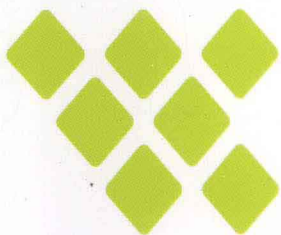




21世纪旅游与酒店专业精品规划教材



旅游经济学

(第二版)

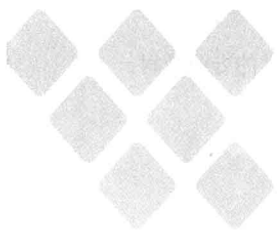
朱沁夫 戴春芳 单德朋◎编著



清华大学出版社



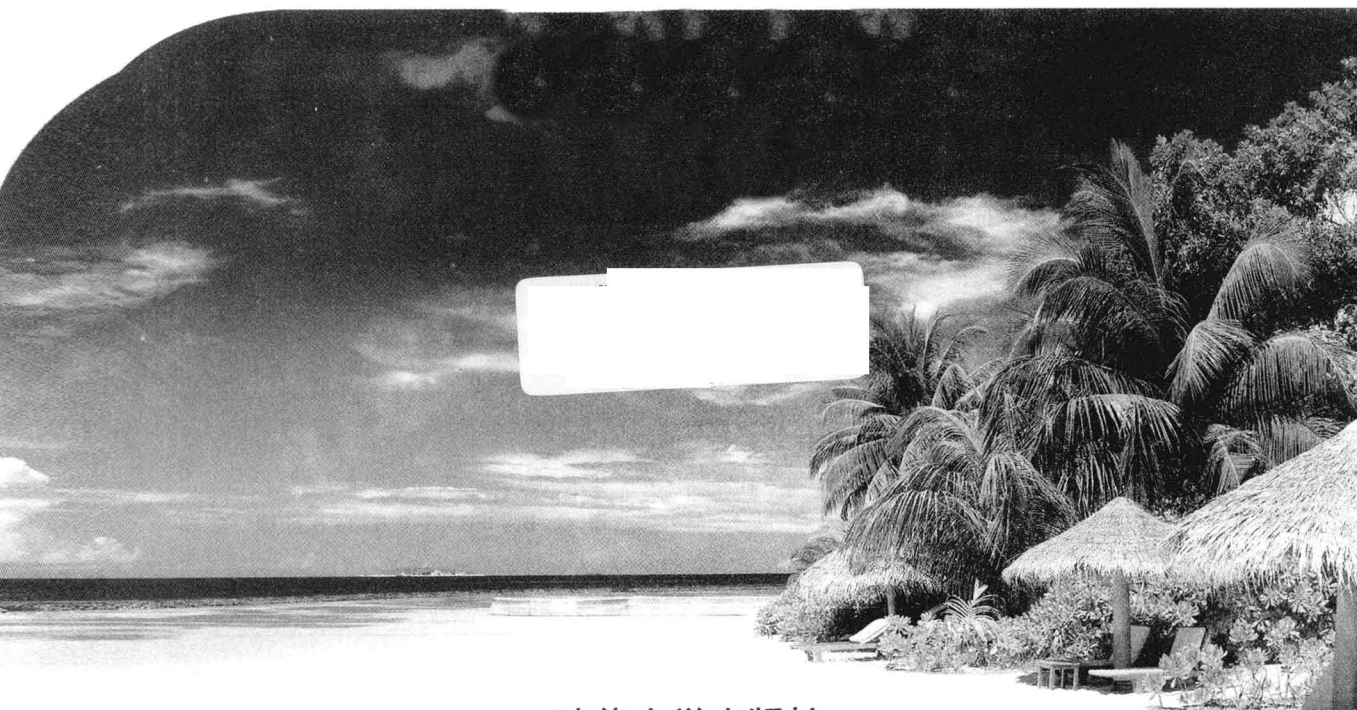
21世纪旅游与酒店专业精品规划教材



旅游经济学

(第二版)

朱沁夫 戴春芳 单德朋◎编著



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书融入了最新的教学理念,力求严谨,注重与时俱进,以应用型本科旅游管理类专业学生为主要读者对象,将理论与实践相结合,具有定位明确、理论适中、内容翔实、案例丰富、适用范围广等特点。全书共分十章,包括导论,旅游产品,旅游产品的需求、供给和均衡,旅游消费,旅游产业结构,旅游企业的区域合作与全球一体化,旅游业的成本与经济效益,旅游投资与评价,旅游业发展中政府的作用以及旅游经济的可持续发展。

本书既适用于大学本科旅游管理专业的教学,也可作为旅游高等职业教育和自学考试的专业教材,还可供广大旅游从业人员和旅游爱好者使用。

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 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

