

高等学校旅游管理专业应用型本科系列教材

教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游专业组推荐教材

旅游经济学

李炳义 主编

Traveling



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校旅游管理专业应用型本科系列教材

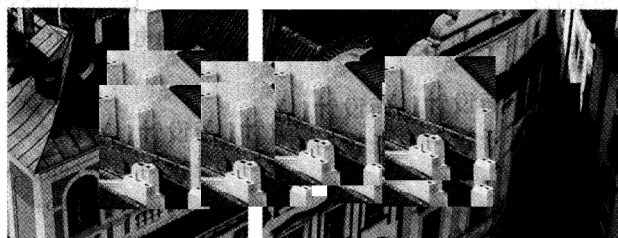
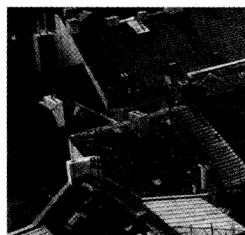
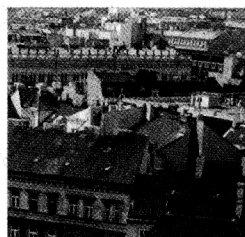
教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会旅游专业组推荐教材

旅游经济学

Lüyou Jingjixue

李炳义 主编

陆勤 副主编



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书是高等学校旅游管理专业应用型本科系列教材之一。

本书应用现代市场经济学和西方经济学的理论和方法,在充分吸收和借鉴旅游学研究最新成果的基础上,较为全面系统地分析了旅游经济运行的各个主要方面和环节。全书共分八章,主要内容有导论、旅游需求与旅游消费、旅游供给与旅游开发、旅游市场机制、旅游企业与旅游产业、政府在旅游经济中的作用、旅游经济效益与经济影响、旅游经济发展。各章均包含学习目标、引导案例、本章小结、本章的关键概念、实践环节、复习思考题、案例讨论题等栏目。理论知识的介绍以简明易懂、深入浅出为原则,体现了“夯实基础、强化实训”的指导思想。本书还附有电子课件,含电子教案、案例点评分析等,作为对教材的补充与延伸,体现立体化教材的特点。

本书可作为应用型本科旅游管理专业的教材,亦可供旅游从业人员培训使用。

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学/李炳义主编. —北京:高等教育出版社, 2011.1

ISBN 978-7-04-030608-8

I. ①旅… II. ①李… III. ①旅游经济学-高等学校-教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 221142 号

策划编辑 张欣
责任绘图 郝林
责任印制 朱学忠

封面设计 张楠
责任校对 王雨

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120

经销 蓝色畅想图书发行有限公司
印刷 北京铭传印刷有限公司

开本 787×960 1/16
印张 16
字数 300 000

购书热线 010-58581118
咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

版次 2011年1月第1版
印次 2011年1月第1次印刷
定价 28.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 30608-00

前言

在现代经济生活中,旅游业已经成为全球最大的经济产业。从1978年我国实行改革开放政策以来,短短30多年,我国已从一个世界排名第41位的旅游小国发展成为一个世界旅游大国,并逐渐向世界旅游强国迈进。《国务院关于加快发展旅游业的意见》(国发【2009】41号)将我国旅游业定位为国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。旅游业的快速发展必然要求从整体上提高旅游行业从业人员的素质。经过数十年的探索和努力,我国旅游高等教育教材建设已初具体系。然而,随着旅游业的发展,某些旅游教材滞后于产业发展,其中理论过时、资料陈旧的问题显露了出来。有鉴于此,需要对我国旅游经济的运行和发展不断地进行跟踪和总结,按照“分类指导、鼓励特色、重在改革”的课程建设原则将其反映到教材建设上来。

旅游经济学是研究由旅游者在客源地(国)与目的地(国)之间的商品化、社会化的移动而引发的经济现象、经济关系、经济运行和经济影响的专门学科。其本质是站在经济学的角度,运用经济学的原理、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。旅游经济学是一门既古老又年轻的学科。说它古老,是因为从1899年历史上最早对旅游经济活动进行分析的文章出现算起,旅游经济学的研究已经有一百多年的历史;说它年轻,是因为尽管相关的论文、专著和教材数量众多,但旅游经济学在学科体系、内容和方法上仍然存在很多不成熟的地方。因此,旅游经济学教材的编写,既要全面总结前人成果,又要有所创新、体现特色,无疑是具有相当的挑战性的。

