



旅遊業

12

旅遊經濟編 3

BK 75/06

目 录

第一章 序言 (1)

产生就业和收入(2); 旅游业的范围(4); 作为一种出口的旅游行业(5); 旅游者的定义(7); 识别旅游者(8); 国内旅行与国际旅行(9); 美国国内旅行(11); 美国的旅游收入(15); 对旅游模式的影响(19); 社会力量的重要性(22); 社会变化的影响(25); 旅游的社会意义(25); 旅游业的未来(27)

第二章 旅游业的组成 (34)

游客膳宿设施(35); 旅馆内客房数(36); 会议旅馆兴建在飞机场附近(38); 未来会议形式的变化(38); 航空公司兼营旅馆业(38); 美国在世界旅行行业中处于领先地位(39); 旅行联营企业(40); 各国政府和旅游业(40); 世界旅游组织(42); 政府控制下的旅游业(43); 美国旅行社(45); 对旅游者的吸引物(46); 开发旅游点的四种方法(47); 景色和文化相结合(47); 对旅游者有教育意义的吸引物(49); 主题公园(49); 对游客具有吸引力的公园和森林(50); 旅游吸引物的分类(51); 体育活动引起旅游(51); 滑雪运动人数在增加(52); 奖励性旅行(52); 为旅游使用的信用卡(53); 作为一种抽象观念的旅游(54)

第三章 旅行方式——火车、轮船和汽车 (55)

铁路(57); 铁路改变了旅行和休假(58)。铁路;(59); 火车可到达游览地(60); 铁路公司建造旅馆(61); 最近的发展(61); 新的高速火车(62); 让旅行的人感到更加愉快(64); 美国铁路公司(65); 铁路的衰落(65); 美国客运火车服务的前景(66)。乘船旅行(66); 游轮取得了重要地位(67); 客轮上的膳食服务(68); 豪华的船只(70); 巡游市场述评(71); 水翼艇和气垫船(72)。汽车;



(72);政府大量资助修建公路(73);小汽车旅行花费更多(75)。国际公共汽车旅行;(75);早期的历史(76);旅行时间的减少(77);“灰狗”公司的体制(78);欧洲公共汽车公司(78)

第四章 航空旅行(79)

经济和速度(79);航空旅行者的形象(81);美国的商业航空旅行(82);商业飞机的发展(83);商业喷气式飞机(85);快速的膳食供应(88);宽体飞机削减了飞机班次(88);超音速飞机(88);盈亏的组成部分(89);运载系数(90);经营管理上的因素(91)。航空公司的人事管理;(92);需要女乘务员工作(93);劳动力密集的航空公司(93);四分之一的人员在飞机上工作(94);短距离起飞和降落(95);包机、廉价班机、出租飞机、航空旅游(96);价格和收费管理(97);需求的弹性(98);发展航空旅行存在的问题(101);国际航空公司和旅馆业务(103);航空旅行的未来(107)

第五章 旅行代理商(109)

代理商的影响(110);托马斯·库克父子(110);旅行支票(111);美国捷运公司(112);旅行的兴起和旅行代理机构的发展(113);专业代理商(114);多种形式的旅游安排(114);计算航空费用需要专门知识(115);代理商的职责范围(116);包机飞行(118);旅行代理机构的佣金(119);旅行代理机构的开设(120);美国旅行社协会(121);欧洲的旅游经营(122);美国的旅游批发商(122);旅游经营者的才能(123);大代理商取代了小代理商(123);旅行代理机构的盈亏(124);旅行代理机构的价值(125);旅行的大宗买卖(128);代理商在旅游业中的作用(128)

第六章 人们为什么要旅游.....(130)

休假态度的研究(133);公务活动和游乐旅行(134);游乐旅行(135);为健康而旅行(136);闲暇的旅行(136);为学习而旅行(137);抬高自己和放任自己(138);体育生活(139);对购物的要求(140);到达异乡异地的乐趣(141);旅行前和旅行后的乐趣(142);旅行的社会性质(143);休假旅行和城市化(144);度假是一种文明的标志(144);旅行可以使人们的观察力变得敏锐(145);旅行的精神价值(145);对旅行的不同观点(146)

第七章 旅游对经济和社会的影响(148)

