

基于产业集群视角的 恩施州旅游产业创新路径研究

马晓红

(中南财经政法大学,湖北 武汉 430073)

摘要:恩施州旅游产业蓬勃发展,旅游综合收入逐年攀升,政府将旅游产业确定为战略性支柱产业,出台系列政策推动产业发展。然而,恩施州的旅游产业仍然存在产业集聚度不高、品牌影响力小、产业融合性差等问题,需创新产业发展路径。恩施州具备发展旅游产业集群的基本条件,即良好的资源禀赋、共赢的产业战略、完善的配套设施、旺盛的市场需求和有力的政策推动,因此可以基于旅游产业集群的视角促进旅游产业创新。在明确旅游产业集群发展思路的基础上,出台协作创新的产业发展政策并打造聚集共赢的产业发展环境,进而推动旅游产业集群中的企业创新,形成区域旅游产业大品牌,获得可持续的竞争优势。

关键词:旅游产业集群;产业创新;恩施州

恩施土家族苗族自治州位于湖北省西南部,因拥有世界唯一探明的独立硒矿床被誉为“世界硒都”。州内群山环绕,森林覆盖率高达68%,喀斯特地貌发育成熟,自然旅游资源丰富,由于气候宜人,成为武汉、重庆等“火炉”城市居民向往的避暑胜地;这里居住着汉族和土家族、苗族等28个少数民族400多万人口,民俗文化绚烂多姿;恩施州拥有铁路、公路、航空等方式构成的交通网络,出行便捷;近年来恩施州产业结构不断优化,第三产业比重占比已接近50%,其中旅游业发展势头良好,形成了由世界文化遗产地、2个5A景区和16个4A级景区的高等级旅游景区群,年接待游客4000多万,酒店、旅行社等也发展迅猛,旅游综合收入300多亿,旅游业已经是恩施州当之无愧的支柱产业。但恩施州旅游产业发展仍然存在产业集聚度不高、品牌影响力小、产业融合性差等问题,急需创新产业发展策略。

一、旅游产业集群理论

产业集群的概念最早由美国著名战略管理学家迈克尔·波特提出,他认为产业集群是指在特定领域中以一个主导产业为核心集聚大量联系密切的企业以及相关支撑机构,其成员能够通过协同作用产生比较竞争优势的一种现象。旅游产业集群是指旅游活动的地理集中,围绕旅游核心吸引物形成的旅游价值链。旅游产业集群除具有产业集群的空间集聚性、地方性、分工协作性和关联性特征之外,自身还具有复杂性和网络性的特点。

Anne-Mette Hjalager(2010)、Aarstad等(2015)、Florian J. Zacha等(2017)都认为产业集群、旅游创新和旅游企业之间互相影响、关系密切,产业集群对推动旅游创新具有重要作用。

二、恩施州旅游产业发展的现实困境

自恩施州高速公路和铁路开通之后,旅游产业发展迅速,旅游景区、酒店和旅行社的数量不断攀升,旅游接待人次和旅游综合收入逐年增加,但和发展成熟的旅游目的地相比,恩施州的旅游产业发展在现实中还面临一定的困境,主要表现为旅游资源空间布局分散、旅游相关产业协作度低、旅游管理与服务水平不高等方面,这些困境严重制约了恩施州旅游产业的创新和可持续发展,旅游产业集群的思路有助于加强优化旅游景区空间布局、加速旅游相关产业的协作与集聚、提升恩施旅游产业的品牌影响力。

三、恩施州旅游产业集群发展的可行性分析

根据战略学家迈克尔·波特提出的“钻石模型”,恩施州旅游产业集群化发展需要具备良好的资源禀赋、共赢的产业战略、完善的配套设施、旺盛的市场需求和有力的政策推动等要素。

