

西部民族地区 旅游产业集群系统构建

XIBU MINZU DIQU

LüYOU CHANYE JIQUN XITONG GOUJIAN

周 萍◎著



西南交通大学出版社
[Http://press.swjtu.edu.cn](http://press.swjtu.edu.cn)

西部民族地区
旅游产业集群系统构建
XIBU MINZU DIQU
LIVYOU CHANYE JIQU'S XITONG GOUJIAN

周 萍 著



西南交通大学出版社
• 成都 •

图书在版编目 (C I P) 数据

西部民族地区旅游产业集群系统构建 / 周萍著. —
成都: 西南交通大学出版社, 2011.3
ISBN 978-7-5643-1118-6

I. ①西… II. ①周… III. ①民族地区—旅游业—产业经济学—研究—西北地区②民族地区—旅游业—产业经济学—研究—西南地区 IV. ①F592.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 039187 号

西部民族地区旅游产业集群系统构建

周 萍 著

责任编辑	李保平
封面设计	墨创文化
出版发行	西南交通大学出版社 (成都二环路北一段 111 号)
发行部电话	028-87600564 028-87600533
邮政编码	610031
网 址	http://press.swjtu.edu.cn
印 刷	成都蓉军广告印务有限责任公司
成品尺寸	170 mm×235 mm
印 张	23
字 数	414 千字
版 次	2011 年 3 月第 1 版
印 次	2011 年 3 月第 1 次
书 号	ISBN 978-7-5643-1118-6
定 价	49.00 元

图书如有印装质量问题 本社负责退换
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562

前言

在古典经济时代，产业集群就被经济学者们所关注。亚当·斯密从分工的角度描述了中小企业集群所带来的生产效率增进效应，得到世界各国学者和实践领域的广泛关注。马歇尔在《经济学原理》中指出，产业集聚是“在特别的地方的专业化产业集中”。迈克尔·波特（1990）将产业集群(cluster)定义为某一特定领域内互相联系的、在地理位置上集中的公司和机构集合。至此，产业集群已成为具有多种内涵的新兴产业政策理论基础，很多国家和地区把产业集群作为区域经济发展战略实施。

但是，长期以来的产业集群研究多集中于制造业领域，非制造业领域如文化产业、服务业等是否存在集群现象，作为客观上存在产业联系紧密、集聚特征明显的旅游产业能否形成集群，也成为近几年旅游学界和区域经济学界关注的热点问题，国外学者已就此展开了讨论。在《Analysis of Tourism Research》、《Tourism Management》、《Tourism and Hospitality Research》等国外旅游研究权威期刊上刊载的关于旅游产业集群的文章也逐渐增多。国内自2003年起，在由王缉慈等发起的研究集群的虚拟平台——“中国地方产业集群研究网”的论坛上，包括王缉慈在内的众多旅游学者、经济学者、地理学者也针对旅游产业集群的有关问题展开了激烈的争论。争论的内容包括旅游产业集群是否存在，旅游产业集群的概念、形成条件、特征，产业关系及创新等，其中的焦点仍是作为服务业中最重要的产业，旅游产业能否用集群理论研究的问题。经过长时间的探讨和旅游产业自身的发展，目前，国内外已有很多学者认为旅游产业集群客观存在，用产业集群理论对旅游产业进行研究将丰富旅游研究理论，对区域的旅游经济发展会起到极大的推动作用。

本书的研究对象是西部民族地区旅游产业集群的相关问题，本书将旅游产业集群系统构建看做一种中间性的产业组织和发展过程，同时也是产业集群组织规模和运行绩效不断优化和改善的过程。旅游产业集群系统构建研究涉及两个方面的内容。一方面是旅游产业集群系统构建的可行性分析：西部民族地区旅游产业是否具备集群的现实基础；另一方面是旅游产业集群系统构建的路径选择，探究影响产业集群系统构建的内涵、动力机制、路径和运行机制。本书通过对西部民族地区旅游产业集群现状的系统分析，以及对西

