

# 景区内旅游小企业发展的驱动机制 ——西递村案例研究

尹寿兵<sup>1,2</sup>, 刘云霞<sup>2</sup>, 赵 鹏<sup>2</sup>

(1. 中山大学地理科学与规划学院, 旅游发展与规划研究中心, 广州 510275;

2. 安徽师范大学国土资源与旅游学院, 旅游发展与规划研究中心, 芜湖 241002)

**摘要:** 采用参与观察、深度访谈等定性研究方法, 通过追溯西递村旅游发展历程发现, 企业家精神、市场需求是旅游小企业产生的内外因素, 旅游治理模式的变迁对内外因素均产生了重要影响。根据政府、社区和第三部门(遗产保护组织)的介入程度, 将西递旅游治理划分为三个阶段, 即村民自发参与的社区模式, 政府、社区和第三部门共同参与的网络模式, 以及政府指挥和控制能力强化的层级模式。在治理模式变迁过程中, 政府的指挥和控制能力不断强化, 政府的利益诉求引发了旅游市场的结构性变化, 导致旅游小企业经营特征和空间结构的演化; 同时, 社区居民的企业家精神和模仿创新能力受到影响, 旅游小企业的发展速度和规模呈现不同的阶段特征。研究显示, 治理模式的优化是实现景区内旅游小企业可持续发展的关键所在。

**关键词:** 旅游小企业; 旅游治理; 驱动机制; 西递

## 1 引言

旅游小企业研究兴起于20世纪80年代, 在90年代获得了快速发展。2002年, 在第二届旅游小企业国际研讨会上成立了旅游小企业研究小组, 标志着旅游小企业研究已成为一项国际性的研究领域<sup>[1]</sup>。旅游小企业主的从业动机和目标既包括实现自我就业、寻求更好的生活方式、对度假地的偏好、退休后的生活选择, 迫于生计压力和作为副业、满足兴趣爱好等个人因素, 也包括社会环境变化导致的政府或企业大范围裁员等宏观因素<sup>[2]</sup>。旅游小企业的快速发展推动了理论研究的不断深入, 由概念界定、经营特征等<sup>[3-8]</sup>内容转向对旅游小企业形成与发展的研究。Barr研究发现, 旅游地在发展初期以当地企业家为主, 后期以外来移民为主<sup>[9]</sup>。Mulreany指出旅游小企业主企业家精神的形成包括两个方面: 个人特质(面对机会时的反映, 强调心理因素)和成长的社会文化因素<sup>[10]</sup>。Gary总结企业家的个人特质包括“内部控制”、“成就感的满足”以及“建立个人王国”等方面<sup>[11]</sup>。Gersick构建了一个包含所有权、家庭和经营三个维度的小企业发展模型, 分析旅游家族企业不同维度的发展阶段及转化过程。从家庭维度探讨旅游小企业演化过程发现, 发展压力的累积、触发事件、分离、探索性替代、选择和创立新结构6个要素是其内在作用机制<sup>[12]</sup>。Dondo指出社会文化对企业家精神和小企业发展产生了重要影响<sup>[2]</sup>。Ateljjevic在新西兰的研究发现,

收稿日期: 2012-05-12; 修订日期: 2012-09-15

基金项目: 安徽省教育厅人文社科重点研究基地一般项目(SK2012B561); 安徽省高校省级人文社会科学研究一般项目(SK2012B208)

作者简介: 尹寿兵(1978-), 男, 安徽和县人, 讲师, 博士研究生, 主要研究方向为区域发展与旅游规划。

E-mail: ysblyx@163.com

在社会文化和环境条件的作用下,为了平衡经济绩效和可持续发展之间的关系,一些生活方式型创业者有意识地限制小企业的速度和规模<sup>[13]</sup>。Russell将企业家精神与旅游地生命周期理论相结合,研究发现,企业家精神与企业家的个性特征,环境条件和目的地的发展阶段相关,认为企业家精神在旅游目的地的演化方面发挥重要作用<sup>[14,15]</sup>。Tinsley发现旅游小企业之间形成的家庭网络在目的地发展中扮演重要角色<sup>[16]</sup>。Getz在回顾旅游家族企业研究中指出,需要加强旅游小企业的纵向研究,即旅游小企业的发展和演化研究<sup>[2]</sup>。

