

西部区域旅游合作的 理论与实践



XiBu QuYu LvYou HeZuo De LiLun Yu ShiJian

李树民 主编



经济科学出版社
Economic Science Press



科支持项目

科支持项目

西部区域旅游合作的 理论与实践

李树民 主编

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

西部区域旅游合作的理论与实践/李树民主编. —北京:
经济科学出版社, 2013. 12

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4117 - 7

I. ①西… II. ①李… III. ①西部经济 - 区域经济 -
旅游经济 - 经济合作 - 研究 IV. ①F592. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 300634 号

责任编辑: 王柳松

责任校对: 郑淑艳

版式设计: 齐 杰

责任印制: 邱 天

西部区域旅游合作的理论与实践

李树民 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮箱: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京汉德鼎印刷有限公司印刷

三河市华玉装订厂装订

880 × 1230 32 开 7. 5 印张 210000 字

2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 4117 - 7 定价: 29. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

目 录

第一章	中国西部区域旅游合作的理论综述	1
1.1	竞争与合作是推动社会经济发展的两大动力机制	1
1.2	区域旅游合作是区域经济合作的重要组成部分	3
1.3	西部区域旅游合作的基础与路径	7
1.4	中英文文献关于区域旅游合作的理论评述	9
1.5	区域旅游合作研究的发展趋势	13
第二章	国际区域经济合作与国际区域旅游合作	15
2.1	国际经济合作与区域经济一体化	15
2.2	国际区域经济合作的现状及发展趋势	22
2.3	国际区域旅游合作的现状及发展趋势	28
第三章	中国区域旅游合作现状及特征	46
3.1	长江三角洲地区	46
3.2	泛珠江三角洲地区	53
3.3	环渤海地区	61
3.4	东北地区、中部六省	68
第四章	中国西部区域旅游合作概述	79
4.1	西部旅游资源的赋存特征及评价	79

4.2	西部区域旅游合作的背景及依据	96
4.3	西部区域旅游合作现状	100
4.4	西部区域旅游合作的类型和特征	109
第五章	中国西部区域旅游产品合作	125
5.1	西部区域旅游产品合作的现状分析	125
5.2	西部旅游产品合作策略分析	129
5.3	西部旅游产品合作规划	136
第六章	丝绸之路区域旅游合作	147
6.1	丝绸之路旅游发展概述	147
6.2	丝绸之路区域旅游合作现状分析	154
6.3	西部地区发展丝绸之路区域旅游合作的战略思考	163
第七章	澜沧江—湄公河次区域旅游合作	173
7.1	次区域旅游资源概况	173
7.2	次区域合作中的政府推动力	183
7.3	次区域经济合作现状	188
7.4	次区域旅游合作发展的现状与前景	199
7.5	次区域旅游合作市场战略构想	203
第八章	中国西部沿边地区与周边国家的旅游合作	210
8.1	“周边次区域合作”战略产生的理论基础和 指导思想	210
8.2	中国周边次区域经济合作的概况	213
8.3	周边次区域旅游合作的研究进展和对策建议	215
8.4	中国西部沿边地区与周边国家的旅游合作现状与 政策建议	219
	参考文献	226
	后记	233

第一章

中国西部区域旅游合作的理论综述

1.1 竞争与合作是推动社会经济发展的两大动力机制

竞争与合作是现代经济社会中不同行为主体之间的两种基本行为模式，在市场经济条件下，竞争是促进社会经济发展的不可或缺的因素，竞争促使优胜劣汰，使优胜的企业发展更快，使优胜的产品占领更大的市场空间，使优胜的个人得到社会更多的承认，竞争使得整个社会资源得到更为充分的优化配置。我国自改革开放以来社会经济取得了长足的发展，其中重要的原因就在于，制度变迁过程中竞争机制在资源优化配置中发挥了主导作用。合作是市场经济条件下和竞争并存的推动社会经济发展的另一种动力机制，在市场经济发展越成熟和市场竞争越充分的条件下，合作所能发挥的动力机制作用就越突出。展望人类社会未来发展趋势，随着交通条件的不断改进，信息技术不断的提升和进步，人类社会的共生性和相互依存性也在不断的加强。合作将会逐步成为行为主体人的一种基本行为模式，并将成为推动人类社会发展的最重要的动力源泉。在未来的市场环境中，不同行为主体之间占主导的将不再是竞争关系，而将是在社会和谐发展前提下的一种合作与竞争并存的发展关系。

