

Lüyou Chanye De Quyu Xiaoying Yanjiu

旅游产业的区域效应研究 以大连市为例

谢春山◇著



旅游教育出版社

Lüyou Chanye De Quyu Xiaoying Yanjiu

旅游产业的区域效应研究 以大连市为例

谢春山◇著



北京·旅游教育出版社

策 划:李荣强

责任编辑:陈 志

图书在版编目(CIP)数据

旅游产业的区域效应研究:以大连市为例 / 谢春山

著. --北京:旅游教育出版社, 2018. 1

ISBN 978-7-5637-3685-0

I. ①旅… II. ①谢… III. ①旅游业发展—研究—大连
IV. ①F592.731.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 317758 号

旅游产业的区域效应研究

——以大连市为例

谢春山 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	北京京华虎彩印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	710 毫米×1000 毫米 1/16
印 张	16.25
字 数	225 千字
版 次	2018 年 1 月第 1 版
印 次	2018 年 1 月第 1 次印刷
定 价	49.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

旅游空间研究要有光

马 波

在中国版图上,青岛、大连两座城市真可谓“双子星”,既隔海相邻、交通方便,又在城市环境、风貌、性质、地位等方面颇多相像。因此,1993年我到青岛大学工作后主持的第一个课题,就是这两座城市旅游业发展的比较研究,自然去大连的次数较多,便与执教辽宁师范大学的谢春山教授较早相识,并渐成可以放言的好哥们。

春山教授热情、质朴、率真,骨子里藏着中华传统,有一颗求学问道的心。他的研究兴趣起于旅游文化,延及旅游教育,再至区域旅游,同我有些相似。十多年前,获悉春山君以副教授身份投东北师大李诚固先生门下研习区域经济地理,就深为他孜孜以求的精神所感动。此后拜读他发表的新作,能明显感觉到浓了“空间”的色彩,多了“落地”的安排。欣喜之余,纳闷他的博士论文何不付梓发行。直到今年9月,这个小困惑方得解开——春山君来电,云多年来一直在完善原有成果,力求雅驯,今功成示我,并邀作序,我欣然从之。

品读春山教授的这本专著,有三个深切的感受。

一是规范。因为有博士学位论文的底子,又经多年的耐心打磨,这部专著有良好的规范性。之所以首先点出这个印象,是因为平时看到太多“失范”的成果。我理解的规范,绝不止于文字表述合乎形式要求,而是重在研究工作自身的内洽性。名副其实的学术著作,一定是作者长期研究的积淀、精耕细作的产物、深思熟虑的结晶。临时拜佛、应景急就之物,必然粗糙、苍白、乏味,甚至荒诞走板。春山教授的这部书是多年熬出来的,无论概念的辨析、理论的取舍,还是数据的收集、逻辑的推理和结构的安排,都带着认真二字,透出功夫来。比如,对旅游产业的理解,常人局限于所谓“六大要素”“五个支柱”等感性层面,春山教授则在综览他人观点的基础上,从产业性质的双重性、产品生产的组合性、产业范围的宽泛性、产业结构的层次性、产业关系的关联性5个方面予以把握和解读,体现出实事求是的精神和深思熟虑的智慧。不得不说,当下的学界的确有些喧嚣,经得起推敲的旅游研究成果并

非很多。因此,春山教授这部打磨多年的著作就显得十分珍贵。

二是系统。区域是较大尺度的空间概念,既是各种人类活动的载体,也是多种要素关系的集合。因此,研究区域问题,系统观的建立至关重要,否则就会沦入肤浅。空间性是旅游的指示性特征,区域旅游是旅游研究的主要领域之一,但是无论从游客需求的角度看,还是从旅游供给的角度论,旅游活动都具有综合性特性,这就使得区域旅游研究者不仅要梳理此地与彼地的关系,而且要同时处理此业与彼业、此域与彼域的关系,或许需要建立比一般区域研究者更加强大的系统意识。就拿春山教授研究的主题“旅游产业的区域效应”为例来说,旅游业的效应包括了经济效应、环境效应和社会文化效应三大方面,对应着经济学、生态学、社会学等主干学科,研究者既要熟悉诸如经济增长、产业结构、产业政策、人地关系、循环经济、承载力管理、社会结构、社会冲突、文化涵化等一系列理论,又要把三种效应有机地、系统地集合在区域平台上,其难度可想而知,研究者的博闻厚积也从中可见。其实,春山教授的这部大作并未停留于三种效应的综合分析,而是进一步探讨了旅游产业区域效应的时空演化、评价体系和调控策略,就显得更加难能可贵了。

