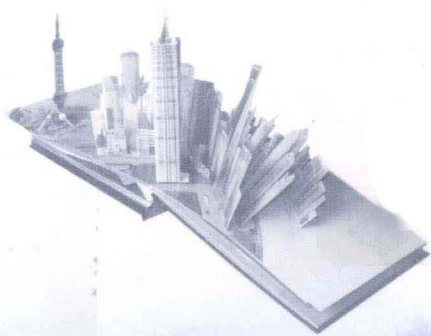


产业组织视角下 的中国旅游业

郑世卿◎著



产业组织视角下 的中国旅游业



郑世卿◎著

图书在版编目(CIP)数据

产业组织视角下的中国旅游业/郑世卿著. —上海:

上海社会科学院出版社, 2013

ISBN 978-7-5520-0366-6

I. ①产… II. ①郑… III. ①旅游业-产业组织-研究-中国 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 183770 号

产业组织视角下的中国旅游业

著 者: 郑世卿

责任编辑: 董汉玲

封面设计: 闵 敏

出版发行: 上海社会科学院出版社

上海淮海中路 622 弄 7 号 电话 63875741 邮编 200020

<http://www.sassp.org.cn> E-mail: sassp@sass.org.cn

照 排: 南京理工出版信息技术有限公司

印 刷: 上海信老印刷厂

开 本: 787×1092 毫米 1/16 开

印 张: 12.75

插 页: 2

字 数: 196 千字

版 次: 2013 年 9 月第 1 版

2013 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5520-0366-6/F · 193

定价: 35.00 元

版权所有 翻印必究

前 言

从1978年开始,我国用了30余年完成了从旅游资源大国到旅游大国的跨越。其间旅游产业获得迅猛发展,已经从一个新兴产业逐渐成为国民经济的战略性支柱产业。我国旅游大国到旅游强国的跨越已经开始,由大而强不只是做增量上的扩展,更重要的是存量的调整和内部产业组织层面的优化与提升。

在宏观层面高速发展的背后,我国旅游业在产业组织层面上积累了诸多的问题与矛盾。而产业组织对于一个产业的生产率和创新率有重要影响。在技术与制度因素的协同作用下,产业组织不断演化,演化的方向和程度决定了产业的竞争力。本书尝试从产业组织演化角度对中国旅游业进行研究,以期为中国实现从旅游大国走向旅游强国的历史性跨越提供有益建议。

本书采用传统的产业组织理论作为理论工具,结合演化经济学,通过分析制度变迁与技术创新对产业组织演化起到的作用,来获得制度与技术对产业组织演化机理的认识,以推及产业组织未来优化方向。本书以重大事件为节点,将中国旅游业发展历程划分为三个阶段,分别考察各阶段产业组织层面的特征与演化趋势。在此基础上,本书回归产业组织的研究原点,以马歇尔定义的四种类型组织:企业内组织、产业内组织、产业间组织和政府组织为分析对象,针对中国旅游业的产业组织特点展开分析。企业内组织核心考察旅游企业的一体化整合和专业化分工,产业内组织核心考察旅游企业之间的模块化组织和网络化组织,而产业间组织则核心考察旅游产业与其他产业之间的融合与联动,政府组织对旅游产业组织起到规制与服务的作用,对产业组织有着直接而重要的影响。

在一定程度上可以说本书的研究框架是R-SCP模式的扩展:企业间

的一体化整合和专业化分工是提升产业集中度、改善市场结构(Structure)的两种有效渠道,这有助于改善旅游企业“小弱散差”的结构现状;而企业间的模块化组织和网络化组织则是改善旅游业内以同质竞争为主体的恶性竞争的有效渠道,这有助于优化旅游业的市场行为(Conduct),实现有效竞争的有序展开;产业间的融合与联动则是研究了旅游业对其他产业,乃至整个国民经济的带动作用,这在一定程度上可以认为是旅游产业市场绩效(Performance)的重要方面;政府组织对旅游产业组织的演化施加重要影响,这种影响主要是通过规制(Regulation)来体现。

本书的主要结论有以下五点:

