



现代旅游丛书
总主编
陈传康 孙文昌



现代 旅游经济学

邹树梅 主编

青岛出版社

xian
dai
luyou

现代旅游丛书

总主编 陈传康 孙文昌



现代旅游经济学

邹树梅 主编

青岛出版社



鲁新登字 08 号

责任编辑 李忠东

封面设计 阿 伯

现代旅游经济学

邹树梅 主编

*

青岛出版社出版

(青岛市徐州路 77 号)

邮政编码:266071

新华书店北京发行所发行

青岛双星集团华信印刷厂印刷

*

1998 年 2 月第 1 版 1998 年 2 月第 1 次印刷

32 开(850×1168 毫米) 11.125 印张 2 插页 295 千字

印数 1~5000

ISBN 7-5436-1621-1/G·727

定价:16.00 元

“现代旅游丛书”编委会

总主编 陈传康 孙文昌

总策划 王德刚 李道军

编 委 (按姓氏笔画为序)

马 波 王立纲 田 红

何佳梅 邹树梅 宋振春

周进步 庞规荃 赵普光

殷雪华 徐 植 徐德宽

屠如骥 韩 杰 陆永庆

前 言

随着我国改革开放和社会主义市场经济的发展,我国的旅游业蓬勃兴旺,成为我国国民经济各部门中颇具生机活力的强劲行业。与此同时,我国的旅游教育事业以惊人的速度发展,目前已有150多所院校设有旅游专业。为了适应旅游教育发展形势的迫切需要,加强旅游学科建设,我们组织了北京大学、南开大学、同济大学、北京旅游学院、青岛大学、山东大学、武汉大学、杭州大学、东北师范大学、山东师范大学、上海旅游高等专科学校、燕山大学等院校的一批旅游学专家、学者编写了这套“现代旅游丛书”。

为了编写好这套丛书,我们考察了目前国内外出版的大批旅游教材和专著,力求这套丛书起点高、立意新、水平高,具有一定的权威性。因此,在选题上,我们争取几乎能覆盖旅游专业的所有基础学科,使广大高校旅游专业学生和社会旅游工作者、爱好者通过阅读该丛书能够全面系统地学习旅游专业知识;在作者队伍上,我们选定每本书的主要作者都是国内从事该学科研究颇有成就或影响的专家,以保证编写质量;在编写内容上,我们要求从世界旅游研究的大视角、大思路出发,大量吸收国内外旅游学科研究的成果、资料,阐明现代旅游学的基本理论和基础知识,做到既注意学术的共识性、定义的规范化,又在此基础上有所创新、有所突破,具有较高的学术水平。

《现代旅游经济学》对现代旅游运行原理及其规律进行了系统的分析与研究,阐明了旅游经济活动的特点,是一部较好的旅游学著作。

该书由南开大学的邹树梅教授担任主编。作者具体分工如下：
邹树梅，第一、二、九章；姚延波，第三章；刘永友，第四章；余书炜，第五章；左坚，第六章；戴斌、冉波，第七章；匡林，第八章；周云波，第十章；王云才，第十一、十二章。

目 录

前 言	(1)
第一章 旅游经济学的研究对象	(1)
第一节 旅游经济活动的形成与发展	(1)
第二节 旅游经济学的研究对象	(6)
第三节 旅游经济学的特殊性	(15)
第四节 旅游经济学的研究方法	(16)
第二章 旅游产品	(18)
第一节 旅游产品的概念和构成	(18)
第二节 旅游产品的特殊性	(24)
第三节 旅游商品	(26)
第三章 旅游者的经济行为	(29)
第一节 旅游需求	(29)
第二节 旅游消费	(41)
第三节 旅游消费者行为	(46)
第四章 旅游企业的经济行为	(57)
第一节 旅游供给及其规律	(57)
第二节 旅游企业经济效益分析	(74)
第三节 旅游企业经济效益评价 及提高经济效益的途径	(91)
第五章 政府的旅游主体地位和经济行为.....	(104)
第一节 政府作为旅游经济活动主体的地位和作用.....	(104)