在借鉴国外研究成果的基础上,国内学者开展了旅游小企业经营特征调查及目的地影响等方面的研究<sup>[17-22]</sup>。近年来,旅游小企业的研究趋向深入。梁微等研究了生活方式型旅游小企业主在动机和目标方面的一致性和差异性<sup>[23]</sup>。徐红罡等发现旅游小企业的创业机会识别经历了机会感知、识别和创造的过程<sup>[24]</sup>。李星群对广西乡村旅游经营实体的创业影响因素进行了分析<sup>[25]</sup>。文彤以桂林龙脊梯田景区平安寨为例,探讨了景区内家庭旅馆的演变历程,但未提及演变的内在机制<sup>[26]</sup>。邱继勤以阳朔西街为例,总结了旅游小企业发展的三个阶段——产生期、发展期和商业化期,把其产生与发展的原因归结为消费者和产业集聚<sup>[1]</sup>。彭青等从创建、成长和关闭三个层次分析了影响丽江家庭旅馆发展的主要因素,指出强制性制度影响是其发展的重要的外部因素<sup>[27]</sup>。

基于以上分析,国外旅游小企业研究起步较早,研究内容较为丰富。从起初的概念界定、经营特征描述逐步转向旅游小企业的发展研究,将企业家精神和旅游地发展阶段相结合,探讨旅游小企业的发展和演化过程,但对内在驱动机制的探讨较少。国内学者对本土旅游小企业开展了多角度的研究,研究成果逐渐丰富,但多数成果集中于小企业本身,在涉及小企业与目的地发展的成果中,较少地从旅游地演化的角度研究旅游小企业产生和发展过程,并探寻其内在驱动机制。

## 2 研究区概况与研究方法

### 2.1 研究对象的界定

本文研究对象是旅游小企业,目前学术界对此尚未形成统一的界定。不同旅游地的旅游小企业经营也存在一定的特殊性,如家庭平均人口数,家庭结构等。世界上多数国家以雇员数量为标准,且将小企业雇员数量上限定为50人<sup>[28]</sup>。为了更好地研究旅游小企业发展过程和驱动机制,结合该领域研究现状和案例地旅游企业发展实际,将旅游小企业界定为依托旅游地、完全或部分的为游客提供服务、占有较小市场份额、雇员人数低于50人的经营实体。旅游目的地由集散中心、景区(点)及连接的旅游交通线路组成。从空间上来看,目的地内的旅游小企业存在3种不同类型。景区依托型(在景区治理范围之外,依托景区发展)、景区共生型(在景区内部或景区治理范围之内,与景区共生发展)和目的地共生型(在目的地旅游发展中诞生,多依赖于集散中心和旅游交通的发展)。本文以直接受景区旅游治理影响的旅游小企业为对象,能够更好地研究小企业与景区发展之间的内在关联。

### 2.2 案例区概况

安徽省西递村是徽州传统村落中具有很高综合价值的古村落。旅游正式发展始于1986年<sup>[29]</sup>,1993年9月成立村办西递旅游服务公司(以下简称西旅公司)自主经营并延续至今。1999年被列为世界文化遗产名录后,旅游业获得快速发展,2010年游客接待量64.55万人次(图1)。因根据户籍和房屋面积进行旅游分红的模式提高了村民收入,带动了地方

经济快速发展,西递村成为国内知名的古村落景区。目前常住人口1100余人,9个村民组,430户。共有旅游小企业约160家,集中分布在景区入口和主要游线两侧。

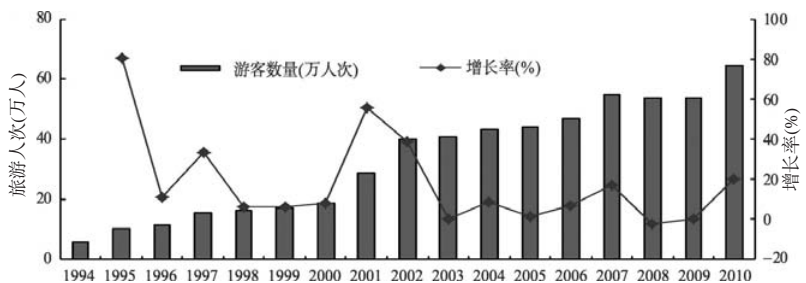


图 1 1994-2010年西递古村落游客接待量与增长率

Fig. 1 The number of visitors and growth rate of Xidi village (1994-2010)

