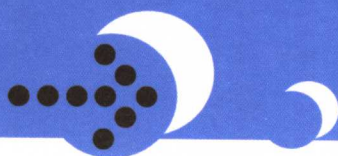


旅游经济学： 模型与方法

李仲广◎编著

TOURISM ECONOMICS:
MODELS AND METHODS

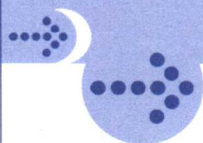
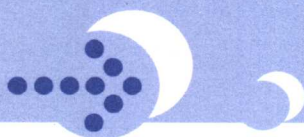


中国旅游出版社

旅游经济学： 模型与方法

TOURISM ECONOMICS:
MODELS AND METHODS

李仲广◎编著



中国旅游出版社

责任编辑: 王建华

封面设计: 缪 惟 鲁 筱

责任印制: 冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济学: 模型与方法 / 李仲广编著. - 北京: 中国旅游出版社, 2006. 6

ISBN 7 - 5032 - 2906 - 3

I. 旅… II. 李… III. 旅游经济学 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 052202 号

书 名: 旅游经济学: 模型与方法

作 者: 李仲广

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话: 010 - 85166507 85166517

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京新魏印刷厂

版 次: 2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张: 19

印 数: 1 - 3000 册

字 数: 275 千

定 价: 30.00 元

I S B N: 7 - 5032 - 2906 - 3/F · 351

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与发行部联系调换

作者简介

李仲广 管理学博士，东北财经大学旅游与酒店管理学院讲师。主要研究领域为旅游经济、闲暇经济。在《改革》、《自然辩证法研究》、《中国工业经济》、《旅游学刊》等杂志发表经济论文10余篇，分别在中国旅游出版社、社会科学文献出版社、中国财政经济出版社、中国商业出版社、旅游教育出版社等出版著作2部，主编或参编书籍6部，参译书籍2部；主持国家社科基金项目和辽宁省社科基金项目各1项，参加国家级、省级课题研究10项；参与政府部门旅游发展总体规划项目3项；曾获东北财经大学科研一等奖。



TOURISM ECONOMICS:
MODELS AND METHODS

内容简介

本书全面介绍旅游经济学的主要理论模型与方法,尤其是21世纪以来重要的和最新的发展,并将它们纳入一个完整、清晰的体系之中。本书以两条主线交织展开,以旅游经济活动的主体为依据,构建“旅游者-景点-旅行商-旅游政策-旅游卫星账户”的旅游经济学框架体系,以高级经济分析方法为标准,构建“理论模型与分析方法”的旅游经济学内容体系。本书对旅游经济学内容和体系进行重新组织和更新,并着力将旅游经济学向高级分析阶段推进。

本书可用作本科生及研究生的教材,以及旅游业相关的研究者及工作人员的参考书。



TOURISM ECONOMICS: MODELS AND METHODS



目 录

导 言	1
一、本书内容体系	1
二、知识准备：经济学分析工具	2
第一章 旅游者决定因素	3
第一节 理论回顾	3
第二节 经济模型	4
第二章 旅游倾向	6
第一节 旅游者偏好显示	6
第二节 旅游倾向分析技术	7
一、旅游偏好分析	7
二、旅游感知度分析	9
第三节 旅游者偏好与目的地选择	11
一、Goodall 模型	11
二、谢彦君模型	12
三、Plog 模型	13
四、Rough 集分析模型	15
第三章 闲暇理论	19
第一节 闲暇的增加	19
第二节 闲暇模型	23

第四章 旅游者均衡	28
第一节 旅游者静态均衡	29
一、模型	29
二、旅游线路结构（游览模型）	32
第二节 旅游者动态均衡	34
一、模型	34
二、工资率变化对旅游的影响	36
第三节 旅游选择的 Lancaster 模型	38
第五章 可达性与距离衰减规律	43
第一节 可达性	43
第二节 距离衰减规律	45
一、距离衰减规律定义与实证	45
二、对距离衰减规律的修正	47
第六章 旅行理论	51
第一节 旅行模型	51
一、普通旅行模型	51
二、AC—AT 模型	52
第二节 旅行方式的选择	52
一、当 A 为离散点组成的曲线时	52
二、当 A 为连续直线时	53
三、实证	54
第七章 旅游需求理论	60
第一节 旅游需求统计分析	60
一、旅游需求的含义	60
二、有关旅游需求的统计分析	60
第二节 旅游需求经验模型	65
一、Walsh 模型	65
二、吴必虎模型	66

