

旅游的逻辑

张辉
著



旅游教育出版社

作者简介



张辉，1957年9月生，山东诸城人。北京交通大学现代旅游研究院院长、教授，博士生导师。享受国务院特殊津贴专家，国家文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员，世界旅游城市联合会专家委员会副主任，北京市旅游学会常务副会长，《旅游管理》、《旅游科学》、《旅游学刊》编委会委员，中国国旅集团专家委员会委员，中国旅游改革与发展决策咨询委员会委员。

1982年陕西财经学院商业经济专业毕业后，进入西北大学任教，先后任西北大学经济管理学院系主任、副院长等职务。1993年起享受国务院特殊津贴。1997年调入北京第二外国语学院任旅游管理学院院长、旅游发展研究院院长。2009调入北京交通大学。

长期从事旅游经济宏观理论与旅游产业的研究，先后主持完成国家社会科学基金项目、教育部人文社会科学基金项目等三个项目。先后出版《中国旅游产业发展模式及运行方式》、《中国旅游产业转型环境、制度与构建研究》、《旅游经济学》、《旅游经济论》等著作十余部，在《光明日报》（理论版）、《经济日报》（理论版）、《经济学动态》、《商业经济与管理》、《生产力研究》、《旅游学刊》等报刊杂志上发表论文数十篇。荣获省部级社会科学优秀成果一等奖二项、三等奖三项。

旅游的逻辑

张辉
著



旅游教育出版社

·北京·

策 划：何 丹

责任编辑：巨瑛梅

图书在版编目 (C I P) 数据

旅游的逻辑 / 张辉著. -- 北京 : 旅游教育出版社,
2021. 5

ISBN 978-7-5637-4246-2

I. ①旅… II. ①张… III. ①旅游业发展—研究—中
国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2021)第084681号

旅游的逻辑

张辉 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462 (传真)
本社网址	www.tepcb.com
E - mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	唐山玺诚印务有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印 张	21
字 数	322 千字
版 次	2021 年 5 月第 1 版
印 次	2021 年 5 月第 1 次印刷
定 价	88.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

第一篇 综合研究

旅游产业是第一大产业	003
旅游研究的反思	010
旅游发展，谁来主导？	018
中国旅游转型问题	031
旅游领域的二次革命	051
旅游需求新态势与休假制度的博弈	058
市场经营新态势与行业管理旧制度的博弈	064
大众化旅游来了吗？	073
国家设立“国际旅游自由购物区”的建议	079
我国旅游进入新发展阶段	086
以新的发展理念，构建旅游新发展格局	094

第二篇 新时代旅游发展

新常态下旅游业急需国家顶层设计	107
新时代下的旅游革命	118
大众旅游的发展，急需加快旅游需求侧结构性改革	125
供给侧结构性改革中的旅游	131

旅游中的供给侧结构性改革	137
出境旅游增长的背后	142
大数据时代与大旅游时代的几点思考	150
不仅仅只是“大山”与“大海”的对话	155
旅游与现代丝绸之路经济带构建	158
景区与研学旅行	163
工业旅游发展的逻辑	167
高铁与我国旅游目的地建设	173
技术性旅游消费与装备制造业	180
新时代与住宿业的革命	183
分享经济遇到互联网：将是一场旅游商业模式的革命	189

第三篇 全域旅游研究

以人民为中心的优质旅游先解决这六个问题	197
我国旅游区域发展的新趋向	207
黄河文化旅游带的建设	213
关于“旅游+”的思考	218
全域旅游的理性思考	223
旅游现象认知的理论误区之一：全域旅游	228
全域旅游的误区	234
谨防全域旅游规划走向岔道	244
全域旅游助推自驾旅游	248
城市的旅游与休闲的几点思考	254
特色小镇旅游化发展	257
陕西古镇旅游问题	261

