

高职高专教材



高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材

Tourism Economics

旅游经济学

主编 陈燕

 武汉理工大学出版社
WUTP Wuhan University of Technology Press

高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材

旅

游

经济学

○ 主 编 陈 燕

○ 副主编 吴 翔 罗小燕 金丽娇

○ 参 编 刘名望 陈 宇 忽风云

武汉理工大学出版

内 容 提 要

“在工学结合的课程中,学习的内容是工作,通过工作实现学习”,根据这一职业教育理念和思想,我们在不断摸索适合“工学结合”理念的新型课程模式。本书共设计了 11 个学习情境,每个情境分为若干个任务,每个任务包括:任务引入、知识链接、思考与练习、案例回顾、实训题、典型案例解析与常识补充。因此,本书既系统地阐述了工作情境下所要运用的旅游经济学基本内容、理论和方法,又通过若干任务的学习来实现旅游经济学理论与实证研究的结合。通过“任务引入”的“知识链接”阐述了旅游经济学最新基本理论,揭示旅游经济发展的基本规律;实证部分则以大量具体“典型案例解析”、“实训题”,进一步拓宽思路,深化对情境状态下学习任务的理解。

本书适合作为高职高专院校旅游与餐饮类专业教学使用教材,也适合作为成人高校、函授、自考以及在职人员培训使用教材,还可以作为旅游业中高级管理人员的业务用书和中等职业学校旅游管理专业教师的教学参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学/陈燕主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2010.6

(高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材)

ISBN 978-7-5629-3105-8

I. ① 旅… II. ① 陈… III. ① 旅游经济学 IV. ① 590

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 110561 号

旅游经济学

陈 燕 主 编

项目负责:武汉理工大学出版社经管图书工作室(电话:027-87395053)

选题策划:崔庆喜(wutpcqx@163.com)

封面设计:吴 极

责任编辑:楼燕芳(louyanfang2004@sina.com)

版式设计:天慧图文

出版发行:武汉理工大学出版社

<http://www.techbook.com.cn>

地 址:武汉市洪山区珞狮路 122 号 邮编:430070

印 刷 厂:武汉理工大印刷厂

开本:787×980 1/16

印张:21.75

插页:2

字数:485 千字

版次:2010 年 6 月第 1 版

印次:2010 年 6 月第 1 次印刷

印数:1—3000 册

定价:33.00 元

本社购书热线电话:027-87394412 87383695 87384729 87397097(传真)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材

编 委 会

主任委员：

谢 苏 范莉莎 雷绍锋

副主任委员：

张树夫 吴明清 韦林华 邢夫敏 郭剑英 周登超

孙钦秋 欧阳驹 姜 锐 朱蔚琦

委 员(按姓氏笔画排序)：

马海燕 王春华 邓 丽 韦林华 付正大 仝泽柳

刘名望 刘秀丽 邢夫敏 孙钦秋 朱宝莉 朱景山

朱蔚琦 汪希芸 李 玲 李成杰 张树夫 张慧华

陈 宇 陈 燕 邵凌凌 吴 翔 吴明清 苏建军

范莉莎 金丽娇 罗小燕 罗晓黎 欧阳驹 周义龙

忽风云 姜 华 姜 锐 赵迁远 高雯雯 郭剑英

梁卫华 盖玉艳 龚 芸 谢 苏 雷 晶 雷绍锋

楼燕芳 蔡燕萍 裴凤琴 潘长宏

秘书长(总责任编辑)：

楼燕芳

高职高专旅游与餐饮管理类专业规划教材

参 编 院 校

(排名不分先后)

十堰职业技术学院

柳州城市职业学院

钟山职业技术学院

娄底职业技术学院

武汉职业技术学院

浙江育英职业技术学院

江苏城市职业学院

珠海城市职业技术学院

金肯职业技术学院

湖南信息科学职业学院

应天职业技术学院

开封教育学院

萍乡高等专科学校

江苏教育学院

苏州科技学院

南充职业技术学院

苏州工业园区职业技术学院

长江职业学院

日照职业技术学院

江阴职业技术学院

河南农业职业学院

江苏食品职业技术学院

平顶山工业职业技术学院

武汉商业服务学院

江西工业工程职业技术学院

海口经济学院

昆山登云科技职业学院

盐城工学院

武汉商贸职业学院

青岛职业技术学院

上饶职业技术学院

建东职业技术学院

南京林业大学

江苏经贸学院

运城学院

江海职业技术学院

本书是武汉理工大学出版社组编的“工学结合”职业教育模式的项目课程规划教材之一。

本书运用了“工学结合”现代职业教育的理念、思想与方法,突破了传统教材的格式和内容。学习目标和技能目标基于“工作过程”的课程模式,在此理念指导下形成了本书的编写特色:

