



21世纪高职高专规划教材

旅游酒店类系列

旅游经济学

杨爱华 苗长川 主编



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>

北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>

21 世纪高职高专规划教材·旅游酒店类系列

旅游经济学

杨爱华 苗长川 主 编

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本教材共分为12章,主要包括:旅游经济活动概述和旅游经济学、旅游产品、旅游需求、旅游供给与旅游供求平衡、旅游市场、旅游价格、旅游消费、旅游成本与收入、旅游经济效益、旅游投资与决策、旅游经济结构与产业政策、旅游经济发展战略与发展模式。本教材紧密结合旅游经济活动的实际,教学应用性极高。

本教材适用于高职高专院校、成人高等院校、高等专科学校旅游类专业学生的教学,也可作为五年制高职院校、中等职业学校的教学用书和旅游企业管理人员等有关人员的参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学 / 杨爱华, 苗长川主编. — 北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2009. 8

(21 世纪高职高专规划教材·旅游酒店类系列)

ISBN 978-7-81123-687-3

I. 旅… II. ① 杨… ② 苗… III. 旅游经济学 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 106218 号

责任编辑: 解 坤

出版发行: 清华大学出版社 邮编: 100084 电话: 010-62776969

北京交通大学出版社 邮编: 100044 电话: 010-51686414

印刷者: 北京交大印刷厂

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×230 印张: 16 字数: 359 千字

版 次: 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-81123-687-3/F·477

印 数: 1~4 000 册 定价: 26.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才,所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上,应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能,因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要,在教育部的指导下,我们在全中国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”(以下简称“教材研究与编审委员会”)。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院,其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量,“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”(以下简称“教材编审委员会”)成员和征集教材,并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选,对所选教材进行审定。

目前,“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种,范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写,其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构,力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向;反映当前教学的新内容,突出基础理论知识的应用和实践技能的培养;适应“实践的要求和岗位的需要”,不依照“学科”体系,即贴近岗位,淡化学科;在兼顾理论和实践内容的同时,避免“全”而“深”的面面俱到,基础理论以应用为目的,以必要、够用为度;尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法,以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

此外,为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性,我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来,推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时,希望将教学实践中的意见与建议,及时反馈给我们,以便对已出版的教材不断修订、完善,不断提高教材质量,完善教材体系,为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版,适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2009年8月

编委会成员名单

主 编	杨爱华	苗长川	
副主编	赵伟华	王丽萍	刘立强
	张学琴	吴高潮	
编 委	韩 宁	王晓娟	樊雅琴

前 言

旅游经济学是现代经济学的一个分支。它是以经济学的一般理论为指导,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的一门学科。本教材旨在使学生掌握旅游经济学基本知识,并培养学生运用这些知识分析实际的旅游经济活动的的能力。

本教材围绕旅游经济学这门学科的研究对象,即“旅游产品的需求与供给的矛盾”,展开论述,共包括旅游经济活动概述与旅游经济学、旅游产品、旅游需求等 12 章内容。

本教材在编写过程中着重突出以下两个特点。

1. 实践性

作为高职高专旅游专业的一门必修课程,旅游经济学相对于其他专业课程理论性较为突出,而高职院校在教学中强调对学生实践能力、操作技能的培养,所以在编写此书时,编者以“理论够用”为原则,不求对理论知识作深入的研究探讨,而是以浅显的语言介绍了旅游经济学的一般理论,重点讲解了理论与实践相结合部分的知识,目的在于让学生清楚学习这门课程后对其今后的工作学习会有哪些指导意义,以调动学生课堂学习的积极性。

2. 实用性

本教材在简明扼要地讲解清楚旅游经济学理论的前提下,每章节后配以一定量的复习思考题及案例分析,这些习题均为该章节学生应重点把握的知识,既可用于课堂讨论,又可用于学生课后思考,有利于学生在掌握理论知识的基础上学以致用。

