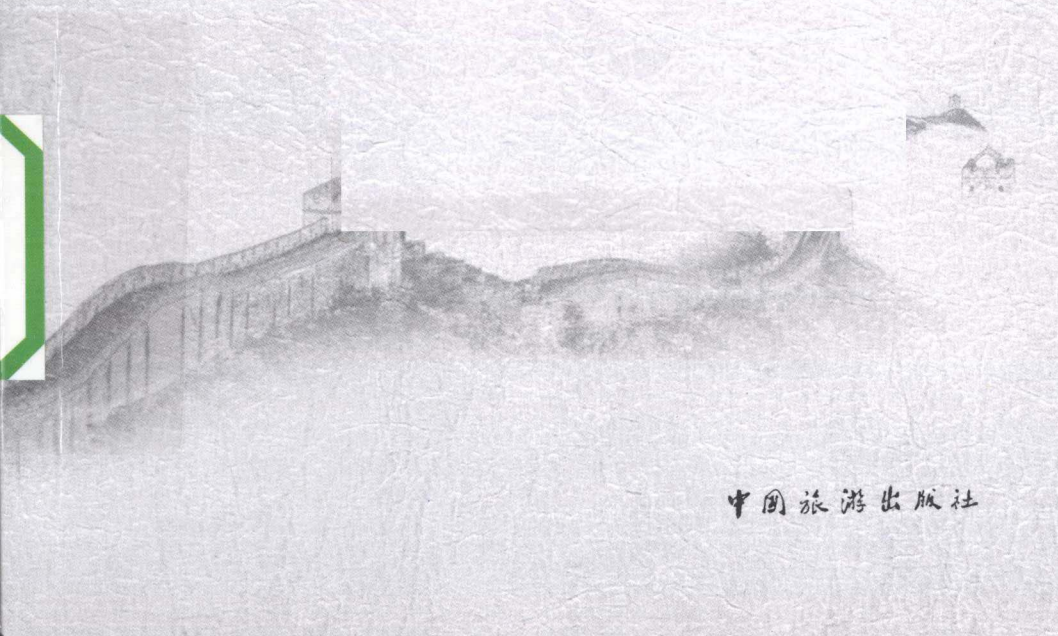


中国旅游产业发展模式及 运行方式研究

The Development and
Operation Mode of Tourism Industry in China

张辉 等 



中国旅游出版社

中国旅游产业发展模式及 运行方式研究

The Development and
Operation Mode of Tourism Industry in China

张辉 等著

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉

装帧设计：中文天地

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游产业发展模式及运行方式研究 / 张辉等著. --北京：中国旅游出版社，2011.3

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4127 - 7

I. ①中… II. ①张… III. ①旅游业 - 经济发展 - 经济模式 - 研究 - 中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 040430 号

书 名：中国旅游产业发展模式及运行方式研究

作 者：张 辉

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cnta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166503

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2011 年 3 月第 1 版 2011 年 3 月第 1 次印刷

开 本：880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张：12.75

字 数：298 千

定 价：26.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4127 - 7

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

国家社科基金项目

《中国旅游产业发展模式及运行方式研究》

(项目批准号: 07BJY131)

专家鉴定意见 (摘录)

- ◎ 旅游产业发展模式及运行方式是一个较为复杂而且远没有得到充分研究的问题。该成果能够构建一个较为完整的体系是难能可贵的。成果对旅游产业发展模式及运行方式的诸多方面进行了较为全面的论述,特别是对旅游产业发展模式的含义、旅游调控机制、散客服务体系等的分析具有较强的创新性。成果较多地引入制度经济学理论来对旅游产业发展进行分析,有利于丰富旅游产业经济学理论。成果既探讨了旅游产业定位、旅游调控机制、旅游产品创新、旅游市场秩序等旅游业实践中的重要问题,同时又结合区域旅游合作、旅游企业走出去战略、散客化等新的发展趋势进行了分析,对旅游业实践具有较高的借鉴价值。
- ◎ 该成果在研究视角、体系结构、主要观点方面都有所创新,突出特色。从多层次系统分析和研究了中国旅游业发

展模式和运行方式，并对这一领域的重要问题做出了新的系统描述和概括，在理论研究上有创新观点，在实证研究上有新的对策建议。因此，该成果在旅游产业经济学上有较高的理论价值，对促进中国旅游业的健康发展和良好运行也有较高的应用价值。

