

# 基于价值网络理论的旅游空间开发机理与模式研究

——以浙江省特色小镇为例

易开刚<sup>1,2</sup>, 厉飞芹<sup>3</sup>

(1. 浙江工商大学 旅游与城市管理学院, 浙江 杭州 310018; 2. 浙江工商大学 浙商研究中心, 浙江 杭州 310012; 3. 浙江工商大学 杭州商学院, 浙江 杭州 311508)

**摘要:** 旅游空间开发是全域旅游发展的内在要求, 尤其对物理空间相对有限的特色小镇而言, 创新、融合、拓展、提升旅游空间, 对于破解区域空间资源瓶颈, 实现“小空间大聚合”具有显著意义。在全域旅游视阈下, 文章以价值网络理论为指导, 构建了包含逻辑起点、作用过程、空间效果在内的旅游空间开发机理; 并以浙江省特色小镇的实践经验为基础, 以“旅游+内容”和“旅游+手段”为主要方向, 提出了三类旅游空间开发模式, 即存量空间提升模式、增量空间挖潜模式以及智慧旅游发展模式; 在此基础上, 文章从要素挖潜、要素集聚、要素耦合的角度着重思考了旅游空间开发的具体建议。

**关键词:** 价值网络理论; 旅游空间开发; 机理; 特色小镇

**中图分类号:** F592.1 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-2154(2017)02-0080-08

**DOI:** 10.14134/j.cnki.cn33-1336/f.2017.02.009

## Mechanism and Modes of Tourism Space Exploitation Based on Value Network Theory: A Case Study of Featured Towns in Zhejiang

YI Kai-gang<sup>1,2</sup>, LI Fei-qin<sup>3</sup>

(1. College of Tourism and City Management, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China;  
2. Zheshang Research Center, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310012, China;  
3. Hangzhou College of Commerce, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 311508, China)

**Abstract:** Tourism space exploitation is essential for full-domain tourism development, especially for featured towns with limited physical space. Exploiting tourism space in ways of innovation, improvement and integration breaks the bottleneck of space resources for the realization of aggregation, significant for optimizing the effects of small space environment. Based on the value network theory, the paper develops a mechanism for tourism space exploitation within the full-domain tourism. The mechanism consists of the logical starting point, process of channel and space effect. Drawn from the case study of featured towns in Zhejiang Province, the paper summarizes three modes of tourism space exploitation that focus on “Travel + content” and “travel + means”, including space improvement mode for tourism stock, space mining mode for tourism increment and smart tourism development mode. The paper also provides suggestions regarding how to exploit tourism space for featured towns from the dimensions of element mining, gathering and coupling.

**Key words:** value network theory; tourism space exploitation; mechanism; featured towns

**收稿日期:** 2016-10-20

**基金项目:** 国家旅游局规划项目“旅游业优化升级和提质增效研究”(16TAAK002); 浙江省高校人文社会科学重点研究基地(浙江工商大学工商管理学科)项目“浙江旅游产业转型升级与可持续发展研究”(JYTgs20141401); 浙江省软科学研究计划项目“提升杭州城西科创大走廊创新极化效应的机制与路径研究”(2017C35020)

**作者简介:** 易开刚,男,教授,博士生导师,法学博士,主要从事旅游产业转型升级与可持续发展研究;厉飞芹,女,讲师,博士研究生,主要从事市场营销管理创新研究。

## 一、引言

2016年1月,国家旅游局局长李金早在全国旅游工作会议上提出,中国旅游要从“景点旅游”走向“全域旅游”。经历了前期的发展理念形成和地方试点探索,我国全域旅游发展已大步迈入国家示范推进阶段。全面落实全域旅游发展战略既是顺应当前旅游业消费潮流的一场重要变革,也是实现旅游供给侧改革的一条重要路径,对旅游业的优化升级与提质增效具有深刻意义。在探讨全域旅游发展路径的理论研究中,“旅游空间”一词常被提及。2016年3月,李金早局长在《全域旅游的价值和途径》一文中明确指出,发展全域旅游,需要拓展区域旅游发展空间,培育区域旅游增长极<sup>[1]</sup>。唐德军(2016)也提出,全域旅游要契合大众旅游时代的空间供给需求转变,为消费者提供更大尺度、更多样、更优美、更共享的旅游公共空间<sup>[2]</sup>。由此可见,旅游空间开发是全域旅游发展的内在要求和重要议题。创新、拓展、融合、提升旅游空间,对于破解区域空间资源瓶颈、优化空间环境流量效应都有显著意义。

