

博士



旅游小企业 发展与影响研究

——阳朔西街案例

Lüyou Xiaoque

Fazhan yu Yingxiang Yanjiu

邱继勤 ■ 著



西南财经大学出版社
SOUTHWESTERN UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

文库

博士



旅游小企业 发展与影响研究

—— 阳朔西街案例

Lüyou Xiaoxiye

Fazhan yu Yingxiang Yanjiu

邱继勤 ■ 著

Handwritten notes in Chinese and English, including phrases like "Lüyou Xiaoxiye" and "Fazhan yu Yingxiang Yanjiu".

文库



西南财经大学出版社

SOUTHWESTERN UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游小企业发展与影响研究——阳朔西街案例/邱继勤著.
—成都:西南财经大学出版社,2009.4
ISBN 978-7-81138-344-7

I. 旅… II. 邱… III. 旅游业—小型企业—经济发展—研究—阳朔县 IV. F592.767.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第060911号

旅游小企业发展与影响研究——阳朔西街案例

邱继勤 著

责任编辑:王利
封面设计:大涛
责任印制:封俊川

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址:	http://www.xcpress.net
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸:	148mm×210mm
印 张:	8.125
字 数:	205千字
版 次:	2009年4月第1版
印 次:	2009年4月第1次印刷
印 数:	1—1000册
书 号:	ISBN 978-7-81138-344-7
定 价:	21.00元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
2. 版权所有,翻印必究。

序

我对旅游小企业的关注源于对桂林阳朔西街和龙胜梯田家庭旅馆、酒吧餐馆的调查，但理论方面的认识来自 Heidi Dahles & Karin Bras 主编的 *Tourism & Small Entrepreneurs—Development, National Policy, and Entrepreneurial Culture: Indonesian Cases*。此书是 2001 年我在中国澳门特区参加 International Academy for the Study of Tourism 双年会时，著名旅游人类学家 Valene Smith 教授送给我的。当时 Valene Smith 教授送给我两本书，除上面这本书外，另一本是 Donald Getz 教授的 *Event Management & Event Tourism*，它成了我了解事件管理和事件旅游的基础。

对于旅游目的地，旅游小企业能有效地规避不发达国家“新殖民主义”和我国不发达地区“制度机会主义”造成的新的发展不平衡、不公平；对于旅游目的地居民，旅游小企业是他们有能力全方位参与并获益的地方。正如学者 G. Shaw & A. M. Williams 曾指出的，“旅游小企业研究的本质在于，无论是在发展中国家，还是在发达国家，在一定范围内，旅游小企业充分体现了旅游业对产业的带动作用，并成为目的地发展的关键力量”。

在中国，旅游小企业在各个旅游目的地大量存在，甚至出现

了类似丽江古城、大理“洋人街”、阳朔西街这样一些知名的旅游小企业聚集区。但是国内关于旅游小企业的研究却还很少。特别是1999年昆明世博会成功举办后，各地都在挖空心思搞“大策划、大项目、大投入、大发展”，鲜有对旅游小企业的严肃研究。

在这样的背景下，2002年，我将这一研究论题交给了邱继勤，作为她的博士论文选题，希望她能在此方面有所突破。

邱继勤本科学英语，硕士阶段接触旅游，有较好的英语优势。她充分利用其英语优势，阅读了大量国外关于旅游小企业的相关研究文献，为研究打下了较好的理论基础。她同时利用中山大学在阳朔县的旅游研究网络，在阳朔西街进行了长期的实地调研，与西街上的各位旅游企业主建立了良好的关系，很多人都与她成为了朋友，使她获取了众多详实的第一手材料。可以毫不夸张地说，她几乎认识当时在西街做生意的所有业主，就算身无分文，她也能在西街生存。

本书由邱继勤在其博士论文的基础上修改而成。全书以阳朔西街为案例，对旅游小企业的发展历程和发展特征进行了分析，就旅游小企业对旅游目的地发展的影响进行了探讨。从总体上讲，这一研究著作第一手资料详实，具有创新性和现实指导性较强的特点，一方面弥补了中国旅游小企业现有理论研究的缺乏，另一方面也从理论上为中国现有旅游小企业的发展提供了必要的指导，有助于促进中国旅游小企业及旅游目的地更好地发展。

邱继勤的英语优势使她很快地掌握了西方的文献，扎实的田野调查使她得到了可贵的第一手材料，但经济学基础的相对薄弱又阻碍了她将理论进一步升华。然而，作为中国第一本关于旅游小企业的研究著作，瑕不掩瑜。

