

杨 勇 著



华 | 商 | 新 | 视 | 野

高级 旅游经济学 进阶二十讲



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

张外信

高级旅游经济学 进阶二十讲

杨 勇 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书使用主流和专业化的经济学分析方法和工具,结合管理学、旅游学、地理学等多学科的知识,深入探究和分析旅游经济现象,充分体现了经济学在旅游研究中的具体应用。全书包括五篇二十个专题章节,主要包括旅游经济学的基本问题、旅游需求、旅游资源、旅游产业、旅游聚集、旅游业发展效率等相关研究领域,内容涉及旅游学的学科现状及旅游经济学的发展演变、社会收入和收入来源对旅游需求的影响、旅游方式、旅游资源与文化、公共地悲剧及公共地陷阱、旅游产业的内容及发展路径、旅游产业聚集的机制和效应、旅游产业聚集密度、以及旅游业效率等具体内容。各章内容均遵循规范的经济学研究框架,不仅自成体系,而且具有较强的理论性和应用性和系统性。

本书可作为普通高等院校旅游管理专业博士生、硕士生和本科生的教科书,也可作为旅游科研和管理人员的培训及参考教材。读者对象包括旅游产业研究领域的专家学者、企业界运营者和政府决策、咨询管理者,对其他对旅游研究有兴趣的读者也有一定的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

高级旅游经济学进阶二十讲 / 杨勇著. —上海:
上海交通大学出版社, 2018
ISBN 978-7-313-18618-8

I. ①高… II. ①杨… III. ①旅游经济学—高等学校—教材 IV. ①F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 323659 号

高级旅游经济学进阶二十讲

著 者: 杨 勇

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

出 版 人: 谈 毅

印 制: 上海万卷印刷有限公司

开 本: 787 mm×1092 mm 1/16

字 数: 340 千字

版 次: 2018 年 2 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-18618-8/F

定 价: 65.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 17.25

印 次: 2018 年 2 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-56928277

旅游经济学研究—怎么学,怎么做?

经济学代表了一种研究经济行为和现象的分析方法或框架。要做好旅游经济学研究,研究者必须真正深入研究旅游现象的特点和事实,从现象背后归纳、抽象出能够解释旅游实际问题的理论。经济学分析框架是被研究者广泛接受的研究和分析范式,一般由视角、参照系和分析工具等部分组成。在实证研究过程中,上述范式体现为模型、数据和变量等维度。鉴于经济学理论在旅游情境中的适用性限制,在使用有关经济学理论和经济学方法进行旅游研究时,需要保持必要的谨慎,紧密结合旅游业具体实际进行创新,以不断推进旅游经济学的发展。

一、旅游经济学研究的定位

经济学代表了一种研究经济行为和现象的分析方法或框架。近年来,不时看到有人声称进行旅游经济学研究。但是,一些所谓的旅游经济学研究往往只给出了观点。既没有明确的前提假设条件和分析框架,也没有逻辑推理和严格证明;既拿不出周密可靠的数据做依据,也没引用基本的经济理论,随随便便就得出了自己的结论,并将所谓“自己创新的观点”的作用无限放大。也经常有研究者对旅游经济学进行批判,但这些研究者的大多数议论,都没有建立在经济学分析问题的方法上,有的甚至完全凭自己的主观臆断,也没有弄清经济学的基本分析框架和研究方法。

还有研究者用旅游问题的特殊性质疑,甚至否定经济学在旅游领域中的应用。他们认为经济学的分析框架和研究方法考虑的变量及因素过于狭隘,不能用来分析旅游情境中的复杂因素。实际上,“理论研究和学术研究并不是为了直接产生政策影响,但是它会帮助我们理清思路,建立框架,聚焦问

题。这对我们想清楚问题,避免陷入误区,十分关键。……学术研究是为了揭示基本道理,而政策研究是为了解决实际问题。有的人对解决问题非常热衷,也很急切。但是,在基本道理没有搞清楚的情况下,忙于解决问题往往就会出错。急功近利会因小失大,取近失远。所以,在这种环境下,我们要更加重视学术研究。”^①

此外,由于经济学存在各式各样的理论,不少理论还用到了较为复杂的数学知识。这些让不少人感到经济学的基本分析框架和研究方法难以把握,从而对经济学及其分析框架在旅游研究中的适用性持怀疑、批判、甚至否定的态度。这些观点和言论,不仅误导了旅游经济学研究的方向,而且使研究者迷失了学习旅游经济学的正确方向——特别是对经济学和旅游经济学不太了解的人,甚至使研究者对旅游经济学研究采取轻视、忽视,甚至是抵触的态度。

任何经济学的结论都是有条件的结论,而不是放之四海而皆准的绝对真理。一方面,如果想从经济学角度研究某个旅游问题或现象,或希望给出一个新的理论,让它具有较强的解释旅游行为和旅游现象的能力,能够指导现实旅游问题,那么,就要严格依据经济学分析原理和框架,采用特定的分析工具或方法,进行严谨的理论推导和论证。另一方面,对于做旅游经济学研究的人来说,研究者可以根据旅游情境,对经济学理论进行借鉴、修正、改进,可能会得到非常不同,甚至是重大的结果,这也是规范的旅游经济学研究的第一步。

