

总主编 魏小安

高职高专旅游管理系列教材



旅游 经济学

厉新建 张辉 厉新权 编著



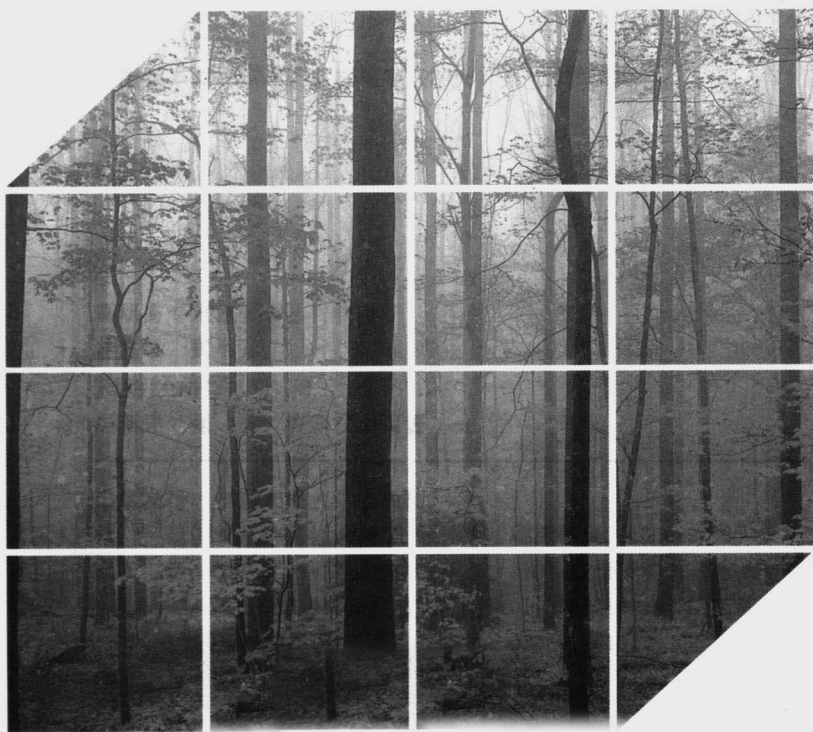
 中国人民大学出版社

❖ 高职高专旅游管理系列教材 ❖

总主编 魏小安

旅游经济学

厉新建 张辉 厉新权 编著



图书在版编目 (CIP) 数据

旅游经济学 / 厉新建等编著

北京: 中国人民大学出版社, 2006

(高职高专旅游管理系列教材)

ISBN 7-300-07229-1

I. 旅…

II. 厉…

III. 旅游经济学-高等学校: 技术学校-教材

IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 030155 号

高职高专旅游管理系列教材

总主编 魏小安

旅游经济学

厉新建 张 辉 厉新权 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)
010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)
010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>
<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京宏伟双华印刷有限公司

规 格 170×228mm 16 开本 版 次 2006 年 5 月第 1 版

印 张 21.75 印 次 2006 年 5 月第 1 次印刷

字 数 296 000 定 价 24.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



总 序

随着我国国民经济的迅速发展和人民生活水平的不断提高,旅游日渐成为大众越来越乐意选择的一种休闲娱乐方式。其地位的提升和巨大的社会需求将成为推动旅游职业教育发展的重要力量。自十六大以来,党中央提出了科学发展观,明确了以人为本的理念,着力调整了多年以来以 GDP 增长为导向的发展战略,开始从国计到民生的转变。而旅游恰恰就是民生的重要组成部分。在从重视国计转向重视民生的过程中,旅游的地位的进一步提高,必将推动旅游职业教育的快速发展。如果考虑到旅游与休闲之间的融合前景,考虑到整个休闲体系的完善、发展对高素质专门人才的需求,我们可以预言:未来若干年内,旅游职业教育的发展前景将无比光明。