竞争和合作是一对伴生物，竞争的深入发展会呼唤合作的出

现,现代社会市场关系应该是一种竞合关系,即竞争和合作的共生关系。展望处于“后改革时代”中国社会经济未来的发展,我们认为要充分发挥竞争和合作并存的两种动力机制,既不能单纯地强调合作机制,也不能单纯地依靠竞争机制,而是构建一种新型的竞合模式来推动中国社会经济持续和谐快速地发展。

在市场经济条件下,旅游合作是一种经济理性人在利益驱动心理的支配下,在区域利益纵横交错的对可能实现的利益空间的一种共同追求。替代产生竞争,互补产生合作,互补关系是产生合作行为的动力源泉。在同一个经济体系中,两个不同的经济主体之间必然同时存在着利益的替代关系与互补关系,行为主体双方产生合作的意愿不仅是因为互补性可能超过替代性,同时也因为通过对互补性产生的对潜在利益的追求,双方都可能通过合作行为而将潜在利益转化为现实利益,从而获得追加的利益补偿。

旅游合作主体之间存在着利益互补关系是多方面的,可能存在着资源互补关系、产品互补关系、交通互补关系等不一而足,其中决定合作行为的最重要的互补关系是资源的互补性,区域旅游合作的实质表现为区域旅游资源优化配置区间的一种扩展。从经济发展的实践来看,资源配置的区域范围越大,其实现最优配置的可能性就越强,进行区域旅游合作就是扩大旅游资源配置的区域空间和增强资源配置的优化选择的可能性。

合作已成为当今世界经济发展的潮流与趋势,在全球经济一体化发展的态势下,在世界范围内各种形式的区域经济合作体不断涌现,而区域旅游合作也呈现出了迅猛发展的态势,标志着中国旅游业从景点竞争、路线竞争、城市竞争进入区域竞争阶段。

中国区域旅游合作发展目前呈现出明显的区域差异,西部地区旅游合作发展水平明显落后于东部。西部地区区域内旅游资源禀赋的高度互补性决定了西部地区旅游合作具有长足的发展潜力和巨大

的成长空间,通过加强区域旅游合作来协调和统筹区域旅游发展是西部地区构建旅游特色产业经济的重要途径。

区域旅游合作要靠对区域线性分布的旅游精品项目的共建与打造来推动,使旅游精品项目成为整合区域旅游资源的有效载体和最佳平台。通过资源共享、品牌共建,可以将资源优势互补关系转化为产品优势与产业优势。东部地区的杭州市、黄山和千岛湖利用各自的资源优势,打造了“名山、名水、名城”旅游精品项目,成为通过区域旅游合作整合旅游资源优势的一个成功例证。西部地区也存在着不少整合优势旅游资源的发展契机,例如,享誉世界旅游市场的丝绸之路旅游就呈现出明显的资源线性分布特征,但目前丝绸之路旅游对西部区域旅游业发展的纽带作用远未发挥,在丝绸之路沿线省区,丝绸之路旅游者真正最后完成整体丝绸之路旅游产品的购买者尚不足总数的20%,其中一个重要原因就在于,未能围绕线性旅游产品建立起有效的合作机制,缺少对产品的整体规划与开发的行为主体。

加强区域旅游合作是未来中国旅游业发展的必然趋势,我们应通过研究从理论上明确旅游合作的基础与机制,明确旅游合作的主体和实现的途径,为中国旅游实践的发展提供理论依据和前瞻性的观点。

1.2 区域旅游合作是区域经济合作的重要组成部分

区域旅游合作是区域经济合作的重要组成部分,区域经济合作已经成为当今世界发展的主要潮流。区域经济合作深入发展的表现形式是区域经济一体化,欧洲是世界上经济合作发展最为成熟的地区。欧盟的成立向世界展示了区域经济一体化可以进一步形成货币的统一和政体的统一。有分工就有合作,合作是现代社会人们生产关系中的一种基本形式,它和分工一样也是社会生产力发展的路径