三是实用。中国的知识分子大都知悉王阳明先生的“知行合一”思想,若要通俗地把“知”“行”两分,从过程来看,则知为先;从结果来看,则行为重。用现代的语汇说,就是好的理论一定能回到现实中,深化人们对具体事物的认识,指导人们更好地认识自然和改造自然。在我看来,春山教授这部著作的第四章的内容就颇具实用价值,但为了彰显“行”的意义,他又以大连市为案例,对旅游产业的区域效应研究做了由一般到特殊的推演。大连是他长期工作与生活的地方,研究起来必然胸有成竹,放出来的箭飞向清晰的靶子。因此,这部专著的后两章不仅使前面的理论贡献得到验证,而且为大连市提供了区域旅游发展问题的解决方案,这当然是了不起的。

时间、空间和结构是所有科学研究的三个重点。在旅游研究领域,尽管空间问题早就引起了学者的关注,但是因为空间的复杂性、不稳定性和不易测度性,相对来说,旅游空间研究在理论与方法发育上一直较为缓慢。毫无疑问,春山教授的这部专著,对于旅游学界深化空间规律认识是有独特贡献的,对区域科学发展也是有所裨益的。当然,诚如春山教授所言,空间多样,尺度多种,旅游多元,理论臻美,尚待来日。衷心期盼春山君咬住青山不放松,更上层楼望九天。

2017年11月11日
于青岛听涛庐

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 研究背景与研究价值	1
一、研究背景	1
二、研究意义与价值	5
第二节 旅游产业的概念界定与理论分析	6
一、旅游产业的内涵与特点	6
二、旅游产业的结构与功能	12
第三节 旅游产业区域效应研究述评	17
一、国外相关研究进展	17
二、国内相关研究进展	23
三、相关研究的评价与展望	29
第四节 研究方法与内容框架	31
一、研究思路与方法	31
二、主要研究内容	32
三、研究框架体系	33
第二章 旅游产业区域效应研究的基础理论	34
第一节 旅游产业关联与结构演变理论	34
一、旅游产业的经济关联理论	34
二、旅游经济效应理论与方法模型	40
第二节 旅游产业发展的生态化理论	44
一、旅游发展的环境承载力理论	44

二、旅游循环经济与生态成本理论	49
第三节 旅游产业与社会文化整合理论	52
一、旅游与社会文化融合理论	52
二、旅游社会承载与文化整合理论	57
第四节 旅游产业发展的空间布局理论	62
一、旅游产业的空间结构理论	62
二、旅游产业的空间布局模式	69
 第三章 旅游产业区域效应的理论分析	77
第一节 旅游产业区域效应的概念与特征	77
一、旅游产业区域效应的概念界定	77
二、旅游产业区域效应的基本特征	79
三、旅游产业区域效应的内在结构	81
第二节 旅游产业的区域经济效应	83
一、旅游产业经济效应的产生条件	83
二、旅游产业的区域经济效应	87
第三节 旅游产业的生态环境效应	93
一、旅游产业对生态环境的影响机制	93
二、旅游产业的区域生态环境效应	97
第四节 旅游产业的社会文化效应	104
一、旅游产业社会文化效应的影响因素	104
二、旅游产业的区域社会文化效应	110
第五节 旅游产业的区域空间效应	116
一、旅游产业区域空间效应的形成机制	116
二、旅游产业发展的空间效应	121
 第四章 旅游产业区域效应的评价与调控	128
第一节 旅游产业区域效应的时空演化	128
一、旅游产业区域效应的形成阶段	128
二、旅游产业区域效应的强化阶段	130

