

吉首大学“十二五”规划精品教材



旅游消费经济学

Lüyou Xiaofei Jingjixue

栗娟 主编



西南交通大学出版社

吉首大学“十二五”规划精品教材
国家旅游局旅游业青年专家培养计划资助



旅游消费经济学

栗娟 主编

西南交通大学出版社

· 成都 ·

图书在版编目 (C I P) 数据

旅游消费经济学 / 粟娟主编. —成都: 西南交通大学出版社, 2014.9

ISBN 978-7-5643-3372-0

I. ①旅… II. ①粟… III. ①旅游消费—消费经济学—教材 IV. ①F590.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 204997 号

旅游消费经济学

粟娟 主编

- | | |
|-------|---|
| 责任编辑 | 孟秀芝 |
| 封面设计 | 米迦设计工作室 |
| 出版发行 | 西南交通大学出版社
(四川省成都市金牛区交大路 146 号) |
| 发行部电话 | 028-87600564 028-87600533 |
| 邮政编码 | 610031 |
| 网 址 | http://www.xnjdcbs.com |
| 印 刷 | 四川川印印刷有限公司 |
| 成品尺寸 | 170 mm × 240 mm |
| 印 张 | 14 |
| 字 数 | 229 千字 |
| 版 次 | 2014 年 9 月第 1 版 |
| 印 次 | 2014 年 9 月第 1 次 |
| 书 号 | ISBN 978-7-5643-3372-0 |
| 定 价 | 28.60 元 |

课件咨询电话: 028-87600533

图书如有印装质量问题 本社负责退换

版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

前 言

改革开放以来,我国旅游业实现了超常规跨越式发展。旅游活动已经成为一种影响深远、关联广泛的经济现象、社会现象、文化现象和重要的国民生活形态;旅游需求日渐成为国民的一种普遍需求,旅游供给已经发展成为一项综合性的庞大产业体系,旅游消费已经成为国民消费的重要组成部分。因此,大力发展旅游业,不断满足国民日益增长的旅游需求,努力提高旅游供给的数量与质量,全面促进国民旅游消费,已经成为我国经济社会发展的重要目标之一。同时,旅游消费成为我国乃至世界经济的新增长点,是当前社会经济最热门的研究课题之一,旅游消费经济活动的研究日益重要。本书结合旅游经济学、旅游消费学、旅游消费行为等学科的理论知识,全面、系统、简明地介绍旅游消费方式、旅游消费行为及心理、旅游消费结构、旅游消费水平、旅游消费权益保护、旅游消费教育及引导等旅游消费经济方面的知识,力求通俗易懂,深入浅出。该书最主要的特征表现在三方面。

第一,系统性。本书基于消费经济学、制度经济学、产业组织以及消费行为等学科视角,对旅游消费需求、消费水平、消费结构、消费预期、消费环境和消费权益保障等各方面进行了系统整理和归纳,全面反映了当前我国旅游消费经济问题。

第二,致用性。本书突破原有的规范研究方法,注重消费经济、行为心理学、旅游经济学等学科的研究方法交叉,一方面增加消费经济行为分析的变量,增加消费心理行为等分析;另一方面采用观察、调查和案例研究来进行例证。

第三,新颖性。本书除了讲述旅游消费经济学内容外,结合当前旅游消费经济发展状况,对旅游消费结构进行测评,对旅游消费权益保障、消费教育、消费方式等引入案例,进行有针对性的分析,数据较新,视野比较开阔。

本书由栗娟设计框架并组织编写,具体各章节执笔人为:第一章,王

宁；第二章、第四章，栗娟；第三章，王茂溪；第五章、第六章，翁思洁；第七章，朱金林；第八章，王凤玲。全书由栗娟担任主编并负责统稿、审定和修改。

本书在编写过程中，得到许多朋友的大力支持和热情帮助，在此特别向吉首大学冷志明教授、李爱华教授和旅游与管理工程学院尹华光教授、田金霞教授表示衷心的感谢！

本书适合用作高等院校旅游管理本科专业相关课程教材，也可作为本科院校的通识课教材，还可作为从事旅游管理工作的管理者了解旅游消费经济学知识的参考用书。尽管本书作者竭尽全力认真编写，但是由于学识及时间有限，难免存在不足之处，敬请各位读者谅解，并恳请专家、读者予以批评指正。