和动力源泉。经济合作之所以成为世界的发展潮流，就在于其反映了现代社会的基本生产关系。

区域旅游合作形成的基础有两个层面：一个层面是区域经济的发展成熟，其标志是区域经济圈层合作体的形成和出现；另一个层面是区域旅游业本身的发展成熟，其标志是旅游市场竞争从点线竞争向区域竞争扩展。旅游经济行为人竞争意识的提升和竞争行为的成熟理智都会形成区域旅游合作发展的推动力。

改革开放 30 多年来，中国经济有了长足的发展，首先从东部形成了经济相对发达的经济圈层，珠江三角洲经济圈、长江三角洲经济圈、环渤海经济圈先后兴起，中国经济区域性特征逐渐明显，由此而带动了区域旅游业的发展进步，区域旅游合作首先就在这三大经济发展区域形成和开展。2003 年 7 月，在杭州市举行的旅游高峰论坛上，上海市、南京市、杭州市等 16 个城市签署《长江三角洲旅游城市合作宣言》，杭州市决定把长江三角洲地区建成中国首个跨省区无障碍旅游区，由此翻开了中国区域旅游合作的新一页。1999 年，中国政府开始实施“西部大开发战略”，西部地区的区域经济整体意识被唤醒和激发，西部地区因行政区划形成的西南和西北两大板块在西部大开发背景下有了统一的区域意识，区域旅游合作在西部区域内逐步兴起和发展。目前，一些旅游产品链的合作在丝绸之路沿线、青藏铁路沿线、大香格里拉区域、澜沧江—湄公河流域等区域都有了实质性的进展。

目前，中国区域经济发展方兴未艾，一些经济圈层和板块在不断涌现，如东北老工业基地振兴经济区，西部成渝城市带，西部关中城市群，中部长、珠、潭经济区等区域都显现出区域经济快速增长的势头，可以预见区域旅游合作会随着区域经济的兴起和演变在中国得到进一步的长足发展。

区域经济合作的现实发展引起了近年来理论研究的热潮，围绕区域旅游合作权威报刊的学术文章，大范围的专题研讨会和博士、

硕士学位论文层出不穷,关于区域旅游合作的理论研究目前仍有几个基本理论聚焦点尚未取得普遍接受的权威性解释,这几个理论焦点问题是:

1.2.1 如何界定区域的概念和范围

“区域”本身是个很难界定的概念,不同学科对区域有不同的解释,各个学科都是以自己学科的研究对象的特征来划分区域的范围,如地理学以地理特征划分区域,地质学以地质特征划分区域,目前国内外理论界尚未对旅游区域概念作出明确的理论界定,更有学者认为区域本身是一个模糊性概念。目前,国内学者主要将区域作为一个抽象的空间概念来标识其研究问题的特质和作为认识问题的工具。

实际上,对旅游区域理论界定上的模糊是因为实践中旅游区域市场发育的不成熟。由于当前旅游区域市场本身还处在形成和培育过程中,很难显露出依据本身特征划分的区域市场范围特征。因此,从理论上对其界定就比较困难。旅游活动是经济活动的一种形式,旅游区域的发展和经济区域密不可分,严格地说,我们研究的不是旅游区域合作而是区域旅游合作,即把区域作为一个既成前提来研究区域间和区域内部旅游经济行为的合作关系,这个区域指的是经济区域,随着旅游区域市场的发展成熟对其理论上的界定和范围划分就会逐渐明晰起来。

1.2.2 区域旅游合作的行为主体是什么

在微观层面上,企业和居民户作为经济行为人其利益指向和决策行为都能很清楚地进行界定和描述,而区域旅游合作是研究区域范围的经济行为,属于宏观理论层面,加上区域旅游合作是多途径

和多形式的，所以比较难以确定区域旅游合作行为主体。目前，较多的看法是将政府和大中型企业作为两个行为主体。任何一个经济区域都必然包括一个以上的区域政体在内，政府部门是区域经济活动的灵魂和大脑，没有政府的倡导，任何区域都无法产生主动性区域合作行为，所以地方政府无疑是区域旅游合作的行为主体之一。从实践发展来看，区域旅游合作大都是由地方政府部门首先倡导和推行的。小企业其价值链和产品链大都在较小的区域范围内，所以从市场角度推动区域旅游合作的往往是大中型企业，这些企业具备区域间的利益互补和产品互补关系，开展区域间旅游合作有利于大中型旅游企业的成长和发展。被当前研究者忽略的一个行为主体是行业组织，行业组织代表着行业的整体利益，并且会越来越替代一部分政府职能，因此旅游行业组织在区域旅游合作中会扮演越来越重要的角色。