三、旅游产业区域效应的稳定阶段	132
四、旅游产业区域效应衰退(复苏)阶段	134
第二节 旅游产业区域效应的评价体系	135
一、旅游产业区域效应的评价方法	135
二、旅游产业区域效应评价指标体系的构建	137
三、旅游产业区域效应的评价思路与模型选择	140
第三节 旅游产业区域效应的调控	148
一、旅游产业区域效应调控的内涵	148
二、旅游产业区域效应的调控目标	149
三、旅游产业区域效应的调控机制	151
四、旅游产业区域效应的调控策略	153
 第五章 大连市旅游产业区域效应的特征与评价	160
第一节 旅游产业发展的条件与特征	160
一、旅游产业发展的优越条件	160
二、旅游产业发展的基本特征	167
第二节 旅游产业区域效应的演化轨迹	173
一、旅游产业区域效应形成阶段	174
二、旅游产业区域效应强化阶段	176
三、旅游产业区域效应转化阶段	181
第三节 旅游产业区域效应的定量评价	186
一、旅游产业区域效应评价指标体系权重	188
二、旅游产业区域因子效应评价	189
三、旅游产业区域总体效应评价	193
 第六章 大连市旅游产业区域效应的调控体系	195
第一节 旅游产业区域效应的调控背景	195
一、东北亚旅游产业合作日益加强	195
二、我国旅游市场需求持续增长	196
三、东北地区大旅游格局逐渐形成	198

四、大连区域发展与旅游功能有待强化	198
第二节 旅游产业区域效应的调控目标	199
一、旅游产业区域贡献的高效化	200
二、旅游产业与其他产业的整合化	200
三、旅游开发与区域布局的合理化	200
四、旅游产业与区域发展的协调化	201
第三节 旅游产业区域效应的调控路径	201
一、旅游资源的区域内部整合	201
二、旅游产业结构的调整与升级	205
三、旅游产业集群的扶持与培育	207
四、旅游产业空间布局体系优化	209
第四节 旅游产业区域效应的调控对策	212
一、强化区域间旅游开发与合作	212
二、完善旅游市场体系	214
三、推进区域旅游交通建设	216
四、促进区域生态环境的优化	217
五、加强旅游区域软环境建设	219
第五节 研究结论与展望	221
一、主要研究结论	221
二、研究特色与创新之处	224
三、研究不足与未来展望	225
参考文献	227
后 记	244
附 录 大连旅游产业区域效应评价调查问卷	247

第一章

绪 论

第一节 研究背景与研究价值

一、研究背景

旅游业是世界范围内一个发展速度较快、影响日益深远的重要产业。二战以后,随着人们旅游需求的日益高涨,特别是在各国政府的大力扶持下,现代旅游业迅速崛起并成为各国经济和社会发展中的一支重要力量。现代旅游业于 20 世纪 60 年代以来进入高速增长阶段,到 20 世纪 90 年代已超过钢铁、石油、汽车等传统产业,成为世界上第一大产业。目前,旅游产业已经成为当今世界发展前景广阔、产业规模庞大的新兴产业之一^①。在半个多世纪的发展历程中,旅游业曾被誉为“永不衰败的朝阳产业”。旅游业的发展水平如何,已经成为衡量一个国家和地区经济和社会文明进步的重要标准之一。

(一) 旅游产业在世界经济中的地位

作为全球第一大产业,旅游业的增长率不仅高于世界经济的增长速度,也高于汽车、石油、钢铁、能源等增长较快的产业。研究表明,自 20 世纪 50 年代以来,世界范围内旅游业的增长速度一直超过世界经济和世界工业的增长速度^②(表 1-1)。

① 魏小安.中国旅游业新世纪发展大趋势[M].广州:广东出版社,1999.

② 陈鸣.旅游业是国民经济发展新的增长点[J].广东技术师范学院学报,2004(2).