根据国家旅游局的统计,到 2004 年底,全国已拥有旅游院校 1 313 所,且各个省(自治区、直辖市)许多高等学校都开设了旅游类专业,在校学生达 57.86 万人。如果仅仅从规模和数量上看,这大体能够适应我国旅游业的发展现状,但若从专业细化角度看,我们现在的旅游教育显然还无法满足旅游发展变化的需要,尤其无法满足休闲产业发展的需要,而休闲需求将是旅游业未来重要的发展方向。假如有一批经过专业化教育的高职毕业生进入酒吧、咖啡屋等休闲企业,那整个城市休闲体系的人员素质就会大幅度提高,休闲产业集群自然也就形成了,专业设置的回旋余地自然也就更大了。因此,旅游管理专业应该少搞些大而化之、笼而统之的课



程,而是应该根据实际需要细化课程设置。采取市场需求扩大了就多培养,需求减少就少培养的方针。

实际上,旅游院校的实质就是提供旅游教育产品的供应商,需要研究生产什么、生产多少、怎么生产、为谁生产等基本问题。旅游职业教育同样面临着这样的问题,同样需要不断提高培养质量,强化培养途径。在这两个层面上我们还有很长的路要走。一方面,中国要从旅游大国真正变成旅游强国,必须具备相应的人才竞争力。而我们过去主要抓的是人才的数量,对人才的质量问题重视不够。另一方面,在整个旅游教育体系中,旅游职业教育是薄弱环节,没有很好地结合职业教育自身的特点来制定相应的培养目标与模式,没有很好地进行课程与教材体系的设计。如果旅游教育不能真正培育出高质量的人才,旅游经济的发展必然会受到制约,旅游职业教育的路也就难以持续走下去。

要抓好旅游职业教育,课程体系构建和教材的建设是关键。当然,教师队伍建设、实践教学基地建设也是办好旅游职业教育所不可或缺的。但是作为知识和思想的载体,以及来自实践又能指导实践的理论概括的教材,其既具有基础性又具有前瞻性的特点,使得它成为高质量人才培养的首要保证。正是基于这样的认识,为了解决现行旅游职业教育教材建设中存在的沿用本科思路、与本科教材雷同较多、适用性差等问题,在中国人民大学出版社的支持下,我们组织了一批从事旅游专业教学和实践的业界专家,即双师型人才,从教材选择、教材配套、编写体例、内容安排等方面都作了大胆改革,花大力气推出了这套高职高专旅游管理系列教材。这套教材的主要特点有两个:

(1) 实用性强,在基本理论够用的前提下,本套教材把叙述重点放在实务操作流程的介绍上,在行文中尽量多使用图表、图例,以增加内容的形象性和直观性。

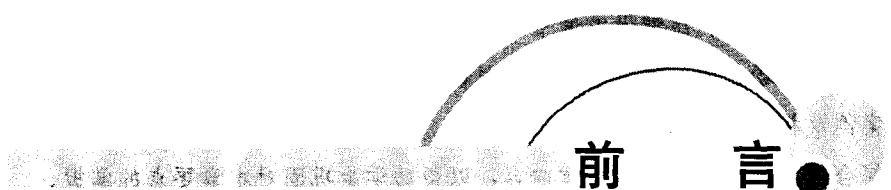
(2) 在课程体系构建上进行大胆探索,尤其是根据对旅游业发展和人才需求趋势的预测,开发了《“三吧”服务与管理》、《餐饮连锁经营与管

理》等新的课程教材。这一具有一定前瞻性的课程设计，将有利于培养和
提高旅游职业院校学生的就业能力。

当然，作为高职高专旅游管理教材改革与创新的尝试，本系列教材总
会存在这样或那样的不足，在教材体系的构建中也难免存在某些局限性。
为此，真诚地希望各位专家、教师和广大的高职高专学生提出宝贵的意
见，以期通过不断的修订、完善，把该系列教材打造成真正的精品。