编者

2014年5月

目 录

第一章 旅游消费经济学概论	1
第一节 经济学对旅游消费问题认识的历史演变过程	2
第二节 旅游消费经济学的学科性质及研究对象	13
第三节 研究旅游消费经济学的方法及必要性	18
第二章 旅游消费的性质及作用	28
第一节 旅游消费的概念、性质以及结构分类	28
第二节 旅游消费的作用	35
第三节 旅游消费的影响因素和发展趋势	38
第三章 旅游消费水平	44
第一节 旅游消费水平的概念	44
第二节 国内外旅游消费水平	45
第三节 旅游消费水平的衡量标准	48
第四节 旅游消费水平的影响因素	51
第五节 旅游消费函数	53
第六节 提高旅游消费水平的途径	58
第四章 旅游消费结构	65
第一节 旅游消费结构的内涵及分类	65
第二节 旅游消费结构的合理化	67
第三节 旅游消费结构与旅游产业发展的关系	71
第四节 旅游消费结构的影响因素	72

第五节 旅游消费结构的测评	75
第六节 优化旅游消费结构的路径	90
第五章 旅游消费方式	94
第一节 旅游消费方式的含义、内容及其影响因素	95
第二节 个体旅游消费与群体旅游消费	104
第三节 绿色旅游消费	112
第四节 休闲旅游消费	119
第五节 网络旅游消费	124
第六章 旅游消费者行为与旅游消费者心理	133
第一节 旅游消费者行为的概念、类型及研究意义	134
第二节 影响旅游消费行为的主要因素	143
第三节 旅游消费心理	151
第七章 旅游消费者权益保护与消费教育	166
第一节 旅游消费者权益概述	167
第二节 旅游消费者权益受损的主要表现和原因	173
第三节 旅游消费者权益保护的主要措施	178
第四节 旅游消费教育	187
第八章 旅游消费的调控与引导	199
第一节 旅游消费调控和引导的重要性	200
第二节 调控和引导的基本原则	205
第三节 调控和引导旅游消费的具体途径和方法	207
第四节 加强对旅游消费者行为的引导	212

第一章 旅游消费经济学概论

【本章概要】

本章着重阐述了旅游消费经济活动的产生、发展过程及其不同阶段的主要特点,学科性质与研究对象,研究方法和研究的必要性。

【学习目标】

- 了解旅游消费的来源,掌握旅游消费的定义、内涵与功能。
- 了解中外旅游消费的产生及发展过程,掌握中国旅游发展的特点及主要形式。
- 了解旅游消费经济学的学科性质;掌握旅游消费经济学的研究对象。
- 掌握旅游消费经济学的研究方法。
- 了解研究旅游消费经济学的必要性。

【关键性术语】

消费;旅游;消费水平;消费结构;消费方式;旅游消费;经济活动;交叉性行为;旅游产品;交叉学科;研究对象;研究方法;需求导向型旅游经济;定性分析;定量分析

随着旅游业的蓬勃发展以及人类对旅游业可持续发展的需要,许多与旅游相关的学科相继出现,宾馆饭店管理学、旅游市场学、旅游心理学、旅游地理学、旅游景观学等等。从旅游消费在社会再生产总过程中的独立地位和重要作用来看,旅游消费经济学应该成为一门独立的学科。特别是在市场经济条件下,人们的旅游消费内容更加丰富多彩,旅游消费关系更加错综复杂,因此更需要系统、深入地研究该独立学科,处理好人们在消费过程中各方面的关系,揭示其发展趋势和内在规律。同时旅游消费经济学也是适应我国旅游业发展的需要而兴起的一门新兴学科。