表 1-1 20 世纪 50 年代以来世界旅游增长水平的比较

指标	1950—1960 年	1960—1970 年	1970—1980 年	1980—1990 年	1990—2000 年	2000—2010 年
世界旅游增长率(%)	12.4	10.1	19.3	9.8	5.9	3.7
世界经济增长率(%)	5.4	4.9	3.5	2.8	3.0	3.0
世界工业增长率(%)	6.8	6.5	5.3	2.6	3.2	3.3

※在原表的基础上有数据的更新

据世界旅游组织(UNWTO)统计,1950 年全世界国际旅游人数仅 2 500 万人次,旅游收入 21 亿美元;到 1995 年,国际旅游人数发展到 5.67 亿人次,国际旅游收入(不包括国际交通费在内)为 3 720 亿美元,两项指标分别增长了 21 倍和 176 倍。1995 年,世界旅游收入占世界各国国内生产总值的 11%,占世界服务贸易收入的 1/3,创造了 2.12 亿个就业机会^①;而根据世界旅游理事会(WTTC)的卫星账户测算,2015 年旅游经济大约占全球 GDP 的 10%,约占所有出口的 12.0%,旅游就业占全世界就业总额的 9.5%左右,旅游创造就业岗位超过 1.07 亿;2015 年,全球旅游收入 14 000 亿美元,出国旅游人数 12 亿人次。由于旅游业的产业关联度高、综合带动性强、辐射牵引力大,因此旅游业的发展对提高人民生活水平、增加外汇收入、促进就业、优化产业结构起着重要作用。随着旅游业在全世界的兴起和迅速发展,其对相关产业带来巨大的影响,对地区经济的发展也起到强大的推动作用。

从发展趋势上看,旅游产业是最近 50 年来发展最快和最为稳定的产业之一。世界旅游组织在题为《旅游业:2020 年前瞻》的报告中预测,到 2020 年全世界每年将有 16 亿人次到外国旅游,每年的国际花费是 2 万亿美元,全世界每天有 50 亿美元花费用在国际旅游上^②。旅游业对世界经济发展将产生极其重要的影响,其显著的经济地位与在解决社会就业方面的巨大作用已为各国政府所重视。旅游产业持续良好的发展态势,使其成为许多国家和地区重点培养和发展的产业之一。按照世界旅游理事会的预测前景,21 世纪将是旅游业真正走向辉煌的世纪,旅游业的增长趋势不会减弱,世界国际旅游接待人数和国际旅游收入继续大幅度增长,旅游业在世界经济发展中的作用将进一步增强。

① 陈宪.国际服务贸易——原理、政策、产业[M].上海:立信会计出版社,2003:386-387.

② 魏小安.中国旅游业新世纪发展大趋势[M].广州:广东出版社,1999.12.

(二) 中国旅游产业的发展趋势

改革开放以来,伴随着旅游业的迅猛发展,中国已经成为世界上旅游业发展最快的国家之一。自 20 世纪 90 年代以来,我国旅游业始终保持着较高的增长速度。1990 年旅游外汇收入 22.18 亿美元,到 1998 年迅速增长到 126.02 亿美元。2015 年全国旅游总收入 41 300 亿元,相当于 GDP 的 12%。同年,入境旅游人数达 1.34 亿人次,其中,外国人 4 627.1 万人次。国际旅游外汇收入 1 136.5 亿美元。国内居民出境人数达 1.17 亿人次。国内出游人数达 40 亿人次,国内旅游收入 34 195.1 亿元。上述情况表明,旅游业已成为我国国民经济中最具活力的重要组成部分,是国民经济新的增长点(表 1-2)。目前,全国已有 28 个省(市、区)将旅游业列为优先发展的支柱产业或重点产业^①。

表 1-2 旅游业在我国国民经济中的地位

年份	旅游业总收入(亿元)	相当于第三产业增加值比重(%)	相当于国内生产总值比重(%)
2005	7 686	10.5	4.2
2006	8 935	10.8	4.3
2007	10 957	11.4	4.4
2008	11 600	9.6	3.9
2009	12 900	9.0	3.9
2010	15 700	9.2	3.9
2011	22 500	11.1	4.8
2012	25 900	11.2	5.0
2013	29 500	11.3	5.2
2014	37 200	12.1	5.8
2015	41 300	12.1	6.1

资料来源:中华人民共和国国家旅游局

就业方面,按照国际通行的统计口径,2015 年我国旅游业的就业人数就已达到了 7 911 万人,占当年全部就业人数的 10.2%,占第三产业人数的 24.09%。其