第二节	政府履行旅游经济活动主体职能·····	(119)
第六章	旅游业经济部门及其运行·····	(136)
第一节	旅游业经济部门的划分·····	(136)
第二节	旅行社的经济运行·····	(141)
第三节	饭店业的经济运行·····	(147)
第四节	旅游交通业的经济运行·····	(154)
第五节	其他旅游部门的经济运行·····	(157)
第七章	旅游市场机制·····	(161)
第一节	旅游市场机制概述·····	(161)
第二节	旅游价格机制·····	(172)
第三节	旅游市场竞争机制·····	(183)
第八章	旅游收入与乘数效应·····	(196)
第一节	旅游收入·····	(196)
第二节	旅游收入分配·····	(207)
第三节	旅游乘数效应·····	(211)
第四节	旅游收入漏损·····	(222)
第九章	旅游业的成本与效益·····	(232)
第一节	宏观旅游成本·····	(232)
第二节	宏观旅游效益·····	(234)
第十章	旅游业与经济增长·····	(238)
第一节	经济增长理论·····	(238)
第二节	旅游在经济增长中的作用与局限·····	(249)
第三节	旅游产业政策·····	(256)
第十一章	旅游投资与决策·····	(261)
第一节	旅游投资·····	(261)
第二节	旅游投资可行性研究·····	(262)
第三节	旅游投资预测·····	(275)
第四节	旅游投资决策·····	(292)

第十二章	旅游经济发展战略与规划 ·····	(313)
第一节	旅游经济发展战略·····	(313)
第二节	旅游发展规划·····	(317)
第三节	旅游经济发展战略与规划的实证分析·····	(321)

第一章 旅游经济学的研究对象

旅游经济学是一门新兴的边缘学科,是以旅游经济活动为其研究对象的。现代旅游经济活动是在旅游活动发展的基础上形成的,反映旅游活动中的经济现象、经济关系与经济规律。对旅游经济学的研究有一个切入点,那就是旅游产品,由此可展开对旅游经济领域一切关系的分析。

第一节 旅游经济活动的形成与发展

一、旅游活动与旅游经济活动

旅游,作为一种社会活动,是随着生产的发展和社会分工的深化而逐渐发展起来的。旅游活动是以游览为目的的旅行。它有狭义和广义之分:狭义的旅游活动是以游览为直接或主要目的;广义的旅游活动是包含有游览内容的一切活动。

狭义的旅游活动与广义的旅游活动都是社会经济、文化活动,都反映了以下几重关系:第一,人与自然的关系。人们通过投身于自然环境,欣赏、体验、探索自然,从而寻求乐趣,陶冶情操,拓宽视野,增长知识,获得精神上的最大满足。第二,人与社会的关系。人们在旅游活动中会与东道社会发生接触,会使道德观念、艺术观、价值观等发生碰撞。例如:夏威夷的一个著名的旅游胜地,在开发时对雇佣女服务员问题发生纠纷。这些受雇女服务员的丈夫都是

从事农业的,她们赚的钱超过了丈夫,加之她们接触的都是有钱人,都受过教育,回家后她们就感到丈夫不中意了。丈夫们对这种改变也很恼火,于是出现了离婚和妻子被打伤的情形。过了几年,丈夫们接受了这种改变,对妻子多赚钱感到高兴,孩子们也能到学校去受教育了,问题总算解决了。第三,人与人的关系。旅游活动中发生了人们之间的交往,促进了相互了解和建立了友谊,促进了世界和平。

对于这三重关系要辩证地理解。带有求生性的生产活动,带有被迫性的迁移(如游牧民族逐水草而居,古代犹太人被驱赶),不属于旅游活动。旅游活动中的迁移必须具有消遣娱乐的性质。

对旅游活动可以从不同方面来考察,可从社会学、历史学、地理学、文化学、经济学等方面来研究。若从经济这个侧面研究旅游活动,即考察旅游活动中反映的经济现象、经济关系的发展、变化及其规律性,则是旅游经济活动。因此,旅游经济活动就是旅游需求者与旅游供给者之间的经济联系以及由这种联系所产生的经济现象和经济关系运动、变化和发展的总和。

旅游经济活动是在旅游活动发展到一定阶段上产生的。首先是旅游活动商品化,即旅游活动所依赖的物质产品、精神产品和劳务都成为商品,成为社会商品总体的一部分。进而是旅游活动社会化,即把原来个别的、分散的旅游活动联结成集中的活动,这一过程是由旅行社的出现推动的。旅行社使原来的多次购买变成一次性购买,并打破了地区的局限性,在全社会范围内把旅游者作为一方的旅游需求与旅游经营者作为另一方的旅游供给联结了起来。这种联结还会冲破地区和国界,扩展到全世界。因此,旅游活动的社会化是以旅行社的产生和发展为标志的。