## 2.3 研究方法

本文采用观察法、访谈法、文献法等定性研究方法。访谈前确立大纲,内容涉及旅游小企业的经营特征、经营绩效、发展历程等方面。对访谈员进行培训,帮助其理解研究意图。定性研究资料收集的客观性决定了调查结果的可靠性,为了保证资料的可靠,必须通过尽可能多的渠道对已建立的结论进行检验,形成三角互证<sup>[30]</sup>。为客观还原西递旅游小企业发展历程,实施访谈员之间信息交换的方法,即彼此交换访谈录音,以便与不同访谈对象交流时进行信息验证。

在旅游小企业样本选择方面,以当地工商部门提供的小企业名单为抽样框,样本选择依据以下原则:(1)样本量占总数的30%。这主要依据同类研究的经验数据。Thomas 1997年在英国的抽样比例为31%,邱继勤2006年在阳朔的抽样比例为31.21%<sup>[18]</sup>。(2)样本的代表性。调查人员进行实地观察的基础上,选择样本兼顾小企业的经营类型、位置、规模等要素,使样本尽可能地反映总体特征。同时,对镇政府及西递旅游景区管委会(以下简称管委会),村委会、西旅公司和非经营村民进行访谈,并收集与旅游小企业发展相关的二手资料。

调研组8人于2011年9月5-9日对西递村进行调研,共访谈旅游小企业主52人,镇政府及管委会主要工作人员2人,村委会、旅游公司主要负责人2人,非经营村民10人。

# 3 西递旅游小企业发展历程

## 3.1 旅游小企业形成于村落旅游业发展的背景之下

1979年邓小平“黄山讲话”极大地促进了皖南旅游开发,西递村逐步受到外界关注。村民意识到发展旅游能够带动地方经济发展,在时任村干部的努力下,1986年9月,“西递旅游点管理处”(以下简称管理处)成立。10月,“西递旅游点”正式营业,门票2角<sup>[31]</sup>。随着游客逐渐增多,具有商业意识的社区精英开始从事旅游经营,如1989年开业的“四宝斋古玩”等。村民们看到旅游经营能带来经济收益,自发的在村口开展旅游经营活动,以兜售土特产、提供简单食宿服务(主要面向写生和摄影群体)为主。此时,旅游经营仅是家庭的额外收入,并未对家庭经济结构产生重大影响。

## 3.2 旅游市场化发展带动了小企业快速增长

1993年9月,在管理处的基础上成立了西旅公司,标志西递旅游业步入市场化阶段。1994年后,旅游小企业数量迅速增加,由景区入口向主要游线扩散。游线两侧多数民居被开发为商铺,游览线路之外的村民通过摆地摊的形式参与旅游经营,但与游览线路内的商铺相比,经营收入差异显著,游线内外居民之间的家庭收入差距拉大。1999年“申



遗”成功后,游客量快速增长,修学游、休闲游等新兴市场开始起步。旅游产生的商机更加激发村民参与经营活动,2001年甚至出现了破墙开店等行为<sup>[32]</sup>。至2004年6月,景区内的店面数已达127家,主要分布在牌坊广场(18家)和3条主要游览线两侧(共94家,其中大路街61家、横路街15家、直街18家)<sup>[29]</sup>,能够开门经商的民居基本全部开放,经营类型多样化。村内旅游商业氛围越来越重,迫于遗产保护和游客体验双重压力,2000年镇政府成立了由镇长任主任的管委会,加强对村落旅游发展的管理。管委会利用自身政府背景的优势,从西旅公司和村委会接手部分经营和管理工作,如卫生保洁(与年终分红挂钩)、经商执照审批等。借助管委会对村落旅游的干预,镇政府逐步介入村内旅游小企业的发展。

### 3.3 制度约束促使旅游小企业发展进入了相对稳定期

经过十多年的快速发展,游线两侧的旅游经营基本达到饱和状态。数量增长和同质化经营引发了同行竞争,尤其是餐饮类企业。调查中多位餐饮企业主反映竞争压力较大:“生意越来越不容易做,淡季没什么人,村里有20多家餐饮店。税收高,每年要交几万的税”(山珍酒楼)。“你看看现在农家乐有多少,他们不要交税的,我的店从休宁请的厨师,村里面找了2个服务员,开销比较大”(第一村饭店)。但逐年增长的游客量为小企业提供了生存空间,关门歇业的情形较为少见。如花园客栈的店主就表示“意识到有竞争,但学生多,不太在意”。