部民族地区旅游产业集聚度和关联度的考量，证实了西部民族地区旅游产业集群的存在，为旅游产业集群系统的构建建立了现实基础。并以区域旅游合作为前提，分析了西部民族地区旅游产业集群系统构建的路径选择，为在实践中推动西部民族地区旅游产业集群系统构建提供了理论基础和政策依据。

本书的研究建立在现代产业经济学和其他应用经济学科理论的基础上，力求实现归纳与演绎的综合、规范分析与实证分析的结合。具体而言，研究方法主要包括：第一，归纳和比较分析的大量运用。本书对旅游产业集群系统构建环境和发展现状的研究成果，是在归纳整理众多文献、资料和数据的基础上进行分析的结果。第二，理论演绎和实证分析的统一。本书汲取管理学和产业经济学中关于产业集群的研究成果，以此为指导构建西部民族地区旅游产业集群的分析模型，并在此基础上采用关联度和集聚度等评价指标体系展开深入的实证分析。第三，运用田野调查和问卷调查等方法，解决相关问题分析中的数据不足问题。期间相继走访了西部部分民族地区主要的旅游景点、旅游服务公司、相应餐饮住宿企业以及政府管理机构等场所。

在本书的写作过程中，我越来越感到读书之有限，著述之不易，往者学人思想之博大精深。坦率地讲，本书所选定的题目，就我个人的水平、能力而言，确实有一定难度。且不说大量陌生知识的消化、吸收、话语系统与研究范式的转换等，单是“新意”的确立，就已令我颇费思量。如果本书能够提供一个西部民族地区旅游产业集群系统构建的基本脉络和分析框架，我就感到非常欣慰了。由于时间仓促和水平有限，本书还存在诸多不足和欠缺，敬请各位学术界前辈和同仁批评指正。今后本人仍将密切关注这一领域的最新发展，进行跟踪研究，继续求教于各位老师和同仁。

作者

2010年12月

目 录

第一章 旅游产业集群相关理论述评	1
第一节 旅游产业	1
一、旅游产业的内涵	1
二、旅游产业成长的保障机制	3
三、旅游产业的作用机制	7
四、旅游消费研究述评	11
五、旅游目的地营销研究述评	15
六、旅游产业安全研究述评	25
七、旅游产业竞争力研究述评	29
八、旅游产业链	35
第二节 产业集群	37
一、产业集群的内涵	38
二、产业集群系统构建理论	44
三、产业集群的作用机制	47
第三节 旅游产业集群理论	54
一、旅游产业集群的内涵	54
二、旅游产业集群的系统架构	60
三、旅游产业集群空间集聚理论述评	67
第四节 民族地区旅游产业研究综述	69
一、民族地区旅游产业研究成果	70
二、民族地区旅游产业研究范式	72
三、民族地区旅游经济理论述评	73
第二章 中国旅游产业集群发展历程	85
第一节 旅游产业发展历程	85
一、旅游产业的成长	85
二、旅游产业兴起的因素分析	90
第二节 中国旅游产业的历史沿革	96
一、中国旅游产业发展现状	97
二、中国旅游规划的发展历程	102

