“游”二字在山东昌乐骨刻文中已有发现。而“旅游”作为一个固定的专用词出现较晚，最早出现在南朝诗人沈约的《悲哉行》一诗中：“旅游媚年春，年春媚游人。”

旅游活动在我国具有悠久的历史，先秦古书中就有关于华夏先民在远古时代进行旅游活动的传说，《诗经》、《山海经》和《史记》等古书中都有关于旅游活动的记载。美国著名学者罗伯特·麦金托什和查尔斯·戈德纳在《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中还描述了中国古代名人周穆王和张骞的旅游经历。

^① 厉新建，张辉. 旅游经济学——理论与发展. 大连：东北财经大学出版社，2002.



小资料

我国最早的游记著作

我国最早的游记究竟是哪一篇？关于这一问题，尽管有几种不同的答案，但真正研究起来，则会毫不犹豫地说是《周王游行记》。

据《纪年》等载，周穆王巡游天下，几乎贯穿了他的全部统治时期。《周王游行记》记述的主体——西行，大约始于穆王十三年（公元前964年），约用了两个年头。《周王游行记》对此的记载，自然远比其他古籍详细，其中有日期，行进方向，里距，所经所至地名，地貌景物，各地物产，民众、族落情况的介绍，还包括穆王在内的人的言语和行为描写。研究者们普遍认为，穆王西行的某些线路，跟后世所称的“丝绸之路”的走向是大体一致的。

依多数专家的看法，这一游记当是穆王巡行时的实录，它的存在迄今已近3000年了。由此可见，《周王游行记》作为现知的我国最古老的游记是毫无疑问的。

（资料来源：中国旅游报，1985-3-5.）

在古代，旅和游是有本质区别的。旅行是指人们离开常住地而寄寓他乡的行为，是一种为了生存或某种特定目的而四处奔走的活动；游览则是以休闲为主、追求精神享乐、调节生活情趣的活动。随着社会经济的发展和人民生活水平的不断提高，人们已将旅行和游览有机地结合在一起，形成了以游览为目的，以旅行为手段的旅游活动。现代旅游活动是人们暂时离开居住地到异地他乡进行参观游览等活动的总称。

长期以来，一些国际组织和研究者给旅游下过多种定义，其中有经济学界的旅游定义、文化论者的旅游定义、管理机构的旅游定义，也有管理学、地理学和市场学等方面的认识和解释。这些定义基本上可以划分为两类：一类是从理论出发所下的抽象定义，另一类是人们出于统计工作的需要对旅游做出的比较具体的定义。1994年，世界旅游组织和联合国统计署将旅游定义为：“旅游是指人们出于休闲、商务和其他目的，离开自己的常居环境连续进行不超过一年的旅行和逗留活动。”据《福布斯》介绍，中国国内旅游人数及旅游收入快速增长。按出游目的划分，探亲访友占39%，观光游览占32%，商务出差占13%，度假休闲娱乐占11%，健康疗养占3%，而人均旅游花费从高到低则依次为商务出差、观光游览、度假休闲娱乐。

虽然现代旅游活动的外延有了充分的扩展，旅游活动的内容和形式有了很

大的变化，但是旅游的内涵并未改变，旅游的本质属性自始至终贯穿于人类的旅游活动中，表现在以下方面：旅游是满足人们特殊需求的一种高层次消费方式；旅游是人类实现社会交往的一种方式；旅游是一种社会文化行为。旅游活动作为人类的一种社会行为，由旅游主体、旅游对象和旅游媒介三大要素构成。旅游主体包括旅游者和客源地两个因素；旅游对象包括旅游目的地和旅游产品两个因素；旅游媒介包括旅游过程和旅游企业两个因素。在旅游活动中包含着以下三重关系：一是人与自然的关系；二是人与社会的关系；三是人与人的关系。



小资料

世界旅游日和中国旅游日

世界旅游日是由世界旅游组织确定的旅游工作者和旅游者的节日。1970年9月27日，国际官方旅游联盟（世界旅游组织的前身）在墨西哥城举行特别代表大会，通过了该组织的章程。1979年9月，世界旅游组织第三次代表大会正式将9月27日定为世界旅游日。此后，世界旅游组织每年为世界旅游日确定一个主题，各国根据设定的主题并结合本国的文化开展一系列庆祝活动。



诞生历程：

- 2009年12月1日 国务院下发了《关于加快发展旅游业的意见》，提出了要设立“中国旅游日”的要求。
 - 2009年12月4日 国家旅游局正式启动了设立“中国旅游日”的相关工作。
 - 2011年3月30日 国务院常务会议通过决议，自2011年起，每年5月19日为“中国旅游日”。
 - 定于5月19日跟徐霞客有关
- 将5月19日《徐霞客游记》的开篇日确定为“中国旅游日”，在文化内

涵上与旅游联系密切。徐霞客是我国明代伟大的旅行家、地理学家、史学家、文学家,《徐霞客游记》既是系统考察祖国地貌地质的地理名著,又是描绘华夏风景资源的旅游巨篇,在国内外具有深远影响。