为解决游线外村民乱设摊点、破坏景区氛围的问题,适应第三部门(遗产保护组织)在资源保护方面的要求,2004年,管委会在景区入口处(停车场)、大夫第广场、敬爱堂3处设立木质固定摊位(分别有14家、12家和4家)<sup>[29]</sup>,每年以抓阄的方式交由游线外的村民经营,摊位不得转让。同时,政府对经济利益的诉求推动了西递村在吸引传统观光游览市场的基础上,大力开拓修学市场、休闲度假市场。市场结构的变化催生了新的业态,如网吧、酒吧等。这一时期,游线内外旅游收入上的差距引发了村民的不满。调研中发现,游线外非经营村民的家庭收入主要依赖传统农业经济(茶叶、毛竹种植)和外出务工。相关研究显示,这一时期游线上的家庭人均旅游收入是游线外的3.79倍<sup>[33]</sup>。村民通过与村委会、西旅公司交涉,或向上级部门反映等渠道争取参与经营的权利。修学市场、休闲度假市场的增加导致了村内大规模开办家庭旅馆,政府和村委会为了缓解村民情绪,采取了“不支持、不反对”的默许态度,导致2-3年(2005-2007年)内村内出现了30多家农家乐。市场竞争、级差地租的刺激推动了游线外民居的开发,小企业(主要是农家乐)逐步向游线外围扩张,改变了原有的空间布局,旅游经营呈现全村化的特点。

2009年9月,县政府成立了西递、宏村精品景区管理委员会,强调对遗产核心区的绝对保护,严禁向村内民居颁发营业执照,杜绝村民利用房屋从事旅游经营。政府通过租赁和征用遗产控制地带的土地,开发经营性场所,推动村内小企业向外搬迁,如西递1047、商贸街等。新建经营场所需要村民购买后经营,旅游经营的基础从自家住宅或低成本的租赁摊位转向高成本的商业铺面。社区群体,尤其是普通村民受制度和资本的制约,企业家精神和模仿创新能力受到约束,小企业的发展速度得到控制,规模相对稳定。

通过追溯西递村旅游小企业的发展历程发现,政府、社区和第三部门(遗产保护组织)在小企业发展过程中扮演的角色逐步发生变化,其中社区居民由原先的自主经营逐步受到来自政府和第三部门的限制,政府由起初的较少介入到逐步控制小企业的发展,第三部门通过借助政府力量设计的制度文本参与其中。在这个过程中,西旅公司的成立,实现旅游经营市场化,管委会设立固定摊位、取消临时摊点对小企业的经营和发展产生了重要影

响。据此,将西递村旅游小企业发展历程划分为3个阶段,政府、社区和第三部门在治理中的介入程度不同,导致旅游小企业在经营特征、空间结构、发展速度和规模等方面差异显著(表1)。

表 1 西递旅游小企业不同发展阶段特征

Tab. 1 Characteristics of small tourism firms of Xidi village in different stages

	初步发展阶段 1986 - 1993	快速增长阶段 1994 - 2003	相对稳定阶段 2004 - 至今
主要类型	工艺品和土特产销售	餐饮、住宿及其他类增长迅速	类型多样化,新业态增加较快
经营场所	民居	民居和流动地摊	民居和租赁摊位
竞争态势	基本无竞争压力	竞争态势开始显现	竞争激烈,竞争中寻求合作
企业主构成	社区精英示范作用下的村民模仿创新	游览线路两侧居民为主,以本村村民为主	更多非游线的村民和外来人参与经营
决策模式	自下而上为主	自下而上与自上而下相结合	自上而下为主
空间结构	村口及邻近区域	景区入口,游线两侧	游线两侧为主,辐射全村
速度与规模	由慢到快,总量较少	急速增长,规模不断扩大	由快到慢,规模得到控制

4 西递旅游小企业发展的驱动机制

4.1 西递旅游小企业形成机制

西递旅游小企业的形成是市场需求和企业家精神共同作用的结果。市场需求是外在条件,企业家精神是内在动因(图2)。伴随皖南旅游区的开发,有“中国明清古民居博物馆”美誉的西递村,因具有典型的徽派建筑、浓郁的地域文化,以及优美的田园风光,能够满足游客观赏、审美、学习等方面的旅游动机,吸引越来越多的游客前来参观游览。游客在旅游活动中形成的诸如对古宅、餐饮和土特产等的消费需求,是旅游小企业经营的外在条件。