三、中国旅游产业的作用机制	104
第三章 西部民族地区旅游产业集群构建的资源现状	108
第一节 西部民族地区总体情况	108
一、西部民族地区的界定	108
二、西部民族地区旅游资源优势	109
第二节 西部民族地区资源禀赋优势分析	116
一、重庆民族地区	116
二、四川民族地区	123
三、贵州民族地区	128
四、西藏自治区	135
五、云南民族地区	139
六、陕西民族地区	151
七、甘肃民族地区	155
八、宁夏回族自治区	162
九、青海民族地区	169
十、新疆维吾尔自治区	175
十一、内蒙古自治区	181
十二、广西壮族自治区	189
第三节 西部民族地区旅游产业集群存在的问题分析	194
一、西部民族地区旅游产业链的缺失	194
二、西部民族地区旅游产业组织构建的不合理	197
三、西部民族地区旅游产业集群竞争力低下	201
四、西部民族地区旅游产业集群构建中的政府职能的缺失	205
五、西部民族地区民族文化旅游开发中存在的问题分析	207
六、西部民族地区旅游景区存在的问题分析	210
第四章 西部民族地区旅游产业集群系统构建的定量分析	213
第一节 西部民族地区旅游产业集群的合理性分析	213
一、西部民族地区旅游产业集群的界定	213
二、西部民族地区旅游产业集群阶段性分析	216
三、西部民族地区旅游产业集群系统构建的合理性证明	221
四、产业集群系统构建的阶段性演进证明	223
第二节 西部民族地区旅游产业集群识别系统的建立	225
一、基于产业集聚度视角下的西部民族地区旅游产业集群识别系统	225

二、基于产业关联度视角下的西部民族地区旅游产业集群识别系统·····	229
三、西部民族地区旅游产业集群识别系统的建立·····	232
第五章 西部民族地区旅游产业集群系统构建路径依赖·····	233
第一节 西部民族地区旅游产业集群系统构建的演进历程·····	233
一、演化博弈论方法的选择·····	233
二、西部民族地区旅游产业集群利益主体关系的博弈分析框架·····	234
三、西部民族地区旅游产业集群利益主体间关系的演化过程·····	235
四、基于利益主体博弈关系的西部民族地区旅游产业集群系统构建 路径演化分析·····	237
第二节 西部民族地区旅游产业集群系统构建的动力机制·····	240
一、西部民族地区旅游产业集群系统构建的内在机理·····	240
二、西部民族地区旅游产业集群系统构建的外在机理·····	244
第三节 基于利益相关者理论的西部民族地区旅游产业集群系统构建的 联动机制·····	248
一、利益相关者理论在西部民族地区旅游产业集群系统构建中的 应用框架·····	249
二、西部民族地区旅游产业集群系统构建中旅游企业“软实力”的 提升·····	251
三、西部民族地区旅游产业集群系统构建中的旅游目的地定位·····	255
四、西部民族地区旅游产业集群系统构建中的旅游产业非营利组织的 作用机制·····	257
五、西部民族地区旅游产业集群系统构建中的政府功能定位·····	261
六、西部民族地区旅游产业集群系统构建中的旅游金融支持·····	264
七、西部民族地区旅游产业集群系统构建中的区域合作·····	267
第四节 西部民族地区旅游产业集群系统构建的保障机制·····	272
一、构建西部民族地区旅游产业集群生态化·····	272
二、构建西部民族地区旅游产业集群安全系统·····	282
三、构建西部民族地区旅游者合法权益保护系统·····	288
第六章 西部民族地区旅游产业集群系统构建实证研究	
——以贵州民族地区为例·····	295
第一节 贵州民族地区总体概况·····	295
一、贵州省少数民族分布·····	295

二、贵州省自然资源	296
三、贵州民族地区经济发展情况	296
第二节 贵州民族地区旅游资源优势分析	297
一、贵州民族地区旅游资源	297
二、贵州民族地区旅游资源优势评价	298
三、贵州民族地区旅游资源存在的问题分析	301
第三节 贵州民族地区旅游产业集群系统构建的实证分析	303
一、贵州民族地区旅游产业集聚度测量	303
二、贵州民族地区旅游产业关联度测量	306
三、贵州民族地区产业集群总体分析	318
第四节 贵州民族地区旅游产业集群系统构建的路径依赖	320
一、贵州民族地区旅游产业集群系统构建的四大策略	320
二、贵州民族地区旅游产业集群系统构建的三大步骤	322
三、贵州民族地区旅游产业集群经济圈构建	323
四、贵州民族地区旅游产业集群经济圈的产业发展范式	332
第七章 推动西部民族地区旅游产业集群系统构建的	
政策建议	336
一、构建西部民族地区旅游产业集群经济圈，建立新的旅游产业经济 发展模式	336
二、优化西部民族地区旅游产业集群系统构建的路径选择	339
三、西部民族地区旅游产业集群系统构建中政府的政策制定	341
四、西部民族地区旅游产业集群系统构建的可持续发展战略	344
参考文献	346