因此,如果要推广和改进原有的经济学理论结果,需要分析原有的关于经济环境、行为假设及模型结构是否符合现实,是否能够结合旅游的特点放宽前提假设条件,得出新的或者更一般的结果。比如,作为评价经济发展水平和效率的重要指标,劳动生产率是解析区域经济差距和均衡发展的关键视角,受到学术界和管理者的广泛关注。凡登效应(Verdoorn effect)是这一研究领域中的代表性成果之一,研究者也在区域层面上得出了中国省域经济运行显著地受凡登效应支配的结论,揭示了服务经济活动密集度与劳动生产率间凡登效应的存在。那么,旅游业发展中是否也存在凡登效应呢?据此,需要结合旅游业特点建立区域旅游业活动密度与旅游企业劳动生产率之间的关系模型,分析我国旅游企业劳动生产率增长中的旅游业密度效应,验证凡登效应在我国旅游业发展过程中的适用性,以及我国旅游企业劳动生产率增长过程中的行业自身动态循环累积机制的存在,为地区间旅游企业劳动生产率的差异提供新的解释视角^②。

实际上,如果要真正领悟经济学分析原理,并融会贯通于旅游研究中,却不是一件容

① 钱颖一. 理解经济学研究[J]. 经济学报, 2017, (1): 1-12.

② 详请参阅杨勇. 集聚密度、多样性和旅游企业劳动生产率——兼对产业聚集理论观点的拓展研究[J]. 财贸经济, 2015, 36(2): 148-160.

易的事。近些年,旅游经济学研究正逐步朝着规范化与科学化的方向发展。尤其是,越来越多的年轻一代经济学者,积极运用经济学的理论框架和实证方法,来研究旅游发展中的各种问题。不过,许多想做旅游经济学研究的人,尽管他们对旅游已经有了相当的了解,读了许多旅游的论文,但是,仍然感到自己做起研究来很难,不知道怎么做研究,或做不出让别人认可和有意义的研究工作。

二、要学会提出学术问题

要做好旅游经济学研究,研究者必须真正深入研究旅游现象的特点和事实。了解旅游现象,从现象背后归纳、抽象出能够解释旅游实际问题的理论。任何一个旅游现象都可以从不同角度来观察,解释一个旅游现象也就会有许多不同理论,这些理论中有些是竞争的,有些则是互补的。

经济学分析框架和研究方法,具有非常的普遍性、高度的规范性和逻辑的一致性,经济学许多分析方法和理论,已被延伸到政治学、社会学、人文学科等学科,广泛用于研究其他领域的社会现象和人类决策行为。同样,经济学分析原理也可用来研究特定地区在特定时间内的旅游行为和现象。了解经济学及其研究方法和分析问题的方法,有利于更好地思考旅游领域的现象。

(一) 从现实问题提炼出学术问题

对旅游现象进行研究的第一步,需要从现实问题或现象中,提炼出“学术问题”。做旅游学术研究时一定要分清楚什么是现实问题,什么是学术问题。不少研究者经常把“现实问题”当成“学术问题”,这其实是不妥的。这使旅游经济学学术研究偏离了重心,不仅不利于旅游经济学学科的发展,而且对研究者的学术生涯也非常不利。

“你看到的是你能看到的”。从现实现象提炼和升华成学术问题,需要特定的理论和技术。这就像医生看病一样,症状是病人表现出来的基本现象,但是,判断到底是什么病,不仅需要基本的医学理论,而且需要化验、胸透、CT等一些特定的技术。这些理论和技术的来源就是我们分析旅游现象所依赖的学科。

一些刚刚开始旅游学术研究的硕士或博士研究生,经常对如何开展学术研究感到迷惑。其实,研究之初,最重要的是找到一个学科,特别是一级学科。这个学科,可以是经济学,可以是地理学,也可以是社会学。不管哪个学科,都发展出了特定的理论、分析工具和方法,这些理论、工具和方法,是研究者对现实现象进行分析、判断,提炼学术问题的基本依据。研究者掌握了某一学科的特定理论和技术,就可以对旅游现象进行分析,归纳出特定的学术问题。

笔者曾构建指标体系,对全国31个省市自治区的旅游产业竞争力进行了比较分析。

后来,从旅游产业竞争力的区域差异出发,将之归结为旅游产业发展的区域不均衡现象,并延伸和归纳到“产业聚集”理论上,进行了一系列的深入研究和分析^①。曾经有一位在读的博士生,计划做关于休闲方面的毕业论文。在构建系列指标体系方面做了大量基础性工作,收集了几年的指标数据。这些指标包括一级指标、二级指标,以及数量可观的三级指标,计划通过指标的计算衡量和评价有关城市的休闲发展水平。但是,就学术研究而言,仅仅停留在指标以及指标数据的计算与比较上,是远远不够的。如果要真的把博士论文做好,一定要搞清楚与之相关的“学术问题”是什么?休闲指标评价更多停留在现象层面上,要深入研究这一问题,就必须归纳、提炼出学术问题。比如,如果能够根据休闲指标,研究休闲产业链问题,就不一样了。这不仅可以借鉴有关理论,对居民休闲以及与之对应的休闲产业供给或满意度等问题从特定角度进行深入的研究,而且对于研究者研究理论和技术方法的训练,以及此后研究领域的拓展、研究路径的形成、研究生涯的发展,都非常关键。

