文章编号:1006-544X(2004)04-0524-05

区域旅游网络化发展
——以桂林旅游圈为例

黄月玲,林 刚,伍 进

(桂林工学院 旅游学院,广西 桂林 541004)

摘 要: 区域旅游网络化是在分工与协作的前提下,一定区域旅游产业活动主体通过各种通道和相互作用形成的关联系统. 提出了旅游网络化包括的具体内容,即应形成区域范围内交通、产业、企业、市场以及组织等各方面的网络系统,从市场和政府两个方面分析了这种区域旅游网络化形成的动力机制和保障机制:不断完善旅游市场管理体系,在网络化发展的初级阶段,政府必须进行引导并适当干预.

关键词: 区域旅游;网络化;桂林

中图分类号: F592.3;F590.7 **文献标识码:** A①

随着人们生活水平的提高和旅游业的不断发展,区域旅游被提上了议事日程. 所谓区域旅游,是指旅游的主体不再以点、线旅游为主,而是以一定区域范围为单位,来接待旅游者和组织安排旅游活动,是特定空间发生的旅游活动及其经济关系的总和[1]. 区域旅游是旅游发展到一定阶段的产物,是一种高级形态的旅游结构[2]. 具体来说,区域旅游是以客源集中的中心城市或名胜风景旅游点为依托,根据区域内的旅游资源、交通条件、行政区划等因素,按旅游经济活动规律,全面安排旅游资源开发、旅游景点和旅游设施的建设及旅游商品的生产和供应,从而取得理想的经济效益和促进大旅游发展的一种格局.

区域旅游涉及的地域范围广泛,其发展是一个相对复杂的过程. 区域范围内各区域单元之间的协作与联合发展,是区域旅游发展的关键. 笔者认为,以协作与联合为基础的旅游网络化发展,是区域旅游形成有序发展系统的理想途径. 旅游网络化包括3层含义:区域空间旅游经济联系的"通道"、"组织"和"系统",即借助交通、通讯等"通道"连接各节点(旅游景点、旅游区、发展旅游的独立行政区域等),充分发挥区域内"组织"(政府、协会)作用,使区域旅游业构成一个纵横交织、竞争与协作关系紧密的运行"系统". 本文以桂林为例,探讨区域旅游网络化形成的基本内容和过程. 桂林区域旅游范围包括桂林市区及所辖县域,以地理空间上的联系和旅游资源为基础,通过统一开发、协作发展,将桂林旅游圈内丰富的旅游资源和旅游产品有机连结起来,形成以桂林市区景观为核心的、以桂林所辖12县构成辐轴的、纵横交错的大旅游网络[3].

1 区域旅游网络化发展战略的必要性

1.1 网络化发展是桂林区域旅游发展的趋势

桂林旅游业从1973年到现在,经历了30多年的发展,在最初的山水旅游带动下,以桂林市区为核心,周边县域均在桂林旅游辐射下相继发展旅游,如今地方旅游业均已具备一定的发展基础. 随着人们收入和生活水平的进一步提高,人们已经不满足于单一的点、线旅游,而是寻求内容更丰富、范围更大的旅游活动. 为了适应市场发展,区域旅游成为一种必然的趋势. 为适应国

① **收稿日期:** 2004-03-15

作者简介: 黄月玲(1975-),女,硕士,讲师,旅游管理专业.

内旅游的发展，提出建立大桂林“旅游圈”口号，正式向区域旅游发展迈进. 随着各县域区域旅游单元旅游产品和旅游线路的逐渐丰富，旅游住宿、旅游交通、旅行社以及旅游市场、旅游管理的逐渐规范，桂林已经具备了发展区域旅游的基础，以区域为整体，从宏观上进行规划、统一开发，形成旅游业网络发展系统，是桂林旅游发展的必然趋势.

1.2　网络化发展是获得区域旅游竞争优势的有效途径

区域旅游网络化发展，是借助交通、通讯等有形与无形的通道，使区域内旅游业构成一个纵横交织、竞争与协作关系紧密的运行整体. 这种网络化运作模式，类似于上世纪七八十年代产业柔性集聚的概念，即同一产业或相关产业以结网为特征，形成既竞争又合作的企业综合体[4]. 这种合作网络体系，给处于区域范围内的旅游企业带来了更好的发展条件，其表现：处于一定区域范围内的企业，因为地理位置上的邻近和联系的紧密与方便性，有利于相互学习、相互交流；区域内相对独立的企业之间相互竞争和协作，能促进企业提供产品和服务质量的提高，尤其发生在同行业企业之间的良性竞争压力和持续比较，使企业产生“压力效应”，进而产生“追赶效应”，成为企业发展的动力；最重要的是，区域内同类企业和相关企业的协作，能克服不良竞争，在旅游开发与市场管理等方面互学互效，在旅游宣传、促销方面发挥整体优势，打出地区品牌，形成规模效益，最终形成区域旅游发展的整体竞争优势.