从实践角度看,以城市(镇)为全域旅游目的地的空间尺度最为适宜。作为全域旅游发展的重要形态,物理空间相对有限的特色小镇更需创新旅游空间开发的思路 and 模式,找到实现“小空间大聚合”的关键路径。因此,本文以“特色小镇”为基点,从理论层面分析全域旅游视阈下旅游空间的构成肌理和开发机理,从实践层面探讨旅游空间拓展的模式与路径。

## 二、价值网络理论与旅游产业价值网络的研究综述

### (一) 价值网络理论的基础性研究

价值网络理论(Value Network)是在信息革命和模块化时代背景下产生的新兴战略理论<sup>[3]</sup>。该理论主张具有不同核心能力的企业把各自的价值链连接起来,形成包含上下游企业、顾客及竞争者在内的关系网络,从而共同创造差异化、整合化的客户价值,最终获取群体竞争优势、网络结构优势和抗风险能力<sup>[4]</sup>。从该定义中可以解读出价值网络理论的三个关键环节:一是逻辑起点,始终围绕顾客需求(客户价值);二是作用过程,各主体之间相互联结合作,形成关系网络;三是产生效果,实现价值外溢,形成价值网络。同时,价值网络创新架构主要包含三大要素:核心企业、节点企业和客户<sup>[5]</sup>。在关系网络中,由客户需求激发形成价值网络创新的动力,核心企业掌握着关键资源与能力,协调、带动节点企业合作互补,从而共创价值。

价值网络理论的研究成果主要集中于两个层面:一是企业层面,核心议题之一是企业价值网络的竞争优势研究,周焯(2005)指出,企业价值网络产生网络经济、规模经济、风险对抗、粘滞效应、速度效应这五种基本的竞争优势效应<sup>[6]</sup>。余东华和芮明杰(2007)认为,在模块化时代,企业之间的竞争已经演进为企业价值网络之间的竞争。企业价值网络是模块化的价值链,通过将传统的集合型价值链进行解构、整合和重建,可以形成具有差异化竞争优势的价值网络。企业价值网络上的不同组织模块之间不断协作、创新,共享资源优势和技术成果,实现新的竞争优势的创造<sup>[7]</sup>。陈占夺等(2013)则通过案例研究法,对复杂产品系统企业如何利用企业价值网络获取竞争优势进行了规范系统的研究<sup>[8]</sup>。核心议题之二是商业模式创新研究,王琴(2011)认为网络组织的价值创造逻辑已呈现“顾客价值创造与企业价值实现的分离”这一颠覆性变化,这种变化使得诸多企业必须重构价值网络,改变交易内容、交易结构和交易方式。在此基础上,企业商业模式创新的路径包括组合价值让渡推动、附加产品或增值产品推动、顾客分类、拓展网络参与者以及逆向收入源推动等<sup>[9]</sup>。吴晓波等(2013)从现代服务业企业视角,识别了基于价值网络的六种商业模式,包括长尾式商业模式、多边平台式商业模式、免费式商业模式、非绑定式商业模式、二次创新式商业模式、系统化商业模式<sup>[10]</sup>。核心议题之三是企业战略研究,吴晓波等(2005)认为,企业进入战略联盟的倾向受到企

业价值网络的重要影响<sup>[11]</sup>。傅代国和田小刚(2008)认为,网络经济使得企业价值创造逻辑从价值链转向价值星系,新的企业组织形态和价值创造机制对战略成本管理提出新要求。在价值星系下,战略成本管理应实施“源流管理”,以企业间的网络关系管理作为战略成本管理重点<sup>[12]</sup>。此外,部分学者较为关注价值创造与技术创新研究(余东华和芮明杰,2008<sup>[13]</sup>;吴晓云和张欣妍,2015<sup>[14]</sup>)以及企业价值计量模式的探究(董必荣,2012<sup>[15]</sup>)。

二是产业层面,其核心议题是产业结构的优化研究,李平和狄辉(2006)认为,产业价值链以模块化为特征正在进行重构,其核心问题是模块的价值决定<sup>[16]</sup>。卢福财和胡平波(2008)指出,在全球价值网络体系中,中国企业处于价值创造的低端状态。中国面对“低端锁定”的博弈选择,需要破解国内消费市场结构与规模、企业资金缺乏、企业心智模式与创新能力等方面的多重障碍<sup>[17]</sup>。宗文(2011)在全球价值网络语境下,探讨了企业实现价值链和价值网络协同发展的具体路径。其中价值链升级路径为企业从低端制造区段向高端研发区段、营销区段和营运区段的升级。价值网络升级路径为企业从各区段价值网络层次的最低端向模块供应商→系统集成商→规则设计商的升级。在此基础上,节点企业可以选择横向价值链升级模式、纵向价值网络升级模式以及纵横混合升级模式<sup>[18]</sup>。刘明宇和芮明杰(2012)从产业结构优化角度构建了价值网络分工深化模型,并指出发展中国家需要通过产业链、供应链和价值链重组建立自主发展型的价值网络,从而突破“瀑布效应”<sup>[19]</sup>。