你能不能观察到眼前的现象取决于你运用什么样的理论,理论决定着你到底能够观察到什么。那种认为可以不需要任何理论指导,而直接去“看真实世界”的想法或许过于天真了。旅游经济学研究最重要的是,建立起观察旅游问题和旅游现象的理性视角,强调经济学理论的理性视角和分析方法,以及在旅游现实中的运用,为旅游经济学研究做出贡献。运用经济学的分析框架,分析旅游现象,需要系统的经济学训练。这些经济学理论的学习和训练,主要体现在微观经济学、宏观经济学以及经济学的各专业课程上,比如金融学、财政学、发展经济学、产业经济学、劳动经济学等。

(二) 以学术问题为研究的着力点

学术问题是从事旅游经济学研究的突破口和着力点。产业聚集是笔者近年在旅游经济学研究中涉及的主要方向之一。旅游经济学研究涉及很多具体研究内容,旅游产业聚集是其中之一,也是应用经济学的主要领域之一。首先,需要明确这是一个什么样的现实问题?从现象上来看,不管我们是否经过了仔细、慎重的研究,聚集已经成为旅游发展过程中一个非常常见的重要现象。一方面,我们在旅游规划、旅游政策、旅游发展等有关文本中,经常(自觉不自觉地)使用“聚集”一词;另一方面,旅游聚集在实际中表现为各种各样的形式,特色街区、特色小镇、主题公园、旅游度假区等,都是旅游聚集的具体表现。

其次,需要明确如何分析这一旅游现实问题。为了对上述问题进行研究,需要从旅游现实现象总结、提升出学术问题。这是旅游经济学学术研究的第一步。那么,应该怎么提升出理论问题呢?事实上,如何对这一旅游现象进行研究,需要明确的学科思维。在经济

^① 详请参阅杨勇. 中国省际旅游业竞争力分析——ARU 结构与影响因素[J]. 山西财经大学学报, 2007, 29(10): 53-60.

学研究中,聚集是作为相关产业高度集中于某个特定地区的一种产业成长现象,一直是学术界关注的热点问题,其在制造业和高新技术产业中应用所取得的瞩目成果吸引研究者把眼光投入到更广泛的领域。鉴于此,使用“聚集”相关理论对旅游现象进行研究就显得非常必要。具体说来,从旅游经济学研究角度,旅游产业聚集到底是什么样的一种现象?我们应该如何评价这种现象?以及这种现象背后存在什么样的发展机制呢?产业聚集理论为此提供了丰富的研究理论、研究工具和方法。

旅游资源是旅游业发展的前提,是旅游业的基础,也是旅游经济学研究中的另一关键领域。根据中华人民共和国标准《旅游资源分类、调查与评价(GB/T18972-2003)》以及《旅游区(点)质量等级的划分与评定(GB/T17775-2003)》的界定,旅游资源是指“自然界和人类社会中凡能对旅游者产生吸引,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素。”旅游资源不仅包括自然风景旅游资源,还包括人文景观旅游资源。从旅游业发展角度来说,上海是一个较为特别的城市。上海开埠较晚,传统资源局限在“一园(豫园)、一街(南京路)、一寺(玉佛寺)”,缺乏大型历史或者人文景区。但是,上海旅游收入却一直在全国居于前列,表现出较高的旅游产业发展水平。而有些地区,旅游资源丰富,且等级较高,但是,旅游业发展却不够理想。这一方面,可以从“资源创新”的视角来进行解释。比如,上海旅游业的发展主要得益于1997年上海提出的“都市旅游”发展定位,一条马路,一个故居,甚至一道菜,都成为吸引游客的旅游资源。另一方面,好好研究这一问题,更需要从理论角度,归纳出与资源相关的学术问题,“公共地悲剧(Tragedy of the Commons)”、“资源诅咒”等都是与之相关的有效视角。

从理论上讲,旅游资源既构成了旅游业发展的基础性条件,又是旅游业发展过程中的重要约束性因素,丰富而高质量的旅游资源无疑有助于旅游业的发展。但是,一个不得不面对的问题却是,旅游资源在一个国家或地区的旅游业发展中到底扮演着什么样的角色?是有力的助推器还是隐藏的障碍物?如果一个地区拥有丰富的旅游资源,却取得了较差的旅游业发展绩效或表现出较差的旅游业发展水平,那么,一个可能的解释是,一方面,旅游资源开发中的“公共地悲剧”“反公共地悲剧”等因素可能阻碍了旅游资源的有效开发;另一方面,旅游资源的存在,为阻碍旅游业发展转型的因素提供了生存的土壤,正是这些因素导致的负面效应超过了旅游资源本身的正面效应,表现出旅游发展过程中的“资源诅咒”问题^①。

(三) 从旅游现象出发建立分析框架

旅游从来都是我们日常生活中的内容之一。每逢节假日,人们都要为去哪儿旅游纠

^① 详请参阅杨勇. 旅游资源与旅游业发展关系研究[J]. 经济与管理研究, 2008, (7): 22-27.

结。旅游者想获得快乐的旅游体验,又不得不面临拥挤的窘况。尤其是,带着孩子,带有美好预期的旅游经常会演变为“赶集”式的形式,匆匆而来,拥挤一番,忙不迭地逃离而去,发誓再也不再去凑这个热闹了。可是,政府每每呼吁大家错峰出游,现实中却又周而复始地重复着同样的行为。景区、航班、铁路、公路、住宿等高度紧张,游客频繁遭遇出游难的尴尬。

这是中国旅游业发展过程中的典型场景。虽然大家都认为不应该这样,但是,现实恰恰是这样。正视它、研究它、理解它,是我们应该采取的积极态度。那么,应该如何进行研究呢?直面上述问题,需要回到问题的原点。也就是,人为什么要旅游呢?