- ◎ 该成果非常有现实价值。成果对国内外的研究文献作了系统的搜集整理，理论联系实际，对中国旅游产业的理论与现实依据作了深入的研究，比较科学地界定了旅游产业的范围和内涵，辨析了学术界争论的相关概念，立论旅游产业的研究比较突出，论证科学充分。
- ◎ 该成果的旅游产业发展模式及运行方式的分析研究，比较突出地建立在发达国家的发展过程与经验的基础上，通过比较分析和归纳，为我所用，其提出的解决中国旅游业发展问题的许多观点值得肯定。

致读者

我国的旅游产业经过了 30 多年的发展历程，其产业性质以及产业地位发生了根本变化。面对一个行业规模巨大，行业关联众多，类型复杂，形式多样，既有空间关系又有产业联系以及产业边界难以规定的旅游产业，其产业发展模式形态以及产业运行方式，是一个重大的研究课题。

从历史基点来说，中国的旅游产业是在对外开放的社会背景下发育起来的以旅游目的地为特征、以入境旅游为主体、以主要景区为依托、以旅行社团队线路产品为运行方式、以获取外汇为目的产业体系，由此形成了我国旅游产业特定的发展模式。由于这种模式持续时期比较长且收到了比较好的效果，国内多数研究者认为，这种模式便是中国旅游产业发展的固有模式。受学术研究及理论的影响，我国大部分地区的管理者与旅游开发者也按这种模式布局旅游要素，建立旅游产业运行体系。然而，种种迹象表明，进入新时期，我国旅游产业发展模式正在进行历史性的转型。

从旅游形态来说，我国正处在一个以观光旅游为主体向度假旅游为主体过渡的产业转型时期。观光旅游是旅游发展初级阶段的主体旅游形式，它是以垄断性旅游资源为基础，以景区为支撑，以旅行社团队旅游为运行方式，以旅游线路为表现形式来展

开的。可以说,我国旅游产业发育是从观光旅游开始的。因此,支撑我国旅游发展的地区主要是那些具有垄断性历史文化资源的地区,如北京、西安、南京、洛阳等。然而,进入 21 世纪,随着国内旅游的兴起,观光旅游的增长速度开始下降,度假旅游、休闲旅游增长速率大大增加。度假旅游时代是旅游发展的中期阶段,它是以自然环境、自然气候为基础,以旅游目的地为支撑、以旅游代理商及各种包机公司为运行主体的。旅游形态的变化,使那些先前旅游发展相对滞后的地区,如山东、海南、广西、云南等地旅游产业形成了快速发展的局面,成为了我国旅游产业发展的主要地区。

由观光旅游向度假旅游为主体的旅游形态转型,不仅仅是产品形态上的转型,更表现为产业形态上的转型。旅游运行方式、产业融合形式、旅游产业集合形态、旅游商业模式、旅游开发方式、旅游空间结构、旅游产业组织方式都会随着产品形态的转变而发生改变,进而导致旅游产业发展上的转型。

旅游产业发展模式的转型,就旅游产业运行方式来说,首先表现为“点线旅游”体系向“板块旅游”体系的转变。我们知道,旅游产业是一个综合性的产业,它是以旅游活动为中心而形成的一个要素与资源配置型的产业,其运行方式有两种,一种是以旅行社为主体的“点线旅游”体系;另一种是以旅游目的地散客服务中心为主体的“板块旅游”体系。在“点线旅游”体系下,旅游产业运行是以旅行社的经济活动为核心的,由旅行社将不同地区的景区、景点以及相关旅游设施、旅游服务通过旅行社的组织串联在一起,最终形成旅行社的产品,以旅行社产品为中心对各项旅游资源和服务性资源进行配置,形成食、住、行、游、购、娱等旅游供给的一体化。因此,在这种旅游产业运行方

式下，旅行社成为旅游产业的龙头行业，离开了旅行社的运作，旅游产业的经济活动是无法进行的。在“板块旅游”体系下，旅游产业运行是以旅游客源地的旅行代理商和目的地的散客服务中心为核心的，由旅行代理商和散客服务中心将不同旅游目的地的相关旅游服务进行有效的配置，最终形成旅游产业的运行体系。