旅游经济学/朱沁夫,戴春芳,单德朋编著. —2版. —北京:清华大学出版社,2013
21世纪旅游与酒店专业精品规划教材

ISBN 978-7-302-33521-4

I. ①旅… II. ①朱… ②戴… ③单… 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(2013)第189782号

责任编辑:汪 莉

封面设计:刘 超

版式设计:文森时代

责任校对:赵丽杰

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62788951-223

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:16.25

字 数:369千字

版 次:2013年9月第1版

印 次:2013年9月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:29.80元

产品编号:050252-01



中国的旅游业正在以令人难以置信的速度向前发展，相应地，旅游经济理论也应当在阐述旅游经济发展规律的同时，对我国旅游经济的运行和发展进行不断的跟踪、总结和探索，并将其反映到学科建设和课程教学中来。为此，我们对由朱沁夫主编，范宝宁、王忠诚副主编的《旅游经济学》（湖南大学出版社 2005 年出版）进行了修订。原书出版八年以来，发行万余册，被国内不少高校采用并被列为湖南省高等教育自学考试旅游管理专业指定教材，2009 年被评为湖南省首届高等学校优秀教材。在此，向原书各章作者（范宝宁、王忠诚、田开俊、吴忠才、戴秋霞、何俊阳）、湖南大学出版社和曾经使用原书的读者表示衷心的感谢。根据旅游经济的发展实际和教学需要，我们组织对《旅游经济学》进行了本次修订。

本书在保留和继承原版中被广大读者认可的体系、结构和部分内容的基础上，进行了较大篇幅的补充和删改，调整了章节，侧重于从中观层次对旅游经济进行分析；总结了国际和国内旅游发展的新经验，补充了反映旅游发展的新资料、新数据，删除了与旅游管理类专业其他课程重复的内容。

本书由朱沁夫（三亚学院）提出修订大纲，戴春芳（湖南涉外经济学院）、单德朋（三亚学院）对大纲提出修改意见。全书由朱沁夫统稿，戴春芳、单德朋对书稿提出了修改意见，具体章节分工为：朱沁夫（第一、二章），戴春芳（第五、八章），单德朋（第三、六章），梁雅磊（第四、十章），侯明帅（第七、九章）。

在本书的编写过程中，湖南师范大学的许春晓教授给出了不少非常中肯的建议；三亚学院的陆丹教授、王勋铭教授、田言付博士给予了大力支持，在此特致谢忱。

限于作者水平，呈现在读者面前的这本《旅游经济学》仍有许多不足之处，欢迎读者不吝赐教，以便下次修订时改正。

朱沁夫

2013 年 5 月 2 日



第一章 导论	1
开篇案例	1
第一节 旅游的产生与社会经济发展的关系	1
一、旅游经济活动的产生	1
二、旅游经济活动的发展	4
三、旅游业的社会经济意义	7
第二节 旅游经济学的产生与发展	11
一、旅游经济学产生的前提	11
二、国外旅游经济学研究简况	13
三、中国旅游经济学的研究进展	14
第三节 旅游经济学的研究对象、目的、内容和方法	16
一、旅游经济学与其他学科的关系	16
二、旅游经济学的研究对象	17
三、旅游经济学的研究目的和任务	17
四、旅游经济学的研究内容	18
五、旅游经济学的研究方法	19
本章小结	20
关键术语	21
深入阅读提示	21
复习思考题	21
第二章 旅游产品	22
开篇案例	22
第一节 旅游产品的概念、构成与特征	23
一、旅游产品的概念	23
二、旅游产品的构成	24
三、旅游产品的特征	30
第二节 旅游产品的价值与价格	32
一、旅游产品的使用价值	32
二、旅游产品的价值	33

三、旅游产品价值的实现机制	34
四、旅游产品的价格	34
第三节 旅游产品的种类及其变化趋势	34
一、按旅游产品的开发程度分类	35
二、按旅游者的参与程度分类	37
第四节 旅游产品的开发与生命周期	38
一、旅游产品开发的原则	38
二、旅游产品开发的内容	39
三、旅游产品开发的策略	40
四、旅游产品的生命周期	42
本章小结	43
关键术语	43
深入阅读提示	43
复习思考题	44
第三章 旅游产品的需求、供给和均衡	45
开篇案例	45
第一节 旅游产品的需求	45
一、旅游需求的概念	45
二、旅游产品购买目的和决策	47
三、影响旅游需求的变量和限制因素	49
四、旅游需求规律	52
五、旅游需求的测定	54
第二节 旅游产品的供给	55
一、旅游供给的概念	55
二、影响旅游供给的变量	56
三、旅游供给规律	57
四、旅游供给的测定	60
第三节 旅游供求均衡与调节	61
一、旅游需求与供给的矛盾运动	61
二、旅游供求均衡的实现	63
三、旅游产品的供求均衡与调节	69
四、中国近年来调节旅游供求的实践	70
本章小结	74
关键术语	74
深入阅读提示	75
复习思考题	75
相关链接	75