● 标志创意来源甲骨文

口号: 2011—2014年:“爱旅游、爱生活”

2015年:“新常态、新旅游”

标志:主体创意造型来源于甲骨文的“旅”字及传统的印鉴艺术,突显了中国传统文化与现代旅游发展“根”与“植”的关系,变形的甲骨文“旅”字暗含了“5.19”这组数字,进一步强调了“中国旅游日”的日期。蓝色代表天空,绿色代表自然,象征着中国旅游蓬勃发展的朝气和生命力,以及中国旅游所倡导的绿色、环保、和谐、文明发展的主旨和理念。

(资料来源:国家旅游局网站,制图:国家旅游局信息中心 彭艳娇)

(二) 旅游经济活动的含义

人类历史上最早旅游活动出现在原始社会末期,即第三次社会大分工之后。在此后相当长的一段时间里,限于当时的社会经济发展水平,参加此类活动的人只能是社会的特权阶层和达官贵人,如帝王将相、贵族僧侣和文人墨客的巡游、漫游、宗教旅行等,当然也包括一些贵族子弟以教育为目的的学习旅行、社会上层人士以保健为目的的温泉旅行和以考察为目的的观光或探险旅行活动。这些活动只是社会上极少数人的个别行为,他们的活动往往是采用非经济手段进行的,对社会经济没有起到太大的作用。也就是说,由于古代社会生产力不发达,社会经济的发展水平还不能促使旅游活动商品化,因而旅游活动最终没有成为一种商品化的社会活动,而仅仅是孕育了旅游经济的萌芽。

然而,当旅游活动借助商品交换和社会分工组织方式实现时,旅游经济活动就随之产生了。

旅游经济活动是指采用商品交换形式所形成的旅游者与旅游生产者、旅游行业、政府以及其他利益相关者之间的经济联系和经济关系的总和。它的突出特点是旅游或旅行活动必须具有商品化和社会化特征。商品化特征是指采用商品交换的方式来组织旅游活动。游客在旅游过程中满足衣食住行购物的需要都必须以支付一定量的货币为前提,游客和服务之间是平等的商品交换关系。社会化特征是指不仅出现了专门为旅游者提供产品和服务的旅游生产商,而且出现了与之配套的旅游服务组织和环境。不仅旅游者与专门从事旅游服务活动的组织或经营机构之间有经济关系,而且各旅游企业之间的经济联系也是密不可分的。正是由于旅游活动中存在着各种交错复杂的经济关系,旅游活动才成为

旅游经济活动。

总之，旅游经济活动是旅游活动这一社会现象在经济领域中的表现，是在旅游活动商品化的基础上所形成的多种经济现象和经济关系的综合。

二、旅游经济的发展历程

（一）世界旅游经济发展历程

旅游经济的形成是旅游活动向商品化发展的结果。18世纪末期，发轫于英国的工业革命，使人类社会的生活方式发生了剧烈的变化，也为现代旅游经济的发展创造了条件。按一般的观点，可以将自英国工业革命开始至今这200多年的旅游经济发展划分为三个阶段，即发育阶段、成长阶段和高速发展阶段。

1. 旅游经济发育阶段

从1760年英国工业革命开始到1840年为止，是旅游发展的早期阶段，也是旅游经济发育阶段，这一阶段经历了近80年。

旅游活动发展成为旅游经济活动，并成为整个社会经济活动中的一个重要组成部分不是偶然的，它是近代商品生产和商品交换长期发展的结果。18世纪60年代以前，由于社会经济技术发展水平的限制，旅游活动不仅被限制在一个比较小的地域范围和社会范围内，而且这种旅游活动的满足程度较低，外出活动的旅行者一般都伴随有政治、宗教等目的，更重要的是外出活动的旅行者与其所到之处的关系主要的体现方式还不是商品交换关系。18世纪英国的工业革命促进了资本主义商品生产和交换的迅速发展，既为旅游经济活动的产生奠定了坚实的基础，也为旅游经济活动的开展创造了充分的主体和客体条件，体现在以下三点。

第一，从旅游需求方面来看，工业革命的结果造就了大量的旅游需求者。由于工业革命加剧了工作地点与生活地点的分离、工作和休闲的分离，彻底改变了劳动时间与自由时间的关系、生产空间与消费空间的关系，从而为现代意义上的大规模的旅游发育创造了主体和客体条件，同时也促进了旅游活动商品化、社会化的进程。随着工业化的推进和大机器生产的深化，劳动分工日益细化和专业化，人们的工作压力日益增大，一定程度上强化了人们的出游动机。劳动分工使人们有了更多的收入和闲暇时间，因而对旅游活动的需求也与日俱增。伴随着人们可支配收入的增加，旅游活动逐渐成为人们物质文化生活的组成部分，从而为现代旅游经济的形成提供了需求前提和经济条件。

第二，从旅游供给方面来看，作为旅游业主要组成部分的行业的迅速发展为旅游经济活动的产生提供了充分的物质技术条件。