本书应用现代市场经济学和西方经济学的理论与方法,在充分吸收和借鉴旅游学研究最新成果的基础上,较为全面系统地阐述了旅游经济学的基本理论和方法,充分体现了旅游经济学作为综合性学科的特色,内容体系新颖,框架结构清晰。全书共分八章,主要内容有导论、旅游需求与旅游消费、旅游供给与旅游开发、旅游市场机制、旅游企业与旅游产业、政府在旅游经济中的作用、旅游经济效益与经济影响、旅游经济发展。从逻辑关系来看,本书突出了以旅游经济活动的时空变动为基础,以旅游供求矛盾的调节(市场调节和政府调控)为主线,以旅游经济活动主要利益相关者的利益均衡和旅游经济的可持续发展为目标的分析思路,系统分析了旅游经济活动运行的各个主要方面和环节,包括政府政策层面、旅游企业的运营层面和旅游者的消费层面,揭示了旅游经济活动过程中各种经济现象以及经济关系的本质,既有定性和宏观的

理论研究,又有定量和微观的实证分析,对旅游经济的发展做了系统的、理论的概括和总结。

本书注意克服目前各高校所使用的教材存在的实用性和实践性不强、针对性不够等问题,重视教学内容和教学方法的创新,对教材体例进行了重大改变,形成了具有鲜明特色的教学体系。各章均包含学习目标、引导案例、本章小结、本章的关键概念、实践环节、复习思考题、案例讨论题等栏目,在每章的开头提炼了教学目的和教学知识点,在每章的结尾列出了核心内容和相应的训练测试题,使各章首尾呼应,教学的重点和难点突出。教材中的理论知识的介绍以简明易懂、深入浅出为原则,还精心选编了适量的经典案例和阅读资料,体现了“夯实基础、强化实训”的指导思想,具有较强的理论性、科学性、系统性和应用性,有利于学生在学习中培养经济思维、拓展知识领域,也有利于学生在将来的工作实践和管理实际中独立地发现问题、分析问题、解决问题。为方便广大师生教学和自学,本书还附有电子课件,含电子教案、案例点评分析等,作为对教材的补充与延伸,体现出了立体化教材的特点。总之,本教材切合教育改革潮流,深刻理解和把握应用型本科教育的特征,力求做到“教师易教、学生乐学、训练实用”,可作为应用型本科旅游管理专业的教材,亦可供旅游从业人员培训使用,对旅游教育、科研和管理部门的广大读者而言也是一本增长知识的参考书。

本书由江苏科技大学李炳义任主编,金陵饭店集团培训部经理陆勤任副主编。李炳义提出了编写大纲,编写第一、六、七、八章,改写了部分章节并负责统稿;扬州大学旅游烹饪学院宋雷编写第二、三章;浙江工业大学之江学院王真慧编写第四章,张佳编写第五章;江苏科技大学苏志平、郭金海负责电子课件的制作。陆勤负责了部分章节的审稿,并从行业角度提出了修改建议。在本书写作过程中,编者参考了大量已出版的相关教材,借鉴了部分专著、论文和报刊资料,得到了南京师范大学旅游研究所陶卓民教授的指导和帮助,在此一并表示衷心的感谢。

由于编写时间较紧,编者教学和科研任务繁重、学识和能力有限,书中错误和疏漏之处在所难免,敬请广大读者提出宝贵意见,以便编者进一步修订完善。

编者

2010年6月

目 录

第一章 导论	1
第一节 旅游经济活动	2
一、旅游活动与旅游经济活动的含义	2
二、旅游经济的产生与发展	4
三、旅游经济活动的性质和特点	12
第二节 旅游经济学的研究体系和学科特点	15
一、国内外对旅游经济的研究	15
二、旅游经济学的研究体系	18
三、旅游经济学的学科特点	22
第二章 旅游需求与旅游消费	28
第一节 旅游需求概述	29
一、旅游需求的概念和特点	29
二、旅游需求的产生条件	32
三、旅游需求的衡量指标	34
第二节 旅游需求规律与弹性	36
一、旅游需求的影响因素	36
二、旅游需求规律	39
三、旅游需求弹性	42
第三节 旅游消费	46
一、旅游消费的概念和特点	46
二、旅游消费的作用	49
三、旅游消费结构	51
第三章 旅游供给与旅游开发	60
第一节 旅游供给概述	61
一、旅游供给的概念和特点	61
二、旅游供给的构成	63
第二节 旅游供给规律与弹性	66
一、旅游供给的影响因素	66
二、旅游供给规律	67
三、旅游供给价格弹性	69
第三节 旅游产品开发	70
一、旅游产品的构成	70