二、现代旅游经济活动的发展

旅游业是提供服务型产品的边缘产业。从社会再生产角度看,

社会总产品可分为物质型产品与服务型产品。19 世纪以前,以服务产品的提供为特征的第三产业所占比例很小。但是,马克思早已指出:“任何时候,在消费品中,除了以商品形式存在的消费品以外,还包括一定量的以服务形式存在的消费品。”^① 随着社会生产和分工的发展,第三产业所占比重不断增大,作为第三产业成果的劳务产品也随着人们消费构成的变化而在消费中占有越来越大的比例,可见这些劳务产品是有使用价值的。提供这些产品的劳动虽然不是物化在产品中,但同样耗费了社会劳动时间,是社会总劳动的可除部分。服务型产品的价值也由 C、V、m 构成。以饭店服务产品为例:C 为建筑物、设备、设施、水电、原材料、低值耗品等费用的价值;V 为饭店管理人员和所有从业人员的薪金、工资、奖金、福利等;m 为饭店企业盈利(包括应缴纳的税金)。

社会总产品为物质产品与服务产品的总和,物质产品又可分为生产资料和生活资料:

$$\begin{array}{l} \text{物质产品} \left\{ \begin{array}{l} \text{I (生产资料)} \quad C_I + V_I + m_I = R_I \\ \text{II (生活资料)} \quad C_{II} + V_{II} + m_{II} = R_{II} \end{array} \right. \\ \text{服务产品} \quad \text{III (各种劳务)} \quad C_{III} + V_{III} + m_{III} = R_{III} \end{array}$$

在物质型产品之间(I 与 II 之间)、物质型产品与服务型产品之间(I、II 与 III 之间)、服务型产品内部(III 内部)都存在一定的比例关系。除此之外,属于第三产业的旅游业内部也存在一定的比例关系。这是社会总产品价值实现的宏观条件,也是旅游业的产业地位。

1985 年,我国国务院常务会议决定把旅游业纳入我国国民经济和社会发展规划。1996 年,国务院又原则通过了国家旅游局编制的旅游业发展“七五”计划,并作出了扶植旅游业发展的一

^① 《马克思恩格斯全集》,第 26 卷 I,158~160 页,人民出版社,1972。

系列决策,为旅游业的发展创造了良好的条件。因此,“七五”时期是我国旅游业发展的一个重要时期,“我国国际旅游业已成年接待 5 000 万人次以上,年创汇 30 亿美元以上,营业收入 300 亿元人民币以上的产业规模”。“八五”及 20 世纪最后 10 年是我国旅游业发展、振兴、争取跻身于世界旅游大国行列的关键 10 年,《中国旅游业发展十年规划和第八个五年计划》(国家旅游局编)提出“要把国内旅游作为第三产业的一个重点产业认真抓好”,变旅游资源优势为现实经济优势,为我国社会主义现代化建设和改革开放做出更大贡献。经过努力,我国旅游业已经实现了从外事接待为主的“事业型”到以经济创收为主的“产业型”的转变,形成了一定的产业体系和产业规模。“九五”的开头一年,即 1996 年,我国旅游业取得历史性突破:国际旅游年创汇首次突破百亿美元大关,达到 102 亿美元;接待海外旅游者人数超过 5 000 万人次,国内旅游人数达 6.4 亿人次,全国旅游收入约为全国国内生产总值的 3.7%。目前,我国已有旅游企业 8 896 个,国际旅游从业人数 111.5 万人,间接就业人数 500 万,拥有固定资产 1 257.67 亿元。旅游产业规模不断扩大,产业功能逐步加强。

来自联合国分支机构之一的世界旅游组织(WTO)的报告指出:旅游业是世界当今最大的产业,1993 年旅游业总产值近 32 000 亿美元,约为全世界生产总值的 6%,而其增长速度是后者的两倍。目前全世界有 1.27 亿人在从事旅游业,这是一个可刺激大量就业的产业,每百万美元的收入就可提供两万个新的就业机会。据 WTO 消息,到 2010 年国际旅游者可望达 9.35 亿人,将近 1993 年 5 亿出境旅游者的两倍。

旅游是涵括多种分支行业的综合性产业,其中包括航空、海运、铁路、出租汽车公司、住宿业、旅游经营商、旅游零售商、食品店、加油站等。虽然旅游业是由众多行业构成,但一体化、集中化的过程正以联合、交叉持股、市场契约、特许经营的形式在一些部门