第一章 旅游产业集群相关理论述评

第一节 旅游产业

一、旅游产业的内涵

(一) 旅游产业的定义

根据产业经济学理论,产业可以界定为两层含义:在产业组织层面上,分析同一产业的企业间的市场关系时,“产业”是指“生产同类或有密切替代关系产品、服务的企业集合”;当考察整个产业的状况以及不同产业间的结构与关联时,“产业”的定义则更为宽泛,可以界定为“具有相同原材料、相同工艺技术或生产产品用途相同的企业的集合”(杨公朴等,2005)。在产业相关定义的理解框架下,国内外学者从不同视角对旅游产业进行定义,见表1.1。

表 1.1 旅游产业的相关定义

学 者	定 义
Juergen Gnoth (2004)	旅游作为一个产业,虽然不具有相同原材料、相同工艺技术,但却是最终生产相同用途的产品——满足旅游者的旅游体验和需求的旅游企业的集合
王丽、石培基 (2007)	旅游产业主要包括住宿业、餐饮业、交通运输业、商业、娱乐业等
徐琳等(2007)	从“大旅游”理念的角度提出了“大旅游产业”,认为大旅游产业是由满足旅游产业七大要素需求(行、住、食、游、购、娱、学)形成的大旅游主导产业,以及与其直接、间接相关的行业部门由于经济、技术联系共同构成的综合性产业体系,是产业价值链的不断延伸引发旅游产业链不断延长从而形成的由众多产业链组成的产业群体,是一个集开放性、多向互动性和效益综合的有机整体

我们认为,旅游产业的界定究竟要从狭义还是要从宽泛的角度去理解,

需要根据研究和应用的具体情况而定。从产业集群的产业关联特征来看,“大旅游产业”的定义比较适用于旅游产业集群的讨论。

(二) 旅游产业的特征^①

关于旅游产业特征的观点众多,陶汉军、林南枝(2005)认为是综合性、敏感性、国际性,保继刚等(2005)则认为是零散性、不稳定性等。我们认为旅游产业区别于制造业的特征主要在于:

1. 旅游企业生产和产品消费的同步性

旅游产业链上不同类型企业生产的产品大部分是以服务的形式提供给消费者的,旅游者来到生产地点,旅游企业才生产产品并交付旅游者以使用权,因而各行业企业的产品生产过程和消费者消费过程是在同一地点同时发生的,并且是在旅游产品生产地发生的。这一方面使旅游者无法在决定购买和消费前检验和验证旅游产品的质量(陶汉军、林南枝,2005),另一方面也使得旅游产品难以在进入消费环节之前进行质量控制和检验(Sara Nordin, 2003)。

2. 产业内主要行业间是非贸易联系

制造业集群强调的产业关联主要是基于上下游产业物质投入产出联系的贸易联系,但旅游产业的产业关联主要是产业链上专业化分工和旅游产业链上下游不同的企业作为完整旅游产品的组成部分共同生产旅游产品的关联;同时,旅游产业的不同旅游企业满足旅游者不同的旅游需求,各企业的原材料、加工技术以及所提供的服务等也各不相同,因此,旅游产业内不像某一制造业之间存在原材料提供、初加工、精加工等物质投入产出的前后向联系,而是批发商在购买产品或消费者在消费产品过程中产生的信息、知识等非贸易联系,不是通过生产环节,而是通过消费者的消费组合而成的,是通过为旅游者提供完整的产品而实现的;其内部主要不是由于生产环节的技术可分性,而是由于旅游者旅游需求的可分性和多样化导致了旅游产品和服务的可分性和多样化。