魏小安

2006 年 4 月



前 言

从职业教育发展要求和旅游经济发展形势看,一方面,到2010年,中等职业教育年招生规模达到800万人,高等职业教育年招生规模占高等教育招生规模的一半以上,职业教育将成为我国教育体系中至关重要的组成部分;另一方面,旅游业的蓬勃发展,以及旅游业在解决就业尤其是在解决女性、年轻人和农村及边远地区弱势人群就业方面的独特作用,使发展旅游业必将得到各级政府的大力支持,进而必将推动旅游职业教育的迅速发展。

从教材编写的角度看,2005年10月发布的《国务院关于大力发展职业教育的决定》至少传递了两个信息:一是职业教育改革应该以就业为导向,因此教材的编写应该强调实践技能的培养;二是职业教育是全面提高国民素质的重要途径,在突出实践技能的同时,职业教育还应该加强能力尤其是思考问题的能力的培养。

客观地说,现有的旅游职业教育教材不能很好地满足以上的要求,而教材是一切教育的核心之一,马虎不得。也正因为此,我国高职高专层次的教材体系既应该包括强调操作性的课程教材,也应该包括超越单纯知识传授的素质养成方面的课程教材。我想,对于旅游职业教育而言,《旅游经济学》或许就是为了后一个目标而成为这个教材体系中重要的一分子的。

本教材简要介绍了旅游需求理论、旅游消费行为、旅游供给理论、旅



游目的地发展、旅游供求调节、旅游发展模式与战略、旅游产业结构、旅游产业市场行为、旅游经济影响与衡量等内容，并在重要知识点后插入了案例及相关资料，供学生作扩展阅读。每章后设有案例评析，通过对一个综合性案例的分析概括本章内容，以帮助学生巩固对本章要点的掌握。

尽管我们已经尽量在教材内容、编写体例、案例采集、图文处理、表述方式等方面注意与高职学生的思维特点和实际水平对接，力求使本教材显得更形象化、更生活化一些；同时引用了很多专家的资料、观点（已经在教材中标明出处），希望既增加教材的权威性，又拓展学生的视野。但由于从着手准备到写作、交稿的时间比较短，深入到高职学生中进行调研的程度还不够，教材中存在不足也就在所难免。

好在正如一些高职院校的任课教师所说的，“很多高职院校的学生是很有创造性的，他们只是不适合今天的考试制度”，只要同学们积极参与到“学一教一编”的有效互动中来，相信教材会不断得到完善；同时也请同行们不吝赐教，共同为我国的旅游职业教育尽上旅游教育工作者应尽的责任。

厉新建

于武夷花园

2006年3月3日



目 录

第一章	导论	1
	第一节 旅游经济学的研究对象和研究内容	3
	第二节 旅游经济研究的特殊性	14
	第三节 旅游经济学的研究方法	20
第二章	旅游需求基本理论	24
	第一节 旅游需求概述	26
	第二节 旅游需求基本规律	46
	第三节 旅游需求的影响因素	54
	第四节 旅游需求的衡量指标	64
第三章	旅游消费行为	78
	第一节 旅游消费概述	81
	第二节 旅游消费行为决策	92
	第三节 旅游效用最大化	101
第四章	旅游供给基本理论	114
	第一节 旅游供给的构成	117
	第二节 旅游供给影响因素	135
	第三节 旅游供给规律	139
第五章	旅游目的地的建设与发展	149
	第一节 旅游目的地的吸引力	153



	第二节 旅游目的地生命周期	167
	第三节 旅游目的地容量	176
第六章	旅游供求矛盾的调节	188
	第一节 旅游供求矛盾的价格调节	190
	第二节 旅游供求矛盾的制度调节	198
第七章	旅游发展模式与政府主导型战略	213
	第一节 旅游经济发展模式与战略	217
	第二节 行业管理与政府主导	232
第八章	旅游产业结构	254
	第一节 旅游产业结构概述	256
	第二节 旅游产业的市场结构	261
第九章	旅游产业市场行为	282
	第一节 旅游企业定价与促销	285
	第二节 旅游企业一体化行为	290
第十章	旅游经济影响与衡量	307
	第一节 旅游经济影响定性分析	309
	第二节 旅游乘数与旅游卫星账户	317
	参考文献	336

