

武陵源遗产地旅游产业集群的特征和演变

王利伟, 徐红罡, 张朝枝

(中山大学旅游发展与规划研究中心, 中国 广东 广州 510275)

【摘要】关于旅游产业集群的形成机制与演变规律的研究在目前国内外旅游产业集群研究中较为薄弱。选择世界自然遗产地——武陵源作为案例地, 通过对历年旅游企业的动态变化、旅游发展的回顾分析, 深入研究武陵源旅游产业集群形成和演变规律及内在机制, 指出武陵源旅游产业集群的形成表现出很强的路径依赖的特征。最后总结了集群各发展阶段的特征和分析了今后的发展可能, 认为制订基于集群的政策是武陵源旅游目的地下一步发展的关键。

【关键词】旅游产业集群; 集群; 演变; 武陵源

【中图分类号】F062.9; F592.7

【文献标识码】A

目前国内外关于制造业产业集群的研究成果十分丰富, 但是旅游产业集群的理论研究才刚刚起步。最早将产业集群理论运用到旅游中的是波特^[1], 在其经典的著作中, 分析了加州酒业和旅游集群。同时他指出在美国, 拉斯维加斯和洛杉矶都有旅游集群的存在。2000 年以后旅游产业集群的研究和实践都出现了蓬勃发展的态势。真正在旅游业内做开创工作的是Hjalager^[2], 她运用工业园区的分析思路, 分析和对比了传统的工业园区和旅游目的地的结构异同点, 成功的工业区和旅游目的地结构上具有的共同点是①主要由中小企业构成; ②直接面对全球的市场; ③垂直联系; ④容易促成公共的支持机构, 如研究机构。Jackson和Murphy^[3]研究指出, 旅游目的地是一定区域旅游企业和机构的聚合体, 集群理论比工业区理论更适用。

旅游产业集群是指围绕旅游核心吸引物, 具有竞争和合作关系的旅游企业、旅游相关企业、部门和机构, 聚集在一定的地域空间内, 形成紧密联系、协同工作的旅游经济集聚体^[4, 5]。旅游产业集群包括旅游吸引物、为游客完成旅游体验而提供服务的旅游企业、相关与支持性机构和部门、政府等多个行业为主体, 主体间的相互作用和博弈、区域条件的变化共同推进了集群的演化过程。旅游产业集群内各要素力量的不均衡以及在不同发展阶段面临的区域条件的不同, 决定旅游产业集群的演进过程是一个形态迥异的多维度现象, 需要从一个综合的角度进行研究。

1 研究区域与研究方法

1.1 研究区域界定及概况

本文的研究区域包括武陵源风景名胜区和张家界市建成区的范围, 其中核心景区由张家界国家森林公园、天子山自然保护区、索溪峪自然保护区组成, 为游客提供旅游服务的接待设施主要集中在这两片区域内。武陵源的旅游发展已有20 多年的历史, 经过多年的发展, 武陵源已经从一个默默无闻的山区林场变成一个国际知名的旅游地, 目前已经集聚了大量的旅游企业、旅游

收稿时间: 2009 - 02 - 18; **修回时间:** 2009 - 05 - 23

基金项目: 国家自然科学基金项目编号: 70503007) 资助。

作者简介: 王利伟 (1984—), 男, 山东聊城人, 硕士研究生。主要研究方向为旅游产业集群、产业转移机制与区域协调等。E-mail: xuhongg@mail.sysu.edu.cn。

相关企业、支持性机构和部门，已经成为中国最重要的旅游目的地之一，对湖南省旅游业发展有着举足轻重的作用^[7]。

1.2 研究方法

笔者先后三次对案例地进行实地调研，收集了大量的一手和二手资料，并且对相关人员进行了深入的访谈。访谈对象基本涉及到了旅游产业集群的各个层面，主要包括张家界市和武陵源区旅游局、武陵源区城建局、武陵源区工商局、武陵源区税务局、索道公司（3 家）、黄龙洞投资股份有限公司、宝峰湖旅游实业有限公司、吉首大学旅游学院、酒店（16 家）、旅行社（8 家）、特色购物店（6 家）。访谈时间为20 分钟到90 分钟不等。由于访谈对象处于同一集群内，彼此都比较熟悉，再加上反馈访谈的进行，确保了研究的相对真实性^[6]。

