

21

朝阳产业丛书

Zhaoyangchanyecongshu

● 主编/蒋正华

● 副主编/唐任伍 唐流德



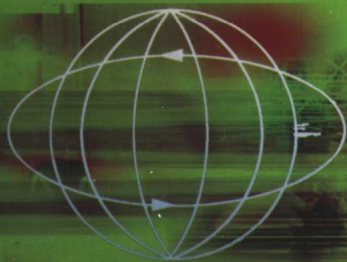
# 旅游产业

LUYOUCHANYE

——21世纪的支柱产业

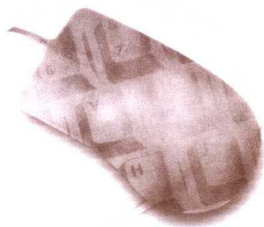
li  
you

文 力/著



贵州人民出版社

主编/蒋正华 副主编/唐任伍 唐流德

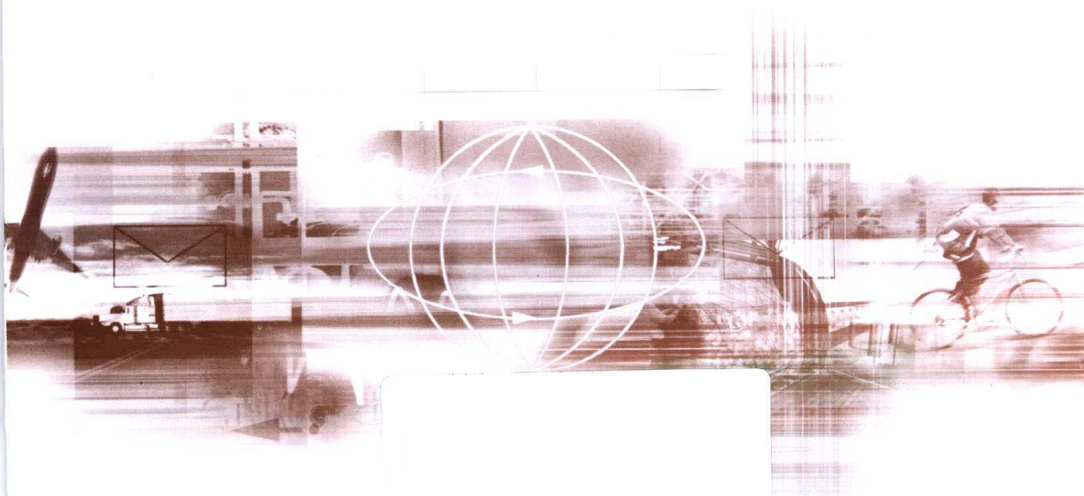


# 旅游产业

LÜYOUCHANYE

——21世纪的支柱产业

文 力/著



**图书在版编目(CIP)数据**

旅游产业:21 世纪的支柱产业:/文力著.

—贵阳:贵州人民出版社,2004.5

(朝阳产业丛书/蒋正华主编)

ISBN 7-221-06528-4

I. 旅… II. 文… III. 旅游业—研究 IV. F59

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 025162 号

**责任编辑** 顾庆荣

**封面设计** 曹琼德

---

**丛 书 名** 朝阳产业丛书

**书 名** 旅游产业

——21 世纪的支柱产业

**主 编** 蒋正华

**副 主 编** 唐任伍 唐流德

**著 者** 文 力

**出版发行** 贵州人民出版社

**社址邮编** 贵阳市中华北路 289 号 550001

**印 刷** 贵阳经纬印刷厂

---

890×1230 毫米 32 开本 8.875 印张 230 千字

2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

**印 数** 1-8000 册

---

ISBN7-221-06528-4/F·416 定价:17.00 元

# 《朝阳产业丛书》编委会

主    编: 蒋正华  
副主 编: 唐任伍    唐流德  
编    委: 蒋正华    唐任伍    唐流德  
          文    力    杨冠琼    王建民  
          张根发    魏成龙  
          程    立(常务)  
总策 划: 唐流德    程    立

