

相思湖管理论丛

中国旅游产业升级的
规模与效率研究

吕本勋◎著

中国社会科学出版社

相思湖管理论丛

中国旅游产业升级的
规模与效率研究

吕本勋 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游产业升级的规模与效率研究/吕本勋著. —北京:
中国社会科学出版社, 2016. 8

ISBN 978 - 7 - 5161 - 8425 - 7

I. ①中… II. ①吕… 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 (2016) 第 138272 号

出 版 人 赵剑英

责任编辑 王 曦

责任校对 周晓东

责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

网 址 <http://www.csspw.cn>

发 行 部 010 - 84083685

门 市 部 010 - 84029450

经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司

装 订 廊坊市广阳区广增装订厂

版 次 2016 年 8 月第 1 版

印 次 2016 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 12.75

插 页 2

字 数 201 千字

定 价 48.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

序

改革开放以来，我国旅游业取得了突飞猛进的发展。2015 年，国内出游人数突破 40 亿人次，出境旅游人数 1.2 亿人次，旅游总收入超过 4 万亿元人民币，旅游产业对 GDP 综合贡献率达 10.1%，超过教育、银行、汽车产业，旅游就业人数占总就业人数的 10.2%。旅游业的综合带动效应日益增强，在国内居民消费需求、投资建设、出口贸易中的地位不断提升。

当前，我国经济进入中高速新常态发展期，随着国家扩大消费需求，着力推进供给侧改革，旅游业成为拉动消费需求，推动供给侧改革，促进产业结构优化的重点发展产业，促使我国旅游产业进入了转型升级的关键时期。因此，如何推进旅游供给侧改革，加快旅游产业转型升级，需要更多的学者从理论上进行深入研究，以指导旅游业的建设发展，实现把旅游业建设培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。

吕本勋博士是我在云南大学工商管理与旅游管理学院担任博士生导师指导的博士生之一，在读期间就跟随我完成一系列旅游发展研究和专项规划编制工作，特别对旅游经济发展和旅游产业成长规律性问题很感兴趣，并将其博士论文聚焦于旅游产业升级问题的研究上，完成了《中国旅游产业升级的规模与效率研究》的博士学位论文。本书就是在其博士学位论文基础上形成的研究论著，全书从产业经济发展的规模、效率变迁等规律性切入，分析和界定了旅游产业升级的核心问题，构建了理论分析框架，并结合我国旅游业发展的实际情况，进行了定量实证分析和比较研究，提出了通过释放需求潜力，推动规模升级；促进要素服务能力转化，提升要素效

率；实施全面创新，创造技术升级环境等路径和战略，推动我国产业转型升级，不仅观点新颖、逻辑结构严密、内容系统完整，而且论述科学严谨、应用方法简洁、分析规范有据，研究结论具有较强的理论性和实践性，既丰富了旅游产业经济理论，同时对于我国旅游产业升级也具有现实的指导意义。

是为序！

罗明义教授

2016 年 7 月 16 日

摘 要

2009 年,《国务院关于加快发展旅游业的意见》的 41 号文件将旅游业定位为“国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。这是中国经济转型升级时期国家对旅游产业新的定位,也是新时期对中国旅游产业升级提出的目标。围绕中国旅游产业升级,国内学者从 20 世纪 90 年代开始就进行了有关的研究。多数学者都是从旅游产业如何转型和结构如何优化来研究旅游产业升级的,因此,有关的研究也可以称为旅游产业转型升级,即从转型的角度来促进旅游产业升级。然而关于旅游产业升级这一根本性命题却少有人进行系统的研究,即什么是旅游产业升级、旅游产业如何升级、怎样评价旅游产业升级和如何促进旅游产业升级。

本书以旅游消费升级、旅游产业地位变迁、国民经济转型和旅游战略性支柱产业建设为背景,在旅游产业升级相关研究述评和旅游产业属性探讨的基础上,基于“需求的收入弹性基准”和“生产率上升基准”,从规模(量)与效率(质)两个方面对旅游产业升级进行创新性的界定和解构,建立了旅游产业升级的机制和评价体系,完成了对旅游产业升级的理论建构和实证研究。

本书包含以下六个方面内容,从理论和实证相结合的角度全面回答了上述有关旅游产业升级的四个问题。

第一,首先对国内外有关旅游产业升级的文献进行述评。研究发现,有关旅游产业升级的研究零碎而不成体系,各方研究难以相互支撑,没有形成对旅游产业升级这一命题的系统构建。

第二,本书对旅游产业升级从规模(量)和效率(质)两个方面进行界定和解析,建立起旅游产业升级理论框架和评价体系,奠

定了旅游产业升级进一步研究的理论基础。

第三,旅游产业升级的规模研究主要从潜力、结构和规模三个方面展开和测算,通过相关性和因果关系的一致性分析,构建起旅游产业规模升级的机制。研究发现:(1)旅游产业潜力通过释放促进市场变迁、行业变迁、产业融合和产业集聚,实现产业结构优化和旅游产业规模升级;(2)旅游产业规模升级存在内在的一致性机制,即潜力是结构的格兰杰原因,结构是规模的格兰杰原因。