二、旅游产品开发的内容	81
三、旅游产品开发的原则	82
四、旅游产品开发的策略	84
第四章 旅游市场机制	91
第一节 旅游市场机制概述	92
一、旅游市场与旅游市场机制的含义	92
二、旅游市场机制的表现形式	94
三、旅游市场机制的功能	96
四、旅游市场机制的特征	97
第二节 旅游市场供求均衡	98
一、旅游供给与需求的矛盾	98
二、旅游供给与需求的均衡分析	100
三、旅游供求规律	103
第三节 旅游价格	104
一、旅游价格的构成	104
二、旅游价格的分类	105
三、旅游价格的定价机制	106
四、旅游价格的实现	108
五、旅游价格的监督管理	110
第四节 旅游市场竞争	113
一、旅游市场竞争的概念与必然性	113
二、旅游市场竞争的类型	114
三、旅游市场竞争的目标	115
四、旅游市场的过度竞争	116
第五章 旅游企业与旅游产业	123
第一节 旅游企业组织	124
一、企业及其类型	124
二、现代企业制度的含义与特征	126
三、旅游企业组织治理	129
第二节 旅游产业的形成	133
一、产业的概念与分类	133
二、旅游产业的含义与特点	135
三、旅游产业的构成	138
第三节 旅游产业结构	140
一、产业结构的含义	140
二、旅游产业结构的含义及其优化	140

三、中国旅游产业结构现状及其优化	143
第六章 政府在旅游经济中的作用	150
第一节 市场失灵与政府干预	151
一、旅游市场失灵	151
二、旅游发展中的政府干预	155
第二节 旅游行业管理	159
一、旅游行业管理概述	159
二、旅游行业管理的手段	161
三、旅游行业管理的内容	163
四、提高旅游行业管理能力	166
第三节 旅游产业政策	169
一、旅游产业政策的概念与特点	169
二、旅游产业政策的内容	171
三、制定旅游产业政策的必要性及原则	174
四、中国旅游产业政策的形成过程	177
第七章 旅游经济效益与经济影响	185
第一节 旅游经济效益	186
一、旅游经济效益概述	186
二、旅游微观经济效益	188
三、旅游宏观经济效益	196
第二节 旅游经济影响	201
一、对旅游客源地的经济影响	202
二、对旅游目的地的经济影响	203
第三节 旅游经济影响的衡量	206
一、旅游乘数	206
二、旅游卫星账户	210
第八章 旅游经济发展	222
第一节 旅游经济发展模式	223
一、旅游经济发展模式概述	223
二、国际旅游经济发展模式比较	227
三、中国旅游经济发展模式	231
第二节 旅游经济发展战略	233
一、旅游经济发展战略概述	234
二、中国旅游经济发展战略	237
参考文献	246

第一章 导 论



学习目标

- 了解旅游经济活动的产生和发展;
- 了解“哑铃经济”模型以及基于该模型展开的旅游经济学内容体系;
- 理解旅游活动与旅游经济之间的关系;
- 掌握旅游经济学的研究对象。



引导案例

对旅游经济学研究对象的不同认识

20 世纪 80 年代以来,我国对旅游经济学的研究著述颇丰,对旅游经济问题进行了许多探索,但学术界对旅游经济学研究对象的问题存在分歧。比较有代表性的观点有:旅游经济学的研究对象是旅游经济活动及其发展规律;^① 旅游经济学就是要研究旅游活动商品化过程中各种错综复杂的经济现象和经济关系,即旅游者的最大化利益、旅游供给者的最大化利益和国家的最大化利益这三者的经济关系和矛盾;^② 旅游经济学是研究旅游劳务生产和流通的经济现象及其运动规律的科学,换句话说,旅游经济学的研究对象是旅游劳务领域的生产流通以及分配和消费的经济规律;^③ 旅游经济学的研究对象是旅游经济活动中旅游产品的需求和供给矛盾……旅游经济学主要研究旅游经济活动的运行及其运行过程中所产生的经济现象、经济关系与经济规律;^④ 旅游经济学的研究对象就是由旅游者的空间移动而引起的旅游客源地、旅游目的地和旅游联结体三者的运动而表现出的经济现象、经济关系以及经济规律;^⑤ 旅游经济学是研究旅游者在客源国与目的地之间的商品化、社会化的移动而引发的经济现象、经济关系、经济运行和经济影响的专门学科。^⑥

① 王立刚,刘世杰.中国旅游经济学.长春:吉林人民出版社,1982.