第一章 导论

学 习 目 标

通过本章学习，你能够做到：

1. 了解旅游经济学的研究对象；
2. 理解旅游活动与旅游经济之间的联系，了解旅游经济运行的特殊性；
3. 掌握旅游经济独特的研究方法；
4. 领会旅游经济特殊性对经营的指导意义，对旅游经济学的基本框架能有一个清晰的把握。



导入案例

从数据解读中国旅游经济发展现状

来自2005年全国旅游工作座谈会的消息：2004年，我国入境过夜旅游达4 176万人次、创汇257亿美元，分别居世界第4位和第7位；国内旅游达11亿人次；三大市场快速发展，使我国从旅游资源大国发展成为世界旅游大国。全国旅游总收入达6 840亿元人民币，相当于全国GDP的5.02%。旅游业对社会就业的带动作用更加显著，2003年我国旅游直接从业人员649万，间接从业人员3 244万，从业总人数为3 893万，占全国就业总数的5.2%。旅游业已经成为国民经济新的增长点。旅游产业体系日臻完善。产业要素进一步健全，产业结构日趋合理，综合配套明显提高，旅游设施、旅游服务、旅游环境进一步得到优化。入境旅游持续增长，展示了中国作为安全而有魅力的旅游目的地国家的形象。出境旅游快速发展，成为近年来我国发展双边交往的重要内容。2004年我国出境旅游达2 885万人次，已经成为亚洲第一大客源市场。截至2005年7月，经国务院批准的中国公民出国旅游目的地国家和地区总计109个，已经实施了69个。旅游在我国的政治、外交、经济、贸易、文化交流等方面以及对港澳台工作中都发挥了积极作用。

到2010年全国旅游业发展的预计目标是：接待入境过夜旅游人次年均增长7%，旅游创汇年均增长8%；国内旅游人次年均增长8%，国内旅游收入年均增长11%；旅游总收入年均增长10%。旅游直接就业达到980万人，平均每年新增就业50万人。在扩大内需、拉动投资、带动脱贫、促进区域经济发展和城镇化建设等方面，旅游业将发挥更为积极的作用。

我国旅游业的发展前景在2005年中国旅游投资洽谈会上得到了充分的体现。洽谈会期间，包括台湾在内的全国29个省、自治区、直辖市参加了中国旅游投资第一展。其中，北京、上海、浙江等26个省（区）市以及沈

阳、南京、成都等 18 个城市单独组团参加，带来了千余个精品旅游投资项目，投资总额数千亿元以上；美、加、澳、日、英等 16 个国家的旅游组织和投资机构也应邀参展；首都旅游集团、浙江旅游集团、美国国际商务联合投资集团、英国渣打银行等 1 万多名国内外客商和 2 万多名观众参加了本届旅洽会。此外，26 场专场推介会、两场全国性大型项目签约仪式相继举行，中国旅游投资商俱乐部和中国旅游媒体记者俱乐部成立。本届旅洽会上共签旅游项目协议 88 个，总投资额 160 亿元；达成合作意向的项目 68 个，总投资额 212 亿元。

经过 20 多年的快速发展，我国旅游业已经取得了巨大的成就，旅游业已经成为国民经济新的增长点，2010 年发展规划给我国旅游业提出了令人兴奋的目标，各地政府也对发展旅游业越来越重视。但同时我们也应该看到，在历届旅洽会上，很多地方旅游局兴高采烈地介绍自己良好的旅游资源，但是投资商却似乎有些心不在焉。政府和投资商之间的对接到底还隔着什么？政府到底该主导什么？怎么主导？在很多国外旅行社集团纷纷瞄准了我国的出境游市场时，我们应该如何应对？面临激烈的市场竞争，我们应该怎样吸引更多的入境旅游者？如何有效地满足旅游者的需求？为什么会出现旅游供需之间的矛盾？应该如何有效地解决这一矛盾？为什么需要对旅游经济进行专门研究？它究竟有什么特殊的地方？等等。这些都是旅游经济学需要解决的问题。通过对本课程的学习，这些问题都将会得到一个清晰的答案。

