

新旅游 新思想



邹统钎 / 著



区域旅游 合作模式与 机制研究

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

区域旅游合作模式与机制研究 / 邹统钎著. —天津: 南开大学出版社, 2010. 1

ISBN 978-7-310-03315-7

I. 区… II. 邹… III. 旅游业—经济合作—研究—中国
N. F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 224642 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码: 300071

营销部电话: (022) 23508339 23500755

营销部传真: (022) 23508542 邮购部电话: (022) 23502200

*

河北省迁安万隆印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2010 年 1 月第 1 版 2010 年 1 月第 1 次印刷

787×960 毫米 16 开本 10.125 印张 183 千字

定价: 28.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话: (022) 23507125

区域旅游合作模式与机制研究

邹统钎

南开大学出版社

摘要：随着经济全球化和区域经济一体化的迅速发展，区域协作已经成为普遍关注的焦点，区域旅游协作也成为各地旅游产业发展的必然选择。旅游业对于相关行业及区域经济的拉动效应已不言而喻，在经历了景点竞争、线路竞争、城市竞争之后，我国的旅游业现已进入了互换资源、差异化发展的区域性旅游合作阶段。在旅游区域经济合作的浪潮中，国内外各个发展旅游业的地区都在探讨或者试行适合于本区域的合作模式，近年来，对旅游业跨行政区域、跨行业、多种形式的全方位合作及其合作的可操作模式的探讨成为了主要的研究趋势。在这一趋势下，顺应时代潮流，抓住历史机遇，加强区域协作，营造共赢格局，已成为京冀区域旅游业发展的迫切需求和新的动力。

关键词：博弈论；京冀地区；区域旅游合作；旅游产业政策；

目录

第 1 章 绪论.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 选题意义.....	1
1.3 国内外研究现状.....	2
1.3.1 国外关于区域合作的研究	2
1.3.2 国内关于区域合作的研究	3
1.4 研究目的和内容.....	7
1.5 研究方法与思路	7
1.5.1 研究方法	7
1.5.2 研究思路	7
第 2 章 旅游合作研究	8
2.1 旅游合作研究的基础理论	8
2.1.1 比较优势理论	8
2.1.2 竞争优势理论	8
2.1.3 增长极理论	9
2.1.4 核心—边缘理论.....	10
2.1.5 旅游圈理论	11
2.2 旅游合作战略研究	13
2.2.1 资源共享	13
2.2.2 市场共拓	14
2.2.3 信息共通	14
2.3 我国区域旅游合作的特点与发展趋势	14
2.3.1 我国旅游合作的特点	14
2.3.2 我国旅游合作的发展趋势	15
2.4 我国区域旅游合作存在的问题	15
2.4.1 资源缺乏整合	15
2.4.2 交通不便制约着区域旅游的合作	16
2.4.3 区域壁垒仍是合作深化的瓶颈	16
2.4.4 区域旅游合作的战略千篇一律，缺乏针对性	16
2.4.5 制度化建设欠缺，可操作性较差	16
2.4.6 区域旅游协作缺乏明确的协作战略	16
2.4.7 协作深度不够，协作主体较为单一	17
第 3 章 京冀旅游合作现状	18
3.1 京冀旅游业发展状况	18
3.2 京冀旅游合作的必要性和意义	22
3.2.1 必要性	22
3.2.2 意义	23
3.3 京冀旅游合作的现状和前景.....	24
3.3.1 现状	24

3.2.2 前景	25
第 4 章 京冀旅游合作分析和合作方略	26
4.1 旅游资源空间分析与合作方略	27
4.1.1 旅游资源空间组合分析	27
4.1.2 合作方略	32
4.2 交通环境分析与合作	35
4.2.1 交通环境分析	35
4.2.2 京冀交通合作方案	38
4.3 旅游产业链分析与合作	40
4.3.1 旅游产业链分析	40
4.3.2 产业链合作的方法	41
第 5 章 结论	43