第四,旅游产业升级的效率研究主要从单要素效率和全要素效率两个方面展开,着重对旅游产业及其各行业的全要素效率进行分解和趋势分析,以把握旅游产业效率升级的规律和趋势特征。研究发现:(1)旅游产业效率升级是一个连续的过程,技术进步是主要特征,劳动引致有上升趋势,资本引致有下降趋势;(2)旅游产业效率升级的实证研究告诉我们,旅游产业升级不能仅仅寄希望于资本的投入,要重视劳动要素,特别是具有广泛意义上的技术进步的影响;(3)旅游产业各行业效率升级具有异质性特征。

第五,对旅游产业升级的规模和效率进行了交叉分析、相对有效性评价和分级,确定中国旅游产业升级所处的阶段特征、旅游产业升级的有效性和级数,以奠定旅游产业升级的基础优势。研究发现:(1)中国旅游产业升级还处在以规模升级为主导的阶段,旅游产业效率升级整体缓慢,旅游产业各行业表现略有差异;(2)与国民经济和第三产业典型行业相比,中国旅游产业规模升级有效性明显,旅游产业效率升级有效性明显,旅游产业升级显著,旅游产业优势突出;(3)旅游产业升级的级数均大于1,其呈快速上升趋势。

第六,着重探讨了旅游产业升级的市场路径和政府作用。在旅游产业的规模升级、效率升级和相对综合评价等研究基础上从影响旅游产业规模升级和旅游产业效率升级的主要因素切入寻找促进旅游产业升级的市场路径和政府作用。在旅游产业升级的市场路径方面从三条路径展开探讨:(1)释放需求潜力,推动规模升级;(2)促进要素服务能力转化,提升要素效率;(3)实施全面创新,创造技术升级环境。在旅游产业升级的政府作用方面从三大

战略展开探讨：（1）促进消费升级，做好战略顶层设计；（2）提升要素效率，支撑旅游产业升级；（3）鼓励技术创新，发挥市场环境潜力。

关键词：旅游产业升级 规模研究 效率研究 市场路径 政府作用

Abstract

In 2009, the Chinese State Council General office Document No. 41 “Views on the Acceleration of the Development of Tourism Industry” positioned tourism as “the strategic pillar industry of the national economy and the modern service industry with more satisfaction with the people”, which is a new positioning of the tourism industry in the period of China’s economic transformation and industrial upgrading, and is also a new goal for tourism industry upgrading in a new era. Domestic researchers have published a lot of articles around tourism industry upgrading since 1990. Most people made research of tourism industry upgrading from the view of transformation and construct optimizing. But almost no person makes systematic research of tourism industry upgrading, including such questions: What is tourism industry upgrading? Tourism industry upgrading is what like how? How to evaluate tourism industry upgrading? And how to promote tourism industry upgrading?

Basing on touristic expending upgrading, tourism position upgrading, China social and economic transformation and tourism titled strategic pillar industry, this article makes review relating to tourism industry upgrading and explores essence of tourism industry. And the article basing on “demand elastic standard” and “production efficiency standard” creatively makes concept of tourism industry upgrading including scale and efficiency, and construct mechanism and evaluation system of tourism industry upgrading. Then the article answers the four questions above about tourism industry upgrading though six aspects of statistic analysis.

Firstly, Making review of research on tourism industrial upgrading in domestic and abroad. Review research finds the study on tourism industry upgrading is mutually fragmented and difficult to support tourism strategy. Tourism industry upgrading needs further constructive and systematic research.

Secondly, This paper makes systematic research on concept of tourism industry upgrading and evaluation of mechanism from “Scale” and “Efficiency”. Thus the above research builds up a theoretical framework and evaluation system for the tourism industry upgrading and gives an overall qualitative understanding of tourism industry upgrading.

Thirdly, Making research of “Scale” on tourism industry upgrading. This part analyzes the potential, structure and size of tourism industry, meanwhile exploring its consistency, progressive resistance, and cross – correlation in mechanism. “Scale” research finding’s: (1) Tourism potential can promote tourism industrial construct optimizing and then promote tourism industrial scale upgrading by the way of market’s transition, industry’s transition, industrial integration and industrial cluster. (2) Internal consistency exists in tourism industrial scale upgrading mechanism. The potential is Granger cause to the structure, and the structure is the Granger cause to the scale.