第一节

旅游经济学的研究对象和研究内容

作为一门独立的学科，必须具有该学科特定的研究对象、特有的专业



术语和研究规范、基本的研究内容。旅游经济学作为一门专门学科，首先也必须有明确的研究对象和研究内容。这是“学什么”的问题。

一、旅游经济学的研究对象

我们知道，旅游者的旅游活动不以营利为目的，旅游者是不会在目的地长期定居的。旅游者的旅游活动最初多是表现为个人行为，他们外出旅游所需要的交通工具、餐饮等都主要靠自己解决，住宿也多借住在亲友或寺庙中。那时的客栈主要不是为旅游者服务的，而是为过往商人或官府中人等服务的，因此那时的旅游活动不具有广泛的经济性质。随着商品经济的发展和科学技术带来的交通便利，人们的大规模出游成为可能，为其出游提供帮助和服务的专门机构（如旅行社）就随之产生了。此后，通过为旅游者提供服务而获取经济利益的饭店业、旅游交通业、景区服务业等也得到了迅速发展，这些专业化企业的出现又进一步推动了旅游活动在广度、深度上的发展，扩大了旅游规模。对由此所带来的经济现象，需要我们进行专门研究。

旅游经济学对旅游活动的考察不是对一般意义上的旅游活动的考察，而是对通过商品交换方式实现、成为社会普遍消费行为的旅游活动的考察。更确切地说，旅游经济学的研究对象是社会化和商品化了的旅游活动所引发的经济现象、经济关系、经济运行和经济影响。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、社会化的空间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。旅游经济学就是要通过对旅游经济活动中各种经济现象、经济关系的研究，揭示旅游经济运行的规律，了解对旅游经济活动产生影响的基本要素，分析旅游经济活动对社会发展的影响，进而为政府制定旅游经济发展战略、规划和方针政策提供理论依据，促进我国旅游业的进一步健康稳定发展。

资料 1—1

旅游经济学研究对象的界定

1. 王立纲、刘世杰 (1982 年): 旅游经济学的研究对象是旅游经济活动及其发展规律。

2. 黄辉实 (1990 年): 旅游经济学就是要研究旅游活动商品化过程中的各种错综复杂的经济现象和经济关系。即旅游者的最大利益、旅游供给者的最大利益和国家的最大利益这三者的经济关系和矛盾。

3. 张汝昌 (1990 年): 旅游经济学是研究在旅游活动过程中所发生的各种经济现象、经济过程之间内在的本质的必然联系及其发展规律的科学。

4. 张辉 (1991 年): 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。

5. 王大悟、魏小安 (1998 年): 旅游经济学是研究旅游活动中的经济现象、结构关系和经济规律的科学。

6. 罗明义 (1998 年): 旅游经济学的研究对象是旅游经济活动过程中所反映的各种经济现象、经济关系及其内在的规律性。

7. 林南枝、陶汉军 (2000 年): 旅游经济学研究的对象是旅游经济活动中旅游产品的需求与供给矛盾。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。

要想对旅游经济学的研究对象有进一步的了解, 我们还需要了解旅游活动与旅游经济的关系、旅游经济运行的主体等方面的相关知识。

(一) 旅游活动与旅游经济的关系

18 世纪 60 年代以前, 由于社会经济技术发展水平的限制, 旅游活动被限制在一个比较小的地域范围和社会范围内, 旅游活动的满足程度也较



低,外出活动的旅行者一般都抱有政治经济目的。随着社会经济技术水平的提高,各种高新科学技术开始应用到了人们的社会生产活动中,生产效率大为提高,人们因此有了更多的收入和闲暇时间;而工作压力的增大也增强了人们的出游动机;各种专业旅游服务机构的出现、交通工具的改善,提高了人们出游的便利程度,使人们可以获得更多的旅游信息,可以到更远的地区旅游。

