

产业集群与乡村旅游发展

钱 津

(中国社会科学院 经济研究所, 北京 100836)

摘 要:中国经济改革后出现了众多的产业集群,发挥出了很好的经济建设作用。许多地方的经济发展是依靠了自组织的产业集群,而更多的地方则是通过政府的能动作用,经过自觉的努力使产业集群形成并使其为地方经济的发展起到有力的支撑作用。目前,新型的产业集群呈现出更强劲的发展走势。在中国旅游业中,乡村旅游的发展也可以走新型的产业集群道路。地方政府可在推动乡村旅游产业集群化发展中发挥积极的推动作用。在“十一五”规划时期国民经济运行良好的状态中,突出政府主导作用、打造同质品牌、由观光旅游转为度假旅游以及保持适当规模等将是形成乡村旅游产业集群需要把握住的基本点。

关键词:产业集群;乡村旅游;政府;自组织;发展

中图分类号:F 590

文献标识码:A

文章编号:1671-394X(2007)04-0057-06

在21世纪中国经济的发展中,同其他的新兴服务产业一样,旅游业已经成为各地重要的支柱产业。目前,中国各地的经济建设重点是在产业集群方面,而作为一个产业,旅游业的发展战略也可以走产业集群道路。其中,发展乡村旅游就是产业集群在服务产业实现拓展的一种积极的表现。因此,为更好地发展乡村旅游,提升其在经济欠发达地区的产业能量,我们有必要对产业集群与乡村旅游发展之间的经济关系问题进行初步的基础性研究。

一、产业自组织的生成与政府的能动作用

自组织是社会经济生活中自发形成的组织,这种形式的组织在现代社会条件下仍然可发挥作用。在目前经济中,这主要是表现在产业发展中的企业集聚而构成的自组织上以及由于地方利益一致而构成的企业群体之中。其中,企业的发展有其自觉性,但企业与企业之间的默契配合却是事先没有人刻意组织的,结果是自发地形成了一种企业群体存在,

他们之间有共同的利益,并且相互模仿,相互帮助,共同生存。这种高级的发达的企业群体,在产业组织区分之中,不能不用自组织来命名,因为它们既不是正式组织,也不是非正式组织,这种组织的存在纯粹是众多企业有意识的行为构成的无意识支配的朴素结果。自组织不是正式组织,但他组织一般是正式组织,他组织并不与自组织相对立,而是指自组织以外的正式组织或非正式组织,其中以正式组织为主。

在规范的认识中,正式组织是根据一定的法律程序而建立的具有正式的组织名称、明确的组织目标、组织章程与制度、稳定的组织结构形态以及确定的责权利关系的组织。

在一般的意义上,正式组织是与非正式组织相对而言的。正式组织是要完成明确的组织目标的。就正式的经济组织而言,必然要以效率为核心,完成一定的组织目标,其组织成员要受组织的支配,并且还要保障各个组织成员的自身利益。就产业集群而言,正式组织也是与非正式组织相对存在的,在企业外部,存在着正式组织与非正式组织;在企业内部,也存在着正式组织与非正式组织。在生产过程中,主要是正式组织发挥作用,所以,正式组织的结构及构成要素是

收稿日期:2007-01-30

作者简介:钱 津(1951-),男,浙江金华人,中国社会科学院研究员,经济学博士,从事经济学基础理论、企业经营与管理、区域经济发展战略研究。

十分重要的。企业组织作为正式组织只有能真正地发挥出正式组织的作用和力量,才能保证在市场竞争中生存与发展。

与正式组织相对应的是非正式组织,非正式组织不同于正式组织,非正式组织在社会的生活中也是普遍存在的。人们认为非正式组织是没有经过法律程序而建立的有共同兴趣或利益关系的社会群体组织。非正式组织可以是很大的,有庞大的组织成员;也可以是很小的,只有几个人。

