

# 旅游产业集群与 竞争力研究

Research of Tourism Industrial Cluster and  
Its Competency

于锦华 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

# 旅游产业集群与 竞争力研究

Research of Tourism Industrial Cluster and  
Its Competency

于锦华 著



经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游产业集群与竞争力研究/于锦华著. —北京: 经济管理出版社, 2014.4  
ISBN 978-7-5096-2993-2

I. ①旅… II. ①于… 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 (2014) 第 040948 号

组稿编辑: 张永美

责任编辑: 张永美 赵喜勤

责任印制: 黄章平

责任校对: 陈颖



出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: [www.E-mp.com.cn](http://www.E-mp.com.cn)

电 话: (010) 51915602

印 刷: 三河市延风印装厂

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 15.75

字 数: 277 千字

版 次: 2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-2993-2

定 价: 49.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

尽管对旅游产业集群的概念与范畴界定尚存在一定的争议，但国内外学者们的研究成果已经为这个领域的蓬勃发展奠定了良好基础。与制造业和高科技产业的集群不同，旅游产业集群并没有表现出企业之间明显的投入产出或上下游供应链关系，它是为旅游者提供上下游各项旅游产品与服务的若干家企业的空间集聚，这是一种紧紧围绕核心吸引物产生的地域集合。因而，旅游业被认为是集群效应最明显、最适合集群化发展的行业之一。将集群理论应用到旅游业，对于研究以旅游业为主的服务业实现创新能力和竞争力的提高具有非常重要的理论支持与贡献。

关于旅游产业集群的研究主要集中在三个方面：第一，旅游产业集群的形成条件、影响因素和竞争优势。这方面的研究大多集中于探寻旅游产业集群形成的内在原因，运用波特的钻石模型比较不同旅游产业集群的各种因素，进而探索旅游产业集群竞争优势的来源。第二，旅游产业集群的成长机理，特别是试图揭示地方网络、社会资本等与竞争优势和创新之间的关系。任何产业集群都不可避免地要面临成长的课题，因而对产业集群成长机理的研究就显得尤为重要，对旅游产业集群而言同样如此。在大多数旅游产业集群中，往往表现为少数大企业与众多中小企业的聚合体，因而对来自于地方网络和社会资本的支持就更加迫切，特别是来自于政府政策以及当地社会的支持等。第三，旅游产业集群内部企业之间的竞争与合作。在一定空间内聚集的旅游企业，往往会涉及旅游产品“食、住、行、游、购、娱”的某个或几个环节，这些旅游企业既可能因产品或服务的同质性而面临直接竞争，也可能因产品或服务的互补性而有必要进行合作。当然，因企业在集群中所处地位的不同，也可能会影响到它们之间的关系。那些相互信任或具有良好协调机制的旅游产业集群中的诸多企业，更可能会采取一致行动而避免恶性竞争。

从现有文献看，对旅游产业中大企业的地位、作用和竞争力所进行的研究还很少，但却具有极为重要的理论和现实意义。毕竟，仅仅依靠政府一方的投资牵动，难以对一个区域内的核心旅游资源进行持续有效的开发。在这个过程中，核心旅游

资源具有一定的公共物品特征，必然会导致较为明显的“搭便车”效应，中小旅游企业难以进行大规模投资且也不愿意单独进行投资。因而，大企业在旅游资源的开发上将起到极为重要的作用。一旦大企业能够通过有效的旅游资源开发形成区域旅游品牌效应，将会迅速带动一大批中小企业发展起来。从另一个角度看，随着旅游产业集群的持续发展，企业间在知识积累、学习能力以及创新等方面的差异必然会导致集群内部的优胜劣汰，那些优秀的企业将通过自身发展和兼并收购的方式不断扩大规模，而另一些企业则不可避免地被淘汰出局。在这个过程中，市场竞争以及规模经济效应将会推动大企业的出现，并在众多中小企业的激烈竞争中脱颖而出，形成集群内部市场资源的优化配置。简言之，大企业既可能是旅游产业集群形成和发展的原动力和驱动力，也可能是旅游产业集群持续发展后的必然产物。从这个角度看，将大企业的成长与旅游产业集群的动态发展结合起来进行研究，就具有十分重要的理论价值和实践意义。