1.2.3 区域旅游合作的目标和途径是什么

合作是对一种未确定利益的追求，所以人们有了合作的意愿，但却往往没有确定合作的目标。在合作的初始阶段，合作各方意识到合作是对大家都有益的，但这种利益的范围有多大，通过何种合作途径来获得这种利益都是不明确的。区域旅游合作的动力来源于合作方对要素互补关系下协同利益的追求。这种协同利益是资源在更广泛的空间范围得到有效配置所产生的。所以，区域旅游合作的总体目标就是尽可能减少旅游生产要素流动的障碍，形成一个更大空间范围的无障碍旅游区。实现区域旅游合作目标的途径有很多，总体上来讲，就是要尽可能实现全方位的对接和统一，每一种对接形式就是实现目标的一种途径。

随着今后区域旅游合作在实践中的发展，区域旅游合作理论研究要构建更具指导意义的理论体系和制订更具操作性的实施方案。

1.3 西部区域旅游合作的基础与路径

区域旅游合作形成的前提是区域经济合作的不断发展成熟,在世界经济全球一体化发展态势下,在世界范围内各种形式的区域经济合作体不断涌现,区域经济合作呈现出迅猛发展的势头。区域旅游合作是区域经济合作框架协议的构成部分,由区域经济合作引发的无国界经济发展趋势决定了在当前国际上区域旅游合作也逐步冲破了国境线的限制,在经济合作发展成熟地区已淡化了国际旅游合作与国内旅游合作的区分。2004年,中国和欧盟签订了双边旅游合作协议,由于欧盟内部已形成了无国界旅游合作基础,在协议生效后,中国组团社就可以对欧盟各国旅游景点进行随意性的跨国路线组合。

中国由于地域辽阔、人口众多、旅游资源丰富而分散,因此和世界上大多数国家不同,在区域旅游合作发展过程中,国内区域旅游合作占据主要地位。在国际旅游市场和国内旅游市场竞争日益加剧的形势下,中国国内区域旅游合作也出现了加快发展的趋势。

西部地区既是长江、黄河的发源之地,也是中华文明的发祥之乡,蕴藏着独特的自然风光旅游资源和极为丰富的人文旅游资源,将西部地区的旅游资源优势转化为旅游产业优势是国家实施“西部大开发”战略的重要组成部分,通过加强区域旅游合作来协调和统筹区域旅游发展是西部地区构建旅游特色产业经济的重要途径。

旅游资源互补是产生旅游合作意愿的主要动因。目前,西部地区区域旅游合作发展落后于东部地区,但西南地区和西北地区旅游资源禀赋高度的互补性决定了西部地区旅游合作具有长足的发展潜力和巨大的成长空间。以桂林山水、黄果树瀑布、九寨沟奇观、云南石林为代表的绮丽的山水风光是西南地区旅游资源的突出优势,以敦煌石窟、丝绸之路、秦始皇兵马俑为代表的厚重的历史文化是

西北地区旅游资源的突出优势，两者之间具有高度的互补性。

浓郁的民族风情是西部地区共具的旅游资源优势，中国的宁夏回族自治区、广西壮族自治区、内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、西藏自治区五大少数民族自治区全部地处西部，各省区之间不同风格的民族风情也具有明显的互补关系。通过资源共享、品牌共建，优势互补关系可以转化为显著的社会经济效益。

“西部大开发”战略的实施给西部区域旅游合作提供了难得的发展契机，西部各省区市要利用西部概念广泛传播的时机进一步共建西部旅游品牌，整合西部旅游资源，将西部地区旅游业发展的潜能激发和释放出来。

旅游产品的空间结构优化是资源配置优化的最重要的层面。旅游产品结构优化的主要障碍是行政区划的禁锢，而加强区域旅游合作的主要途径就是打破行政单元制约，对旅游资源进行跨区域的优化配置，从而实现旅游产品的空间结构优化。

区域旅游合作的目标是在区域范围内建立无障碍旅游区，从而区域旅游要素可以实现最大限度地自由流动，可以从多方位实现资源配置的最优选择。实现这一目标的途径包括资源、市场、设施的共享，品牌、规划、产品的共建，信息、交通、网络的互通，政策、标准、组织的统一。有效的区域旅游合作不能仅仅表现为形式上的合作，一定要形成优质产品组合链和高效的产业协同发展机制，通过聚合作用和协调作用获取显著的社会经济效益，从而形成推动合作进一步深入发展的动力源。

区域旅游合作包括政府层面和企业层面，形成的途径包括外力推动和自发演进两种形式。在区域旅游合作发展过程的不同阶段，这两个层面和两种形式会有不同的侧重。目前，我国西部区域旅游合作尚处于起步阶段，政府层面和外力推动形式将会在旅游合作的形成中发挥主要作用。实践证明，实行政府主导型战略是我国旅游业发展的一条成功经验，政府不是区域旅游合作的主体，但却是促

进旅游合作发展的无可替代的主导力量，所以政府决策者的观念、眼光和决策能力往往是决定区域旅游合作发展水平的关键因素。在政府搭建的旅游合作的平台上，旅游企业是合作的具体执行者和合作效益的追求者，企业在追求效益的过程中也在不断丰富合作的内容和开拓合作的领域，在不同企业反复博弈的过程中，共同构建着更大的利益空间。在市场逐步培育成熟的基础上，企业会在区域旅游合作中扮演越来越重要的角色。

西部区域旅游合作的重点在于，突破西南地区和西北地区自成体系的历史传统格局，共建大西部旅游合作圈，打造西部地区共享的旅游品牌，塑造西部旅游的整体形象，促进西部旅游业实现跨越式发展，使旅游业在西部地区社会经济和谐发展中发挥先导产业作用，同时使西部地区成为 21 世纪中国旅游业持续、高速发展的战略接续区。

1.4 中英文文献关于区域旅游合作的理论评述

1.4.1 区域旅游合作的理论基础

阿劳约和巴姆威尔 (Araujo & Bamwell) 认为，区域旅游合作以合作理论为基础。当几个群体遇到共同的问题领域，但单凭他们自己拥有的相关资源又无法解决，这时联合 (Joint Working) 就出现了。由于存在这种“资源的相互依赖性”，这些群体如果认为合作能够比单独行动带来更多的利益时，他们就会合作，甚至通过剥削或牺牲他人的利益来获取资源。尽管各个参与者在规则框架和预期中与他人合作，他们仍然是独立自主的实体，保留独立决策的权利。通常认为，这种互动性的合作是一个涉及定期和面对面交流的正式的过程，而这又与其他形式的参与过程不同。这个定义同时也

表明,参与者在对一个问题的同时,必须制定一个共同发展的目标。

塔资米·B. 贾梅尔、唐纳德·盖茨和比尔·安吉拉(Tazim B. Jamal, Donald Getz and Bill Angela)都运用了合作理论对区域旅游合作问题进行了阐述。前者在合作理论框架上阐述了社会基础上的旅游规划,并对旅游合作提供了一种持续的、动态的解决规划问题和协调地方旅游业发展的机制,甚至将其推广到旅游区之间的合作与协调。后者则在合作理论的基础上分析了各主体对于区域政策制定的作用,并提出了一个旨在评估区域旅游合作规划的可行性和统一意见的可能性分析框架。

随着我国区域经济的发展壮大,区域旅游合作在实践上不断有了新的发展突破,对区域旅游合作的理论研究也随之兴起。学者们从不同的角度探讨了区域旅游合作的理论和内容。钱益春运用生物学中的“生态位”理论探讨了区域内各旅游单元必须形成具有一定差别的“生态位”,才能保持系统的生命力。郭立平、陈忠暖运用多元统计分析法对中国各省区市的旅游经济综合实力进行了评价,并结合空间地域结构将全国划分为8个旅游区域;梁艺桦和李爽则分别运用博弈论思想对区域旅游合作主体之间的关系进行了探讨,进而运用系统学中的自组织理论得出区域旅游合作是地方旅游系统自组织过程中的必然选择。

1.4.2 区域旅游合作的动力机制

一般来讲,区域旅游合作主体包括政府(特别是在跨国界旅游合作之中政府的作用尤其重要)、私人企业 and 非政府组织,其中促使区域内参与者参与旅游合作的因素很多,但最基本的动力是为了解决区域内共存的问题,从而共同发展区域经济。阿劳约和巴姆威尔(Araujo & Bramwell)认为,区域旅游合作的原因是区域参与者

认为合作可以汇集知识、经验、资金和其他资源,制定相关的能够被广泛接受的政策并顺利实施,使得各个参与主体都能获取竞争优势。王和费森麦尔(Wang & Fesenmaier)对此做了归纳,认为区域旅游合作的前提条件是危机、竞争、经济条件和技术条件,动因包括战略目标、交易费用目标、学习目的和产业竞争以及对当地居民的责任。

中文文献的阐述基本类似,薛莹指出,区域旅游合作的产生是国内外区域经济合作发展、区域旅游发展以及区域旅游整体形象建设的发展趋势所决定的。郑耀星结合实践,从旅游业的固有性质和现代旅游发展的趋势角度论证了区域旅游合作是我国旅游业发展到一定阶段的必然趋势。梁艺桦运用系统学自组织理论认为,目标性和创新性是区域旅游合作背后的深层动因。

1.4.3 区域旅游合作的途径和模式

第一,结构层面。张慧霞提出,在我国中部地区合作开发共享资源的基础上,有机整合中部地区的产业链,实现区域内部的无障碍旅游和无缝隙旅游。杨荣斌等认为,我国区域旅游合作的主体包括政府和企业,其中政府为第一合作主体,企业是第二合作主体,两者追求的目标不同,因此区域旅游合作实际上就是两者之间的博弈过程,因此他从地理学区域发展的角度提出典型的区域旅游合作结构模式包括点—轴发展模式、单核辐射模式、双核联动模式、核心—边缘模式和网络型模式,其中每一个发展模式对应于不同的区域经济发展阶段。

第二,企业层面,许多学者和政府官员认为,我国旅游企业“小、散、弱、差”,要提高我国旅游产业的竞争实力必须组建“食、住、行、游、购、娱”为一体的纵向区域旅游企业集团,随后中国各地出现了许多政府推动的区域旅游集团,但也有学者对此

提出质疑,唐德鹏认为过去的这种区域协作是人为捏合或政府“拉郎配”组成,缺乏联合的基础动力源,即经济利益与市场机制。吴三忙从经济学角度的双重加价理论、产业组织理论和交易费用理论出发,得出旅游企业集团横向一体化才是区域旅游合作的发展方向和目标。

相对于区域旅游集团来说,旅游企业集群是一种松散的联合。杰克森(Jackson)以波特的钻石模型(Porter's Diamond)为基础,认为成功的企业集群要包括广泛的参与者、各参与者之间的界限不能太明确、参与主体能够共享合作的竞争优势、创新和差异才是竞争的基础、需要一个强大的区域领导者能够领导区域合作等。尹贻梅也从企业集群角度出发,阐述了企业集群在促进企业合作和创新、完善各种服务范围中的作用,并具体勾画出企业集团包括核心层、要素供应层以及相关辅助层3个层次,并据此提出发展旅游企业集群战略。

1.4.4 区域旅游合作研究中存在的问题

第一,旅游合作主体力量上的不均衡造成利益分配上的不平衡,影响了参与者之间的合作关系。吉尔(Greer)以跨行政区域之间的旅游合作为例指出,如果参与一方的旅游业发展强于另一方,势必造成弱势参与者处于强势参与者的阴影之下。特别是对区域旅游来说,客源的流向集中于强势区域,从而形成事实上的利益不均,影响到双方合作的发展。而吉米雷(Ghimire)从东盟、南部非洲合作组织和南美洲合作组织的实例出发认为,由于地区发展的不平衡,在投资、规划、培训等的旅游发展链条中无法保证收益与成本在区域成员之间的合理分配,从而增大了贫富差距。

第二,合作中缺乏可持续发展规划。迈克尔(Michael)以亚太经济合作组织为例认为,各合作主体从合作中获取了相对较高的