② 黄辉实.旅游经济学.上海:同济大学出版社,1990.

③ 张辉.旅游经济学.西安:陕西旅游出版社,1991.

④ 林南枝等.旅游经济学.天津:南开大学出版社,2000.

⑤ 张辉.旅游经济论.北京:旅游教育出版社,2002.

⑥ 厉新建,张辉.旅游经济学——理论与发展.大连:东北财经大学出版社,2002.

一门学科是否能够成立，首先取决于是否有明确的研究对象。那么，旅游经济学的研究对象到底是什么呢？

旅游经济学的研究是围绕旅游经济活动的进行而展开的。本章首先介绍旅游经济活动的产生与发展，把握旅游经济的特殊性，进而阐明旅游经济学的研究对象和研究内容，明确旅游经济学与其他相关学科的区别与联系，以全面掌握这门学科，指导旅游工作实践。

第一节 旅游经济活动

一、旅游活动与旅游经济活动的含义

（一）旅游活动的含义

“旅游”一词来源于拉丁文的“tornare”以及希腊文的“tornos”，其基本含义是“围绕一个中心点或轴的运动”，意即一种往返的行程。在我国的语言史中，“旅游”作为一个固定的专用词出现较晚，最早出现在南朝诗人沈约的《悲哉行》一诗中。

不过，旅游在我国具有悠久的历史，先秦古书中就有关于华夏先民在远古时代进行旅游活动的传说，在《诗经》、《山海经》和《史记》等古书中也有关于旅游活动的记载。美国著名学者罗伯特·麦金托什和查尔斯·戈德纳在《旅游学——要素·实践·基本原理》一书中还描述了中国古代名人周穆王和张骞的旅游经历。



小案例

我国最早的游记著作

我国最早的游记究竟是哪一篇？关于这一问题，尽管有几种不同的答案，但真正研究起来，却应该毫不犹豫地说，是《周王游行记》。

据《纪年》等载，周穆王巡游天下，几乎贯穿了他的全部统治时期。《周王游行记》记述的主体——西行，大约始于穆王十三年（公元前964年），约用了两个年头。《周王游行记》对此的记载，自然远比其他古籍详细：其中有日期，行进方向，里距，所经所至地名，地貌景物，各地物产，民众、族落情况的介绍，还包括穆王在内的人的言语和行为描写。研究者们普遍认为，穆王

西行的某些线路，跟后世所称的“丝绸之路”的走向是大体一致的。

依多数专家的看法，这一游记当是穆王巡行时的实录，它的存在迄今已近3 000年了。即使退一步，依了某些疑古学者的怀疑说，它的出现至迟也在距今2 300余年前。由此可见，《周王游行记》作为现知的我国最古老的游记是毫无疑问的。

（资料来源：刘德谦，原载1985年3月5日《中国旅游报》。）

在古代，旅和游是有本质区别的。旅行是指人们离开常住地而寄寓他乡的行为，是一种为了生存或某种特定目的而四处奔走的活动；游览则是以消闲为主、追求精神享乐、调节生活情趣的活动。随着社会经济的发展和人民生活水平的不断提高，人们已将旅行和游览有机地结合在一起，形成了以游览为目的，以旅行为手段的旅游活动。

长期以来，一些国际组织和研究者曾给旅游下过多种定义，其中有经济学界的旅游定义、文化论者的旅游定义、管理机构的旅游定义，也有管理学、地理学和市场学等方面的认识和解释。这些定义基本上可以划分为两类：一类是从理论抽象出发所下的定义，一类是人们出于统计工作的需要对旅游做出的比较具体的定义。1994年，世界旅游组织和联合国统计署将旅游定义为：“旅游是指人们出于休闲、商务和其他目的，离开自己的常居环境连续进行不超过一年的旅行和逗留活动。”

现代旅游活动是人们暂时离开居住地到异国他乡进行参观游览等活动的总称。虽然现代旅游活动的外延有了充分的扩展，旅游活动的内容和形式有了很大的变化，但是旅游的内涵并未改变，旅游的本质属性自始至终贯穿于人类的旅游活动中，表现在以下方面：旅游是满足人们特殊需求的一种高层次消费方式；旅游是人类实现社会交往的一种方式；旅游是一种社会文化行为。旅游活动作为人类的一种社会行为，由旅游主体、旅游对象和旅游媒介三大要素构成。旅游主体包括旅游者和客源地两个因素；旅游对象包括旅游目的地和旅游产品两个因素；旅游媒介包括旅游过程和旅游企业两个因素。在旅游活动中包含着以下三重关系：一是人与自然的关系；二是人与社会的关系；三是人与人的关系。