一般来讲,与正式组织相比,非正式组织有如下特征:(1)非法定性。正式组织要经过正式的法律程序才能产生,而非正式组织不必经过法律程序就能形成,没有法定的要求和约束,也不用对特定的法律负责,只要其存在不违背国家大法,就不受法律排斥,就可以合法地存在。(2)无组织章程规范。正式组织都要有一定的章程备案,并且其活动要受章程约束。而非正式组织的行为是不规范的,没有正式的条文约束,行为自发性比较突出。(3)组织领导具有群众基础。正式组织的领导或是选举或是任命产生的,其受到拥护和承认是有正式的程序或文书认定的,即使有群众支持,也要求群众明确组织约束;而非正式组织的领导是群众推举的或自然生成的。(4)突出个人偏好。正式组织有一定的组织目标对成员进行约束,而非正式组织的形成完全取决于个人偏好。

改革开放以来,在长江三角洲和珠江三角洲,形成了许多产业集聚的自组织,这形成了一种时代的特征。这种形式的自组织,属于产业自组织,即不是企业层次的组织,而是产业层次的组织。这种组织不是由个人构成的,而是由企业构成的,其构成的企业有大有小,也有各种不同的组织形式。这种自组织的表现为在某一特定地域内形成了一定的产业集聚,即生产同类商品的企业密集地座落在一个狭小的行政区之内。例如,广州市增城的新塘镇,仅仅一个小镇,就集聚了数千家服装生产厂家,其生产的牛仔服大约占全国市场的供应量的 60% 以上。再有,IT 配件产业也在广东省东莞市集聚,有数万家企业加入 IT 配件生产大军,提供全世界大约 70% 的市场供货。产业集聚之后,自然形成了一种产业自组织,这种组织没有人规划,也没有人号召,而是很自然形成的,是市场需求旺盛之后的相应产物。但是,这些企业集聚在一起,是有内在的共同利益要求的,因此它成为一种组织,其成员有相互之间的默契配合,也有共同进行管理的要求,其组织约束不是强制性的,但是为组织内各个成员认可。

这种区域内组织不同于产业集聚的自组织,这种自组织内的企业不是一个产业内的企业,而是各行各业的企业。在其组织的形式中,利益的连接具有区域性,而不是产业性。比如,在东南沿海,许多地方的企业形成一个势力范围,它们

追求共同的利益,共同保护地方利益,企业与企业之间有相互的默契和配合,不用强制即可取得行动的一致性,已具有明显的自组织表现。这种自组织的存在具有不确定性。一方面是时间上的不确定性。在地域特定的时间内,可表现出具有共同利益的自组织。而过了一段时间,其自组织的特征就不甚明显了。再一方面是构成的不确定性。地域内的企业并非整齐划一,并不像正式组织一样能做到一个不拉。在一段时间内,可能这一批企业为自组织的核心力量;过了一段时间,可能又有一批企业为自组织的核心力量。出现区域内自组织完全是利益决定的。企业都有生存的要求,一定的社会环境是其生存的条件,正因为如此,在一定的区域内,为塑造一定的适合各行各业企业生存的社会环境,这种自组织将发挥出特有的作用。但自组织毕竟不是正式组织,对其作用的影响力不能给予过高的估计和期望。

自组织的存在是一种社会势力,产业集聚的自组织生成之后就形成一种市场势力,一般说来,自组织不会出现违法活动,但却可能存在不规范的行为,形成一种对社会或市场的冲击波。因而,由于利益调整的关系,他组织可能会对自组织行为形成干扰。就产业集聚的自组织来讲,它可能受到来自政府部门的干扰。相对自组织,政府部门就是他组织,他组织对于自组织的干扰作用主要体现在以下方面:(1)政府强行约束自组织的发展。比如,产业集聚的企业达到一定规模后,政府开始限制新的企业进入,或提高企业进入的门槛,造成自组织的发展被他组织强行阻断。(2)政府对自组织成员提出约束条件。自组织的成员存在并不能统一对政府表示接受约束,而他组织政府却可以提出这种统一约束,从而造成自组织成员往往偏离自组织的约束,而成为他组织的目标管辖对象。(3)政府可能直接干预自组织的活动。自组织的活动是默契的,有一致性,政府的干预可能会打破这种默契,而且还会改变自组织的内在统一性,使其有可能涣散。(4)政府可能对自组织的领导层进行干预。自组织的领导是有自然力量的,政府的干预就是在破坏这种自然表现的领导力。