1.3　网络化发展是实现旅游圈区域旅游可持续发展的必由之路

旅游资源的特点决定了旅游资源，尤其是自然旅游资源，在一定的范围内往往具有遍在性和重复性，导致某些行政单元的旅游产品具有相似性和替代性. 要延长旅游产品的生命周期，实现旅游可持续发展，相邻地方必须相互协调，突破行政界限，走区域旅游合作发展之路，形成区域旅游网络化发展格局，丰富旅游内容，连点成线、连线成网，使旅游线路不断延长，不仅延长游客旅游时间，避免旅游路线重复，增加旅游消费，提高旅游效益，更有利于旅游资源重组，促进各地在旅游开发、经营等方面取长补短，发挥整体优势，增强区域整体竞争力，实现区域旅游业的可持续发展.

从桂林地区来看，由于地域的邻近，桂林市及周边县域许多旅游资源如山川、洞穴、民俗风情等在一定程度上呈现出相似性特点，若不宏观统筹，可能导致发展思路和产品的雷同而造成重复建设，不利于桂林旅游圈的形成和发展，更不可能实现区域旅游资源整合和可持续发展. 网络化发展则是从区域整体出发，兼顾各区域单元利益，相互分工与协作，有效克服上述不足.

2　区域旅游网络化发展的主要内容

区域旅游网络化发展是一个复杂的系统工程，形成区域网络化发展一般要满足的条件：（1）具有形成网络的设施，即高质量、高效率地服务区域的各种旅游设施；（2）旅游业各区域单元内在关联性强，区域内各地区旅游景点、旅游产品、旅游服务等各方面高度发展并形成分工协作体系；（3）旅游市场畅通，各种要素可以在区域内自由流动，区域旅游结构趋于合理化与规范化；（4）组织功能不断完善，各区域之间政府机构、旅游组织之间相互协作，发挥能动组织作用，促进区域旅游单元平等发展. 形成网络化的最终格局是：形成交通、通讯等区域旅游发展保障网络系统；旅游企业网络协作系统；旅游基础设施、旅游景点等产业网络以及旅游市场协作网络等，各分网络共同构成区域内旅游业互补、协作和竞争的大旅游产业体系.

2.1　交通网络化

区域内旅游单元间交通的可达性与便利程度，是影响区域旅游发展的最核心因素，也是区域各旅游单元空间相互作用和合作的先决条件.

交通运输的网络化，就是要形成适宜的路网密度，交通路网逐渐由单一走向多样化，由低级走向高级，通达性不断增强，网络结构不断得到优化，便于区域空间旅游发展过程中各要素的流动. 桂林地区的旅游圈交通通道已经得到很大改善，近年桂林市到各县道路等级也不断在提高与完善，各县域至旅游景区的可达性不断增强，但总的来说，各区域单元内比较重视干线建设而轻视支线建设与网络配套. 旅游景区开发中，投资绝大部分用于景区服务设施建设，进入景区的道

路和一些景区内部道路等级不够或投资建设不够，旅游交通网络有待进一步发展. 此外，交通网络化不仅要求交通供给、交通设施的完善，而且还要求机构和管理的革新，不仅需要每个景点通车，而且还需要高等级的线路、舒适的交通工具、廉价的收费和周到全面的服务.

2.2 产业网络化

产业网络化是在某一产业及相关产业之间，寻求一种分工协作和协调发展的有序化产业系统，其外在的表现是：在空间层面上形成产业集群，在非空间层面上形成有机的产业链和联系紧密的产业体系.

桂林市区旅游业的发展相对成熟，但桂林其他县域旅游业还处于发展中，桂林地市合并后，桂林由各自独立的旅游单元逐渐形成联合发展的旅游整体，这就需要加强旅游产业的整体协调，发挥政府宏观调控与市场机制的作用，形成区域单元与区域范围整体的最优配置空间，并通过共同的利益机制使各区域单元旅游产业之间形成紧密的市场联系，最终形成以市区旅游产业为首，各县旅游产业纵向一体化和食、住、行、游、购等各行业之间横向一体化的产业网络.

2.3 企业网络化

企业网络化是将不同地区、不同产业部门的大小企业经营活动联系起来，使各企业之间形成一种特有的网络体系. 在市场经济中，同一行业不同企业之间存在激烈竞争，企业网络化，可以加强企业之间的联系和交流，克服同行业之间的恶性竞争，使企业相互协调、分工、互补，形成整体效益，促进区域行业发展.

