

江西旅游产业融合模式研究与探索

梅艺华 著



江西科学技术出版社



图书在版编目(CIP)数据

江西旅游产业融合模式研究与探索 / 梅艺华著. —
南昌 : 江西科学技术出版社, 2017. 7

ISBN 978 - 7 - 5390 - 5629 - 6

I. ①江… II. ①梅… III. ①旅游业 - 产业融合 - 研
究 - 江西 IV. ①F592. 756

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 154274 号

国际互联网(Internet)地址:

<http://www.jxkjcs.com>

选题序号:ZK2017074

图书代码:B17054 - 101

江西旅游产业融合模式研究与探索

梅艺华 著

出版 江西科学技术出版社
发行
社址 南昌市蓼洲街2号附1号
邮编:330009 电话:(0791)86623491 86639342(传真)
印刷 江西新华印刷集团有限公司
经销 各地新华书店
开本 787mm × 1092mm 1/16
字数 186 千字
印张 14
版次 2017 年 7 月第 1 版 2017 年 7 月第 1 次印刷
书号 ISBN 978 - 7 - 5390 - 5629 - 6
定价 30.00 元

赣版权登字 - 03 - 2017 - 205

版权所有,侵权必究

(赣科版图书凡属印装错误,可向承印厂调换)

内容简介

本书基于演化经济学的观点,对江西省旅游产业融合研究现状进行分析,结合江西省旅游产业融合的典型案例分析,提出了江西省旅游产业融合的新思路、新模式。

本书从江西省文化旅游产业资源布局入手,采用最新的江西旅游大数据及云游大数据分析案例,对江西旅游产业融合度实证数据分析与贡献分析、大数据时代的智慧旅游融合模式分析,提出的九大江西省旅游产业融合模式:美丽特色小城镇的旅游产业融合模式、“特色小镇+全域旅游+产镇融合”模式、湾里区域旅游与梅岭小城镇建设的生态旅游融合模式、基于“互联网+全域旅游”的江西省旅游产业融合模式、文化创意与旅游业的融合发展模式、红色旅游业与文化创意产业融合模式、江西文化创意产业融合模式、VR旅游与旅游行业新营销融合模式、“互联网+美丽乡村”的旅游模式。构建江西省智慧旅游与旅游信息融合平台系统,为江西省旅游大数据智慧时代的旅游产业融合发展,提供了具有江西地方的旅游产业融合模式数据,为研究江西省旅游产业政策,提出了江西旅游产业融合发展协同关系的处理策略。结合SWOT分析法和灰色关联分析理论,提出精心打造“江西风景独好”、“国学旅游”、“鄱阳湖生态旅游”品牌的营销策略,为进一步研究江西省旅游产业融合做出了有益的探索,具有较高的学术价值。

绪 言

旅游产业是朝阳产业、绿色产业、惠民产业,大力发展旅游产业有利于满足消费升级需要,有利于助推经济结构优化,有利于缓解经济下行压力。江西旅游资源丰富,产业基础扎实,消费能力具备,旅游产业有条件、有基础、有能力在“十三五”时期实现发展目标。

“十三五”时期是江西省旅游产业发展的黄金期,也是旅游强省建设的提档期。江西省各地有关部门要紧盯打造万亿元旅游产业目标,突出目标引领、问题导向、五大理念、三个衔接、跨界融合、改革创新、项目带动、政策支持、要素保障、合力共赢,抓关键、攻难点、强基础、补短板,奋力开创江西旅游发展新局面,为实现全省“提前翻番、全面小康”目标作出新的更大贡献。

21 世纪以来,由于高新技术的快速发展和扩散,原本具有分工的一些产业边界逐渐模糊,产业之间相互渗透并融合形成新的产业业态,而这些新业态的出现成为拉动经济的新的增长点。经济学家提出了产业融合理论来解释这种现象。旅游业在这一浪潮的带动下,也显露出融合发展的迹象:新业态不断出现,如工业旅游、会展旅游、农业观光旅游、医疗旅游等;新型产业功能逐步显现,如旅游景区兼具养老、医疗等功能;新型企业组织结构不断演进,如旅行社集会议组织、咨询、人力资源管理、展览策划于一身。各种迹象表明,旅游业逐步与其他产业相互渗透和融合。作为一种综合性产业,旅游业与其他产业相互融合有其发展的内在必然性和外在必要性。旅游产业融合是近年来旅游研究领域的热点之一。