在自组织的存在及其活动中,会不断地受到他组织的影响。因为自组织本身是自成一统的,但自组织不可能生存在一个封闭的空间。自组织必然要与他组织进行交流或沟通,他组织也必然要对自组织进行引导。自组织在客观上有自身的生成发展规律,如果他组织的影响违背自组织的发展客观性,就形成了一种对于自组织的干扰作用,而如果他组织的影响符合自组织发展的客观要求,那么他组织对于自组织的影响起到的就是积极作用。以政府为例,可以概括地指出他组织对于产业集聚自组织发展产生的积极作用:(1)政府

对自组织起到保护作用。自组织存在于某个产业之中,对于当地经济的发展是有力的推进,因此,这种自组织将会受到政府的欢迎,从各方面给予自组织的存在以保护,不让其受到某种大环境的伤害。(2)政府可以为自组织的活动提供运作空间。自组织必然存在于某一行政领域,政府的态度起决定性作用,如果政府支持自组织活动,自组织就会得到活动的空间,反之,自组织就很难展开活动。(3)政府可对自组织的领导成员进行表彰和鼓励。来自政府部门对自组织领导成员的肯定会对自组织的发展起到莫大的鼓舞作用。

二、新型的产业集群可积极地 向旅游产业拓展

在中国经济的市场化改革进程中,出现自发的产业集聚和企业群体形成的产业集群是有其深刻的时代背景的,也发挥了很好的经济建设作用。许多地方的经济发展依靠了自组织的产业集群,而更多的地方则是通过政府的能动作用,经过自觉的努力使产业集群形成,并使其为地方经济的发展起到有力的支撑作用。因此,在进入21世纪之后,在全国的范围内,尚未实现产业集群的地方,各级政府也都在想方设法促成本地的产业集群。比如,陶瓷行业的自发的产业集群原本在广东省的佛山市,而现在东北的辽宁省法库县在政府的努力下也形成了陶瓷行业的新的产业集群,一大批陶瓷企业应政府邀请落户法库,这使陶瓷行业出现了“南佛北法”的更为壮观的产业集群景象。但是,在以往的产业集群中,不论是自组织性的,还是非自组织性的,基本是工业产业集群和商贸产业集群,还未有服务性的产业集群,更未有旅游业的产业集群。这既表明产业集群促进地方经济发展的作用尚未充分发挥出来,也展示出产业集群在工业和商贸之外的领域还蕴藏着辽阔的发展空间。而展望未来,中国的产业集群将呈现出新的生长特点,形成新型的产业集群。这些新型的产业集群与以往的产业集群存在三点不同。

一是产业集群将在服务业领域遍地开花。由工业产业集群和商贸产业集群向服务业产业集群发展是必然趋势。在工业化的道路上,已有的产业集群大多是工业产业集群,而这些已有的工业产业集群既不可能在当地有更大的拓展,也不可能转移到别的地方去。在本地不能再拓展,是因为大企业的出现可替代产业集群的作用,产业集群在工业领域只有特定的历史作用。不能转移到别的地方,是因为一旦落在某地,具有了地域性,就会受到地方各个方面的约束,除非有特殊情况,一般很难废弃一方而搬迁到另一方土地上去。而在此同时,工业占国民经济的比重将在十几年之后逐步下

降,更多的国民生产总值将要由服务业创造。这表明,未来的经济增长点是在服务业上,这比工业经济的增长有着更强劲的推动力。所以,从经济的走势看,新型的产业集群必然会更多地在服务业领域出现,这是不同于工业产业集群的发展模式,是服务业发展壮大的一种新形式。再说商贸产业集群本来就很少,在今后更不会有大的变化,不可能成为产业集群未来发展的重点。因而,在“十一五”规划时期,产业集群将呈现向服务领域拓展的趋势,将随着服务业的大发展而不断涌现在这一新的领域,服务性的产业集群将成为新型的产业集群的典型表现。