桂林旅游圈旅游企业间目前合作较少，合作的形式较单一，主要是在其他区域单元建立旅行社分社和代理商，各县域内的企业之间也较忌讳信息交流与合作，闭关自守、各自为政的情形较普遍. 要形成桂林旅游圈企业网络化，一方面要根据市场的需要调控区域单元各县域旅游企业的数量，另一方面，区域单元内部以及区域各县之间同类旅游企业对其服务的范围、内容以及方式，力求自身特色，避免重复，形成市场分工. 各企业在旅游区域产业一体化的基础上，加强企业之间的沟通和信息交流.

2.4 市场网络化

市场网络化是指区域旅游市场之间的一种关系，具体表现在市场服务的网络化和接待游客的网络化，正如克里斯泰勒提出的市场网络理论一样，任何企业服务的市场均是有限的，旅游企业接待游客也具有一定的服务范围，但旅游业又是一种特殊的行业，区域内旅游企业服务的旅游市场并不是简单、独立的，而是相互联系、相互交叉的. 旅游企业在接待游客过程中，可以相互推介、相互合作.

桂林旅游圈形成区域旅游市场网络具有较好的外部条件：首先，地市合并为区域市场一体化扫清了各自为政的行政障碍，使区域单元旅游市场加强信息交流和市场联系成为可能；其次，桂林旅游圈各区域单元旅游资源存在各自独特优势，为旅游企业相互推介游客、相互合作形成市场网络提供了方便. 但是，桂林旅游圈各县域旅游市场之间并没有充分利用这些优势进行县域之间的协作，各县域旅游市场的发展仍处于独立发展、各自为政的状态. 政府可以在这方面进行适当的引导，当然市场的网络化同时需要交通、信息等辅助部门的相互配套发展，以促进市场信息的传播与交流，从而最终形成区域旅游市场网络体系.

2.5 组织网络化

区域旅游组织的网络化指多层次、多形式的空间旅游经济网络联系的管理和运作机构. 对于涉及两个以上独立行政单元的区域范围，行业的发展均离不开区域内政府或行业组织的适当干预和协调，区域内的这些机构网络，主要以协调冲突和加强合作为特点.

桂林旅游圈旅游业正向着网络化方向发展，桂林市及下属各县域旅游业的发展均受到政府的重视和扶持，各县域之间也力图形成相互联系、相互协作的旅游网络化发展格局. 随着旅游业的发展和旅游市场的逐渐完善，旅游业的发展应更多的依靠市场调节和协会的参与，因此组建旅游业各级协会和各行业协会以及区域协会，形成政府、协会各级各类管理、运作机构将有利于桂林区域旅游网络化发展.

3 区域旅游网络化形成的机制分析

3.1 网络化发展的动力机制

网络化的形成需要在区域内各个单元旅游业

发展的基础上，建立地域间相互协作的网络体系，这种协作关系的建立，要依靠区域单元之间政府的行政调控，更需要市场机制的调节，其本质是依靠互补效应、共生效应和整体效应，建立起使旅游企业具有共同利润、共同目标的网络化发展的动力机制[1].

3.1.1　*互补效应*　区域旅游网络化的关键是区域单元、旅游企业之间的相互协作性. 旅游业是一项综合性的产业，食、住、行、游、购、娱各部门都是围绕旅游者提供产品和服务，相互之间具有互补性，由于拥有共同利益，相互协作的可能性大. 但不同旅游地及旅游企业之间旅游发展均具有相对独立性，在旅游发展过程中，由于利益争夺和抢占市场，协作的可能性较低. 因此，协作能够获得成功的基础是形成区域内单元资源、市场等方面的互补性，这种互补包括 3 个方面，即资源、市场及旅游发展阶段的互补.

（1）资源互补. 即旅游资源禀赋差异的区域之间在旅游发展过程中的相互补给和联系. 旅游资源在时空分布的不均匀性，使各地区形成各具特色的旅游资源和旅游功能，而各地区旅游资源结构及旅游功能的差异性和互补性，是形成旅游景区空间相互作用、互补效益和分工的物质基础，也是吸引游客选择旅游地的根本动机.

（2）市场互补. 在市场分工与联合协作条件下，各区域间旅游发展对客源市场的要求、产品结构特点等方面存在互补性，可以进行市场区域分工协作.

（3）市场发展阶段互补. 各区域单元旅游的发展时间不同，其旅游发展的资源结构和产品结构所处发展阶段也不同，这就形成旅游发展阶段的互补性，即发达地区的资金、技术、发展经验可以向经济落后地区转移和辐射，发挥增长极的作用，而落后地区可以对城市旅游地旅游资源、旅游产品进行补充，不断推出新产品和新的旅游路线，使区域形成相互联系、相互作用的一个有机整体.