万事总要有人开头，此书值得一读。

保继刚

2009年2月10日于广州康乐园

目 录

0 绪言	(1)
1 文献综述	(7)
1.1 旅游小企业研究文献综述	(8)
1.2 阳朔旅游研究文献综述	(37)
2 研究设计	(39)
2.1 研究目的及意义	(40)
2.2 研究框架	(42)
2.3 研究内容与研究方法	(44)
2.4 区域分析	(48)
2.5 调查的开展与资料的收集	(56)
3 基本概念与基础理论	(59)
3.1 基本概念	(60)
3.2 基础理论	(71)

4 西街旅游小企业发展历程及分析	(83)
4.1 西街旅游小企业的发展历程	(84)
4.2 西街旅游小企业产生与发展的原因探析	(92)
4.3 小结	(105)
5 西街旅游小企业特征分析	(107)
5.1 企业概况	(109)
5.2 从业人员分析	(114)
5.3 企业经营分析	(120)
5.4 中外旅游小企业发展对比研究	(124)
5.5 小结	(131)
6 西街旅游小企业对旅游目的地的影响分析	(133)
6.1 旅游小企业对旅游目的地的经济影响分析	(134)
6.2 旅游小企业与社会文化变迁	(158)
6.3 旅游小企业对城市的影响	(168)
6.4 居民对影响的认识	(174)
6.5 小结	(176)
7 不同规模的旅游企业对旅游目的地所产生影响的对比研究	(179)
7.1 阳朔旅游企业的发展模式	(180)
7.2 阳朔旅游企业发展概况	(181)
7.3 各个历史时期不同规模的旅游企业对阳朔发展的影响分析	(184)
7.4 现阶段不同规模的旅游企业对旅游目的地发展的影响分析	(185)
7.5 小结	(191)

8 西街旅游小企业的发展策略分析	(193)
8.1 旅游小企业发展中存在的主要问题	(194)
8.2 现行政策评价	(198)
8.3 西街旅游小企业的发展策略	(203)
9 结论与讨论	(211)
9.1 结论	(212)
9.2 本书存在的不足	(214)
9.3 未来的研究内容	(216)
参考文献	(217)
附录 问卷及访谈提纲	(235)
致谢	(250)

0

绪 言

自 20 世纪 80 年代中期起,全球经济的产业发展已经从福特主义的生产体系(Fordist Production Systems)向后福特主义的弹性生产系统(Post-Fordist Flexible Production Systems)进行转变(Harvey, 1989)。这一转变对企业规模变化最为突出的影响表现为:企业发展呈现出两种截然相反的趋势或潮流,一方面是资本高度集中的跨国大公司在全球继续扩张,不断扩大其规模;另一方面是各种类型的中小型企业,特别是小型企业的蓬勃兴起和发展(Upadhy & Rutten, 1997)。

进入 20 世纪 90 年代以后,这种全球企业小型化的发展趋势体现得更加明显。根据美国小企业联合会(U. S. Small Business Administration)发布的《美国国内主要产业小型企业的增长报告(1988-1995)》,1990-1995 年期间,美国国内新创办的各类企业共有 731 540 家,其中小型企业(雇工规模在 500 人以下)占 90.1%,微小型企业(雇工规模在 20 人以下)占 68.4%。在英国,统计资料表明,1996 年全国 99%的企业为小企业,1980-1990 年,英国国内小企业的数量增加了近 2 倍。在中国台湾地区,95%以上的企业为中小型企业。

旅游业也同样如此,旅游小企业已经发展成为旅游企业的重要组成部分。据美国 Lanier Publishing 对国内旅馆业的调查,1998 年全美共有小型及微小型住宿设施约 22 000 家,占全美住宿设施的 65%以上,年收入约为 3.5 亿美元;在澳大利亚,全国 80%以上的旅游企业为小型企业;在新西兰、英国、印度尼西亚等国,旅游小企业都已经发展为当地旅游企业的主体(Page, 1999; Thomas, 1997; Dahles & Bras, 1999)。

显然,企业构成的变化已经改变了行业内不同规模企业之间的关系。就旅游业而言,有必要重新探讨不同规模的旅游企业在旅游业发展中的作用、地位以及相互关系,特别是重新认识旅游小企业在旅游发展中的作用已成为了一个急需解决的

问题。

根据 Brittion (1989) 的研究, 旅游业发展的全球化导致旅游企业划分为三个层次 (见图 0-1), 其中位于最顶端的一层为大型跨国旅游企业, 中间一层为跨国旅游企业在各地的分支机构和旅游目的地 (多指发展中国家) 与跨国旅游企业进行交流的组织机构, 而最低一层为各旅游目的地的旅游小企业。