**此书受 2003 年贵州出版  
企业发展专项资金资助**

# 序

蒋正华

自 1978 年实施改革开放到 2003 年的 25 年间,中国经济增长势头强劲,保持了年均增长 9.3% 的高水平。2003 年,中国国内生产总值达到 11.6694 万亿元人民币,比上年增长 9.1%,人均 GDP 首次超过 1000 美元,中国经济社会发展进入了一个新阶段。带动中国经济高速增长的因素很多,其中高新技术的发展带来的产业升级是一个不争的主要因素。中国要在 2020 年全面实现小康社会总体目标, GDP 总量在 2000 年的基础上翻两番,同样需要发展新兴的产业作支撑。综观世界各国经济发展史,产业的发展无不经历了从低级到高级、由简单到复杂、由刚性结构到柔性结构的过程,这是产业高级化运动的发展规律。时代进入 21 世纪的今天,产业结构正在发生巨大的变化,一些新兴的产业犹如初升的太阳,光芒四射,充满活力,被人们称为“朝阳产业”,如信息产业、生物产业、旅游产业、文化产业、空间产业、环保产业等,拉动着中国经济和世界经济的发展。相对传统产业来说,这些充满活力的被称为“朝阳产业”的新兴产业对经济增长的贡献更大,成为一个国家或地区社会经济发展的“火车头”、“风向标”,同时也成为一个国家经济发展水平的象征和未来经济发展的方向。因此,中国共产党第十六次代表大会政治报告明确指出,推进产业结构优化升级,形成以高新技术产业为先导、基础产业和制



制造业为支撑、服务业全面发展的产业格局,走出一条科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势得到充分发挥的新型工业化路子。

例如,作为 21 世纪最典型的主导产业——信息产业,是以软件、计算机、光电子、无线通信、语音处理、图像处理等为代表的产业,在我国的增长速度是 GDP 增长的 3 倍,成为增长最快、对国民经济贡献最大的产业之一。2003 年,我国的电话用户达到 5.32 亿户,2004 年将增加 9200 万用户(其中将新增固定电话用户 4000 万户,移动电话用户 5200 万户),达到 6.24 亿户,世界第一。电子信息产业销售收入将达到 2.37 万亿元,信息产业增加值将达到 8550 亿元。<sup>①</sup>

又如,被称为无烟工业的旅游产业,成为拉动经济增长的支柱产业,有人认为旅游业已经成为世界第一大产业。尤其是在进入休闲时代的今天,旅游业总产值占全世界 GDP 的份额已经超过 10%。作为有 13 亿人口的中国,人均 GDP 超过 1000 美元以后,旅游的相关领域更加兴旺,仅 2004 年 1 月 22 日至 28 日春节 7 天长假期间,中国共有 6329 万人外出旅游观光,相关收入达到 289.6 亿元人民币。预计到 2020 年,中国将成为全球第四大旅游输出国,每年出国旅游的中国人就会超过 1 亿人次,<sup>②</sup>同时中国本身也将成为世界上最引人注目的旅游目的地之一,吸引的游客人数将高达 1.3 亿,成为世界经济增长的一个亮点。

再如,21 世纪是生命科学的世纪,作为 21 世纪高科技的主角,它将改变人类及其进化过程。包括生物医药、海洋生物、生物农业、生物保健等在内的生物产业,蕴藏着巨大的经济机会,拥有长期永久性的市场潜力和广阔的发展空间,成为世界各国优先发展的产业。

文化产业、环保产业、空间产业等,无不具有广阔的市场需求和巨大的发展前景。党的十六大报告中多次指出,要积极发展文化事

① 《今年将新增 9200 万电话用户》,《光明日报》2004 年 3 月 4 日。

② [日]森裕子:《中国出现旅游热》,《经济学人》周刊 2004 年 3 月 2 日。

## 序

业和文化产业,要完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力。2004年初,北京市明确提出要把文化产业作为北京市的支柱产业来发展。环保产业作为绿色产业,是具有极大发展潜力的产业,特别是一些传统产业部门在寻求新的经济增长点时,力求从环保产业领域找到突破口。到2005年,中国环保产业年产值将超过2000亿元。在“绿色浪潮”席卷全球、绿色观念深入人心的21世纪,环保产业对国民经济增长的贡献将越来越大。至于科技含量极高的空间产业,已经成为美国、俄罗斯等国家经济增长的重要产业。中国在发射了50多颗人造地球卫星、神州5号载人上天飞行取得成功以后,又开始了“探月计划”和空间站的建设,空间产业的发展已经初具规模,对我国国民经济发展的影响必将不断增强。