## (二) 旅游产业的价值网络研究

在旅游产业领域,价值网络理论也被用以重构旅游业价值网络体系。刘蔚(2006)首先对旅游业价值网络进行了界定:为满足旅游者的旅游需求,以旅游业中具有核心能力要素的企业为中心,与相关产业的企业以各种纽带结合起来所形成的企业网络。指出旅游业的价值链关系以信息流动为核心,因此具备信息优势的航空公司、饭店集团、旅游中介和旅游景区可以作为旅游业价值网络的核心企业。鉴于此,可以构建以航空公司、饭店集团等为企业核心的价值网络,也可以以旅游中介为核心构建旅游价值网络。在旅游价值网络构建过程中,要注意建立合理的利益分配机制,保障网络中各个参与企业的权益<sup>[20]</sup>。在此基础上,汤志伟和张会平(2010)将政府及旅游行政主管部门也纳入了旅游业价值网络,并将游客和旅游景区定位为网络的中心节点,强调旅游信息的资源整合、共享和优化配置<sup>[21]</sup>。

如上所述,旅游业价值网络的相关研究着眼于旅游业整体,基本构建了“以游客需求为基点、核心企业为中心、相关企业为节点”的价值网络,并且强调企业主体协同合作产生的经济效应。而全域旅游概念的提出在一定程度上赋予旅游业价值网络以“空间感”。厉新建(2016)指出,全域旅游是一个是有板块有廊道的网状格局,通过“旅游+”而不是“旅游含”,构建出一张网状的关系图。同时全域旅游的发展不再简单围绕价值链展开,而是在整个产业群落的网状互动中提质增效<sup>[22]</sup>。从这一层面上来说,价值网络理论与全域旅游发展具有内在吻合性,全域旅游的网状格局是价值网络在物理空间上的呈现。全域旅游的价值网络构建既可能产生因旅游企业合作创造的经济协同效应,也可能产生旅游要素耦合带来的空间拓展效应。

## 三、基于价值网络理论的旅游空间开发机理

基于价值网络理论的三个关键环节和三大要素,在全域旅游视阈下,旅游空间的开发机理具备一个逻辑起点即游客需求,一个作用过程即“旅游+”,一个空间效果即空间网络(图1)。在游客多元化、品质化、复合化需求驱动下,旅游目的地一方面需要不断丰富和增加旅游吸引物(核心旅游要素),通过“旅游+”,将更多元素纳入到旅游体系中来,由此扩大了旅游景观空间;另一方面要不断完善交通、住宿、支持设施和基础设施(节点旅游要素),通过“旅游+”,强化节点要素对核心要素的支撑,由此扩大了旅游活动空间和环境保护空间。旅游吸引物借由交通等节点要素,实现吸引物之间的连点成线、连线成网,由此形成了立体式的旅游空间网络,丰富了旅游空间的维度。

