

21世纪高等院校旅游管理专业系列教材



LÜYOU JINGJIXUE

旅游经济学

孙厚琴 / 编著

立信会计出版社

21世纪高等院校旅游管理专业系列教材

旅游经济学

LÜYOU JINGJIXUE

孙厚琴 编著

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学/孙厚琴编著. —上海:立信会计出版社,
2003. 11

(21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材)

ISBN 7-5429-1187-2

I. 旅… II. 孙… III. 旅游经济学-高等学校-教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 096368 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64695050×215 (021)64391885(传真) (021)64388409
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
E-mail	lxaph@sh163c.sta.net.cn
E-mail	lxzbs@sh163.net(总编室)

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	890×1240 毫米 1/32
印 张	10.625
插 页	2
字 数	275 千字
版 次	2003 年 11 月第 1 版
印 次	2003 年 11 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1187-2/F·1089
定 价	19.00 元

如有印订差错 请与本社联系

21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材

编辑委员会

主编 冯学钢(华东师范大学旅游学系)

编委 郭英之(复旦大学旅游学系)

武邦涛(上海交通大学旅游管理系)

庄志民(华东师范大学旅游学系)

张文建(华东师范大学旅游学系)

吴承照(同济大学风景旅游系)

邹 益(上海对外贸易学院旅游系)

陈建勤(上海大学旅游学系)

吴国清(上海师范大学旅游学院)

刘 住(上海旅游高等专科学校)

朱卫娅(锦江集团教育培训中心)

王慧敏(上海社会科学院)

前 言

跨入 21 世纪,中国旅游业迎来了新一轮的快速发展。加入 WTO 后,中国的旅游业面临着前所未有的机遇和挑战,如何抓住机遇,迎接挑战,在今后 20 年内顺利实现从“亚洲旅游大国”向“世界旅游强国”转变的目标,这是我国旅游业界所要关注的。伴随着中国旅游业向前发展的同时,中国旅游经济的发展要求有关旅游经济学的理论研究也能跟得上时代的发展,能适应新形势,解决新问题。本着推进旅游经济学理论研究的精神和培养 21 世纪旅游人才的目的,适应现代旅游教育发展的需要,我们编写了这本《旅游经济学》教材。

旅游经济学是研究旅游活动中所发生的经济现象、经济关系和旅游经济发展规律的学科。它是站在经济的角度,运用经济的原理、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。本书结合了现代西方经济学、旅游学、管理学及金融学等多学科的知识和方法,充分体现了旅游经济学综合性学科的特色。全书内容包括:旅游经济学导言、旅游经济活动分析、旅游市场分析、旅游经济运行环境及影响、旅游市场运行、旅游市场竞争、旅游经济活动效益分析和旅游产业结构与产业政策。

本书紧紧围绕旅游经济活动,从不同的角度对商品经济条件下的旅游活动——旅游经济活动的产生、发展、本质、市场运行环境以及经济效益等方面对旅游经济活动的规律作了介绍。具体而言,本书有如下特点:

(1) 从旅游、文化、历史角度阐述了旅游经济活动的概念及形成。

(2) 从经济性、文化性、社会性角度分别对旅游活动和旅游经济活动作了比较分析,揭示了旅游经济活动的本质。

(3) 从价值、使用价值方面对旅游产品和一般产品作了比较分析,从旅游经济活动要素角度对旅游经济活动的内涵进行剖析。

(4) 从商品经济角度结合旅游需求、旅游供给的特点对旅游市场作了概述。

(5) 从影响旅游经济活动的环境角度对当前中国旅游经济状况作了介绍分析。

(6) 结合实际对现代旅游市场的特点、风险、资本运行、市场运作、市场调节等作了全面的研析。

(7) 引入了博弈论的方法,介绍了现代旅游市场竞争。

(8) 根据前面的基础理论对旅游经济活动作了经济效益分析。

(9) 进一步从产业高度来解释旅游经济活动,更深入地对旅游经济活动进行了分析。

与以往的教材相比,本书的不同之处在于两点:第一,虽然是从经济的角度来研究问题,但为了避免就经济说经济,本书放弃了一些纯经济理论的分析,而是紧紧围绕旅游经济活动的各方面提出了观点,尤其是在旅游经济活动的运行上,把它置于旅游市场的环境中,借用经济学理论具体问题、具体分析。第二,着重从相对微观的角度来分析研究问题,以求分析得更加深入。