（二）旅游经济活动的含义

人类历史上最早旅游活动出现在原始社会末期，即第三次社会大分工之后。在此后相当长的一段时间里，限于当时的社会经济发展水平，参加此类活动的人只能是社会的特权阶层和达官贵人，如帝王将相、贵族僧侣和文人墨客的巡游、漫游、宗教旅行等；当然也包括一些贵族子弟以教育为目的的学习旅行、社会上层人士以保健为目的的温泉旅行和以考察为目的的观光或探险旅行

活动。这些活动只是社会上极少数人的个别行为，他们的活动往往是采用非经济手段进行的，对社会经济没有起到太大的作用。也就是说，由于古代社会生产力不发达，社会经济的发展水平还不能促使旅游活动商品化，因而旅游活动最终没有成为一种商品化的社会活动，而仅仅是孕育了旅游经济的萌芽。然而，当旅游活动借助商品交换和社会分工组织方式实现时，旅游经济活动就随之产生了。

旅游经济活动是指采用商品交换形式所形成的旅游者与旅游生产者、旅游行业、政府以及其他利益相关者之间的经济联系和经济关系的总和。它的突出特点是旅游或旅行活动必须具有商品化和社会化特征。商品化特征是指采用商品交换的方式来组织旅游活动。游客在旅游过程中满足衣食住行购物的需要都必须以支付一定量的货币为前提，游客和服务之间是平等的商品交换关系。社会化特征是指不仅出现了专门为旅游者提供产品和服务的旅游生产商，而且出现了与之配套的旅游服务组织和环境。不仅旅游者与专门从事旅游服务活动的组织或经营机构之间有经济关系，而且各旅游企业之间的经济联系也是密不可分的。正是由于旅游活动中存在着各种交错复杂的经济关系，旅游活动才成为旅游经济活动。

总之，旅游经济活动是旅游活动这一社会现象在经济领域中的表现，是在旅游活动商品化的基础上所形成的多种经济现象和经济关系的综合。

二、旅游经济的产生与发展

（一）世界旅游经济历程

旅游经济的形成是旅游活动向商品化发展的结果。18 世纪末期，发轫于英国的工业革命，使人类社会的生活方式发生了剧烈的变化，也为现代旅游经济的发展创造了条件。按一般的观点，可以将自英国工业革命开始至今这 200 多年的旅游经济发展划分为三个阶段，即发育阶段、成长阶段和高速发展阶段。

1. 旅游经济发育阶段

从 1760 年英国工业革命开始到 1840 年为止，是旅游发展的早期阶段，也是旅游经济发育阶段，这一阶段经历了近 80 年。

旅游活动发展成为旅游经济活动，并成为整个社会经济活动中的一个重要组成部分不是偶然的，它是近代商品生产和商品交换长期发展的结果。18 世纪 60 年代以前，由于社会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地域范围和社会范围内，而且这种旅游活动的满足程度较低，外出活动的旅行者一般都伴随有政治经济目的，而更重要的是外出活动的旅行者

与其所到之处的关系主要的体现方式还不是商品交换关系。18 世纪发轫于英国的工业革命促进了资本主义商品生产和交换的迅速发展, 既为旅游经济活动的产生奠定了坚实的基础, 也为旅游经济活动的开展创造了充分的主体和客体条件。

第一, 从旅游需求方面来看, 工业革命的结果造就了大量的旅游需求者。

由于工业革命加剧了工作地点与生活地点的分离、工作和休闲的分离, 彻底改变了劳动时间与自由时间的关系、生产空间与消费空间的关系, 从而为现代意义上的大规模的旅游发育创造了主体和客体条件, 同时也促进了旅游活动商品化、社会化的进程。随着工业化的推进和大机器生产的深化, 劳动分工日益细化和专业化, 人们的工作压力日益增大, 一定程度上强化了人们的出游动机。劳动分工使人们有了更多的收入和更多的闲暇时间, 因而对旅游活动的需求也与日俱增。伴随着人们可支配收入的增加, 旅游活动逐渐成为人们物质文化生活的组成部分, 从而为现代旅游经济的形成提供了需求前提和经济条件。