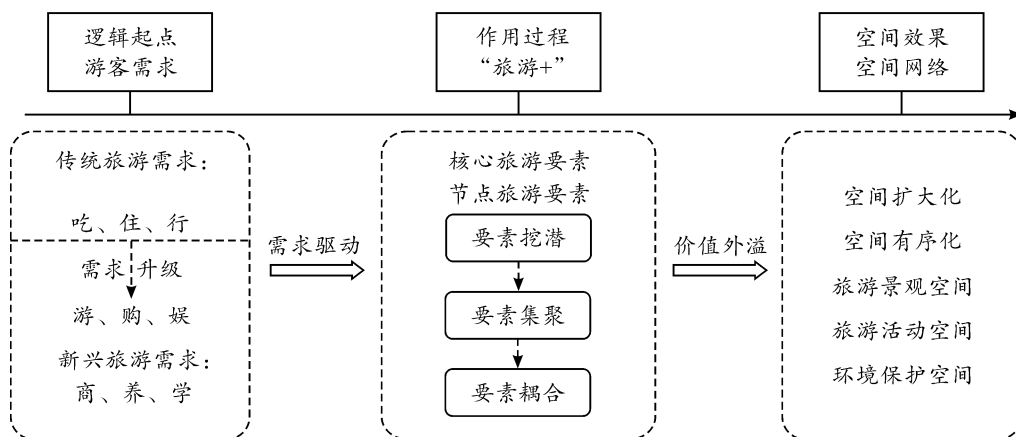


图1 基于价值网络理论的旅游空间开发机理

1. **逻辑起点:游客需求**。Kathandaraman 和 Wilson(2001)指出,价值网络是一种以客户为核心的价值创造体系,并强调了价值网络的客户驱动性<sup>[23]</sup>。Adrian Slywotzk(2010)也提出,价值网络的本质是围绕客户价值重构价值链以实现客户整体价值最优<sup>[24]</sup>。由此可见,客户需求激发是价值网络形成的起点。传统的旅游需求在物质条件大幅提升的情况下,已经逐步进阶到“商、养、学、闲、情、奇”等新内容。旅游需求总体规模的扩大、需求内容的多元和品质要求的升级,客观上驱动旅游形式更加多样、旅游内涵更加丰富、旅游空间更加扩展。全域旅游发展的最终目的是给游客提供最优的旅游体验,给游客自由行走的权利和保障,同时给居民带来惬意的生活和空间<sup>[25]</sup>。

2. **作用过程:“旅游+”**。最早提出企业价值网络概念的 Adam Brandenburger 和 Barry Nalebuff(2000)在其研究中重点强调了“合作”、“互补”、“共生”等概念<sup>[26]</sup>。核心企业与节点企业借由群体协作响应和信息技术整合,实现价值网络的联动运作<sup>[27]</sup>。在旅游语境下,这种协作响应体现在核心旅游要素与节点旅游要素之间的互动耦合。Pearce Douglas(1995)提出,区域旅游供给的五大空间影响要素是吸引物、交通、住宿、支持设施和基础设施<sup>[28]</sup>。其中吸引物是核心旅游要素,其余四类属于节点旅游要素。要素内部与要素之间的联动通过“旅游+”得以实现,从而形成一张以游客需求为中心的关系网络,同时也是一张以合作共赢为核心的价值网络。这一网络格局形成过程如下:第一步,要素挖潜,通过“旅游+内容”,深挖旅游资源的存量和增量,丰富旅游吸引物的类型,使得区域范围内有更多可看、可玩的景物。要关注传统旅游业之外的其他要素,诸如利用农业、工业等产业资源发展农业旅游、工业旅游等,要关注临近地区旅游资源的“飞地式”利用<sup>[29]</sup>。第二步,要素集聚,围绕核心吸引物,实现各类旅游要素的集聚,从而形成区域内的要素群落。第三步,要素耦合,实现核心旅游要素之间的互补合作、价值共创。厉新建(2016)指出,全域旅游是一个生态圈,强调共性,强调伙伴关系而非配置关系;是产权约束,强调共享性,不求所有,而是共有<sup>[22]</sup><sup>13</sup>。重点加强产业耦合,打通旅游业与其他产业的关系,提升多产业耦合过程中的价值溢出能力。第四步,通过“旅游+手段”,尤其是信息技术手段,实现交通、住宿、支持设施和基础设施的便捷化、智能化,使得核心旅游要素之间有序链接。

3. **空间效果:空间网络**。王琴(2011)认为,网络结点间的关系作为一种资产,决定着价值网络的结构以及价值创造和价值实现的方向<sup>[30]</sup>。在旅游语境下,旅游要素之间呈现一种空间关系,使得价值创造的方向呈现为空间效果。一方面,“旅游+内容”使得空间维度扩大化,例如“旅游+创意”、“旅游+营销”,使原有旅游空间的存量得到提升(纵向深耕),或者开放社区、校园等区域,将生态、生产和生活空间发展成为旅游空间;“旅游+工业”、“旅游+农业”、“旅游+文化”,使产业园区、田间地头、文化礼堂等增量空间得到挖潜(横向拓展)。区域范围内,旅游内容愈加丰富,旅游空间体系也不断扩大。另一方面,“旅游+手段”使得空间有序化,旅游活动空间、旅游景观空间、环境保护空间等多类空间实现功能互补、井然有序。