3.1.2　*共生效应*　共生效应是区域旅游系统内各要素之间形成相互依存、互为条件、共存于同一区域旅游体系内，相生相养、共同发展的关系. 共生效应是形成区域旅游网络化发展的前提. 区域旅游网络化发展是区域内各区域单元，以旅游资源为基础，由组织旅游活动的相应机构、设施和旅游景区等要素形成的有机的旅游经济系统，但不是简单的将若干个彼此毫无经济关联的旅游要素或单元组合在一起的旅游混合物，它需要区域内各区域单元之间具有紧密的联系，在发展大旅游背景下，享受区域旅游发展的良性竞争与协作带来的外部效益，在产品的宣传与营销等方面带来的规模经济效益而自觉形成区域内各旅游地、各要素之间相互依存、相互生养、共同发展、有机联系的区域旅游系统.

3.1.3　*整体效应*　在一定的区域范围内，各旅游景区在空间上都呈现出分散状态，尤其当旅游地位于不同的行政区域范围内时，每个旅游区的旅游经济活动都具有相对独立性. 但是，如果根据旅游业发展的需要，在一定区域范围内，将各区域单元、各旅游景区形成一个整体的系统，根据各旅游景区之间的功能分异，形成不同等级和类型的有序整体，则各区域单元、旅游景区就不再是孤立、分散的个体，而是具有整合效应的旅游网络，避免内部恶性竞争，使区域旅游的整体吸引力增强.

3.2　网络化发展的保障机制

3.2.1　*市场体制的健全*　区域旅游网络化的形成，需要各区域单元旅游产业高度发展，这就需要各县域不断完善单元旅游产业食、住、行、游、购、娱等各要素，不断完善旅游市场管理体系，使各区域单元旅游业有形成网络化协作发展的基础和能力. 桂林发展旅游业，起步相对较早，已向成熟阶段迈进，但桂林地市合并后，桂林市及所属县域作为一个整体区域，区域旅游业的发展却仍然处于发展阶段，尤其各县域区域单元，旅游资源和旅游基础设施仍有待进一步开发和完善，旅游市场体制有待健全.

3.2.2　*政府引导与适当干预*　桂林旅游圈旅游发展思路的提出，为桂林实施区域旅游网络化的发展做好了铺垫. 桂林地市合并，为形成区域网络化发展扫除了行政上的障碍，各县域区域单元旅游资源的开发重点和互补性，更是为桂林形成区域网络、发展区域旅游体系提供了保障. 但区域旅游网络化发展模式的实施，是区域单元旅游发展到一定阶段的产物，是市场机制作用的结果. 网络化格局的形成是一个漫长的过程，尤其对经

济相对落后的地区来说，初始阶段的政府干预是必然的，政府从方向上进行引导，促进各县域之间认同协作发展，从区域网络化发展中获得共同效益，显得十分重要. 在网络化发展过程中，政府同时应给予政策、资金等方面的扶持，创造良好的市场发展环境，为旅游业的发展吸引资金、技术、人才，创造一个宽松的制度环境，为旅游企业提供公平竞争的机会，鼓励技术创新，努力营造宽松、自由和创新的文化氛围，提供行业前沿信息等，促进有竞争力的区域旅游网络化体系的形成和发展.

4 结 论

区域旅游业是旅游业发展的一种高级阶段和高级形式，借助和利用更大区域范围内旅游资源来产生整体效益和规模效益，不仅是对区域单元旅游业发展的促进，也是对区域范围大旅游形成与发展的促进. 区域旅游网络化的发展，是区域有竞争力的旅游经济发展方向和区域旅游可持续发展的途径. 在这一发展过程中，区域旅游业必须依靠市场机制的调节和政府的宏观调控，共同促进区域旅游“通道”、“组织”和“系统”等方面网络化系统的形成.

参考文献

[1] 涂人猛. 区域旅游理论研究 [J]. 社会科学，1994，(5)：83.

[2] 李志刚. 桂林旅游业：规划与发展 [C]. 北京：中国旅游出版社，2002.

[3] 李小建. 经济地理学 [M]. 北京：高等教育出版社，1999.

Discussion on Regional Tourism Network

——Taking Guilin Tourism Cycle as an Example

HUANG Yue-ling，LIN Gang，WU Jin

(*Tourism School*，*Guilin Institute of Technology*，*Guilin* 541004，*China*)

Abstract：With Guilin tourism area as an example，the concept and means of regional tourism network are put forward. The content of regional tourism network including the network communications，industry，enterprise，market and organization is introduced. Furthermore，the mechanism of regional tourism network is discussed. The study suggests that it is necessary for the government to conduct and offer proper guidance at the beginning.

Key words：regional tourism；network；Guilin