旅游经济的形成就是旅游活动商品化、社会化发展的过程。一般都认为,这一过程主要取决于如图 1—1 所示的三个方面的因素以及它们带来的影响。

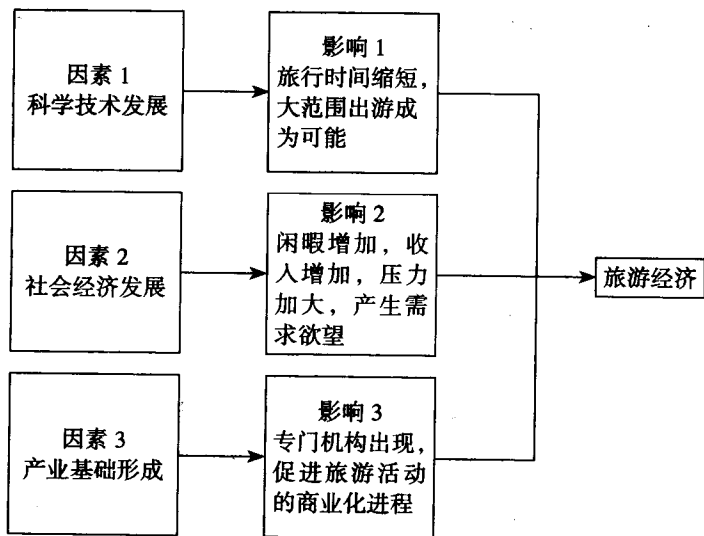


图 1—1 旅游经济的形成

1. 社会生产力发展所形成的物质基础

18 世纪的工业革命以机器大工业代替了工场手工业,形成了以机器大工业为中心的社会化大生产,社会生产力得到了迅速发展,尤其是火车、轮船、汽车、飞机等交通工具的发明大大降低了人们出游的时间成本,使人们外出旅游的范围真正得到大的拓展,给旅游活动大范围地展开提供了

相应的物质技术条件保障。生产力发展还促成了世界范围的旅游者跨区域流动，大大地推动了旅游活动的发展。

2. 社会发展造就的巨大市场需求

工业革命以后，资本主义商品经济不断发展，商品交换发生了深刻的变革。随着社会经济的发展和生产技术的改进，生产效率大大提高，劳动时间大为缩短，同时人们的收入水平不断提高；但随之而来的是竞争越发激烈，工作压力更大。因此，人们希望在紧张的工作之余能够回归大自然，放松身心，人们对外面世界的求知欲望也更为强烈；而闲暇时间的增加也使得人们远距离出游成为可能。社会对旅游的大规模需求促进了旅游活动的商品化、社会化的进程。

3. 专门服务机构的成立是旅游经济形成的重要标志

在大规模出游的物质技术条件成熟、社会对旅游的大规模需求产生后，专门为旅游、休闲等活动提供服务的专业机构就开始大量产生了。1822年罗伯特·斯马托开始办理到布里斯托尔各港口及到都柏林的轮船票务预订业务。1845年英国人托马斯·库克成立了第一家负责旅游者吃、住、行等的旅行社。随后，各国相继创办了各种类似的旅行社，其中著名的有1857年英国成立的登山俱乐部和1885年成立的帐篷俱乐部，1890年法德两国成立的观光俱乐部，此外还有意大利游览公司、加拿大的太平洋捷运公司、日本的国际观光局、德国的中欧旅行社等。旅行社的诞生，使有组织地提供旅游活动所需的各种专门服务成为可能，从而促进了旅游活动的商业化进程，标志着旅游活动进入了商品化时代。

(二) 旅游经济运行主体

旅游经济运行主体包括作为需求方的旅游者、作为供给方的旅游经营者和同时对旅游供给与需求都有广泛影响的政府。

虽然旅游者、旅游经营者和政府是三个不同的利益主体，他们都追求各自利益的最大化，但是，其中任何一方在追求自身利益最大化时，如果不顾及另外两方的利益，则其自身的利益最终也不可能完全得以实现，利