第四篇 文旅融合及其他

以人民为中心的旅游，不仅仅是文旅融合这点事	267
-----------------------	-----

再谈文化与旅游的融合	273
疫情的旅游思考	278
改革与开放是疫情对旅游影响的对冲利器	288
商洛山地康养旅游发展的几点思考	294
哈尔滨夜间旅游经济问题	300
河北山地休闲度假旅游发展的几点思考	304
山西旅游的大变局与大发展	308
乡村振兴与民宿	314
“互联网+旅游”推动旅游业发展模式转变	320
中国旅游统计问题与改革方向	324
应当说的话	330

第一篇 综合研究

旅游产业是第一大产业^①

《实践论》指出：“人类的生产活动是最基本的实践活动，是决定其他一切活动的东西。人的认识，主要地依赖于物质的生产活动，逐渐地了解自然的现象、自然的性质、自然的规律性、人和自然的关系；而且经过生产活动，也在各种不同程度上逐渐地认识了人和人的一定的相互关系。一切这些知识，离开生产活动是不能得到的。”人类对产业问题的认识深刻地反映了这一规律。人类社会的产业实践活动，是一步又一步地由低级向高级发展的。因此，对产业概念和内涵的认识，也是由低级向高级发展，即由浅入深、由片面到更多的方面。在人类历史的长河中，随着社会生产力的提高，产业实践的范围和深度空前扩展，相应地，对产业的认识也不断深化。在漫长的前工业社会，人类社会经历了两次社会分工。农业、手工业与畜牧业分离开来，在这一时期，人类对产业的认识仅限于农业、畜牧业和手工业。工业革命以后，工业上升为社会主流生产方式，西方人基于对工业生产方式的观察，总结出了一套规律性的认识，即西方传统产业理论，将人类对产业的认识往前推进了一大步。社会研究者用工业、制造业、石油产业、汽车产业等相关概念来指代工业社会涌现出来的产业形态，并建立了有关产业的概念、内涵、特征、分类、统计的系统性知识体系。近半个世纪以来，在全球范围内，人类的生产方式又出现了一次根本转型。以制造业为核心的工业生产方式退居次席，而生产无形产品的服务业产值比重越来越高，成为社会的主流生产方式，一批新兴产业涌现出来。新兴产业大部分不生产有形产品，难以进行特别清晰地投入产出核算，在传统产业分类里找不到对应的位置。但是可以观察到，这些产业的存在是客观的，并且在许多国家已经作为优先发展的战略性产业，如信息产业、知识产业、旅游产业等。产业实践的飞速发展对传统产业理论形成了挑战，对产业的认识需要随着实践领域的变化发展进行更新。

^① 2013年6月在北京旅游论坛上的发言。

一、现代产业实践与传统产业规模测算方法的矛盾

要讨论什么是“第一大产业”，首先必须对产业的概念有一个正确认识。从历史上看，产业的产生和发展是社会分工和商品经济发展的产物。为了满足人类多样性的需求，必须进行商品交换，商品交换的日益频繁促进了商品经济的发展，商品经济的发展促使形成产业部门。当一种需求满足以后，人类会产生更高层次的需求，并催生出新的产业部门。各个生产部门投入一定的社会资源，生产出特定的商品（或服务）。通过商品交易，满足人类社会各种需求。从这个意义上来说，产业是对应人类需求的供给体系。产业的主要特征突出地表现在经济维度上，通过产业组织的运行实现商品的市场交换是产业的根本特征。

所谓第一大产业，是从规模维度来说的。在前工业社会，人类社会产业构成相对比较简单，在大部分经济区域内，农业是无可置疑的第一大产业。进入工业社会以后，分工越来越细，产业门类越来越多，哪些产业规模大就存在争议了。理论上讲，产业规模是客观的。在一定历史时期，哪些产业规模大是产业实践的结果，不以人的意志为转移。然而，由于人类认识的局限性，很难找到普世的方法对产业规模进行客观评价。首先，不同的产业具有不同的投入产出，有些生产有形物质，有些则是无形服务，需要找到一个可比的价值度量方法进行数量的横向比较。其次，很难找到一个完善的产业分类标准。因为所谓产业规模的“大”和“小”，是不同产业分类体系下的一个相对概念。遗憾的是，尽管现有的产业知识中有一些分类方法，但都存在一定的缺陷。