因此,全面、系统地分析和研究这些被称为“朝阳产业”的发展及其变化规律,越来越具有重要的理论意义和现实意义。贵州人民出版社副总编辑唐流德和经济编辑室副主任程立,慧眼独具,设计了这套选题,起名为“朝阳产业丛书”,并约请北京师范大学管理学院负责组织和写作。北京师范大学管理学院组织了一批专家、教授和青年博士,反复酝酿讨论,历经一年多时间的精心写作和修改,现在这套丛书终于付梓,并即将出版问世。这是一件很有意义的工作,对于我国“与时俱进”,加快产业转型,大力发展具有科技含量的“朝阳产业”,提高产业竞争力,具有重要的参考价值。丛书对每一种产业发展的定位、特点、运行方式、在国民经济中的地位、对国民经济的贡献、目前的发展现状、未来的发展趋势、我国发展该产业存在的问题、应该采取的对策等论述周详,分析全面,资料翔实,是一套具有较高水平的学术著作,故特作序。

2004年3月16日于北京



# 目 录

序(蒋正华) /1

第一章 旅游产业的定位 /1

第一节 旅游产业定位 /1

第二节 旅游产业是社会经济发展的必然产物 /6

第三节 旅游产业构成 /18

第二章 旅游产业的特点 /24

第一节 旅游产业总体特点 /24

第二节 旅游产业供需特点 /30

第三节 旅游产业资源特点 /40

第四节 旅游产业市场特点 /46

第三章 旅游产业在社会发展中的地位和贡献 /54

第一节 旅游产业是社会发展的综合标志 /54

第二节 旅游产业在社会经济发展中的地位和贡献 /62

第四章 旅游产业存在和发展的条件 /87

第一节 旅游产业存在和发展的需求条件 /87

第二节 影响旅游产业需求的因素 /104

第三节 旅游产业存在和发展的供给条件 /107

第四节 影响旅游产业供给的因素 /112

第五章 旅游产业环境与产业需求细分 /116

第一节 旅游产业环境 /116

第二节 旅游产业需求细分 /126

**第六章 旅游产业市场 /140**

第一节 旅游产业市场定义 /140

第二节 旅游产业市场运行表现形式 /142

第三节 旅游市场的功能 /150

第四节 旅游产业市场运行的影响因素 /152

第五节 旅游市场竞争 /155

**第七章 旅游产业开发 /184**

第一节 旅游产业区域开发 /184

第二节 旅游产业资源开发 /192

第三节 旅游产业客源开发 /204

第四节 旅游产业产品开发 /210

第五节 旅游产业主要关联业务开发 /213

第六节 旅游产业人力资源开发 /229

**第八章 旅游产业发展现状与趋势 /232**

第一节 旅游产业总体发展现状 /232

第二节 旅游产业发展趋势 /250

**第九章 发展旅游产业存在的问题与对策 /260**

第一节 发展旅游产业存在的问题 /260

第二节 发展旅游产业的对策 /264

**参考文献 /270**

# 第一章

## 旅游产业的定位

### 第一节 旅游产业定位

#### 一、旅游产业性质

本书既然是讨论旅游产业问题,因此必须在全书内容展开前,给出一定的依据,以证明旅游的产业性质。本书之所以涉足这一内容并非画蛇添足,因为在我们涉猎的相关文献中,似乎对旅游何以成为产业并未给出足够的证明。因此,本书愿意为旅游的产业性质作一点证明工作。