本书针对旅游业的发展形势,与时俱进,对热点问题提出了一些新的见解。例如,在中国旅游企业借助新兴的资本市场这个问题上,先介绍了资本市场的基本概念,然后根据旅游企业的特点,分析了适合不同旅游企业的不同资本市场的运作方式。另外,本书所搜集的数据较新,并列举了一定量的案例。本书可作为大专院校旅游专业学生的使用教材。

本书由孙厚琴担任第一作者,章晓盛担任第二作者。参加执笔的人员还有:刘宇、刘婷立、陈勇、熊靓、郑超。全书由孙厚琴设基本框架,

前 言

并确定书中的论点和基本内容以及最后统稿。在编写过程中,华东师范大学旅游系的老师们对本书提出了不少宝贵的意见和建议,同时让人难忘的是本书的责任编辑徐小霞女士给予了许多真诚的帮助,在此一并表示诚挚的感谢。

由于时间仓促,加之作者水平有限,错误与疏漏在所难免,恳请读者批评指正。

作 者

2003年9月

21 世纪高等院校旅游管理专业系列教材

《旅游学导论》

王晓云

《旅游经济学》

孙厚琴

《导游学》

李 梓

《旅行社经营管理》

楼嘉军

《新编饭店管理》

赵星铁 胡 平

《旅游资源开发与规划》

冯学钢

《旅游心理学》

邱扶东

《会展旅游概论》

胡 平

《旅游服务营销》

张文建

《旅游经济文化研究》

庄志民

作者简介

孙厚琴 1951年12月出生于安徽芜湖市。1982年在华东师范大学获经济学学士学位，在北京电子科技学院任经济学课程教学。1988年考入华东师范大学读研，获法学硕士学位。1990年提前毕业留华东师范大学。1993年进入华东师范大学旅游学系，现为商学院旅游学系副教授、硕士生导师。主持上海松江等地的旅游总体规划类科研课题共4项，上海东方明珠、东方绿舟等子课题3项。与人合作著书3本。主要承担《旅游经济学》、《西方经济学》、《公共关系学》、《市场营销学》的教学。

目 录

第一章 旅游经济学导言	1
第一节 旅游经济活动概述	1
一、旅游经济活动的界定(1) 二、旅游经济活动形成的社会背景和条件(4) 三、现代旅游经济活动的发展(11)	
第二节 旅游经济观念的演进	13
一、旅游萌芽时期的旅游经济观念(13) 二、旅游发展时期的旅游经济观念(16) 三、旅游活动形成时期的经济观念(21)	
第三节 旅游经济学的研究	26
一、旅游经济学的研究对象(26) 二、旅游经济学的研究内容(27) 三、旅游经济学与其他有关学科的关系(29) 四、旅游经济学的研究方法(31)	
复习思考题	34
第二章 旅游经济活动分析	35
第一节 旅游经济活动与一般社会活动	35
一、旅游经济活动的概念(35) 二、一般社会活动的概念(35) 三、旅游经济活动与一般社会活动的区别与联系(37)	
第二节 旅游产品	39
一、旅游产品的内涵(39) 二、旅游产品的价值和使用价值(41) 三、旅游产品的特性(45) 四、旅游产品的分类(49) 五、旅游产品的构成要素(52) 六、旅游产品开发(56)	
第三节 旅游经济活动的特质	58
一、旅游经济活动的社会性(58) 二、旅游经济活动的文化性(59)	