在现有产业理论中，主要以产业总产值、产业增加值作为价值度量的方法。产业总产值是产业全部生产活动所产生的价值总和，它既包括在生产过程中物质和劳务消耗转移的价值，也包括新创造的价值。产业增加值是产业在生产过程中创造的新增价值和固定资产转移价值，它等于产业总产出减去中间投入。一般按产业增加值大小对产业规模进行排序。之所以使用产业增加值概念，主要是可以避免重复计算，从而反映产业部门对 GDP 的实际贡献。

产业规模是否大、是否第一大，还取决于如何对产业进行分类。马克思根据对工业社会产业实践的观察，采用过三种分类法：一是两部类分类法，即生产资料的生产 and 消费资料的生产这两大部类；二是物质生产部门与非物质生产部门分类法；三是物质生产的不同特点为标准，将经济活动中的物质生产部门分成农业、轻工业、重工业三大部门。在这些分类体系下，产业门类的“大”与“小”可以反映产业结构基本

状态。如根据农轻重划分法，当农业是最大产业时，一国是农业国；而轻工业或重工业是最大产业时，一国便成为工业国。但是，马克思的产业划分法过于简单，通常只有二至三类，不适合深入讨论产业规模大小问题。在西方，不同历史时期还分别有过霍夫曼分类法、钱纳里—泰勒分类法等，20世纪30年代以后，三大产业划分法成为主流。1971年，联合国为了统一世界各国的产业分类，在三次产业划分方法的基础上，编制和颁布了《全部经济活动的国际标准产业分类索引》。由于标准产业划分比三次产业划分要细致得多，并且得到了统计支撑，在产业实践中得到广泛运用。

当前国际社会对所谓“第一大产业”的提法，便是基于联合国国际标准产业分类进行排序的。由于各国国情不同，最大产业在各国并不完全一致，传统上一般认为石油产业、汽车产业、机械制造产业规模较大。20世纪90年代，世界旅游组织测算认为，在全球范围内，国际旅游收入在世界出口收入中所占比重达到8.25%，超过石油出口收入的6.5%、汽车出口收入的5.6%，成为全球第一大产业。但是这个结论引起了产业经济学界的广泛争议。争议的原因有两个：第一，旅游产业不符合传统产业界定标准，现有产业分类体系下没有旅游产业的位置，旅游产业是现有分类体系下许多产业部分产值的加总；第二，在旅游产业规模的估算上，没有采用传统的旅游GDP概念，而是使用了旅游经济GDP的概念。

关于旅游产业规模的争议，事实上是传统经济理论和现代产业实践之间矛盾尖锐化的反映。现代产业实践的发展，打破了原有的产业格局，使理论与实践之间出现了不一致。当理论与实践不符时，首先应该审视的是理论而不是实践。我们知道，传统经济学的产业理论诞生于工业化生产的大背景下，是基于对当时工业生产方式观察的基础之上提出来的。在英文中，工业和产业是不加区分的一个词，即industry。可见，在当时的环境下，产业即是工业的代名词，相应的产业理论是基于工业生产提出的。对于工业生产来说，增加值是一个非常清晰、便捷的核算指标，能很好反映工业生产的规模；然而，对于现代服务产业来说，增加值的计算往往是非常艰难的。标准产业分类主要是从技术角度确定产业分类，不反映市场需求状况。按照传统产业经济理论，产业是生产同类或同一产品（包括服务）的企业集合。这里，同类或同一产品涉及产品的替代性，产品替代性是一个从需求角度来考虑的概念。然而，现实统计工作往往按“企业”（而不是按“产品”）进行分类，这主要是从供给的角度入手的。如果从需求的角度看，分类会完全不一致。