在总体的社会经济中,某一经济活动能否被界定为具有产业性质,主要应视该经济活动是否能够形成业务链条或业务体系。如果某项经济活动只由一两项业务构成,一般是不能称之为产业的。例如,交通之所以被界定为产业,就在于该产业是由多项业务构成的。首先,交通由5种主要运输方式构成,即公路运输、铁路运输、民用航空运输、内河航运、管道运输。在现代运输市场中,任何一种运输方式都不足以单独完全承担运输职能,只有这些运输方式组成综合运输体系,才能为消费者提供完整的运输服务。其次,交通必须由若干基础设施构成,这种构成大体有:轨道、道路、车站、机场、港口、货场、通信设施等。这些基础设施构成交通工具运行的载体和为其正常运

行提供必要的保证。没有这些基础设施,交通工具将寸步难行。再次,交通由若干服务机构和设施构成,如加油站、收费站、票务、客运服务部门、货运服务部门等。这些机构和设施又为交通工具的运行提供了必要的辅助。正是交通的诸多业务构成,使其形成庞大的产业系统,因此就相应使交通成为一种产业。反之,餐饮不能被界定为产业,而只能称之为餐饮业。其原因就在于:餐饮这一经济活动的经营一般只由非常少的业务构成,不能形成庞大的业务链或业务体系;其他如旅馆、照相等经济活动也皆由于这一原因而不能成为产业,而只能称之为旅馆业、照相业。

我们大体依据这一方法来界定旅游的产业性质。依据某一经济活动能否成为产业的上述条件来界定旅游的性质,显然,旅游是具备成为产业的条件的。旅游作为一个完整的经济活动被经营,一般而言要具备如下业务构成:旅游资源、旅游餐饮、旅游住宿、旅游娱乐、旅游文化活动、旅游商贸活动以及由旅游自身派生的旅游交通、旅游信息等。旅游的上述诸种业务哪一项单独抽取出来都不能形成产业,但将这些业务集合起来,构成业务链或业务体系,就形成了旅游产业。有必要指出的是,旅游产业的诸种业务之间有着一种内在的联系,即在旅游产业的业务链或业务体系中,其中任何一种业务的缺失,都会影响旅游产业的正常存在和发展。

既然旅游是一种产业,那么它的存在和发展就必须遵循产业存在和发展的规律;政府和相关部门就必须制定相应的产业政策,以促进旅游产业的正常和稳定发展。

## 二、旅游产业属性

所谓旅游产业的属性,即旅游产业隶属于第三次产业,且是第三次产业的重要组成部分。在当代,人们为了将人类全部经济活动能够给出较为清晰的界定,将各种经济活动的载体——产业大体划分为三类,即第一次产业、第二次产业、第三次产业。

所谓第一次产业,主要由农业、林业、畜牧业、渔业、矿业等构成。

## 第一章 旅游产业的定位

所谓第二次产业,又称制造业,指国民经济中那些加工第一次产业所提供的原料使其成为消费品,或为其他第二次产业制造产品而提供生产资料的部门。主要由能源工业、建筑业、机械制造、钢铁业等部门构成。

所谓第三次产业,又称服务行业,指在国民经济中能够提供服务,取得无形收益或创造财富而不生产有形货物的产业部门。主要由金融与保险业;运输、信息和通讯业;商业;咨询、法律业;旅游和饭店业;教育和教学;保健、社会福利服务业等构成。

三次产业的划分,既反映了人类经济活动的纵向发展,也勾勒出了不同国度经济发展水平的横向比较。

从人类经济活动的纵向发展观察,在不发达的经济状态中,人们主要从事第一次产业的生产活动,如远古人类的狩猎以及后来在一个相当长的时间中人们主要从事的农耕等,就是第一次产业的典型体现。在进入工业社会后,第二次产业占据了人类经济活动的主导地位,机械制造、钢铁制造等工业部门成为当时社会经济生活的标志。高耸的烟囱、巨型的厂房、轰鸣的机器,则是第二次产业的生动写照。在工业社会的发达阶段以及后工业社会阶段,第三次产业则跃居为人类经济活动的主角地位,各种服务产业在社会经济中的作用日益凸现,宏观之于国民经济整体的运行,微观之于人们的日常生活,第三次产业的辐射都渗透其间。甚至可以断言,在当代,没有第三次产业,社会经济的正常运行就将丧失基本依托。上述三次产业的递次演进,大体反映了人类经济由低级形态向高级形态发展的历史趋势。