第一节 经济学对旅游消费问题认识 的历史演变过程

一、旅游消费的历史发展

消费是社会再生产总过程中的一个重要环节。我们研究消费经济的时候,只有把它置于社会再生产总过程之中,置于社会经济运行轨道之中进行考察,才能看出:它一方面受生产、流通、分配各个方面的影响,另一方面又反过来影响生产、流通、分配。在社会再生产总过程的运行中,消费既是再生产过程的终点,也是下一个再生产过程的起点,居于承前启后的关键地位,起着经济循环的先导作用。衡量一个国家经济是否为良性循环,最终要看其是否合理解决了人们的消费问题,要看消费与社会再生产其他环节是否能够协调发展、相互促进。在这里,我们可以看出消费在社会经济运行中的地位和作用。

有关消费经济的论述最早开始于西方。资产阶级经济学者在对社会生产过程考察时,对生产与消费的矛盾,个人消费与社会消费的作用,消费行为与消费者主权,消费结构、消费水平和发展趋势,消费政策等问题,都曾提出过各自的见解和论述。但消费经济学作为一门新兴的独立学科,出现在第二次世界大战以后,当时许多资本主义国家的经济得到了迅速的恢复和增长,生产技术和市场销售方式都出现了较大的变化。产品和服务供给数量的增加,给企业家和经济学家提出了一个迫切需要解决的问题,即怎样才能使生产更适应市场需求,以减少商品滞销增加企业盈利。同时,在政府面前也提出了这样的问题,即怎样避免20世纪30年代大危机的重演,怎样按照J. M. 凯恩斯的主张调节和稳定资本主义国民经济。在这种形势下,他们为了加强对消费和投资变动前景的预测与研究,资产阶级消费经济学开始作为一门独立学科发展起来。

资产阶级消费经济学提出了一些符合社会经济发展实际的理论论述,为西方各国政府制定有关政策提供了依据和对策。但是在论述中也有不少为资本主义制度辩护的非科学的内容。就其符合社会经济发展实际的部分

来说,由于未能科学地剖析资本主义社会关系和生产过程的特性,没有揭示资本主义生产与消费矛盾的对抗性质,因而也存在着严重的局限性和缺陷。

社会主义消费经济学在中国作为一门独立的学科,基本形成于20世纪80年代初期。马克思主义的经典作家,曾在诸多著作中对消费问题做了充分的论述,但限于时代特点和历史条件,消费经济问题没有形成一个专门学科。1978年改革开放以来,随着中国社会主义建设进程的加快,发展社会主义商品生产和交换、促进国民经济的良性循环,以满足人民日益增长的物质和文化需要,已经成为社会主义建设战略上的实质性问题,市场机制和信息反馈对调整产业结构和产品结构具有日益重要的作用。探讨社会主义消费的地位、作用及其运动规律,结合中国的特点分析与借鉴国外研究消费经济问题的论述与方法,已成为国家制定科学的经济社会发展战略和实行经济体制改革的迫切需要。因此在进入20世纪80年代后,中国学术理论界开展了消费经济问题的研究,一批有关专著和教材陆续成书问世。但这门学科还处在初创时期,它的理论范畴和体系还有待进一步完善。

有的学者认为,旅游消费的产生是伴随近代工业化革命时期旅游业逐渐成为一种产业而带来的消费。笔者认为,旅游消费自古以来就有,在中国已有几千年的历史。

与世纪历史联系,可以把世界旅游的发展分为古代的世界旅游、近代的世界旅游和现代的世界旅游。

古代的世界旅游,首先是在最早进入文明时代的中国、埃及、巴比伦、印度和古代的希腊、罗马发展起来的。古代奴隶制经济、政治和文化的发展,为古代旅行奠定了基础,并在古希腊、罗马时代达到了鼎盛。例如,亚里士多德建旅游学校,古埃及的宗教旅行,罗马帝国的古代旅行,阿拉伯帝国时期出现的求学旅行,意大利旅行家马可波罗经商来中国,著名意大利航海家哥伦布横渡大西洋开辟了欧洲到美洲的新航线,麦哲伦绕地球一周证明地圆说,英国人首次游览阿尔卑斯山的自然风光,达尔文物种起源的文地考察等等,都带有旅游的性质,都是古代旅游活动的典型例证。这个时期的旅游是产生于奴隶制经济或封建经济制度之上的,在相对封闭、生产力相对落后的条件下,其旅游目的绝大部分没有明确突显,交通及配套设施部不发达,旅游消费供给带有很大的自助性,旅游消费行为