三、Edwards 模型	67
四、上述各模型的一致性	67
五、理论推导	69
第三节 旅游需求的波动	71
一、景区销售模型	71
二、拥挤理论: Pigou 堵车模型	74
三、不同收入阶层对出游质量的需求	76
第八章 旅游需求衡量与预测	78
第一节 旅游的衡量	78
一、游客流指标	78
二、支出指标	83
三、旅行生成模型	87
第二节 旅游需求预测定量方法	88
一、探研预测	89
二、推演预测	95
三、标准预测和综合预测	95
四、其他预测方法	95
第三节 旅游需求预测的相关模型	97
一、旅游目的地生命周期模型	97
二、统计学习理论	103
三、人工神经网络模型	105
第九章 生产性旅游	110
第一节 旅游的生产本质	110
一、旅游活动的层次	110
二、纳什的闲暇活动层次论	110
三、旅游的生产本质	111
四、新旅游者的体验与学习	114

第二节 生产性旅游模型	116
一、旅游与劳动者能力素质的提高	116
二、生产性旅游模型	117
第十章 吸引物	122
第一节 牛顿定律及其应用	122
第二节 Crampon 模型	124
一、G. K. Zipf & J. Q. Stewart 模型	124
二、Crampon 模型	125
三、对 Crampon 模型的修正	125
四、Edwards & Dennis 模型	127
第三节 吸引物竞争	128
一、线性模型	128
二、戴利·L. 利夫模型	129
三、Cesario & Knetsch (1976) 综合模型	129
四、吸引圈—张凌云模型	130
五、等游线	131
第四节 实证研究	131
第十一章 景点生产：单一景点	138
第一节 单一景点最优生产模型	138
一、景点最优产出	138
二、社会效率分析	139
三、目的地生产规划函数	140
第二节 单一景点的定价	141
一、第一类价格歧视	143
二、第二类价格歧视	144
三、第三类价格歧视	146
第三节 对单一景点的规制	148
一、成本递减景点的边际成本收费形式	148

二、成本递增景点的边际成本收费形式	149
三、拉姆塞定价模型	150
四、法伯价格仲裁模型	151
五、佩尔兹曼模型	155
第四节 受规制景点的反应	157
一、A—J 模型	157
二、B—M 模型	161
第十二章 景点生产：多个景点	166
第一节 多景点生产模型	166
一、两景点生产模型	166
二、模型的扩展：多个景点生产	167
第二节 多景点生产空间分析	172
一、Hoteling 线性市场模型：位置竞争	172
二、景点空间固定的 Hoteling 模型：价格竞争	173
三、混合竞争模型	176
四、萨乐普环形城市模型	177
第三节 景点价值评价模型	180
一、福利经济学方法——消费者剩余分析	180
二、揭示偏好法	182
三、陈述偏好法	188
四、一个操作化的景区定价模型	189
第十三章 旅游资源与容量	198
第一节 非再生资源最优产出	198
第二节 可再生资源的最优产出	201
一、定义	201
二、Schaefer 模型	202
三、最优旅游容量	204
四、公地悲剧	207

第三节 旅游容量的衡量	210
一、生态环境容量测算	210
二、旅游资源容量测算	211
三、社会经济容量测算	212
四、旅游者心理容量测算	213
五、木桶原理与旅游容量测算	213
第四节 旅游环境容量动态模型	214
一、旅游环境容量的测算研究	214
二、旅游环境可持续承载动态模型	216
三、收益最大化约束下的容量管理模型	219
第十四章 旅游中介	222
第一节 旅游中介存在的必要性	222
一、经济中介组织	222
二、旅行社存在的必要性	223
第二节 旅游中介信誉模型	232
一、信息不对称或信息偏在	232
二、不对称信息引起的低效率	234
三、源于代理成本的旅游中介业发展陷阱	236
四、信誉模型	238
五、逆向选择与道德风险	241
第十五章 战略性旅游政策	245
第一节 战略性旅游政策的含义	245
第二节 战略入境旅游政策	248
一、战略入境旅游政策的基本内容	248
二、对战略入境旅游政策的具体描述	249
三、对战略入境旅游政策的另一解释	253
第三节 战略出境旅游政策	257
一、战略出境旅游政策的基本内容	257

二、对战略出境旅游政策的具体描述	258
第四节 以出境旅游限制促进入境旅游的政策	262
一、以出境旅游限制促进入境旅游政策的基本内容	262
二、三种不同规模经济形式下“以出境旅游限制促进 入境旅游”的机制	263
第十六章 旅游经济效应的测量	269
第一节 旅游乘数	269
一、基础理论模型	269
二、凯恩斯乘数模型	270
三、实用凯恩斯模型	272
四、投入—产出模型	273
五、实证：基于生产函数的旅游收入乘数的测定	275
第二节 旅游卫星账户	278
一、卫星账户的定义及意义	278
二、TSA 提出的具体背景	280
三、TSA 及有关概念	282
四、TSA 的基本构成与特点	283
五、TSA 的建立与应用	288
主要参考文献	289
后记	293