“世界很大,我想去看看”,“壮美或者秀美的人间美景,总是令人心向往之”,“去别人的生活中打自己的酱油”,“有机会经历不一样的事,接触不一样的人,看看不一样的文化,是一种人生经历”,“Jump out of the comfort zone”,如此等等,不一而足。归纳总结而言之,寻求不同的体验、经历不同的情景,是关键的旅游目的之一。

在中国“重家庭”的传统东方文化氛围中,家庭成员、亲戚朋友间的交流也是人们生活中的重要组成部分。繁忙的工作、快速的生活节奏,使人们可以交流的时间和机会越来越少。上班一族为了生活打拼,早出晚归,没有时间陪伴家人、孩子,对家人和孩子有着无奈的愧疚。尤其是,“黄金周”给人们的旅游行为提供了基本的时间保障,也使一家人、亲戚朋友等终于有机会同时休假,可以聚在一起。

由是观之,旅游的效用是多种多样的。旅游者从旅游中获取的效用来源,不仅来自其所体验和观赏过的景点、服务或美食,而且来自家人、朋友之间的交流。大家拥有共同的旅游经历,是此后一段时间(甚至是一生)当中的谈资,或共同语言。旅游的效用就不再局限在旅游终止的那一刻,它甚至可以无限延伸,成为家人、亲戚朋友的共同记忆,其效用也在时间的流逝过程中慢慢发酵。

旅游效用的来源多样化,需要延伸经济学消费理论的范畴,将旅游特色和效用元素纳入进去,在经济学的统一框架中分析上述旅游现象。旅游者需求行为是倍受国内外学术界普遍关注的关键领域之一,研究者多基于西方主流经济学的消费行为理论,将GDP(或GNP)、人均可支配收入等纳入消费者旅游需求函数。但是,传统消费函数强调了“个体”在消费决策中的作用,将旅游者视为“问题解决者”和“体验者”,自我概念与建立在其上的个体生活方式及相关因素成为研究消费者行为的重点和主线,缺乏对基于中国特定国情和社会特点的多元旅游需求影响因素系统性的理论构建与分析。

因此,如何将旅游中的社会交往、旅游情境等纳入到传统的经济学理论分析框架中,扩展经济学理论在旅游研究中的应用领域,对旅游消费进行逻辑严谨的分析,是研究中要考虑的一个关键问题。2016年,笔者在遵循一般的经济学分析框架的基础上,结合

Becker 的社会交往理论(Social Interaction Theory),从个体特征、社会互动和消费情景角度,构建分析旅游者需求行为的规范经济学分析框架,分析旅游者收入及其通过主动性努力选择、塑造和营造其旅游社会环境和具体的旅游情景,进而对旅游者需求影响的作用机制进行分析^①。在拙文的分析框架中,单个旅游者需求不再是简单的收入约束下效用最大化行为,其效用函数还受到其旅游过程中其他人特征和具体旅游环境的影响,尤其表现为对社会交往环境、具体消费情景等因素的明显依赖。在此基础上,借助于调查问卷方式,我们对春节“黄金周”期间旅游者需求行为进行了专题调研和实证研究,“解剖麻雀”,总结分析了我国旅游者的旅游需求行为特征及影响因素。

三、像经济学家那样思考

对于经济学研究者所应该具备的条件,20世纪英国著名的经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯在为马歇尔所写的传记中有过精彩的描述,“经济学研究似乎并不需要任何极高的特殊天赋。与更高深的哲学或纯科学相比,经济学不是……一门极其容易的学科吗?一门容易的学科,但这个学科中很少有人能出类拔萃!这个悖论的解释也许在于杰出的经济学家应该具有各种天赋的罕见的结合。在某种程度上,他应该是数学家、历史学家、政治家和哲学家。他必须了解符号并用文字表达出来。他必须根据一般性来深入思考特殊性,并在思绪奔放的同时触及抽象与具体。他必须根据过去、为着未来而研究现在。他必须考虑到人性或人的制度的每一部分。他必须同时保持果断而客观的情绪,像艺术家一样冷漠而不流俗,但有时又要像政治家一样脚踏实地。”

(一) 遵循系统性分析框架

经济学分析框架是当代在世界范围内,被研究者广泛接受的研究和分析范式。正是由于经济学这一被广泛认同和使用的分析框架,才使得经济学发展得更快,应用范围更广,影响力更大。作为理论分析框架,旅游经济学研究由三个主要部分组成:视角(perspective)、参照系(reference)或基准点(benchmark)和分析工具(analytical tools)。接受旅游经济学研究的训练,需要从这三方面入手。

首先,“你看到是你想看到的”。旅游经济学提供了从实际现象,提炼出学术问题的角度或“视角”。这些视角指导我们避开纷繁复杂的现实细枝末节,把注意力引向关键的、核心的问题。这也是开展旅游经济学研究的第一步。这就是所说的“像经济学家那样思考”(Think like an economist)。“公共地悲剧”表示,如果一项资源的产权界定不清,最终将会导致对该资源的过度使用。旅游资源的“公共品”属性,导致了旅游资源的开发过程中

^① 详情请参阅杨勇. 社会交往、旅游情境对旅游需求的影响研究—基于春节“黄金周”的实证分析[J]. 旅游学刊, 2016, 31(10): 56-69.