还未独立地成为一种社会消费行为。

近代的世界旅游,随着生产力的发展显著加快,日益丰富多彩,19世纪中叶,资本主义迅速发展,产业革命加速了城市化的进程,人们工作和生活的重心从农村转移到城市。工人阶级要求带薪休假的斗争经历了一个多世纪最终获得胜利。科学技术的进步,特别是蒸汽技术在交通运输中的应用,使近代旅游业迅速发展起来。19世纪下半叶,英国成立了登山俱乐部、帐篷俱乐部。法国、德国、美国、比利时等开始成立旅游公司,开展旅游业务。这一时期的旅游消费明显地具有以下特征:一是资本主义工业革命所带来的生产率的提高、财富的增加扩大了旅行和旅游的人数,少数正在成长着的中产阶级及其上层人物,有条件做短程旅游或出国旅游;二是近代交通工具发明之后,铁路成了主要的旅游交通工具。轮船的大型化和高速化,极大地便利了海上旅行;三是旅游业开始成为一项经济门类,以托马斯·库克首开的旅行代理业,使旅行和旅游这项古老的社会活动开始变成一项经济活动;四是旅游景点和旅游设施得到了迅速发展,如娱乐设备、综合接待企业、风景区、海滨浴场等变成了常年开放的旅游点;五是人们的旅游消费观念、对旅游目的地的追求明显带有新兴资本主义制度色彩。近代旅游活动是建立在资本的快速发展和产业革命取得巨大进步的基础上,已有很大发展,但还未发展为大规模的经济行业。

现代的世界旅游,指第二次世界大战以后的世界旅游业。第二次世界大战后,世界经济得到迅速恢复和发展。随着人民生活水平的普遍提高,旅游作为群体性活动普遍开展起来,并形成了完整独立的旅游经济体系,成为国民经济中重要的组成部分。随着旅游业的发展,旅游业在回笼货币、增加外汇收入、促进产业结构合理化和扩大就业等方面的作用越来越大。世界各国都致力于发展旅游业,旅游设施日益完善,接待水平不断提高,持续发展势头依旧保持,成为一枝独秀的新兴产业部门。1959年以前为起步阶段,其特征是高速低效。旅游人数和旅游收入年平均增长率分别为10.6%和12.6%,但旅游业劳动生产率较低,游客人均消费水平平均只有99美元。除欧美等国家在出境旅游方面人数较多外,在世界范围内旅游仍为少数人的近距离活动。1959年至1969年为增长阶段,其特征是中速中效。旅游人数和旅游收入年平均增长率分别为8.7%和10.1%,而游客人均消费水平增长到112美元,具有承上启下、数量型发展的特征。

中国旅游历史很长,按世界上的旅游发展历史分期,中国旅游也可以划分为古代旅游、近代旅游与现代旅游。旅游消费同样伴随其中。

古代旅游,早在先秦古籍中就有关丁华夏先民在遥远古代的旅游传说,而有文字记载的旅游活动也可以追溯到公元前 2250 年以前,“三皇五帝”和夏、商、周时期主要是帝王巡游、政治旅行创商旅活动;春秋战国时期出现外交、贸易、讲学旅行;秦汉时期皇帝出巡、外交出使、远程通商、学者游历活动频繁;隋唐时期大运河的开凿,使国内外旅行和旅游活动逐渐兴起;指南针的发明并应用于航海,以及到清代闭关锁国的格局被打破,西方文化的侵入,使中国人的旅游观念逐渐发生深刻的变化,旅游的空间等也得到了进一步的拓展。