未来 20 年乃至 35 年,将是中国旅游业更好更快发展的黄金期。国际发展规律显示,一个国家或地区人均 GDP 超过 5000 美元,旅游则进入大众化日常性普遍消费阶段。我国人均 GDP 超过 7000 美元,正处于旅游消费需求爆发式增长时期。

我们需要把握时代赋予的新机遇、新使命。实际上,“旅游+”融合已经成为一个现实存在,“旅游+”融合正在充分利用经济、社会、文化、生态各方面建设成就而不断拓展丰富。社会越发展,“旅游+”融合的内容和形式就越丰富。“旅游+”融合有开放性、动态性,“+”的对象、内容、方式不断拓展丰富,“旅游+”融合的速度也越来越快。“旅游+”融合已不是一个停留在字面上的概念,“旅游+”融合正在汇成一股越来越强大的力量,对经济社会发展产生战略性和全局性的影响,推动一个新时代的来临。

对于未来从产业层面推进旅游产业融合,可以从两个角度展开。一是“旅游+新技术”融合。旅游企业可尝试与科技企业进行业务合作,主动接受、学习先进科技手段,推动智慧化发展,丰富旅游产品形式,创新旅游企业新时期的营销、服务、管理能力,如两微一端的社交媒体运作、无纸化景区导览、VR景物还原、纪念品3D打印等。二是“旅游+新模式”融合。探索旅游新业态与具有时代特色的商业模式相融合的发展模式,如围绕智慧城市建设的PPP投融资模式、服务家庭游的分享经济旅居模式等。

事实上,地方政府对于推进旅游产业融合热情度很高,因为产业融合能够为地方经济发展提供更多的资源与机会,所以地方政府把全域旅游作为供给侧改革的着力点,极力创新推进“旅游+X”融合发展。根据市场需求,深度开发个性化、精品化、高端化的旅游休闲度假产品和旅游线路,不断提升旅游景区的竞争力和创富能力。以旅游业为核心,推动旅游业与其他产业融合发展,以“旅游+X”融合为主要模式,在传统“旅游+房地产”的基础上,积极推动“旅游+医疗健康”“旅游+文化产业”“旅游+高端商贸”“旅游+高端商务”“旅游+海洋经济”“旅游+现代农业”“旅游+体育+竞猜型体育彩票+慈善”等产业融合发展,不断创新旅游产品、旅游业态和旅游服务,提升旅游品质。

对于未来推进“旅游+”融合过程中可能遇到的问题,做好“旅游+”融合任重道远,就当前我国旅游业发展的现实情况来看,最迫切需要解决的根本性问题是旅游管理的体制机制创新。“旅游+”融合几乎涉及社会经济的所有部门和人们生活的所有领域,如何推动“旅游+”融合、落实“旅游+”融

合、做好“旅游+”融合,需要打破传统的行政和社会管理体制,实现跨部门、跨领域的综合协调和整体推进,建立整体规划、统一协调、分工协作、共同推进的工作机制,发挥好政府主导与市场主体作用,让“旅游+”融合真正成为实现经济社会可持续发展的一种新模式。

“十三五”期间,江西将通过全域旅游发展和旅游供给侧结构性改革,优化产业结构,激发市场活力,形成若干个在全国具有战略意义和竞争优势的旅游产品、线路、企业和公共服务体系,把旅游业建成江西引领全国的核心产业,打造成江西最大的特色、最大的优势、最大的亮点,使旅游业成为绿色崛起的第一窗口、第一名片、第一品牌,为提高人民群众幸福指数、全面建成小康社会、促进经济社会更好更快发展作出新贡献。

本书在江西省高校人文社科规划课题《演化经济学视角下的江西旅游产业融合机理研究》研究的基础上,结合作者多年的旅游产业经济研究成果,得到了江西旅游研究院的大力支持。

序

时光荏苒,斗转星移,随着“互联网+”的大幕拉开,产业融合优势凸显,旅游产业融合也成为必然的发展趋势之一。

“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果,推动着社会经济形态不断地发生演变,从而激活社会经济实体的生命力,为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。互联网和信息技术的迅猛发展,一方面为传统产业提供了广阔的获取信息渠道和发展新资源;另一方面,各行各业都想在网络上占有自己的市场份额,获取网上竞争优势。然而,想要占据互联网的市场,首先就要通过网络使用户看到信息。通过建设网站作为载体,让用户能够在互联网上找到与之相结合的项目,这些项目从诞生开始就是“互联网+”的现实形态。与传统产业或企业转型与升级不同,“互联网+”无需耗费巨大的人力、物力及财力实施产业转型,而是利用信息通信技术以及互联网平台,使互联网与传统行业进行深度融合,创造新的发展生态。

