

ECONOMICS OF TOURISM

旅游经济学

[塞尔维亚和黑山] 斯洛博丹·翁科维奇 著



商務印書館

旅 游 经 济 学

〔塞尔维亚和黑山〕 斯洛博丹·翁科维奇 著

达 洲 译

商 务 印 书 馆

2003 年·北京

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学/[塞尔维亚和黑山]翁科维奇著;达洲译.
—北京:商务印书馆,2003
ISBN 7-100-03698-4

I. 旅… II. ①翁…②达… III. 旅游经济学
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 003271 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

LǚYÓU JINGJÌ XUE

旅 游 经 济 学

[塞尔维亚和黑山] 斯洛博丹·翁科维奇 著

达 洲 译

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街36号 邮政编码 100710)

商 务 印 书 馆 发 行

北 京 民 族 印 刷 厂 印 刷

ISBN 7-100-03698-4/F·450

2003年7月第1版 开本 850 × 1168 1/32

2003年7月北京第1次印刷 印张 15 1/2 插页 2

定价: 26.00 元

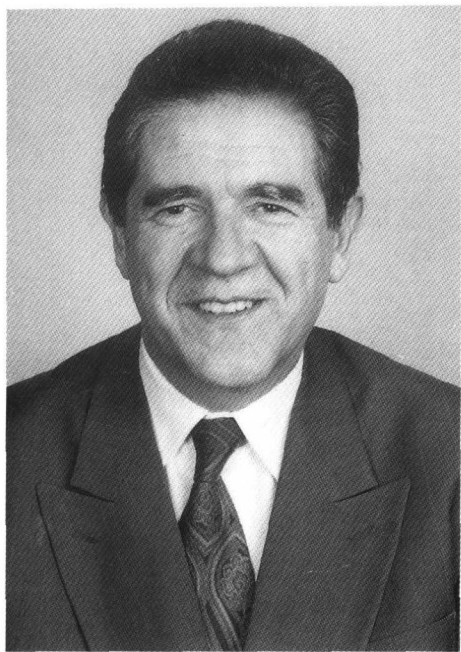
Slobodan Unković

ECONOMICS OF TOURISM

Copyright © Slobodan Unković 2002

“SAVREMENA ADMINISTRACIJA” d. d., BEOGRAD, 2002

根据贝尔格莱德当代行政出版社 2002 年版译出



斯洛博丹·翁科维奇教授



译者简介

杨达洲，1938年出生，上海人。国际问题专家。1956-1958年在南斯拉夫留学。回国后在新华通讯社工作。曾任新华社参考新闻部副主任，贝尔格莱德分社首席记者。有《南斯拉夫史》、《苏南冲突经历》、《中国的崛起》、《2000年的世界》等译著10余种。另与人合著有《中国人看以色列》、《走向21世纪的中美关系》等著作10余种。后在中国社会科学院美国研究所工作，享有“政府特殊津贴”。

目 录

作者为中文版写的序	1
译者的话	4
前 言	6
1. 旅游业发展的基本特点	6
1.1. 总论	6
1.2. 旅游业的发展道路	8
2. 旅游业研究的各个方面	15
3. 给旅游业下定义	16
4. 研究旅游业应当运用的学科以及旅游经济学这门课程的内容	17

第一部分 旅游经济学和旅游业 组织理论的基本原则

I. 作为经济行业的旅游业的特点	23
1. 对旅游业中的消费者概念的研究	23
1.1. 对理论上和实践中对游客这个概念的不同看法的分析	24
1.2. 关于旅游业中消费者概念的最终研究	32
2. 作为经济行业的旅游业	37
2.1. 旅游业作为经济行业是由不同成分组成的	40
2.2. 旅游业作为行业的工作特点	42
II. 旅游业的社会和经济意义	48