第 1 章 绪论

1.1 研究背景

加强区域合作，促进区域协调发展，是我国经济社会发展整体战略的重要组成部分，是新世纪、新阶段实现我国经济又好、又快发展的重要内容，也是各级政府落实科学发展观，推动经济社会协调发展的战略举措。区域旅游合作是区域合作的重要组成部分。就旅游业发展本身而言，通过共同研究制定区域旅游发展战略，打造区域旅游产品和品牌，实现区域间在旅游公共服务基础设施，旅游综合服务配套，旅游人才、资源和信息网络共享，必将在推进区域内各地区旅游产业发展的同时，拉动、带动中国旅游产业的发展。就地区社会经济发展而言，通过区域旅游合作，将在带动本地区和区域间旅游相关产业发展的同时，促进、推动文化发展和社会和谐，实现本地区社会经济的协调发展。

在认真贯彻十七届五中全会精神，促进环渤海及北京周边 9 省（区、市）和中国十大主要热点旅游城市的全面合作，本着“构建区域旅游一体化，促进环渤海及北京周边 9 省（区、市）旅游业的共同繁荣”、“构建热点旅游城市旅游市场一体化，实现国内旅游热点城市共同发展与繁荣”的指导思想和“加强联合、资源共享、优势互补、互利共赢”的合作原则，实现旅游资源、产品、市场、信息、客源和利益共享的战略目标，推动旅游产业的可持续发展的契机下，本文从博弈论的角度来探讨京冀区域旅游的合作问题，具有其重要的时代和经济意义。

1.2 选题意义

博弈论研究的是主体与主体之间利益相互制约下策略选择时的理性行为及相应结局。而区域旅游协作正是在各协作成员的利益相互影响、相互制约的前提下进行的，利益的分配和利益的协调将在很大程度上影响到区域旅游协作的稳定性。将博弈论引入到京冀区域旅游协作的研究当中，能更为清晰完整地分析京冀旅游业发展的冲突与合作，有利于深入探讨其存在的问题和解决途径。

京冀区域旅游资源丰富，旅游产业具有良好的合作潜力和广阔的发展前景。京冀旅游产业的发展，不仅需要本区域加强合作，更需与周边地区协同配合，互通信息，客源共享，产品互补，效益互享，以实现区域旅游一体化格局，从而提

高区域旅游产业规模优势。在认真贯彻落实中央实施的环渤海发展战略,适应环渤海地区社会、经济、文化发展的需要,同时借助北京成功举办第 29 届奥林匹克运动会的影响力,进一步发挥北京市旅游中心城市的带动作用,促进区域旅游合作的发展和进一步深化环渤海地区以及中国主要旅游热点城市的旅游合作,共同促进区域经济、社会和旅游业的繁荣与发展的时代背景下,对京冀旅游合作进行博弈分析对建立一种稳定和谐、互惠互利、动态平衡的旅游空间竞争与协作关系,构筑一个优势互补、资源共享、市场广阔、充满活力的京冀区域旅游发展格局,具有重要的现实意义和战略意义。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 国外关于区域合作的研究

区域合作的研究是贯穿于经济理论和区域发展理论之中,大体上可以从区域分工、区域关系、区域开发三个方面进行考察。

区域分工是合作的前提条件,因而分工理论则构成区域合作的理论基础。比较优势理论是随着自由贸易的发展而产生的。A. Smith 的绝对成本说和 O. Ricarto 的比较成本说从供给与成本的角度论述了国际贸易的成因。而哈伯勒则主张用比较机会成本代替比较劳动成本解释国际贸易产生的原因,认为生产机会成本低的商品有比较优势,参加分工和交换能为双方带来利益^[6]。E. Heckscher 和 B. Ohlin 的要素禀赋论(H-O 模型)认为生产要素禀赋的差异导致了国际贸易的产生。美国学者 M. Posner 等提出新技术贸易论,认为技术差距的存在使得某一个领域内新产品问世后之后至其他国家仿制的出现以前这一段时间内,创新区域具有出口优势,但动态技术优势会随着技术的国际化而消失。R. Vernon 则提出了产品生命周期理论,认为技术条件的变化是影响工业品贸易格局的决定因素,一切产品都有创新、成长与成熟、标准化、衰退这样一个过程,阶段的不同导致了不同区域之间因地制宜进行合作。两位美国学者的观点如出一辙^[7]。前苏联经济学家巴朗斯基将劳动分工理论引入经济地理学,并结合经济区和经济地域组织研究,形成了劳动地域分工论,它是不同层次、不同内容的部门分工在地域上的表现,其所产生的物质运动和联系纽带表现为交通通讯网络,与分工的区域条件、生产的部门和空间结构共同构成了经济地域系统。Frobel、Heinrichs、Kreye 等人提出了新国际劳动分工理论,认为国家力量和保护权力的降低导致了