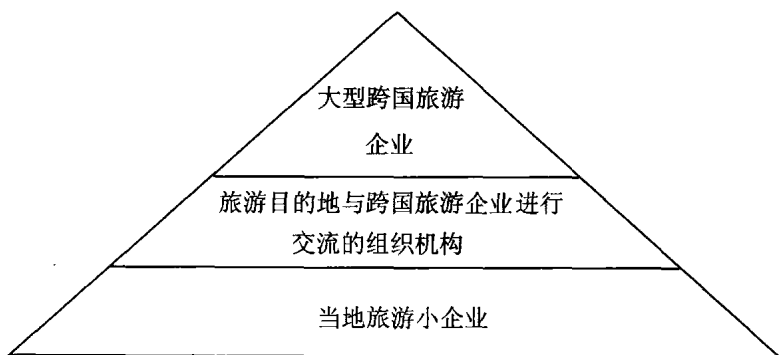


图 0-1 S. Brittion (1989): 旅游企业的划分

按照传统的旅游学理论, 这三种层次的旅游企业在旅游发展中的重要性也是自上而下依次递减的 (Dahles & Bras, 1999)。在 20 世纪 30~70 年代, 受“大就是好” (Big is best) 观念的影响, 位于最顶层的大型跨国旅游企业, 一直被视为旅游企业发展的方向 (Curran & Blackburn, 1991)。大多数发展中国家将吸引外来大型资本作为本国或本地区旅游业发展的重要因素或参照物。在众多旅游目的地制定的各类旅游发展规划中, 跨国旅游企业也往往享有发展的优先权。其根本原因在于, 根据自由经济模型推算, 大型旅游企业往往能够大幅度地增加旅游目的地的国民收入, 并能为当地就业作出巨大的贡献。

而位于金字塔最底层的旅游小企业则被认为是一种边缘企业 (marginal) 或者非正式 (informal) 的经济体, 是依赖于跨

国旅游企业而生存的企业 (Brittton, 1989)。按照国际劳工组织的定义, 非正式经济体是指生产规模小的企业或由家庭经营的服务性企业, 具有技术简单、劳动力密集的特点。因此, 旅游小企业常常被简单地理解为缺乏组织性、落后的、与旅游业现代化相左的经营体, 描绘旅游小企业的也多是一些类似于“违法的”、“非产业化的”、“传统的”之类的词语 (Ever, 1991)。还有部分学者认为, 旅游小企业生存的环境是一种“不健全”的环境, 旅游小企业只能在旅游目的地的发展初期繁荣一时, 随着旅游目的地逐渐成熟以及大型跨国旅游企业的进入, 旅游小企业将被迅速吞并, 进而全面消失。因此, 早期的旅游学理论认为, 旅游小企业对于区域旅游发展并没有促进作用, 反而对区域旅游发展有一定的阻碍作用 (Dahles & Bras, 1999)。这种观点导致许多旅游目的地对旅游小企业的发展采取一种消极的态度。

传统的旅游学理论解释与目前旅游小企业在全球范围内的发展态势是明显矛盾的。如果抛弃这些理论解释, 可以看到, 旅游小企业已经在全球呈现出一种蓬勃发展的态势 (Upadhya & Rutten, 1997)。无论是在成熟的旅游目的地, 还是在许多新兴的旅游目的地, 旅游小企业至少在数量上已经构成了旅游企业的主体。旅游小企业的迅速发展表明其必然有优势。这迫使我们重新考虑以下问题:

- (1) 什么是旅游小企业? 旅游小企业具有什么样的特征?
- (2) 旅游小企业在旅游目的地的发展中扮演了怎样的角色? 对旅游目的地的发展有何影响?
- (3) 政府对旅游小企业的发展应该采取什么样的政策?

作为发展中国家的中国, 近年来随着旅游业的发展, 旅游小企业在中国发展迅速。尽管目前尚无关于中国旅游小企业发展情况的具体统计数据, 但在每一个旅游目的地, 都存在大量

的旅游小企业，如家庭旅馆、小餐厅、购物摊点，等等。作为中国未来旅游发展重点的西部地区，一些知名的旅游目的地，如云南丽江古城、大理“洋人街”、桂林阳朔西街等，就是因为发展为旅游小企业的聚集区而名扬天下的。在这类地区，旅游小企业的聚集已经成功地发展为一种独特的旅游吸引物。可以说，旅游小企业的发展已经与这些旅游目的地的发展、与中国西部旅游业的发展紧密相连。既然中国旅游小企业在旅游目的地的发展中占据一席之地是不可否认的事实，那么，正确认识中国旅游小企业发展状况也就成为必然。以上述问题为基础，需要我们进一步探讨的问题包括：