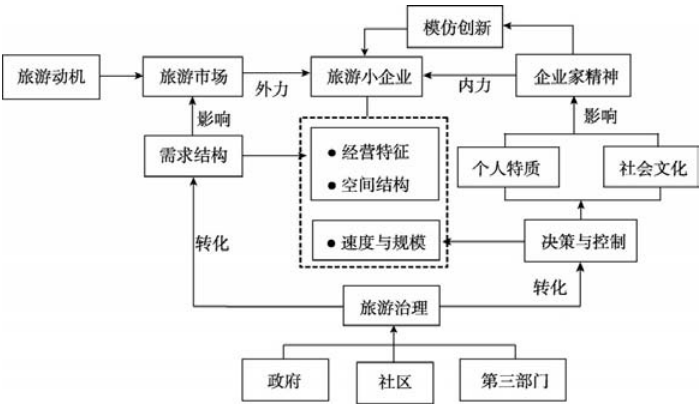


图2 西递旅游小企业发展的驱动机制

Fig. 2 Driving mechanism of small tourism firms development in Xidi village

游客在旅游活动中形成的诸如对古宅、餐饮和土特产等的消费需求,是旅游小企业经营的外在条件。

另一方面,企业家精神是村民向小企业主身份转换的内在动因。Mulreany指出企业家精神形成包括两个方面:个人特质和社会文化因素<sup>[10]</sup>。对于小型企业而言,企业家的个人特质就决定了小型企业的发展命运。小型企业的行为具有明显的企业家精神的印记<sup>[34]</sup>。日益增加的游客数量让当地居民意识到自身生产、生活设施和环境的价值,激发了社区精英开始了创新性实践。现任的镇政府主要负责人在访谈中的评价说明了社区精英在旅游发展和小企业经营中的示范作用:“老一辈人为西递旅游立下了汗马功劳。当时条件很艰苦,只有他们带头,其他村民才敢跟着干。”企业家精神的过程就是一个典型的试错或干中学的过程<sup>[35]</sup>。西递村早期的旅游经营只是利用住宅和农产品开展餐饮和土特产销售,这种自发式旅游经营几乎不需要承担任何经济风险,只是在特定的历史条件下,存在一定的制度

风险或政治风险，但逐步宽松的宏观环境让早期小企业业主获得成功，发挥了示范作用。对早期小企业业主的访谈发现，他们都具有不同程度的人格魅力、一定的物质基础，与村内外的政治精英保持良好的社会关系或本身就是村庄政治精英。

社会文化因素对旅游小企业主的企业家精神形成产生了重要影响。西递村位于皖南山区，“八山半水半分田，一分道路和庄园”的自然条件限制了当地农业生产的发展，自古就形成了外出经商的传统，村民具有朴素而强烈的经商意识。与村内一位约50岁女店主的谈话就能体现出村民的经商意识：“外国客人来了也没关系啊，可以用计算器讲价格啊，他们能看懂。”同时，随着旅游导向型土地利用模式的推动，政府不断的征用土地，用于旅游设施建设。如商贸街、水口园林、明经湖、停车场、黟谭公路、生态观光园建设等。原先村民与土地之间的紧密关系开始松动，村民开始参与旅游经营。表2是对样本中本地人家庭土地利用情况调查，可以发现，土地已经不是小企业主的主要谋生资源。

模仿是普遍的，而完全的创新则是罕见的<sup>[36]</sup>。具有企业家精神的社区精英自主创业对村民形成了示范作用，其他村民通过模仿而从事旅游经营。经营户在访谈中也表达了这种观点：“那时候看到人家开店赚钱了，我家就也想着卖点什么，和大家一样赚点钱”（陶器世家）。“原来是没有做生意，后来前前后后的都开始了，我也就和他们一样”（临溪客栈）。“我们是家族企业，虽然来这里比较晚，但我们和其他家不一样。我们的砚台都是自家制作的，销售目标是有一定文化底蕴的游客”（歙砚世家）。“现在竞争是有的，但没觉的怎么样，个人的特色别人是抢不去的”（奇石轩）。小企业的经营特点决定其不需要细致的分工，对技术需求不高，进入门槛较低。因此，无论是小企业主之间自主创业的模仿行为，还是小企业主招聘雇员，往往都是按照血缘、姻缘、地缘的关系由家庭逐渐向外扩散，形成家庭网络化经营。如西园农家乐店主就表示与其他几户农家乐通过“相互介绍生意”的方式合作经营，山珍酒楼店主就雇佣本村村民作为店内员工。社区精英的企业家精神和村民的模仿创新作为内在动力，推动了小企业数量的增长。