1. 体例独特、富于创新

本书共设计了 11 个学习情境,每个情境分为若干个任务,每个任务都有任务引入、知识链接、思考与练习、案例回顾、实训题、典型案例解析与常识补充等环节。要求教师运用多媒体教学,培养学生的积极性;多从经济学的角度去考察、分析旅游学的有关问题;针对当前社会热点问题,剖析对旅游经济可能产生的影响。

2. 选材新颖、点面结合

本书既注重借鉴传统教学资源,又关注当代旅游发展的最新成果,突出其时代性。把工作情境与学习任务结合起来,每个情境都有学习目标和技能目标,每个任务都有思考与练习、实训题,便于师生互动,了解学生对教学目标掌握情况。还专门为教师提供了制作精美的教学课件,体现了对师生的全方位支持。

3. 文字简洁、通俗易懂

在内容编排上,尽量淡化理论,以够用为度,突出实用性,多用经典案例分析激发学生学习兴趣。不仅体现专业性,还体现实用性,提高了学生在以后工作中解决实际问题的能力。

本书内容主要包括:绪论、旅游产品与开发、旅游需求与供给、旅游消费、旅游市场与开拓、旅游价格、旅游投资与决策、旅游收入与分配、旅游经济效益、旅游产业与旅游发展模式、旅游循环经济。

本书由江苏食品职业技术学院陈燕担任主编并编写详细提纲和统稿、审稿,河南开封教育学院吴翔、江西萍乡高等专科学校罗小燕、金肯职业技术学院金丽娇担任副主编。具体编写分工如下:河南开封教育学院吴翔,学习情境一、三、九;江西上饶职业技术学院刘名望,学习情境二;金肯职业技术学院金丽娇、江苏食品职业技术学院陈燕,学习情境四、五;江西萍乡高等专科学校罗小燕,学习情境六、七;湖南信息科学职业学院陈宇、江苏食品职业技术学院陈燕,学习情境八;江苏食品职业技术学院陈燕,学习情境十;四川南充职业技术学院忽风云,学习情境十一。

本书是各相关院校倾力合作与集体智慧的结晶。尽管我们在教材的特色和课程建设方面作出了很大的努力,但由于项目课程建设还处于探索阶段,因此不妥之处在所难免,恳请各位同行和广大读者在使用教材的过程中给予批评指正,并将意见及时反馈给我们,以便修订时完善。