第二, 从旅游供给方面来看, 作为旅游业主要组成部分的行业的迅速发展为旅游经济活动的产生提供了充分的物质技术条件。

科技的进步和机器的使用, 为旅游提供了火车、轮船这样一些先进的交通工具。美国于 1807 年开辟了汽船内河定期客运航班, 紧接着欧洲许多国家相继开设了蒸汽客轮经营服务。英国于 1830 年在利物浦到曼彻斯特之间开设了火车客运服务。由于铁路运价低廉, 故吸引了内地旅游者前往海滨和其他游览胜地, 相关旅游业务也相继开展起来。到 19 世纪 40 年代, 乘船游览活动在英国已相当盛行。随着时间的推移, 交通工具日益完善, 也就为旅游发展提供了有利条件。

食宿业的发展也为旅游活动的推进创造了条件。一些国家出现了为旅游者提供专门服务的旅馆和餐馆。因为轮船和火车的投入营运, 使得旅游的人数越来越多, 从前的驿站和客栈已经显得过于简陋, 于是, 在铁路沿线和轮船码头就出现了现代旅馆。这些旅馆的建立, 使旅馆不再只是旅游者住宿的地方, 而是能满足旅游者食宿、娱乐、召开会议等多方面需要的综合场所。

第三, 专门从事旅游业务经营的旅行社的诞生是旅游经济活动发展过程中一次质的飞跃, 同时也是旅游经济形成的重要标志。

随着社会化大生产时代的来临, 旅游规模也越来越大。与此相适应, 专门为旅游、休闲等活动提供服务的服务性机构相继大量产生。1822 年, 罗伯特·斯马托 (Robert Smart) 开始办理到布里斯托尔 (Bristol) 各港口及到都柏林的轮船票务预订业务。1841 年, 英国人托马斯·库克组织了一次参加禁酒大会的旅行, 开启了旅游代理商 (人) 参与旅游生产活动的先河。特别是 1845 年托马斯·库克首次成立了包括吃、住、行等业务在内的旅行社, 使有

组织地提供旅游活动所需的各种专门服务成为可能,促进了旅游活动的商品化进程,标志着旅游活动向旅游经济活动的转变。这是举世公认的第一家旅行社。旅行社的诞生,提高了人们出游的便利程度,使人们可以获得更多的信息,推动了人们出游地域范围的进一步拓展。随后,各国相继创办了各种类似的旅行社。

在这一阶段,虽然旅游已从其他形式的旅行中分离出来成为一个独立的社会现象,且因消遣目的而外出度假的人数也大大超过商务旅行而成为旅行市场的主体,旅行社的发展在很多方面都开始具有现代意义上的旅游特点,但在当时,旅游经济还仅仅处在一个发育时期,因为无论是在规模上还是在形式上,都与之后的旅游经济有很大的区别。

2. 旅游经济成长阶段

19世纪40年代至20世纪50年代是世界旅游经济的成长阶段。

工业革命在世界范围内的发展进一步加速了社会经济的发展,旅游活动的“推”的因素进一步得到强化,社会对旅游需求在量上的积累达到了相当的规模。同时,工业革命也强化了国际的分工与合作,为旅游活动地域的扩展和国际化现象的形成创造了条件。

旅游需求拉动旅游供给,使专业旅游服务设施得以分化产生,围绕旅游消费形成了新的经济产业和经济部门。发达国家的铁路遍布全国,各国的铁路公司也相继成立。进入20世纪后,汽车和飞机被广泛用于旅游活动。1919年,民用航空事业开始出现,当时英、法、德共有20多家航空公司,单机客座也增加到12人。同时,出租汽车、公共汽车和私人小轿车也开始增多。在海洋运输方面,也出现了像“玛丽皇后号”和“伊丽莎白皇后号”这样能载运几千名旅客的快速巨轮。由工业革命引发的交通运输业的革命,相对缩短了人们旅行的空间距离,使人们的出游更加便利。

1857年,英国成立登山俱乐部。1885年,英国又成立帐篷俱乐部。1890年,法、德两国成立观光俱乐部。此外,还有意大利国有铁路公司创办的意大利游览公司、加拿大的太平洋捷运公司、日本的国际观光局、德国的中欧旅行社等。到20世纪初,英国托马斯·库克旅游公司、美国运通公司、比利时铁路卧车公司成为当时世界旅行代理业三大公司。