本书共分为八章。第1章从大企业视角出发，研究旅游产业集群形成的内在机理，利用波特的钻石模型，揭示以大企业为驱动力的旅游产业集群，其成长过程中的影响因素和竞争优势。第2章主要研究旅游产业集群中的企业家作用，就旅游产业而言，地理区位和核心旅游资源的不同使得不同地区的旅游产业集群有着天然的彼此差异性。因而，企业家精神对旅游产业集群的产生和发展具有不可或缺的作用。第3章则将重点放在旅游产业集群内部的企业间合作上，本书主要探讨了两类合作：一是大企业之间的合作，二是大企业与中小企业之间的合作。由于竞争实力差距以及提供产品或服务丰富程度的不同，这两类合作关系必然会存在较大差异，需要深入剖析。第4章将分析的触角伸及文化的范畴，这是因为绝大多数的旅游都无法剥离文化的内涵，因而研究旅游产业集群的大企业，也就不可避免地要解读大企业的文化，以及其与核心旅游资源的文化属性之间的关系。第5章试图从动态视角出发，重点解释温泉旅游产业的成长机制，尤其是借助了社会网络和产业链两个分析工具，对产业集群成长的内在机制进行深入的梳理，并试图发现温泉旅游产业集群成长的一般性和特殊性。第6章则主要分析了政府在旅游产业集群发展中的角色与作用。应该说，在新兴国家的经济发展模式中，政府的推动作用对一个地区经济的快速发展具有不可忽视的作用，对旅游产业而言尤其如此。那么，针对不同类型与不同发展阶段的旅游产业集群而言，政府究竟要发挥什么样的作用，以及政府应该如何调整自身的角色定位，都具有很重要的研究价值。第7章主要介绍了文化旅游与旅游产业集群之间关系，试图从文化旅游的视角，剖析在旅游企业和旅游产业集群的发展过程中，以及旅游企业与旅游产业集群之间互动关系中，区域文化以

及企业文化所起到的重要作用，为旅游企业和旅游产业集群的发展提出一条切实可行的道路。第8章就辽宁省温泉旅游、乡村旅游和沟域旅游规划进行具体分析，主要分析了辽宁省温泉旅游、乡村旅游和沟域旅游规划中以产业集群为思路的发展战略设计，介绍了上述三项旅游规划中以产业集群战略为核心的各种发展模式，以及辽宁省在未来五年拟设定的旅游产业集群以及这些旅游产业集群的各自定位。

## 第1章 旅游产业集群内涵界定 / 001

- 1.1 产业集群与旅游 / 003
- 1.2 旅游产业集群概念与特征 / 010
- 1.3 旅游产业集群研究现状 / 015

## 第2章 旅游产业集群形成机制 / 023

- 2.1 以大企业为核心的产业集群内涵及类型 / 025
- 2.2 旅游产业集群形成的驱动因素 / 035

## 第3章 旅游产业集群的成长机制 / 049

- 3.1 旅游产业集群成长的周期性 / 051
- 3.2 基于治理视角的旅游产业集群成长机制分析 / 058

## 第4章 旅游产业集群的企业间合作与创新能力 / 071

- 4.1 旅游产业集群中的知识传递与溢出 / 073
- 4.2 旅游产业集群中的企业间合作机制 / 079
- 4.3 集群企业间的互动机制与创新效应 / 083

## 第5章 旅游产业集群的企业家作用与演进机制 / 089

- 5.1 企业家与旅游产业集群的关系 / 091
- 5.2 企业家能力与旅游产业集群的演进 / 095
- 5.3 企业家的社会网络与旅游产业集群的演进 / 097