1. 技术创新与制度变迁是推动旅游产业组织演化的主要动力。

中国旅游产业发展 30 余年取得长足进步,由政府主导型的发展战略为产业开端到逐步市场化的过程中,技术创新与制度变迁是推动产业组织演化的主要动力。制度的变迁为企业在更宽松的经营环境下实现在更大地域空间的资源整合提供可能,而包括信息技术和管理技术为代表的技术创新则为企业在更大尺度空间和更大企业规模的高效运营成为可能。技术与制度协同推动企业内、企业间、产业间和政府组织的演化,进而推动旅游产业的发展。

2. 企业内部的一体化整合与专业化分工有助于旅游业市场结构的优化。

旅游业“散小弱差”的市场结构优化路径主要集中在一体化整合和专业化分工上。一体化整合是旅游企业通过并购实现横向或纵向的一体化战略,提升市场占有率,从而形成具备更大市场权力的企业集团。而专业化分工则是通过建立垂直专业分工体系使得每个企业聚焦在更为细分的专业市场上,从而提升企业在细分市场的占有率,也是优化市场结构的重要路径。企业内组织是产业组织的微观基础,是实现旅游业市场结构优化的着力点。

3. 企业间网络化组织和模块化生产有助于形成旅游业市场竞争的健康展开。

旅游企业间的同质竞争是导致产业平均利润下滑的主要原因,形成健康的竞争态势是中国旅游业发展的核心命题。而企业间逐步形成的网络化组织是将外部交易内部化,变企业间竞争为网络间竞争,形成在区域

市场的有序竞争格局。模块化则将企业间竞争转化为模块内竞争,形成企业间良性竞争的格局,有利于产业的优化与提升。通过网络化组织和模块化组织,中国旅游业可以变原有的恶性竞争为良性竞争,实现企业间的差异化经营和旅游产品及服务质的提升。

4. 产业间的融合与联动有助于推动旅游业绩效的优化与产业地位的提升。

旅游产业在“非典”以后对国民经济的贡献率逐年下降,关键是作为主导产业的旅游业没有发挥其强融合性和强关联性的特点,没有与多产业发生充分的融合与联动。基于技术创新和规制放松的产业融合和基于产业联系的产业联动是旅游产业提升其市场绩效,巩固产业地位的重要手段。

5. 政府组织在旅游产业发展中的作用逐步由产业规制者转化为产业服务者。

中国旅游业是在政府主导下发展起来的,政府组织在产业发展中施加了重要影响,旅游业在发展中也受到诸多的产业规制。伴随市场化进程的深化,政府组织正在实施从主导型向服务型的职能转化,逐步将自身职能定位于产业管理、产业支持与产业推介等产业服务职能上,为旅游业健康发展营造良好的发展空间。

旅游业已经成为我国的支柱产业,并且随着国人富裕程度的不断提高,市场蛋糕会越来越大。虽然我们可以不在乎 500 亿美元的旅游贸易逆差,但是我们必须要把旅游产业做强。唯有此,我们才有更好的平台向世界展示一个美丽中国;唯有此,我们才能在旅游产业在世界范围内的分工体系中占领优势地位;唯有此,我们才能真正实现民族复兴的中国梦!

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究背景和意义	1
一、研究背景	1
二、研究意义	6
三、旅游产业的特殊性	7
第二节 文献综述	8
一、产业组织研究综述	8
二、组织演化研究综述	12
第三节 研究思路、方法和结构	14
一、研究思路	14
二、研究方法	15
三、结构安排	16
第二章 产业组织演化	18
第一节 演化环境因子分析	18
一、波特的观点:五力竞争模型及延伸	18
二、发展经济学的观点:制度、技术与全球化	23
三、核心环境因子分析	25
第二节 产业组织演化理论	26
一、演化思想的发展	26
二、产业组织演化理论的发展	27
第三节 环境因子推动演化机理	29
一、产业组织演化环境	30

二、组织演化与制度变迁	31
三、组织演化与技术创新	32
四、技术创新和制度变迁协同推进演化	34
第三章 中国旅游业的发展	36
第一节 旅游业发展历程	36
一、第一阶段——初创起步阶段(1978—1989 年)	37
二、第二阶段——快速发展阶段(1990—2002 年)	39
三、第三阶段——调整优化阶段(2003 年至今)	42
第二节 旅游产业基本特征	45
一、结构复杂性	45
二、规模经济性	47
三、边界开放性	47
四、外因敏感性	48
第三节 产业组织演化进程与趋势	48
一、市场结构	49
二、市场行为	59
三、市场绩效	63
四、政府规制	64
第四节 产业组织演化动因分析	66
一、技术创新	66
二、制度变迁	69
三、制度与技术协同演化	71
第四章 企业内组织:多元化与专业化	75
第一节 企业多元化	75
一、多元化定义与类型	76
二、旅游企业多元化增长形式	76
三、传统旅游企业之间的交易关系分析	77
四、企业多元化优势	79
五、旅游企业纵向整合	80