Fourthly, Making research of “Efficiency” on tourism industry upgrading. This part from the view of one – factor efficiency and total – factor efficiency makes trend analysis of tourism industry and its inner various industries to grasp the trend of characteristics of tourism industry efficiency upgrading. “Efficiency” research finding’s: (1) The tourism industry efficiency upgrading is a continuous process, in which technological progress is the main feature, labor cause is in an upward trend and the capital caused is in a downward trend; (2) The statistic analysis of “Efficiency” on tourism industry tells us that tourism industry upgrading don’t relay on heavily on capital investment, but on labor inputs and especially on tech-

nological progress in extensive sense.

Fifthly, Making cross and relative effectiveness analysis of tourism industry “Scale”, “Efficiency” and “Class” is to determine Chinese tourism industry upgrading’s and effectiveness’ features. Research founding’s: (1) Chinese tourism industry updating is still in the stage of scale – leading upgrading. And efficiency upgrading in tourism industry in whole is slowly. It is different in different part in tourism industry. (2) Relatively comprehensive analysis of the tourism industry upgrading discovered that the effectiveness of Chinese tourism industry scale upgrading is obvious and efficiency upgrading is also obvious, and the overall effectiveness of tourism industry upgrading is significantly obvious. (3) The “Class” of tourism industry upgrading is bigger than “1” and rising speedily.

Sixthly, Focusing on the market path and role of government in process of tourism and industrial upgrading. Basing on scale upgrading, efficiency upgrading and relatively comprehensive evaluation of Chinese tourism industry, this part explore the market path and function of government to promote tourism industry upgrading from the main factors influencing tourism industry scale and efficiency upgrading. Market path in tourism industry upgrading includes three parts, namely the potential releasing of tourism demand to promote scale upgrading, promoting the capabilities of conversion of services factor to enhance the efficiency upgrading, and implementation of a comprehensive innovation to create environment of technology upgrading. The role of government in tourism industry upgrading includes three strategies, namely promoting consuming upgrading by making good strategy design form government top level, enhancing elements efficiency to support tourism industry upgrading, and encouraging technological innovation by releasing market potential.

Keywords: Tourism industry upgrading Scale research Efficiency research Market path Government role

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景与问题提出	1
一 旅游消费的升级	1
二 旅游产业发展地位的提升	5
三 国民经济转型升级	13
四 旅游战略性支柱产业建设	14
五 问题提出	16
第二节 研究综述	16
一 旅游产业升级概念的述评	16
二 旅游产业升级内容的述评	17
三 旅游产业升级结构的述评	22
四 旅游产业升级的规模与效率研究述评	23
五 旅游产业升级研究评价的总结	29
第三节 研究目的与意义	31
一 研究目的	31
二 研究意义	32
第四节 研究内容、路线与方法	33
一 研究内容	33
二 技术路线	34
三 研究方法	34

第二章 旅游产业升级的理论构建	38
第一节 理论基础	38
一 生产要素理论	38
二 产业经济理论	39
三 旅游经济理论	40
四 计量经济理论	41
第二节 旅游产业的内涵	42
一 旅游产业的属性	42
二 旅游产业的边界	44
三 旅游产业的结构	46
第三节 旅游产业升级的概念	49
一 旅游产业升级的定义	49
二 旅游产业升级的内涵	50
三 旅游产业升级的特征	52
第四节 旅游产业升级的机制与评价	54
一 旅游产业升级的机制	54
二 旅游产业升级的规模与效率测评体系	55
三 旅游产业升级的相对综合评价与分级	57
第三章 旅游产业升级的规模研究	59
第一节 旅游产业升级的潜力分析	60
一 旅游产业升级的潜力	60
二 旅游产业升级的潜力释放	63
三 旅游产业升级的潜力释放评价	63
第二节 旅游产业升级的结构分析	68
一 市场结构升级	68
二 行业结构升级	69
三 产业融合升级	71
四 产业集聚升级	73

五	旅游产业升级的结构效益	75
第三节	旅游产业升级的规模分析	78
一	旅游产业规模升级的影响因素分析	79
二	旅游产业升级的规模指数分析	81
三	旅游产业地位指数分析	83
第四节	潜力、结构与规模的一致性分析	85
一	旅游产业规模升级的相关性分析	85
二	旅游产业规模升级的格兰杰检验	86
三	一致性分析总结	87
第四章	旅游产业升级的效率研究	88
第一节	旅游产业升级的效率	88
一	旅游产业升级效率的界定	88
二	旅游产业升级效率的测算思路与方法	89
第二节	旅游产业升级的单要素效率分析	89
一	旅游产业	90
二	旅游产业内各行业	91
第三节	旅游产业升级的全要素效率分析	94
一	旅游产业	99
二	旅游产业内各行业	100
第四节	旅游产业效率升级的分析与总结	108
一	效率与贡献的递进性分析	108
二	旅游产业效率升级的总结	109
第五章	旅游产业升级的综合评价、市场路径和政府作用	111
第一节	旅游产业升级的综合评价	111
一	规模与效率的交叉评价	111
二	旅游产业升级的相对综合评价	120
三	旅游产业升级的分级评价	122
第二节	旅游产业升级的市场路径	124