4.2 西递旅游小企业的发展机制

Hall从国家干预与自我管制，政策行动者和操作模式两个方面的关系，提出了层级(hierarchies)、市场(markets)、网络(networks)和社区(communities)四种治理类型的分析框架<sup>[37]</sup>(图3)。并分别从特征、主旨、立场、基础、措施等12个方面对不同治理模式进行界定。依据这一理论分析发现，西递村旅游小企业发展是治理模式变迁的结果。

在初步发展阶段，西递村旅游治理是建立在社区共同利益基础之上的社区自治，政府介入程度很低。初期成立的管理处名义上接受县政府的工作指导，实际上由村干部带领村民开办起来。这一时期，在内外因素共同作用下，形成了第一批旅游小企业，在社区精英的示范作用下，普通村民的市场意识觉醒，根据个人和家庭的物质基础开展旅游经营活动。同时，观光游览的大众市场需求决定旅游经营以商铺、地摊的形式销售土特产和旅游工艺品为主(早期为满足摄影、写生爱好者的简单餐饮住宿类经营并不占主体地位)，空间

表2 西递旅游经营户土地耕种情况抽样调查

Tab. 2 The sample survey on land use of tourism entrepreneurs on Xidi village

企业主类型	土地利用情况	比例(%)
单纯做生意	有土地,租赁给他人	10.3
	有土地,但不耕作	11.0
	有土地,父辈耕作	20.8
	无土地,土地被征用	10.5
生意和农活兼顾	有土地,自己耕种	47.4

资料来源:根据访谈内容整理。



区位集中,村民自我决定经营内容和经营空间,是完全的自发行为。

在快速增长阶段,旅游治理演化成多方利益主体相互博弈的网络治理模式。镇政府通过管委会介入景区经营管理,使得层级治理的特征显现。“申遗”成功后,第三部门作为新的力量介入。社区居民期望从旅游经营中获得更多的经济收益,政府为了提升目

的地形象、拉动地方经济发展和获取政治资本,第三部门则为了遗产保护。但这一阶段的初期,政府介入有限,第三部门的目标需要通过制度文本的执行和社区意识的觉醒来实现。在没有外力约束的情况下,社区居民的企业家精神和模仿创新能力得到激发,导致旅游小企业数量急速增加,出现了破墙开店,捣毁、改造古民居等现象。随后,通过介入旅游分红、经商执照审批等旅游经营核心要素,政府实现了自上而下的决策和控制,在村落旅游发展中扮演的角色和地位不断提升。同时,政府为了寻求经济收益和资源保护的平衡,打破了观光游览的单一市场结构,促进了小企业新业态的发展,改变了小企业的经营特征和空间布局。旅游小企业经营进入了利益主体相互博弈时期。

在相对稳定阶段初期,镇政府及管委会通过设立固定摊位,取消临时摊点的制度设计使得小企业经营场所完全固化,村民自发参与旅游经营的能力受到限制,但社区与其他群体议价的能力还存在,可利用西旅公司村办集体性质的体制优势,最大可能的争取群体利益。短时间内迅速蔓延的农家乐现象就是社区与政府博弈的结果。随着更高层级政府(县政府)的介入,其他利益群体难以扮演决策和控制的角,网络治理逐渐向层级治理转化。政府为了实现自身目标(如增加旅游人次,提高旅游收入)和迫于第三部门的压力,制订了多元化的市场发展战略。如《西递、宏村旅游发展战略研究》<sup>①</sup>提出为保护文化遗产,控制环境容量需要转变市场结构,大力发展休闲度假旅游和高品质旅游。这些发展战略和举措进一步推动了西递旅游市场的结构调整,引发旅游小企业经营特征和空间布局的变化。政府通过参与经商执照审批、实施村内旅游经营的村外转移等措施,约束了社区居民的企业家精神和模仿创新能力,控制了小企业的发展速度与规模(图2)。

## 5 结论与讨论

小企业的形成和演化是旅游地发展的缩影。通过对西递村旅游小企业发展历程的回顾与分析发现,旅游小企业的形成是旅游市场与社区精英的企业家精神及模仿创新共同作用的结果。治理模式变迁导致旅游小企业的发展具有明显的阶段特征。