现代中国的旅游,指中华人民共和国成立以来的旅游历史。^①新中国成立初的七年为初创时期。这个时期的旅游业首先经营的是华侨和国际旅游业务,先后成立华侨旅行服务总社、中国国际旅行社,组织华侨、我国港澳同胞自费回国或回内地观光、旅游、探亲;承办除政府代表团以外的所有团体单位委托的对外宾食、住、行、游的生活招待,并办理守园铁道部与苏联政府签订的国际铁路旅客联运业务。中国国际旅行社与当时 11 个社会主义国家的旅行社有业务往来,另外还与西方国家 113 个旅游机构建立了联系。^②1956 年到“文化大革命”前为开拓时期。前期主要接待苏联及东欧来华的自费旅游者。1964 年后,随着我国外交的开展,接待国际其他旅游者有所扩大。同年,国务院明确规定了发展中同旅游事业的方针,成立了中国旅游事业管理局,负责对外自费旅行者的旅游管理工作;领导各有关地区的国际旅行社和直属的服务机构的业务,组织中国公民出国旅行以及有关旅游的对外联络工作和宣传工作等,这一阶段中国旅游业具有如下特点:以中国旅行游览事业管理局的成立为标志,中国旅游事业已开始进入一个新的时期;与西方世界的旅游机构发生了联系,中国国际旅游市场开始出现重大转移,客源市场开始增客;旅游者的组成也发生了较大变化,多是民间团体组成的旅行团,零散客增多,阶层较为广泛;来华旅游者的数量与经济收益均有了较大增加。

总之,从世界旅游的历史和中国旅游的历史看,旅游消费始终伴随着旅游活动而进行。随着经济的发展、社会的进步,旅游活动内容、范围、形式、规模不断发展,旅游消费也不断发生变化。旅游消费产量的基础是

经济和社会发展,内在的动因在于人们的生理需要、文化需要、精神需要,以及享受发展的需要。

二、旅游消费经济活动的产生和发展

(一) 旅游消费经济活动的产生

旅游消费经济的研究是随着旅游消费经济活动的发展而发展的。18世纪60年代以前,由于社会消费经济技术发展水平的限制,旅游活动不仅被限制在一个比较小的社会范围,而且这种旅游活动的满足程度较低,外出活动的旅游者一般都伴随着政治消费的经济目的、与其所到之处的关系(主要还是商品交换关系)。科学技术、交通工具的进步,社会分工和交易的深入发展,促进了旅游活动的发展。

旅游消费经济学是随着旅游经济活动的产生和发展而产生并不断发展的,是对旅游消费经济活动的理论概括和总结。随着社会经济的发展,在旅行活动发展到一定阶段时产生了旅游经济活动。旅游经济活动是旅游需求者和旅游供给者之间所发生的经济联系,以及由此产生的经济现象和经济关系的运动、变化和发展的总和。随着世界旅游经济的蓬勃发展,对旅游经济的研究也迅速发展和不断深入。

(二) 旅游消费经济的迅速发展

旅游包括旅行与游览两部分内容:旅行是人们由一地至另一地的空间转移;游览则是人们借助旅行对他地的观赏。两者既有联系又存在差别。在历史上,旅行活动早于游览活动。在生产力极不发达的原始社会,人类迫于生活环境与生存的需要,常常由一地迁徙至另一地。直至近代,地球上一些游牧民族,因为没有固定的居住地区,随着季节的变化和牧草的生长情况,他们就年年迁徙,这种空间上的转移就是一种旅行活动。严格地说,它不能被称为旅行,而只是一种原始的生产活动。

随着社会经济的发展,人类从事探险、科学考察、宗教信仰与商业旅行的活动逐渐发展起来。虽然这些旅行活动包含某些游览的内容,但主要

是从事各种不同目的的旅行。只有少数帝王和贵族,进行了以游览为目的的消遣旅游活动,因此,在这个时期,旅游活动不过是少数特权阶级享乐的代名词。在这种旅游活动中,虽然也包括了吃、住、行、游等方面,也支付了一定的货币,有经济活动的成分,但那只是极少数人的行为,并未形成社会的经济活动,并不具有普遍的社会意义,也没有人以谋取经济利益为目的来组织或经营这种活动。在这一历史时期,由于旅游需求与供给的水平很低,从事旅游经济活动的专门机构尚未出现,所以这时旅游经济活动还没真正出现。