(一)良好的资源禀赋

恩施州旅游资源丰富,自然旅游资源中的山景、水景、生物景观种类多样,气候景观也形成了独特的避暑地;人文旅游资源

作者简介:马晓红(1979.9-),女,汉族,辽宁大连人,中南财经政法大学在读博士,湖北民族大学科技学院副教授,研究方向为旅游管理。

表 1 恩施州旅游景区分布一览表

地区	资源类型	景区名称
恩施市	自然	恩施大峡谷、梭布垭石林、铜盆水森林公园、清江画廊、清江闯滩、龙鳞宫等。
	人文	恩施土司城、土家女儿城、枫香坡、夷水侗乡、望城坡、二官寨景区、柳州城等。
利川市	自然	腾龙洞、苏马荡、佛宝山、玉龙洞、齐岳山、谋道水杉王等。
	人文	龙船水乡景区、大水井古建筑群、朝阳洞、白鹤山民宿、丽森度假村等。
建始县	自然	石门河、野三河、景阳峡谷等。
	人文	朝阳观、云雾观、建始直立人遗址等。
咸丰县	自然	坪坝营原始森林等。
	人文	唐崖土司遗址、忠堡大捷广场等。
巴东县	自然	神农溪、巴人河、链子溪、无源洞、清江风景区、格子河石林等。
	人文	寇准文化公园、邓玉麟将军故居等。
宣恩县	自然	七姊妹山国家级自然保护区、狮子关、洗草坝等。
	人文	伍家台茶山、上好晒博园、彭家寨、小茅坡营苗寨、庆阳古街等。
鹤峰县	自然	木林子国家级自然保护区、屏山风景区、董家河风景区等。
	人文	湘鄂边苏区鹤峰革命烈士陵园、满山红景区、容美土司遗址、五里坪革命旧址等。
来凤县	自然	卯河景区、龙嘴峡等。
	人文	仙佛寺、杨梅古寨、舍米湖民俗文化村等。

资料来源:作者整理

绚烂多姿,土苗民族特色鲜明,建筑、艺术、历史、民俗、宗教等旅游资源分布广泛,以这些旅游资源为核心形成了数量可观的景区(见表1)。

恩施州的旅游资源不仅数量丰富、种类齐全,而且资源品质较高,目前建成2个5A级景区、16个4A级景区及数十个其他A级景区,这些都是恩施州旅游产业集群化道路的必备要素。

(二)共赢的产业战略

早在十年前,恩施州政府就将旅游业定位为恩施的战略性支柱产业,提出产业兴州的发展战略,当前恩施州是湖北省唯一整个行政区划纳入首批国家全域旅游示范区创建的单位,确定“一谷两基地三示范区”的发展思路,将生态文化旅游产业集群作为第一产业集群来打造,明确了未来五年的主要任务是创建国家全域旅游示范区。恩施州的旅游产业战略布局旨在打破州内县市条块分割的发展现状,依托旅游资源的禀赋和世界硒都的影响力,整合州内的旅游资源,串联知名景区,实现生态和文化的共同繁荣。同时在旅游开发规划、旅游人才培养和引进、旅游目的地营销和旅游综合管理等各方面协同发展,为旅游产业集群的打造和产业创新提供保障。恩施州旅游产业战略的核心目的是实现旅游产业各要素和恩施州各区域的合作共赢,是旅游产业集群发展的重要支撑条件。

(三)完善的配套设施

旅游是典型的综合性产业,其发展能够带动相关产业的发展,同时旅游产业集群的建设和壮大也需要相关产业的支持,必须具备相对完善的配套设施,主要包括交通基础设施、住宿餐饮

业、休闲娱乐业、旅游商业等。恩施自开通高速公路和铁路以后,形成了水陆空立体交通网,可进入性明显提升,近年来随着恩施知名度不断提升,相继开通了西安、南京、北京、郑州、杭州、大连等大城市的航班,不仅使游客到来更加便捷,也节约游客的时间和经济成本。全州现有三星级以上酒店50余家,各类住宿设施可同时接待游客10万人以上,特色餐饮业发达,农家乐等餐饮业态相对成熟,并进行了分类评定,四星级农家乐多达70家,满足游客对地方美食的需求。恩施富硒产品种类多样,其中又以富硒茶最为出名,在政府的大力支持和引导下,各旅游景区、饭店和购物中心都设有恩施茶的品评和购买场所,以方便游客的旅游购物需求。

(四)旺盛的市场需求

旺盛的市场需求是旅游产业集群发展的要素,也是发展的目标。恩施州作为旅游目的地只有吸引大量的游客,旅游产业带动其他产业快速健康发展,经济水平不断提升才能聚集更多的资源、信息和财富,也才能真正促进产业的集聚。自2010年以来,恩施的旅游市场逐年攀升,接待游客人次和旅游收入不断增加,为旅游产业集群的发展创造了经济基础。根据灰色预测理论,结合恩施州近几年的接待游客人次和旅游收入,可以预测出2019年到2024年恩施州的游客数量和旅游收入将会持续增加,旅游市场需求旺盛,有利于推动旅游产业集群的发展。

(五)有力的政策推动

湖北省打造鄂西生态文化旅游圈的战略决策给恩施州的旅游业带来前所未有的机遇,各级政府紧抓机遇出台有利于旅游

产业发展的政策,推动旅游产业和文化业、农业等产业的融合。恩施州 2018 年两会明确提出打造四大产业集群,其中第一个是生态文化旅游产业集群,并且制定了《恩施州生态文化旅游产业集群建设三年行动方案》及《恩施州旅游资源统筹管理办法》。通过强大的执行力确保各项建设方案落地,为推进生态文化旅游产业集群建设奠定了政策基础。

四、基于产业集群的恩施旅游产业创新路径

恩施州旅游产业发展形势喜人,从州政府的高度确定了生态文化旅游产业集群建设的宏观规划,但在旅游业发展时间较短且竞争十分激烈的状况下,恩施州旅游业要想获得可持续的竞争优势就必须着眼于自身特色创新产业发展路径。