第四章 旅游消费	77
开篇案例	77
第一节 旅游消费的作用、特点和运动趋势	77
一、旅游消费的性质	77
二、旅游消费的特点	78
三、旅游消费在旅游经济运行中的作用	80
第二节 旅游消费结构	81
一、旅游消费结构的概念和分类	81
二、影响旅游消费结构的因素	82
三、旅游消费结构的合理化	84
第三节 旅游消费水平	85
一、旅游消费水平的决定因素	86
二、旅游消费者均衡	87
第四节 旅游消费发展趋势及其战略	93
一、旅游消费的发展趋势	93
二、旅游消费的发展战略	96
本章小结	97
关键术语	97
深入阅读提示	97
复习思考题	97
第五章 旅游产业结构	98
开篇案例	98
第一节 旅游产业构成	99
一、关于旅游业构成的各种分析	99
二、世界旅游组织旅游卫星账户中旅游产业的构成	102
三、旅游业构成的理论分析	103
第二节 旅游产业结构及其优化	104
一、旅游产业结构	104
二、饭店业	105
三、旅行社业	107
四、旅游交通业	110
五、旅游区(点)	114
六、休闲娱乐业	116
七、旅游商品(用品)制造业	116
本章小结	117
关键术语	117
深入阅读提示	117

复习思考题.....	117
相关链接.....	118
第六章 旅游企业的区域合作与全球一体化	119
开篇案例.....	119
第一节 旅游企业的跨国经营	120
一、旅游活动的国际化与旅游企业的跨国经营	120
二、旅游企业跨国经营理论	122
三、旅游经济的全球化	127
第二节 旅游企业的纵向一体化	130
一、范围经济与旅游企业	130
二、旅游企业纵向一体化和经济优势	132
三、旅游企业纵向一体化的产生与产业生命周期	135
四、旅游企业纵向一体化的形式	138
第三节 旅游企业的横向一体化	139
一、规模经济与旅游企业	139
二、旅游企业的边界	141
三、旅游企业横向一体化的形式	142
四、旅游企业横向一体化现象	144
本章小结	146
关键术语	146
深入阅读提示	146
复习思考题	147
第七章 旅游业的成本与经济效益	148
开篇案例.....	148
第一节 旅游业的成本	148
一、旅游业的成本与成本观念	148
二、旅游业的直接成本	149
三、旅游业的社会成本	149
第二节 旅游经济效益的含义与范畴	151
一、经济效益的含义	151
二、旅游经济效益的研究范畴	152
第三节 旅游经济的乘数效应	154
一、乘数效应	154
二、旅游乘数效应的各种表现	155
三、旅游乘数模型介绍	157
第四节 旅游卫星账户	160
一、旅游卫星账户的概念	160

二、旅游卫星账户的内容	160
三、旅游卫星账户的建立	161
四、案例分析	162
第五节 旅游经济效益的评估与测定	165
一、经济效益的评价指标体系	165
二、旅游微观经济效益分析方法	169
三、旅游宏观经济效益分析方法	171
本章小结	173
关键术语	173
深入阅读提示	173
复习思考题	174
第八章 旅游投资与评价	175
开篇案例	175
第一节 旅游投资与资金筹措	175
一、旅游投资与旅游投资项目	175
二、旅游建设项目的资金筹措	178
三、旅游项目融资	179
第二节 旅游投资可行性研究	180
一、旅游建设项目可行性研究的必要性	180
二、旅游建设项目可行性研究的内容	181
三、旅游建设项目可行性研究的种类	182
第三节 旅游项目投资决策方法	183
一、旅游项目投资决策方案分类	183
二、旅游投资项目的经济评价方法	186
三、旅游项目投资风险	189
本章小结	191
关键术语	191
深入阅读提示	191
复习思考题	191
相关链接	192
第九章 旅游业发展中政府的作用	194
开篇案例	194
第一节 市场缺陷与政府干预	195
一、市场失灵的表现	195
二、政府干预的必要性	197
三、政府干预行为	199
第二节 旅游规制	200