1. 旅游业的社会意义和影响	48
2. 旅游业的政治意义和影响	50
3. 旅游业的经济意义和作用	51
3.1. 旅游业对经济的直接影响	56
3.1.1. 旅游业对社会产值和国民收入以及对其在地区上的再分配的影 响	56
3.1.2. 旅游业对旅游经济各行业的影响	59
3.1.3. 旅游业对居民就业的影响	62
3.1.4. 旅游业对国家的国际收支的影响	67
3.2. 旅游业对经济的间接影响	74
3.3. 旅游业对经济的增值效果	76
III. 旅游业的组织和旅游政策的基本原则	88
1. 旅游服务的特点	89
2. 交通业是提供旅游服务的一种组织形式	91
2.1. 前言	91
2.2. 对各种交通方式参与国际旅游业的分析	94
2.3. 各种交通方式在国际旅游业中的预期作用	99
2.4. 航空交通对于发展国际旅游业的作用	100
2.5. 分析在前南斯拉夫国内旅游业中各种交通方式所占的比例	107
3. 与旅游地点有关的提供旅游服务的组织形式	113
3.1. 旅游地点和提供旅游服务的形式	113
3.2. 提供住宿和膳食服务的组织形式	116
3.2.1. 住宿设施的主要类型和等级	119
3.2.2. 提供膳食和饮料的设施的主要类型	124
4. 实现旅游活动的各种中介组织形式	125
4.1. 旅行社或者旅游社	126
4.1.1. 旅行社的作用	126
4.1.2. 旅行社的业务内容及其类别	127

5. 旅游经济领域内的一体化组织形式	131
5.1. 旅游业集中进程的一般特点	131
5.2. 旅游业中横向集中的形式	133
5.3. 旅游业中纵向集中的形式	136
6. 社会旅游组织	137
7. 旅游政策的基本原则和国家对发展旅游业起作用的 组织形式	141
7.1. 西班牙国家旅游机构的组织情况	144
7.2. 意大利国家旅游机构的组织情况	148
7.3. 法国国家旅游机构的组织情况	154
7.4. 对旅游政策和国家旅游机构设置中值得注意的动向的综合	156
8. 国际旅游组织和旅游联合会	159

第二部分 旅游市场

I. 市场营销观念及其在旅游业中的运用	168
II. 旅游市场及其特点	178
1. 旅游需要和旅游消费	178
1.1. 旅游需要的特点	178
1.2. 旅游消费的特点	181
2. 旅游市场及其供求特点	186
2.1. 旅游市场的特点	186
2.2. 旅游需求及其制约因素	188
2.2.1. 旅游需求的特点	188
2.2.1.1. 旅游需求的弹性与有旅游需要的人的关系	189
2.2.1.2. 旅游需求弹性与价格的关系	194
2.2.1.3. 旅游业的季节性对市场的影响	195
2.2.2. 旅游需求的诸因素	197

2.3. 旅游供应及其制约因素	202
2.4. 旅游市场的大小及其分类	204
3. 旅游市场的分区	207
3.1. 在旅游业中应用市场分区的意义	208
3.2. 在旅游市场领域内建立市场分区的理论依据	209
3.2.1. 建立外国游客市场分区的依据	210
3.2.2. 建立国内游客市场分区的依据	213
III. 旅游市场调查	215
1. 对旅游市场调查的一般探讨	215
1.1. 市场调查的实质和内容	215
1.2. 旅游市场调查的内容	219
1.3. 旅游市场调查的级别	221
1.4. 旅游市场调查的意义	222
1.5. 旅游市场调查的方法	223
2. 旅游市场调查的定量方法	224
2.1. 历史法或直接资料法	225
2.1.1. 引力模式	225
2.1.2. 旅游市场调查中的市场分区模式	228
2.2. 查问法	230
2.3. 试验法	232
3. 旅游市场调查的定性方法	233
3.1. 旅游市场调查的定性方法的意义和内容	233
3.2. 对旅游市场调查的某些定性方法的分析	235
3.2.1. 深入谈话法	237
3.2.2. 其他旅游市场定性调查方法	242
3.2.2.1. 句子填充法	243
IV. 旅游宣传	249
1. 旅游宣传的概念和一般特点	249
2. 旅游宣传的种类	253

3. 旅游宣传的原则	259
4. 旅游宣传的手段	264
4.1. 图示手段	264
4.2. 广告手段	265
4.3. 放映手段或屏幕手段	267
4.4. 空间造型手段	268
4.5. 个人宣传手段	268
5. 旅游宣传的计划的的基本原则和战略	272
5.1. 对市场和需求弹性的分析	273
5.2. 旅游宣传的目标	275
5.3. 确定旅游宣传的费用	276
5.4. 对旅游宣传效果的了解	279
5.4.1. 订单	281
5.4.2. 适用的书籍	283
5.4.3. 对与宣传直接有关的经营活动加以分析	283
5.4.4. 报道	283
5.4.5. 事先衡量	284
5.5. 旅游宣传的计划和战略的其他比较重要的基本原则	284
6. 作为前南斯拉夫经营方针和旅游政策的工具的旅游 宣传	286
6.1. 作为旅游经济企业经营方针的工具的宣传	287
6.2. 一般性旅游宣传	289