第二节 企业专业化	81
一、专业化定义	81
二、企业专业化优势	82
三、旅游企业专业化主要形式	82
四、旅游企业横向整合	83
第三节 多元化与专业化	86
一、多元化与专业化的动因	86
二、多元化与专业化的均衡点	88
三、技术与制度推动	89
四、优化建议	89
第四节 一个实证:旅行社业的多元化与专业化	90
一、中国旅行社业竞争格局	90
二、旅行社多元化与专业化案例剖析	91
三、分工与整合综述	97
 第五章 企业间组织:网络与模块	99
第一节 企业间组织网络化	99
一、网络化组织的概念	99
二、网络化组织的形成原因	100
三、网络化的竞争优势	103
四、旅游企业网络化	104
第二节 产业模块化	109
一、模块化相关理论	109
二、模块化的动因	110
三、模块化机制	112
四、旅游产业模块化	115
第三节 模块化与网络化	117
一、模块与网络的联系	118
二、模块与网络的区别	118
三、技术与制度的推动	119
四、优化建议	119

第四节 一个实证:基于一体化信息平台的旅游业模块化生产网络	120
一、一体化信息平台发展历程	120
二、一体化信息平台的作用	123
三、面临的挑战	124
四、一体化信息平台建设	125
五、旅游产业模块化生产网络	126
第六章 产业间组织:融合与联动	128
第一节 产业融合	128
一、产业融合相关理论	128
二、产业融合的动因	130
三、旅游业的产业融合	131
第二节 产业联动	134
一、产业联动相关理论	134
二、产业联动的动因	138
三、旅游产业与多产业联动分析	139
第三节 融合与联动	144
一、融合与联动的联系	144
二、融合与联动的区别	144
三、技术与制度推进	145
第四节 一个实证:主题乐园业与多产业融合联动发展	146
一、主题乐园概述	146
二、迪士尼乐园与多产业的融合与联动	147
三、对国内主题乐园的启示	148
第七章 政府组织:规制与服务	150
第一节 政府组织的理论综述	150
一、政府组织的定义	150
二、规制理论概述	151
三、政府规制与产业组织演化	154

四、旅游产业的政府规制	156
第二节 历史回顾:政府规制	157
一、产业政策分析	158
二、政府行为分析	163
第三节 未来展望:产业服务	166
一、产业管理	166
二、产业支持	167
三、产业推介	168
第四节 一个实证:饭店业政府规制与变革取向	169
一、政府规制发展历程	169
二、政府规制内容	170
三、政府规制的特征	171
四、变革取向	172
 第八章 结束语	 174
第一节 结论与展望	174
一、主要结论	174
二、未来展望	176
第二节 局限与不足	177
 参考文献	 178
 后 记	 190

第一章 绪 论

自 1978 年改革开放以来,中国旅游业获得了迅猛发展,已经从一个新兴产业逐渐成长为关系国计民生的支柱产业,目前已经形成入境、国内、出境三大旅游市场健康发展的格局。但是在宏观层面获得高速发展的表象下,在产业组织层面上中国旅游业则积累了诸多的问题与矛盾。产业组织对于整个产业的生产率和创新率有着重要影响,旅游业产业组织的演化在中国从旅游大国走向旅游强国的道路上将发挥重要作用。本书尝试对中国旅游业的产业组织进行研究,希望通过多维度的实证分析,能够为旅游业产业组织优化路径提供有力支撑。

第一节 研究背景和意义

一、研究背景

1. 蓬勃发展的中国旅游业

改革开放以来,中国经济在众多领域取得令世人瞩目的成就。作为最早实现开放的产业之一,中国旅游业可以说是从零起步,获得了高速发展,30 多年间实现了性质变革、功能变革和管理变革的演化过程,其产业地位也大幅提升。根据旅游发达国家的经验,一个国家人均 GDP 一旦超过 3 000 美元,该国的旅游消费就会进入一个爆发性增长时期,旅游产业也将进入发展的快车道。正是充分注意到这种发展趋势,中国绝大多数的省、直辖市、自治区都将旅游业定位为拉动当地经济发展的支柱产业、先导产业或优势产业。2009 年发布的《国务院关于加强发展旅游业的意见》更将旅游业提升到国家支柱产业的地位。