二是产业集群将主要由政府促成。与工业产业集群大多是自组织生成的不同,未来新型的产业集群主要将由地方政府促成。地方政府将对拓展新型的产业集群发挥重要的主导作用。在中国的经济体制改革刚转向市场经济体制改革之时,人们的认识存在一种偏激的倾向,即认为市场经济就是市场决定一切,政府要退出市场,要减少甚至取消政府的作用。经过了十几年的实践,人们终于认识到,在市场经济条件下政府要发挥更大的支配作用,政府本身就是最大的市场主体。实际上,在各个市场经济国家,政府在经济发展中的作用都是不可忽视的。因此,经过最初的自发之后,中国的产业集群要更多地依靠政府的力量建成。新型的产业集群形成要明显地表现在政府的能动作用上。在政府力量的积极推动下,将会有更多的产业集群出现在全国各地,各地政府的业绩也将在拓展产业集群方面鲜明地突显出来。在这方面,哪一地方的政府最先认识到自身的作用,哪一地方的产业集群将最先获得发展。地方政府将取代市场自发,成为新型产业集群的推动力量。在各地政府的推动下,产业集群的形成将更为迅速,也将更加具有支柱产业的带动作用。

三是产业集群的形成将以人为本。以人为本是科学发展观的核心。在政府推动下形成的产业集群,与以往自发形成的产业集群最大的不同,就是坚持科学发展观,能够体现以人为本的要求。以人为本是与以资为本相对立的,在自发形成的产业集群中,始终都是以资为本的,即资本是产业集群形成的链条和支点,是在资本利益的驱动下形成的产业集群与企业群体。而在这一点上,新型的产业集群将表现出不同于以资为本的以人为本的优越性。在以人为本的前提下,产业集群的形成是为了当地人民的根本利益,是以提高人们的生活水平为直接目的。资本的集聚并不因以人为本而退去,但资本的作用远远不及人本的作用,对人民群众的利益关注远远超过对于资本获利的关注,资本在新型的产业集群中也是为人本服务的。政府推动形成的新型产业集群不能不讲科学的发展观,不能不讲以人为本的要求,由此产生的

效果就是新型的产业集群将在带动经济发展中超越以往的产业集群,将体现出更大的市场聚合能力,将会受到各地人民更为热切的欢迎。以人为本就是一切从人民的根本利益出发,而只有坚持做到这一点,才会得到人民的支持和配合,即政府只有在这一点上才能有效地发挥自身对产业集群形成的自觉推动作用。

根据产业集群发展的新特点,在中国旅游业中,乡村旅游的发展也可以走新型的产业集群道路。地方政府可在推动乡村旅游产业集群化中发挥积极的推动作用。乡村旅游不同于其他的旅游方式,不是以景点观赏为主,而是以乡村生活的体验为主,并且可以形成与工业产业集群相同布局的服务性的产业集群,这是乡村旅游产业集群化发展的基本条件。一个乡村相当于一个企业,若干的乡村相连,就形成一种企业群体,在这一群体之中,都开展乡村旅游,就形成了乡村旅游的产业集群。这虽与工业产业集群不同,但却符合产业集群的市场要求和产业组织形成的基本要求。将乡村旅游的发展提升到产业集群化的高度,是使乡村旅游的发展跃上一个新的台阶,也是对乡村旅游的发展提供了一种新的形式平台和更好的产业规范保障。政府的推动作用在乡村旅游产业集群化发展中是必不可少的,但这种推动的效果不是使乡村旅游带有更多的行政色彩,而是能使其更加具有市场化的产业运营特征。乡村旅游只有向产业化的方向发展才会获得根本出路,而走向这一道路,必然会形成新型的产业集群。这种乡村旅游的产业集群的出现,既是产业集群新型化的表现,也是乡村旅游形成产业化发展的一个重要标志。

三、发展乡村旅游产业集群的基本点

中国旅游业是随着改革的起步而发展的,是全新的产业内容,是从无到有再到初具规模的。在发展过程中,中国旅游业已经积累了丰富的实践经验,走过了艰难的起步之路。但客观地讲,中国旅游业的发展距市场发育目标还有很大的距离,在产业化的道路上还需付出极大的努力。旅游具有激发生命活力的作用,具有和谐社会的教育功能,可是,作为经济活动,作为产业运作,必须讲求效益。如果发展旅游,只是热闹,只是人人高兴,而经济效益甚差,那对旅游者来讲也未必是好事,对旅游业来讲就是注定要失败的。在各地,这种情况并不少见,搞旅游变成了搞活动,商业行为变成了接待行为,只有投入,没有收入,而更有问题的是,许多地方的旅游项目满足于一般的收入,没有在提高旅游收入方面下更大的功夫。这种效益一般只是表象,其根本问题是对旅游产业的形成缺乏深刻的理解。