一些国家政府为招徕游客、增加旅游效益,先后将促进旅游发展纳入政府部门职能之中,国际性、地区性旅游行业组织先后成立。例如,法国根据1910年《财经法》规定,成立了国家旅游局;1919年,意大利国家旅游局宣告成立;1898年,国际旅游协会联盟成立,它是一个代表汽车驾驶组织和旅游俱乐部的全球民间协会,1919年重新组建后改名为国际旅游联盟。在旅行社方面,1919年,欧洲旅行社组织成立,它是一个地区性的行业组织。在饭

店方面,1947年,国家旅馆协会成立。在旅游管理机构方面,1928年,国际官方旅游组织联盟成立。

在这个时期,不仅旅游人数大量增加,而且旅游方式也日趋多样,旅游活动开始从分散、无组织状态向商业化运作转变,团体旅游得到了一定程度的发展。

3. 旅游经济高速发展阶段

从20世纪50年代开始,世界旅游进入了第三个发展阶段,即旅游经济高速发展阶段。

随着世界范围的战争阴影逐步消退,人类社会进入了一个政治社会相对平稳、经济技术突飞猛进的发展阶段,“和平与发展”成为这一时期人类社会的轴心和主题。伴随着人们收入水平的持续升高和大量先进技术的使用,旅游需求和生产力水平又有了质的飞跃,旅游经济进入高速增长和全面产业化发展阶段。其根本标志是旅游活动的大众化和全球化以及现代旅游产业体系的形成。

(1) 旅游活动的大众化。20世纪50年代,经过短暂的战后恢复,世界各国,尤其是欧美国家率先进入社会经济发展的新阶段。劳动生产率的不断提高使人们的收入急剧上升、闲暇时间不断增多,从而使普通百姓也能问津旅游。据有关资料统计,在西方国家,人们在1900年平均每周工作时间为53.2小时,1950年减为41.7小时,1975年进一步减为36.1小时。目前,世界上已有144个国家实行了每周五天工作制。20世纪60年代,喷气式飞机技术用于民用航班,航空运输费用的大幅度降低使得更多的工薪阶层人士能够参加到旅游行列中来,旅游者人数因而大幅度上升,大大地促进了世界旅游,尤其是越洋远程旅游的发展。于是出现了世界范围内游客远距离大量流动的局面,被称为“大众旅游”现象。旅游成为一种大众商品,旅游业的增长速度超过世界经济的平均发展速度。这一时期也被称为旅游运行的“大众旅游时期”。在经济水平相对发达的国家,旅游和休闲日益成为社会大众的生活必需品或“生活方式”,国家和政府颁布专门的政策和法令鼓励旅游消费,以提高国民的生活质量。随着世界范围内旅游业的推广和大众旅游活动的普及,旅游业已在人类生活中发挥着日益重要的作用和影响。

(2) 旅游活动的全球化。在世界旅游发展初期,由于消费能力有限,旅游者大多仅限于国内旅游和短途旅游。随着收入的进一步增加和旅游经验的丰富,旅游者开始从事洲内跨国旅游活动(即区域旅游)。到1970年,洲际跨国旅游逐步升温。其中,发达国家游客集中的旅游区是国际旅游的重心,发达国家输出的国际游客最多,旅游接待所占的市场份额也最大。同时,得益于政治稳定和经济繁荣,发展中国家的出国旅游也迅速崛起。旅游活动的全球化趋

势日益明显。据有关统计资料显示,2002年,东亚太地区的旅游接待量第一次超过美洲而跃居世界第二位,其中尤以中国旅游业的崛起贡献最大。1978年,中国入境游客总人数180.92万人次,居世界第48位;到2009年,接待量提高到1.26亿人次,居世界第4位。

(3) 现代旅游产业体系的形成。20世纪50年代后,世界旅游业的总体发展趋势是产业规模不断扩大,以包价旅游为中心,旅游业形成了完整的产业分工体系。旅游形式多样化和旅游需求的个性化发展态势使原有的旅游产业向专业化、细分化方向发展,旅游产业体系也逐渐向现代旅游经济体系演化。可以说,这一阶段的突出特征不仅是旅游总量的持续增长,而更多地表现为旅游产业内部关联程度以及产业结构体系上的优化和整合,也就是旅游业发展质量的根本改变。从某种程度上讲,旅游产业化发展也是产业内部集中度不断提高的过程。在产业化分工协作发展的基础上,一批覆盖越来越大的国际市场、技术水平更高、专业化程度更强、管理模式和能力不断创新的旅游企业集团正在成为世界旅游业的主体力量,对稳定世界旅游市场秩序、提升旅游服务质量发挥着越来越大的影响。