中进行着。在欧洲,一些航空公司拥有全部或部分旅游企业,某些航空公司在不同程度上占有连锁饭店的股份。例如:英国航空公司(British Airways)就是同时参加着几个旅游企业的经营。法国航空公司(Air France)拥有两家旅游经营商和饭店连锁集团。Carlson 旅行集团(The Carlson Travel Group)即是体现着部门间协作的一例。它拥有相当广泛的商业网络,授权管理或有偿管理着包括饭店、旅行社及巡游公司等多个企业。这个集团拥有或特许经营的旅游企业达 4 000 个,分布在 25 个国家,并由 Carlson Travel Academies 负责培训职员。Carlson 旅行集团首创并经营到欧洲和加勒比海的短期综合包价旅游。

旅游业的边界又是不清楚的。例如:与旅游业密切相关的汽车业,至今很难确知其总产量中对旅游业的贡献究竟有多少。生产相机、电影、防晒霜、运动商品及其他许多为旅游业提供产品的行业也是如此。在美国大约有 100 万个企业在某种程度上可作为旅游业的一部分,其中像波音公司及其他航空公司都是重要的组成部分。加利福尼亚旅游局雇佣承包人为该州作旅游收入估算,结果是每年超过 600 亿美元。尽管如此,加州旅游局并没有把旅游业称为加州第一大产业,因为估算是以综合行业的数字为依据,而这些行业并不完全包含在旅游业中。

近年来,美国一直是最大的旅游收入国,其收入额超过竞争对手法国 1 倍多,旅游已成为美国最大的服务出口业。美国是位列于德国、日本、英国、意大利、法国之前的最高出境旅游消费国。欧洲和日本仍是最大的旅游消费群体。

世界上 56 亿人口的 3/4 居住在发展中国家,其中中国和印度占 38%。一位知识渊博的旅游分析专家认为:旅游在第三世界国家有着光明的前景。1993 年亚洲经济可望增长 6.6%,中东约为 4.4%,非洲约为 3.3%。1993 年上半年,中国旅游业增长 14%,为全球最高速度。

第二节 旅游经济学的研究对象

一、国内外对旅游经济活动的研究

第二次世界大战以前,虽然有些欧美发达国家的旅游业不断发展,但从总体上看,由于人均国民生产总值较低,旅游业在社会生活中的作用还未充分显示出来,这期间对旅游经济的研究多属于探索性质,还不存在系统的研究,多是从不同角度对旅游活动的分析,如对旅游者流动的研究、从经济角度对旅游活动的研究、从经济学和社会学角度对旅游活动的研究等。

第二次世界大战以后,尤其是 50 年代以后,旅游业对国家经济和社会的作用越来越显著,不仅一些学科的学者参加了研究,而且不少社会集团、协会和政府有关部门分别从业务和指导工作的角度开展了对旅游的研究,其内容大体有以下几方面:

第一,旅游业的性质和旅游经济活动运行的特点。主要代表作有 1969 年美国迈克尔·彼德斯的《国际旅游业》、1974 年英国伯卡特的《旅游业的过去、现在和未来》、1980 年美国唐纳德·E. 伦德伯格的《旅游业》、1984 年美国夏威夷大学教授朱卓任等的《旅游业》等,指出了旅游业是个新兴的产业、旅游业的发展与社会经济产业发展的相关性。

第二,旅游供求关系与市场营销。主要代表作有罗伯特·门克因托希与夏希肯特·古普塔的《旅游的原理、实践与哲学》、布赖恩·阿切尔的《旅游需求预测》、瓦汉·克拉蓬与罗斯菲尔德的《旅游市场营销》。

第三,旅游业的经济效益。主要研究投资与收益的比较。代表著作有 1995 年意大利特伊西的《旅游与旅游收入的经济理论》、1978 年南斯拉夫马思科维奇的《旅游经济学》和英国布赖恩·阿

切尔的《发展中国家的旅游业：某些经济思考》和《旅游增殖：目前研究水平》、1989年亚太经社理事会政府旅游发展会议文件等。

第四，旅游规划与资源开发。从事这方面研究的主要是政府有关部门，也有一些学者与专家。代表作有美国商业部经济发展局1981年在调研基础上形成的《通过发展旅游业创造经济增长与就业》、亚太经社理事会1983年政府间旅游发展会议文件、1978年凯泽·赫尔伯的《旅游规划与发展》、朱卓任的《度假地开发与管理》、新西兰坎特伯雷大学道格拉斯与皮斯的《旅游开发》。