(1) 什么是中国的旅游小企业？

(2) 中国的旅游小企业有何特征？中外旅游小企业有何异同？

(3) 中国旅游小企业在旅游目的地的发展中扮演什么样的角色？对旅游目的地的发展有何影响？

(4) 与大型旅游企业相比，中国旅游小企业的比较优势体现在哪些方面？

(5) 未来旅游小企业的发展应该采取什么样的策略？

由于中国地域广阔，加之缺乏相关的统计资料，要从宏观的角度来解答以上问题，例如类似于学者 Thomas 在英国进行的全国性的研究，是不太现实的，因此，选择具体案例地进行研究分析，再在此基础上归纳总结应该会比较可行的方法。

1

文献综述

本书的文献研究包括两个部分：旅游小企业研究文献和案例地研究文献。本书所有的文献均从两个途径获得：一是通过计算机互联网络查询，二是查询专业期刊、相关著作。

1.1 旅游小企业研究文献综述

1.1.1 旅游小企业研究的兴起与发展

由于旅游业对经济发展特别是对发展中国家经济发展的巨大影响，因此关于旅游企业与旅游目的地发展的研究文献是非常丰富的（Shaw & Williams, 1991）。就国外研究而言，旅游企业与旅游业发展研究的早期，研究内容主要侧重于不同环境下（指宏观环境，诸如政治、经济、社会环境等）旅游企业的运作（Shaw & Williams, 1994）。

在 20 世纪 70 年代，随着国际旅游以及经济全球化的发展，研究方向主要以跨国旅游企业为主，学术界出现了大量关注发展中国家旅游产业结构，特别是对发展中国家外来跨国旅游企业的研究文献（United Nations, 1982）。跨国旅游企业的研究内容主要分为两个方面：一是跨国旅游企业对旅游目的地发展的影响；二是旅游发展中，跨国旅游企业与当地旅游企业的发展。

在影响研究中，随着研究不断深入，学者们发现大型跨国旅游企业未能如预测的那样对旅游目的地的发展起到重要的促进作用，特别是在增加外汇收入和提供就业机会这两项指标上（Rodenburg, 1980）。根据相关分析，跨国旅游企业会造成旅游目的地巨大的经济漏损，而这主要是由于跨国旅游企业通常从海外购买产品和原料，旅游目的地不得不为此支付大量的外汇所致（Leheny, 1995）。跨国旅游企业的发展，还容易造成发展

中国对外来资本的过度依赖，并导致发展中国家形成单一经济，国民经济易受客源市场的影响（Kadt, 1979）。此外，跨国旅游企业对目的地的地理结构也有一定的影响，其中最突出的就是“飞地”（Enclave）的出现（Brittton, 1989; Pearce, 1984）。学者 Holder 曾对巴巴多斯的“飞地”现象进行了研究，认为除非政府采取强有力的措施，否则当地居民很难从中受益（Holder, 1988）。这些研究使得部分学者意识到：虽然跨国旅游企业对旅游目的地的发展具有一定的促进作用，但也带来了发展中国家传统产业衰落、国家经济结构发生转变、当地居民受益有限等不良后果（Winpenny, 1982）。

跨国旅游企业与当地旅游企业的关系是跨国旅游企业研究中的另一个重要方面。Lundgren 于 1973 年提出了著名的企业发展模型。他通过对加勒比海地区一个大型宾馆食品供求关系变化的分析，得出了供求关系变化对当地旅游企业和经济发展的影响模型。在这一模型中，当地旅游企业的发展分为三个阶段。在第一阶段，宾馆所有食品全部由海外进口，造成供不应求；在第二阶段，当地企业（农场）认识到有利可图，便提高产品质量，开始向宾馆提供食品；到了第三阶段，该宾馆几乎全部采用本地产品，当地旅游企业迅速发展，进而带动本地经济发展（Lundgren, 1973）。Lundgren 模型只是一种理想状态，事实上这一过程还要受到多种因素的影响，如 Belisle 的研究表明，这一发展过程会受到旅游者类型、进口食品的价格、宾馆的发展速度、旅游目的地经济发展程度等多种因素的影响（Belisle, 1983）。在这一过程中，由于外来企业发展过快，往往导致本地旅游企业特别是处于发展中国家的旅游目的地的当地企业，对需求反应不及时或缺乏资源，致使旅游目的地发展停滞于模型中的第二阶段（Momsen, 1986）。因此，跨国旅游企业对当地旅游企业的带动作用是相当有限的。