20世纪90年代,随着互联网等一大批先进技术的应用和旅游业总体管理水平的提升,一些发达国家的旅游业开始逐步改变以规模化、标准化为特征的产业化发展模式,向更注重满足个人偏好的个性化旅游阶段转变,这也预示着一种新的旅游发展模式正在产生。

(二) 中国旅游经济的发展历程

与世界旅游经济的发育及发展历程相对应,中国的旅游经济发展历程可分为新中国建立前的近代旅游经济阶段、新中国建立后到党的十一届三中全会前的接待事业型旅游阶段和改革开放以来的旅游产业发展阶段。

1. 近代旅游经济阶段

近代,作为一个历史概念,在我国通常是指1840年鸦片战争以后到新中国成立前这段历史时期。这一时期,我国由独立的封建国家逐步沦为半封建半殖民地国家。随着帝国主义列强的入侵,一些西方旅游企业,如美国的运通旅行社、英国的通济隆旅行社,也陆续进入中国开办旅游业务。在此背景下,1923年8月15日,时任上海商业储蓄银行总经理的陈光甫先生,在该行设立了一个“旅行部”,专门为中国人代订车票和办理出国手续,组织国内外旅游活动。1924年春天,这个“旅行部”组成第一批国内旅游团赴杭州游览,并由上海铁路局特开专列运送,这就是近代中国最早的一次有组织的旅游活动。1927年6月,这个“旅行部”单独挂牌注册,申领营业执照,并更名为“中国旅行社”。它是中国人自己开办的第一家旅行社,也标志着中国近代旅游业的诞生。随后,为了更好地满足游客的住、食要求,该社在全国重要商都城乡

开办旅游饭店,业务领域逐步扩大到食、住、行、游、娱等各个方面。它还先后在全国各交通枢纽城市设立了旅行分社,在人口稠密处、著名旅馆内、交通要冲地,还大量增设支社或办事处。随着旅游业务的对外拓展,还在东南亚诸国设立分支机构,办理国际旅游业务。

在中国旅行社的带动下,各地纷纷出现旅行服务机构,但服务对象多半是有钱的资本家、官僚和外国人。此外,民国期间,全国各大城市都开办了饭店、茶楼,兴建了公园等游乐场所,旅游产业雏形已现。但由于旧中国战乱不断、民生凋敝,旅游业没有繁荣发展的土壤,故其相应的旅游规模也自然是微不足道的。

2. 接待事业型旅游阶段

为了适应新中国成立后很多侨胞想回国探亲访友的新形势,1949年10月17日,以接待海外华侨为主旨的厦门华侨服务社成立。这是新中国创办的第一家旅行社,此后又在泉州、广州等地成立了华侨服务社,初步形成了中国旅行社的框架体系。1957年4月24日,中国华侨旅行服务总社正式成立,统一领导和协调全国华侨及港澳同胞的探亲旅游接待服务。与此同时,为做好外国友人访华的接待工作,1954年4月15日,分别在北京、上海、西安、桂林等14个城市成立了中国国际旅行社,其主要任务是完成政府部门在外事活动中有关食、住、行、游等事务,并发售国际联运飞机票。

为了加强对全国旅游工作的统一领导,1964年,中共中央决定成立中国旅行游览事业管理局,与中国国际旅行社总社合署办公。不久,“文化大革命”开始,旅游接待被批判为“为资产阶级服务”的机构,局社合一的中国旅行游览事业管理局只剩下12人的业务班子,接待业务基本停顿。1968年,全国仅接待外宾303人。20世纪70年代初期,毛泽东主席要求做好国际交流工作,国际旅游接待有所恢复。1976年,全国接待外国游客不到5万人次。粉碎“四人帮”后,港澳同胞和外国人入境数量明显增加,到1978年,党的十一届三中全会召开时,入境游客总人数达180.92万人次,居世界第48位。

3. 旅游产业发展阶段

1978年底召开的党的十一届三中全会,开创了中国改革开放的历史新阶段。作为中国改革开放的总设计师,邓小平同志十分重视并积极倡导中国大力发展旅游业。在党的十一届三中全会前后的一段时间,邓小平同志连续五次发表了关于旅游业的讲话,指出:“旅游事业大有文章可做”;“旅游这个行业,要变成综合性的行业”。

伴随着改革开放的脚步,中国旅游业经历了从政府接待事业到经济产业,再到国民经济重要产业的发展历程。这一历程大致可以分为以下几个阶段。

第一阶段是20世纪80年代,为我国旅游业在探索中起步阶段。在邓小平