一	释放需求潜力，推动规模升级	124
二	促进要素服务能力转化，提升要素效率	125
三	实施全面创新，创造技术升级环境	126
第三节	旅游产业升级的政府作用	127
一	战略一：促进消费升级，做好战略顶层设计	128
二	战略二：提升要素效率，支撑旅游产业升级	129
三	战略三：鼓励技术创新，发挥市场环境潜力	131
第六章	研究总结、创新与展望	133
一	研究总结	133
二	研究创新	134
三	研究展望	134
附录 I：	文中数据资料	136
附录 II：	有关的论文与文献目录	170
参考文献		172
后记		185

第一章 绪论

中国旅游产业升级的规模与效率研究的背景是旅游消费的升级、旅游产业地位的变迁、国民经济的转型和旅游战略性支柱产业建设的国家战略。下面将以此为背景提出本书所要研究的问题，在旅游产业升级有关研究述评的基础上，阐述本书研究的目的和意义，并设计研究内容、路线和方法。

第一节 研究背景与问题提出

一 旅游消费的升级

消费升级是一个各类消费支出在消费总支出中比例变化的过程，它反映了消费水平和层次的提高。^①消费升级通常也被理解为消费水平和消费规模的提升。^②一般来说，消费升级可用“收入水平和收入差距，标志性消费品和需求层次水平”^③等指标来衡量。旅游消费是在人们收入水平提高的背景下，在满足了基本生理和安全需要层次的基础上的一种以寻求社会交往、获得尊重和自我实现（包括获得知识）为主要需求特征的高层次消费，已经成为工业化国家

① 文魁：《论消费升级的几个核心问题》，《前线》2013年第10期。

② 消费升级这一概念在中国提出的大背景是消费支出在国民经济支出的比重不足甚至下降，因此，国家希望通过消费水平和规模的增加来提高消费对国民经济的拉动作用，借此实现国民经济增长方式的转变，同时更好地实现经济发展和民生消费的协调可持续发展。

③ 文魁：《论消费升级的几个核心问题》，《前线》2013年第10期。

和后工业化国家的标志性消费形态。因此,旅游消费的出现和旅游消费长期持续的上升本身就是消费升级的体现。

由于旅游业是需求导向的产业,因此,旅游消费的升级主要从旅游需求量和人均旅游消费水平变化的角度来进行分析。旅游需求量反映了旅游消费升级的数量特征^①,而人均旅游消费水平则反映了旅游消费升级的质的特征。具体来看,就是对国内外人均旅游消费水平进行对照分析,以反映旅游消费升级的态势。国外人均旅游消费水平的分析具体包括加拿大、法国、日本、美国、意大利、德国、英国和澳大利亚,涵盖世界四大洲高收入的八个国家,有关数据采集自《国际统计年鉴》(1980—2011年),见图1-1和附录1。中国人均旅游消费支出的分析,分为中国人均旅游消费整体水平、城镇居民人均旅游消费支出和农村居民人均旅游消费支出,有关数据采集自《中国旅游统计年鉴》(1995—2013年),见图1-2、图1-3和附录1。

1. 国外旅游消费的升级表现

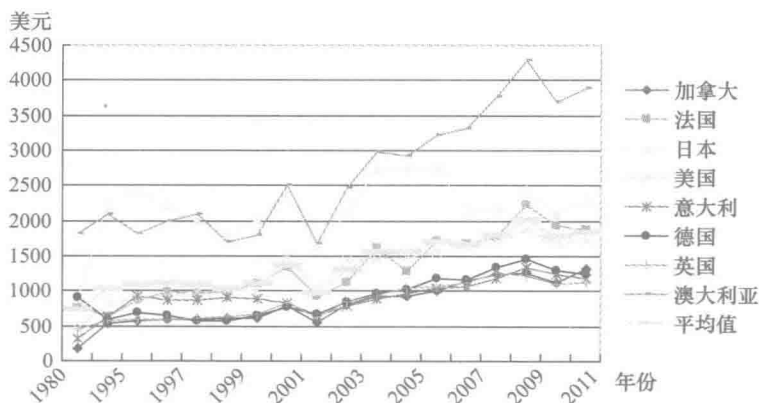


图 1-1 世界高收入发达八国人均出境旅游消费支出曲线走势 (1980—2011 年)

^① 旅游业属于第三产业,代表着产业结构演化的方向,具有投入少、产出高和无污染的特征。旅游需求量的增加不能简单地等同于类似传统钢铁企业(第二产业,具有高消耗和高污染特征)的重复建设或者简单的规模化扩张。因此,旅游需求量的增加也是旅游消费升级的重要表现形式。