3. “软”创新

随着人类需求的多样化和新异化,任何产业都需要不断进行创新才能维持竞争力和生命力,旅游产业也不例外。但是旅游产业创新和制造业创新不

^① 本部分相关资料来源于杨公朴:《产业经济学理论概述》,载《管理科学》2005年第3期。

同,旅游产业创新在关注技术变革和进步的同时,更多地表现为服务、管理和产品设计等方面的“软”创新。与制造业“产—研”密切联系不同,旅游产业的创新与研发的联系相对较弱,其创新主要是通过旅游产业频繁的“供—需”互动促进创新,通过不断改善服务质量和管理模式为旅游者提供满意的消费,从而使旅游目的地处于不断向前发展、持续繁荣的状态,旅游企业也从整体上获得更多的增加值(尹贻梅、刘志高,2006)。

由上可知,虽然旅游产业集群与制造业集群具有一定的可比性,但是产业性质的不同、旅游产业的敏感性等特点使得旅游产业集群与制造业集群还是有较大的区别。旅游产业自身存在的实际联系不强、资源依赖性以及产业呈现的敏感性等特点将使得集群的形成、发展和壮大更加困难,这是在旅游产业集群研究中要重点注意的。

二、旅游产业成长的保障机制^①

随着经济的发展,旅游产业作为一个独立的产业,产业规模不断扩大,产业内分支逐渐增多,产业的特征日益明显。目前旅游产业所创造的增加值在国内生产总值中所占比重日益增大,旅游产业的迅速崛起成为现代市场经济的重要标志。现代市场经济是以发达的社会分工为基础,以完善的市场体系为载体的生产力组织形式,它从根本上推动了生产力的发展,促进了产业结构优化,进而推动了旅游产业的发展。

(一) 社会分工

旅游产业成为一个独立的产业是因为它有区别于第一、第二产业的特性。产业就其本质含义而言是具有某种相同属性的经济单位的集合。旅游产业之所以能从第二产业中剥离出来,是因为它有自己相对独立的资源范围、运行方式和活动目的,从而构成在某些方面具有相同属性的经济单位的集合体,成为区别于其他产业的产业。第一产业是以大自然为主要资源范围,以劳动对自然物质进行获取和简单整理为主要方式,以满足人类被动的物质需求为主要目的的一类经济活动,视为为获取型经济;第二产业是以第一产业的产出物为主要资源范围,以劳动改造物质并将劳动凝结在其中而形成价值为主

^① 本部分资料来源于杨公朴:《产业经济学理论概述》,载《管理科学》2005年第3期。

要方式,以满足人类主动的物质需求为主要目的的一类经济活动,可视为制造业经济;旅游产业则是以人力(体力和智力)为主要资源范围,以效用的直接交付或将效用附着于有形物上而增加其价值为主要方式,以满足人类对有形物之外的需求为主要目的的一类经济活动,可视为服务型经济。可见,三大产业的空间分布是分明的。旅游产业是在第二产业的母体中孕育并逐渐成熟,最终脱离母体逐渐发育为具有自己个性特征的新型产业。

旅游产业的形成是以工业的快速发展和分工的专业化为基础的。首先,工业的发展为旅游产业的发展创造了供给和需求的条件。这里的供给是指工业生产物质产品和劳动力的供给。只有工业快速发展,物质产品日益丰富,社会生产才会提出专业化生产的更高要求;同时由于工业劳动生产率的提高,使许多人有可能从直接生产过程中分离出去,这为旅游产业的发展提供了强大的物质基础和丰富的劳动力资源。由于有供给,就产生了对这些供给品的需求。其次,旅游产业的形成是社会分工不断深化的必然结果。这是因为,社会专业化和协作化的程度越高,与此相应的旅游产业发展越快。如工业分工的细化,使得商业、运输业从中分离出来,专门从事商品交换和商品运输。过去会计属于企业内部的工作,现在有专门经办会计业务的机构,为不设会计的小型企业 and 团体办理会计业务。过去企业自行制定规划、设计经营与管理方案,进行经济和市场预测,现在有专门从事咨询的私人公司或机构来代办这方面的业务。工业化的快速发展和分工的细致,为旅游产业的发展留下了空间,一方面是空出了旅游产业发展的物质领域,另一方面是大批旅游产业从业人员的出现,当物和人的要素在新型领域密切结合时,旅游产业的形成便有了现实的可能。