## 第6章 旅游产业集群政府和中介组织的角色作用 / 109

- 6.1 产业集群中的政府角色 / 111
- 6.2 旅游产业集群生命周期不同阶段与政府角色变化 / 117
- 6.3 旅游产业集群生命周期不同阶段与中介组织角色变化 / 123

## 第7章 文化旅游与旅游产业集群 / 127

- 7.1 文化旅游发展模式与经验借鉴 / 129
- 7.2 辽宁文化旅游资源及市场分析 / 135
- 7.3 文化旅游产业集群及其发展思路 / 141
- 7.4 文化与产业集群互动关系 / 146

## 第8章 辽宁省旅游产业集群模式 / 157

- 8.1 辽宁省温泉旅游产业集群模式 / 159
- 8.2 辽宁省乡村旅游产业集群模式 / 173
- 8.3 辽宁省沟域旅游产业集群模式 / 191
- 8.4 辽河生态文明示范区旅游产业集群模式 / 211

## 参考文献 / 235

## 后 记 / 243





# 第 1 章

## 旅游产业集群内涵界定





近年来旅游业在国民经济中占有越来越重要的地位，对旅游业发展模式的探讨也越来越深入，究竟该如何推动国内不同地区旅游业深层次、可持续地发展，这成为旅游发展政策制定和旅游规划的一个重要课题。在这个过程中，旅游产业集群逐渐被诸多学者以及地方政府政策制定者所关注，并在旅游发展中日益广泛地采用。本章将着重分析产业集群概念的由来以及与旅游业之间的关系，对旅游产业集群的概念与内涵加以界定和明确，为此后的分析构建起清晰的边界。此外，本章还整理归纳了近年来国内外围绕旅游产业集群所展开的研究及重要结论等，梳理出一个比较明显的理论发展脉络。

## 1.1 产业集群与旅游

关于产业集群与旅游之间关系的讨论，首先应当从产业集群内涵的辨析出发。毕竟，从现有的大量文献看，对旅游产业集群的提法仍然存在着不同的见解。那么，如何更好地理解产业集群的本质特征，弄清楚产业集群与旅游业的内在关联性，这对于旅游产业集群的研究就显得十分重要了。

### 1.1.1 产业集群的内涵辨析

随着后发国家在世界经济体中占据着越来越重要的地位，以地位或国家为对象进行的研究受到更加广泛的重视。美国战略管理学者波特从企业竞争优势的理论基础出发，运用产业经济学的思维逻辑，提出了国家竞争优势的分析框架——钻石模型。此后，运用产业集群的理论对一个地区经济的发展进行深入研究的范式颇为流行，并获得了丰硕的研究成果。

实际上，在波特之前已经有很多经济学家提出了与产业集群相类似的观点，只不过并没有采取这样的说法而已。主流经济学在解释地区间经济优势差异的时候，通常会采用李嘉图的比较优势理论，即认为在不同区域之间的资源配置上存在着效率上的差异，这来自于区域外部经济以及资源禀赋优势。因此，产业必然会向资源配置效率高的地区移动，从而促成在某个地区的产业集中现象。韦伯的产业区位理论也对地区优势现象提供了解释，这里的一个重要理由是，若干个工厂集聚在一个

地点能给各个工厂带来更多的收益或节省更多的成本。<sup>①</sup>来自于厂商理论中的网络组织理论以及资源依赖理论,从不同厂商间经济活动的互动性以及彼此依赖的角度出发,解释了不同厂商在某一个地区集聚可能带来的好处,进而解释了产业集聚现象的驱动因素。20世纪80年代之后,对产业空间集聚现象的主要解释工具是新产业区,其定义为:新产业区是具有共同社会背景的人们和企业在一定自然地域上形成的社会地域生产综合体。这个概念可以揭示出关于产业集聚的新视角,即将社会文化置入产业集群的分析框架中,基于不同社会背景的空间集聚现象具有显著的特征。此外,提出新产业区思想的学者们所提出的重要思想还有,产业集群作为对以福特制为代表的大企业大规模制造模式的替代,灵活性和专业化将占据越来越重要的地位。由此思路出发,对产业集群的研究日益重视创新与学习,即在产业集群内部企业之间的知识溢出与知识流动成为解释产业集群竞争力的重要分析工具。此后对以美国硅谷、中国台湾新竹以及印度班加罗尔为代表的高科技产业集群的研究,则进一步证实了创新与学习在产业集群发展中的重要作用。