江西向来拥有“物华天宝,人杰地灵”之美誉,享有“文章节义之邦,白鹤鱼米之国”之盛名。其水陆贯通的优越地理位置,得天独厚的自然生态环境,闻名于世的悠久历史文化,内涵丰富的赣鄱风景名胜,浓墨重彩的红色革命印记和淳朴兼容的民风民俗,浑然一体地构成了一派天地人和的独好风光,彰显出一幅高品位的旅游蓝图,组合成打造升级版旅游产业的优势条件。

同时,随着“互联网+”共享经济时代的到来,如何破解和改变江西旅游产业的传统管理理念和模式,促其结构布局更加合理,规模发展更加科学,产业融合就必将成为亟待做到做好的首选课题,也必然成为发展的重要趋势。

产业融合模式能够进一步优化相应领域内的劳动力资源配置,激活潜在经济能量,最终实现产业经济的“大众创业、万众创新”,最终实现区域产

业供给侧环境机制的完善与健全。对于旅游资源极其丰富的江西省来说,如何利用现代科技,特别是信息技术推进旅游业从传统服务业向现代服务业转型,如何进一步加快旅游业与第一、第二和第三产业的融合,把旅游业培育成战略性支柱产业,进而建立基于市场机制和全球视野的宏观调控体系,是旅游业发展所面临的中长期战略问题。旅游业关联性强、带动性强,融合发展符合旅游产业特征。

在产业融合的大背景下,旅游业的发展越来越体现出了无边界的产业特点,越来越多的产业已经开始寻求增加旅游的新功能。旅游业的发展已经不仅仅是单一产业的发展,还需要同其他产业融合形成新的旅游业态,产业融合已经成为旅游业态创新的必然趋势。要改变以往把旅游酒店、旅游交通、旅行社作为三大支柱产业的传统观念,实现旅游业的内部渗透和与其他产业的交叉融合以及平行融合。通过市场创新、技术创新、经营方式创新、产品创新、流通渠道创新等手段,实现旅游业态的创新,在创新中催生旅游新业态。

随着产业间界限的模糊,产业融合成为都市旅游产品不断创新的重要手段。旅游业囊括“行、游、住、食、购、娱”六大产业要素,涉及 29 个经济部门,直接和间接影响细分行业 109 个。旅游消费不仅直接拉动了民航、铁路、公路、商业、食宿等传统产业,也对国际金融、仓储物流、信息咨询、文化创意、影视娱乐、会展博览等新型和现代服务业发挥着重要促进作用。在旅游者需求不断求新、求变的市场竞争中,旅游产业融合发展已成必然。旅游业态的创新从本质上说是紧紧围绕旅游产品的创新,提升旅游产品的价值链和拓展旅游产业链成为关键环节。旅游产品的综合性以及旅游活动的有序性,使得旅游业态的创新更多地诉求于旅游业和相关产业的融合,而非其他形式。

随着我国旅游业的不断发展,旅游市场竞争越来越激烈,旅游者的需要也逐步显现出多元化、个性化等特点。在以网络技术为代表的科技产业的推动下,旅游产业融合发展已经成为我国旅游业发展的主要趋势。在旅游产业融合的发展过程中,旅游新业态的出现也是必然的结果。

在旅游产业融合的大背景下,梅艺华老师撰写了《江西旅游产业融合模式研究与探索》,其应用价值高,政策借鉴性强。本书基于演化经济学的理论基础,遵循产业经济发展规律、江西区域经济与旅游产业融合特点,有效整合了江西区域经济各种媒介资源与生产要素,让江西区域经济产业的劳动力、技术、资本等得到有效整合,提出了旅游产业融合创新发展理念和新模式,为江西旅游产业融合发展的转型与创新,发挥了引导作用,同时受到了江西省旅游界的高度关注。运用 SWOT 分析法科学分析了江西旅游市场发展的优势和劣势以及所面临的机遇和挑战,合理地制定江西旅游产业融合竞争力提升的目标、模式。为整体优化,协调发展江西旅游产业,加大宣传营销力度,提升旅游企业、旅游产品和旅游服务在国内外的知名度,打造具有世界知名度且无可替代的旅游品牌提出了一系列策略,为培育完善旅游产业提供了很好的经济数据,为江西旅游业的市场竞争力增添了更强大的生机与活力。