治理模式变迁对旅游小企业发展产生了直接的影响。西递村旅游治理模式从村民自发参与旅游经营的社区治理模式,到政府、社区和第三部门共同参与,形成利益主体相互博弈的网络治理模式,再到政府控制力强化的层级模式。治理模式的变迁对小企业形成的内外因素产生了重要影响。在外力因素方面,市场结构的变化导致了旅游小企业的经营特征和空间结构的变化,在内力因素方面,政府决策和控制能力的强化,约束了社区居民的企业家精神和模仿创新能力的激发,小企业的发展速度和规模发生了变化。



图3 治理类型框架(资料来源:参考文献[37])

Fig. 3 Frameworks of governance typology

①资料来源:《西递、宏村旅游发展战略研究》(2010~2020),中山大学旅游发展规划与研究中心编制。

西递村案例研究发现,从旅游治理的视角能够较好地解释旅游小企业发展的驱动机制。本文试图通过分析不同主体在治理模式变迁中决策和控制能力的变化,解释旅游小企业的发展过程,但文中把第三部门对旅游地影响的途径归为借助政府力量设计制度文本的形式,并未详细考查第三部门对旅游治理的影响程度。目前,第三部门介入旅游地发展的途径呈现多样化的趋势,如通过中间组织、开展合作项目等,对旅游地治理结构的影响力逐步增强,在今后的研究中应加以关注。

本文的研究结论仅反映了景区内旅游小企业发展的驱动机制。景区依托型、目的地共生型小企业处于景区治理范围之外,景区治理不直接作用于旅游小企业。探讨这两类旅游小企业发展并与景区内旅游小企业进行比较,是值得进一步研究的问题。

**致谢:**感谢导师保继刚教授的悉心指导。感谢东南大学陈钢华博士对英文翻译提供的帮助。

## 参考文献 (References)

- [1] 邱继勤. 中外旅游小企业发展特征比较. 商业时代, 2005, 36: 61-62.
- [2] Getz D, Carlsen J. Family business in tourism: State of the art. *Annals of Tourism Research*, 2005, 32: 237-258.
- [3] Thomas R. Small firms in the tourism industry: Some conceptual issues. *International Journal of Tourism Research*, 2000, (2):345-353.
- [4] Andriotis K. Scale of hospitality firms and local economic development: Evidence from Crete. *Tourism Management*, 2002, 23: 333-341.
- [5] Page S J, Forer P, Lawton G R. Small business development and tourism: Terra incognita? *Tourism Management*, 1999, 20: 435-459.
- [6] Reichel A, Haber S. A three-sector comparison of the business performance of small tourism enterprises: An exploratory study. *Tourism Management*, 2005, 26: 681-690.
- [7] Ateljevic J. Small tourism firms and management practices in New Zealand: The Centre Stage Macro Region. *Tourism Management*, 2007, 28: 307-316.
- [8] Getz D, Carlsen J. Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors. *Tourism Management*, 2000, 21(6): 547-560.
- [9] Barr T. From quirky islanders to entrepreneurial magnates: The transition of the Whitsundays. *Journal of Tourism Studies*, 1990, 1: 26-32.
- [10] Mulreany M. Entrepreneurs, intrapreneurs and opportunity: The tourist and hospitality industries in conditions of severe economic constraint. *Proceedings of the international conference on entrepreneurship in the hospitality industry*. Edinburgh, Queen Margret College, 1988.
- [11] Bosworth G, Farrell H. Tourism entrepreneurs in Northumberland. *Annals of Tourism Research*, 2011, 38(4): 1474-1494.
- [12] Gersick K E, Lansberg I, Desjardins M et al. Stages and transitions: Managing change in the family business. *Family Business Review*, 1999, 12: 287-297.
- [13] Ateljevic I, Doorne S. "Staying within the fence": Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2000, 8: 378-392.
- [14] Russell R, Faulkner B. Entrepreneurship, chaos and the tourism area lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 2004, 31: 556-579.
- [15] Russell R, Faulkner B. Movers and shakers: Chaos makers in tourism development. *Tourism Management*, 1999, 20: 411-423.
- [16] Tinsley R, P Lynch. Small tourism business networks and destination development. *Hospitality Management*, 2001, 20: 367-378.
- [17] 邱继勤, 保继刚. 国外旅游小企业研究进展. *旅游学刊*, 2005, 20(5): 86-92.
- [18] 邱继勤. 旅游小企业经营特征研究: 以桂林阳朔西街为例. *江苏商论*, 2006, (7): 90-92.
- [19] 刘长运, 茆长荣. 景区依附型旅游小企业发展特征——以丹霞山为例. *经济地理*, 2007, 27(4): 579-583.
- [20] 武真真. 古村落旅游小企业经营与发展研究. 芜湖: 安徽师范大学硕士学位论文, 2012.
- [21] 邱继勤, 保继刚. 旅游小企业与目的地经济发展研究: 阳朔西街案例. *生产力研究*, 2011, (1): 182-184.
- [22] 保继刚, 邱继勤. 旅游小企业与旅游地社会文化变迁: 阳朔西街案例. *人文地理*, 2006, 21(2): 1-4.



