

# 粤港澳大三角旅游区 产业合作效应与机制创新

李舟

**内容提要:** 本文从旅游产业区域合作效应方面分析了合作的必要性,并着重探讨了如何创新,使旅游产业的区域经济合作效应得以释放,实现旅游产业的可持续发展。

**关键词:** 粤港澳大三角旅游区 区域合作效应 区域合作机制

目前,我国在旅游产业方面,还未形成一个世界级的一流旅游区域。因此,努力营造一个这样的旅游经济圈,无疑是提升我国旅游产业国际竞争力的重要途径。同时,多年来,粤港澳政治与经贸关系日益密切,推动三地旅游产业等的一体化,形成三地旅游合力,共同打造粤港澳大三角旅游区已成为业界和学界的共识。

## 一、区域合作是粤港澳三地旅游业发展的途径

粤港澳三地水陆天然联结,海陆空交通形成立体化网络体系,游客甚至可以依靠交通工具在短短一天内抵达三地游览不同的风情风貌。而且,珠江三角洲丰富的土地、劳动力及其他自然人文旅游资源恰好弥补了港澳地区上述方面的欠缺。通过开展区域间深层次合作,可以促进三地旅游产业在时间和空间上的有效结合,延长旅游产业价值链中的增值环节,形成更为科学的旅游产业体系和产业组织,从而将这一区域建造成世界级的旅游目的地。

我国加入WTO以后,随着国内旅游业对外开放

和国际合作的不断加强,国内旅游业竞争加剧。作为中国经济发展的“三驾马车”、同时也是中国旅游业的三大板块——珠江三角洲、长江三角洲和京津唐地区,三者入境旅游总数占了全国六成以上。尤其值得注意的是长江三角洲,近年来无论在引资力度还是建设速度上都明显领先于珠江三角洲,凭借良好的经济基础和国际金融中心的区域定位,日益吸引大量国内外游客、特别是商务游客向其汇聚,这种趋势在某种程度上会对香港地区的客源形成分流。加上2003年开工的上海环球影城主题公园以及2010年的上海世界博览会,长三角区域的旅游业发展势必会对广东乃至整个大珠三角的旅游业产生较大影响。三大旅游经济圈之间的竞争正愈演愈烈。

从近年的数据,我们可以发现一个事实:以上海为龙头的长三角旅游经济圈正以倍增于珠三角区的速度快速发展。

除了国内各大经济圈之间的激烈竞争,世界各国尤其是亚洲周边国家和地区都在大力发展旅游业,加强投资和对外推介。因而,珠江三角洲的区域旅游业面临着向更高层次发展的竞争压力和要求。为了增强核心竞争力,寻求产业的提升和发展,粤港澳三地必须加强区域合作,从全球化的市场竞争上着力,整合粤港澳三地的区域优势,提高这一旅游圈的对外竞争力,携手将这一区域建造成为全中国、亚太区乃至全球最具规模与竞争力的旅游经济区域之一。

## 区域经济

**二、粤港澳大三角旅游区的旅游产业合作效应**

1. 示范效应。粤港澳大三角旅游区的合作,可为长三角等国内相对发达的区域合作提供模板;区域内既有港澳市场又有内地市场,可深入研究“一国两制”的发展特点;还可以为全国提供“区域旅游市场一体化、旅游资源自由配置带动效率提高”的经验,不仅对整个泛珠三角区域,而且对其他经济合作区域和国内其他地区,都会形成一个极强的示范效应,带动各地的旅游经济活动共同发展。

2. 共振效应。区域经济学认为,当一个地区的经济发展诉求与外在动力相仿时,会产生快速增长的“经济共振”。粤港澳大三角旅游区作为旅游经济共同体,三地的旅游产业荣辱俱共。同时,由于旅游产业自身具有的极强的关联性和互动性,会对相关产业部门形成有力的共振效应,引发乘数效应,为整个国民经济的增长带来倍增效果,最终可能形成金融资本、产业资本、物流体系、消费市场的全面辐射和融合,构建一个真正一体化的大旅游区。这既是引人注目的旅游客源地,更是充满吸引力的国际和国内旅游目的地。

3. 互补效应。三地在发展旅游产业过程中,自然形成了各有优势的产业结构和分工,并由于资源禀赋的差异而具有较强的互补性。通过开展深层次的区域旅游经济合作,可以充分挖掘资源潜力,给合作的三方都带来共同的经济利益。具体来看,港澳两地的旅游产业发展主要受限于劳动力资源与旅游资源存量有限的束缚,在发展中难求突破。广东省的旅游产业发展则表现为企业主体的竞争性与活力不足,一是大多数旅游企业缺乏核心竞争力和优秀人才;二是大多数旅游企业的机制和经营方式、管理水平,难以适应全球化市场发展需要;三是旅游企业信息化建设滞后,制约了后发优势的发展。因而,在区域合作进程中可以较好地体现互补效应,使本区旅游产业的发展摆脱瓶颈困境,得到快速健康持续的发展。

4. 集群效应。产业集群是旅游产业跨越性发展的结构性特点和有效形式。面对全球产业结构调整的新特点,粤港澳三地旅游产业集群的形成,可以

提高集群内部规模效应,加强旅游产业内的专业化分工和市场化运作,提升区域旅游产品配套开发创新能力,提高主导旅游产品质量和品牌效应;也可提高集群外部规模效应,完善相关产业及社会服务化体系,提高旅游企业集群协同效应。同时,使集群效应成为区域经济发展的真正牵引器。