在旅游开发方面的研究涉及面较广，包括旅游资源开发、旅游市场开发、旅游产品开发、各种旅游行业部门开发、旅游发展道路与战略、旅游管理体制、旅游宏观调控、旅游规划理论与方法、旅游产品生命周期理论等。

我国对旅游经济的研究起步较晚，是随着改革开放政策的实施而开展起来的。先后出版了几种不同版本的旅游经济学教材。孙尚清主编的《中国旅游经济研究》一书不仅对1978年以来我国旅游经济运行进行了较透彻的分析，而且对90年代我国旅游发展战略进行了深入的设计。1993年魏小安与冯宗苏主编的《中国旅游业：产业政策与协调发展》，从政策研究与法规制定的角度论述了我国旅游经济诸方面的结构。

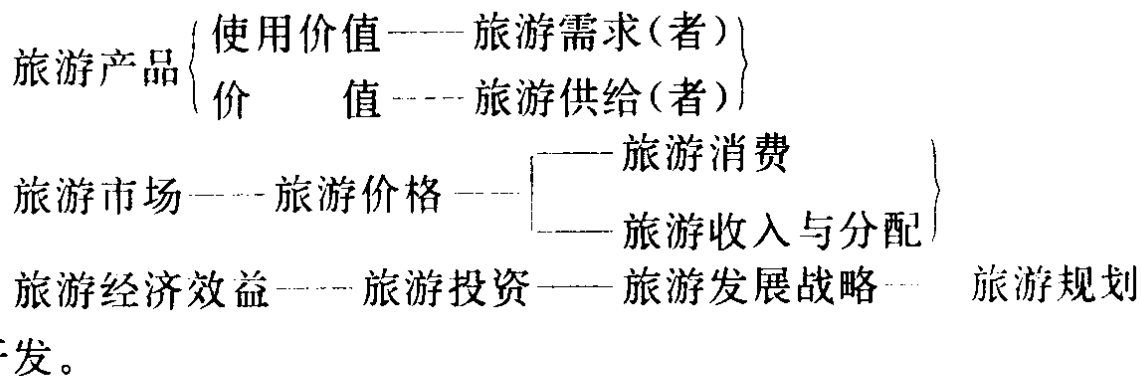
1995年美国加利福尼亚州立理工大学名誉教授唐纳德·E. 伦德伯格(Donald E. Lundberg)、美国国际大学M. 克里新纳莫斯(M. Krishnamoorthy)、米克·H. 史泰文格(Mink H. Stavenga)合著的《旅游经济学》为国际最新版本。全书分三篇：第一篇为旅游经济学导论，包括旅游概论和经济学在旅游中的应用；第二篇为旅游部门经济学，包括酒店业经济学、餐馆业经济学、航空业经济学、其他旅游部门经济学；第三篇为数量模型在旅游经济中的运用，包括旅游消费的乘数效应、旅游需求预测、旅游计划分析。

以上分析和研究都为旅游经济活动的深入探讨提供了理论基

础和条件。

二、旅游经济学研究的出发点

旅游经济学研究的出发点是旅游产品,它是旅游经济活动的细胞。通过对它的研究,可以展开对旅游经济活动规律的分析。



在旅游活动商品化的基础上,从经济这个侧面研究旅游活动,便是旅游经济活动。在旅游经济活动中,经营的是旅游产品,经营者为购买者提供用于满足旅游活动过程中的综合需要的服务的总和。旅游者需要的是使用价值,旅游供给者追求的是价值,二者在旅游市场上相遇,即旅游市场把旅游需求者与旅游供给者联结起来。在市场中,供给者和需求者对价格都十分敏感,价格的高低关系着旅游经营者的效益,也关系着旅游需求者的购买能力。如果旅游者接受这个价格,即把可能的旅游需求变为现实的需求,就是旅游消费。如果旅游供给者愿意以这种价格水平出手自己的产品,则构成旅游企业的收入。企业为了维持存在,就要把已得到的收入再花出去,这样反复下去,就构成旅游收入的分配。该分配与国民收入的分配一样,也分为初次分配与再分配。旅游业的经营是为了获得最大的经济效益,即力图以最少的投入获得最大的产出。为了达到这个目的,就要研究旅游投资与决策,进而提出旅游发展战略,进行规划与开发。

以上一切是以旅游产品作为切入点、按照事物发展的内在矛盾展开分析的,通过旅游产品、旅游需求与供给、旅游市场、旅游价