容体系：旅游者理论、客源地理论、目的地理论、旅行商理论、旅游政策理论及旅游经济评价。

二、知识准备：经济学分析工具

经济学是关于最优选择的学问。在消费者与企业两大经济主体中，消费者根据其偏好或效用函数，以及各种预算约束，在消费中选择使其效用最大化或者花费最小化的商品和服务种类和数量；企业根据其生产特性或生产函数，在各种预算约束下，在生产中选择使其收益最大的或者成本最小化的生产要素种类和数量。这两类最优化问题可以统一表示如下：

$$\begin{aligned} \max \quad & f(x) \text{ 或 } \min \quad f(x) \\ \text{s. t.} \quad & x \in G = \{x \mid g_i(x) \leq 0, i = 1, 2, \dots, m\} \end{aligned} \quad (1)$$

我们来讨论当 $i = 1, 2$ 的简单最大化情形。此时，若 $f(x)$ 满足经济学的所有假设条件，则其一般形式为： $f(x) = x_2 - ax_1^{-b}$ ， $a, b, f(x) \neq 0$ 。假设 x_1, x_2 的边际成本分别为常数 p_1, p_2 ，预算约束为 I ，那么最大化问题可表示为：

$$\begin{aligned} \max \quad & f(x) \\ \text{s. t.} \quad & p_1 x_1 + p_2 x_2 \leq I \end{aligned} \quad (2)$$

在几何图形中， $f(x)$ 与 I 相切的 E 点所包含的 (x_1^*, x_2^*) 即是最优选择，描述如图 2：

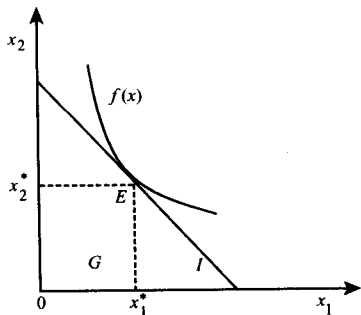


图 2 最优化问题

第一章 旅游者决定因素

为了更好地理解本章的问题，不妨假设旅游者是一个“物体”，那么，构成旅游者这一“物体”的材料都有哪些呢？也就是，旅游者的决定因素是什么？

第一节 理论回顾

Bull (1995) 构筑了一个简单的旅游者模型^①：

$$\begin{aligned}
 \max \quad & U_i = U_i(Z) \\
 \text{s. t.} \quad & Z = g(X) \\
 & PX \leq Y \\
 & TX \leq V \\
 & X \geq 0; Z \geq 0
 \end{aligned} \tag{1}$$

显然，Bull 认为，细分市场 i 的旅游者决定因素有旅游者偏好 U_i 、旅游产品特性 Z 、旅游产品数量与种类 X 、旅游产品价格 P 、旅游所需时间 T 、可自由支配收入 Y 和闲暇 V 。

谢彦君 (2004) 把非旅游产品价格纳入旅游者决定因素中，认为旅游者是由多种复杂因素交互作用的结果。其将旅游者决定因素表示如下^②：

① Bull, Adrian. The economics of Travel and tourism, second edition, Addison Wesley Longman Australia Pty Ltd., p. 45.

② 谢彦君：《基础旅游学》（第二版），中国旅游出版社，2004.4，p. 173。

$$D_i = f(p_i, p_1, \dots, p_n, Y, T, L) \quad (2)$$

即，旅游者 D_i 取决于旅游产品价格 p_i 、非旅游产品价格 $p_1, \dots, p_n$ 、个人收入 Y 、个人兴趣与偏好 T ，以及闲暇 L 。与 Bull 模型相比，谢彦君把旅游产品数量与种类 X 排除在旅游者决定因素之外。

Goeldner (2003) 把各种旅游者决定因素简化为两大类：倾向因素和阻力因素：^①

$$D = D(\text{倾向}, \text{阻力}) \quad (3)$$

其中，倾向因素有：历史、文化、心理、人口、营销、正外部性等因素；阻力因素有：经济距离、文化距离、服务成本、拥挤、季节性、负外部性等因素。

第二节 经济模型

既然我们要把旅游当做一种经济活动，那么为了进行本书以后的经济学分析，我们需要把上述各种旅游者决定因素归类并规范地表示为经济变量：

偏好 U ：旅游动机因素；

收入 I ：价格、工资、税收等可统一为收入因素；

闲暇 L ：旅游时间约束；

可达性 A ：旅游阻力因素。

取上述关键变量，我们可以将旅游者决定因素写成以下经济模型：

$$D = D(U, I, L, A) \quad (4)$$

模型 (4) 是本书旅游者理论的基础，我们从该模型中衍生出一系列旅游者理论：偏好分析 (U)、闲暇理论 (L)、游览模型 (I, L)、旅行

^① Goeldner, Charles R. 《旅游业教程：旅游业原理、方法和实践》，大连理工大学出版社，2003.3，p. 362。