的“公共地悲剧”现象。因此,界定产权,让利益相关者参与是特定旅游资源开发获得成功的关键。但是,界定产权仅是实现旅游资源合理开发的一个方面,其所关注的是既定产权结构下不同开发者之间的博弈行为,而忽略了开发者与其他利益相关者之间的博弈关系分析。即当多个利益相关者都对某种旅游资源的使用拥有排他性的权利时,就有可能导致该项旅游资源开发和利用的不足。一个特征事实是,当在研究中引入利益相关者时,会由于很多人同时对同一旅游资源具有排他性权利,而产生了开发过程中的推诿扯皮、开发不足等“反公共地悲剧”现象。利用简单的公共品模型,通过引入利益相关者分析可知^①,“公共地悲剧”现象在我国旅游资源开发中固然严重,但是,并不能笼统地认为我国旅游资源产权制度变迁的方向就是建立排他性产权、私有化或产权分割。因为这些产权制度是双刃剑,它们在解决“公共地悲剧”的同时,却产生了一个新的问题,即由于大量利益相关者对同一项旅游资源拥有排他性权利所导致旅游资源的闲置或开发不足。尤其是,如果旅游资源的利益相关者数目是一个不完全信息,则开发者有可能掉入“公共地陷阱”(Trap of the Commons)。

第二,经济学提供了多个研究的“参照系”或“基准点”。这些参照系本身的重要性并不在于它们是否准确无误地描述了现实,而在于建立了一些让人们更好地理解现实的标尺。这一方面要避免,以为这些理论描述的就是现实世界,将它们到处套用。却不知在通常情况下,它们是用来做进一步分析的参照系,与现实的距离因人而异。另一方面要避免,观察到这些定理与现实的差距,而认为它们都是胡言乱语,并据此认为毫无所用。却不知它们本身的价值并非直接解释现实,而是为解释现实的进一步理论提供参照系。

参照系的建立对任何学科的建立和发展都极为重要,旅游经济学也不例外。实际上,受过现代经济学系统训练的经济学家的大脑中总有几个参照系,这样,分析经济问题时就有一致性,不会零敲碎打,就事论事。比如,我们经常讨论旅游发展中的要素问题。大家经常会说,文化、风俗都是旅游发展所带来的关键性要素。但是,如此说来,旅游发展过程中的生产要素就会变得纷繁复杂。对此的研究,也由此变得凌乱不堪。大家彼此讨论,却又“公说公有理,婆说婆有理”,难以达成共识,在理论贡献上也差强人意。

实际上,经济学的生产者行为理论中,提出的经典柯布-道格拉斯(Cobb-Douglas)生产函数,对此进行了清晰的界定。该函数将生产要素分为资本和劳动力,并辅以技术效率,形成了对生产行为的简洁而准确地表达。就旅游发展过程中的要素而言,文化、风俗无疑都非常重要,但是,如果要这两种资源产生现实的旅游生产力,最终必然要结合资本和劳动力者两种基本的要素,产生基本的生产力和生产绩效。因此,我们经常见到,一些

^① 详请参阅杨勇. 从“公共地陷阱”到“反公共地悲剧”——基于利益相关者视角的旅游资源经营行为分析[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2008, 35(2): 133 - 139.

人对旅游现实问题的洞察力很强,发表的观点也非常有感染力。然而,他们与受过经济学训练的研究者的不同之处,往往是因没有参照系而会显得分析缺乏主线和深度,其发表的观点也往往会流于散乱的经验层面。

第三,经济学提供了一系列强有力的“分析工具”,以及众多的图示模型和数学模型。这种工具的力量在于可以用较为简明的图示和数学结构,帮助我们深入分析纷繁错综的旅游行为和现象。比如,根据 Dixit 和 Stiglitz 模型以及 Fujita、Krugman 和 Venables 等的研究,可建立一个空间旅游业发展模型,在考虑空间距离的情况下,将空间外部性对地区旅游业发展水平的影响机制用简易的模型表述出来,分析旅游业发展的内在机制。

上述三部分合在一起,构成了旅游经济学的理论分析框架。这也是理解旅游经济学的关键所在。经济学提供的这种由视角、参照系和分析工具构成的分析框架,是一套科学的研究方法。旅游经济学并不是一些新鲜的旅游名词和概念的汇集,旅游经济学研究者的工作也不是任意套用某些经济学概念,而是运用这些概念所代表的分析框架来解释和理解旅游行为和现象。

(二) 避免理论的机械应用

旅游业的特点决定了旅游产业集聚和其他产业集聚的不同。旅游业以需求为导向为主,当前主要旅游统计数据也从需求端进行统计,旅游也由此成为围绕着旅游者需求来组织有关产业要素的产业组织形态。就旅游产业链来说,不是与制造业类似的,从上游到下游的链条式产业链,而是围绕旅游者需求形成的网状式产业链。由此,相关产业聚集在一起,成为旅游业发展过程中的常见现象。