^① 中华人民共和国国家旅游局,中华人民共和国国家统计局,2015。

中,旅游饭店业、旅行社业、旅游景区景点等核心产业的就业人数已达 893.2 万人。就业人数的增加,表明旅游业对中国经济和社会的发展正发挥着越来越重要的作用。

从发展趋势上看,未来一定时期内中国的旅游产业仍将保持较快的增长速度。据世界旅游组织最新展望报告称,未来 10 年,中国旅游业将保持年平均 10.4% 的增长速度,其中,个人旅游消费将以年均 9.8% 的速度增长,企业、政府旅游的增长速度将达到 10.9%。该组织预测,到 2020 年,中国出境游客人数将达到 1 亿,成为世界第四大旅游客源地,仅次于德国、日本和美国。中国接待国际旅游者人数将达到 1.31 亿人次,超过美、法、西班牙等老牌旅游发达国家,成为世界最大的客源接纳国和国内旅游国,占世界旅游市场的份额也将从目前的不到 3% (按入境人数 2 500 万口径计算) 提高到 8.6%^①。由此可见,中国旅游产业在国际上的地位将得到进一步的提升,也将在经济社会发展进程中发挥更加重要的作用。

然而,我们也应当清醒地看到,中国旅游产业的发展目前尚处在“产业发展到一定规模,出现产业结构失衡、产业供需矛盾紧张以及其他一系列制约产业进一步发展的特殊阶段”^②。由于受产业组织不完善、地区壁垒严重、区域经济发展不平衡、产业结构和产品结构不合理等多种因素的制约,目前中国旅游产业呈现出明显的企业规模较小、资源分散、品牌意识差、市场竞争力弱的特征,发展潜力受到一定的限制。此外,随着全球经济一体化、产业信息化等新经济形势的发展,政策的调整、外资旅游企业的全面进入等,都将对以后的中国旅游市场造成巨大影响^③。

随着 2009 年《国务院关于加快发展旅游业的决定》中将旅游业确定为“国民经济的战略支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”,以及随之而来的各级政府部门的高度重视和大力扶持,使中国旅游业的发展获得了前所未有的支撑条件和环境氛围,发展前景十分广阔,也必然会对中国的经济、社会、环境等的发展产生越来越深刻的影响。在此背景之下,对旅游产业的区域效应进行研究,无论是对于旅游业自身的发展,还是对整个中国经济社会的发展都具有重要的意义。

① 刘晓红,李国平.旅游业对区域经济增长的溢出效应研究[J].江西财经大学学报,2005(3):57-60.

② 唐留雄.关于旅游产业经济研究的思考[J].桂林旅游高等专科学校学报,2000(1).

③ 王科.基于产业整合理论的区域旅游产业竞争力提升研究[D]:[硕士学位论文].武汉:华中师范大学,2008:1-2.

二、研究意义与价值

虽然旅游业在国内外的迅速发展已经得到了人们较为一致的肯定,但综观国内外关于旅游或旅游业研究的成果,普遍存在“轻理论,重实践”的现象,致使旅游的理论研究远远落后于旅游业发展的实践。这种现象在国内的研究中表现得尤为突出,直到现在,由于旅游学的相关理论还处在发展和完善的过程中,特别是旅游学的学科地位还有待于进一步提高,导致人们对旅游学科及其学术地位产生很多迷惑和疑义。从这个意义上来说,有关旅游和旅游业的理论研究亟待加强和提高。

(一) 理论研究价值

基于目前学术界相关研究的不足,本论文研究的理论价值主要体现在以下三方面:

第一,目前,围绕旅游或旅游业学者们主要集中讨论了旅游资源开发与规划、旅游目的地管理、旅游市场营销、旅游业经营管理、旅游发展战略、旅游发展模式与对策、旅游竞争力、旅游产业整合与区域合作、旅游形象定位以及生态旅游、工业旅游、农业旅游、城市旅游、乡村旅游等等,较少对旅游产业的区域效应进行研究。因此,本文的研究有助于旅游理论研究的丰富和发展。

第二,从国内外的相关文献来看,围绕旅游产业本身的研究,学者们的视点往往过多地关注于旅游产业自身的发展和旅游产业发展的各种区域约束条件,较少谈及旅游产业给某一特定区域所带来的效应和影响,也很少从产业和区域互动的角度来探讨旅游产业的区域效应。因此,从一定意义上来说本研究将进一步补充和发展已有旅游理论研究成果。