资本间的强烈竞争、导致了资本的结构变动，工业布局的消费指向性重新调整，高技术由发达国家承担，低技术由第三世界承担，跨国公司的发展、跨国资本的流动使一些技术扩散到第二世界，通过这些部门的“滴流效应”，最终改变当地其他经济部门，并解释了相对落后地区的经济发展的外部动因^[8]。

区域关系的研究也是区域合作的重要内容之一。相互依赖理论认为世界经济的相互依赖是资本主义发展的客观要求和必然趋势，不同的社会制度可以通过经济关系连接起来，并且西方经济学家运用数学模型进行定量分析。其主要指标有：贸易依存度、贸易结合度、对外依存度等。发达与欠发达地区关系理论认为世界体系由核心国家、半边缘区、边缘区和外部地区构成，其特征是体系中的生命自我控制，其发展的动力是内在的。

不同的地区开发方式的选择，对区域合作有着重要的意义。法国经济学家 F. Perroux 率先提出了增长极这一概念，其基本思想是“增长并非出现在所有地方；它以不同的强度首先出现在一些增长点或增长极上；它通过不同的渠道向外扩散，并对整个经济产生不同的最终影响。”法国经济学家 J. R. Boudeville 认为“增长极是在城市区配置不断扩大的工业综合体，并在其影响范围内引导经济活动的进一步发展。”瑞典经济学家 G. Myrdal 提出了累积循环理论。认为市场力的作用通常是倾向扩大而不是缩小区域间的差距。在资本主义市场机制自发作用的情况下回流效应总是大于扩散效应，会出现“马太效应”，主张实行国家干预。美国规划师 J. Friedmann 用一些经济和非经济变量来研究与阐述“核心与边缘”模式，从理论上解释区域发展过程在经济、社会和政治方面以空间表达自己，以及作为结果的空间结构如何随时间的变化^[9]。

1.3.2 国内关于区域合作的研究

我国对区域旅游协作的研究起步于 20 世纪 80 年代，90 年代获得了较大的发展，进入新世纪，学术界更加关注。薛莹对我国区域旅游协作研究的发展进行了回顾，分为四个阶段：1) 起源阶段(1980-1984)，这一时期，关于改革旅游管理体制、加强旅游横向联合、发展区域旅游的论文逐渐增多；2) 起步阶段(1985-1991)，主要研究加强横向联合、发展区域旅游等热点问题；3) 发展阶段(1992-1998)，这一阶段有关区域旅游协作研究的论文数量明显增多，研究内容上也更广泛、深入涉及到更多地区之间的旅游协作问题；4) 提升发展阶段(1999 至今)，这一时期区域旅游协作的研究进入提升发展期，研究内容更加深入、全

面^[10]。

这一划分比较清晰地展现了我国区域旅游协作研究的历程。总体来讲，我国学者对区域旅游协作的研究起步较晚，研究领域主要集中在以下几个方面：

1. 基础理论方面。王衍用提出“阴影区”理论，认为近距离的旅游资源雷同，导致了旅游资源的“减值效应”，在此基础上提出区域联合开发的构想^[11]；吴泓、顾朝林基于共生理论对区域旅游协作展开研究，旅游共生思想突破了传统的狭隘竞争观念、主张以契约为纽带，通过相互间的共存合作来获取竞争优势，实现“共赢”的目标^[12]；汪宇明借鉴核心—边缘理论探讨了旅游资源的区域整合、景区土地利用规划与都市旅游图层构造以及区域旅游的联动发展^[13]；田苗、杨春宇运用经济学中的增长极理论和点—轴理论，探索通过培育旅游业的增长极，以点带轴，来促进区域旅游业的蓬勃发展^[14]；尹贻梅以区域经济学中的地域分异规律、比较优势理论与竞争优势理论为基础并结合旅游者空间行为规律，构建了旅游空间竞争合作的分析模型^[15]；孙海燕、陈烈、邓培雁从协同学的观点出发，认为旅游开发的区域协作较分散孤立的开发，能产生“整体大于部分和”的优势，降低成本，产生规模效益^[16]；钱益春运用生态位理论作为区域旅游协作的理论基础，从旅游区域内各单元的“定位”入手，通过各个旅游区形成具有一定差别的“生态位”，形成各地合理的旅游系统分工体系，实现相互间的协调发展^[17]；崔凤军将旅游经济发展的流动性、开放性、关联性等规律作为城市旅游的空间竞争与合作的动因^[18]；梁艺桦、杨新军、马晓龙应用系统学自组织理论，从合作的前提、诱因、道路、方式、动力和前途等方面对区域旅游合作演化与动因进行探讨^[19]；梁艺桦、杨新军以博弈理论作为研究区域旅游活动的理论基础，认为区域旅游活动各参与者之间的关系总是竞争与合作并存，提出区域旅游活动竞合博弈战略，即建立在对区域旅游活动博弈分析基础之上，关于何时选择合作竞争、如何合作竞争的一整套行动策略^[20]；李树民认为区域旅游协作是一种经济理性人在利益驱动心理支配下的经济行为，互补关系是产生合作行为的动力源泉，在多种互补关系中，最重要是资源的互补性，区域旅游协作的实质表现为区域旅游资源优化区间的一种扩展^[21]。