上述研究的第一步,是从理论上严谨地判断旅游产业集聚的存在。旅游产业集聚研究中一个不可忽视的基本前提是,产业集聚现象在旅游产业中是存在的。一直以来,对于产业集聚的研究和实证都集中于制造业领域,而非制造业领域如文化产业、服务业等是否存在聚集现象,能否用产业集聚理论进行研究一直存在争议。旅游产业边界识别的困难则进一步增加了相关研究的难度。当前大部分旅游产业集聚研究起点,只是先验地认为旅游产业存在空间聚集现象,基本停留于把产业集聚的相关理论机械地应用到旅游产业的研究中。对此,可以采用赫芬达尔系数(Herfindahl Index)、胡佛系数(Hoover Coefficient)、泰尔指数(Theil Entropy)、EG 指数和基尼系数(Gini Coefficient)等多种方法,对旅游产业集聚现象进行测度。尤其是,结合旅游产业的特点,可以采用空间基尼系数、行业区域聚集系数和区域共同聚集系数等旅游产业集聚现象进行的测算和分析^①,为我国旅游产业集聚现象和理论分析提供稳健的证据。

① 详请参阅杨勇,中国旅游产业区域聚集程度变动趋势的实证研究[J],旅游学刊,2010,25(10): 37-42.

掌握了经济理论以后,才能应用经济理论对旅游现象进行分析。那么,通过有关指标,判断产业聚集现象的存在以后,就可以将产业聚集理论应用到旅游业和区域旅游经济的研究和实践中,对旅游产业聚集的理论和实践进行诸多探索。从动态演化角度来看,旅游业聚集展示出旅游业发展的新维度,尤其是,旅游业聚集带来的外部性经济效应的不断自我积累和强化促使聚集效应不断增强,形成了基于产业聚集的系统性的可持续发展能力。

(三) 探究理论分析新视角

影响旅游产业聚集的因素很多。一个关键问题是,旅游产业聚集是资源导向,还是市场导向?对于旅游资源来说,资源是“紧脚(fixed foot)”的,不能随便移动。但是,有些旅游企业是“松脚(loose foot)”的,它们会通过市场中的移动,形成聚集现象,那么,这些企业聚集和移动的路径是什么呢?

一些情况下,旅游产业要素会聚集在旅游资源周围,但是,也有可能聚集在旅游需求较大的区域。那么,到底是什么力量在影响着旅游企业的选址,以及旅游产业在空间区域上的分布呢?在封闭条件下,市场需求是影响旅游企业选址的关键因素。但是,在开放条件下,如果考虑游客在不同区域之间的流动,交通等基础设施的完善和升级等方面因素,空间地理学提到的“市场潜能函数(market potential)”,可以更为精准地测度旅游市场需求规模。鉴于此,某一地区所面临的潜在市场容量即表现为一个空间加权平均值,即 $MP_i = \sum w_{ij} Y_j$, 其中, Y_j 为 j 地区的本地旅游需求水平; w_{ij} 距离加权变量。在市场潜能函数中,旅游者的旅游需求随距离递减,距离对旅游需求行为的影响效应,借助旅游者流动等途径,成为特定区域旅游业之间相互依赖的主要原因。因此,旅游市场潜能函数通过旅游企业与旅游者距离加权变量这一平衡变量准确地衡量了我国各地区旅游业对广泛市场的接近性。

进一步而言,在旅游业发展过程中,旅游景区(点)构成了旅游产品发展的第一阶段,而在现代旅游业一方面随着旅游者需求的变化,购物、娱乐、休闲等新型旅游资源不断出现,尤其是,对经济发达地区而言,传统资源禀赋式的发展思路正逐渐转向市场驱动型。另一方面,旅游企业选址有着明显的松脚(foot loose)特性,并倾向于集中在接近市场的区域,市场潜能构成了影响旅游企业区位选择的重要因素。

此外,传统上,经济学家多在企业间知识、技术溢出或动态外部性的基础之上,试图从经验上确定是产业专业化(specialization),还是多样化(diversity)主导了各个地区的产业增长,并由此导致相关产业在特定空间的聚集。但是,这仅是着眼于传统柯布道格拉斯函数中的效率参数(A)关注于厂商发展过程中相互之间形成的静态外部性机制,忽视了需求方面的市场规模效应以及产业聚集所带来的社会网络效应。新经济地理学认为,市场

需求的规模差异会对产业在各地区间的非平衡分布产生重大影响,并在规模经济和运输成本存在的情况下通过企业在市场潜能较大地区的主动性选址过程形成空间聚集现象。以是观之,旅游业聚集表现为企业经营区位选择过程中聚集力和分散力相互作用的动态平衡,而在企业倾向于定位或选址于接近市场区域的情况下,市场需求规模即成为影响旅游企业区位选择的重要因素。特别是考虑旅游流距离衰减效应,旅游地入游旅游者人数随旅行距离增大而减小,旅游业发展更多依赖于本地市场需求状况。并且,由于技术、知识外溢受企业间距离影响,距离增加会减少隐形知识、共享市场获取的数量和质量,因此,在市场潜能较大的地区对相关旅游企业有更强吸引力的情况下,不同旅游企业在地理上与相关知识源临近、客源市场共享等需求下形成了在地理位置上相对集中的空间现象。