随着产业集群日益成为重要的经济现象,更多的学者从不同学科视角展开对这个问题的分析,并试图探求产业集群的成因、成长机理以及衰落的原因,进而推动一个国家或地区的政策制定。从这个角度来看,关于产业集群的研究具有十分重要和现实的政策意义,有利于制定出更为科学合理的经济政策,引导和推动一个地区经济的快速发展。

就产业集群本身而言,有三个基本问题需要弄清楚,这有利于本书将产业集群与旅游业更好地结合起来进行讨论,以下内容将就这三个方面的问题进行剖析。

第一,产业集群还是企业集群。

关于产业集群的讨论,需要澄清的一个概念就是如何理解集群。也就是说,这里的集群到底是产业层面的集群还是企业层面上的集群。当然,无论是产业集群还是企业集群,最终都表现为在某个特定地区内大量企业聚集的现象。但在实际运用中,上述两种说法所引起的理解还是存在一定差异的。

产业集群,作为大多数采用经济学理论的研究人员的说法,往往会被理解为多产业的空间聚集,即在一个特定的地区内有两个以上的产业,这些产业之间具有较为密切的相互关联性。尽管在对硅谷模式的讨论中,所研究的对象只是高技术产业,但高技术产业通常也是多个产业的集合。基于上述理解,一个产业的空间聚集是否可以被理解为产业集群呢?似乎在产业集群中并没有给出一个比较明确的答案。

---

① 王缉慈. 创新的空间: 企业集群与区域发展 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2001.

案,而且也对此现象进行了较多的讨论。当然了,这也可以理解为产业集群,即仅仅是一种产业的空间聚集。如果将集群理解为企业层面的话,这比较符合管理学意义上的范畴,即不过分强调产业联系,而更加重视企业在空间上的聚集,以及企业之间的各种关系对集群形成和发展的作用及影响。因而,在产业集群的研究范畴上,社会资本视角以及与此相关的分析工具似乎并不那么有效,这必然会影响到集群领域研究的进一步拓展。但是,从目前文献检索情况看,大多数文献都采用了产业集群的说法,而较少采用企业集群的说法,故本书仍然采用较为主流的说法。不过,在这里有必要对产业集群的内涵进行清晰的界定,避免此后讨论中出现混淆。

首先,产业集群重视不同产业之间以及产业内部不同环节之间的关联,强调产业间以及产业内部的彼此关联性有利于提升企业的运行效率,进而形成竞争优势,这是不同产业或同一产业内部不同企业能够在某个特定地区发生聚集的重要原因。因而,要想从产业的视角深入理解集群的内涵特征,就必须从产业本身以及产业之间联系等方面入手。按照波特的钻石模型,决定一个地区或国家竞争优势的主要条件就是生产要素条件、需求条件、相关支撑产业以及厂商结构、战略与竞争。其中,生产要素条件是产业的投入要素,需求条件则强调了购买者的要求,上述两个条件分别从供应商和顾客两端,在很大程度上影响着该产业的产出质量。相关支撑产业以及厂商战略、结构与竞争则分别从产业外部和产业内部出发,构成了一个国家或地区竞争优势的来源。

其次,产业集群在微观层面上表现为企业的聚集,即若干个企业集中在某个特定的空间范围内,这些企业之间具有较为稳定的竞争与合作的关系,并通过彼此所搭建起来的网络连接,形成了企业集合体的竞争优势,这就形成了所谓的产业集群。从这个角度看,将产业集群理解为企业集群也具有十分充分的理解,故很多学者也都愿意采用这种说法。由于聚集在某个特定空间区域范围内的若干个企业,数量庞大,所处行业也可能有很大不同,如果仍然采用产业视角的话,很可能会影响最终的分析结果。而如果从企业视角展开分析的话,引入社会资本理论以及战略管理领域的资源与能力理论,都有助于对产业集群竞争优势来源的理解。因而,产业集群必然要理解为特定空间区域范围内的若干企业的集合体,要更加重视不同行业的企业之间所构建起来的复杂网络关系。