(二) 市场化

改革开放以来,中国的旅游产业发展较快,但是与工业化国家相比,还有较大的差距。如中国旅游产业增加值占国内生产总值的比重为 32%,而工业化国家则达到 60%以上。在世界银行统计的 133 个国家(地区)中,旅游产业增加值占国内生产总值比重低于中国的只有 11 个国家。这些国家或是世界上收入较低的国家,或是从前的计划经济国家。旅游产业增加值占国内生产总值比重大的国家是世界上高收入国家和市场经济发达的国家。一个国家旅游产业的发展水平在很大程度上取决于市场化发育的状况。市场化发育程度越高,旅游产业的数量扩张、质量提高越快,反之亦然。市场化发育的程度是旅游产业赖以发展的基础。其主要根据是:市场经济在其形成和发展中

必然推动旅游产业的发展,市场化的发育程度是以市场载体的建设为标志的,市场载体的健全和完善本身就是旅游产业的发展。

1. 市场经济在其形成和发展中必然推动旅游产业的发展

(1) 市场经济是以发达的社会分工为基础的经济。在这样的条件下,原来在自然经济形式下处于自然分工中的不能独立的劳动者,通过社会分工变成了具有自身利益的独立劳动者;原来互不依赖的生产区域,通过社会分工而互相依赖。旅游产业随着市场经济的发展而发展。

(2) 市场经济是以完善的市场体系为载体的生产力组织形式,而旅游产业的发展在相当程度上标示着市场体系的发展和完善。实践需求对旅游产业的发展产生了强大的推动作用,市场经济的发展必然要求旅游产业的发展。

(3) 市场经济的发展还会不断地创造新的需求,新的生产门类会由此而生。市场的运行就是依据供需不断发生变化而进行调整的过程。市场会依据价值规律的要求,不断地淘汰那些成本高、质量差、丧失需求的商品,而将那些成本低、质量优、社会需要的商品推向市场。与此相应,原有的一些行业在丧失生命力后逐步被淘汰,而新兴产业、新的生产门类却不断生长出来。随着新门类的不断增多,旅游产业的门类也越来越多。可见,旅游产业发展的动力源在于市场经济的发展。

2. 市场载体的健全和完善本身就是旅游产业的发展

(1) 市场化发育程度是以市场载体即市场体系的建设为标志的。市场体系越完善,市场功能越全面,市场的联系性越充分,市场化发育的程度就越高。市场体系是由各种不同的专业性市场相互联系、相互制约、相互影响而构成的一个庞大的有机系统。市场体系至少涵盖了两个方面的内容:其一,市场体系的完备性,即各种功能的市场是否齐全,残缺不全的市场构不成体系。其二,市场的联系性,即各类市场是相互联系、相互依存的整体。没有完备性,联系性是不充分的;没有联系性,即使再完备也不过是单个市场的简单相加,同样也形成不了市场体系。

(2) 市场载体的健全和完善过程本身就是旅游产业的发展过程。市场体系的建设,意味着市场门类由不完备逐步向完备发展,由单一的比较基础的市场向多功能的专业市场发展。随着市场体系的逐步完善,旅游产业的领域也逐步拓宽。商品市场是历史上最早出现的市场,以后发展起来的各类市场都不过是商品市场的扩展。这是因为生产者最初进行交易的是自己剩余的消费品,消费品市场因而成为市场发展的起点。物质产品的交换是市场交换的基本内容,因而也是市场体系的基础性层次。但仅有商品市场的发育还不够,