本研究以张家界市工商局和武陵源区工商局企业注册资料、以及访谈资料为依据，通过分析武陵源遗产地旅游企业数量、类型的变化，结合区域旅游发展背景，运用系统分析方法，研究分析武陵源旅游产业集群演化机制，并分析在集群各个发展阶段的特征，最后总结出武陵源旅游产业集群的生命周期及发展方向。企业数量的年际变化能更为直观的反映集群形态的变化，而辅以深度访谈和其它历史资料的追述可以更为深入分析集群的演变。Casper^[8]就是对圣地亚哥生物技术集群从1978—2005 年企业数量及员工数量的年际变化，清晰地追述了该集群的演进过程，分析了集群的演进机制。

2 武陵源旅游产业集群演变分析

产业集群自身有一个形成和演化的过程，一般要经历一个从低级到高级的发展过程，即孕育阶段→成长阶段→成熟阶段，在其形成过程中的不同阶段，推动产业集群形成和发展的动力机制各不相同^[9]。武陵源旅游产业集群的发展基本上也遵循这样的发展过程，根据旅游企业数量变化、集群经济效益和企业间关系等判别指标，其演变大致经历了孕育、成长和相对成熟等三个阶段（表 1、图 1）。

表 1 武陵源世界遗产地旅游企业数量
历年统计数据 (1989—2006)

Tab.1 Statistical data of tourism enterprises in Wulinyuan
World Heritage Site: 1989—2006

年份	总数量	进入企 业数量	淘汰企 业数量	出生率 /%	死亡率 /%	支持服务 机构 (公司)
1989	9	9	0	100	0	0
1990	22	13	0	59	0	0
1991	30	8	0	27	0	0
1992	48	18	0	38	0	5
1993	73	25	0	34	0	12
1994	88	15	0	17	0	20
1995	105	17	0	16	0	27
1996	120	15	0	13	0	31
1997	155	35	0	23	0	46
1998	209	56	1	27	0	57
1999	256	56	9	22	4	74
2000	412	197	41	48	10	76
2001	589	213	36	36	6	87
2002	813	303	79	37	10	90
2003	866	155	102	18	12	105
2004	992	209	83	21	8	122
2005	1 076	175	91	16	8	128
2006	1 066	86	96	8	9	129

说明 本统计中旅游企业主要指酒店、旅行社、旅游购物商店、餐饮店、休闲娱乐场所、旅游车队, 支持服务机构是指除上述企业外, 为旅游业服务的企业或机构。旅游企业界定的依据是企业注册资料中关于对经营业务的描述。