意见和建议请寄往:chenyan200403@163.com

编 者

2009 年 12 月



学习情境一 绪论 / 1

任务一 旅游经济学的产生和发展 / 2

一、旅游经济活动的产生和发展 / 3

二、旅游经济学的产生和发展 / 6

任务二 旅游经济学的学科性质和研究任务 / 12

一、旅游经济学是一门多重交叉的边缘学科 / 13

二、旅游经济学的研究对象 / 13

三、旅游经济学的研究内容 / 14

四、旅游经济学的研究方法 / 16

学习情境二 旅游产品与开发 / 21

任务一 旅游产品的概念和特点 / 22

一、旅游产品的概念 / 22

二、旅游产品的特点 / 23

三、旅游产品的价值和使用价值 / 25

任务二 旅游产品的构成及关系 / 29

一、旅游产品的一般构成 / 29

二、旅游产品的需求构成 / 31

三、旅游产品的供给构成 / 31

四、旅游产品的内外部关系及相互转化 / 33

任务三 旅游产品开发 / 37

一、旅游产品的生命周期 / 38

二、旅游产品的开发内容 / 39

三、旅游产品的开发策略 / 40

任务四 旅游商品 / 45

- 一、旅游商品概念/ 46
- 二、旅游商品分类/ 47
- 三、旅游商品的开发设计/ 48

学习情境三 旅游需求与供给 / 52

任务一 旅游需求分析/ 53

- 一、旅游需求内涵/ 54
- 二、旅游需求的影响因素/ 55
- 三、旅游需求规律/ 58

任务二 旅游供给分析/ 62

- 一、旅游供给内涵/ 63
- 二、旅游供给的影响因素/ 65
- 三、旅游供给规律/ 66

任务三 旅游供求弹性/ 71

- 一、弹性的概念/ 72
- 二、旅游需求弹性/ 73
- 三、旅游供给弹性/ 78

任务四 旅游供求平衡/ 84

- 一、旅游供给与旅游需求的矛盾运动/ 84
- 二、旅游供给与旅游需求的均衡/ 86

学习情境四 旅游消费 / 93

任务一 旅游消费的内涵与特征/ 94

- 一、旅游消费的概念/ 94
- 二、旅游消费的特征/ 95
- 三、旅游消费的作用/ 96

任务二 旅游消费结构/ 101

- 一、旅游消费结构概述/ 102
- 二、旅游消费结构的影响因素/ 103
- 三、旅游消费结构实证分析/ 105

任务三 旅游消费效果分析/ 109

- 一、旅游消费效果的定义及分类/ 109
- 二、旅游者旅游消费的最大满足/ 110

学习情境五 旅游市场与开拓 / 120

任务一 旅游市场概述 / 121

一、旅游市场的概念 / 122

二、旅游市场的特征 / 123

三、旅游市场的作用 / 124

四、旅游市场机制 / 125

任务二 旅游市场细分 / 129

一、旅游市场细分的概念 / 130

二、旅游市场细分原则 / 131

三、旅游市场细分方法 / 131

四、旅游市场细分的步骤 / 136

五、旅游目标市场选择 / 137

任务三 旅游市场开拓 / 141

一、旅游市场竞争 / 142

二、旅游市场调查和预测 / 144

三、旅游市场开拓策略 / 146

学习情境六 旅游价格 / 152

任务一 旅游价格的含义 / 153

一、旅游价格的本质和特点 / 153

二、旅游价格的构成和分类 / 155

三、旅游价格的管理 / 160

任务二 旅游产品价格 / 165

一、旅游产品价格的含义 / 166

二、影响旅游产品价格的因素 / 166

三、旅游产品定价原理 / 169

任务三 旅游产品价格的制定 / 172

一、旅游产品定价目标 / 173

二、旅游产品定价策略 / 177

三、旅游产品定价方法 / 180

学习情境七 旅游投资与决策 / 190

任务一 旅游投资的含义 / 191

一、旅游投资的概念 / 192

二、旅游投资的分类 / 192

三、旅游投资项目 / 194

任务二 旅游投资可行性研究 / 200

一、旅游投资可行性分析的概念 / 202

二、旅游投资可行性研究的意义 / 203

三、旅游投资可行性研究的分类 / 203

四、旅游投资可行性研究的内容 / 205

五、旅游投资风险预测及评估 / 207

任务三 旅游投资决策 / 214

一、旅游投资决策的概念与分类 / 215

二、旅游投资决策的程序 / 216

三、旅游投资决策方法 / 217

学习情境八 旅游收入与分配 / 228

任务一 旅游收入 / 229

一、旅游收入的概念 / 230

二、旅游收入分类 / 230

三、旅游收入指标 / 232

四、旅游收入的影响因素 / 233

任务二 旅游收入分配 / 238

一、旅游收入分配的概念 / 239

二、旅游收入的初次分配 / 239

三、旅游收入的再分配 / 241

任务三 旅游收入乘数效应 / 246

一、乘数效应概念 / 247

二、旅游收入的乘数效应 / 249

三、旅游收入漏损 / 250

学习情境九 旅游经济效益 / 254

任务一 旅游经济效益概述 / 255

一、旅游经济效益的含义 / 256

二、旅游经济效益的特点 / 257

三、影响旅游经济效益的因素 / 258

- 任务二 旅游微观经济效益 / 262
 - 一、旅游微观经济效益的概念 / 263
 - 二、旅游微观经济效益主要指标 / 264
 - 三、旅游微观经济效益分析 / 265
 - 四、提高旅游微观经济效益的途径 / 274
- 任务三 旅游宏观经济效益 / 278
 - 一、旅游宏观经济效益的概念 / 279
 - 二、旅游宏观经济效益评价的指标 / 280
 - 三、旅游宏观经济效益评价内容 / 282
 - 四、提高旅游宏观经济效益的途径 / 283