#### 四、基于价值网络理论的旅游空间开发模式：以浙江省特色小镇为例

基于价值网络理论的旅游空间开发思路是做好“旅游+”文章,充分利用一切可用、能用的资源要素来延展旅游空间的广度和深度,这种开发理念对于物理空间相对有限的特色小镇意义更为显著。为适应经济新常态,破解浙江经济的空间资源瓶颈、有效供给不足、高端要素融合不够等问题,浙江省委省政府于2015年推出了“特色小镇”发展战略,全面启动建设一批产业特色鲜明、人文气息浓厚、生态环境优美、兼具旅游与社区功能的特色小镇。在旅游功能方面,《浙江省人民政府关于加快特色小镇规划建设的指导意见》明确指出,每个特色小镇需打造成3A级景区,旅游特色小镇需打造成5A级景区。如何深挖小镇的旅游资源,实现有限空间内综合效益的最优化,这对特色小镇特别是产业类小镇例如地理信息小镇、机床小镇、基金小镇等都提出了挑战。

多元旅游要素的合作互补创造了经济、社会、文化等多重价值。本文认为,旅游空间的开发应以区域资源为基础,在清晰的旅游主题和定位下选择旅游元素挖潜或旅游元素植入。基于旅游空间开发机理和浙江省特色小镇的实践经验,本文以“旅游+内容”和“旅游+手段”为方向,提出了三大类旅游空间开发模式(表1)。

表1 基于价值网络理论的旅游空间开发模式

旅游空间开发方向	具体开发模式	核心内容
方向一:旅游+内容	存量空间提升模式 (纵向深耕)	旅游+项目
		旅游+营销
	增量空间挖潜模式 (横向拓展)	生产空间融入旅游空间 旅游+工业;旅游+农业;旅游+商务等
		生态空间融入旅游空间 旅游+生态等
生活空间融入旅游空间 旅游+文化;旅游+社区等	智慧旅游发展模式 (空间有序)	旅游+信息技术 (智慧交通、智慧设施等)

1. **存量空间提升模式。**该模式以区域内现有旅游空间为基础,侧重通过丰富旅游项目、创新旅游营销等方式,提升现有空间的旅游效益产出。以湖州市安吉县“大年初一”风情小镇为例,该小镇通过旅游业态的创新和旅游项目的策划营销,实现了乡村旅游的“升级”,成为乡村度假游的新样板。在旅游项目策划和营销方面,该小镇业已引入酒吧街、中华传统美食城、特色文化体验街等新业态,同时加入房车露营、全地形车俱乐部、隐居西湖和安吉鸟巢等高端民宿以及有机蔬菜园等旅游配套项目,通过“国际3D魔幻艺术展”活动,吸引了大量游客的目光。在景区住宿方面,该小镇以明清古建筑、合院式建筑设计为轴,建设形成包括多层客栈、低层合院、临水别墅、精品主题客栈、青年旅舍等在内的乡村酒店聚落。在旅游时间设计方面,该小镇设置了白天的“车队体验游”、夜晚的“驻地休闲游”,使旅游体验更加多元化<sup>[31]</sup>。

2. **增量空间挖潜模式。**该模式通过旅游要素的挖潜、集聚和耦合,构建以旅游功能为核心的多元价值网络,将生产、生活、生态空间融入旅游空间;同时各个产业通过适当的方式进行有效融合,使旅游业成为该区域空间内产业融合的“触媒”和“融头”<sup>[29]</sup>。以嘉兴市嘉善县巧克力甜蜜小镇为例,该小镇以甜蜜为旅游主题,融合巧克力、水乡、花海、温泉、农庄和婚庆等六大旅游元素,逐步形成了“旅游+X”(工业、农业、文化、休闲)的旅游空间开发模式。在“旅游+工业”方面,该小镇引入瑞士巧克力制造机器与项目,面向市场生产销售巧克力产品。与此同时,建立斯麦乐巧克力工业旅游示范区,实现巧克力生产流水线的公开化、可参观化,从而将工业生产空间发展为旅游空间。在“旅游+农业”方面,该小镇挖掘杜鹃花(县花)元素,依托“碧云花海”项目,将农业生产空间发展为旅游空间。同时鼓励当地居民积极种植杜鹃花,在旅游业发

展的同时带来了社会效益的增加。在“旅游+文化”方面,该小镇着重挖掘巧克力文化内涵,通过建立歌斐颂巧克力主题园区,引入了多项巧克力风情文化体验活动,同时积极打造婚庆蜜月度假基地和文化创意产业基地,将文化生活体验空间发展为旅游空间。在“旅游+休闲”方面,该小镇充分利用温泉、山水等自然资源开发旅游休闲项目,依托云澜湾温泉休闲度假园区、十里水乡休闲配套区,将生态空间发展为旅游空间。此外,小镇的旅游功能开发以当地自然乡村田园风光为背景,保留原始水系和原始风貌,充分考虑了环境保护空间的预留。