第三部分 世界上国际旅游业发展的特点

I. 世界上国际旅游业发展的特点和前景	299
1. 世界上国际旅游业的水平和动态	299
2. 国际旅游业的地区结构	304
3. 比较重要的国家在国际旅游业中所占的比例	309

3.1. 各国在收入分配中所占比例	309
3.2. 作为国际旅游业需求来源的比较重要的国家所占比例	312
4. 世界国际旅游业发展的前景	315
4.1. 世界旅游组织对国际旅游业发展前景的预料	316
4.2. 我们对世界国际旅游业发展前景的预料	319
II. 东亚和太平洋地区旅游业发展的特点,特别是中华人民共和国的情况	328
1. 东亚和太平洋地区在国际旅游业中的作用以及各国的特点	329
2. 中华人民共和国入境旅游业发展的特点和前景	335
2.1. 1978年开始的中华人民共和国的社会和经济改革	335
2.2. 中华人民共和国发展旅游业的前提	340
2.2.1. 吸引人的自然因素和社会因素	340
2.2.2. 中华人民共和国自1978年以来经济发展的成就	350
2.2.3. 兴建旅游业基础设施	364
2.2.3.1. 交通和电信	365
2.2.3.2. 旅游地点的接待设施	372
2.2.3.2.1. 接待游客的住宿设施	373
2.2.3.2.2. 其他比较重要的接待设施	378
2.2.3.3. 中华人民共和国旅游业的宏观组织	383
2.3. 中国入境旅游业发展的特点	386
2.3.1. 入境客流量和入境旅游消费的水平和发展情况	388
2.3.2. 入境旅游业结构	391
2.4. 旅游业对于中国经济发展的意义	406
2.4.1. 旅游业对社会产值的影响	406
2.4.2. 旅游业对中国国际收支的影响	408
2.4.3. 旅游业对居民就业的影响	410
2.4.4. 旅游业对经济的其他比较重要的直接影响	412
2.4.5. 旅游业对经济的间接影响和增值影响	414
2.5. 中华人民共和国旅游业发展的前景	415

III. 欧洲一些旅游发达国家发展入境旅游业和旅游政策的	
特点	422
1. 西班牙发展入境旅游业的特点	424
1.1. 入境旅游的需求和消费的特点	425
1.2. 旅游供应的某些因素的特点	428
1.2.1. 住宿设施	428
1.2.2. 旅游供应的其他某些因素	434
1.3. 旅游服务的价格	435
1.4. 旅游业对于经济发展的影响	439
1.5. 在刺激旅游供应发展方面的最重要的一些旅游政策措施	441
2. 意大利发展入境旅游业的特点	451
2.1. 入境旅游需求和消费的特点	452
2.2. 住宿设施	456
2.3. 旅游服务的价格	461
2.4. 旅游业对国际收支的影响	465
2.5. 在资助投资领域内最重要的旅游政策措施	467
3. 希腊发展入境旅游业的特点	474
3.1. 入境旅游的需求和消费的特点	475
3.2. 住宿设施	479
3.3. 旅游业对国际收支的影响	483
3.4. 在资助投资领域内的旅游政策的重大措施	484
4. 奥地利发展入境旅游业的特点	488
4.1. 入境旅游的需求和消费的特点	489
4.2. 住宿设施	492

作者为中文版写的序

贝尔格莱德大学经济系从 1969/1970 学年起在四年制学制范围内开设“旅游经济学”这门课程。1970 年,本书作者就发表了第一本教材。自那时起到现在,这本教科书不断地得到扩充和完善。除贝尔格莱德大学经济系的学生外,其他一些大学和高等学校的经济系的学生(本科生和研究生)也使用这本教科书。在以往这段时间里,学者、旅游业、旅游经济和其他行业的一些专家也广泛使用这本书。

这本书在《旅游经济学》的名目下第一版问世于 1974 年。自那时起到现在,这本书出了 11 版。到目前为止,各版的总发行量为 35000 册。就到目前为止发表的各个版本而论,每版基本上都可以说是一本新著,因为对书的内容补充了现实的资料,扩充了论述的内容,增添了新的部分。