我国旅游产业发展转型的另一个表现是从产品开发转向产业链构建。旅游发展有一个产业问题、一个空间问题。从旅游产业层次上，旅游合作主要表现为旅游产业链的构建方面。旅游产业是一个资源配置型产业，是围绕着旅游方式和旅游类型而构建起来的产业。区域内的旅游产业链构建必须围绕着旅游类型形成。一个地区有不同的旅游资源，有方便的旅游交通体系，为旅游产业链的构建创造了条件。我们要好好研究要开发什么样的旅游类型，以此形成什么样的旅游产业链。

旅游产业转型还表现为空间组织的变化。由行政区域转向旅游区域，形成旅游集散地（旅游客源地）——旅游目的地的新型旅游空间结构。从空间合作方面来说，我国的旅游发展形成了以区域为主体的空间结构。在这样的结构下，各个不同的旅游空间在区域中的功能是不同的：有些地区是区域内的客源地，有些地区是区域内的旅游目的地，有些地区是区域内的旅游集散地，而有些地区仅仅是旅游景区。不同的旅游区其旅游要素与产业发展是不相同的，因此，必然会存在一定的区域合作的可能。通常有客源地与目的地的合作、目的地与集散地的合作、景区与景区之间的合作、同一主题线路的合作等。这就形成了一种新型的空间结构。

从政府层面来说，谁都期望本地区成为旅游集散地或者是旅游目的地，因为如果一个地区仅仅只有一些景区，那么，这个地

区就会成为别的旅游目的地或者集散地的旅游飞地，其旅游推动社会经济的作用将会大大降低。然而，要成为旅游集散地或者旅游目的地其条件是不同的。一个地区要成为一个区域内旅游目的地除了一定的旅游资源外，还必须具备四个要素：旅游文化街区、旅游主题公园、旅游节庆、旅游文化演出。而一个地区要成为旅游集散地除了具有旅游目的地要素外，还必须具有散客服务体系的存在。

面对这样一个较为复杂且远没有得到充分研究的问题，我们的研究团队进行了深入的讨论，虽然取得了一定的成效，但研究还是初步的。本研究的关键成果是对旅游产业运行构建了一个较为完整的研究体系和框架，在这个框架下，对旅游产业发展模式及运行方式的诸多方面进行了较为全面的论述。既探讨了旅游产业定位、旅游调控机制、旅游产品创新、旅游市场秩序等旅游业实践中的重要问题，同时又结合区域旅游合作、旅游企业走出去战略、散客化等新的发展趋势进行了分析。研究中较多地引入制度经济学理论来对旅游产业发展进行分析，有利于丰富旅游产业经济学理论，对于我国旅游产业实践也具有一定的借鉴价值。

在本成果出版之际，我要特别感谢我们课题研究团队所做出的贡献，他们是香港中国旅行社的杜长辉（执笔第四章）、山东日照职业技术学院旅游学院的陈万本（执笔第三章部分章节）、北京商贸学校的宋文芸（执笔第二章）、三亚金泰恒业旅业的孙迪庆（执笔第五章）、北京交通大学旅游管理系的陈怡宁（执笔第七章）、王学峰（执笔第八章）、童碧莎（执笔第九章），他们既是我的学生，又是合作研究者，没有他们的努力，课题研究不可能取得今天的成果。感谢国家旅游局副局长杜江博士和中国旅游研究院院长戴斌教授给予本课题研究的鼓励与关注；感谢我的

兄长、南开大学旅游与服务学院李天元教授的帮助与支持；感谢北京第二外国语学院张凌云教授、殷敏教授，旅游管理学院谷慧敏教授、韩玉灵教授、厉新建副教授、秦宇副教授、魏翔副教授的支持与帮助。感谢本书的编辑付蓉女士对本书的出版所倾注的心血。

学术研究是一个持续的工作，每一项研究都会有它的历史局限，本课题尽管在此领域取得了一定的研究结论，但也存在着较多的不足，还需要进一步研究与讨论。只要本书能为你们对此问题的研究与讨论提供一个参考，我们的目的也就达到了。