学习情境十 旅游产业与旅游发展模式 / 288

- 任务一 旅游产业概述 / 289
 - 一、旅游产业的概念 / 290
 - 二、旅游产业的形成过程 / 290
 - 三、旅游产业结构 / 292
- 任务二 旅游经济发展战略及模式 / 300
 - 一、旅游经济发展战略 / 301
 - 二、旅游经济发展模式 / 302
 - 三、我国旅游产业发展模式分析 / 305

学习情境十一 旅游循环经济 / 310

- 任务一 旅游循环经济概述 / 311
 - 一、循环经济产生的背景 / 312
 - 二、旅游循环经济产生的背景 / 317
 - 三、旅游循环经济与旅游可持续发展、生态旅游之间的关系 / 319
 - 四、国内外旅游循环经济的发展 / 321
- 任务二 循环旅游经济发展战略 / 328
 - 一、发展旅游循环经济的战略意义 / 331
 - 二、我国旅游循环经济发展中存在的障碍 / 333
 - 三、旅游循环经济的战略思路 / 334

参考文献 / 339

学习目标

- ◎ 了解人类社会旅游活动的产生和发展。
- ◎ 熟悉旅游经济学的产生及其发展脉络。
- ◎ 掌握旅游经济学的学科性质、研究对象、研究内容、研究方法。

技能目标

- ◎ 通过本部分的学习，能够对旅游经济学的学科性质、研究对象、研究内容以及研究方法有一个清晰的认识；能够运用旅游经济学基本方法对旅游经济现象进行分析。

任务一 旅游经济学的产生和发展

任务引入

国人出游三十年“行踪”

【管理方式】

1981年2月,外联工作限定国旅总社和中旅总社两家统一负责。

1982年8月,中国旅行游览事业管理总局更名为国家旅游局。

1985年,颁布旅游产业第一部行政法规《旅行社管理暂行条例》。

1996年,国务院发布《旅行社管理条例》,将旅行社由三类分为国际旅行社和国内旅行社两大类,这一分类框架沿用至今。

2001年,我国公布旅游业加入世贸组织,承诺降低外方投资旅行社门槛。

2008年,《国务院关于修改〈全国年节及纪念日放假办法〉的决定》和《职工带薪年休假条例》开始实施。

【饭店改革】

饭店是我国最早对外开放的行业,1979年引进外资。当时的外经贸部最早批准的三个合资项目都是旅游企业,即北京建国饭店、北京长城饭店和中日航空食品公司。

1984年7月,打破了非旅游部门办旅游的限制。

1988年8月,国家旅游局发布了《中华人民共和国评定旅游(涉外)饭店星级的规定》。

2004年,推出经济型饭店标准。

2006年,全国共有星级饭店13800家,目前世界前十大饭店集团都已在中国落户。

2007年,将社会旅馆纳入旅游统计和管理体系。

【国内旅游】

1995年,实行双休日制度。

1998年,开始发行国债,中国的高速公路网开始形成,引发社会资金的进入和旅游景区建设的高潮。

2000年3月,南方航空率先推出国内第一张电子客票。

2005年7月,春秋航空公司成立,推出低成本航空的概念。

2006年,国内旅游已达到16.1亿人次,人均一次以上。

2007年年底,全球实现100%BSP电子客票的目标。

2008年7月,大陆居民赴台旅游正式实施。

【出境旅游】

1990年10月,中国公民自费赴新加坡、马来西亚和泰国等三国旅游率先开放,以后目的地的数量逐步增加。

1991—1997年,出境旅游人数以年均17%的速度增长,1997—2000年增长率高达30%。

2004年9月,欧洲29国正式对中国公民开放旅游,欧洲游首发团启程。

2006年,中国公民出境的旅游目的地(ADS)已达到134个,出境旅游比2000年增加了3.5倍,而因私出境旅游人数增加了5倍多。

2007年,旅游业占中国GDP的4%以上。2007年,入境旅游人数达1.32亿人次,位居全球第四位;旅游外汇收入为419亿美元;国内旅游人数达16.1亿人次,旅游业总收入突破1万亿元人民币,达到1.09万亿元,成为具有重大转折意义的一年。中国旅游市场规模位居世界前列;出境旅游4095万人次,居亚洲第一位。中国有各类旅行社1.97万家,星级饭店1.5万座,各类景区2万余家,旅游就业总量6500万人。