19世纪以后,随着旅游活动的大规模开展,旅游活动逐渐同社会经济活动结合了起来。1841年,英国托马斯·库克包租了一列火车,第一次组织了540人到参加禁酒大会,当时每人包价1先令。尽管他没有赚到任何利润,但是他看到了组织这类活动的意义和潜力。1845年,在他组织的从利物浦至苏格兰的旅游活动中,为使旅游者更为方便,他第一次印发了旅行证,作为旅游者住旅馆结账的凭证,并从中部县城铁路公司得到了5%的佣金,库克便成为历史上第一位职业性的旅游组织者。后来,他把旅游活动的组织进一步扩展到英国以外的地区,先后组织人到美洲、欧洲、亚洲、北非以至环球旅游。由于他组织的旅游活动很成功,人们从中受到了很大的启发。美国与欧洲一些国家先后成立了旅行社,专门从事旅游活动的组织和经营。这时,参加旅游活动的除皇室、贵族和大商人之外,也有一部分有时间和金钱的中产阶级。旅游活动开始具有了以谋取经济利益为目的的性质,它不再仅仅是一种社会的、文化的活动,同时也成为一种经济活动。

旅游业务经营的专业化使旅游经济活动发生了一次质的飞跃,是旅游经济逐步成熟的标志。旅游活动的迅速发展,使组织团体旅游和散客旅游的旅行社和类似的专业机构相应出现。人们一般认为,英国的托马斯·库克是世界上旅行代理处的创始人。他于1841年,同米德兰铁路公司签订的包租火车专列的合同,应该说是旅游经济活动诞生的标志。此后,库克又在1845年开设了包括食、住、行业务在内的旅行社。在当时,托马斯·库克父子的公司已经成为世界上最大一家专门经营旅游供给业务的资本主义企业,并在美洲、非洲、亚洲都设有分公司。之后,在法国、德国、美国等一些资本主义较发达的国家也相继出现了一些名称不同、内容相似

的旅行社,旅游经济活动有了新的起点和发展。

19 世纪年代,世界上第一家专门经营旅游业务的托马斯·库克父子公司成立,标志着旅游产业的产生。此后旅游经济活动迅速发展,到 1992 年,旅游业的产值已经超越了钢铁、石油、汽车等传统产业,成为世界第一大产业。旅游业作为一个新兴的产业部门,在第二次世界大战后得到了迅速的发展,呈现出三个方面的主要特征。

(1) 旅游消费经济的规模迅速扩大。

旅游经济包括国内旅游和国际旅游两部分,其衡量指标是旅游总收入或旅游总产值、旅游行业规模。在旅游业总收入方面,第二次世界大战后的新技术革命及其在生产中的运用,促使国际贸易大规模发展,商务旅游活动空前发展,居民可支配收入大幅度增加,各国纷纷制定了带薪度假制度,加上便捷、廉价的交通运输,促使旅游总产值的规模不断扩大。在旅游行业规模方面,旅游产业要满足游客在旅游过程中对行、游、住、食、购、娱等多方面的需要。另外,旅游业的发展还表现为旅游行业规模的不断扩大。

(2) 旅游业增长率大大快于世界经济的增长率。

世界旅游迅速增长,2013 年我国国内旅游收入可达 2.54 万亿元,出境旅游人数约 9 730 万人次,入境过夜人数约 5 570 万人次,旅游外汇收入约 478 亿美元。2013 年中国旅游投资快速增长,据不完全统计,全年我国旅游直接投资达 5 144 亿元,增长 26.6%。其中,民间资本成为旅游投资的主力,约占 57%。休闲度假、文化旅游、乡村旅游、海洋旅游、在线旅游成为旅游投资的新亮点。旅游业发展速度快,发展潜力大,它才被人们称为可持续发展的“永远的朝阳产业”。

(3) 旅游业提供了大量的就业机会。

旅游业与就业的关系十分密切,这从世界旅游日的主题口号上就可以看出。1997 年,世界旅游日的主题口号是“旅游业——21 世纪创造就业和倡导环境保护的先导产业”。世界旅游理事会早在 1993 年就提出:“全世界范围内,旅游作为一个整体已经成为世界上创造新增就业机会最多的行业。”世界旅游理事会的报告指出:“1999 年,全球旅游就业人数达 1.92 亿人,占全球就业人数的 8%。到 2010 年,全世界旅游就业人数将达到 2.54 亿人,将有 9% 的社会就业依赖于旅游业。我国 2010 年旅游业