旅游的两个方面(148); 在混合经济结构中旅游是主要力量(150); 旅游的受益者及其数额(151); 成本利得率(152); 旅游花费的“增值效果”(153); 进口倾向(154); 旅游花费的分配(157); 公共费用(159); 成本利得率依游客类型而异(160); 寻求最佳市场(160); 旅游业的成本利得(161); 各国政府各有所取(161); 旅游的密度(162); 旅游的社会意义(164); 使游客受到欢迎(165); 旅游点的成熟和市场的变化对游览区社会变化的影响(167); 社会旅游(169)

第八章 旅游点的开发(171)

旅馆客房与旅客的平衡(171); 应用需要的预测(173); 投资模式(174); 多学科性的探讨方法(176); 市场分析者的作用(179); 经济分析者的作用(180); 游览地开发的计算机模式(181); 旅游点开发(185)。开发计划实例:(186); 华特·迪斯尼世界的开发(186); 第一阶段计划(186); 垃圾的收集和处理(188); 在温带地区的四季游览地(190); 滑雪区的要求(191); 维尔村——一个有声望的山区游览地(192); 中美洲一个假日休憩地的开发(192); 魏美乡村旅馆(193); 得克萨斯州休斯敦天体观察中心(193); 哥斯达·斯迈罗尔达(194); 建筑的管理(195); 制订总体规划是成功的先决条件(196)

第九章 旅行研究和推销(197)

哪些人将到这个地区来?(197); 影响前往美国旅游的可变因素(198); 用行为主义的探索方法研究旅游(207); 家庭背景是影响旅游的一个因素(209); 生活方式的研究(210); 市场检验和广告(212); 怎样刊登广告?(212); 市场的趋势(214); 投入——产出分析和计量经济模型(216); 运用模型, 计划者可以进行预测(217); 旅游研究和推销是具有多学科性的(218)

第十章 天气和旅行(219)

洋流和气候(221); 海拔高度的影响(222); 天气与射流

(223);天气的错觉(223);地中海气候(224);岛屿天气(225);白昼的长短(225);在某些季节不宜前往的地方(226);世界著名古老旅游点的天气(227)

第 一 章

序 言

旅游业是为国内外旅游者服务的一系列相互有关的行业。旅游关联到游客、旅行方式、膳宿供应设施和其它各种事物。它构成一个综合性的概念——随着时间和环境而不断变化的，一个正在形成和正在统一的概念。

在旅游业中，有些技能是商业各个部门所共同需要的，有些技能却并不如此。例如接待公众并为公众服务的这种技能，在任何商业都是共同的，都是极有价值 and 极其必要的。当然，接待顾客的技能对于各种职业和专业都很重要，特别是服务性的职业，所谓人侍候人的职业。接待行业方面，例如旅馆业、饭馆业、俱乐部业、公寓管理业等等，也都需要这种接待的技能，但还需要若干其他技能。旅游业中同样也有一些特殊的工作，例如航空业务、游览设计业务、车辆租赁业务、旅行社业务等等，这些业务都另需专门的知识和技能。旅游业大都与销售有关，例如航空销售和旅游销售，跟其他各种销售一样，都要求具备技能和个人的才干。至于市场学则是另外一门学科，其范围要广泛得多。所谓旅游业，实际上是一系列经济上相互有关的行业，它虽由几种普通技能联结在一起，但也分别体现特殊的技能。

旅行业和旅游业也许可以说是全世界发展最快的行业，但其经济的、社会的、政治的重要性却直到现在才被人们所认识。在政府、大学和公司中工作的经济专家们正在把他们的注意力转向旅游业对区域经济和国民经济所具有的直接和间接意义上。社会科学家们在注视着旅游业的社会影响。对旅游业的

这种认识，应该早就具备了。

太平洋地区旅游协会（P.A.T.A）的执行副会长爱德华·约翰斯顿说：“1977年发生了一次大突破——全世界在国际和国内旅游上，所花费的钱超过了军备费用，3,600亿美元用于旅游，3,000亿美元用在军备和毁灭性武器上。这3,600亿美元占1977年全世界生产总值的6%以上”。据说，除了石油以外，旅游是国际贸易方面数字最大的项目。据总部设在马德里的世界旅游组织估计，1978年全世界花费在旅游上的总金额达4,480亿美元。但是，在这里我们应该注意到这一点，即对旅游金额的估计各有不同，相差悬殊，其原因是：（一）在所能获得的数据中有不少是不可靠的；（二）在计算旅游总金额时，所用的涵义不同，对构成旅游的内容解说也不相同。旅游，原来作为独立的和各不相干的学科，现在正开始结合起来。