此外,新经济地理学强调了企业经济活动或行为相互作用的空间维度,相关旅游企业类似的选址决策结果通过企业间空间邻近性提升了旅游业聚集密度,增强了特定区域空间内的旅游活动强度,逐渐形成了集群内部独特的网络结构,提升了不同旅游企业间的社会联系及其活动的“密度”。旅游聚集密度越高,旅游企业越能够从旅游者交通成本的节省、知识(特别是隐性知识)溢出和共享、有效地实现产品创新、旅游者多元需求的满足等方面获取合作性的收益,使集群内旅游企业获得了稳定的发展基础和机制。

四、采用恰当的研究方法

模型、数据和变量是旅游经济学实证研究中的三个重要维度。数据不会“自己说话”,分析过程中,需要借助有关理论,使用计量或统计软件,运用适当的计量方法进行统计推断。因此,为了进行旅游经济学研究,我们需要掌握一定的计量方法与统计软件(比如SPSS、Stata等)。这也是旅游经济学研究中的一个关键方面。这一方面可以验证有关理论旅游研究领域中的适用性,一方面可以寻求对旅游现象的重新阐释,拓展旅游研究的视野,探究有关旅游现象背后的故事。

(一) 进行恰当的变量设计

虽然旅游统计数据不够理想,但是,依然给我们提供了一些可资使用的数据。结合现有旅游业和旅游统计数据的特点,进行变量指标的构建,是旅游经济学实证研究中的关键环节。比如,作为无边界的产业,尤其是在“全域旅游”的发展背景下,多元化是旅游业发展关键维度。那么,如何来构建旅游业的多元化指标呢?这和一般制造业的多元化指标应该是不一样的。

一般而言,学术界普遍采用市场结构理论中的 Herfindhal 集中性指数的倒数来度量其多样化程度,即 i 地区 j 产业的多样化指数被定义为除 j 产业外所有其他产业在 i 地区总产值(除 j 产业外的)中的份额平方和的倒数。但是,囿于我国旅游统计的现状和旅游

业的特点,该指标在旅游业中的应用依然面临巨大的困难,这需要通过其他途径来构造我国旅游产业多样化指标。

首先,在现有国民经济核算体系框架内描述旅游产业规模存在困难的一个主要原因是,在国民经济核算体系内,产业是建立在其产出基础之上的,而非建立在它们消费对象数据的基础上。就旅游产业的一个显著特点而言,从理论上来说,有关研究对旅游产业主要从需求方进行定义,而在供给方面无单一的供给或产业与之对应,与旅游产业相关的旅游经济活动流量隐藏于一国的国民经济核算体系中,或隐藏于现有的不同宏观经济变量中。因此,旅游产业是满足旅游者各种需求的产品要素组合体系,其满足旅游消费者需求的过程就成为国民经济体系中相关产业部门产品创新性地再实现和组织过程。但是,这并不表明旅游产业在国民经济中不存在。实际上,旅游消费、一些旅游生产要素在现实中也是可以观察到的,并且,目前我国采用和施行的相关旅游统计制度和体系,也为我们的研究提供了可资借鉴的基础数据。

一般而言,旅游的统计定义是从需求方反映的,我国旅游总收入则通过统计调查游客的花费计算得来。国内旅游总收入根据国家统计局城调总队和农调总队对我国城镇居民和农村居民进行的入户抽样调查,推算出我国居民国内旅游的出游率和国内旅游的人均花费,并在此基础上计算出中国居民国内旅游的总花费,即中国国内旅游收入。入境旅游收入则根据公安部出入境管理局汇总的口岸入境人数和通过抽样调查获取的入境游客平均花费情况,用入境人数和入境游客平均花费相乘得出入境游客的总花费,即中国的入境旅游收入。

其次,作为一种动态的休闲行为,旅游者旅游目的日益呈现出更为多元的消费需求状态,旅游产业的发展也逐渐涉及多样化的产业内涵,呈现出强烈的综合性特征,并导致识别和分离旅游产业要素上的困难。根据“国民经济核算恒等式”,总需求等于总供给,旅游消费需求对应着相应的旅游产业供给,因此,可用需求方面的数据来衡量旅游产业总规模的大小。另一方面,从我国现行的旅游产业供给方调查情况来看,涉及星级酒店、旅行社、旅游景区(点)、旅游车船公司等企业,但是,这主要是针对旅游行业管理范围内的企业进行调查,无法涉及旅游行业管理之外的产业,与旅游相关的其他产业的数据也就相对缺乏。

从旅游者角度看,旅游经历应当被看作是与个人体验相融合的一种产品,这种产品从游客离开家到回到家这段时间里,涉及种类繁多的服务类型和服务内容。因此,为了满足旅游消费者多元化的需求,旅游产业边界获得了快速的拓展。尤其是,随着旅游者消费需求取向的多元化以及旅游新潮的不断涌现,旅游业态呈现出动态发展的特征。仅仅依赖星级酒店、旅行社、旅游景区(点)、旅游车船公司等企业,已不能满足旅游消费者的需求,