虽然人类经济活动的水平已经获得了极大提高,但是,这并不意味着第一次和第二次产业从当今产业结构中不复存在了,只不过在整个产业结构中三次产业的各自所占比重代表着经济社会发展的水平。因此,从不同国度经济发展水平的横向比较观察,可以将第一、二、三次产业在一国总体产业结构中所占比重的高低作为衡量该国社会经济发展水平的主要依据。在一些不发达国家和发展中国家,

第一次产业在其经济结构中仍占有相当高的比重,甚至占有支配地位。如目前许多非洲国家仍然处在农耕社会,农业生产几乎是一个国家独一无二的产业;甚至有少数国家的一些居民仍然停留在以狩猎为生的原始阶段。而在一些发达国家,由于其经济发展已进入后工业化阶段,在这些国家中,信息、通讯、金融、保险、不动产、自由职业、咨询、法律等产业和服务行业已经获得迅速发展与增长,在总体产业结构中已经占据绝对比重,与此同时,第二次产业则已停止增长或已趋于负增长。如有些发达国家已经或正在将一些传统的工业生产企业和产品转移到发展中国家进行生产,在国际间形成了所谓产业的“梯度转移”,即传统的制造业正在由发达国家向新兴工业国家和发展中国家的迁移。旅游产业具有典型的第三次产业的特征,如旅游产业的基本属性是一种服务性产业,在整个产业链的任何一个环节,都以为旅游者提供各种服务为特征;旅游产业从宏观角度而言为旅游者提供的是一种无形产品,当旅游产业经营主体与旅游者完成市场交易后,旅游者主要得到的并不是某种有形产品,如旅游者并未将旅游资源据为己有,也未将宾馆饭店的任何设施的所有权购买。交易双方所从事的主要是一种无形产品的买卖,即旅游产业经营主体售卖的是旅游服务,而旅游者购买的也主要是旅游服务。

既然旅游产业是第三次产业的重要组成部分,显然该产业的发展是与一国经济发展的总体水平,与一国第三次产业发展的总体水平呈高度正相关性。我们很难设想,当一国经济发展水平很低,第三次产业在该国经济结构中所处地位无足轻重,而该国的旅游产业却能独树一帜地获得超常发展。其实际状况应该为,当一国经济发展水平与第三次产业发展水平均较低时,该国是不具备条件支持其旅游产业的正常发展的。据此,我们认为,旅游产业作为一个微观产业其所处的水平与发展态势,应与一国总体经济发展水平和宏观产业发展水平处于一种均衡状态。依据这一均衡状况来考察,如果一国旅游产业滞后于其总体经济发展水平与产业发展水平,则意味着该国旅游产业的政策、体制等必然存在阻碍这一产业发展的种种约束;

## 第一章 旅游产业的定位

如果一国旅游产业过度超前于其总体经济发展水平和产业发展水平,则该国的各种条件将不足以支持这一产业的超前发展。

我们将旅游产业与一国总体经济发展水平和第三次产业发展水平之间的正相关性,作为讨论旅游产业发展的分析框架,或者说作为一种方法论。

### 三、旅游产业定义

在关于旅游的有关著述中,迄今似乎尚未有一个被普遍认可和接受的旅游产业的定义。在一些著述中,只描述了“旅游”的定义;在一些著述中,则只给出了“旅游业”的定义,而且多是转述国外学者、机构或是国家对旅游或旅游业所下的定义。

如一些典型的“旅游业”定义表述为:

“让旅行者获得最大的社会情趣,举办人尽最大责任的事业”。(托马斯·库克)

旅游业是“通向世界和平的护照”和“风景出口区”。(南斯拉夫、捷克)

旅游业是“热情友好的接待行业”。(英国)

上述三个对旅游业的描述方式或者更多地从某种主观角度,或者带有某种外交辞令来进行概括,它们似乎并不是从严格意义上对旅游业下定义。

“旅游业就是为适应旅游者需要由许多不同的独立的旅游部门开展的多种多样的经营活动”。(日本,前田勇)

“旅游业是为国内外旅游者服务的一系列相互关系的行业。旅游关联到旅客、旅行方式、膳宿供给、设施和其他各种事物。它构成一个综合性的概念——随时间和环境的不断变化,一个正在形成和正在统一的概念”。(美国,唐纳德·兰德伯格)