资料来源 张家界市工商局、武陵源区工商局^[9]。

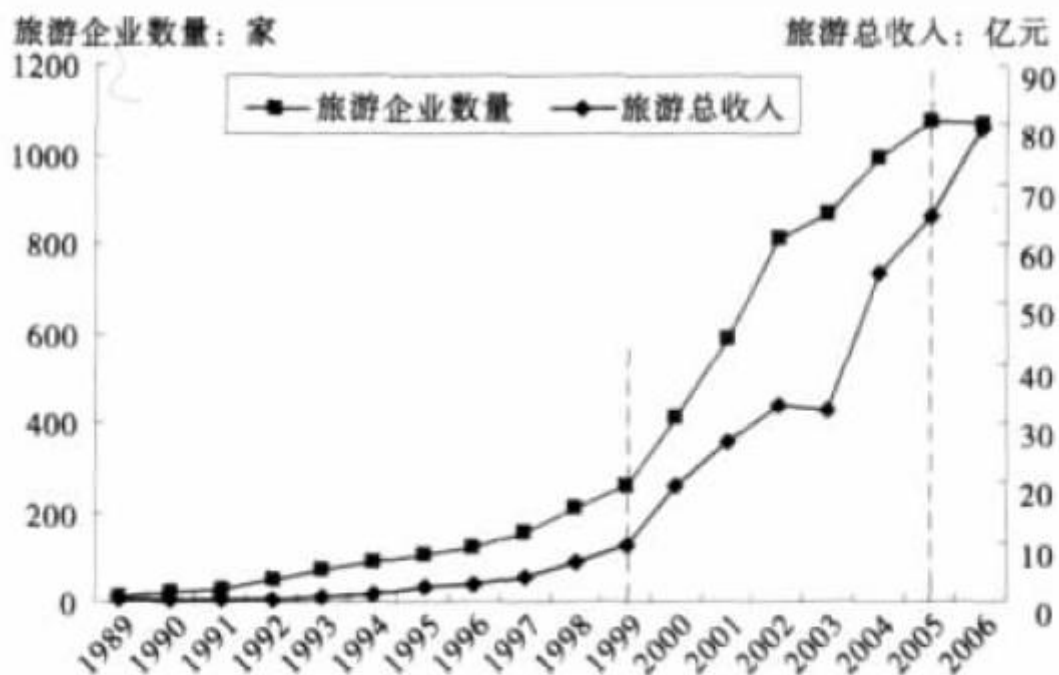


图 1 武陵源旅游产业集群演变阶段划分
Fig.1 The stages of tourism cluster of Wulingyuan

2.1 集群的孕育阶段（1982—1999 年）

良好的环境意味着建立一个高效平台，能激发系统内各成员适应性创新行为和建立有效的网络关系，以促使系统目标的实现[12]。武陵源现代旅游起步于1980年代初期，1982年，国务院确定在张家界建立第一个国家森林公园，拉开了现代旅游的序幕。进入1980年代后期，随着国内经济的复苏和人均收入水平的提高，武陵源独特的自然风光开始吸引更多的旅游者。

1989年之前，政府主导旅游资源的开发和旅游接待设施的建设，为武陵源旅游的发展营造了良好的环境。政府从改善区域交通条件、景区景点的开发和建设、吸引区域外投资、规划建设各项旅游接待设施、区域投资环境的改善等方面直接或间接促进旅游企业在武陵源的集聚和发展，使武陵源形成吸引旅游企业集聚的“磁场”，政府行为成为武陵源旅游产业集群形成的主要因素。在这一阶段，武陵源核心景区由武陵源区政府、张家界国家森林公园管理处统一管理和开发，而黄龙洞景区、宝峰湖景区分别由黄龙洞管理局、索溪峪镇政府管理和开发。不仅如此，武陵源旅游接待设施的建设主体也以各级行政单位和区域外单位为主，形式为疗养院、干休所、招待所等，民营资本较少介入，这与当时计划经济体制和政企不分的宏观经济背景是分不开的，并且旅游企业之间基本没有联系，处于各自分散经营的状态。

在这种政府主导旅游资源开发的模式下，武陵源对外交通的可达性程度提高，景区内基础设施和面向游客的接待设施逐渐建立起来，武陵源营造了吸引旅游企业集聚的区域环境（图2，R1）。

1989年后，随着国家市场经济的进一步发展，国内旅游市场的需求进一步增大，同时，大型旅游开发公司介入武陵源旅游资源的开发，大大提高了武陵源的旅游接待能力，并刺激了武陵源的旅游市场需求，加速众多旅游小企业向武陵源旅游地的集聚。这些旅游大企业带来了新的技术和创新，提高了区域旅游产业的竞争力，扮演了集群“孵化器”的角色（图2，R4）。

同时当地政府和当地资本已无力承担武陵源现代旅游发展的重任,旺盛的旅游需求使得当地政府出台了相关招商引资的优惠政策,吸引大量外资和私人资本涌入武陵源,旅游企业类型从最初单一的住宿业类型开始向住宿、餐饮、娱乐、购物、交通等多种类型发展。在这一阶段,随着武陵源被列入《世界自然遗产名录》,武陵源的知名度大大提高,旅游资源的品牌吸引力上升,进一步刺激了旅游市场需求(图2, R2, R3)。武陵源旅游产业集群孕育阶段业是多个正反馈不断强化的过程(图2)。

图 2 孕育阶段旅游产业集聚过程图
Fig.2 Feedback structure of tourism cluster in the initial stage

在这一阶段,旅游企业的集聚还只是空间上的集中布局,企业之间基本上没有建立起太强的产业关联和分工协作关系,处于一种地理空间上的集中、产业关联上的离散状态,企业集聚效应还没有真正充分发挥出来。从严格意义上来说并没有形成产业集群,也不具备集群所具有的各种优势与特征。随着孕育阶段的深入,区域内生产同类型产品的企业不断增加,集群的形态开始初步浮现,集群雏形初步形成。

2.2 集群的形成阶段（2000—2005 年）

国内消费能力的增强和1999年“黄金周”制度的执行,使得武陵源国内旅游市场迅速扩大,已有的旅游接待设施已无法满足旅游需求。进一步激增的旅游市场需求成为促使武陵源旅游产业集群形成的主导因素,该地区对旅游企业的引力作用不断增强,集聚作用越来越大,大量的旅游企业涌入(表2)。本地企业在这一阶段也得到迅速发展,特别是在旅游购物、餐饮、休闲娱乐这三种企业类型上占有较大的市场份额。许多外来旅游企业开始追加投资,充分利用本地形成的各种配套设施和旅游品牌优势,扩大在本地的市场份额,具体表现为宾馆的升级改造、向旅游产业链的上下游发展新企业、新的休闲娱乐设施的引入、新景点的开发等,如专家村宾馆2003年开始按星级标准全面进行升级改造,冠君旅游投资有限公司业务扩展到旅行社、旅游车队、旅游餐饮等行业,百龙旅游股份有限公司在经营百龙电梯的基础上,2003年开始开发龙王洞景点等等。

表 2 武陵源世界遗产地历年旅游企业进入数量统计表^①

Tab.2 Statistics of new entrance of tourism enterprises in Wulingyuan World Heritage Site

年份	武陵源区				张家界森林公园				张家界市区		
	酒店	餐饮	旅游购物商店	休闲娱乐场所	酒店	餐饮	旅游购物商店	休闲娱乐场所	酒店	旅行社	支持服务机构
1989	6	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
1990	5	0	0	0	3	0	2	1	2	0	0
1991	1	0	2	1	1	0	0	0	1	2	0
1992	1	0	2	2	0	0	2	0	2	4	5
1993	4	2	3	2	1	0	0	2	2	2	7
1994	2	0	0	0	0	0	0	0	3	2	8
1995	3	0	0	0	0	0	0	0	2	5	7
1996	2	0	1	3	0	0	0	0	1	4	4
1997	3	1	2	3	1	0	0	1	2	7	15
1998	7	2	1	0	6	0	2	0	10	16	11
1999	0	0	3	2	1	0	1	0	12	17	20
2000	30	54	35	5	4	14	11	0	14	7	22
2001	20	28	28	14	2	15	14	5	19	34	34
2002	43	52	75	26	9	15	2	5	13	37	26
2003	31	12	38	11	4	3	2	3	10	9	32
2004	19	43	48	17	3	7	6	5	11	20	33
2005	17	19	32	1	0	3	6	4	19	34	31
2006	1	2	2	1	1	0	0	0	13	36	26

资料来源 张家界市工商局,武陵源区工商局[10]。

在这一阶段,旅游企业的集聚既包括同行业企业的集聚,也包括纵向联系企业及相关支撑机构的集聚和丛生,企业之间上下游联系开始增多,但是同行业之间的联系较少。企业间联系逐渐增多,但是企业间竞争日趋激烈,企业积极进行模仿创新,促进了旅游企业竞争力的提升和整个地区旅游产业的升级。如1994年开业的湖南省第二家四星级酒店—样龙国际酒店,由于成立时间较早、管理经验丰富、企业运作规范,已经为该地区酒店业输出了大量的酒店管理人才,促进了管理经验和知识的交流与扩散。

另外一个重要特征,就是随着竞争的逐步深入,景点、旅行社、酒店、旅游购物店、特色餐饮店之间开始出现了分工和联系。由于武陵源遗产地以团队游客为主,而负责游客整个行程安排的旅行社与整个旅游产业链上下游企业联系最为密切,有机地协调与组合了各个旅游生产。但是也出现了相应的问题,由于旅行社控制客源和旅行路线,景点、酒店和商店陷于恶性竞争,竞相给导游高额回扣以获得客源,因此阶段一些旅游企业特别是旅游商店的投资是建立投机的基础上,希望通过给旅行社高价回扣来骗取游客支付高价而获得利润^[14]。

集群的开放性高,处于非平衡态的状态之中。集群与周边区域如猛洞河、凤凰古城、德夯、八大公山等景区景点的交流频繁,表现在联合营销、人才交流、管理经验等方面。这种动态变化加剧了集群内各要素之间的激烈竞争,而企业为了获得某种竞争优势又相互合作,系统的这种非平衡态成为旅游产业集群形成与发展的内部动力源泉。

此外,大量的中介服务机构如旅游企业协会、旅游社协会、旅游接待中心、旅游文化传播、旅游地产公司、旅游营销中心等开始出现,吉首大学与武陵大学合并成立了吉首大学张家界校区、张家界旅游学校、张家界航校等,都有旅游专业的设置,为武陵源旅游产业的发展提供了智力支持。

在这一阶段,武陵源旅游产业的发展表现出了“集聚”、“联系”、“创新”三项特征,具备了旅游产业集群的发展优势,客观上已经形成了旅游产业集群。分析这一阶段旅游产业集群的形成机制(图3),对旅游企业所产生的吸引力是这一阶段集群形成与发展的主要动力,伴随着大量旅游企业的涌入,本地中介服务机构或企业和大学的发展为旅游企业提供了人才、管理技术和服务(图3, R7),旅游企业长期在武陵源的集聚促进了企业间的合作与竞争(图3, R6),企业间的竞争与合作,使企业

间形成了关于业务、人员、资本、技术等方面的网络联系，并随着本地企业的增多，促使外地企业的根植性和合作效率都有提高，进一步强化了集群的竞争优势（图3，R6-1）。竞争促使企业不断创新，以差异化的竞争优势获得利润，同时也提高了集群竞争力（图3，R6-2），集群竞争力的提升，对于外界旅游企业的吸引力也不断提高。旅游产业集群逐渐形成，集群的提供旅游服务的能力增强，进一步刺激了旅游需求。这一阶段，政府的作用仍然巨大，但已从孕育阶段的主导地位退居为参与整个集群的管理和建设。

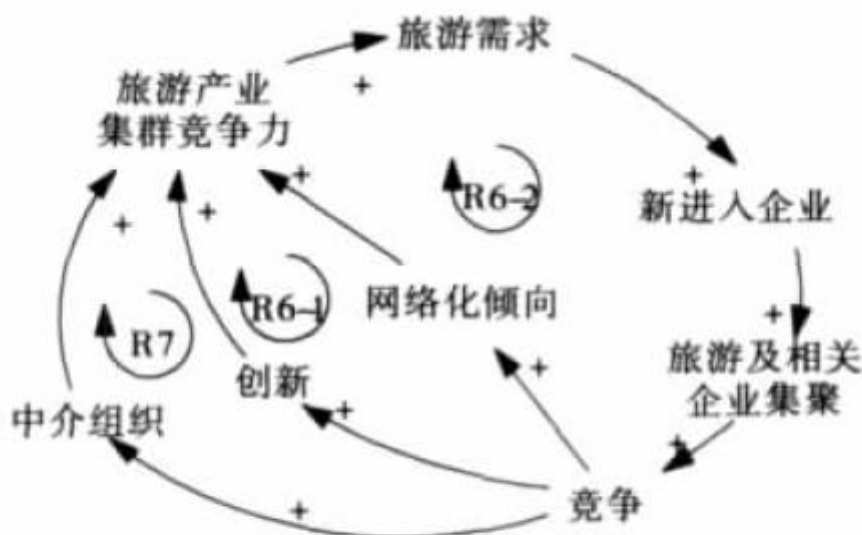


图3 武陵源旅游产业集群形成阶段过程图
Fig.3 Feedback structure of tourism cluster
in the formation stage

2.3 集群的相对成熟阶段（2006 年以来）

目前，研究区域内已经集聚了11 家国家等级的景区，59 家星级酒店，各种社会宾馆、家庭旅馆400 多家，旅行社64 家，持证导游员3 775 人，旅游购物生产企业达156 家，旅游休闲娱乐场所400 多家；旅游运输公司14 家，车辆1 018 辆，以及众多支持机构和企业（2007 年张家界统计年鉴^[13]、实地调研整理），旅游集群的形态已经非常明显。集群要素主要集中在武陵源区政府所在地——索溪峪镇、张家界市区、张家界国家森林公园管理处三个小区域内，包括景区开发公司、酒店、旅行社、休闲娱乐场所、旅游购物商店、旅游餐饮、旅游车船公司、政府部门、各类旅游协会组织、各类旅游教育机构和学校、金融以及满足日常生活需要的基础设施等。

武陵源旅游产业形成了以核心旅游资源为吸引，以核心层旅游企业为链核，以服务产品、技术、资本、信息为纽带，通过包价或零售方式将旅游产品间接或直接地销售给旅游者，以助其完成客源地与目的地之间的旅行和游览，从而在旅行社、饭店、餐饮、旅游景区、旅游交通、旅游商店等行业之间形成了链条关系。武陵源旅游产业作为市场经济的一部分，不可能依靠单一行业或企业来进行，需要众多行业部门进行协作和分工，各个参与行业或企业间在协作的过程中，既相互联系又相互制约，形成了“一荣俱荣，一损俱损”关系。

在此阶段，旅游企业出生率逐渐降低，而死亡率却不断上升，增长速率逐渐减慢（表1），每个企业的平均旅游收益却在增长（图1）。造成旅游企业数量增长速率减慢甚至负增长的原因有以下几方面：①集群进入门槛提高。由于旅游企业间的竞争日

趋激烈，集群对旅游企业自身素质要求越来越高，资金不足、管理落后、反应能力差的旅游企业进入企业难度增加，集群出现了优胜劣汰的竞争机制，集群的生态环境逐渐改善。②土地规模限制。由于武陵源为世界自然遗产地和国家级重点风景名胜区，政府部门对土地利用的监管较为严格，需要逐级上报审批，同时，可建设区面积有限，锣鼓塔地区的已建宾馆还要逐渐拆除。③政策调整。游客消费能力的增强、目的地之间的激烈竞争，促使政府部门更青睐高素质的旅游企业，也是企业进入门槛提高的重要原因。需要说明的是，集群进入门槛的提高并不意味着集群逐渐演变为一个封闭的系统，集群在区域合作、游客组织、管理技术的交流、资本、人才等方面与外界有充分的联系，表现为一个开放性的区域生产系统。

集群网络和集群创新成为这一阶段产业集群成长的主要动力。虽然武陵源的旅游需求仍在持续增长，但是区域宏观环境和集群内企业数量都趋于稳定，集群效率的提高主要靠深挖“内部潜力”。首先，集群网络成为集群层次提升的关键，网络的构建有利于集群进行资源的优化配置，避免了旅游企业间自杀性的恶性竞争，张家界市旅游企业协会、旅行社协会、导游协会、各种联谊会的成立和发展不仅传播了行业技术和信息，更是成为本地旅游企业保护自己的工具，有效地遏制了客源地组团社利用集群企业内的竞争不断压价而产生的不健康商业氛围。由于本地企业数量的不断增多，集群网络的构建，加强了本地企业与外地企业间联系，加速外地企业在本地的根植性。其次，集群创新成为集群持续发展的原动力，对于武陵源旅游产业集群的完善和升级起到重要作用。游客的多样化需求、旅游企业间的竞争、旅游目的地之间的竞争是集群创新的主要动力，研究者在访谈过程中发现，武陵源旅游目的地的创新主要集中在旅游产品、管理创新、制度创新三个方面，如刚成立不久的一家散客接待场所——蜗牛人户外运动俱乐部，通过互联网络，组团散客进行野外探险，并为游客提供各种信息服务，经营情况良好，是旅游企业产品创新的典型案例。此外，这一阶段，集群的成长也受益于企业集聚带来的外部经济，如许多酒店纷纷把餐饮部和娱乐场所分包给其它旅游经营商，既起到了旅游企业孵化器的作用，同时，也提高了酒店的经营效率。企业间的分工协作提高了企业的生产效率，降低了交易成本，从而提高了集群效率；旅游产业的集聚程度越高，一般对客源市场的控制力越强，单个企业可以共享区域旅游品牌的优势。

武陵源旅游产业集群进入相对成熟期后，内部机制更为复杂（图4），正反馈R6得到进一步强化，同时，单个旅游企业可以享受企业集聚带来的生产成本降低、共享客源市场、旅游生产要素易获得性等外部经济优势（图4，R8）。当然，集群内出现的削价、高回扣等恶性竞争现象，以及在一定程度上干扰着集群成长的生态环境，限制了集群的进一步升级（图4，B1）。此外，旅游企业过多造成的拥挤效应，如土地价格上涨、劳动力价格上涨的因素，而带来的企业生产成本上升和企业利润率的下降，也阻碍了企业进一步向该地区的聚集（图4，B2）。

表 3 武陵源旅游产业集群不同发展阶段的特征比较

Tab.3 Comparison of tourism cluster at different stages in Wulingyuan

比较内容	阶段划分		
	孕育阶段	形成阶段	相对成熟阶段
发展驱动力	政府主导	市场需求	集群网络与创新
竞争优势	资源优势	资源优势 成本优势	社会资本 创新优势
游客市场特征	先锋游客、 团队游客	团队游客	团队游客
结构	点状	线状	网络
旅游企业特征	高出生率、低死亡率 国有、集体企业为主	高出生率、死亡率开始上升 个体经营为主	低出生率、死亡率继续上升 企业素质高

本研究可以看出，旅游集群与其他的工业和其他第三产业集群有很大的不同。首先，旅游业属于依赖资源型的产业，这就使得旅游产业集群并不能像制造业集群那样遍地开花。其次，旅游产品是无形的，其生产与消费的过程与一般制造业产品的生产与消费过程是不同的，制造业的生产消费过程是空间分离的，旅游生产与消费的地点在空间上是一致的，容易受到容量的制约。旅游企业之间的产业关联度高，但是由于为旅游者提供服务的企业（如酒店、餐馆、景点、购物商店等）相互之间并不是通过投入产出的关系（或垂直关系）进行相互联系，所以他们之间很少结成紧密的网络，而更倾向于互相竞争。但是正是由于高度竞争的压力才使旅游企业积极地寻求和维护合作网络，中间组织的重要性越来越得到凸现，成为旅游集群健康发展的关键，这也与 Micheal 研究的结论相一致^[15]。

参考文献:

[1] Porter, M.E ..The Competitive Advantage of Nations[M]. London:McMillan, 1990.

[2] Hjalager, A.M., Tourism destinations and the concept of industrial districts[J]. Tourism and Hospitality Research, 2000, 2 (3): 199 -213

[3] Jackson, J. and Murphy, P. E.. Tourism destinations as clusters: Analytical experiences from the New World[J]. Tourism and Hospitality Research, 2002, 4 (1): 36 - 52.

[4] 尹贻梅. 演化经济地理视角下旅游目的地创新研究[D]. 南京师范大学博士论文, 2006.

[5] The Cluster Consortium.Tourism Clustering Activities & Lessons Local Cluster Initiative[R]. The Cluster

Consortium Strategy in Action Report, 1999.

[6] Nordin, S, Tourism Clustering and Innovation [R]. [http: //www.etour.se](http://www.etour.se), Sep, 2003.

[7] 夏赞才. 张家界现代旅游史研究[M]. 长沙: 湖南师范大学出版社, 2006.

[8] Casper, S.. How do technology clusters emerge and become sustainable?Social network formation and inter-firm mobility within the San Diego biotechnology cluster[J]. Research Policy, 2007, 36(4): 438 - 455.

[9] 王缉慈. 创新的空间——企业集群与区域发展[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001.

[10] 张家界市工商局, 武陵源区工商局. 张家界市, 武陵源区企业登记注册表[R]. 2007.

[11] 张家界市统计局. 2007 年张家界国民经济和社会发展统计公报[R]. 2007.

[12] 何铮, 谭劲松. 复杂理论在集群领域的研究[J]. 管理世界, 2005, 12.

[13] 张家界市统计局. 张家界统计年鉴[M]. 2007.

[14] 杨彦锋. 中国旅行社高回扣商业模式的形成及其对目的地产业的影响研究——以武陵源为例[D]. 中山大学博士论文, 2008.

[15] Michael, E. 1, Micro-Clusters and Networks: The Growth of Tourism[M]. Oxford: Elsevier Science, 2006.