张 辉

2011 年元月

于西安

目 录

致读者	I
第一章 旅游产业与旅游产业发展模式	1
第一节 旅游产业概念界定	1
第二节 中国旅游产业发展模式	8
第三节 非常规发展模式下中国旅游产业的 成就与问题	27
第四节 中外旅游产业发展模式比较	33
第二章 旅游产业模式演进：产业功能的 转变和再定位	41
第一节 我国旅游产业模式演进的环境分析	42
第二节 中国旅游产业功能的转变与再定位	50
第三章 旅游空间模式演进：旅游区域合作新方式 	62
第一节 旅游空间运行基本概念	62
第二节 我国区域旅游合作的发展历程	71

第三节	区域旅游合作的基础与条件	78
第四节	区域旅游合作的模式分析	93
第四章	旅游产业机制模式演进：旅游调控机制的 深化	108
第一节	旅游经济“哑铃”模型与制度变迁	108
第二节	经济转型与中国旅游产业政府主导式发展	123
第三节	中国旅游产业政府主导制度变迁	141
第五章	旅游产业成长模式：走出去战略与 跨国经营	157
第一节	国际旅游业的发展趋势	157
第二节	中国旅游业国际竞争力分析	164
第三节	中国旅游企业国际竞争的问题与对策	176
第六章	旅游产业运行方式	196
第一节	中国旅游产业运行方式	196
第二节	板块旅游运行方式	208
第三节	转型时期的旅游产业运行方式	219
第七章	旅游产业融合与新业态	257
第一节	旅游产业融合的发展背景与动因	257
第二节	旅游产业的融合发展及新业态	265
第三节	旅游产业融合的影响及发展策略	290
第八章	旅游目的地的产品创新	298
第一节	旅游目的地产品的创新发展	298

第二节	传统旅游目的地的产品创新	306
第三节	中国旅游目的地产品创新成功案例分析	331
第九章	旅游产业运行与旅游市场秩序	338
第一节	旅游市场秩序的内涵与意义	338
第二节	转型期我国旅游市场秩序紊乱的表象	346
第三节	转型期我国旅游市场秩序紊乱的成因	360
第四节	我国旅游市场秩序的规制	375
参考文献		385

第一章

旅游产业与旅游产业 发展模式

第一节 旅游产业概念界定

一、产业的一般含义

产业是一种社会分工现象，随着社会分工的产生而产生，随着社会分工的发展而发展。在不同的历史时期，产业的含义是不同的。随着社会生产力水平的不断提高，产业的内涵不断充实和丰富，其外延也不断扩展。在重农时期，产业主要是指农业；在资本主义工业时期，产业专指工业。传统的产业概念就是在这个时期形成的。到了近代，随着社会生产力的迅速发展，社会分工越来越细，新兴的服务得到了空前发展，物质生产活动和非物质生产活动日益紧密地结合起来，产业外延大大扩展，于是，凡是有投入产出活动的行为和事业都列入产业活动之内。20 世纪 20 年代，国际劳工局对产业进行了比较系统的划分，即把一个国家的所有产业分为初级生产部门、次级生产部门和服务部门。第二次世界大战以后，大多数国家都采用了三次产业分类法，并根据

国家的实际发展情况对产业进行具体划分。

从理论上讲,产业是介于微观经济组织和宏观经济组织(国民经济)之间的“集合概念”,概括了国民经济各行业的活动,不仅包括生产领域的活动,也包括流通领域的活动;不仅包括物质资料生产部门的生产、流通和服务活动,也包括非物质资料部门的生产、流通和服务活动;不仅包括生产部门,也包括流通部门、服务部门甚至文化教育等部门。从宏观上说,产业是与社会生产力发展水平相适应的社会分工形式的表现,是一个多层的经济系统,如部门、行业、业种。产业和产业之间存在着直接或间接的经济联系,整个产业构成一个具有函数关系的经济系统。从微观上说,产业是有投入和产出效益的活动单位,产业是从事同类物质生产或相同服务的经济群体。所谓“同类”或“相同”的含义应理解为:从需求方面说是指具有相互密切竞争关系的商品或服务;从供给方面说是指生产技术、工艺相近的物质生产和经济性质相同的服务业。严格来讲,构成一个“产业”的一组企业群,必须满足3个标准:生产相对同质性的产品、使用基本相同的技术、企业数量和他们产出的财务价值必须在数量上达到足以值得从统计上作为一个单独的部门而论。