“旅游业可看作因向旅游者提供服务和其他方面而形成的各种关系的总和”。(墨西哥)

“旅游事业是向旅游者的需求提供服务的诸营业的总体”。(日

旅游业定义

本,铃木喜一)

上述四个对旅游业的描述具有从业务链和业务体系的角度,综合地对旅游业下定义的倾向,从语义学上看,它们是一种较为严格意义上的旅游业定义。

本书并不想对“旅游业”的上述定义作出系统评价,只是为读者提供对旅游业已有的若干定义的较为完善的信息。

依据本书作者所给出的旅游产业的性质和属性,尝试给旅游产业描述如下定义:

旅游产业是一种由与旅游活动直接和间接相关的多重业务或行业构成,主要以非物质生产性的经济活动向旅游需求者提供服务的部门。

## 第二节 旅游产业是社会经济发展的必然产物

旅游作为产业出现,是社会经济发展的结果。只有当社会经济发展到一定水平,旅游需求与旅游供给已经具有一定的规模效应,旅游才能作为产业成为人们社会经济活动的有机组成部分。

### 一、旅游的非产业化阶段

旅游在作为产业出现之前,在相当长的时期中是以非产业化的形式存在的。所谓旅游的非产业化形式,即旅游多以旅行的形式出现,且这种旅行仅是其他活动的附属行为,并不以单纯的观光、消遣为目的。

#### (一)旅行是商贸活动的附属行为

当人类历史出现以商业与农业、畜牧业、手工业分离为标志的第三次社会大分工后,便相应产生了商品交换的内在需要。有些商品交换发生在同一区域内,因此人们只要在较近的范围内就可以完成其交换行为。但当本区域内并不生产某些商品,而这些商品又是人们生活所需要的,则专门从事商贸活动的商人们便必须旅行到其他



区域,将本区域人们所需要的商品购买回来。这种旅行行为的产生和发展,几乎伴随着商品交换的产生和发展。这种旅行活动的目的也非常明显,即以完成商品交换为宗旨。而旅行则是商人们为实现商品交换目的的必要途径,即旅行本身只是商人们完成商贸活动的手段。

早在公元 3000 年前,腓尼基人就周游于地中海和爱琴海沿岸地区,其足迹甚至运抵波斯湾、印度和波罗的海各地。当时他们旅行的主要目的就是进行通商贸易。

罗马帝国时期,其疆域极其辽阔,管辖范围几乎囊括现今欧洲版图,南部抵达北非,东部则涵盖西亚地区。当时,在罗马帝国内部也出现了大量的地区间的商贸活动,贩卖各种商品的商人来往于各地区之间。这种商贸活动促进了当时罗马帝国道路、旅店的发展。

中世纪时,欧洲形成了若干商业中心,如热那亚、威尼斯、香槟集市等,在社会分工中,已经出现了职业化的商人阶层。他们频繁地往来于各个商业中心,通过旅行来从事各地之间的商品交换。

在中国,最典型的通过旅行来实现不同国家之间商品交换的方式是“丝绸之路”的开通。自汉武帝时期始,“丝绸之路”就成为中国与周边国家及西方通商往来的最重要通道,络绎不绝的商旅通过艰难跋涉将中国的丝绸贩运至其他国家,又将其他国家的商品带回中国。

以上事例说明,在旅游的非产业化阶段,正是旅行才实现了各个国家、地区间的商品交换,或者说,旅行就是通商的同义语。

### (二)旅行是宗教活动的附属行为

在近代以前,宗教深厚地渗透于社会的世俗生活与政治生活中,无论在古埃及、希腊、罗马,抑或古代中国,凡宗教圣地都是定期或不定期被祭祀、朝拜的重要场所。而中国皇帝则热衷于到名山进行封禅活动。凡此种活动,都必然伴随着王室、皇家、贵族以及其他僧俗人群的旅行行为。还有一些人则为了探求本源的宗教教义,甚至跋涉万里,去异国旅行。这种旅行活动是在人们完成某种神圣的宗