随着经济的发展,随着资金、土地、劳动力、技术和信息等生产要素市场的建立和发展,这些生产要素开始有了市场价格,且其比重不断加大,在客观上要求生产要素市场普遍发展起来。改革开放以来,特别是近年来,中国着重发展了生产要素市场。在资本市场上,目前上海、深圳证券交易所已有 700 多家公司股票上市,总市值达 1 万多亿元。在技术和信息市场的发育上,目前全国已有各类型技术贸易机构 5 万多家,从业人员近百万。全国技术市场年签订技术合同 20 多万份,成交总额近 300 亿元。在房地产市场的发展上,随着土地使用制度的改革和城镇住房商品化政策的推行,住房交易的方式从原来单一的买卖发展到拍卖、租赁、抵押等多种形式,房地产咨询、评估和经纪代理等中介服务行业也有较大发展。在劳动力市场的发展上,全国已有各级职业介绍机构近 4 万所,为城乡劳动者提供了包括信息、职业介绍、就业指导在内的就业服务。各类生产要素市场发展的过程同时就是旅游产业的领域不断拓宽的过程。大量新兴旅游产业的发展,如金融保险业、信息咨询业、新型流通业、科技服务业等的迅速发展与资本市场、信息市场、科技市场等的发展关系密切。

(3) 市场体系越健全,市场的功能越全面,专业化市场的特征会越来越明显。这是因为每一种新型市场都是在原有的市场中滋生出来的。比如,原有资金市场主要从事资金的融通,当资金市场发展到一定程度后,经济发展中出现了股份公司的形式,当股份公司在经济总体中占有一定的比重时,资金融通的另一种形式——股票——的交易市场出现了,同时,与股票有同种功用的债券市场也应运而生。既然股票、债券可以通过专业市场融通,那么,经济运行中缺少周转资金而又必须进行正常运转的企业,如何保证资金紧缺下的生产正常进行呢?此时期货市场出现了。期货市场是进行期货合同交易活动的场所,包括期货购买和期货票据的转变。这样,资金市场有直接的现金融通,有股票、证券等代币券的融通,有非现金、非现货的合同的流通。这些融通方式适应了不同的经济运行的需要,使生产者可以在更多的空间范围内选择。每一种市场的出现,都带动一批人就业,带动一些产业的兴起。市场是联结各行业的载体,是发展经济的基础。从这个意义上讲,市场化发育的程度关系到旅游产业的生存和发展,是旅游产业的环境保障。

(三) 城镇化

城镇化有两重含义:一是一定范围内城镇的数量和规模;二是城镇人口在总人口中所占的比重。一般说来,城镇数量越多,城镇规模越大,城镇人

口在总人口中所占比重越大,城镇化水平越高。城镇化水平的高低对旅游产业的发展有直接的影响。旅游产业的发展实质上是各类服务业的发展,而服务业的发展基于生产的发展、收入的增长、购买力的提高以及各类服务需求的增长。从旅游产业发展的现状看,发达地区的旅游产业比重高于欠发达地区,城市旅游产业比重明显高于农村。其主要原因是:在旅游产业的三类服务业中,为生活服务的行业的发展,必须具有相对集中的密集人口,因为只有人口集中的地区,直接为消费者服务的各类行业才有发展的基础。为生产服务的各类行业的发展,根植于第二产业的发展,即各类制造业、加工业的发展。只有在企业林立、工业发展的环境下才能滋生出各类为现代工业发展服务的行业。在中国,第二产业的发展往往是和城镇化建设同步的。为发展服务的各种行业是在前两类服务业发展的基础上派生出来的。享受此类服务的个人或社团一般有较强的经济实力,有较高的支付能力。可见,一定范围内相对密集的人口,相对集中的企业群,相对收入较丰的有旺盛购买力的人群,这些条件是发展旅游产业的基本条件。而这些基本条件在中国现阶段的农村都不具备。就全国范围来说,要加快旅游产业的发展进程,必须设法快速提升全国的城镇化水平,通过大力建设和发展小城镇,使人口向小城镇汇集。城镇化的建设必然带动基础设施、市政设施的建设,带来工业、商业、建筑业的发展,这样在解决大批人口就业的同时也带来人们收入的提高,这是扩大旅游产业的物质基础。小城镇的建设对建筑业(第二产业)的发展有很大的牵引力,而旅游产业的发展必须建立在第二产业发展的基础上。通过规划建设新的城镇,通过进一步健全和完善已有的小城镇,通过提高城镇化水平,推进旅游产业的全面发展。城镇化水平的提高是旅游产业快速发展的助推器。