《旅游经济学》这本书已经出版的各个版本得到了学术界和旅游业界的高度评价,这本书还被译成多种外文。

这一版是本书的第 12 版。这一版与以前各版一样,对旅游经济学这门学科的整个问题补充了现实的资料,这既是指理论上和方法论上的分析,也是指在研究世界上以及各个旅游区和像南斯拉夫^①这样的比较重要的旅游国家在发展旅游业和旅游政策的特

^① 现已改名为“塞尔维亚和黑山”。——译者

点上是如何应用这样的理论和方法论的。在这一版中,作者专门辟出一部分详细地分析了东南亚和太平洋地区以及在这一地区旅游业的发展中名列前茅的中华人民共和国发展旅游业的特点。把这一个新部分纳入本书的主要原因是上述地区和中华人民共和国对于世界旅游业的发展具有重大意义,还由于作者对国际旅游业的这个新现象进行了长达四年的研究。这之所以重要是因为中华人民共和国近年来国际和国内旅游业的发展最为活跃。2000年时旅游业实现了4500亿元(约为543亿美元)的收入,其中160亿美元的收入取自外国游客。由于旅游业取得了这样的成绩,2000年时中国的旅游业占社会总产值的大约5%。就收入而言,中华人民共和国已在世界最发达的旅游国家中上升到第五位。据预料,在2010年和2020年以前,中华人民共和国的旅游业还将蓬勃发展。这将使旅游业扩大在整个社会和经济发展中的作用,也将提高中华人民共和国在世界旅游业中的地位。

考虑到迄今为止学术界和旅游业界对《旅游经济学》这本书始终抱有巨大兴趣,本人确信,这一扩大的新版将在各大学、学术界、旅游业界以及对旅游业顺利发展感兴趣的各方人士中间引起广泛兴趣。特别重要的是,中华人民共和国近年来十分重视旅游业的发展。这指的是有关的国家机构、大学、学术研究所以及在全国、各省和自治区一级,还有在各城市和有良好条件迅速发展旅游业的一些地方一级专门从事促进旅游业的组织。

在这里,我想强调指出,在从1995年底至2000年底的这段时期中,我曾格外注意研究中华人民共和国旅游业发展的特点。本书发表了本人这一研究的一些比较重要的结果。我谨愿以这种方式对于在这一时期我执行驻中华人民共和国大使使命时曾给予我

巨大支持的中国人民和众多的中国友人表示谢意。他们同时也对南斯拉夫和我本人显示了特别友好的关系。我谨愿以这种方式最美好地祝愿中华人民共和国在各方面取得成功的发展,祝愿中国人民幸福。在这一范围内,我还祝与旅游业有关的重要方面取得顺利发展,而这又将促使中国更快地和更顺利地发展,并在这一基础上使中华人民共和国进一步在世界上确立地位。

我特别感谢本书的中文版译者,我尊敬的友人杨达洲先生,没有他的创造性工作,我的这本书是不可能如此高质量地呈现于中国的学术界和旅游业界面前的。我还感谢出版这本书的商务印书馆。

贝尔格莱德大学经济系教授

斯洛博丹·翁科维奇博士

2001年1月14日于北京

译者的话

《旅游经济学》一书作者斯洛博丹·翁科维奇先生系南斯拉夫著名经济学家，贝尔格莱德大学教授。

翁科维奇教授生于1938年，1966年获贝尔格莱德大学经济学博士学位，后一直在贝尔格莱德大学任教，曾任经济系主任和贝尔格莱德大学校长，是终身教授。

1967—1968年间，翁科维奇先生曾在美国斯坦福大学研究生院学习，钻研市场营销和市场管理，获硕士学位。后又在伦敦商学院、苏塞克斯大学和意大利都灵大学进修。他还是俄国莫斯科罗蒙诺索夫大学和中国北京中国人民大学的客座教授。

翁科维奇教授一度从政。1991年曾任塞尔维亚共和国议会主席，1993年至1995年任塞尔维亚副总理兼科技部长。自1995年12月起至2001年1月任南斯拉夫驻华特命全权大使。

他曾发表有关经济学、经济政策、管理和旅游业的专著若干种和上百篇论文。《旅游经济学》一书最初发表于1974年。此书原本是翁科维奇为南斯拉夫高等院校旅游经济专业学生撰写的一部教科书，问世后，深受各方欢迎，至今已再版了11次之多，累计发行量已超过三万多册。这在南斯拉夫这个小国来说，已是一个很大的数字。此书还被译成中文（1986年）、英文、西班牙语和意大利文等文字。