2. 旅游联合促销方面。旅游联合促销是协作实践与研究中常被关注的一个热点，大多数研究者认为，联合行动是旅游联合促销中的关键。余录生认为联合促销在内容上要注重强调形象，缺乏统一协调的联合促销，极易产生经济上所称的

“合成谬误”^[22]。李树民等认为,旅游市场规模扩展与旅游促销经费投入密切相关,如果一个国家旅游促销投入未能和旅游市场扩展同步的话,旅游促销这一市场激励因素就会转化为制约旅游市场进一步拓展的滞后因素^[23]。

3. 旅游协作空间结构方面。在旅游协作空间结构方面,张二勋认为科学合理地建立不同层次的“旅游地域综合体”,是旅游业取得良好经济效益和实现平衡布局的关键^[24];许惠芳提出构成纵横交错、多层次和多系统的“旅游网络”是西安旅游业大发展的必要条件^[25];阎友兵提出了“旅游圈”的概念,即为获得最佳经济、社会和环境效益,以旅游资源为核心组成的具有一定地理范围的协作区域,是一定区域内各种旅游经济要素间相互联系、相互作用而形成的区域空间组织形式^[26],相关成果还有武汉大旅游圈,大桂林旅游经济圈,黄山大旅游圈,环渤海旅游圈,大三峡旅游经济圈等的构建^[27]。

4. 旅游协作模式方面。陶伟以苏南 3 个水乡古镇的旅游发展为例,提出主导旅游资源相似的临近地域旅游发展的“竞合模式”(C-C 模式),竞合的动力以区域旅游的整体发展为背景,以相关地方的利益为基础,以市场交易为基本方式,以政府协作为补充,在塑造和发挥各相关地方及景区特色的基础上,最终建设富有吸引力的旅游目的地^[28];尹贻梅提出了区域组合和产品组合两种旅游空间竞争合作类型,并建立了以市场为主导、政府推动、地区参与的协作运作模式^[15];杨荣斌等在构造区域旅游合作机制认知模型及其发育环境的类型分析后,从地理学空间视野提出了区域旅游协作的 5 种结构模式: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,并从模式的内在结构和外部形态两方面进一步分析模式动态演化的 5 种趋势^[29]。

5. 旅游利益主体方面。张伟等以四川省乐山市为例探讨了利益主体(stakeholder)理论在区域旅游规划中的应用^[30];社区参与实际上是弱势群体这一利益主体如何实现与其他利益主体在旅游地规划管理中的合作,保继刚等以阳朔遇龙河风景旅游区为例,探讨了旅游规划的社区参与^[31]。

6. 旅游协作系统方面。在旅游系统方面,郭康曾就北方八省(北京、天津、河北、山西、辽宁、河南、山东、内蒙)提出构建我国最大的区域旅游协作系统,形成以北京为核心的多中心、多层次、多功能、多市场的综合性旅游空间协作系统^[32];佟玉权以区域系统结构理论为指导,阐述旅游活动诸要素在特定部门特定地域上的结构问题,并提出结构优化的一般途径,从系统科学的角度提出了科学