直接就业人数已经达到 1150 万人, 预计 2015 年将达到 31 525 万人, 每年新增旅游就业人数 70 万人。”旅游业属于劳动密集型产业, 旅游业的发展意味着可以为社会提供更多的就业机会, 同样的产业规模下, 旅游业可以提供的就业机会远远超过其他行业。旅游行业提供的就业机会的增加, 意味着人们收入的增加, 意味着社会消费的增长和生产的发展。

三、现阶段我国国内旅游消费面临的主要问题

(一) 国内旅游消费水平较低, 占国民经济比重不高

我国国内旅游人数增长较快, 目前其规模已成为世界之最, 但与十几亿人口如此大的分母相对应的是人均旅游消费水平很低。2013 年春节黄金周人均旅游花费约 577 元, 同比增长 0.2%; 扣除民航和铁路客运花费后, 人均旅游花费约 535 元, 同比增长 1.4%。与春节黄金周相比, 全年人均旅游花费呈现全年增速快于春节黄金周的 trend。一般情况下, 团队旅游按消费水平由低到高可以分三种: 经济团、标准团和豪华团。目前, 我国的团体旅游中, 经济团占大多数。但是, 经济团的消费比散客的消费高, 散客又占据了国内旅游者的大多数。低消费水平的散客比重过高, 使得我国居民平均旅游消费水平较低。

(二) 国内旅游消费分布不均衡

我国居民的旅游消费水平虽然迅速增长, 但分布极不均衡。这主要表现在城乡分布不均衡、地区分布不均衡和时间分布不均衡。

目前, 我国国内旅游主要集中于城镇地区, 农村有一定改善但开发不足。如表 1.1 所示, 1994—2010 年农村居民旅游总消费从 175 亿元增长到 3176 亿元, 人均旅游消费从 55 元增长到 306 元, 旅游总消费增长较快, 人均消费增长相对迟缓。如果从城乡居民出游总人次来考察, 农村居民的平均增长率为 8%, 低于城镇居民的 11%。同时发现受 1998 年洪水灾害和金融危机的影响, 农村居民与城镇居民的出游人次分别比上年增长 16%、-3%; 受 2003 年非典危机影响, 相应的增长率分别为 5%、-9%,

这在某种程度上说明了外部危机对城镇居民旅游的负面效应强于农村居民。虽然农村居民消费波动幅度较大,但发展农村居民旅游仍有利于缓解国内旅游发展的波动性和敏感性,能够促进旅游业的健康发展。

表 1.1 城乡居民平均旅游消费倾向

年份	城镇居民		农村居民	
	人均可支配收入 (元)	平均旅游消费倾向	人均纯收入 (元)	平均旅游消费倾向
1994	3 496	0.119	1 221	0.045
1995	4 238	0.092	1 578	0.033
1996	4 839	0.087	1 926	0.029
1997	5 160	0.089	2 090	0.054
1998	5 425	0.087	2 162	0.071
1999	5 854	0.083	2 210	0.089
2000	6 280	0.085	2 253	0.079
2001	6 860	0.081	2 366	0.070
2002	7 703	0.076	2 476	0.066
2003	8 472	0.063	2 622	0.059
2004	9 422	0.057	2 936	0.053
2005	10 493	0.051	3 255	0.051
2006	11 760	0.046	3 587	0.044
2007	13 786	0.044	4 140	0.036
2008	15 781	0.034	4 761	0.037
2009	17 175	0.030	5 153	0.036
2010	19 109	0.028	5 919	0.032

从区域上看,东南沿海发达地区的旅游消费水平较高,中西部地区消费不足。因为我国旅游抽样调查资料中的人均国内旅游消费数据指出游者的人均国内旅游消费,并不是全体居民的人均国内旅游消费。一个地区居民的国内旅游消费水平不仅与其出游者的国内旅游消费水平有关,还与其出游率有关,因此可以以出游者人次国内旅游消费出游率代表该地区居民的人均国内旅游消费水平。从 2013 春节和中秋国庆黄金周旅游市场的数据来看,受一系列不利因素影响而压抑的旅游需求正逐步得到释放,假日