越来越多的产业被纳入到旅游产业的发展过程。由此,旅游产业的多元化构成了旅游业发展的重要维度。

根据上述分析,根据旅游需求和旅游供给方面的统计现状,可以利用如下指标衡量旅游产业的多样化程度,

$$\text{div}_i = 1 - \frac{\text{rev}_i}{\text{total}_i}$$

即,基于旅游产业是满足旅游者各种需求的产品要素组合的综合性产业体系, total_i 衡量了区域*i*的旅游总收入,显示了该区域旅游产业的基本规模。星级酒店、旅行社、旅游景区(点)、旅游车船公司等企业,构成了当前统计体系中相对明确的基本旅游产业供给, rev_i 衡量了上述企业的收入总水平。 div_i 则衡量了区域*i*除星级酒店、旅行社、旅游景区(点)、旅游车船公司等企业之外的其他旅游相关企业收入总和占旅游总收入的比例,表征为了满足旅游消费者多样化的需求所涉及相关产业内容广泛性程度和多样化程度。该数值越大,旅游产业多样化程度越强。反之,则旅游产业的多样化程度越弱。

(二) 通过实证探究新思想

旅游经济学研究经常遇到的另一个重要问题,是计量与实证。现代经济学的一个明显特点是越来越多地使用数学(包括统计学)。从现代经济学作为一种分析框架来看,参照系的建立和分析工具的发展通常都要借助数学。数学现在已经成为现代经济学研究中最重要工具,主要是作为一种工具被用来考虑或研究经济行为和经济现象。经济学家多用数学来更严格地阐述、更精炼地表达他们的观点和理论,用数学模型来分析各个经济变量之间的相互依存关系。

从实证研究角度看,使用数学和统计方法的优势至少有三个:其一,以经济理论的数学模型为基础,可以发展出可用于定性和定量分析的计量经济模型;其二,证据的数量化使得实证研究具有一般性和系统性;其三,使用精致复杂的统计方法,让研究者从已有的数据中最大程度地汲取有用的信息。因此,运用数学和统计方法做经济学的实证研究可以把实证分析建立在理论上,并从系统的数据中定量地检验理论假说和估计参数的数值。这就可以减少经验性分析中的表面化和偶然性,可以得出定量性结论,并分别确定它在统计和经济意义下的显著程度。

有人质疑,计量偏于实证,拙于思想和理论上的贡献。但是,我们在实际研究过程中,也不得不承认,计量实证中确实也出现了很多新理论和新思想。如果发现理论推论、实证结论和经验事实不一致,要坚持的不是现有的理论,而是进一步去了解这些现象背后的机制,然后,根据经验现象构建可以解释这种现象的理论。尤其是,当计量结果和预想中差别很大的时候,倒逼研究者重新回到理论基础和理论设定上,寻求解释这一差别背后的原

因,甚至重新进行理论分析和设定。这时,研究者“不要死抱理论,成为现有理论的俘虏,……其实,这正是对理论发展做出贡献的绝好机会。”^①

根据产业聚集理论,旅游产业经济活动在特定的地域范围内的聚集,通过要素共享、产业间关联效应等渠道产生了广泛的外部性效应。笔者在一篇研究文章中^②,基于外部性理论构建分析模型,就旅游产业聚集密度及其伴生的产业环境多样化,对我国星级酒店、旅行社、旅游景区(点)等旅游企业劳动生产率影响,分类进行的实证研究表明,虽然资本深化是影响旅行社等旅游企业劳动生产率增长的重要因素,但是,旅游企业整体资本深化水平却对旅行社等不同类型的旅游企业劳动生产率不具显著的影响效应,显示出旅游企业劳动生产率提升过程中的“合成悖论”现象,也说明不同类型的旅游企业生产要素之间并未形成明显的互动性聚集外部效应。

此外,旅游产品的创新需要借助多样化的产业供给才能实现。但是,多样化的旅游产业环境对星级酒店、旅游景区(点)等企业劳动生产率的影响没有得到有效证实,且对旅行社等传统旅游企业产生了消极的负面影响,造成了旅行社劳动生产率的“多样化悖论”现象,这也和其他有关理论研究文章中的研究设定和结论明显不同。究其原因,这可能是由于不同旅游企业的生产经营过程和劳动生产率具有显著的异质性差异,多样化旅游产业环境并未通过共享市场、产品组合、人员流动等方式惠及酒店、景区等旅游企业,且来自相关产业企业竞争力度的增强压缩了旅行社等传统旅游企业的市场和营运空间,对其劳动生产率产生了负向影响效应。如此等等,均在理论和实践层面上实现了些微的创新。

(三) 采用合适的研究方法

对于要研究的问题,需要寻求恰当的研究理论和研究技术。因此,根据研究的现象,确定相应的理论(当然,在提炼出学术问题的过程中,也需要理论的分析),找寻到合适的研究工具是进行旅游经济学研究的基本路径。笔者在评审期刊论文时发现,很多文章是缺少理论分析和构建的,研究者直接进行实证检验,这其实是不严谨的。还有的作者直接把一些理论或研究方法“原封不动”地引进来,这样的话,这些内容还可以“原封不动”地用到其他文章中去,这不仅比较拙劣,也是不负责任的。研究者至少要结合旅游业的特点和要研究的具体旅游现象和旅游场景,对研究理论和方法进行重新表述和修正。只有我们经常这样做,我们才能真正地进入旅游经济学研究的轨道,也才能真正地为旅游经济学的发展做出贡献。

在经济学分析工具中,经济学家针对不同的问题发展出了不同的研究工具和方法。

① 林毅夫. 经济学研究方法与中国经济学发展[J]. 经济研究, 2001, (4): 74-81.

② 详请参阅杨勇. 集聚密度、多样性和旅游企业劳动生产率——兼对产业聚集理论观点的拓展研究[J]. 财贸经济, 2015, 36(2): 148-160.