产业经济的发展有自然成长的过程。各产业因产品生产的不同,其产业成长的自然过程也会存在差异。就旅游业发展的一般规律讲,其产业的发展从起步到成熟,大体要历经三个阶段。

第一阶段是卖景点。这是起步的阶段,每个旅游景区都经历过或正在经历这一阶段。在这一阶段,旅游业的创建就是发展景点,将古迹保护起来作为旅游景点,将具有人文价值的地方辟为一个旅游点,还有就是将风景区进行商业开发改造以接待游人。不论哪一个地方,搞旅游都只能是先搞景点建设。这方面的投入,分不同情况,是有多有少的。但结果都一样,建完了景区,让游客来就是让其看景区,景区有什么,或是说设立了什么,就让游客看什么。因而,在这一阶段,搞旅游的实质是卖景点。其旅游收入只是门票收入,游客来的多,收入就多,游客来的少,其收入就少。除了游客数量的变化对收入的影响外,地方发展旅游的另一个提高收入的办法就是门票涨价。现在各地的景点门票涨价普遍反映了这种要求提高旅游收入的急迫心态。黄山门票2005年从130元涨到200元,是国内景点门票涨价的典型。北京几个著名景点的门票价格虽然暂时没有涨,但也都通过了听证会,允许涨价,这实际意味着在不久之后也会将门票价格涨起来。注重门票收入,是卖景点的直观解释。这是旅游产业建设中不可跨越的一个阶段,卖景点维持了产业的经济基础,构成了产业起步的特点。

第二阶段是卖文化。经过卖景点阶段的产业发展,进入第二阶段的标志是旅游业发展中有了更多的文化内涵,且这些文化资源的融入是可以大大提升旅游收入的。若没有文化的普及,或是有了相当的文化进入,却没有旅游收入的提高,那等于说还没有进入产业发展的第二阶段。文化的进入必须是收入提高的源泉,起不到这种作用,无论进入多少文化,都是与旅游产业建设无关的。产业的发展要求具有向社会提供更多产品的能力,只是卖景点对于旅游业的生存与发展是远远不够的,对于提高旅游收入是有限度的。旅游收入的提高不能靠门票涨价,而要靠加入新的服务内容。加入文化卖点就是跨过卖景点阶段后的新的经营内容,这也是具有普适性的。文化包括食文化、酒文化、风景研究文化、文物研究文化、历史文化、宗教文化、服饰文化、手工艺文化、戏剧文化、影视歌舞文化等等。将这些文化内容纳入旅游服务之中,一方面突出了景点旅游的文化性,再一方面也可取得更多的旅游收入。食文化的介入是最具代表性的,各地都有自己的风味小吃或拿手好菜,在旅游的同时让人们品尝当地特色美食,是大受游客欢迎的。比如,洛阳是著名的旅游城市,去洛阳的游客要欣赏龙门石窟、白马寺、牡丹花卉等等,但同

时人们更想尝一尝洛阳水席,且想了解这一特殊酒席的文化内涵,所以,洛阳水席已开始进入洛阳旅游的核心圈,成为当地旅游收入提高的重要来源。再有,歌舞文化也是一大卖点。比如,西安的复古景区中有《梦回大唐》的歌舞表演,每人收费100元,每天演出一场,每场70分钟,很受游人的欢迎。有了这样的一些旅游节目,旅游产业的发展就进入第二阶段的发展过程。