第二,产业集群形成和成长的内在机理。

从现有的文献看,关于集群形成和成长的内在机理主要可以概括为:空间集聚和产业关联。其中,空间集聚描述了产业集群的地理意义上特征,即若干企业集中在某个特定空间区域范围内,这些企业可以享受到地理距离上所能够带来的诸多好

处。产业关联则强调了聚集企业之间的内在联系，这些关系包括沿着产业链的上下游关系、较为密切的不同产业之间的合作与竞争关系以及相关性较为松散的不同产业之间的支撑关系等。下面将就这两种基本特性加以剖析。

(1) 空间集聚。波特认为，集群就是企业在特定的区位（国家、州、区域或城市）扎堆的现象，产业集群也表现出明显的空间区域范围内集中的特征。那么，这种空间区域范围的集中究竟如何影响产业集群的形成和发展，并促使产业集群以及集群中的企业形成竞争优势，还需要深入探究内在的机理。

集群产生的一个重要原因是，动态环境下垂直一体化往往会陷入调整速度慢以及效率较低的风险中，这迫使大多数企业越来越倾向于选择产业链条中的某个环节，而不是整合该链条中尽可能多的环节。这样做的结果是，大多数企业都趋向于采取专业化分工策略，那么企业之间的协作效率就显得尤为重要。在制造业中，企业间的协作不可避免地要涉及各种原材料以及产成品的运输，地理位置上的接近就可以有效地削减物流运输成本。此外，特定区位往往具有特殊的资源禀赋，如自然资源、交通条件、市场需求等，这些资源禀赋具有较强的黏性，即资源的流动性较差，这有助于该区位形成相对于其他区位的资源禀赋优势，进而会吸引与该资源相关产业在该区位聚集。

空间聚集也有助于形成另一种形式的规模经济，即尽管一家企业形成了较大的生产规模，但仍然可以集中于产业链条的某个环节，周围形成一大批相关的企业，这些企业都处于该产业链条的上下游各个环节，上游企业负责为该企业提供上游原材料或中间产品，下游企业则对该企业的产品进行进一步加工或销售。这些企业就形成了以该大企业为核心的空间网络结构，并产生了巨大的市场竞争优势。

此外，产业集群学者们的另一个观点是，空间集聚也会受到政府的影响，即政府通过有效的政策设计以及配套基础设施的建设，可以推动企业在空间上的集聚，进而形成具有较强竞争力的产业集群。通常情况下，政府在某个地区加大投资力度，推动该地区的基础设施建设，形成良好的企业经营环境，可以有效地帮助企业提升运行效率。这种来自于政府政策以及公共基础的积极作用，都可能会形成空间集聚的现象。

(2) 产业关联。尽管产业集群描述了诸多企业在特定空间区域范围聚集的现象，但产业关联是决定产业集群能够持续发展并具有较强市场竞争优势的关键。那么，产业关联究竟是什么含义呢，这里将就其内涵加以简单的分析。

首先，产业集群中的企业可以表现为产业链条上的前后关系，即处于沿着链条的上下游不同环节，这些企业彼此间表现为供应与购买的关系。就制造业而言，

这种上下游之间的衔接关系对企业的竞争力具有很重要的影响。当上游企业能够为下游企业提供低成本或高质量的原材料及半成品的时候，往往会帮助下游企业获取成本优势，或提升下游企业产品的质量，进而有助于形成下游企业的竞争优势。