2008年6月,我国公民赴美旅游首发团启程,中国公民出境的旅游目的地已达到135个。

(资料来源:陶春.国人出游三十年“行踪”.载新京报,2008年11月14日)

问题1:我国什么时间开始向世界开放旅游市场?这对我国旅游产业和我国旅游经济学的研究有何影响?

问题2:我国旅游产业体系的形成以及国内旅游需求和出境旅游需求的大量出现,大致从什么时候开始?

知识链接

一、旅游经济活动的产生和发展

旅游经济活动是在旅游活动有了一定的发展,并具备了一定物质条件的前提下,才产生的一种社会活动。因此,要了解旅游经济活动的发展必须首先分析旅游活动的起源及发展。

(一) 旅游活动的产生

1. 旅游活动

旅游是旅行和游览的结合。旅行是指人们离开居住地而到异地活动的行为,是一种为了生活、生存或某种特定目的而进行的被动性的活动;而游览则是以休闲为主的,以开阔视野、放松身心为目的的积极主动的行为,是一种追求享受、调节生活情趣的活动。因此,旅游是旅游者在可自由支配时间内,为了满足一定的文化享受目的,如休闲、娱乐、保健、求知等,通过异地游览的方

式所进行的一项社会活动,并由此而形成的一系列社会反应和社会关系。随着旅游活动的发展,出现了一系列不是单纯以游览为目的的旅游活动,所以可以宽泛地将旅游定义为:包含游览内容的旅行活动就是旅游活动。

旅游活动是以旅游者为主体,以旅游资源和旅游设施为客体,通过旅游者的流动来表现的一种社会经济和文化活动。旅游活动反映了人与自然、人与社会、人与人之间的关系。

2. 旅游活动的产生

旅游,作为一种社会活动,是随着社会生产的发展和社会分工的深化而逐渐发展起来的。早在原始社会时期,由于生产力水平低下,人们的生活条件极为艰苦,特别是各种自然环境变化所引起的各种灾害、民族部落之间的争斗,使人们不得不为生存而经常迁徙。尽管这种为生存而进行的空间移动还称不上是旅游,甚至也不是旅行,但它确实已经蕴涵了旅游的雏形。可以说,没有人类丰富的社会活动,是不可能孕育出旅游的。

促使人类旅游活动产生的前提条件是社会生产力的发展及社会分工的进步,从原始社会到封建社会,人类社会经历了三次大规模的社会分工,促使商品生产和交换活动迅速发展,市场空间不断扩大,生产力不断提高。于是,围绕以商品生产、商品交换、商务活动为中心的旅游活动就产生了。以后,伴随着私有制的产生及国家的建立,使社会具有组织旅行活动、改变交通运输条件等能力,从而推动了旅游活动的发展,开始出现了以游览、观光为目的的旅游活动。于是具有现代意义的旅游活动就随着社会生产力的提高和社会经济的发展逐步产生和发展起来了。

在漫长的古代历史中,旅游的发展与当时的社会政治、经济及文化发展相适应,出现了各种各样的形式。例如,摩西出埃及,耶稣周游列国传教,古希腊的朝拜、祭祀,马可·波罗的出游以及以哥伦布、麦哲伦为代表的“环球航行”等,使西方的旅游活动一度达到高潮。而阿拉伯民族的经商往来、孔子周游列国、玄奘西域取经、鉴真东渡日本、郑和七下西洋、徐霞客遍游中华大地等,使东方旅游也一度达到古代旅游的顶峰。特别是随着东西方文化、经济的交流,使古代世界旅游达到了高潮。根据对古代旅行活动的考察,可以看出其具有以下特点:

(1) 古代旅行还没有商品化。古代旅行的目的和形式是多种多样的,如政治旅游、文化旅游、商务旅游、宗教旅游等。但是,这些旅游活动还不是以游览、度假及休闲为目的,因此还没有形成商品化活动,仅仅是从属于一定的政治、文化及其他目的的一种旅行而已。