经过 30 多年持续快速的发展,中国旅游业已经初步形成以入境旅游为主导、国内旅游为基础、出境旅游为补充的发展格局,并已经确立了世界旅游大国的地位。据国家旅游局最新的统计数字显示,在入境旅游方面,2012 年我国入境旅游人数为 13 240 万人次,其中外国旅游者有 2 719.16 万人次,入境过夜旅游者 5 772 万人次,国际旅游(外汇)收入近 500 亿美元。与 1978 年相比,我国入境旅游人数、旅游创汇分别增长 70 多倍和近 300 倍。在国内游方面,2012 年,我国全年国内旅游人数达到 30.0 亿人次,同比增长 13.6%,国内旅游收入 2.3 万亿元,同比增长 19.1%,当年全年国内生产总值(GDP)51.9 万亿元,旅游业占 4.95%。1978 年,国内旅游收入占国内生产总值的份额仅为 0.51%,2004 年曾上升到 5.62%。在出境游方面,2012 年全年中国公民出境旅游人数为 8 200 万人次,出境旅游花费 980 亿美元,同比增长 35.2%,该数据相当于全球营收最高企业石油巨头埃克森美孚公司全年营收额的 2 倍。与此同时,旅游服务贸易逆差进一步扩大,预计近 500 亿美元。可以说,国内旅游、出境旅游发展更为迅猛。目前我国已经是世界第三大旅游国,也是亚洲地区快速增长的新兴客源输出国和亚洲最大的客源输出国,可以说 30 余年间中国实现了由旅游资源大国向世界旅游大国的历史性跨越,旅游业在国民经济和国际合作中扮演着越来越重要的角色,这也为中国从旅游大国迈向旅游强国打下了坚实的基础。

从宏观经济环境来看,随着中国改革开放力度的不断深化,尤其是加入世贸组织以后,中国经济面临全球化机遇和挑战,这也为旅游业发展带来相应的挑战与机遇。当前,旅游业的创汇任务已经逐渐被淡化,但在带动各个产业发展和扩大与世界各国的了解与交流方面,中国旅游业有了更深的内涵和外延,也赋予了旅游业发展新的历史任务,这就给中国旅游业发展提出了更高的要求。

2. 旅游大国的“弱质产业”

旅游业对 GDP 的贡献率近年来接近 5%,全国有 4/5 以上的省级行政区把旅游业确定为“支柱产业”,服务业发展“十二五”规划也明确提出了将旅游业初步发展成国民经济战略性支柱产业的目标。中国已经是旅游大国,但是从产业组织角度分析,中国旅游产业还远远没有达到旅游强国所需的特质,企业核心竞争力不强导致产业在国际市场上竞争力不足,

因此中国的旅游业还只能算是一个“弱质产业”。

从市场结构来看,中国旅游业产业集中度低,旅游企业普遍存在着“小散弱差”的情况,竞争力不强,难以达到规模经济。

以旅行社为例,截至 2011 年年底,全国旅行社总数为 23 690 家,总资产 711.17 亿元,全年营业收入 2 871.77 亿元。而美国运通公司全球商务旅行部 2011 年全球销售额为 293 亿美元,资产总额更是达到 1 533 亿美元。资产与营收之悬殊显而易见。除了港中旅、国旅、中青旅等三大旅行社外,其他旅行社的规模优势还不显著,经济规模还有待培育。从产品差异来看,中国旅游业目前旅游产品差异化小,同质化程度高。以旅行社业为例,目前我国旅行社实行的仍是水平分工体系,几乎所有的旅行社在业务上全都涉及产品开发、组团乃至接待等环节的业务,没有建立批发、零售等环节的分层竞争体系或垂直分工体系,这直接导致目标市场狭窄、产品高度同质、价格竞争过度、行业利润下滑,也无法实现产业内的资源优化配置。在进出壁垒方面,旅游业进入容易退出难,尚未形成退出机制。旅游行业成长初期,产业的平均利润率较高,吸引大批企业进入旅游业。在我国因体制不完善而导致地方投资饥渴和预算软约束的推动下,旅游市场内企业数量增幅远超过产业的发展速度。除此之外,与其他产业相比,旅游产业资本壁垒、技术壁垒相对较低,进入门槛低也造成过度进入。在行业进入成熟期后,产业平均利润下降,劣质企业应该被及时淘汰,然而较高的退出壁垒却使劣质企业仍然在行业中进行低效率的生产,产品差异程度不够导致非价格竞争不足以实现企业的优胜劣汰,因此旅游产业价格战的出现就有其必然性。