一、旅游规制的必要性	200
二、旅游规制的特点和原则	202
三、我国旅游规制的现状	204
第三节 旅游产业政策	206
一、旅游产业政策的特征与作用	206
二、旅游产业政策的内容体系	208
三、我国旅游产业政策的制定与实施	211
本章小结	212
关键术语	212
深入阅读提示	212
复习思考题	212
第十章 旅游经济的可持续发展	213
开篇案例	213
第一节 旅游经济可持续发展的思想内涵	214
一、旅游经济可持续发展战略的提出	214
二、旅游经济可持续发展的实质	215
三、旅游经济可持续发展的目标	217
四、旅游经济可持续发展的衡量	218
第二节 影响旅游经济可持续发展实现的因素	219
一、决策者、投资者和经营者的思想意识偏差	219
二、人们的行为错误	223
第三节 旅游经济可持续发展的实现途径	224
一、牢固树立积极进取的旅游经济可持续发展观	224
二、科学制定旅游规划, 完善旅游管理体系	226
三、增强公众环境意识, 倡导科学文明旅游	229
四、研究旅游发展趋势, 实施旅游发展创新	231
五、正确处理旅游资源开发与环境保护之间的关系	232
第四节 生态旅游与旅游经济可持续发展	233
本章小结	235
关键术语	235
深入阅读提示	236
复习思考题	236
参考文献	237
附录 A	239
附录 B	240
附录 C	241
附录 D	243

第一章 导 论



开篇案例

新加坡：21 世纪旅游业

为什么有人来新加坡？我们以前有什么……我们最初只有一个名字，后来有了莱佛士酒店，除了这些还有什么？一些离奇有趣的习俗、优美的环境、雄伟的寺庙、印第安人赤脚走过一堆燃烧炽热的木炭的宗教仪式……但这些不会给我们带来 600 万游客。相反，我们创造了景点，吸引了 600 万游客。我们制订了促销战略……

（资料来源：李光耀. 新加坡：21 世纪的旅游业[J]. 海峡时代周刊，1993-06-16.）

20 世纪中叶以来，世界旅游业得到了前所未有的发展。在这个发展过程中，人们不断运用文化学、社会学、地理学、统计学、人类学、历史学、宗教学等学科的研究成果，特别是经济学的研究成就，对旅游业发展的实践不断进行归纳、总结和研究，形成了旅游经济学。研究旅游经济学必须了解旅游业发展历史的基本轮廓、旅游经济学本身发展的基本脉络以及它与其他相关学科的相互关系。

第一节 旅游的产生与社会经济发展的关系

一、旅游经济活动的产生

（一）人类的旅行活动

古代的人们出于征服、经商、考察等各种各样的目的，都要进行旅行。人类的旅行活动无疑对于人类的文明和进步产生了难以替代的作用。美索不达米亚文明的种子就是通过旅行者，如商人、水手和征服者，传播到远方的；埃及的字母传播到西方得益于腓尼基人在地中海上的旅行；中国古代的“四大发明”同样是通过旅行者们传播到世界各地的。哥伦布、麦哲伦的环球航行、达伽马的环非洲航行和郑和下西洋更是旅行的壮举。尽管古代的人们在旅行过程中，不可避免地要观赏沿途的风光，但这不是他们旅行活动的主要目的。

现代旅游形成之前，真正单纯以游览为目的的旅游者，除了一些贵族、高级官员、银行家、学者、教授之外，一般人既没有专门外出旅行游览的时间，也没有这样的消费能力。S. 马尔科维奇和 Z. 马尔科维奇将这个“特权阶级的旅游时代”称为“为娱乐而旅行的时

期”。这些活动的参加者完全是享有特权的阶级,但是这种旅行当时并没有被称做旅游;这一时期可以追溯到久远的过去,一直延续到19世纪中叶。(斯·翁科维奇,2003)

(二) 现代旅游(业)的产生

1. 旅游(业)产生的条件

现代旅游形成于19世纪中叶,但是一直到20世纪50年代以后才进入快速发展的时期。学界较为一致的意见是,18世纪产业革命为旅游业的形成提供了最根本的条件。18世纪开始的产业革命,不仅使世界经济社会发生了革命性的变化,也为旅游业的形成和发展提供了最为有力的技术和经济等方面的保障。