(2) 古代旅游者仅限于少数富有者。任何旅游活动的产生都离不开一定的经济基础,古代社会由于生产力水平不高,经济不发达,旅游活动仅仅是达官贵人及少数富有者的行为,大多数人的旅游实质上仍是一种为生计而进行的奔波。因此,在古代社会中,越是富有者,其旅游活动就越多,并且带有游览、休闲的成分也相应增多。

(3) 古代旅游的范围极狭小。古代交通工具十分落后,牛车、马车、木船是主要的交通工具。受交通条件限制,古代旅游活动的空间范围十分狭小,像马可·波罗的出游、哥伦布的环球航行、

郑和的七下西洋等国际性的旅行,成为历史的壮举而载入史册。

综上所述,从旅游的起源及其在古代社会漫长的历史发展来看,旅游活动并没有成为一种商品化的社会活动。究其原因,主要是生产力不发达,社会经济的发展水平还不可能促使旅游活动商品化。但是,由于古代社会中商品经济已有了发展,旅游活动中也孕育了旅游经济的萌芽。

(二) 旅游经济活动的形成及发展

旅游经济活动的形成是以商品经济的一定发展为前提条件的,亦即旅游经济活动的形成就是旅游活动向商品化发展的过程。从旅游经济活动的形成与发展历史看,现代旅游经济的形成主要发端于18世纪的产业革命。18世纪的产业革命,形成了以机器大工业为基础的社会化大生产,促使社会生产力得到了迅速的提高,促进了资本主义商品生产和交换的迅速发展,从而为现代旅游经济的形成与发展提供了物质技术基础和经济条件。

1. 产业革命为旅游经济活动形成打下了坚实的物质基础

产业革命促进了生产技术尤其是新式交通工具的出现,不仅使社会化大生产的规模从一国扩大到世界范围,市场空间范围扩展,而且汽船、火车的产生,为人们有意识、有目的的大规模旅游活动创造了物质技术条件。1769年,詹姆斯·瓦特发明了蒸汽机,成为新交通工具的动力。1807年,美国人富尔顿发明的汽船“克莱蒙顿特”号已在哈德森河上开始载人运货。1838年,英国蒸汽轮船“阿斯”号和“大西洋”号首次横渡大西洋成功,更是大大缩短了欧美之间的距离。1814年,英国的乔治·史蒂文森发明了蒸汽机车,1825年他建造的斯托克顿至林顿的铁路正式投入运营。1883年,德国工程师戴姆制造了汽油燃料内燃机,内燃机的发明解决了交通运输工具的动力问题。自1886年德国人本茨发明汽车、1903年莱特兄弟发明飞机后,汽车和飞机的优点很快显现出来,并得到了迅速发展。新的交通工具加快了旅行速度、缩短了旅行时间、降低了交通费用、提高了运载能力,使人们外出旅游的范围得到拓展,给旅游活动大范围地展开提供了相应的物质条件保障,对旅游经济活动的产生和发展起到了重要的推动作用。

2. 工业革命促进了社会经济的发展,为旅游经济活动发展创造了巨大需求

(1) 资本主义商品经济的繁荣,促使商业旅游活动迅速发展。工业革命加速了社会生产力的发展,促进了资本主义商品经济的发展,促使商品交换发生了深刻的变革。资本主义国家为了攫取廉价的劳动力和原燃料,到处侵略扩张,建立殖民地,掠夺资源,倾销商品。随着国内商品交换及国际贸易的进行,许多商人辗转于世界各地,买进卖出各种商品,同时也对住宿、餐饮等提出相应的要求。于是,工商业越发达,人们对旅游商品的需求就越多,从而为旅游经济活动的形成创造了大量需求,促进了旅游活动的商品化进程。

(2) 社会财富的增加和闲暇时间的增多,促使人们产生了更多的旅游需求。工业革命促进了社会生产力的发展和劳动生产率的提高,使全社会和个人的剩余财富大量增加。社会必要劳动时间大大缩短,为人类旅游活动的产生和发展奠定了物质基础、提供了闲暇条件。一方面,新兴的资产阶级成为社会主流,他们思想开放,要求自由,选择旅游作为他们的享受方式之一;另一