在市场行为方面,因为产品同质程度较高,竞争手段单一,因此价格战往往是首选。我国旅游企业经营的旅游产品同质化程度十分严重,彼此之间替代性较强,企业缺乏根据市场需求不断开发有特色、有竞争力的旅游新产品的创新动力和创新环境,导致企业长期陷入以价格竞争为主的过度竞争的漩涡之中无法自拔。而因行政区划分导致的诸侯经济直接导致区域间有效竞争不足,市场竞争的机制在一些区域内不得不让位于各种地方保护主义,其结果是各地旅游局各自为战,这使得旅游企业缺乏在更大空间内的自由运作和整合资源遇到瓶颈。

从市场绩效来看,20 世纪 90 年代以来旅游业整体绩效出现了两个

明显特征:第一,在宏观层面,产业体系和市场规模获得迅猛的增长,其增长速度和连续增长的时间长度超过 GDP 增幅,成为世界旅游业的一大奇迹;第二,在微观层面,在旅游企业数量和总收入增加的背景下,旅游业的平均利润率逐年下降,甚至出现利润率为负的情况,这一情况在进入新世纪以后有所好转,但是产业平均利润率仍处于较低水平。这样的反常情况说明了两个问题:第一,当前旅游产业规模的扩展主要依靠企业数量的增长和旅游开发地域的扩大来实现,而不是依靠已有企业经营效率的提高;第二,产业平均利润的变化与产业内企业的数目变化之间存在负相关关系,这表明旅游企业间存在低效率的过度竞争。过度竞争致使我国许多旅游企业甚至全行业处于低利润率或负利润率状态,而生产要素和企业却不能顺利地从中退出更加剧了这一趋势。

产业组织是否合理最为直接的指标是产业竞争力。有的学者运用定量评价法对我国旅游业国际竞争力进行了综合评价,^①美国这个旅游发达国家的旅游业国际竞争力指数是我国的 2.17 倍。从旅游资源与产品的知名度、垄断度、品位度和丰度等指标的竞争力来分析,中国不弱于美国,说明中国的旅游资源具有优势;但若从人力资源、基础设施、旅游企业等指标的竞争力评价来对比,美国的得分是中国的 4.22 倍,这充分反映出中国旅游业在产业组织层面存在问题,直接导致产业竞争力不强。世界经济论坛公布的《2011 年旅游竞争力报告》公布了 2011 年全球旅游竞争力排行榜。在其中的旅游综合竞争力排行榜中,在 139 个国家和地区中中国排第 39 名。中国在旅游资源方面有明显的优势:在世界自然遗产地方面排第 5 名,在文化遗产地方面排第 16 名,在价格竞争力方面排第 24 名,也比较具有竞争优势。然而,一些明显的劣势将我国的排名拉了下来。中国的航空交通设施较好,排第 35 名,但地面交通基础设施仅排第 59 名,其旅游基础设施十分不发达,排第 95 名。没有大型国际租车公司,自动取款机数量和分布不够便利,这也是不利的方面。中国的政策环境不利于旅游业的发展,产权没有得到有效的保护,对外国所有权控制相当严格,对大多数境外游客需要签证等,在这些方面中国排第 80 名。虽然该报告对中国旅游业的评价存在一些偏激,但也确实反映出中国在

① 朱应皋、万绪才:《中国旅游业国际竞争力综合评价》,《人文地理》2005 年第 1 期。

诸多领域与世界旅游强国的差距之所在。而世界营销大师米尔顿·科特勒认为我国旅游企业在国际旅游分工中处于从属地位,这直接导致我国国际旅游利润远低于发达国家。^①

总体来看,中国旅游产业尚在发展的上升过程中,市场结构正在重新分化组合,竞争态势也正在由分散竞争向垄断竞争转化。在高速发展了30余年以后,中国旅游业已经在量的扩张上取得了巨大成功,下一阶段的主要任务是结构调整,推动企业实现规模经济,促进建成产业的垂直分工体系,逐步规范市场竞争秩序,并逐步为我国旅游企业走向世界铺设平台。在这样的一个过程中,中国也将完成由旅游大国向旅游强国的艰难蜕变。