第一,由机器大工业代替工场手工业,一个最根本性的标志是技术手段和生产手段的飞跃发展,改善了旅游业的供给条件。首先,为旅游业的发展提供了越来越便捷的交通工具。在铁路运输上,自1825年英国建造出世界上第一条铁路开始,到1850年,世界上已有15个国家建有铁路并开展了客货运输业务;1879年,德国西门子公司研制了世界上第一台电力机车,1905年,美国通用电器公司制造了世界上第一台内燃机车,新动力的产生使铁路运输的效率大为提高。在水路运输上,自1807年美国人富尔顿制造出世界上第一艘轮船以后,1838年,英国轮船南阿斯号和大西洋号横渡大西洋成功;1894年,英国人帕森斯发明了汽轮机船。20世纪初,效率更高、油耗更低的柴油机船问世了,河运、海运的能力和速度得到了很大提高。在公路运输上,自1885年发明了以内燃机为动力的汽车后,汽车工业和汽车运输业得到迅速的发展。在航空运输上,1903年,美国人莱特兄弟成功试制第一架飞机之后,人们就拥有了更加快捷的交通工具;美国和欧洲一些国家先后成立航空公司,开始了定期航班客运。为满足旅游者的需求,欧美一些国家出现了以营利为目的的旅游经营行业。除了旅游交通运输业之外,旅行社业、饭店业也得到发展和完善。1845年,英国人托马斯·库克成立了第一家包括食、住、行、游等旅游活动在内的旅行社,开创了有组织地提供旅游活动的各种专门性服务,从而促进了旅游活动的商品化进程。20世纪初,饭店业在西方迅速发展。20世纪20年代的美国,许多大的酒店开始兴建,如纽约的沃尔多夫·阿斯多利亚饭店、芝加哥的斯蒂文斯饭店等,还有今天十分著名的酒店集团希尔顿(1919年创建)和喜来登(1937年创建)饭店;1912年,德国创建了首家国际青年旅馆,一年后,德国拥有的青年旅馆达到83家,共2.1万张床位,并在欧洲迅速发展。1932年,由德国、荷兰、法国、英国和瑞士等国家倡议发起成立了国际青年旅馆联盟(International Youth Hostelling Federation, IYHF)。

第二,产业革命促进了社会经济的发展和人们收入水平的迅速提高,为人们的旅游提供了经济基础。19世纪,欧洲人均收入提高了2倍,美国人均收入提高了3倍。这是产业革命前不可能出现的现象。人们收入水平的快速提高使人们具备了外出旅游消费的能力。在这一时期外出旅游的人数大量增加,而且旅行方式日趋多样化。人们除乘火车进行一日游和多日游之外,还可以乘飞机、豪华游轮和汽车旅游。据记载,1890—1914年,大西洋航线平均每年运输旅客达100万人次;1929年,出国旅游的美国人超过50万;1939年,英国有3700万人参加长途汽车旅游。

这一时期的游览观光者不再局限于贵族、高级官员、银行家和教授们。工业革命造就了一批资产阶级旅游者，这些人在工业革命中资产迅速扩大，他们的消费观念不同于封建庄园主。他们追求吃、喝、玩、乐，喜爱游山玩水、外出度假，他们奢侈的生活方式为以后的旅游业发展起到了示范和导向作用。同时，工业的机械化生产和技术的不断进步，整个社会的生产率水平不断提高、生产规模不断扩大，寻找更加合意的原材料和更加广阔的销售市场成为企业的重要任务，洽谈业务等商业交往的迅速增加，产生了大量的商业旅游者。另外，生产规模的扩大使得各种就业机会增多，人们通过就业获得报酬，个人收入增加，产生了旅游需求，从而造就了一大批大众旅游者。

2. 旅游（业）产生的原因

当人们的劳动时间和自由时间分离、工作空间与生活空间分离，旅游现象才有可能出现。社会闲暇时间的形成是旅游现象产生的充分条件（张辉，2002）。对于旅游业的发展来说，工业革命产生的影响主要表现在，使整个世界在向工业经济和工业化过渡的过程中，彻底改变了劳动时间和自由时间、工作空间与生活空间的关系，使人们对自由时间和自由空间的需要更加迫切。首先，工业革命促成了工作时间和自由时间的分离，促进了自由时间的积累，使劳动者的消费方式以及整个社会的消费方式发生变化，对于自由时间的消费方式成了一个新的、不可回避的课题。其次，工业革命导致了工作空间和生活空间的彻底分离。人们希望摆脱日常空间的束缚，因此有了空间消费移动的冲动。由于生活空间不断地延伸，空间消费成为人们追求的内容。日本观光政策审议会（1969）对旅游的定义表明了闲暇时间对于旅游的意义，“旅游就是在自己的自由时间（余暇）里追求观赏、知识、体验、活动、休养、参加、精神的鼓舞等生活的变化，为满足这些基本的欲求，人们离开日常生活圈，在不同的自然、文化等环境中进行的一系列活动。”翁科维奇（2003）也将空闲时间列为发展旅游业的两个基本条件之一。

3. 旅游的标志性目的

旅游作为一种非迁居性的旅行活动，广泛地存在于人类的历史之中，并且在一些特定的时期和阶段对历史中的经济和文化产生重要而又独特的作用。旅游是人们出于特定的目的，离开居住地所进行的旅行等活动所引起的现象和关系的总和。

旅游包括“旅行”和“游览”两个方面。“游览”是“旅行”的目的，“旅行”是“游览”的手段。当旅行者的主要目的是对不同文化与自然进行观赏，即纯粹以游览为目的而进行旅行时，属于“纯旅游目的者”；当旅行者的主要目的不是对不同文化与自然进行观赏，而是以商务、体育活动、探亲、公务、宗教、学习等为目的而进行旅行时，属于“兼旅游目的者”。尽管“兼旅游目的者”可能不会认为自己具有游览的目的，但是客观上绝大多数“兼旅游目的者”或多或少进行了观光活动，包含了旅游的因素。另外，“兼旅游目的者”对于旅游接待地来说，他们的吃、住、行等消费支出都已经构成该地区的“旅游收入”，因而被自然地列入旅游者当中。