组织区域旅游系统结构的一系列理论与方法,对区域旅游合作的理论进行了有益的探讨^[33]。

7. 旅游协作实证方面。在国内,区域旅游协作研究中涉及较多的是实证研究。如梁明珠通过对泛珠三角旅游资源的分析比较,研究旅游资源整合的模式,提出构建泛珠三角特色资源带的设想和相关整合营销策略,探讨了泛珠三角区域旅游合作的共赢之路^[34];董观志、白晓亮从国际视野的经济全球化和区域经济一体化的角度研究了广深珠旅游合作问题^[35];崔凤军研究了杭州旅游接轨上海的必要性、内容与措施,以更好地实现两市旅游合作发展^[36];杨念具体分析了粤港澳旅游合作在新时期面临的挑战,提出自己的建议^[37];张琛运用 SWOT 方法分析了长三角区域旅游合作的优劣势,提出建立长江三角洲区域旅游合作的对策^[38];马晓冬、沈正平等提出了区域旅游合作的理论框架,并且基于此框架进行了徐(州)连(云港)旅游带实证研究^[39];张河清以侗文化为纽带,提出湘、黔、桂三省(区)省际边境区域的旅游开发应打破行政区划限制,加强区域合作,构建中国侗文化旅游圈^[40];闫兴亚在分析闽粤赣交界处资源特色的基础上,认为闽粤赣边界地区可以利用客家文化进行三种不同层次的区域旅游合作^[41];张新分析了中部五省区的旅游机制、规划、行业、标准对区域旅游协作构成的障碍,探讨了促进中部旅游业共同发展的有效途径^[42]。此外,学者们还对京津唐、川黔渝、晋陕豫、环渤海、环太湖、环洞庭、大武汉、大三峡、大湘西、大香格里拉等区域的旅游协作进行了实证研究。

综上所述,国内对区域旅游协作的研究呈现出以下特点:1)理论建设较为薄弱。其他相关学科,如经济学中最新研究成果很少被用来分析我国区域旅游协作问题,运用较少,许多学者做出的结论失之浅显;2)个案研究多偏重于协作构想的提出,且不同学者对不同地域的协作构想在分析上有雷同倾向,缺乏研究方法上的创新;3)区域旅游协作中存在问题的介绍与评述,大多数以报道和议论形式发表,缺乏对存在问题的系统归纳;4)已有区域旅游协作规范研究中,大量学者采用“应该……”、“要……”模式,而对这种对策的理论基础、价值判断标准、实际操作方式以及为什么“应该……”缺乏深入探讨。另外,许多研究仍停留在“原则”罗列上,对区域旅游协作发生发展规律与内生机制研究不够。

1.4 研究目的和内容

本文通过对京冀地区旅游发展和合作现状的分析，发现旅游合作中的问题，并立足区域分工理论、边缘核心理论和产业集群等理论，通过对京冀地区的旅游资源、交通环境和产业链进行分析，提出区域合作的具体方案。

1.5 研究方法思路

1.5.1 研究方法

本文采取理论探讨与实证研究相结合的办法，在研究过程中采用如下几种方法：

1. 文献研究

本文通过检索大量的相关文献资料，对国内外区域旅游协作发展的研究状况和典型案例进行梳理、综述，了解这一领域国内外发展动态、一般规律和未来趋势。此外，也通过研读相关交叉学科的研究成果，如博弈论、福利经济学、区域一体化等相关领域的文献资料，为论文提供理论背景支撑。

2. 案例分析

本文根据现实需要，以京冀地区为实际案例，区域旅游协作进行了案例分析。以京冀地区这样一个我国很热的旅游协作区域为实证案例，既可以避免案例分析的以偏概全之倾向，又有利于解决实际问题，必要性和可能性兼有，理论价值和现实意义俱在。