5. 窗口效应。粤港澳三地均处于口岸位置,得天独厚的地理优势决定了客流量的巨大。所以发展旅游产业,尤其是推进旅游产业的区域经济合作,对树立口岸形象、延长游客停留时间、甚至于改善投资环境都颇有益处。可以说,南中国的窗口城市主要集聚在此,既便利了旅游产业的自身发展,又能促进相关产业的结构调整、合理布局,谋求协调发展。由于粤港澳大三角旅游区内三地旅游产业结构已基本形成,且有相对稳定的旅游市场范畴,因而,加快开展全面的、更深层次的粤港澳大三角旅游区域发展合作,显得格外紧迫。构建相对完善的粤港澳大三角休闲旅游圈,推进本区商流、资金流、人流、信息流的进一步集中和延伸,把区域内单个产业优势转化为区域整体优势,从而有效扩大这一旅游经济圈的延伸和辐射范围。

同时,CEPA和“9+2”的全面实施,为泛珠三角区域的各省区寻找到一种平等互利、优势互补的合作机制,建立起一种资源共享、共同发展的战略伙伴关系平台。泛珠三角区域包括广东、广西、海南、云南、贵州、四川、湖南、江西、福建九个省区和香港、澳门两个特别行政区。内地9个省区的区域面积为全国的1/5,人口占1/3,经济总量占1/3。毫无疑问,在泛珠三角区域中,粤港澳区域将担当一个十分重要的核心发展角色,对中国南部200万平方公里的泛珠三角旅游区域合作将起到重大的影响和带动作用。

**三、粤港澳大三角旅游区域合作机制创新**

广东省旅游行业自20世纪90年代以来,提出了共同建设珠三角大旅游区的发展战略,先后举办了数次粤港澳旅游合作发展研讨会,并在旅游资源规划、人员培训和市场联合推广等方面进行了多种合

## 区域经济

作尝试,初步取得了共同繁荣的整体效益。不过,长期以来,粤港澳的这种区域合作都是建立在自发性互动基础上的低层次合作。虽然建立了“粤港澳大珠三角旅游合作机构”,但是这种类似民间机构的组织没有起到应有的组织、协调、沟通的作用,应有针对性地加强重点研究。

1. 推广开放的区域主义观念。在粤港澳旅游区经济合作中面临的重要问题,是广东省与港澳两个独立关税区的协调问题。从经济学观点看,就是如何能使相关的旅游生产要素在“区域”地缘范围内实现自由流动,提高资源的有效配置效率。所以,必须从更新各级行政人员和旅游从业人员的观念入手,弱化行政区划概念,统一整合区域旅游资源,协同产业发展能力。

2. 明晰三地在整体区域合作中的功能定位。应该说,粤港澳旅游区是中国对外开放的窗口,经济外向度非常高。应充分利用自己的独特区位优势,为相关省区的旅游经济发展发挥桥梁纽带作用,使粤港澳旅游区成为泛珠三角经济合作区旅游产业发展的服务器和加速器,借助其金融中心、物流枢纽中心、交通枢纽中心等显著优势,进一步激活合作区内各省区的旅游经济发展。

3. 建立旅游产业行政管理的双重协调模式。粤港澳旅游区三地旅游管理部门应该设置专门的旅游协调机构,在合作的基础上加强三方的联系和协调,做好及时的信息互动,建立有效的预警协调通道和机制,共同协调、控制、防范、管理和解决三地互动中出现的问题。通过政府的主导作用,达到三地旅游软件的协调及硬件设施的衔接及完善。其中最重要的是三地政府政策协调、基础设施建设的合作、统一旅游规划与开发等工作。

4. 建立区域旅游利益补偿机制。粤港澳三地正在努力将大珠三角旅游区建设成为世界一流的旅游经济圈。合作各方必须在互惠互利的基础上才能维持长期合作局面,而如何协调此区域旅游经济活

动中的利益不对称问题,就成为在合作中不可回避的一大课题。因而,必须建立并推广粤港澳三地的整体旅游形象,在统一的区域旅游营销规划指导下,开展循序渐进的各种营销活动,建立旅游业与商业销售互惠的机制,建立国内国际的旅游物业会员优惠体制;不断提高旅游业的赢利水平。

5. 革新区域旅游经济效益评价指标体系。原有的指标作为一种行为导向仍然会影响和引导地方政府以及企业的决策发展。因而,应将区域旅游经济合作成效的有关指标引入原体系,并对区域旅游经济合作中的非规范行为做出相应的惩罚性制度安排。创新性地构造评价体系,有利于从根本上形成区域旅游经济合作的激励机制,从而有效地保护和推动区域旅游产业体系的构建与发展,形成一个优势互补、互相促进的旅游协作网络。

6. 建设区域旅游信息网络。为游客服务的旅游信息网络,可通过计算机联网、电话咨询和在各主要城市的车站、码头、机场和繁华商业区等向游客提供信息服务,使游客方便快捷地了解本区域的旅游景点、交通、酒店、旅行社、购物地点及其旅游线路等信息,方便游客确定行程,达到扩大旅游市场的目的;也可以使政府和旅游企业根据旅游信息,对需求和供给进行分析和统筹,从而做出正确的决策。

通过这一渠道,三地可有效地结合各自不同的旅游文化气息,实现“一国两制三地”旅游资源和市场的互补,在此基础上形成一批统一的粤港澳旅游产品,并通过网络、报纸、电视等各种跨媒体渠道和各种形式的活动广泛地进行宣传和推广。

## 参考文献:

1. 周起业、刘再兴等:《区域经济学》,中国人民大学出版社,1999年版。
2. 唐留雄:《现代旅游产业经济学》,广东旅游出版社,2001年版。

(作者:西安交通大学博士生)

(责任编辑:杨小泽)