但是，只有当人们作为“纯旅游目的者”的数量和规模达到一定的水平，旅游业才能够形成和发展，这也是旅游业在工业革命前没有形成的原因之一。因为在现代意义的旅游业形成之前，人们旅行绝大多数是以“兼旅游目的者”的身份出现的。被国际旅游学术专

家联合会(AIEST)采纳的,由瑞士洪齐克尔和克拉普夫给出的旅游业的定义说明,“纯旅游目的者”的活动构成旅游的标志性的目的。他们的定义称:“旅游业是由访问者的旅行和在某地逗留而产生的各种关系和现象的综合,如果这样的逗留不是与他们的任何经济活动联系在一起的话”(斯·翁科维奇,2003)。慎丽华(2001)给出的旅游的定义也强调了这种标志性的目的,“人们离开日常生活圈,预计最终返回到居住地,以视察和鉴赏不同国家或地区的文化、制度、风土人情或者观赏游览自然风光、名胜古迹为目的而进行的旅行”。

二、旅游经济活动的发展

现代意义的旅游的大发展开始于第二次世界大战之后。1950年,全世界国际旅游人数为2500万人次,1970年增长到1.66亿人次,1990年增长到了4.58亿人次,2000年增长到6.97亿人次^①,2011年增长到9.8亿人次^②,这种增长的趋势还将持续下去。技术的进步、经济的发展、社会的变革、观念的转变、闲暇的增加以及越来越密切的国际交往,使旅游作为一种休闲和生活方式越来越受到人们的重视,旅游作为一个经济产业在国民经济中的作用越来越为各国政府所重视。社会经济全球化、高速化地发展,带动了旅游经济向广度和深度拓展,旅游呈现出大众化和全球化发展的性质。同时,旅游形式的多样化和旅游需求的个性化发展趋势,使原有的旅游产业向专业化、细分化方向发展,旅游产业体系逐渐向现代旅游经济体系演化。

(一) 现代旅游业的发展阶段划分

张辉(2002)将现代旅游经济划分为三个时期:

第一个时期:战后旅游业的起步阶段(20世纪50年代至60年代)。这个阶段的特点是在恢复中发展。虽然发展速度比较快,但旅游者人数不多,旅游目的地的分布不够广泛,旅游消费水平比较低,旅游经济在整个社会经济中的地位和影响有限。

第二个时期:世界旅游业大发展阶段(20世纪70年代至80年代)。这个阶段的最大特点是以团队为主的大众化旅游得到迅速发展。由于旅游者队伍的急剧膨胀,世界旅游市场的规模得以迅速扩张,旅游者的足迹遍及世界各地,世界旅游业进入大众化时代。

第三个时期:世界旅游业的新时期(20世纪90年代后)。与以往的各个时期相比,当代旅游业呈现出一系列新特点。这些新特点可以从需求和供给两个方面来进行归纳。

需求方面的特点表现在如下几个方面:(1)旅游需求的个性化。现代游客追求旅游生活的个性化,导致旅游需求进一步细化,个性化旅游产品将代替标准化旅游产品。统一行动的全包价旅游方式正在进行相应的改革,团队旅游的比重在不断下降,散客旅游的比重在不断上升。(2)旅游需求的多样化。现代游客已经不再满足于走马观花式的流线型旅游观光,度假型旅游产品已经基本成熟并被大众所接受。一些具有较强参与性、探险性、专业性的旅游项目,如探险旅游、体育旅游、海上旅游等日益受到人们的青睐。目前,太空旅游也已经进入了操作阶段。(3)旅游需求质量的高标准化。经常旅游的经历使旅游者的

^① (澳)尼尔·利珀. 旅游管理[M]. 第3版. 谢昌, 翁谨, 陈林生, 译. 上海: 上海财经大学出版社, 2007: 16.

^② 张广瑞, 刘德谦, 宋瑞. 2012年中国旅游发展分析与预测[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2012: 5.