产生就业和收入

旅游能产生就业、收入和税收是非常明显的。据美国旅行资料中心报导，1978年美国本国旅客和外国旅客在美国的花费约达850亿美元。1974年美国旅游业支付给从业人员的工资将近190亿美元。旅游业又为美国联邦政府、州政府和地方政府创造了大约90亿美元的岁收。旅客在美国花费每一美元，其中有7.3美分是缴纳给联邦政府的税款，4.8美分是缴纳给州政府的税款，0.4美分是缴纳给地方政府的税款。也就是说，每个旅客每花费100美元，其中就有12.50美元缴了税，就像在小小的罗得岛州，旅客的花费达1.7亿美元，可使9,000人就业。在美国另一端的加利福尼亚州，旅游业收入高达82亿美元，有39.3万人服务于旅游业。在夏威夷、佛罗里达和内华达三个州，旅游业都是首屈一指的行业。据报导，有二十二个州，1978年的旅游业收入都超过10亿美元，其中以加利福尼亚和佛罗里

达两个州的旅游业收入最高,每年均在 80 亿美元以上。其他八个州的旅游业收入,1978 年达 20 亿美元或 20 亿美元以上。

从一个州的全部非农业从业人员中,旅游业的从业人员所占的比重可以看出旅游业对该州经济所起的作用。在全部非农业从业人员中,旅游业从业人员所占比重最高的是内华达州,占 16.2%,接下来是夏威夷和佛蒙特两个州。它们的旅游业在整个州的经济方面均占重要地位。佛罗里达州的旅游业也是一个重要的因素,像新布什尔、缅因、怀俄明和科罗拉多各州的旅游业都在发展成为一项重要的经济来源。

旅游业除了直接创造收益以外,还为各行各业创造了大量的间接收益。据美国旅行资料中心的估计,1976 年与旅游业有关的行业收益约达 1,570 亿美元,其中交通运输业占 652 亿美元,旅馆住宿业占 152 亿美元,饮食业 577 亿美元,娱乐业占 186 亿美元。

1976 年美国旅游业大约为 380 万人提供了就业机会,约占全国非农业从业人员的 4.4%。据“发现美国旅行组织”的估计,一个旅客每花费 100 美元,就提供 48 分钟的就业时间和 26 美元的工资和薪金。

许多人都赞成发展旅游业,因为它能为社会上的一部份人(特别是妇女和青年)提供大量的就业机会。旅游业所产生的间接就业机会也很可观,据估计,在美国旅游业直接产生每 100 人就业时,就能另外间接产生 48 个人就业。

据美国众议员弗雷德·隆奈说,旅游业比一般行业能经受得住经济衰退的影响。三十年代大萧条以来,在情况更加严重的 1973~1975 年经济衰退时期中,旅游业的从业人员非但没有减少,反而大为增加,而在同期内,其余行业则无不减员。

旅游业的范围

旅行和旅游业的范围可以包括服务性行业如旅馆、汽车游客旅馆、游览地、餐馆、出租汽车和露营等。它还可以扩展到其它为旅行者和度假者服务的业务如体育用品、如油站、假日摄影。甚至于还包括晒黑涂剂、太阳眼镜和体育服装等。

研究者在考虑旅游业的范围时,几乎立刻会认识到,要想理解旅游业发展的动力,就需要一种与各学科相互联系的研究方法。不言而喻,要了解旅游事业就有赖于对经济、商业、生态、地理、政治、法律、心理、社会甚至人类学等以及有关学科发展状况的了解。由于旅游业对各种发展的变化是如此敏感,因此必须要把各种最新的统计数字经常地进行估算。

要了解旅游区的开发和发展,应包括它的可行性研究,经济和社会影响的分析,财政收入以及市场行情和宣传推销的研究。在这些活动中,政府担负着大部分的任务。

旅行的方式——特别是飞机、汽车和火车,已成为旅游的主要部分。

在六十年代,旅行业的广阔领域日益同私人的公司结合在一起。今天,一家大公司可以拥有自己的旅行社,一条航空线路、旅馆、导游服务社和出租汽车公司。目前,游览地的开发往往成为土地开发的一项内容。几年以前还是个别努力经营的领域,而现在已成为一个整体了。

在大部份闲暇时间里,旅游是人们的共同要求。人们从住所前往一个旅游点,然后再回来。旅行的目的可能是为了游乐,也可能是为了某种需要或出差。旅行者在途中要住汽车游客旅馆,或睡在轮船上、火车上,留宿在营地或其他接待处所。旅行的方式通常是坐汽车、公共汽车、飞机、火车或轮船,这些都是旅行经历的一个组成部分。到达目的地以后,旅行者要住宿、用

膳、游览、以及得到教益和欢乐。这种经历总括起来的概念就是旅行。旅行业的范围还包括为了使旅行方便而提供产品和服务的人们。

作为一种出口的旅行业

国际旅游的费用支出超过 300 亿美元，标志着它是一种值得重视的“无形和无烟出口”。根据国际官方旅行组织联合会 (I.O.U.T.O) 的统计，1973 年各国入境的国际游客达 2.15 亿人次，这些来往于各国之间旅行者的花费约 280 亿美元。

对一些国家来说，旅游是最大的“出口项目”，其中包括英国、西班牙、意大利、墨西哥和爱尔兰。下表是 1970 年十个主要旅游接待国的旅游收入以及政府为促进旅游而支付的费用：

国 别	旅 游 收 入 (单位：百万美元)	政府支付旅游促进费用 (单位：百万美元)
美 国	1,770	1.4
意大利	1,476	3.0
西班牙	1,179	3.0
法 国	954	3.8
加拿大	920	5.2
西 德	911	1.7
奥地利	687	1.7
英 国	678	7.2
瑞 士	592	2.7
荷 兰	342	1.5

资料来源：美国旅行服务社

有些岛屿如百慕大、维尔京和巴哈马，收入几乎全部是依靠旅游业。如巴哈马每年收入 2.5 亿美元，平均每个居民收入在

1,300 美元以上。百慕大和巴哈马的旅游收入,按人口平均每年超过 1,200 美元,比拉丁美洲任何一个国家按人口平均的个人收入要多。美属维尔京群岛居民的收入也大多来自旅游业,按人口平均几乎达到 3,000 美元。此外许多不发达国家也把国际旅游当作平衡对外贸易逆差和促进本国经济发展的主要手段。

旅游业在一个国家和地区的全部经济活动中所占的比重可能是相当小的,但它对经济却极为重要。例如瑞士的旅游收入仅占其国民收入的 8.4%,1970 年接待外国游客的收入达 31.25 亿瑞士法郎,但这项“无形出口”却弥补了瑞士对外贸易逆差的 85% (瑞士旅游局 1971 年报告)

1950~1970 年期间,全世界旅游业迅速增长。在这二十年中,全世界出口贸易总额每年平均增长 7.7%,而世界旅游业每年增长率为 12%。

根据洛克希德飞机制造公司提供的资料:据国际民用航空组织报道,世界定期班机的运输量,(苏联和中国不在内)在 1970~1980 年期间,每年平均将增长 10.6%。非定期班机的客运量,据乔治·N·萨拉姆估计在同一时期内,每年平均将增长 15%,一个重要的理由是,搭乘过飞机的旅行者在全世界人口中还只有 3%。

波音公司预言:1970~1980 年期间,北大西洋旅行将增至三倍,而美国国内旅行增长较慢,原因在于它原来的基数就很高。

在缴纳个人所得税以后,由个人自由支配的收入是促使旅游增长的一个关键。美国按人口平均可由个人自由支配的收入,1963 年为 2,138 美元,到 1973 年增至 4,195 美元。1975 年,美国约有 1,600 万户家庭年收入达到二万美元或更多一些。影响旅行的因素有教育、年龄和生活方式等,但首先考虑的因素,是

当人们有旅行的欲望时是否有足够的财力。

旅游者的定义

旅游者 (tourist) 这个名称最初获得人们的承认是在十九世纪的英国。到了今天,旅游者被解释为:“人们为了寻找乐趣或从事公务活动,而离家旅行,在外至少逗留一昼夜的。”

不同的学者对旅游者所下的定义也不一样。有时它包括往某地参加会议的,有时不包括。例如,美国佛罗里达州的研究单位认为,“旅游者”这一名词仅指来自本州以外,为娱乐或度假目的而逗留过夜的人们;马萨诸塞州 1970 年对旅游的一项研究认为,“旅游者”是指在经常活动范围之外为了寻找乐趣、公务活动或度假而旅行的任何人。劳工统计局认为“旅游者”的定义是指为了娱乐或度假而到本州以外的地方去旅行过夜的人。它把为公务活动或参加会议而旅行的人排除在外。

1876 年出版的《十九世纪通用字典》对旅游者的解释是:“人们为了享受旅游乐趣,出于好奇心而旅行而且认为再没有比旅行更好的事了”,甚至“是为了事后还可以向别人得意地夸耀”。牛津英文字典叙述说,“旅游者”这个词早在 1800 年就已使用;而“旅游”(tourism)一词是在 1811 年出现的。

联合国对“旅游”提出更广义的解释,其中有一项是采用国际官方旅行组织联合会的。1963 年在联合国召开的国际旅行和旅游会议上确定了旅游者的定义,认为旅游者是指为了寻找乐趣的旅行者,还包括为了公务、家务、某项使命或参加会议而旅行的人们。

根据国际官方旅行组织联合会所下的定义,旅游者就是指在一个国家参观游览至少逗留 24 小时的临时旅客,旅行的目的可分为下列几项:

- (1) 消磨闲暇(娱乐、度假、保健、学习、宗教和教育)。

(2) 为了公务、家务、使命和参加会议。

根据国际官方旅行组织联合会的解释，旅行者在外逗留不满 24 小时的称作“短途旅行者”。

在本书中，主要是讨论那些为游乐而旅行的人们。根据环球航空公司的见解，游乐旅行是使旅行市场不断扩大的一个因素。1970 年，这种旅行在国际旅行中占到 75%，在美国国内旅行中约占 50%。这种旅行的比重肯定还会不断增长。1971 年，对美国以外 224 家旅馆（共有 6.3 万间客房）进行的调查表明，所有旅客中约有一半是旅游者。

旅游者(tourist)这个词有许多含义，但不是所有的含义都很恰当。“旅游者”一词经常被贬低使用，如在定期航行的轮船和飞机上取费最低廉的一级舱座称作“旅游级”(tourist class)。老于世故的旅行家由于被认为是个旅游者而经常抱怨。为了避免使用“旅游者”一词，其他一些词如“旅行者”(traveler)，“游客”(visitor)和“旅客”(guest)就广泛使用了。

识别旅游者

识别一个旅游者并不如想象中那么容易。他们只占全世界人口中相当小的比重。美国人到海外去旅行的不到人口的 3%。居住在地球上的 35 亿人口中，如果除去 8 亿中国人和 2.5 亿印度人，以及非洲的大多数人，剩下的旅游者就为数不多了。

泛美世界航空公司的乔治·纽曼对潜在的国际旅行市场作了简明的解释：“……除去 30% 是年纪很大的，很年轻的，以及患病的和贫苦的人，另外 15% 为长期失业需要救济的非旅行者。剩下来作为潜在的旅行对象只有 55%”。一家“旅行和假日研究新闻周刊”报道，在美国年满十八岁的成人中，大约有 12% 的人从来没有享受过持续一周的假期。

在整个历史上，旅行曾经是一种阶级现象。个人的经济情

况，在很大程度上控制着旅行的花费量。如果一个人经济能力有限，他为了旅行和度假的需要只能花费其财源的一小部分，在收入增加的时候，如果他希望旅行，显然就可以为此多花一些钱。在现时代以前，能旅行的多半只限于社会上的权贵，还有逐草而居的牧民和战士。现在，情况就不同了，旅行在很大程度上反映了收入和教育水平，但也反映了年龄、种族、职业、居住地点以及一种特殊的生活方式。

为了要到一个特定的旅行目的地去，一个旅游者必须有一笔钱和对这一旅游点的向往。这个旅游市场在总人口中也许只占极少数。市场也许集中在一些大城市，或者这个旅游点仅仅局限在相当狭小的范围之内。

例如为美国马萨诸塞州科德角开拓的旅游市场，大多集中在科德角四周五百哩行车范围之内。为迈阿密海滩开拓的冬季市场，大多集中在纽约这个大城市。为夏威夷州提供大量客源的是加利福尼亚和纽约两个州。拉斯维加斯的游客市场则来自加利福尼亚州。对旅游业促进者说来，主要的问题在于：(1)要为各个特定的旅游点开拓市场；(2)使不外出旅行的人们转变为前往那些旅游点的旅游者。

国内旅行与国际旅行

大多数的旅行是国内旅行，即在国内进行旅行的意思。据国际官方旅行组织联合会估计，世界所有旅行费用的 75% 到 80% 是旅行者在自己国家内支出的。这项百分数，各国相差很大，在美国为 94%，英国为 70%，意大利为 46%，瑞士则为 44%。

除了几个较发达的国家以外，有关国内旅游的统计数字不是普遍地所能得到的，为了研究旅游的流量，美国的 W·欧文教授创制了一种“旅客流动”的指数。

这种指数是下列各项的平均数：旅客的平均旅行哩数；旅行

小汽车平均数；每一百平方哩内的铁路线长度；每一万人口的铁路线长度；每一百平方哩内的铺面公路长度；每一万人口的铺面公路长度。这项指数以100为基数，以法国为标准国家。如下表：

1961 年经选择的下列各国旅客流动指数

(法国指数 = 100)

发展中国家

2—5	5—10	10—15	15—20	20 以上
埃塞俄比亚	阿 联	秘 鲁	阿尔及利亚	锡 兰(22)
尼日利亚	加 纳	巴 拉 圭	马 来 亚	墨西哥(23)
伊 朗	緬 甸	印 度	巴 西	智 利(36)
	菲 律 宾		玻 利 维 亚	
	叙 利 亚			
	泰 国			
	厄 瓜 多 尔			
	哥 伦 比 亚			
	印度 尼 西 亚			
	巴 基 斯 坦			

发达国家

40—60	60—80	80—100 *	100 以上
日 本	荷 兰	法 国(100)	美 国(147)
意 大 利	挪 威	英 国	加 拿 大(149)
	芬 兰	西 德	
	奥 地 利		

* 原文为90—100，疑有误，译文改为80—100

以多数的发展中国家来说，这一指数都在25以下，如埃塞俄比亚则低至2。美国和加拿大的指数接近于150。

这一指数显示了国内的旅客流动量，还表现了各国旅客运

输的发展程度。因为旅客的运输能量是旅游业的一个主要组成部分,所以这一指数又能显示各个国家旅游事业的发展水平。

一国按人口平均计算的收入是与该国国内和国际旅游量具有密切关系的。美国人口只占世界人口总数的 6%,而国内国际旅游的总量却占到世界的三分之一,占世界区域之间旅游总量的三分之二(指长距离国际旅游),占 1973 年世界国际旅游总花费 280 亿美元中的 70 亿美元。世界其他主要的国际游客是西欧各国,特别是西德和斯堪的那维亚国家。在东方,只有日本无论是国内旅游还是国际旅游都是名列前茅的。

所谓“旅行的嗜好”在美国国内也是因地区不同而大不相同。它反映了诸如可自由支配的收入,教育水平,生活方式,年龄,健康和家庭背景等因素。令人惊奇的是,按人口平均在旅行上花费最多的是首都华盛顿。(至少是指向旅行社购买旅行票证而言)。除哥伦比亚特区之外,其次是夏威夷和阿拉斯加两州。旅行花费最少的是南部几个州,如亚拉巴马,密西西比,南卡罗来纳和肯塔基。

美国国内旅行

美国国内的旅行,已成为一种消费兴趣。根据美国人口调查局 1972 年的交通运输调查,约有 1.14 亿人,即约占全国居民总数的 55%,至少进行了一次离家一百哩以外的往返旅行。人口调查局采用“旅行人次”这一术语,意即一人一次旅行。如果同一户内有三个人一起作了一次旅行,那就计算为三个旅行人次。一个通常的旅行者是指在一年内至少进行过一次 100 哩或 100 哩以外的旅行,而且约有 15.6 夜不在家里住宿,每年总计便要达到旅程 3,239 哩的惊人记录。更为令人惊异的是,在 1967—1972 年期间,旅行的次数增加了 82%,难怪美国在 1974 年经受了一次全国性的石油危机。

旅行资料的主要来源——也许是最可靠的来源——便是美国人口调查局每五年进行一次的投资资料。这项资料有时和各州以及地方政府所收集的统计资料有很大差异。至于产生差异的一个原因是所规定的范围不同，另一个原因是选样的种类和所用的方法不同。

1972 年美国旅行调查一览表
(按 458.5 百万旅行人次调查)

交通工具:

汽 车	390.7	百万人次
公共汽车	8.4	百万人次
火 车	1.9	百万人次
飞 机	53.9	百万人次
其 它	3.6	百万人次

旅行的主要目的:

探 亲 访 友	175.9	百万人次
公务和会议活动	92.6	百万人次
户 外 娱 乐	57.1	百万人次
游 览 和 娱 乐	60.8	百万人次
其 它	72.2	百万人次

是否周末旅行:

是 周 末	218.7	百万人次
不是周末	214.0	百万人次
无 回 答	25.7	百万人次