3. 专家咨询

对研究过程中遇到的某些问题和研究结果进行专家咨询，专家咨询的方式可以是网上咨询，也可是通信咨询，或面对面咨询，通过专家咨询为本文的研究提供重要的观点支持和帮助。

1.5.2 研究思路

（1）提出研究对象。本文主要研究京冀地区区域旅游协作现状和存在的问题；

（2）分析问题。运用运用区域协作的基础理论，分析京冀地区旅游的资源、交通、产业链方面的优势和劣势；

（3）解决问题。通过对京冀地区分析，提出相应的解决措施。

第2章 旅游合作研究

2.1 旅游合作研究的基础理论

2.1.1 比较优势理论

比较优势理论的最初阶段以亚当斯密的“绝对成本”论和李嘉图的“相对成本”论为代表，称为“比较成本理论阶段”。亚当斯密认为，在市场经济中，受利益的驱动，微观经济主体可以按自己的特长进行分工，进行专业化生产，通过市场进行交易，最终实现自利和互利、个体利益和社会利益的最大化。这被称为“绝对优势理论”。李嘉图认为，不论一个国家的经济处于什么水平，它都有自己的相对优势。即使一个国家所有的商品的劳动成本都比另一个国家高，但只要这些商品的劳动成本存在差异，那么该国就能通过专业化生产成本相对较低的商品，从而在贸易中获利。

比较成本理论阶段以后，出现了“要素禀赋”理论，以及二战后出现的各种新贸易理论。近20年来，虽然许多经济学家从内涵到研究领域进一步发展了这一理论，但其核心却是一致的，即不同的地域应基于彼此间的差异和优势进行生产和贸易，展开分工合作，以促进资源的合理配置，实现效益的最大化。不论是绝对优势还是相对优势，不论是静态优势还是动态优势，区域经济合作的基础就是区域的比较优势。因此，比较优势理论对于区域经济合作具有一般意义上的指导作用。环京津地区资源丰富、种类齐全、各具特色，但分布不均。旅游资源的禀赋差异形成了各地区的比较优势。区域内交通、食宿、购物等旅游服务产品所依托的配套设施的非流动性，形成了旅游业及各产业间的比较优势。资源的整体性和旅游业开放性、关联性强的特点，把不同地区的相关行业、部门彼此紧密的联系在一起。环京津地区作为一个整体，发挥各自的比较优势，使旅游经济中的旅游流、物流、资金流、人员流、信息流，更加活跃，对提高区域旅游总体竞争力非常有利。

2.1.2 竞争优势理论

尽管区域旅游要素禀赋差异的比较优势理论对于区域旅游的发展具有重要

的指导意义,但随着国际国内旅游市场竞争日趋激烈和复杂,区域旅游发展仅有比较优势是远远不够的,还需把旅游的比较优势转化为区域旅游的竞争优势,达到提升旅游要素禀赋结构的目的。因此,在区域旅游合作中,还需借助竞争优势原理来构建区域旅游产业的竞争优势。

迈克尔·波特(Michael Porter)在《国家竞争优势》一书中提出了产业竞争优势的“钻石体系”:从宏观层面上看,一个国家或区域的产业竞争力取决于生产要素、需求状况、相关和辅助产业状况、同业竞争四个基本要素以及政府和机遇两个辅助要素。其主要内容为:(1)生产要素,包括初级的生产要素(一般的人力资源和自然资源)和被创造出来的生产要素(知识资源、资本资源和基础设施);(2)需求因素,主要指国际国内市场规模、发展趋势等;(3)相关产业与辅助产业,指与该产业存在前向、后向与旁侧关联的产业,相关产业和辅助产业的支持与帮助能够提高特定产业的竞争力;(4)企业战略、企业结构和同业竞争,企业的竞争状况决定了产业竞争力大小,其竞争优势可以通过成本领先、标歧立异、目标集聚战略获得,具体讲就是强化管理、提高质量、降低成本、开发特色产品、细分市场等^[44]。在上述四种基本要素之外,还存在政府和机会两种因素,也可能影响产业的竞争优势。政府可以通过制定发展战略、产业政策、财政金融政策等来影响钻石体系四种核心因素中的任何一个方面,从而达到影响产业竞争优势的目的。此外,新需求、新技术的出现等都可以打破原有的竞争状态,提供新的竞争空间,上述六个因素的组合与动态作用过程决定了产业竞争优势的来源。

竞争优势理论最初由迈克尔·波特提出,应用于产业竞争优势分析,即一个国家或区域的产业竞争力取决于生产要素、需求状况、相关和辅助产业状况、同业竞争四个基本要素以及政府和机遇两个辅助要素。刘旺、杨敏^[45](2006)将这一理论应用于我国的区域旅游规划中,他们认为竞争优势原理对旅游规划的指导意义主要体现在以下三个方面:(1)竞争优势原理使区域旅游开发战略深入分析市场需求状况和同业竞争,仔细研究同业竞争状况;(2)竞争优势原理促进区域旅游产业集群的构建;(3)竞争优势原理推动区域旅游产业发展的制度构建。