经验更加丰富,人们对于旅游的心理预期越来越高,更加善于进行旅游质量和价格的比较。在旅游需求方面,除了要求保证旅游安全之外,旅游活动的新鲜感、刺激性、体验性和生态化将起到决定性作用。

供给的特点表现在如下两个方面:(1)“消费者第一”的观念日渐成熟。由于旅游需求自身的多变性和旅游者日渐成熟、旅游供给市场竞争日益激烈,要求旅游供给者必须随时跟踪市场变化,预测市场的变化发展趋势,否则开发出来的产品就很难被市场接受。因此,在规划旅游供给的时候必须树立“消费者第一”的观念。(2)旅游供给的技术化手段日益受到重视。由于旅游经济活动的大众化发展,旅游需求在量上急剧增加;由于旅游产业是一个阅历产业和体验产业,随着旅游者经历的不断丰富,对旅游供给的质量要求日益提高;由于旅游供给市场的竞争日益激烈,要求旅游供给在分配上高度灵活化;这要求旅游供给方必须通过技术化手段来增加标准化产品的供给量、提高旅游产品的质量、提供个性化的产品、缩短需求和供给之间的时滞等。

(二) 现代旅游业发展的基本状态

20 世纪 50 年代以后,世界旅游业进入了一个快速发展的时期,特别是在 90 年代后期,旅游业已经成为世界经济中发展势头最强劲的产业,旅游经济的发展在世界经济中的突出表现主要体现在以下几个方面。

在过去的半个世纪里,国际旅游人数和旅游收入的年平均增长率分别为 7.5% 和 12%,远远超出了世界经济的总体发展速度,也超出其他单项产业的发展速度。1992 年,旅游业已经超出石油、汽车工业,成为世界第一大产业。世界旅游与旅行理事会(World Travel and Tourism Council, WTTC)曾于 1996 年指出:“无论用哪一种经济指标(总产出、附加值、资本投资、就业和税收贡献)来衡量,旅游都是世界上最大的产业”。而且,他们认为在今后的 10 年中,旅游业仍然会保持强劲的增长势头。从该组织对旅游业 1996—2006 年发展做出的预测中我们可以看到旅游业未来迅猛的发展势头和重要的经济、产业地位(见表 1-1)。

表 1-1 世界旅游理事会关于旅游经济和就业增长研究的全球预测(1996—2006 年)

项 目	1996 年	2006 年	实际增长率(%)
就业人数(人)	2.55 亿	3.85 亿	50.1
就业增长率(%)	10.7	11.1	—
产出(美元)	3.6 万亿	7.1 万亿	48.7
国内生产总值增长率(%)	10.7	11.5	49.6
投资(美元)	7 660 亿	1.6 万亿	57.3
出口(美元)	7 610 亿	1.5 万亿	51.2
总税收(美元)	6 530 亿	1.3 万亿	49.6

小资料

世界旅游组织秘书长瑞法 2012 年 3 月 10 日在柏林世界旅游交易会上的讲话中对 21

世纪头十年和未来十年发展态势作了精辟的阐述。他提出,“21 世纪的头十年是旅游非凡增长的十年,同样也是遭受严重打击的十年:这个十年始于“9·11”事件——它为旅游部门范式的变化留下许多痕迹——而以 2008—2009 年度的全球性经济危机告终”。“2011—2020 年是旅游的十年”。他认为,“旅游和很多其他部门一样,是可以实现经济可持续发展的三大支柱:经济增长、社会进步和环境可持续发展”,“旅游可以引导一个更加公平、更加强势、更加可持续增长的新十年。旅游可以成为促进发展最有效的促进剂。”

(资料来源:张广瑞,刘德谦,宋瑞. 2012 年中国旅游发展分析与预测. 北京:社会科学文献出版社,2012: 22~23.)

从世界旅游业对国民经济的贡献来看,世界旅游与旅行理事会(2000)运用旅游卫星账户系统进行测量后认为,全球旅游业对世界 GDP(国内生产总值)的经济贡献率为 11%(35 750 亿美元);据估计,2010 年,旅游业对全球 GDP 的经济贡献率将提高到 11.6%(65 910 亿美元)。①根据国际旅游与观光理事会的研究报告,在美、英、法、德、日五国旅游业同其他产业新增价值的比较中,五国旅游业新增价值分别是农业的 3.1 倍,汽车工业的 3.6 倍,金属工业的 4.3 倍,纺织工业的 5.7 倍。

从世界旅游业吸收就业人员来看,2000 年,旅游业直接和间接提供了 2 亿个就业机会(占全球总就业机会的 8%);2010 年,旅游业将提供 2.5 亿个就业机会(占全球总就业机会的 9%)。②从美、英、法、德、日五国的就业情况看,旅游业吸收的就业人数是农业的 1.7 倍,纺织业的 3.8 倍,汽车工业的 4.8 倍,金属工业的 6.2 倍。

从世界旅游业创汇情况来看,一些发达国家旅游业创汇占出口总收入的比重达到 20% 以上,成为国民经济中重要的创汇产业。对于发展中国家来说,旅游业创汇具有更加重要的意义。我国旅游业之所以在发展之初将入境旅游作为发展的重点,其重要原因在于,希望通过旅游业的发展获取一定量外汇收入,以平衡国际收支,增加国家外汇储备。