第三,目前学术界对旅游产业区域效应的研究不足,并且与本文相关的“旅游影响(或效应)”研究也显得较为宽泛和宏观。本文试图将区域经济学、产业经济学、旅游经济学的基本理论融为一体,从三者融合的角度寻找旅游产业区域效应研究的切入点,即从区域的空间视角和产业的供给视角分析探讨旅游产业的效应问题,这是一个较为新颖的视角,具有一定的学术价值。

(二) 实践研究意义

本文的实践研究意义主要体现在以下三方面:

第一,旅游产业和区域发展之间是一种相互依赖、相互制约的关系,旅游产业

需要区域的支撑,同时旅游产业又对区域产生巨大的影响。正确理解产业和区域之间的互动关系及其规律对制定产业和区域和谐发展的政策措施具有重要的意义。本文的研究将为人们理解和把握旅游产业与区域发展之间的关系和互动规律,促进旅游产业和区域之间的和谐、互相促进提供重要而清晰的理论指导。

第二,本文构建的旅游产业区域效应调控体系具有重要实践价值。旅游产业的发展必然会对所在区域产生巨大的影响,认清这些影响的产生条件、具体内容与表现形式,进而科学准确地对这些影响予以评价,把握其变化的时空规律,以采取必要的措施和对策对旅游产业的区域效应加以宏观调控,在一定程度上有助于促进旅游产业的持续和健康发展。

第三,大连是我国北方著名的滨海旅游城市,并于2006年被评为中国首批最佳旅游城市,以大连为例进行旅游产业的区域效应的研究,具有一定的典型性和代表性。本文以大连为例,建立旅游产业区域效应的研究框架和调控体系对大连旅游产业的持续发展具有重要的实践价值。此外,本文的研究对于国内其他同类型城市的旅游产业发展、旅游产业区域效应及其调控实践均具有一定的借鉴价值。

第二节 旅游产业的概念界定与理论分析

一、旅游产业的内涵与特点

(一) 旅游产业的内涵

“旅游产业”一词对于国内旅游界和学术界来说早已是耳熟能详的概念,但长期以来,由于旅游产业所涵盖的范围比较广泛,学者们对旅游产业的本质与内涵的认识及其定义的语言表述呈现出一定的差异性,主要观点有:

①王兴斌(2000)认为,旅游产业是指旅游业和为旅游业直接提供物质、文化、信息、人力、智力服务和支撑的行业和部门。②张陆等(2001)认为,旅游产业是指旅游业和为旅游业直接提供物质、文化、信息、人力、智力、管理等服务和支持的行业的总称。③施卫东(2001)认为,旅游产业是以旅游者对象,为其旅游活动创造便利条件并提供其所需要产品和服务的一项经济性产业。④李天元(2003)认为,

旅游业是以旅游者对象,为其旅游活动创造便利条件并提供其所需商品和服务的综合性产业。⑤李季(2004)认为,旅游产业有广义与狭义之分。广义的旅游产业是指以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,为人们旅行游览提供服务,从中取得经济效益的所有行业和部门;狭义的旅游产业是指与旅游活动相关程度最为密切的产业和部门,包括旅行社业(游)、旅游商品业(购)、旅游娱乐业(娱)、旅游餐饮业(食)、旅游接待住宿业(住)和旅游交通业(行),它们共同支持着旅游产业这个庞大的体系。⑥周玲强(2005)认为,旅游业不是传统意义上的服务业,也不是一般的第三产业,而是关联度高、带动性强以及经济、文化、环境效益好的综合性产业,它在国民经济和第三产业中处于一个产业群的核心地位,发挥着带动其他产业发展的核心作用。⑦宁泽群(2005)认为,旅游业一般是指以旅游资源为凭借,以旅游设施为条件,为旅游者提供服务而取得经济效益和社会效益的一系列服务行业。“旅游业从实际运行的特点来看,它的确也是一种产业现象”,“应该作为产业来看待,但是,旅游业的构成并不是一个单一的产品,更准确地说,它应该是一组产业群。”⑧戴斌、乔花芳(2005)认为,从“产业规定的实用性”出发,应直接把为旅游者提供相关服务的企业的集合体称为旅游产业,其典型代表为旅行社和饭店。⑨张辉等(2006)认为,旅游产业本质上是若干产业或若干市场构成的集合体,实际上是由众多相互依赖的利益相关者构成的一个产业集群。这一产业集群由住宿业、交通业、餐饮业、旅游吸引物、旅行社业等直接为旅游者提供服务的行业构成,还包括了政府管理部门、行业组织、培训机构、基础设施等提供支持性服务的组织。⑩还有学者认为,旅游产业即旅游业,它是凭借旅游资源和设施,专门或者主要从事招徕、接待游客,为其提供交通、游览、住宿、餐饮、购物、娱乐六个环节的服务并获取经济收益的综合性产业。