第三阶段是卖劳务。在旅游产业的发展中卖景点和卖文化都不是产业成熟的表现,或是说只卖景点和文化还不算是产业的形成,卖景点只是起步,卖文化也只是雏型,只有到了卖劳务阶段,产业才开始走向成熟。在各个国家的旅游发展史中,都要经历起步和探索的过程,而最终的成熟都要落在卖劳务上。这也就是说,发展旅游业,最终的要求是向游客提供尽可能多的劳务产品。景点和文化的作用是为卖劳务铺路的,其直接交易价值量并不大,最大的旅游收入一定要来自劳务收入。在旅游业的三个环节中,景区、旅行社和旅馆分别表现投入、联结和收入的三个方面,即景区建设是旅游业的投入,旅行社的组织是起到沟通与联络作用的,而只有旅馆是收入的主要来源。如果一地的旅游发展,光让游客看景点和购物,那旅游是没有效益可言的,因为其收入的主要源泉还未打开。必须以旅馆为主要收入源泉,旅游业的发展才称得上是产业化,才达到了卖劳务的目的。卖劳务并非只指卖旅馆服务,但留住游客,使本地的劳务资源得到充分的市场利用,确实是以卖旅馆服务为主的。只有多卖旅馆服务,才能保证旅游业的效益。一切都是为留住游客服务的。一切效益的取得或是说超出成本投入的收益都是来自留住游客。必须充分认识卖劳务的市场意义,才能真正使旅游达到市场化经营的目的,才能促使旅游产业的成熟。

让乡村旅游在产业发展的第三阶段与产业集群的发展方式联系起来,是使产业集群的效能在中国旅游业发展中发挥作用的一个亮点。乡村旅游是具有巨大发展前景的旅游项目,但作为产业集群化发展的乡村旅游与非产业集群化发展的乡村旅游相比,还是有很大差异。这如同工业产业集群与工业企业非产业集群化的发展一样,产业集群化的发展将带来更大的经济效益和发展后劲。如果没有产业集群,东莞市不会那么快地实现全市经济发展的腾飞。因此,作为旅游产业发展的项目,乡村旅游走产业集群化的发展道路,是促使乡村旅游更快更好发展的必要手段,是需要我们认真加以研究和倡导的。义乌小商品城是商贸产业集群的典型代表,产生了具有世界影响的产业集群,目前有大约8000名外商常驻义乌,对义乌的经济发展起到了至关重要的作用。同样,如果乡村旅游也达到一定的产业集群规模,更可以产生

能量很大的带动本地经济发展的作用。当然,我们提倡在乡村旅游的发展中,实现多元化的产业模式,但是,必须强调乡村旅游的产业集群化发展是一个重要的方向,是促使乡村旅游获得长久生命力的重要举措。为此,应当积极地认识乡村旅游产业集群形成的若干基本点。

(一) 政府主导

形成乡村旅游产业集群就是说在某一县、市的区域内发展起几十个乃至几百个村寨成为乡村旅游点,在本地经济发展中起到相当大的产业带动作用。能够形成这样大的产业集群,使为数众多的村寨都集中地成为乡村旅游的经营单位,首先是需要有相应的市场需求,即必须有很多的城里人对乡村旅游感兴趣,有愿意到乡村去休闲娱乐活动的要求。对于这种市场需求,是可以做出基本预测的,可以确认这方面的需求是旺盛的,至少就全国的市场讲,对于某一地方的乡村旅游是可以实现的。而问题在于,形成这样的产业集群来发展乡村旅游,必须借助政府的力量,不可能完全依赖于乡村农民来做产业集群。地方政府不仅要在形成乡村旅游产业集群中发挥主导作用,而且在产业集群形成后的日常运营中也要起到统领的作用。这种产业集群的兴起,不可能来自乡村农民的自发行为,只能是政府有意识地进行产业开发的主导行动结果。与自发的工业产业集群不同,政府的主导作用是产业集群建设的前提,是乡村旅游产业集群形成和正常运营的关键。政府的介入,并不违反市场经济的基本原则,而是政府的经济管理职能的直接体现。政府的主导作用包括政府旅游主管部门的作用以及乡、县、市级政府的作用。

(二) 品牌同质

产业集群不是进行差异化生产,而是追求同质产品生产的集中。在工业领域,可有几千家生产同样产品的企业集聚在一起。这样的集群便于形成产业优势,也便于当地为这些同质性企业提供社会服务和生产服务。作为乡村旅游,形成产业集群,也需要同质性的品牌,而不是差异性的品牌。在一个产业集群之中,无论是哪一个村寨提供的旅游服务,都具有相似或近似的内容,不存在太大的差异性。这是产业集群的特点,也是发展乡村旅游产业集群的起点。游客到某地进行乡村旅游,不管是到哪一个村寨,都可以享受到一样的服务,这是进行产业集群经营的前提条件。在乡村,如果搞一点点差异服务,还是可以做到的,但一味在差异性上下功夫,就会影响产业集群的形成。作为大发展的手段,产业集群集中的就是同样的生产单位,不需要再搞差异化,只要具备相同的生产能力,就可以加入到产业集群中来。这对于乡村发展旅游是便利的,各个村寨只要按相同的模式进行经营就可以了,农民们会自然接受这种同质性的要求。在品牌同