2.1.3 增长极理论

增长极(Growth Pole)的概念是由法国经济学家弗朗索瓦·佩鲁最先提出;其出发点是抽象的经济空间。根据佩鲁的思想:经济空间不是均衡的,而是处于极化过程之中,所产生的增长极是经济空间中在一定时期起支配和推动作用的经

济部门，并凭借其具有的规模经济及较强的创新能力和增长能力，通过外部经济和产业间关联的乘数扩张效应，推动了其它产业的增长。法国经济学家布德维尔继承研究了佩鲁的理论，并将增长极理论从抽象的经济空间扩展到地理空间中，认为增长极是主导推动型产业的空间聚集体，这些产业聚集在一起形成具有规模经济效益、高创新能力、高增长率，并能促进周围区域经济增长的中心区位。因而在这一理论中所谓的增长极具有双重含义，它既可以指高速增长、占据支配地位的产业部门，也可以指区域中的增长中心地，在区域经济研究中往往偏重于后者。根据增长极发展理论，一个区域的所有地区并不是以同样的速度增长的，往往是在某一点或几点发展最快，这些高速增长的点即是所谓的增长极。增长极具有极化和扩散两种效应，极化效应使中心地凭借自身的优势条件，吸引生产要素向内部聚集，形成规模经济；扩散效应主要表现为生产要素向外围转移，以“墨渍”方式缓慢扩大，其影响逐渐传播到落后地区，引致增长中心的扩张和第二级、第三级以至更多增长中心的出现，进而使整个地区出现增长。点—轴发展理论是增长极理论的延伸，该理论也是以区域经济非均衡发展的规律为出发点，十分重视“点”即增长极和“轴”即交通干线的作用，认为随着重要交通干线的建立，区域内部地区间的人流和物流迅速增加，生产和运输成本降低，产业要素和人口向交通干线聚集，形成了有利的区位条件和投资发展环境。交通干线连接地区成为经济增长点，沿线成为经济增长轴，增长点和增长轴是区域经济增长的发动机，将带动区域经济增长。

网络开发理论，是点—轴开发理论的延伸。也就是说，在经济发展到一定阶段后，一个地区形成了增长极即各类中心城镇和增长轴即交通沿线，增长极和增长轴的影响范围不断扩大，在较大的区域内形成商品、资金、技术、信息、劳动力等生产要素的流动网即交通、通讯网。在此基础上，网络开发理论强调加强增长极与整个区域之间生产要素交流的广度和密度，促进地区经济一体化，特别是城乡一体化；同时，通过网络的外延，加强与区外其它区域网络经济的联系，在更大的空间范围内，将更多的生产要素进行合理配置和优化组合，促进更大区域内经济的发展。

2.1.4 核心—边缘理论

1966 年美国区域规划专家弗里德曼根据对委内瑞拉区域发展演变特征的研究，以及根据穆尔达尔和赫西曼等人有关区域经济增长和相互传递的理论，系统

地提出了“核心——边缘”的理论模式^[46]。弗里德曼认为,任何一个国家都是由核心区域和边缘区域组成。核心区域指城市集聚区,工业发达,技术水平较高,资本集中,人口密集,经济增速度快,包括:①国内都会区;②区域的中心城市;③亚区的中心;④地方服务中心。边缘区域是那些相对于核心区域来说,经济较为落后的区域。汪宇明^[47](2002)通过对核心—边缘理论的旅游价值的深入研究,认为核心—边缘理论在区域性旅游规划中运用的关键是结合旅游目的地和旅游客源地之间的相互发展演变的动态规律,不断地为旅游空间结构变动提供认知解释模型和理论指导,促进核心—边缘区域关系的变动和转型,达到促进区域旅游增长的规划目标。核心—边缘理论的全部价值在于提供了一个关于区域空间结构和形态变化的解释模型,并且把这种区域空间结构关系与经济发展相联系,它对区域旅游格局的空间认识和旅游规划蓝图布局方面有指导意义。借鉴核心—边缘理论进行旅游资源的区域整合、景区土地利用规划与都市旅游圈层构造、区域旅游联动发展等方面,可以取得比较好的效果。