三、旅游经济活动的经济性(61)	四、旅游经济活动的开放性(63)
复习思考题	65
第三章 旅游市场分析	67
第一节 旅游供求及均衡	67
一、旅游需求(67)	二、旅游消费(73)
三、旅游供给(75)	四、旅游供求均衡(80)
第二节 旅游市场的拓展	84
一、旅游市场拓展的必要性(84)	二、旅游市场开拓战略(85)
三、旅游市场拓展策略(94)	
复习思考题	96
第四章 旅游经济运行环境及影响	97
第一节 旅游经济运行环境概述	97
一、旅游经济运行环境及其构成因素(97)	二、旅游经济运行环境与旅游经济活动(98)
第二节 旅游经济运行的间接环境分析.....	100
一、政治经济环境及其影响(100)	二、社会文化和人口环境及其影响(106)
三、科技环境及其影响(110)	四、自然环境及其影响(111)
第三节 旅游经济运行的直接环境分析.....	113
一、旅游企业的环境及影响(113)	二、顾客(116)
三、公众(116)	
第四节 入世对中国旅游市场的影响及对策.....	117
一、加入世界贸易组织对中国的总体影响(117)	二、入世对中国旅游市场的影响及相应对策(118)
复习思考题.....	128
第五章 旅游市场运行.....	129
第一节 旅游市场的内涵及特点.....	129
一、旅游市场的定义(129)	二、旅游市场的划分(131)
三、旅游市	

场的特点(135)	
第二节 旅游市场风险	137
一、旅游市场风险概述(137)	
二、旅游市场的投资风险分析(140)	
三、旅游市场的营销风险(144)	
四、旅游市场的外汇风险(147)	
第三节 旅游市场资本运作	151
一、资本运作的概念(151)	
二、旅游市场的融资活动(156)	
三、旅游企业短期融资(159)	
四、旅游企业的资本市场融资(161)	
五、旅游企业的并购与重组(167)	
六、旅游上市公司(173)	
第四节 价格调节与非价格调节	181
一、旅游市场的价格调节(181)	
二、非价格调节(185)	
第五节 政府调节	198
一、概述(198)	
二、制定旅游经济发展战略(202)	
复习思考题	207
第六章 旅游市场竞争	209
第一节 旅游市场竞争概述	209
一、市场竞争的必然性(209)	
二、旅游市场的核心竞争力(211)	
三、旅游市场竞争的类型和目标(212)	
四、中国人世后旅游市场竞争的特点(217)	
第二节 旅游市场竞争的战略	220
一、旅游创新与竞争(220)	
二、竞争战略的特点(222)	
三、旅游市场竞争战略模型(223)	
四、旅游市场竞争战略的风险和选择(227)	
第三节 旅游企业竞争博弈	231
一、博弈与博弈论(231)	
二、旅游企业竞争博弈(236)	
复习思考题	246
第七章 旅游经济活动效益分析	247
第一节 旅游收入	247
一、旅游收入概述(247)	
二、旅游收入的初次分配和再分配(249)	

三、旅游乘数效应(251)	四、旅游外汇收入的漏损和防范(252)	五、 评价旅游收入的主要经济指标(255)
第二节 旅游成本		258
一、旅游成本的构成(259)	二、评价旅游成本的主要经济指标(266)	
三、旅游承载力(270)		
第三节 旅游经济效益及分析		279
一、旅游企业微观经济效益及分析(280)	二、旅游宏观经济效益及分 析(286)	
复习思考题		291
第八章 旅游产业结构与产业政策		293
第一节 旅游产业结构优化		293
一、旅游产业结构(293)	二、我国旅游产业结构现状及优化(295)	
第二节 旅游产业组织		306
一、产业组织的定义(306)	二、旅游产业组织分析的 SCP 框架(307)	
三、SCP 框架下的我国旅游产业组织实证研究(309)		
第三节 旅游产业政策		319
一、产业政策及旅游产业政策(319)	二、旅游产业政策制定的必要性 (320)	
三、旅游产业政策的功能(321)	四、旅游产业政策合理化的 目标(321)	
五、我国旅游产业政策的构成(322)		
复习思考题		322
参考文献		324

旅游经济学导言

旅游经济学是一门新兴的边缘交叉学科,是以旅游经济活动为其研究对象。现代旅游经济活动是社会生产力发展到一定阶段的产物,是商品生产和商品交换长期发展的结果,它反映了旅游活动中的经济现象、经济关系以及经济规律。旅游经济已经成为国民经济的一个重要组成部分,我们对旅游经济学的研究,对于更好地推动旅游业的发展具有十分重要的意义。

第一节 旅游经济活动概述

一、旅游经济活动的界定

旅游经济活动本身属于旅游活动,旅游活动包含的内容,旅游经济活动也都包含。要想了解什么是旅游经济活动,必须了解什么是旅游活动。旅游是一种社会活动,是人类社会特有的一种文化现象。狭义地说,旅游就是指旅游活动;广义地说:旅游是泛指涉及旅游活动领域里的主要事物,具体可以是指旅游活动、旅游业或者旅游界等,所以从某一角度而言,也可以说旅游涵盖了旅游活动。

一般而言,旅游活动可以定义为:以游览为目的的旅行活动。旅行是指人们离开常住地到异地作短暂停留的行为。而游览是以休闲等为目的的积极主动的活动。旅游是旅行和游览的结合,是旅游者在自己

可自由支配的时间内,为了满足一定的文化享受目的,如休闲、娱乐、保健、求知等,通过异地游览的方式所进行的一项社会活动,并由此而导致的一系列社会反应和社会关系。随着旅游活动的发展,出现了一系列不是单纯以游览为目的的旅游活动,所以可以宽泛地将旅游定义为:凡包含游览内容的旅行活动就是旅游活动。

旅游活动反映了人与自然的关系、人与社会的关系以及人与人之间的关系。首先,人是生活在自然环境中的,必然要和自然发生各种各样的关系。人通过自然界获取自己所需要的各种各样的物质,在大自然的哺育下不断发展。在旅游活动中,旅游者欣赏自然,认识自然,挑战自然,借此还可以扩大自己的知识面,寻求精神上的满足与享受。这是人与自然的更高层次的关系,是人类和自然双向互动的关系。人与自然的关系是旅游活动中最重要的关系。其次,人,首先是社会的人,人不仅生活在自然环境中,而且也是生活在一定的社会环境中,因此人们的活动必然和社会发生这样或那样的联系。在旅游活动中,旅游者与旅游目的地发生接触,一方面,在感受旅游目的地的风情、风俗、道德观念、文化理念和价值观等时,会受到不同文化背景带来的冲击;另一方面,旅游者的行为又会对旅游目的地的许多方面产生一定的影响。这些都是旅游活动过程中,人与社会之间相互接触作用的反映。最后,是人与人的关系。人与人的关系在旅游活动中表现尤为突出,这些关系主要表现为在提供各种旅游服务的时候,服务人员与旅游者之间的关系。服务的过程是人与人之间交流的过程,它促进了人与人之间的相互了解,促进了人与人之间友谊的建立和发展。通过旅游活动,不同国家或地区的人们了解了不同地域的风情百态、不同的文化理念、不同的价值观,这也积极地促进了世界和平。

旅游活动就其社会性质来说,体现了一种主体和客体的关系。旅游活动是以旅游者为主体,旅游资源和旅游设施为客体,通过旅游者的流动来表现的一种社会经济和文化活动。

古代社会中就已经有了旅游活动,但是当时的生产力水平低下,真

正意义上的以游览为目的的旅行非常的少,只限于王公贵族、富豪人家等有钱有闲阶级,而市民百姓只能为生计而四处奔走,如商旅。那个时候的人们或是客观上没有旅游的物质基础,或是主观上缺乏外出旅游的愿望,所以旅游活动的主体旅游者的产生都是偶然事件。在这种情况下也就难以产生旅游供给。总之,那时的旅游活动都是不具有现代意义上的旅游活动,因为现代意义上的旅游活动是要考虑旅游供给的。首先从旅游发展的历史来看,18世纪英国工业革命带来了劳动生产率的提高和科学技术的进步,使全社会和个人的剩余财富大量增加,社会必要劳动时间大大缩短,为人类旅游活动的产生和发展奠定了物质基础和提供了闲暇时间的条件。按照马斯洛的需求理论,人们对旅游活动的需求是较高层次的需求,必须在满足了生理和安全的需求之后才有可能产生对旅游的需求,产业革命带来的社会财富的增加为旅游活动奠定了经济基础,个人收入的增加提高了人们的消费能力,促使人们的需求层次上升,这其中就包括了对旅游活动的需求。其次是经济的发展和人们受教育程度的普遍提高,造就和扩大了有闲暇时间、有可自由支配收入、有一定动机的旅游者规模。这种有经济基础和社会基础的旅游需求的产生为大规模旅游者的产生带来了可能。有需求就有供给,需求供给产生了交换。一方面,旅游者为了实现自己的旅游活动,必须以货币为媒介,向旅游资源和旅游设施的拥有者购买旅游资源和旅游设施的使用权;另一方面,旅游资源和旅游设施的拥有者为了谋取自身的经济利益,也愿意向旅游者提供这种使用权,因此,两者之间的交换成为可能。旅游资源和旅游设施的多样性给旅游者带来了选择的自由,同时也激发了旅游供给者的竞争。旅游活动自此有了自己独特的经济色彩。随着旅游产品交换的进一步发展,出现了专门从事旅游活动的组织和经营机构,如餐饮业、旅馆业、旅行社业等。尤其是旅行社的出现,它把原来个别的、分散的旅游活动联结成集中的活动,将分散的各种旅游景点和旅游服务组合成旅游产品,旅游活动开始社会化。旅游活动的社会化使旅游者与旅游服务的有关行业之间的联系建立在

全社会的基础上,旅游活动的经济性日趋明显起来。世界上出现了一个新兴的行业——旅游业,这是一个向旅游者进行旅游活动提供旅游产品的行业。

从上面可以看出,旅游经济活动是旅游活动在商品生产和商品交换充分发展的基础上和活动过程中所表现出来的各种经济现象和经济关系的总和。

随着旅游活动商品化和社会化程度的不断提高,旅游活动的经济性愈加明显,旅游经济活动对社会经济的作用和影响也越来越大。在商品经济条件下,旅游市场上存在着大量有旅游需求的旅游者,以及为旅游者提供各种旅游产品、满足旅游者各种需求的旅游经营者。旅游者通过购买旅游经营者的产品来满足他对旅游的需求,即对行、游、住、食、购、娱等的需求。旅游经营者则是希望通过旅游产品价值的实现,达到利润最大化的目标。因此,旅游经济活动还可以表述为通过商品交换而实现的旅游活动。

在自然经济条件下,旅游活动主要表现为依靠自己力量来满足自我需求的活动,一般不涉及产品的生产和交换,它主要体现的是旅游者、旅游资源和旅游媒介三者之间的关系。随着商品生产和商品交换的发展,旅游活动逐步商品化。在旅游活动商品化的过程中,旅游活动的经济性愈显突出,同整个社会的经济关联更加紧密起来,对整个社会经济的影响作用也越来越大。旅游经济活动集中体现了旅游需求者和旅游供给者两者之间的关系。概括地说,旅游经济活动是旅游活动的一部分,是从经济学的角度来看旅游活动,它有着比旅游活动更为丰富的内涵。

二、旅游经济活动形成的社会背景和条件

旅游经济活动形成有其深刻的社会背景,社会背景可以从经济物质背景、科学技术背景和政治背景等几方面来考虑。

首先,经济物质背景。旅游活动转变为旅游经济活动,是以商品经