质的基础上,在有市场需求的前提下,乡村旅游的产业集群可以迅速地形成并发挥出产业带动作用。

(三) 度假旅游

乡村旅游产业集群的形成需要的是同质性服务,而这种旅游服务应是度假型的服务,而不是观光型的服务。如果乡村旅游服务只是观光型的,那就形不成产业集群,因为对于观光旅游来讲,乡村必须提供差异性的服务。而在一个地方,要求乡村提供很多的可供观光的不同内容是不现实的。发展乡村旅游,可以在起步阶段重点发展观光旅游,即在一个城市周边发展若干个乡村旅游点,游客住在城里每天用汽车拉到乡下去旅游,一天可以看好几个乡村旅游点。这种观光型的乡村旅游形式可以长期存在,但成为乡村旅游产业集群则必须是度假型的,即必须要让游客们住在村寨里度假,这样才能更好地体现乡村旅游的特点和魅力,才能真正起到经济的拉动作用。对于乡村来说,搞观光旅游是挣不到多少钱的,最多是挣个门票钱和饭钱。可是,旅游业的最大收益是在住宿上,即游客花在住宿上的钱是最多的。只有让游客住下来,这种旅游才能够得到最好的收益。乡村旅游能够形成产业集群,必须使乡村能够挣到较多的钱,即有较好的收益,要做到这一点,只能是创造条件发展度假型的乡村旅游。

(四) 规模适当

乡村旅游产业集群的发展规模必须适当。首先是不能太小,太小了形不成产业的号召力和市场的吸引力。其次是不能太大,不能超过市场需求去盲目发展,市场是最终决定产业集群规模的依据。适当的要求就是指产业集群的规模要与市场需求量相一致。但我们知道,市场是可开发的,市场的潜在需求能够变成现实需求的越多,乡村旅游产业集群

的规模就可以越大。如何挖掘市场的潜在需求也是形成乡村旅游产业集群的一个重要条件。乡村旅游从无到有,从观光旅游到度假旅游,从非产业集群发展到形成产业集群发展,靠的就是客源的扩大。客源的扩大就是市场需求的增加,对于这一基本点,是需要认真加以研究的。从广义上讲,制约中国旅游业发展的,就是业内的客源开发能力,这是中国旅游业经营的一条软肋。就乡村旅游来讲,只有形成较强的客源开发能力,才能形成产业集群。所以,不论是从广义来分析,还是对乡村旅游作具体分析,我们都要强调旅游服务中的客源开发问题。乡村旅游的产业集群不能盲目做大,产业集群的规模必须与市场的现实需要相一致,保持适当规模。但是,从目前来讲,只有大幅度地提高客源开发能力,急剧扩大市场需求,才能有效地形成乡村旅游产业集群。

(本研究得到贵州财经学院欠发达地区经济发展研究中心课题经费资助)

【参考文献】

- [1] 钱津. 乡村旅游的建设和发展[J]. 中州纵横, 2005 (12).
- [2] 钱津. 贵州乡村旅游发展战略及其反贫困意义[J]. 贵州财经学院学报, 2004(5).
- [3] 钱津. 劳动效用论[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2005.
- [4] 钱津. 企业文化沙龙: 四[M]. 北京: 中国经济出版社, 2006.

[责任编辑 张 鹏]

Industry clusters and development of country tour

QIAN Jin

(Economic Institute; China Academy of Social Sciences, Beijing 100836, China)

Abstract: The many industry clusters that have emerged in China since the economic reforms are playing an important role in the economic development. As a matter of fact the economic development in many regions was industry clusters dependent. In many regions it is through the active role played by the local government that the industry clusters have developed and provided strong support to the economic development. At present, many industry clusters of a new type are developing vigorously.

Key words: industry clusters; country tourism; government; free organization; development