目前,我国国内已经出版了许多旅游经济学的专著和教材,这对本教材的框架结构、观点、材料及编写方法等方面给予了很大的启发。本教材的编写正是在此基础之上并结合编著者多年的旅游教学、研究经验而形成的,是博采众家之长的结果。在此,编者向进行旅游研究的前辈及参考书目中所列的学者表示深深的谢意。

本教材由邯郸职业技术学院杨爱华教授、杨凌职业技术学院苗长川教授担任主编,赵伟华、王丽萍、刘立强、张学琴、吴高潮担任副主编。本教材共分 12 章,其中杨爱华负责编写第 5 章,苗长川编写第 11 章,赵伟华编写第 3、4 章,王丽萍编写第 1、2 章,刘立强编写第 7 章,张学琴编写第 9 章,吴高潮编写第 8 章,韩宁编写第 6 章,王晓娟编写第 10 章,樊雅琴编写第 12 章,全书由杨爱华总纂定稿。

全书在编写过程中得到清华大学出版社、北京交通大学出版社的热情帮助和大力支持,

特此致以最诚挚的谢意。

本书在编写过程中参阅了国内外同行编著的有关论著，书后的参考文献只是我们所参考文献的一部分，在此向在书后已标注和未标注参考文献的作者致以诚挚的谢意。

由于编者水平有限，在编写过程中难免出现纰漏，恳请各位专家、学者及广大师生指正批评。

编 者

2009年6月

目 录

第1章 绪论	(1)
内容摘要	(1)
学习目标	(1)
1.1 旅游经济活动概述	(1)
1.1.1 旅游经济活动的概念	(1)
1.1.2 旅游经济活动的产生	(1)
1.1.3 旅游经济活动的发展阶段	(3)
1.1.4 旅游经济活动的作用	(3)
1.1.5 现代旅游经济发展的特点	(6)
1.2 旅游经济学	(7)
1.2.1 旅游经济学的产生及发展	(7)
1.2.2 旅游经济学的研究对象	(8)
1.2.3 旅游经济学的研究任务	(10)
1.2.4 旅游经济学研究的主要内容	(11)
1.2.5 旅游经济学的研究方法	(12)
复习思考题	(12)
案例分析	(13)
第2章 旅游产品	(16)
内容摘要	(16)
学习目标	(16)
2.1 旅游产品概述	(16)
2.1.1 旅游产品的含义	(16)
2.1.2 旅游产品的类型	(17)
2.1.3 旅游产品的构成	(19)
2.1.4 旅游产品的内外部关系及其转化	(22)
2.2 旅游产品的特点	(25)
2.2.1 综合性	(25)
2.2.2 无形性	(26)

2.2.3 不可转移性	(26)
2.2.4 不可贮存性	(26)
2.2.5 生产和消费的统一性	(27)
2.2.6 易折性	(27)
2.3 旅游产品的开发	(28)
2.3.1 旅游产品开发的含义	(28)
2.3.2 旅游产品开发的原因	(28)
2.3.3 旅游产品开发的内容	(28)
2.3.4 旅游产品开发的原则	(30)
复习思考题	(30)
案例分析	(30)
第3章 旅游需求	(35)
内容摘要	(35)
学习目标	(35)
3.1 旅游需求概述	(35)
3.1.1 旅游需求的概念	(35)
3.1.2 旅游需求产生的条件	(36)
3.1.3 旅游需求的特点	(38)
3.1.4 旅游需求指标	(40)
3.2 影响旅游需求的因素	(41)
3.2.1 客源地因素	(41)
3.2.2 目的地因素	(43)
3.2.3 双方相关因素	(44)
3.3 旅游需求规律与需求弹性	(45)
3.3.1 旅游需求规律	(45)
3.3.2 旅游需求弹性	(48)
复习思考题	(50)
案例分析	(50)
第4章 旅游供给与旅游供求平衡	(55)
内容摘要	(55)
学习目标	(55)
4.1 旅游供给概述	(55)
4.1.1 旅游供给的概念	(55)