(一) 明确旅游产业集群发展思路

围绕旅游产业集群发展恩施州确定了“一谷两基地三示范区”的形象定位,但产业集群建设不是一蹴而就的事情,需要循序渐进,因此应在定位清晰的基础上明确发展思路。根据恩施州旅游资源和旅游产业的特点,可以按点、线、面的思路推进旅游产业集群的打造。首先围绕优质成熟景区如 5A 级景区大峡谷、神农溪、腾龙洞等丰富旅游业态,打造旅游综合体,实现旅游产业的节点集聚;其次,结合旅游线路和旅游产业集群点,形成旅游线路带上的产业集群,如以清江为线,打造带状旅游产业集群;最后,形成点线结合的旅游产业集群网络,同时推动恩施州国家全域旅游示范区创建。

(二) 出台协作创新的产业发展政策

旅游产业创新仅靠个别或少数企业是无法实现的,必须走协作创新之路,也就是旅游企业与企业、旅游企业与高校、科研单位、政府等联合行动,发挥各自优势,实现产业创新和业态升级。协作创新有利于改善区域旅游资源结构,也可以分散和降低企业经营风险,并且能够有效地缩短创新周期并扩大创新空间。但协作创新涉及单位多,网络复杂,需要大量的协调和沟通工作,恩施州旅游产业发展处于初级阶段,因此应由政府出台强有力的政策推动旅游产业协作创新,实现旅游产业高效、快速和健康发展。

(三) 打造聚集共赢的产业发展环境

恩施州旅游产业面临难得的发展机遇,外部大环境给旅游产业的发展创造了经济基础、可观的游客流和旅游产业发展经验,恩施州必须紧抓机遇打造能够聚集旅游资本、旅游人才、旅游信息等现代旅游产业发展要素的内部产业发展环境,让旅游产业集群的各个组成部分实现共赢。恩施州旅游产业核心竞争力的形成必须打破分散经营的格局,区域旅游产业的良性发展必须避免旅游企业各自为政、盲目竞争,必须减少低水平重复投资和建设,在竞争激烈的领域提倡错位多赢的发展思路,引导企

业良性竞争,做大做强。

(四) 推动旅游产业集群中的企业创新

旅游企业是产业集群的重要细胞,只有企业创新动力足、创新能力强才能实现整个产业的创新。旅游企业核心竞争力的形成必须依靠创新,创新渠道包括机制创新、技术创新、营销创新、管理创新和服务创新等。恩施州除如鄂旅投等少数旅游集团以外,其他旅游企业数量虽然多,但大多规模较小,进行创新既有优势也有制约。中小旅游企业创新的优势在于机制灵活,有利于创新的推动和实现;劣势在于缺少创新的人才和资金保障。建设旅游产业集群需针对恩施州旅游企业的现实情况扬长避短,在政策、资金和人才上给予创新企业支持,并从制度上鼓励创新,减少政府对企业经营管理的直接干预,避免干预过多带来的创新僵化。通过举办各类比赛或其他活动鼓励创新的同时将创新成果尽快落地,为企业创造实际的经济效益,不断提升企业的创新能力和创新动力。恩施州以文化为依据,大力提倡文旅融合、茶旅融合等,为旅游企业创新提供更好的机遇,旅游企业的创新在促进自身发展的同时,也会带动相关产业的发展,进而加速恩施州生态文化旅游产业集群的建设。

(五) 打造区域旅游产业大品牌

旅游目的地的推广早已不再是“酒香不怕巷子深”的时代了,恩施坐拥大量优质旅游资源,但品牌知名度却不高,这是恩施州旅游产业发展的短板。恩施州应融合旅游资源,发挥政府的主导作用,利用旅游博览会等传统媒介和自媒体等新型媒介,推动恩施州旅游目的地形象宣传;同时建立政府、企业和区域联盟,推动企业创新旅游产品,加强旅游产品促销,共同打造知名生态文化旅游品牌。要使品牌影响力和产业集群效应形成良性互动关系,旅游产业集群效应越强,越有利于塑造品牌影响力;旅游品牌影响力越大,越能吸引更多的游客,越能促进旅游产业集群规模的壮大和竞争力的提升。

参考文献:

- [1] 恩施州政办. 恩施州生态文化旅游产业集群建设三年行动方案[Z]. 2018.
- [2] 丁焯. 基于旅游产业转型升级下的旅游品牌推广策略[J]. 社会科学家, 2017(11).
- [3] 洪文艺. 旅游产业集群: 区域旅游发展升级新模式——以江西省为例[J]. 企业经济, 2016(01).
- [4] 苏英伟, 潘晓燕. 基于旅游产业集群视角的江西红色文化产业创新发展研究[J]. 东华理工大学学报(社会科学版), 2018(6).
- [5] 冯卫红, 邵秀英. 旅游产业集群的企业网络属性研究——以平遥古城为例[J]. 人文地理, 2015(05).