**3. 智慧旅游发展模式。**该模式侧重应用信息技术手段,实现旅游交通、设施等要素的智能化,从而促进旅游公共空间的拓展。以杭州市丁兰街道智慧小镇为例,该小镇在智慧产业基础上,积极将智慧项目应用于景区管理和社区管理。在智慧景区方面,该小镇设置多个智慧接点,在游客中心和主入口实现无线网络全覆盖;同时为登山游客提供可穿戴设备、RFID射频识别和云计算技术,帮助游客智能规划多条登山路径。在基础设施方面,该小镇将治安交警、城市管理、河道水质、森林防火、景区管理、小区物业、移动平台等监控探头和感知设备,全部纳入“监控云”,建立基础信息“集中研判-分级共享-智慧调度”的联合管理模式,探索城市大数据的协同管理<sup>[32]</sup>。

## 五、主要结论和政策建议

通过上述分析,本文可以得出以下结论:首先,旅游空间开发是全域旅游发展的内在要义,尤其对物理空间有限的特色小镇而言,充分发挥其旅游功能的关键在于找到实现“小空间大聚合”的有效路径。其次,特色小镇在物理形态上是一个空间综合体,而其本质是一个价值网络体,用价值网络理论指导特色小镇开发,有利于实现旅游空间的多维度拓展。第三,基于价值网络理论的旅游空间开发在内在机理上,由逻辑起点、作用过程和空间效果这三个环节构成,围绕不断升级的游客需求,特色小镇需要持续深化“旅游+”,挖潜、集聚各类旅游要素,实现要素间的耦合互动和价值共创,从而丰富特色小镇的旅游内涵,推动旅游空间的有序化和延展化。第四,特色小镇应以“旅游+内容”和“旅游+手段”为主要方向,探索符合自身旅游空间开发规律的模式,包括存量空间提升模式、增量空间挖潜模式和智慧旅游发展模式。在具体的开发策略和保障上,本文认为可以从以下四方面着手展开:

**1. 加强旅游用地科学规划,强化旅游空间规范管理。**首先,在发展理念上,要树立长期、科学、可持续的旅游空间开发观,遵循绿色发展理念,在旅游定位上“去功利化”,在项目选择上“去盲目化”,在发展方式上去“去粗放化”,在发展速度上“去急躁化”。同时,将旅游空间开发深度融入全域旅游发展战略中,切实根据区域空间发展需要和能力因势利导,有先有后、优化布局;无缝衔接全域旅游的总体要求,融入区域整体旅游开发;在布局、功能、线路上做到互补协同,在旅游线路设计、基础设施共享等问题上协同发展。其次,在旅游用地规划上,要推进“多规合一”,充分对接社会经济发展规划、区域总体规划、土地利用总体规划等,制定科学合理的旅游用地统一规划,在规划中明确旅游相关用地空间和性质。要以国土资源部、住房城乡建设部、国家旅游局联合印发的《关于支持旅游业发展用地政策的意见》(以下简称“意见”)为指导,加强对旅游项目建设用地、文物设施利用、旅游新业态用地等的统筹利用,进一步细化有关土地使用和供给方式的相关细则,落实旅游项目、基础设施、公共服务设施用地的供给方式、管理方式和使用方式<sup>[2]</sup>。在旅游空间管理上,一方面要以《意见》为指导,明确各类旅游空间的管控细则,加强空间管理制度化建设;另一方面要落实专项空间建设和管理的责任单位,各职能部门之间要加强协同合作,实现旅游空间的合理开发与利用。

**2. 深挖旅游资源特质基因,创新旅游空间开发模式。**旅游空间的开发应以游客需求为起点,以保障环境保护空间为前提,以“旅游+”为导向,以特色旅游资源为基础,探索形成具有区域特色的旅游空间开发模式和网络格局。摒弃各地旅游空间开发“一刀切”模式,加强分类指导、分类发展。首先,对于旅游资源基础和产业基础相对较好的地区,重点加强核心旅游要素的挖潜和节点旅游要素的整合。以特色小镇为例,旅游小镇可以注重创新“旅游+”发展模式,鼓励尝试“旅游+异域风情”、“旅游+健康”、“旅游+地方资