4.1.2	旅游供给的内容	(56)
4.1.3	旅游供给的特点	(57)
4.1.4	衡量旅游供给的指标	(57)
4.2	影响旅游供给的因素	(58)
4.2.1	社会经济发展水平	(58)
4.2.2	科学技术发展水平	(58)
4.2.3	环境容量	(59)
4.2.4	政府对发展旅游业的方针和政策	(59)
4.2.5	旅游生产要素的价格	(59)
4.2.6	旅游生产者、经营者的心理预期	(59)
4.3	旅游供给规律及供给弹性	(60)
4.3.1	旅游供给规律	(60)
4.3.2	旅游供给弹性	(61)
4.4	旅游需求与供给的矛盾运动	(63)
4.4.1	旅游供求矛盾的表现形式	(63)
4.4.2	旅游供求矛盾的静态均衡与动态均衡	(65)
4.4.3	旅游供求矛盾的调节机制	(67)
4.4.4	调节旅游供求矛盾的主要措施	(67)
	复习思考题	(68)
	案例分析	(69)
第5章	旅游市场	(73)
	内容摘要	(73)
	学习目标	(73)
5.1	旅游市场概述	(73)
5.1.1	旅游市场的概念及构成	(73)
5.1.2	旅游市场的类型	(74)
5.1.3	旅游市场的特点	(76)
5.2	旅游市场竞争	(77)
5.2.1	旅游市场竞争的必然性	(77)
5.2.2	旅游市场竞争的类型	(78)
5.2.3	旅游市场竞争的目标	(81)
5.2.4	旅游市场竞争策略	(83)
5.2.5	旅游市场竞争手段	(87)
5.3	旅游市场的开拓	(88)

5.3.1 旅游市场调查	(89)
5.3.2 旅游市场开拓	(89)
5.4 旅游市场秩序与旅游市场法制	(90)
5.4.1 旅游市场秩序	(90)
5.4.2 旅游市场法制	(91)
复习思考题	(92)
案例分析	(93)
第6章 旅游价格	(94)
内容摘要	(94)
学习目标	(94)
6.1 旅游价格概述	(94)
6.1.1 旅游价格的概念	(94)
6.1.2 旅游价格的本质	(95)
6.1.3 旅游价格的构成	(95)
6.1.4 旅游价格的特点	(95)
6.1.5 旅游价格的分类	(96)
6.2 影响旅游价格制定的因素	(100)
6.2.1 旅游价格制定的原理	(100)
6.2.2 影响旅游价格制定的因素	(101)
6.3 旅游产品的定价方法	(102)
6.3.1 旅游产品的定价目标	(102)
6.3.2 旅游产品的定价方法	(104)
6.3.3 旅游产品的定价策略	(107)
复习思考题	(110)
案例分析	(111)
第7章 旅游消费	(112)
内容摘要	(112)
教学目标	(112)
7.1 旅游消费概述	(112)
7.1.1 旅游消费的概念	(112)
7.1.2 旅游消费的作用	(112)
7.1.3 旅游消费的特征	(113)
7.2 旅游消费结构	(115)

7.2.1 旅游消费结构的概念和分类	(115)
7.2.2 影响旅游消费结构的因素	(115)
7.2.3 旅游消费结构的合理化	(116)
7.3 旅游消费效果	(117)
7.3.1 旅游消费效果的含义	(117)
7.3.2 评价旅游消费效果的原则	(117)
复习思考题	(118)
案例分析	(119)
第8章 旅游成本与收入	(122)
内容摘要	(122)
学习目标	(122)
8.1 旅游成本	(122)
8.1.1 旅游成本的概念	(122)
8.1.2 旅游成本的意义	(123)
8.1.3 旅游成本的分类	(124)
8.2 旅游收入	(128)
8.2.1 旅游收入的概念	(128)
8.2.2 旅游收入的分类	(129)
8.2.3 旅游收入指标	(132)
8.2.4 影响旅游收入的因素	(135)
8.3 旅游收入的分配	(137)
8.3.1 旅游收入分配的概念	(137)
8.3.2 旅游收入的初次分配	(137)
8.3.3 旅游收入的再分配	(139)
复习思考题	(142)
案例分析	(143)
第9章 旅游经济效益	(147)
内容摘要	(147)
学习目标	(147)
9.1 旅游经济效益概述	(147)
9.1.1 旅游经济效益的含义	(147)
9.1.2 旅游经济效益的特点	(148)
9.1.3 影响旅游经济效益的因素	(149)