从上述各位学者关于旅游产业定义的表述中可以看出,目前国内学术界在对旅游产业的本质与内涵的认识上既存在一定的差异性,又存在较高程度的一致性。差异性主要表现在,上述观点中的⑦、⑧和⑩未对旅游产业和旅游业进行明确的区分,而是直接将旅游业视为产业;而观点①、②的阐述表明,旅游产业不仅包括旅游业,还包括除旅游业外直接为旅游者提供物质、文化、信息、人力、智力、管理等服务和支持的其他行业。一致性主要表现在,除了有的学者直接将旅游产业等同于旅游业,或认为不仅仅包括旅游业的分歧之外,几乎所有的学者都认为旅游产业是一个“综合性产业”“经济性产业”“企业的集合体”或“产业集群”。换句话说,目前

学术界对旅游产业的本质与内涵的认识上的分歧主要集中在旅游产业仅是旅游业,还是不仅仅是旅游业。

上述分歧的存在实际上反映出两方面的问题:一是旅游业的范围究竟有多大;二是旅游产业的范围究竟有多大,直接为旅游者提供物质、文化、信息、人力、智力、管理等服务和支撑的其他行业是否应该包括在旅游产业的范围内。对这两个问题的回答是我们认识和理解旅游产业内涵的关键所在。

第一,关于旅游业的范围问题。日本学者土井厚(1983)认为,旅游业就是在旅游者和交通、住宿及其他有关单位中间,通过办理旅游签证、中间联络、代购代销,为旅游者导游、交涉、代办手续,并利用本商社的交通工具、住宿设备提供服务,从而取得报酬的行业。这种观点实际上是将旅游业等同于旅行社行业,其弊端在于将旅游业的范围限定得过于狭窄。而另外一种关于旅游业的惯常说法是,旅游业包括旅行社、旅游饭店和旅游交通三大支柱产业,这一观点实际上是将过去常说的旅游媒体等同于旅游业,其弊端同样是将旅游业的范围限定较窄。

相对来说,张陆和谢彦君有关旅游业的观点和认识是较为科学的。张陆等(2001)认为,所谓旅游业是指直接为旅游者在旅游活动中的食、住、行、游、购、娱等活动提供产品和服务的行业的总称。它包括的行业有:旅游饭店业、旅游交通运输业、旅行社业、游览娱乐业(旅游资源开发经营业)、旅游购物品经营业(旅游商业)5个行业。旅游业的经营活动是直接围绕着旅游者的食、住、行、游、购、娱等活动来展开的,它内部的5个行业形成了以旅游者为直接服务对象,以他们的食、住、行、游、购、娱为主要环节的行业群。从旅游业的行业构成来看,旅游业明显属于第三产业的范围。

谢彦君(2011)认为,旅游业可以分为狭义旅游业和广义旅游业。狭义旅游业就是由各个提供核心旅游产品以满足旅游者的旅游需求的旅游企业所构成的集合,即通常所说的旅游观赏娱乐业;而广义的旅游业是由各种提供组合旅游产品以满足旅游者的所有需求的旅游企业和旅游相关企业所构成的集合,即通常所说的旅游业,包括旅游观赏娱乐业、餐饮住宿业、旅行社业、交通通信业和旅游购物品经营业。

应当说,张陆和谢彦君的观点较为科学地反映了旅游业的实际情况,也是我们认识和理解旅游业的本质和内涵应当坚持和遵循的观点。从这个意义上来看,尽管二人没有直接表述,但他们所论述的旅游业实际上就是通常所说的旅游产业。