源”等元素,同时注重应用整合营销的传播模式;产业类小镇注重创新“产业+”发展模式,鼓励尝试“工业历史+旅游”、“智造+旅游”、“金融+旅游”等元素。其次,对于旅游资源基础相对较为薄弱的地区,应该重点加强区域旅游空间开发建设中旅游元素的全过程植入,从旅游特色定位、旅游项目设计和招商、项目建设与落地、项目实施与维护等方面,全方位思考旅游要素的植入方式。以特色小镇为例,对于旅游关联度较低的特色小镇旅游开发,应加强该类小镇的智库指导和政策倾斜,鼓励该类小镇学习国外特色小镇模式,例如美国硅谷小镇、格林尼治对冲基金小镇等。鼓励该类小镇走“创意设计-商务休闲-时尚游娱”、“乡村休闲-文创体验-工业旅游”、“产业集聚-商务休闲-生活驿站”、“设计研发-装备制造-工业旅游”等创新的旅游空间开发模式<sup>[33]</sup>。

**3. 深化“旅游+”功能叠加,推进“小空间大聚合”。**要有效把握区域旅游空间开发中各项功能之间的平衡,深化功能聚合程度,一方面有效形成各类旅游专项功能区,以保障旅游空间供给;另一方面,有效协同旅游空间与区域生产、生活、生态空间的动态平衡,以保障旅游空间有序。一是叠加好“旅游+产业”功能。以特色小镇为例,传统产业类小镇(如越城黄酒小镇)可以系统梳理产业发展的历史元素和产业特质,开展以参观、体验、学习为主题的旅游活动。新兴产业类小镇可以注重开发以交流、游学、会展、展销等为主题的旅游活动,例如金融类小镇通过开展高峰论坛、国际性高端研讨会等,形成国际国内有影响力的品牌活动,并利用会议效应实现旅游发展。二是叠加好“旅游+文化”功能。要深挖地区文化元素,开发旅游文化产品。以特色小镇为例,旅游类小镇要注重挖掘本地的自然生态文化、人文社会文化,并通过文化体验活动、文化产品等方式将特色文化传递给游客。产业类小镇要注重创新文化元素的导入,例如加强时尚设计产业的文化创意元素,营造金融类小镇、创业类小镇开放共享的创业文化氛围。三是叠加好“旅游+社区”功能。一方面要积极吸纳地区剩余劳动力到旅游项目建设中来,提供各类岗位,提升旅游空间开发过程中的社会效益;另一方面要实现“主客共享”,优化景区的生态环境、改善居民的生活环境,鼓励当地居民以开放的心态融入旅游开发中,推动“社区景区化”。

**4. 加强智慧信息技术应用,完善旅游公共空间配套。**要加强旅游空间开发过程中的“智慧嵌入”,充分发挥智慧化基础设计在旅游行业秩序监管、旅游数据收集分析、旅游安全监控等方面的重要作用,通过智慧化品质服务为游客提供全方位现代化的旅游体验。同时要加强信息技术在公共交通配套、公共信息配套、旅游安全配套以及公共环境配套建设的应用,构建智能的、完善的旅游公共服务体系,拓展旅游公共空间。在交通设施方面,要强化区域之间、景区内部的交通对接,完善旅游引导标识系统,通过街区、走廊、索道等景观廊道的建设,利用自驾车、低碳自行车、缆车等多种交通方式的组合,串联区域内各旅游项目、景观景点,着力打造立体式的区域交通网络,形成快速便捷交通圈。在信息服务方面,要加快旅游咨询中心、旅游呼叫中心和旅游在线咨询平台建设,建立起完善的旅游咨询服务体系。利用微信公众号等平台完善在线咨询功能,提高投诉咨询快速响应能力。在住宿餐饮方面,要加快旅游住宿、餐饮接待设施的多元化发展。此外,要加强区域景点之间进行市场共享、游客互送、景区开发、线路开发等多方面形式的合作;开通临近街区之间、热门景区之间的旅游专车或旅游穿梭巴士;对于同一主题线路上的旅游景区,鼓励实行联票机制,在景区与景区之间通过旅游巴士、骑游绿道、自驾车等多种形式对接,同时做好景区之间的景观廊道以及购物、餐饮、住宿、休闲等配套服务设施的建设。

#### 参考文献:

- [1] 李金早. 全域旅游的价值和途径[N]. 人民日报, 2016-03-04(07).
- [2] 唐德军. 全域旅游的空间与用地管理——全域旅游的空间功能组织与用地创新模式[N]. 中国旅游报, 2016-04-27(A02).
- [3] 孟庆红, 戴晓天, 李仕明. 价值网络的价值创造、锁定效应及其关系研究综述[J]. 管理评论, 2011(12): 139-149.
- [4] 周焯, 程立茹. 跨国公司价值网络形成机理研究: 基于价值链理论的拓展[J]. 经济管理, 2004(22): 22-27.
- [5] 程立茹. 互联网经济下企业价值网络创新研究[J]. 中国工业经济, 2013(9): 82-94.