其次，产业关联还会表现在不同产业之间的关联性上，这主要体现为产业之间的互补性以及辅助支持作用。对任何一个企业而言，其所处的产业大多数情况下都不能独立存在，往往离不开其他产业的辅助和支持。这种产业的关联可能体现为，彼此生产的产品具有强烈的互补性，缺少任何一种产品都会大大影响该产品对顾客需求的满足程度。随着现代高科技产品的日益普及，不同产品的互补特征也越来越明显，这就需要不同产业之间彼此配合，以达到共同发展的目的。除了具有互补特征的产业关联外，具有支撑作用的基础设施产业也会对产业集群的发展具有重要作用，这些基础设施产业与产业集群中的核心产业之间也具有一定的产业关联性，有助于核心产业降低运输成本和物流成本，提升在国际市场中的竞争能力。

### 第三，产业集群的政策性意义。

对一个地区乃至国家的经济发展而言，产业集群具有极为明显的政策性意义。通常而言，政府的角色不是推动某个单一企业发展，而是要促进一个地区的区域经济持续发展，这并不是微观意义上的企业发展。因而，对于如何设计一个地区的经济发展政策，产业集群的理论模式给出了一个重要的启发。关于产业集群的政府政策设计主要包括两个方面：一是支持现有的和萌芽的集群发展；二是在政策制定者中普及（成功和不成功的）区域集群内产业发生、发展的知识。第一个方面表明，政府应当努力发现和发掘现有的产业集群，及时对萌芽的产业集群加以大力扶持，推动某个地区的产业集群进入快速发展的轨道中，并不断地提高竞争能力。因而，政府的政策设计并不能只关注某个单一企业，而是要关注因某种联系而发生聚集的某个地区的诸多企业，以及这些企业所形成的产业集群现象。第二个方面表明，政策制定者也需要对产业集群的形成与发展的成因，其自身演变的内在机理及规律，以及产业集群成功和失败的原因进行全面学习，以便在政策制定的过程中避免此前出现的错误，实现所在地区产业集群的良性发展。当然，在这个过程中所要坚持的观点是，对非自然形成的或尚处于萌芽状态下的产业集群而言，政府的大力扶持是十分必要的，过分地强调减少政府干预可能会影响产业集群的发展。

推动产业集群发展的另一个重要意义在于，推动一个地区众多企业共同发展远比仅有一个企业发展更加符合社会福利最大化的原则。毕竟，从现有的经济发展经验看，众多中小企业所能够解决的就业数量远比一家大企业要多得多，而且其创造社会财富的能力也要强于单独的一家企业。因而，选择推动产业集群发展，

对政府而言是一项不错的经济发展政策选项。此外,对于在产业集群中政府究竟担负着什么样的具体角色,一些学者们也提出了各自的见解。出于对我国 20 世纪 80 年代中期“梯度转移理论”和“雁行理论”的反思,就区域经济发展模式而言,已经不是如何利用资源条件来选择那些具有前向联系和后向联系密切的支柱产业,以带动相关产业的发展,而是要充分结合当地的社会资本和产业基础,通过某些偶然性事件来推动当地特色产业的形成,进而构筑起以产业集群为形式的当地产业生态系统,并嵌入全球产业链条中。从这个角度看,政府的政策性导向不应该局限于仅仅吸引某一家大型企业到当地投资,而是应通过合理的政策设计,鼓励众多中小企业积极参与,推动当地产业生态系统的快速形成,进而构建起具有较强竞争能力的产业集群。

从目前实践层面看,国家和省市各级政府在制定国民经济发展计划以及产业发展专项规划的时候,都大量采用了产业集群的发展思路,提出了一系列促进“产业集群”、“企业集群”以及“区域集群”发展的政策举措。2007 年 11 月,国家发展和改革委员会还专门出台了《关于印发促进产业集群发展的若干意见》,进一步强调了利用产业集群推动各地经济和不同产业发展的总体思路,明确了促进产业集群发展以及如何就产业集群更好地发展所需要的政策设计等内容。可以说,产业集群已经成为国民经济发展过程中的一个重要战略,也必然会成为诸多产业实现持续发展的核心政策内容。