9.2 旅游微观经济效益	(151)
9.2.1 旅游微观经济效益的概念	(151)
9.2.2 旅游微观经济效益的分析指标	(151)
9.2.3 旅游微观经济效益分析方法	(152)
9.2.4 提高旅游微观经济效益的途径	(154)
9.3 旅游宏观经济效益	(155)
9.3.1 旅游宏观经济效益的概念	(155)
9.3.2 旅游宏观成本	(156)
9.3.3 旅游宏观效益	(156)
9.3.4 旅游宏观经济效益分析指标	(159)
9.3.5 提高旅游宏观经济效益的途径	(159)
9.4 旅游经济效益的评价	(161)
9.4.1 通用指标	(161)
9.4.2 专用指标	(162)
9.4.3 资产负债指标	(162)
9.4.4 旅游纯收益	(165)
复习思考题	(165)
案例分析1	(166)
案例分析2	(168)
第10章 旅游投资与决策	(170)
内容摘要	(170)
学习目标	(170)
10.1 旅游投资概述	(170)
10.1.1 旅游投资的概念	(170)
10.1.2 旅游投资的特点	(171)
10.1.3 旅游投资的类型	(173)
10.1.4 旅游投资的资金来源	(175)
10.1.5 旅游投资决策	(177)
10.2 旅游投资项目与可行性研究	(183)
10.2.1 旅游投资项目	(183)
10.2.2 旅游投资项目可行性研究	(184)
10.3 旅游投资项目评价	(189)
10.3.1 旅游投资项目宏观评价	(189)
10.3.2 旅游投资项目微观评价	(191)

复习思考题	(193)
案例分析	(194)
第 11 章 旅游经济结构与产业政策	(199)
内容摘要	(199)
学习目标	(199)
11.1 旅游经济结构	(199)
11.1.1 旅游经济结构概述	(199)
11.1.2 旅游经济结构的内容	(203)
11.1.3 旅游经济结构的优化	(208)
11.2 旅游产业政策理论与实践	(212)
11.2.1 产业政策的特点	(212)
11.2.2 旅游产业政策的分类	(213)
11.2.3 旅游产业政策的实施手段及作用	(215)
11.2.4 旅游产业政策实践	(216)
复习思考题	(220)
案例分析	(221)
第 12 章 旅游经济发展战略与发展模式	(223)
内容摘要	(223)
学习目标	(223)
12.1 旅游经济发展战略	(223)
12.1.1 旅游经济发展战略概述	(223)
12.1.2 制定旅游经济发展战略的必要性和原则	(224)
12.1.3 制定旅游经济发展战略的依据	(225)
12.1.4 我国旅游经济发展战略	(226)
12.2 旅游经济发展模式	(228)
12.2.1 旅游经济发展模式的概念	(228)
12.2.2 旅游经济发展模式的类型	(229)
12.2.3 国外主要的旅游经济发展模式	(230)
12.2.4 我国的旅游经济发展模式	(233)
复习思考题	(235)
案例分析	(236)
参考文献	(240)

第1章

绪论

内容摘要

本章主要介绍旅游经济活动的概念和产生及其发展的历程,让学生对旅游经济学这门课程有个整体的了解,然后有重点地去学习本门课程的重点内容。

学习目标

通过本章的学习,认识旅游经济活动与社会经济发展的关系;了解国内外旅游经济学研究的现状;熟悉和掌握推动旅游经济运行的主要矛盾,掌握旅游经济学研究的对象、任务和内容;认识旅游经济学与相关学科的关系;了解旅游经济学的研究方法。