二、基于需求价值论的第一大产业演进规律

因为产业是对应人类需求的供给体系，所以一个产业规模是否大，是否第一大，要看相应的人类需求规模有多大，人类需求的规模和结构决定了产业的规模和结构。自人类诞生的那一天起，需求就成为整个人类生存和发展最直接和最本原的动因，人类的一切产业活动皆为了满足人的需求而产生。马克思说：“需求即人们的本性。任何人如果不是同时为了自己的某种需求和为了这种需求的器官而做事，它就什么也不能做。”西方人类需求理论奠基人马斯洛认为：“需求（或称需要）是人类内在的、天生的、下意识的客观存在。”可见，需求作为人类生存发展的基础而客观存在。因此，人类需求也是研究产业问题的基础与逻辑起点。

人类需求是通过产品交换或提供服务得到满足的。人类需求按其性质分为物质需求和精神需求。物质需求是人的第一需求，是人类最基本、最重要的需求，是人类其他一切需求的基础。精神需求指人们对精神产品和成果的享用。无论是物质需求还是精神需求，其本质都在于人类对附属在产品和服务上的使用价值的追寻。从产业的角度来看，需求价值就是产业部门生产的产品和服务对主体需求所具有的用途和积极作用，也就是对于主体的有用性，对主体需求满足的程度越高，价值就越大。不能满足人的需求的东西也就没有什么价值，不论这种东西是否经过人类劳动的凝结。因此，一个产业部门的规模，是由对这个产业部门具有的需求并最终发生市场交易的规模决定的。人类对产业部门的需求分为两类：一类是最终需求，是指全社会消费者对社会总产品的最终使用或消费；一类是中间需求，是指生产者 and 商家为了转售、为了进一步加工或制造而进行的购买需求。从满足人类需求的效用来说，最终需求是第一位的，中间需求是第二位的。中间需求的快速增长能形成生产能力，但如果不能进入最终消费就没有意义，只会造成产能过剩。因此，只有扩大最终消费需求，才能有效带动国民经济增长。最终需求产业决定着中间需求产业。

在前工业社会，由于生产力水平较低，人类的主要需求是求温饱的生存需求。因此，这一时期，直接生产粮食的产业部门是第一大产业。对于农耕民族，种植业是第一大产业；对于游牧民族，畜牧业是第一大产业。随着生产力的提高，粮食生产出现大量剩余，人类解决了生存需求以后，便会出现进一步的物质需求。在自然经济时代，虽然人类也普遍存在着这类需求，但没有建立起与需求规模相对应的供给体系，产业化水平很低，因此需求未能得到很好的满足。近代科学技术革命推动英国最先实现工业革命，并迅速向世界各地扩展，机器大生产取代了手工作坊式的小生产，机械化、

电气化、自动化生产的发展，使人类的物质需求得到了前所未有的满足。在所有的需求序列中，服装、交通、居住等需求是普遍需求，需求规模较大，因此相关的产业规模也较大。在西方产业发展史上，纺织产业、汽车产业、房地产业在不同历史时期，成为国民经济中规模较大的产业。

人类对物质产品的需求是相对有限的，对服务和精神产品的需求则是无限的。工业生产满足了人类物质的需要，在科技革命的推动下，人类的物质生产取得了空前迅速的发展。随着物质资料的极大丰富，物质产品的边际效用开始下降，对物质产品的需求也相对下降，对服务和精神产品以及知识产品的需求开始增加。社会需求结构再次发生变动，人类需求以物质需求为主向精神需求为主转化。在这个过程中，生产精神和服务产品的产业部门规模将迅速扩大。“第一大产业”必然产生在服务产业序列中。