三、旅游产业的作用机制^①

从一次旅游活动的全过程看,游客为了达到出游的目的,要把金钱花费在从旅游始发地到目的地之间的交通、住宿、餐饮、游览、娱乐、购物等各个方面,这就发生了以货币交换为前提的旅游者对旅游产品的需求和旅游经营者对旅游产品的供给。旅游供求双方矛盾运动的产生、发展、变化以及矛

^① 本部分内容主要参考了杨公朴:《产业经济学理论概述》,载《管理科学》2005年第3期;陶汉军:《旅游产业发展研究》,载《南开大学学报》2005年第4期;保继刚等:《旅游区规划与策划案例》,广东旅游出版社2005年版。

盾的对立和统一就是旅游经济活动。因此,旅游经济可被定义为旅游需求者(游客)与旅游供给者(旅游产业)之间由商品和劳务的生产、交换、消费所引起的经济现象、经济关系和经济利益的总和,成为一个国家或地区社会经济的有机组成部分。文化的内涵和经济的外形是旅游的基本特征。旅游活动与旅游经济活动之间的关系可用图 1.1 来表示:

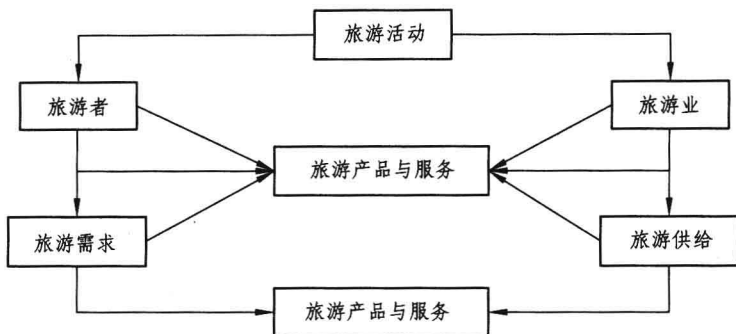


图 1.1 旅游活动与旅游经济活动之间的关系

从旅游发展的过程看,当旅游从原来少数人的活动变为大众性活动,从原来本地区、本国家的近距离活动变为跨国境的全球性活动,巨大而强烈的需求促成了一个极具发展潜力的新兴市场之后,旅游才逐渐进入商品经济关系之中,以商品交换的形式表现出来,同时为市场提供产品和服务的产业——旅游产业——才应运而生,并成为一项经济产业。随着旅游产业的社会化、商品化程度逐渐提高,旅游经济关系逐渐复杂,旅游经营范围逐渐扩大,旅游同整个社会经济的联系更加密切。同时,旅游产业对社会经济产生了越来越显著的作用和影响,具体表现在以下几个方面:

(一) 平衡国际收支

一个国家获取外汇收入有多种方式,既可以通过货物的出口获取外汇收入,也可以通过为外国消费者提供各种服务产品换取外汇收入。对任何一个国家而言,两种换取外汇收入的方式都很重要。但比较而言,后者有其自身的优势。

(1) 货物的出口要受制于进口国的各种关税壁垒和非关税壁垒,诸如产品质量、数量配额、反倾销限制等。在全球经济一体化和各国之间贸易数额增长的趋势中,一些国家出于保护本国产业和经济利益的目的,不时会采取贸易保护主义的手段,为其他国家产品进入本国设置种种障碍。这无疑增加