- [23] 梁微, 徐红罡, Thomas Rhodri. 大理古城生活方式型旅游企业的动机和目标研究. 旅游学刊, 2010, 25(2): 47-53.
- [24] 徐红罡, 马少吟. 旅游小企业的创业机会识别研究——桂林阳朔西街案例. 旅游学刊, 2012, 27(8): 18-26.
- [25] 李星群. 乡村旅游经营实体创业影响因素研究. 旅游学刊, 2008, 23(1): 19-25.
- [26] 文彤. 家庭旅馆业的发展——以桂林龙脊梯田风景区为例. 旅游学刊, 2002, 17(1): 26-30.
- [27] 彭青, 曾国军. 家庭旅馆成长路径研究: 以世界文化遗产地丽江古城为例. 旅游学刊, 2010, 25(9): 58-64.
- [28] 杨爱民, 谈心, 邱学云. 小企业的界定及其划分标准研究. 楚雄师范学院学报, 2009, 24(6): 104-108.
- [29] 张骁鸣. 旅游对乡村社区的社会经济影响研究. 广州: 中山大学博士学位论文, 2006.
- [30] 陈向明. 质的研究方法与社会科学研究. 北京: 教育科学出版社, 2000.
- [31] 张骁鸣. 旅游地空间话语的社会建构——以世界遗产地西递村为例. 思想战线, 2011, 37(3): 99-105.
- [32] 卢松, 张捷, 苏勤. 旅游地居民对旅游影响感知与态度的历时性分析——以世界文化遗产西递景区为例. 地理研究, 2009, 28(2): 536-548.
- [33] 杨效忠, 张捷, 唐文跃, 等. 古村落社区旅游参与度及影响因素——西递、宏村、南屏比较研究. 地理科学, 2008, 28(3): 445-451.
- [34] 庞长伟, 李垣. 制度转型环境下的中国企业家精神研究. 管理学报, 2011, 8(10): 1438-1443.
- [35] 李新建, 罗庆, 樊新生. 农区专业村的形成与演化机理研究. 中国软科学, 2009, 24(2): 71-80.
- [36] 李新建, 李二玲. 中国中部农区企业集群的竞争优势研究——以河南省虞城县南庄村钢卷尺企业集群为例. 地理科学, 2004, 24(2): 136-143.
- [37] Hall C M. A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. Journal of Sustainable Tourism, 2011, 19: 437-457.

## Driving mechanism of the small tourism firms development in scenic areas: A case study of Xidi Village

YIN Shoubing<sup>1,2</sup>, LIU Yunxia<sup>2</sup>, ZHAO Peng<sup>2</sup>

(1. Geography and Planning School, Center for Tourism Planning and Research, Sun Yat-sen University, Guangzhou 510275, China; 2. College of Territorial Resources and Tourism, Center for Tourism Planning and Research, Anhui Normal University, Wuhu 241002, Anhui, China)

**Abstract:** Qualitative research methodology is used in this study, such as participant observation and in-depth interview. Based on reviewing the progress of tourism development in Xidi village, it has been found that entrepreneurship and tourism demands are the critical internal and external factors in the development of the small tourism firms (STFs), and both factors have exerted great influence on the governance model. Three stages of governance model have been identified by the intervention degree of government, community and the third sector (e.g., Heritage Protection Organizations). The three stages are the community governance model with spontaneous community participation, the network governance model featuring the joint controls by government, community and the third sector, and the hierarchy governance model with government's constantly strengthening commands and controls. Along with the changes in governance model, government's commands and controls have been strengthened continuously, while government's interest demands led to structural changes in the tourism markets, which caused the changes in the operating characteristics and spatial structure of the STFs. Meanwhile, the entrepreneurship and imitative innovation capacity of the residents have been influenced, hence the development pace and scale of the STFs presented different features in different stages. As indicated by the research findings, the optimization of governance model is the key point to the sustainable development of the STFs.

**Key words:** small tourism firm; tourism governance; driving mechanism; Xidi village