三、旅游产业上升为第一大产业是后工业社会的普遍规律

人类是时间和空间的存在者，时间和空间是衡量个体生命价值的两个基本属性。从个体生命价值的角度，一方面，追求更长的存在时间即预期寿命；另一方面，追求更广的空间经历和体验。旅游是人类生活的第二空间，是个体追求空间经历和体验的重要形式，是实现个体终极价值的方式之一。旅游需求内生于人类生理和心理，是一种高层次的生理和心理需求。当低级需求满足之后，一些先驱开始从行为上尝试满足旅游需求。他们离开自己的惯常居住地，前往异地开展观光、度假等旅游活动。虽然目前很难弄清楚旅游活动最早起源于何时，但在现存所有古代文明的历史中，都有关于旅行家的记载，“旅游活动早已有之”是一个不争的事实。

但是必须认识到，即使出现了旅游需求，却不一定能够促使相应的旅游产业产生出来。作为社会现象的旅游活动以及相应的旅游供给体系即旅游产业的出现是近代的事情。旅游需求只构成商品化和产业化的必要条件，促成这个转化的充分条件则是决定着产品进入商品领域后的交换价值的综合性市场相关因素，如一定社会条件下人们对旅游产品的需求是否普遍、是否相对稳定等。旅游产业的出现，是以旅游活动的社会化为充分条件的。旅游作为多数人参加的社会活动，从社会动因来看，其根本原因是社会生产力的发展、人均收入水平的提高、劳动时间的缩短、带薪假期的增加，这都有赖于劳动生产率的提高，而社会为旅游提供的现代交通、通信手段，都是社会生产力的重要组成部分。简言之，没有整个人类社会生产力的提高，就绝不会出现作为

社会现象的旅游活动。从运行机制上看，旅游的商品化销售和产业化经营则始终是以市场经济为基础而发端、发展和兴盛的。在自然经济条件下，存在一定的旅游需求，但缺乏相应的供给体系，没有相应的产业组织，因此无法通过市场交易的方式完成旅游活动，旅游活动不具有商品化和产业化特征。市场经济越发达，就越有可能以市场交易的方式满足旅游需求。由于社会生产力的迅速发展是欧洲工业革命的产物，因此，作为社会现象的旅游活动产生于近代的欧洲。与此对应，商品化和产业化的旅游产业体系也必然发端于欧洲。旅游产业的出现以1840年托马斯·库克组织的第一个旅行社为标志。这一现象出现在英国绝对不是偶然，有其历史必然性。工业革命以后，旅游产业组织如雨后春笋般在欧洲出现了，一个对应人类旅游需求的产业体系建立起来。

旅游需求是旅游者在旅游过程中产生的相关需求的总和。旅游需求涉及实现人类终极价值和幸福，因此旅游产业是幸福产业。旅游需求是最终消费需求，因此旅游产业是最终需求产业，制约着一系列相关产业的发展。旅游产业具有和传统产业不同的产业特征，它没有明确的边界，也没有明确的划分，产业涉及的范围、产业构成的基础是一个动态的概念，是根据旅游形式的演化形成的，是一个以旅游活动为中心形成的配置产业。旅游产业所组织的企业和行业之所以成为旅游产业的组成部分，原因在于这些行业和企业都具有为旅游者提供服务的共同职能。凡是为旅游活动提供直接或间接服务的行业和企业，都是这个配置产业的组成部分。旅游产业是为旅游者的空间移动及异地居留提供服务的“移动产业体系”，它覆盖一二三产业，超越一二三产业。从拉动最终消费需求的角度来看，旅游产业无疑是国民经济体系下一个非常庞大的产业部门。

但是，只有到后工业社会，旅游产业才能真正成为第一大产业。（根据美国学者丹尼尔·贝尔的划分，人类社会分为前工业社会、工业社会和后工业社会。前工业社会是同自然界的竞争；工业社会是同经过加工的自然界的竞争；后工业社会则是以服务行业为基础的，是人与人之间的竞争。如果工业社会是根据作为生活标准的物质产品数量来确定的话，后工业社会的定义则根据服务和舒适——保健、教育、娱乐和文艺所计量的生活质量标准来确定。）旅游产业满足的人类需求是非基本需求，在基本需求满足以前，旅游需求不会上升到第一位置。在前工业社会，没有形成社会化的旅游需求，旅游产业尚未形成。进入工业社会，社会化的旅游需求出现了，带动了旅游产业的萌芽和发展，但旅游需求未上升到支配地位。虽然旅游产业在一些国家和地区取得超常规发展，成为国民经济中的第一大产业。但仔细考察这些国家或区域，可以发现大部分是以外部需求为主。因为受经济发展水平的制约，本国居民旅游需求尚未达到