### 1.1.2 产业集群与旅游业关联性

旅游业具有与其他产业不同的产业属性,这得到了许多学者的认同,其不是简单的某一个行业或产业,而往往要涉及与旅游服务相关的诸多产业和行业。因此,对旅游业的研究需要充分结合其自身的产业特性,才能够有助于更深刻地理解其产业内涵与发展特点。世界旅游组织对旅游业的定义是“旅游业是指随着旅行行为存在而存在的行业”,旅游行为涉及食、住、行、游、购、娱六大要素,因此旅游行业主要包括住宿业、餐饮业、交通运输业、商业和娱乐业等。<sup>①</sup>联合国《国际产业划分标准》给出的定义是,旅游业是由那些与旅游者直接发生联系并为之服务,且来源于旅游者的收入在总收入中占相对显著比例的行业组成;旅游业的构成应当包括旅行社业、以宾馆为代表的住宿业、交通运输业、餐饮业、

---

<sup>①</sup> 王丽,石培基.甘肃省旅游产业关联及产业波及分析[J].地理与地理信息科学,2007,23(1).



游览娱乐业、旅游用品和纪念品销售业、各级旅游管理机构及行业组织七个部门35个项目。从这些概念可以发现,旅游业包含的产业领域较为广泛,且这些产业并没有表现出直接且明显的产业关联。

旅游业与旅游吸引物紧密相连,这就会导致旅游业的企业会围绕着旅游目的地布局,因而促使旅游业具有天然的空间聚集性。不过,空间聚集并不必然代表旅游业的企业之间能够实现有效的协作,进而达到区域范围的整合与协同效应,即空间聚集并不意味着就是产业集群。那么,如何促进某个地区旅游业的发展呢?随着旅游业在国民经济中所占的比例日益提高,旅游业对国家或地区经济发展而言越来越重要,如何有效地通过政策设计来推动旅游业的快速发展,已经成为各级政府应认真思考的课题。

就旅游业的发展模式而言,此前的产业经济学理论所给出的解释,更多的是从产业价值链前向与后向的角度,提出所谓的产业拉动与产业推动模式。也就是说,通过吸引具有牵动力的企业,来带动和推动产业上下游企业的共同发展,从而促使当地旅游业的繁荣。此外,传统的区域发展模式过分强调大型企业的作用,将产业链中的大部分环节都整合在某单一企业中,尽管这样有利于实现规模经济与范围经济,从而令企业在行业中具有较强的竞争能力。但不可否认的是,这样的区域经济发展模式并不完全适合旅游业,毕竟旅游业中大多数都是中小企业,极少会出现大型企业,往往难以在某个旅游企业中实现规模经济与范围经济。那么,如何实现一个地区内中小企业的协同发展,这也是当前旅游业发展的一个紧迫且重要的任务。

从现实来看,几乎所有的企业要遵循着企业生命周期的演进规律,任何企业都要经历从诞生、成长到成熟以致衰落的完整过程。也就是说,没有一家企业能够避免最终消亡的命运。那么,从一个地区旅游业的可持续发展角度看,如果将旅游业的发展与某个企业紧密结合起来的话,可能会令当地旅游业的发展处于非常危险的境地。一旦该企业由于某些内部原因而出现经营困难,就不可避免地会对当地旅游业产生极为明显的负面影响。如果发生了上述情形,也会让当地政府与社区陷入一个“悖论”性两难困境。由于大型企业的退出成本远高于中小企业,当地政府为了保证旅游业的发展,就必须对大型企业提供充分的支持,当该大型企业运行效率较低的时候,必然会影响当地旅游资源的有效配置,阻碍了更加具有经营效率的大型企业的进入。如果放任该大型企业被市场所淘汰,可能会对当地旅游市场产生极为严重的冲击。由于大型企业的经营模式相对较为稳定,其他企业难以在短时间内接手,这都会严重地影响当地旅游业的可持续发展。因而,将一个地区的旅游业发