1.1 旅游经济活动概述

1.1.1 旅游经济活动的概念

旅游经济活动是一种社会现象,它是在一定的社会条件下产生的,并随着社会经济发展而发展的一种综合性社会活动。它是旅行活动采用商品交换形式所形成的游客同旅游经营者之间的需求和供给关系,以及由这种关系引起的旅游业同政府和社会经济中其他相关行业之间的经济联系和经济关系的总和。

1.1.2 旅游经济活动的产生

旅游活动发展为旅游经济活动,并成为整个社会经济活动中的一个组成部分,是近代商品生产和商品交换长期发展的结果。尤其是18世纪60年代英国出现的产业革命,更是为旅游经济活动的产生奠定了坚实的基础。因为产业革命的结果使得机器大生产代替了原来的工场手工业生产,从而促使社会生产力获得了巨大的发展,给人类社会的经济生活带来了根本性的变化。这种变化反映到旅游活动上,就为旅游经济活动的开展创造了充分的条件。

首先,从旅游需求方面来看,产业革命的结果造成了以工业资本家和商业资本家为首的一批新兴资产阶级。他们从消费观念上已不同于封建庄园主,他们在拥有金钱和时间的情况

下更倾向于享受需求的满足,而旅游正可以满足他们的这种消费欲望,从而成为他们消费的一种特定需要。产业革命带来了社会劳动生产率的进一步提高,促使工商业和对外贸易迅速发展,工商企业亟须寻求更广阔的原材料产地和商品推销市场,以不断扩大生产的发展,于是派出专门人员外出采购原材料、推销产品、洽谈业务,促进了当时商业旅游活动的迅速发展。另外,伴随着社会和家庭收入的增加、人口从农村向城市流动等情况的发生,也促使当时的旅游活动活跃起来。曼彻斯特、伦敦,是当时英国最大的集市名城,吸引了大批国内外旅游者。如19世纪50年代,伦敦的博览会就吸引了英国和其他一些国家的旅游者几十万人。在英国产业革命的带动下,欧美一些国家的工商业也获得了极大的发展,促成国际间交往机会的增多,如1840—1882年,美国旅欧人数由8 000人增至52 812人,至1890年,进一步增至124 077人。19世纪中叶,巴黎博览会吸引了来自比利时、荷兰、奥地利、瑞士等国的游客约40万人。

其次,从旅游供给方面来看,产业革命和经济发展的结果使欧美的一些国家形成了以满足旅游活动需求、以盈利为目的的旅游经营行业,诸如交通运输业、旅馆业及餐饮业等。

产业革命所带来的社会经济发展的巨大变革之一是改变了传统的运输方式,即以蒸汽机为动力的交通运输方式代替了原来以人力和畜力为主的运输方式。1825年世界上首次出现了蒸汽火车,首列客运班次的运行则始于1830年利物浦至曼彻斯特之间的线路上。1831年美国在南卡罗来纳州修建了铁路,并在首次运行中挂了两节游览车厢。在横渡海洋的运输中,1838年“伟大的西方”号客轮第一次横渡大西洋,将第一批68名旅客从纽约运送到英格兰,缩小了欧美之间的时间距离。19世纪末,内燃机的发明问世促成了飞机的发明。世界上最早的一架客机于1914年在美国开始飞行,1919年,伦敦至巴黎的定期客运航班首次开航,到30年代末,欧美各主要城市间都已有了定期客运航班。这些新的交通运输方式的出现对旅游经济活动的产生与发展所起的推动作用是不可估量的,一方面它加快了旅行的速度,缩短了旅行时间;另一方面它在运载旅客的数量和乘坐的舒适程度上大大超过了马车,而且旅行费用也大大降低了,为旅游经济活动的进一步发展提供了安全、快捷、便利的运输工具。