二、旅游产业的界定与性质

旅游业是否具有产业属性,长期以来在旅游学术界存在着较多的争论。当现代旅游业对国家的经济、政治、文化与环境等各方面都产生了重大影响时,人们日益认识到它是一项重要的产业,然而随着学术界的深入研究,逐渐出现了一些反对的声音,于是人们又重新审定旅游业到底是不是产业,至今赞成方与反对方仍然争执不下。

Neil Leiper (1979) 认为旅游业只是“旅游系统中在功能和空间上有联系的几个部门”，而不是一个产业。其在 1990 年又针对 Stephen Smith 的产业化旅游定义进一步指出：“作为产业的旅游意味着一个组织使用的生产技术以及管理方式和同一市场同一产业其他组织相似”，而旅游业中生产组织显然不具备上述特征。Kenneth Wilson (1998) 得出的结论是：旅游不是也不可能是产业；也不存在单独的旅游市场，但可以认为存在旅游市场群，在旅游市场群中，其产品由一系列产业提供。戴维森的观点更具有代表性，他指出：旅游根本不是一个产业，充其量也不过是一些产业的集合。产业是所有生产相同产品的单个企业的集合，而产品是否相同是根据交叉需求弹性理论中的可替代性来限定的。旅游是一种相差悬殊的经历或过程，不是一种产品；是一种社会现象，不是一种生产性活动；所有旅游者支出的总和并不是这一组相似企业的收入所得。因此，将旅游定义为产业是不正确的。旅游远不只是一个一般意义的产业，更像是一个部门，它影响着一大批产业。

国内学者反对的声音主要是认为旅游业距离传统产业标准相去甚远。在世界上绝大多数国家颁布的标准产业分类中，甚至在联合国公布的《国际标准产业分类》中，都没有将旅游业列为单独的立项产业。在我国的《国民经济部门分类标准》中，也没有旅游业的字样，而是将与之有关的经济活动划归“住宅、公用事业和居民生活服务业”一类。因此，国内经济学家普遍认为，旅游业不能构成一项标准的产业。

与此同时，国内一些学者也提出了不同意见。马波 (1999) 对戴维森的观点进行了商榷，他指出，在现实社会中的确存在着一个为旅游者服务的经济系统，旅游产业的称呼是符合产业质的

规定性的，只是在性质上是一种消费趋向性产业，外延要比一般的工业宽泛得多。张辉（2002）的观点与马波类似，他认为，在实现旅游者需求的过程中，由于不同厂商向某一特定旅游市场提供相似的产品或服务具有某种程度上的替代服务或活动，这使各个厂商之间存在着竞争或者合作的可能，因此可以认定这种领域内的现象是一种产业。

综上所述，无论是国内学者还是国外学者，对旅游业非产业属性的观点，往往都存在以下两个方面的问题：

第一，混淆了旅游与旅游业。这是国外学者最先犯的错误，往往以旅游不是产业的原因来卖力地解释旅游业不是产业。而事实上，旅游和旅游业无论是在内涵还是外延上，都是两个性质不同的概念。旅游业是指直接为旅游者的旅游活动提供产品和服务的行业的总称，而“旅游是个人以前往异地寻求愉悦为主要目的而度过的一种具有社会、休闲和消费属性的短暂经历”。旅游业是旅游经营者的事情，是供给方面的概念；旅游则是旅游者的事情，是需求方面的概念。产业的定义则是依据产品而非产品的消费者。所以很显然旅游不是产业。

那么旅游业为什么是产业呢？从消费的角度看，旅游者通过空间移动而获得的经历或体验，涉及许多企业的产品与服务，如出游之前的信息服务，出游过程中的交通、住宿、饮食、游览、购物，乃至出游后的一些追踪服务等。旅游者在每个旅游环节的选择上都具有很大的自主权，这表明旅游服务与产品之间存在着明显的替代关系。从本质上说，消费者享用某产业所提供的产品与游客享受旅游业所提供的服务是没有根本区别的。很明显旅游业是提供同类或相互密切竞争关系和替代关系旅游产品和服务的产业，而这正是产业的基本要件之一。从供给的角度看，旅游业