3. 未来:机遇与挑战并存

作为一个发展中国家,旅游业一直是我国赚取外汇的重要产业,入境旅游外汇收入最高时占我国服务贸易出口的54.1%(2001年),但到了2007年这一数值下降到30.6%。出境旅游的高增长使得贸易顺差出现逆转,旅游业可能成为我国一个外汇与居民消费的溢出漏斗,有的学者甚至认为旅游业将成为第一大贸易逆差产业。2012年我国旅游业已经出现了近500亿美元的贸易逆差。由于我国对出境游花费没有具体的统计数据,贸易逆差很难准确估算,但是旅游业成为逆差产业已经成为事实。出境游的高速发展导致的贸易逆差有可能削弱旅游业的产业地位,将对旅游业的产业地位产生深远影响。

而近年来席卷全球的金融危机,使本已脆弱的旅游业又受重创。从各方面情况看,这次金融危机与1998年亚洲金融危机和2003年非典相比,对旅游业冲击更猛烈,影响范围更大,持续时间将更长。这将使得中国旅游业未来充满挑战。今后一段时期将是旅游业最为困难的时期。金融危机进一步深化对我国旅游业将产生一系列严重影响。

未来也蕴含了无限的机会。对我国旅游业发展而言,《国务院关于加快发展旅游业的意见》(国发〔2009〕41号)被社会各界一致认为是一个具有里程碑意义的重要文件,确立了旅游业作为国民经济战略性支柱产业的产业地位,也是推动未来30年发展新格局标志性的新起点。2013年2

^① 米尔顿·科特勒:《向西方营销中国城市》,《成功营销》2003年第10期。

月2日由国务院办公厅颁布执行的《国民旅游休闲纲要(2013—2020年)》明确了到2020年职工带薪年休假制度基本得到落实,城乡居民旅游休闲消费水平大幅增长,这也将从根本上为旅游从观光型转向休闲型注入巨大的推动力。2013年4月25日《中华人民共和国旅游法》的公布对保障旅游者和旅游经营者的合法权益、规范旅游市场秩序、保护和合理利用旅游资源及促进我国旅游业全面协调可持续发展都具有重大意义,将成为我国旅游业发展史上一个重要的里程碑。

未来,充满了不确定性。中国旅游业将在这种不确定性中面临着机会与挑战,也将在这一过程中实现中国由旅游大国到旅游强国的历史性跨越。

二、研究意义

旅游业的发展涉及多个关联产业,因此对旅游产业的研究角度众多。概而言之,可以分为宏观、中观和微观3个层面。宏观研究是研究旅游业在国民经济体系里的作用及影响,微观研究则注重旅游企业个体的发展,而中观研究则将产业作为一个整体来进行研究。3个层面的研究侧重点不尽相同,其研究意义也各不相同。

在宏观层面上,作为中国经济的重要推动力,旅游业发展态势整体良好,各项统计数字逐年上升,很难分析出中国旅游业发展存在的深层次问题。在微观层面,在整个产业迅速发展的大环境下,许多旅游企业的经营境况堪忧,大部分处于微利,更存在大量企业亏损运营,这不能简单地认为是企业内部管理不到位,而是不良的市场结构导致的低绩效。仅仅依靠改进企业内部管理是难以改善企业的经营业绩的,必须从更高层面来发现产业整体经营不良的深层原因。中观层面就是要将旅游业作为一个整体来研究,发现其市场结构不合理的地方,规范市场竞争行为,提升市场绩效。笔者认为,这是目前旅游研究最具有现实价值的领域,因为这项研究能够为中国走向旅游强国提供支撑,为中国旅游企业做大做强、走向世界提供有针对性的研究成果和建议。

在旅游产业研究中,旅游产业组织研究极具现实意义。旅游产业组织深刻地影响,并在一定水平上决定旅游产业的竞争力。对产业组织的研究有助于形成市场的有效竞争,达到提高产业内部资源配置效率的目