产业革命以后,在旅馆业和餐饮业方面也发生了明显的变化。过去传统的小旅店、小吃店已被设备齐全和提供正规服务的旅馆和餐馆所代替。1760年,“旅馆”一词首先在伦敦出现。1774年,波士顿建成了拥有300个房间并附设有室内卫生间、私人餐厅、宴会厅、舞厅、弹子房等设施的纽约城旅馆。在餐饮业方面,1765年,巴黎出现了第一家可正式供应法式菜点的餐馆。此外,不少咖啡屋和酒吧也相继出现。这些提供正规服务的旅馆业和餐饮业的出现大大提高了游客的舒适、安全、享乐的程度,无疑给旅游经济活动的产生创造了更加有利的条件。

近代商品生产和商品交换的日益发展,尤其是产业革命的成功,从旅游需求和旅游供给两方面为旅游经济活动的产生奠定了坚实的基础。

1.1.3 旅游经济活动的发展阶段

旅游经济活动在发展过程中经历了由低级向高级的不同发展阶段,概括起来主要包括以下3个阶段。

1. 不完全的旅游产品交换阶段

中世纪以前,即旅游活动发展的初期,食、住、行基本上要靠自己解决,如帝王、贵族的巡视出游,文人侠客的学习、探险旅行,教徒的朝圣等,基本上不存在什么交换关系,他们自备车马,自带饮食,有的住在寺院庙宇中,有的住在亲戚朋友家,有的在私人家庭中临时借宿或住在特殊安排的住处。即便是小商人、手工业者的旅游活动存在一些交换关系,也不完全是以货币作为交换手段而采用了实物交换的形式。因此,从总体来说,这个阶段的旅游活动基本上属于不完全的旅游产品交换阶段。

2. 完全的旅游产品交换阶段

中世纪末期至资本主义初期,随着商品生产的不断发展,交换活动越来越广泛,货币成了商品交换中唯一的支付手段,这就是完全的商品交换。旅游经济活动正是在这种情况下形成的。随着旅游活动的不断发展,旅游活动的范围日益扩大,旅游供给形成了一定的规模,旅游需求不断扩大和多样化。这样,旅游活动便完全建立在以货币为媒介的交换基础上,从而进入完全的旅游产品交换阶段。

3. 发达的旅游产品交换阶段

完全的旅游产品交换阶段进入发达的旅游产品交换阶段的主要标志,是旅行社的产生和发展。在完全的旅游产品交换阶段,买和卖是同时完成的,即旅游者向某一旅游经营者购买某种旅游服务与旅游经营者向旅游者销售某种旅游服务是同一过程的两个方面。旅行社的出现使旅游者和旅游经营者每一项分散的、个别进行的旅游活动进一步社会化了,旅行社作为旅游产品经营者与旅游者的中间人,将旅游产品的交换过程分解为购买与销售两个独立的环节,使原来旅游者同每一个旅游产品经营者之间的多次购买变成了一次性的购买,将各个旅游经营者的产品组合起来提供给旅游者。所以,旅行社的出现打破了地区上的局限性,在全社会的基础上把旅游者作为一方的旅游需求,与旅游产品经营者作为另一方的旅游供给联结起来,从而使旅游经济活动进入到发达的旅游产品交换阶段。

1.1.4 旅游经济活动的作用

旅游经济活动的进行,建立在旅游目的地国家或地区与旅游产生国或地区间旅游产品交换关系的基础上。旅游经济活动对社会经济的促进作用主要体现在以下6个方面。

1. 增加外汇收入,平衡国际收支

一个国家拥有外汇储备的多少,体现着该国经济实力的大小和国际支付能力的强弱。一个国家外汇收入的取得无非有两条途径,一条是通过对外贸易途径,另一条是非贸易途径。旅游收汇,是非贸易外汇的重要组成部分,它是由国际旅游者在旅游目的地国的各种消费支