本书的创新点在于结合演化经济学理论,依照旅游产业融合产生的经济效应、企业效应和行业效应模式,并通过江西本土旅游产业融合案例,说明旅游产业融合的规模效益,为旅游企业、旅游行业提高融合意识,创新旅游业态融合发展思路,拉长旅游产业融合链条,完善旅游新业态层次结构,以江西地方旅游品牌和资本为依托,围绕江西旅游产业链进行延伸扩展,整合上下游优质旅游资源,打造板块齐全、产业协同紧密的综合性旅游服务平台,提供了可参考、示范性、可行性的江西旅游产业融合模式。

多年来,梅艺华老师始终坚持在旅游教学、实践和研究的道路上努力探索研究,他坚持理论联系实际,教学与深入企业实际结合,所主持的多项研究课题都获得了相关部门的好评,多项研究课题、研究成果被江西省部分旅游企业采用,产生了一定的经济效益和良好的社会效益。本书作为江西省高校人文社会科学研究 2015 年度规划项目《演化经济学视角下的江西旅游产业融合机理研究》课题(GL15103)的研究成果。

首都经济贸易大学教授 李丁

2017 年 2 月 15 日

目 录

第一章 国内外演化经济学视角下旅游产业融合研究现状	(1)
一、演化经济学基础理论	(1)
二、演化经济学对旅游产业融合的理解	(2)
三、基于演化经济学旅游产业融合的局限性	(6)
四、国内外旅游产业融合研究现状	(7)
第二章 江西省丰富的文化旅游产业资源布局分析	(12)
一、江西文化的特征及构成内容	(12)
二、江西旅游资源的构成内容	(17)
第三章 江西旅游产业融合度实证数据分析与贡献分析	(21)
一、江西旅游产业融合度实证数据分析	(21)
二、江西旅游产业经济贡献实证分析	(25)
三、江西省旅游产业对区域经济发展的贡献分析	(28)
四、相关数据统计的实证分析结论	(33)
第四章 江西旅游产业融合研究模式分析	(35)
一、旅游产业融合模式内容	(35)
二、美丽特色小城镇建设是地方经济与旅游产业融合的契机 ...	(38)
三、“特色小镇 + 全域旅游 + 产镇融合”的探索之路	(48)
四、湾里区域旅游与梅岭小城镇建设的生态旅游融合模式	(56)
五、基于“互联网 + 全域旅游”江西省旅游产业融合模式	(61)
六、文化创意与旅游业的融合发展	(71)
七、江西文化创意产业融合发展路径	(74)
八、红色旅游业与文化创意产业融合	(82)
第五章 大数据时代的智慧旅游产业融合	(89)
一、“互联网 + 旅游”产业和“大数据旅游”	(89)

二、云游大数据分析案例——江西首个旅游大数据	(97)
三、智慧旅游与旅游信息融合平台系统	(99)
四、旅游大数据智慧时代的旅游产业融合发展	(114)
五、智慧旅游案例—上饶:全域旅游智慧发展“互联网+”	(116)
六、VR 旅游与旅游行业新营销融合模式	(119)
第六章 江西旅游产业融合发展协同关系的处理策略	(127)
一、江西旅游产业融合发展协同关系背景	(127)
二、江西旅游产业融合发展协同关系的处理策略	(129)
三、“江西风景独好”旅游品牌的营销之道	(133)
四、让“国学旅游”在环鄱阳湖生态旅游中活起来	(142)
五、鄱阳湖生态经济区旅游业灰色关联分析	(145)
六、基于 SWOT 的环鄱阳湖经济圈旅游产业融合分析	(151)
七、借力创新江西省文化产业与旅游产业融合策略	(156)
第七章 江西旅游产业融合案例	(169)
一、江西银旅融合创新推出“旅游+金融”新产品	(169)
二、美丽乡村注入“互联网+”基因乡村旅游开启新模式	(172)
三、江西婺源推动旅游与文化深度融合	(176)
四、《江西省旅游业发展“十三五”规划》系列解读	(185)
第八章 未来旅游业面临的机遇与挑战	(197)
一、未来十年是旅游产业经济转型战略机遇期	(197)
二、未来十年的旅游业面临空前挑战	(200)
三、未来十年旅游业发展趋势与建议	(202)
参考文献	(205)

第一章 国内外演化经济学视角 下旅游产业融合研究现状

一、演化经济学基础理论

演化经济学的思想渊源于 19 世纪下半叶德国历史学派,后来的马克思、马歇尔、凡勃伦和熊彼特等大师也贡献了丰富的经济演化思想。20 世纪 80 年代后,演化经济学的研究获得了较大发展。演化经济学是现代西方经济学研究的一个富有生命力和发展前景的新领域,与新古典经济学的静态均衡分析相比,演化经济学注重对“变化”的研究,强调时间与历史在经济演化中的重要地位,强调制度变迁。

演化经济学的本质就是要了解经济组织的内部结构,以便更好地了解技术进步以及行业和产品的变迁,理解创新发生的过程,更好地了解经济的演化过程。把更先进的科学范式运用到经济现象的研究中去,可以更好地认识和理解社会经济运行和变化过程,提高人类社会面临经济系统复杂性和可持续发展等一系列难题时的管理和决策能力。

演化经济学是现代西方经济学的一个富有生命力和发展前景的研究领域,与新古典经济学的静态均衡分析相比,演化经济学最大的特征在于以动态演化的视角观察、理解社会经济的发展过程。演化经济学被广泛应用于解释技术创新、制度变迁和经济增长等领域,演化经济学已成为分析和描述复杂经济现象的重要视角和手段。

演化经济学主要有以下特征:用动态的、演化的方法看待经济发展过程,看待经济变迁和技术变迁;以达尔文主义为其自然科学的理论基础,以进化论的三种机制(遗传、变异和选择)作为演化经济学的基本分析框架;强调惯例、创新和对创新的模仿在经济演化中的作用;认为经济演化是一个不可逆转的过程,强调时间、历史等在经济演化中的地位;强调经济变迁的

路径依赖;强调经济变迁过程中偶然性和不确定性因素的影响。

旅游产业融合是指在整个大旅游产业结构中,在旅游需求、企业对规模经济的追求、技术创新、产业管理规制放松等因素的作用下,固有的旅游产业结构发生失稳,旅游业与相关产业发生跨界融合发展现象,融合的萌芽渐次经历技术融合、产品融合、组织融合、市场融合之后,形成融合型旅游新业态,共同满足新兴的旅游需求,旅游产业融合首先发生在企业层面,而后才会扩散到整个旅游产业。当传统旅游业与工业、农业、第三产业和代表先进技术的互联网业等众多行业发生融合之后,在整个大旅游产业结构体系中,这种融合状态会表现出一定的范围和深度,也即存在着一个旅游产业融合度测度的问题。从演化经济学的角度解释旅游产业融合的机理,其原因在于二者的精神本质存在三种形式的契合,正是这三种形式的契合使得从演化经济学角度解释旅游产业融合是一个比较合适的角度。第一种契合表现为过程性契合,即旅游产业融合存在着一个产生发展的过程,而演化经济学的长处正是解释“尘埃如何落定的过程”,演化经济学本身就是一种过程经济学、动态经济学;第二种契合表现为方法论契合,演化经济学的方法论基础源自于自组织理论,而从自组织理论的角度看,旅游产业融合本身就是一种新奇的创生和渐变与突变的过程,所以二者具有共同的方法论基础;第三种契合表现为层次性契合,即旅游产业融合首先起始于旅游企业在微观竞争环境中为了谋求生存与发展,走产业融合之路,开发了兼顾两个或多个产业特征的融合型旅游新产品,而其他经营者在观察到这种新型融合产品的市场效应后产生追随与模仿行为,于是在整个旅游产业层面发生了产业融合现象,而演化经济学在分析经济变迁时恰恰强调微观分析向宏观效应的演化过渡,借助于一种“生物学隐喻”构建了微观(企业)与宏观(产业)间的桥梁与分析框架。

二、演化经济学对旅游产业融合的理解

演化经济学的自然科学基础源自于达尔文的进化论和拉马克的遗传基因理论,将演化经济学应用于旅游产业融合机理的解释也就意味着旅游产

业融合机理中的某些逻辑结构与进化论和遗传学之间存在某种结构上的吻合,这种吻合进一步证明了演化经济学解释旅游产业融合的合理性。依托于进化论和遗传学,演化经济学将社会经济系统模拟为一种自然界的生态系统,运用自然界生态系统的进化逻辑解释社会生态系统的演化。因此,演化经济学类似地比照自然界生态系统建立了自身的分析框架,演化经济学的分析框架主要依赖于三种关键性类比和三种机制。

(一)演化经济学的三个关键性类比

1. 惯例:企业组织的“基因”

惯例是指企业长期以来积累生成的生产技术、组织和企业文化等,惯例是维持企业稳定性和差异化的要素。演化经济学家引入“企业惯例”概念,他们把企业惯例当做生物学中基因的对应物,用各企业“组织基因组合不同”的概念来解释企业之间的差异,并认为惯例的惰性特征和自我复制机制使企业之间的这种差异得以维持。温特和纳尔逊认为,惯例的执行是自动的、程序化的,能以基因引导生物体的相同方式指导企业组织处理类似的事务,而无须经过深思熟虑的选择。但是,惯例在企业中的继承和遗传是“有选择性的”,只有当企业认为遵循现有惯例会产生令人满意的结果时,企业才会遵循这些惯例,并在发展中对它们进行复制;反之,则会产生搜寻与变异。

2. 搜寻:企业演化中的“变异机制”

搜寻是指企业对固有惯例的偏离或扬弃。演化经济学家引入“搜寻”的概念对应于生物学中的变异概念。当企业认为遵循现有惯例不能获得令人满意的结果时,它就会改进现有惯例或寻求新“惯例”。企业的搜寻包括创新和模仿这两种基本模式,创新是通过研究开发去寻找原来没有的技术和惯例,模仿则是企业在已知的知识集合中寻找适合自己需要的技术和惯例,创新要比模仿具有更多的不确定性。

3. 市场竞争:企业演化中的“自然选择机制”

演化经济学家把市场竞争比作生物学中的“生存竞争”,认为市场竞争是企业对搜寻产生的多样化新惯例的选择机制,是演化经济学的第三个重

要类比。当固有惯例不足以产生令人满意的结果时,企业会产生搜寻行为,而搜寻产生了新的多样化的选择,面对多样化的选择,市场竞争机制可以对其进行筛选,不同的选择使企业在市场竞争中会取得不同的绩效,绩效的高低是企业选择新惯例的标准。

(二)演化经济学三种融合机制

基于上述三种类比在生物学与企业、经济演化之间建立起了桥梁,但要对企业、经济的演化进行动态分析还要借助于三种机制:一是遗传机制。遗传机制的对象是企业惯例,正如生物基因遗传包括了生物个体的信息一样,技术、制度、文化和组织结构等企业惯例借助于遗传机制得以保留和传承。二是变异或新奇创生机制。该机制是对旧有惯例的打破,是搜寻活动的结果,可以理解为一种事物发展的路径创造过程,是对传统路径依赖的一种基因突变。三是选择机制。选择机制研究变异或新奇创生在经济系统如何传播。在创新扩散的初始阶段,企业固有的惯例有可能将创新扼杀在萌芽之中;但如果系统是开放和远离均衡的,由于自增强的作用,创新就会通过系统的涨落被放大,从而使之越过某个不稳定的阈值而进入一种新的扩散状态。

(三)演化经济学对旅游产业融合机理的解释

演化经济学的三种类比解释了演化经济学的生物学隐喻特征,三种机制说明了它的分析框架,通常演化经济学对某种经济现象的解释是基于其核心机制的一系列概念,这些核心概念包括:演化(evolution)、惯例(routines)、路径依赖(path dependence)、遗传(inheritance)、新奇的创生(novelty creation)、变异(variation)、选择(selection)、路径创造(path creation)。本文将依据这些概念构建一个旅游产业融合的演化经济学模型。

演化经济学在解释经济增长时,注重把微观过程与宏观现象结合起来。在微观基础方面,采用个体群方法和异质性假设;在宏观层面,以模仿者方程模拟选择过程,选择过程导致经济结构的变迁和经济增长。简言之,无论是旅游产业融合还是演化经济学解释经济增长都存在着一种微观向宏观过渡的思维结构。

1. 旅游产业融合的微观演化过程

(1) 惯例、变异或新奇的创生: 旅游企业融合的萌芽。

惯例是指企业中一切规则和可以预测的企业行为方式,可以被看做是企业已有的经验和知识的载体,惯例构成了企业的异质性,惯例可作为“企业的DNA”进行遗传,以保持企业一定时期的稳定性;而当企业在市场竞争过程中,现有的惯例不能为其带来竞争优势时,企业便会搜寻新的令人满意的惯例,或通过新奇的创生来研究与开发以前没有的技术或惯例。这种新的惯例可以被理解作为一种变异,变异具有非常宽泛的含义,它可以是技术惯例、组织结构、社会制度的变化等。就变异发生的动力而言,凡勃伦认为新奇或变异就是新思想和新的做事方法的出现,它源于随便的好奇心;熊彼特则认为创新是经济领域中的变异,它源于企业家的创造性欢乐;纳尔逊和温特则认为变异是对惯例的破坏,其原因往往是现实中经受的挫折推动了对新奇或变异的搜寻。

就企业层面而言,旅游产业融合的初始状态是出现融合型旅游产品,如工业旅游、农业旅游等形式,旅游产业融合是对企业惯例的突破。当旅游企业在市场竞争中,在企业原有惯例不足以满足企业的竞争需要时,旅游企业会搜索、找寻新的惯例,而此时融合型旅游新产品由于其消费者满足程度高,产品附加值大,很可能成为旅游企业在搜寻过程中产生的最富价值的选项之一,成为新的企业惯例。这种新的企业惯例是对原有惯例的变异和创新,旅游创新包括了常规性创新(regular innovation)、细节性创新(niche innovation)、结构性创新(architectural innovation)和革命性创新(revolutionary innovation)。旅游与其相关产业间发生的产业融合,既有革命性创新,如与互联网技术融合产生的旅游电子商务;又有结构性创新,如旅游业与传统农业在旅游需求的导引下,从原各自产业链中截取具有旅游价值的片段组合而成的乡村旅游产品等。

(2) 路径创造、选择机制与遗传机制: 旅游企业融合的扩散与发展。

在演化经济学的语境中,与路径创新相对应的一个概念是路径依赖,路径依赖的本质是企业按照惯例行事,按惯例行事会给企业带来两种方向的

变化:要么进入良性循环的轨道,加速优化;要么沿恶性循环的路径不断恶化,甚至被长期锁定在一种无效状态,使企业发展长期停滞。当企业发展处于停滞状态,就必须进行路径创造,也即打破惯例,通过创新使企业从原有的被动状态中解脱出来。

旅游产业融合作为一种企业为求生存发展而进行的路径创造的一种方式,必须经过市场的考验与选择,并非所有的企业路径创造都可以被市场所选择。选择机制是基于绩效标准对一个群体内变异的多样性结果进行筛选,旅游产业融合在众多的多样性变异中,由于其融合型新产品能够为企业带来更多的利润,成为旅游产业系统内诸多变异的“主导设计”,并最终扩散到整个系统。

当旅游产业融合成为产业系统内的一种主导设计与潮流的时候,产业融合已经作为一种基因植入了企业发展的模式之中,并通过遗传机制保证了旅游产业融合的稳定性和延续性。

2. 旅游产业融合由微观向宏观层面的传导机制

旅游产业融合在微观的企业层面发生以后,还存在着一个扩散、演化到整个旅游产业的过程,这个过程可作如下描述:在市场竞争中,当旅游企业的利润率、市场占有率不断下降,面临着生存的压力时,旅游企业不断地从环境中搜寻令人满意的惯例,搜寻的过程是一个不断学习与试错的过程,此时,开发融合型旅游产品有可能成为旅游企业的选择,这种选择增加了旅游企业为应对困境的选择多样性,打破了整个旅游产业发展过程中的停滞“锁定”状态,动摇了原有的旅游产业结构体系,让旅游产业结构体系的“脱”协调状态产生。然后,通过其他旅游企业的模仿和追随效应,使得旅游产业融合在整个旅游产业体系中蔓延和扩散起来,使整个旅游产业结构得以升级和优化。

三、基于演化经济学旅游产业融合的局限性

演化经济学自其诞生之日起,经过斯密和马克思的萌芽时期、熊彼特的旧演化经济学时代和以尼尔森、温特为代表的现代演化经济学时代的发展,