旅游业发展的现实已经表明,从经济角度上看,旅游业在国民经济中是一个综合带动效应强的产业,不仅可以直接创汇,吸收大量的劳动力,而且可以带动相关产业的发展,吸收更多的劳动力就业,增加更多的间接收入,并带动旅游目的地国家的对外开放和经济发展。

(三) 现代旅游经济的性质

1. 旅游经济活动的大众性

20 世纪 50 年代以来,旅游活动不再是以少数富有者为主的活动,而是一项面向广大民众的社会经济活动。特别是随着社会生产力的迅速提高,人们可支配收入的不断增加,工作时间缩短、社会余暇时间的增加,人们消费观念的不断更新,使许多人不仅具备了旅游消费的能力,而且具备了旅游的时间条件,人们外出旅游的动机变为现实需求,推动了旅游活动的大众普及性。2011 年,中国国内旅游总人数为 26.41 亿人次,出游率达到 197.1%。③旅游活动的大众化发展,创造了大量的旅游需求,又促进了旅游资源的开发和旅游接待设

① (英) C. 米歇尔·霍尔,斯蒂芬·J. 佩奇. 旅游休闲地理学[M]. 第 3 版. 北京:旅游教育出版社,2007: 2.

② (英) C. 米歇尔·霍尔,斯蒂芬·J. 佩奇. 旅游休闲地理学[M]. 第 3 版. 北京:旅游教育出版社,2007: 2.

③ 国家旅游局政法司. 2011 年中国旅游业统计公报[DB/OL]. [2012-10-25]. <http://www.cnta.gov.cn/html/2012-10/2012-10-25-9-0-71726.html>.

施的建设,为旅游者提供了更为方便的旅游条件和更加便利的旅游服务,从而促使旅游经济活动又进一步向大众化普及和发展。

2. 旅游经济活动的全球性

旅游活动一开始就是国际性的,中外旅游的历史已经表明了这一点。随着交通工具、通信技术的日益现代化,人们可以以较少的支出、在较短的时间内,到达旅游目的地,获得旅游需求的满足,旅游活动日益成为一种全球性的社会经济活动。2001年,在受到“9·11”事件影响的情况下,国际旅游人数仍然达到6.927亿人次;2011年,国际旅游人数增长到9.8亿人次。同时,旅游经济活动的全球化发展,增加了世界各国政府、企业及人民之间的交流和联系,为推进全球化的旅游活动创造了更好的条件。

3. 旅游经济活动的规范性

旅游经济活动在其发展过程中,逐渐形成了一系列有组织的规范化旅游模式。旅游企业的运作和服务形成了国际化、通用化的规范。无论是国际旅游还是国内旅游,通常都是由旅行社作为主要的组织者,依托各类旅游企业和旅游风景区,按照预定的旅游线路、活动内容和时间,提供综合性的旅游服务,满足旅游者多方面的需求。而旅游者只须承担一定的费用就可以得到旅游需求的满足,不用再为旅游活动中的食、住、行等问题操心。正是这种旅游活动的规范性,推动了旅游经济活动的大众化和全球化的发展,促使旅游业成为一个独立的经济产业,成为国民经济的重要组成部分。

4. 旅游经济活动的持续性

进入20世纪50年代,整个世界旅游经济的发展进入一个高速发展时期,始终保持着较高的增长速度。虽然世界旅游业的增长速度从50年代的12.6%下降到2000年的4.17%,但是同世界经济及世界工业的增长率比较,始终保持一个高速增长的态势。旅游经济的迅速发展,使之在国民经济中的地位和作用明显提高,旅游活动成为人们生活中的一个重要组成部分,成为人们的一种经常性活动。

三、旅游业的社会经济意义

(一) 旅游经济在国民经济中的地位和作用

旅游经济已经成为国民经济的重要组成部分,在国民经济的发展中发挥着其独特的作用。旅游经济在国民经济中的地位和作用,取决于旅游经济在国民经济中的水平、规模、运行状况及发展趋势。从旅游业的性质来看,旅游业是一个以提供服务为主的综合性服务行业。旅游业通过为人们提供吃、住、行、游、购、娱等各种服务,为物质资料的生产部门所生产的产品提供实现途径,促使社会产品在社会各劳动者之间进行重新分配,并不断地创造着新的需求。从旅游业发展的规模来看,随着社会生产力的提高和社会经济的发展,旅游业在国民经济中日益占据重要地位。2011年,中国旅游业总收入达22 436亿元人民币,同比增长19.85%^①,高于同期国民经济总体增长速度10.65个百分点(第一产业增长速度

^① 旅游业总收入等于国内旅游总收入加上旅游外汇收入(按当年度美元兑人民币平均价折合成人民币),并据两个年度计算结果比较。