一定规模。这种工业社会条件下的第一大产业地位是不稳固的，当国际经济形势发生变化时，外部需求下降，可能会对本国旅游产业造成严重后果。只有当一个国家完成工业化进程，人民的物质需求得到满足后，精神需求才可能占据绝对优势地位。随着闲暇时间的增加和收入水平的提高，旅游需求将出现无限增长的趋势，最终稳定占据第一大产业位置。国际旅游发展史表明了这一点，凡是旅游产业发达的国家和地区，大都是已经完成工业化进程，进入后工业社会以后的事情。在西方许多发达国家和地区，旅游产业都是国民经济中的最大产业。

结语

我国目前正处于工业社会向后工业社会演变的过渡时期。截至目前，北京、上海、天津、广东、江苏和浙江 6 省市已进入后工业化时期，辽宁等 12 个省市处于工业化后期，陕西等 13 个省市处于工业化中期，在不远的将来将全面进入后工业社会。根据一些地区利用旅游卫星账户的测算结果，旅游产业已经在局部旅游发达地区成为第一大产业，但就全国来看，要取得绝对规模的第一大次序仍需时日。当前，我国国内旅游出游率不足 200%，距离西方国家的平均水平仍有很大差距，说明我国国内旅游需求有非常大的上升空间。一旦国内旅游需求平均水平达到发达国家标准，旅游产业必将成为我国的第一大产业。

旅游研究的反思^①

很高兴来海口参加本次旅游学术的盛会。我发言的主题是《旅游研究的反思》。这个题目似乎有点踢场子的意思，彦君教授为这次聚会，付出了巨大的精力，可以说，活跃在国内旅游学术界的老中青学者都会集在海口，一起讨论旅游领域的重大研究问题，因此，我的发言应该是捧场子的题目，而不应该是反思的题目。之所以选这个题目，是因为，一方面，我们在座的都是自己人，说点自己人的心里话；另一方面，我们都有一个共同的心愿，期望我们的旅游研究以及研究成果得到社会的认同！

随着中国发展进入新时代，旅游经济体系的日趋完整以及中国旅游需求国际化演进的来临，特别是国内旅游和国际出境旅游的大众化和规模化的发展，旅游在国家经济、社会、生态、文化、生活领域的影响力、拉动力和贡献力进一步放大，旅游深层问题的呈现，推动了旅游学科教育和旅游学术研究的发展，在旅游产业实践和旅游学科教育双重需要条件下，旅游的研究有了长足的进展。这不仅表现在研究成果数量的增加上，更表现为学科研究日益向多元化、注重体系结构方向发展。大量从事旅游学科研究的新生力量的介入，多学科研究方法的融合，为旅游研究的理论突破创造了基础条件。

然而，这个基础还是很脆弱的，与同时代产生的新兴学科与问题领域相对比，无论是研究成果还是成果推广都存在着明显的差距。虽然国内许多从事相关研究的学者，都在不断地探讨旅游学科的理论体系，都在试图运用相关学科的方法论来建立旅游学科的研究对象，并根据研究对象的规定来确立旅游学科的理论框架，都在确立旅游领域的科学问题，但是这些努力并没有取得很好的效果。旅游学科无论是从理论概念来说，还是从体系结构来说，特别是实践的应用都显得十分不成熟。虽然我也不赞同一些人那样的看法，认为旅游学科是没有科学味道的学科，毕竟在多数旅游经济学教材

^① 2020年12月5日在海口《旅游学刊》学术研讨会上的发言，并于2020年12月16日发表于人民文旅网。