- [6]周焯. 企业价值网络竞争优势研究[J]. 中国工业经济,2005(5):112-118.
- [7]余东华,芮明杰. 基于模块化的企业价值网络及其竞争优势研究[J]. 中央财经大学学报,2007(7):52-57.
- [8]陈占夺,齐丽云,牟莉莉. 价值网络视角的复杂产品系统企业竞争优势研究:一个双案例的探索性研究[J]. 管理世界,2013(10):156-169.
- [9]王琴. 基于价值网络重构的企业商业模式创新[J]. 中国工业经济,2011(1):79-88.
- [10]吴晓波,姚明明,吴朝晖,等. 基于价值网络视角的商业模式分类研究:以现代服务业为例[J]. 浙江大学学报:人文社会科学版,2014(2):64-77.
- [11]吴晓波,杜健,韦影. 基于价值网络的战略联盟研究[J]. 科学学研究,2005(1):59-63.
- [12]傅代国,田小刚. 基于价值星系的战略成本管理研究:一个企业间的战略视角[J]. 中国工业经济,2008(10):119-128.
- [13]余东华,芮明杰. 基于模块化网络组织的价值流动与创新[J]. 中国工业经济,2008(12):48-59.
- [14]吴晓云,张欣妍. 企业能力、技术创新和价值网络合作创新与企业绩效[J]. 管理科学,2015(6):12-26.
- [15]董必荣. 基于价值网络的企业价值计量模式研究[J]. 中国工业经济,2012(1):120-130.
- [16]李平,狄辉. 产业价值链模块化重构的价值决定研究[J]. 中国工业经济,2006(9):71-77.
- [17]卢福财,胡平波. 全球价值网络下中国企业低端锁定的博弈分析[J]. 中国工业经济,2008(10):24-32.
- [18]宗文. 全球价值网络与中国企业成长[J]. 中国工业经济,2011(12):46-56.
- [19]刘明宇,芮明杰. 价值网络重构、分工演进与产业结构优化[J]. 中国工业经济,2012(5):148-160.
- [20]刘蔚. 基于价值链(网络)理论的旅游产业竞争力分析[J]. 北方经济:综合版,2006(9):39-40.
- [21]汤志伟,张会平. 面向产业价值网络的四川旅游信息资源整合[J]. 电子科技大学学报:社科版,2010(1):40-42.
- [22]厉新建. 全域旅游是一种全新的发展模式[N]. 北京青年报,2016-03-01(T13).
- [23]PRABAKAR K, DAVID T W. The Future of Competition-Value-Creating Networks[J]. Industrial Marketing Management,2001(30):315-319.
- [24]ADRIAN S. 发现利润区[M]. 凌晓东,译. 北京:中信出版社,2010:17-23.
- [25]厉新建. 全域旅游发展或将使景区地位边缘化[EB/OL]. (2016-04-20)[2016-10-15]. <http://travel.people.com.cn/nl/2016/0420/c41570-28291432.html>.
- [26]ADAM B, BARRY N. 合作竞争[M]. 王煜昆,王煜全,译. 合肥:安徽人民出版社,2000:37-45.
- [27]程立茹,周焯. 企业价值网络文献综述及未来研究方向展望[J]. 北京工商大学学报:社会科学版,2011(6):65-70.
- [28]PEARCE D. Tourist Development. A Geographical Analysis[M]. London: Longman Press,1995:22-25.
- [29]厉新建,张凌云,崔莉. 全域旅游理念体系[EB/OL]. (2014-09-02)[2016-03-30]. <http://www.wtoutiao.com/p/1dfCTgj.html>.
- [30]张慧敏,焦争鸣,李云凤. 价值网络理论研究综述[J]. 中国电子商务,2011(7):305-306.
- [31]陶婷. 绿水青山间的特色小镇安吉“大年初一”风景独好[EB/OL]. (2015-09-11)[2015-09-11]. [http://tour.dzwww.com/lyzt/qinshan/news/201509/t20150911\\_13051436.html](http://tour.dzwww.com/lyzt/qinshan/news/201509/t20150911_13051436.html).
- [32]周佳晖. 特色小镇看“浙”里:三生共融的智慧小镇[EB/OL]. (2015-07-22)[2015-09-01]. <http://www.cztv.com/topic2015/zkxz/zhxz/11858785.html>.
- [33]朱莹莹. 浙江省特色小镇建设的现状与对策研究——以嘉兴市为例[J]. 嘉兴学院学报,2016(2):1-8.

(责任编辑 傅凌燕)