2.1.5 旅游圈理论

旅游圈的形成和发展受到了政府、行业和学术界的越来越多的关注,其重要程度不言而喻,但作为一个复杂性的城市—区域问题,它的研究是困难的,致使十年来鲜有理论上的进展和突破。旅游地理学的理论研究明显跟不上旅游业蓬勃发展的步伐,迫切呼唤着学术的创新,从而对旅游圈的形成做出逻辑的阐明,并对它的发展给予科学的指导。

旅游圈(destination circle,简称DC),有时也被称为旅游经济圈,是区域旅游合作的形式和产物,也是一种经济地理结构。马勇、董观志(1996)最早地给出了旅游圈的定义,认为旅游圈是以大城市为中心,从区域整个的自然、经济、文化、交通和区位条件出发,合理配置中心城市与周边地区的旅游资源和服务设施,从而形成的旅游业“城市—区域”与“市场—资源”共扼型的空间结构综合体,并提出了旅游圈的5个基本特征是:区域性、层次性、开放性、协调性和效益性。阎友兵、李辉恒(1999)认为旅游圈是为了获得最佳经济、社会和环境效益,以旅游资源为核心组成的具有一定地理范围的协作区域,是一定区域内各种旅游经济要素间相互联系、相互作用而形成的区域空间组织形式,并提出旅游圈具有5个“圈”属性:经济协作圈、地理圈、交通网络圈、文化圈和层次结构圈。王铮、蒋轶红等(2002)提出旅游圈是以某一旅游集散地为食宿中心,为游客在一次

有效用的出游活动所提供的空间范围,在结构上它可能由几个功能不同但有联系的景区构成,其本质上是一个与市场域相对的资源供应域。

上述 3 个关于旅游圈的典型定义,从不同侧面指出了旅游圈所具有的一些特征:1) 占据一定的地域范围,具有某种形式的旅游集散中心;2) 构成旅游圈的空间要素之间具有协作关系,是一种空间组织形式;3) 旅游圈寻求自身整体利益及对游客效用的最大化。当然,3 个定义也显示出学术认识上的差别:马勇等的定义将旅游圈作为一个“市场—资源”共扼型的空间地域综合体,强调了供给和需求的复合性;王铮及阎友兵等定义则强调了“旅游资源”的核心作用,更多地将旅游圈看作是一种空间形式的旅游供给。

实际上,旅游圈是一个中国土生土长的名词’,最早出现在 1990 年代初期,可能是借用了都市圈(或城市圈)中关于“圈”的提法,将之引入到了旅游业中,用来表述区域之间旅游合作的现实和愿望。早在 1960 年代,日本学者参照美国的都市区,提出了都市圈的概念,认为:都市圈是由一个以上的中心城市(城市化地区),以及以一日为周期,可以接受中心城市中心地功能服务的周边地区共同构成的城市实体地域(转引自袁家冬、周绮等,2006);都市圈不仅仅是一种概念上的地域构造,而且是一种具有具体职能的社会实体,它的范围与“都市势力圈”相近,内容与“日常生活圈”、“经济圈”和“商圈”也类似(转引自张京祥、邹军等,2001)。在中国,关于都市圈的一般性概念,被广泛引用的一个定义是:一个大的人口核心以及与这个核心具有高度社会经济一体化倾向的周边地区共同构成的城市功能区(周一星,1995:41~43)。由于这个定义对都市圈地域本质的认识上还较为含糊,其后有很多学者就从不同的角度对都市圈这一地域现象进行了更科学的阐释,其中袁家冬、周绮等(2006)引入日本关于都市圈在内容上与“日常生活圈”类似的思想,强调了都市圈中的社会需求因素,认为:“都市圈是以中心城市职能的空间集聚与扩散为条件,由中心城市与多个周边城市和地区共同构成的,以城市日常生活圈的空间范围为界限的一个多核心的一体化

借用对都市圈既是一个空间上的地域实体,又是一个职能上的社会实体的认识,结合已有的 3 个关于旅游圈的典型定义,我们将旅游圈的概念界定如下:以一个或多个旅游集散地为核心、以多个旅游景区为依托所组成的具有一定地理范围的空间协作组织,这个组织起来的区域能为游客一次有效用的出游活动提供足够的产品供应。作为一种区域旅游的空间组织和产品形式,旅游圈具有以下特征: