

山东省社会科学规划研究项目文丛·重大项目

旅

旅游强省战略

山东省旅游产业竞争力提升研究

王德刚 宋文旭 主编

山东省社会科学规划研究项目文丛·重大项目

旅游强省战略

——山东省旅游产业竞争力提升研究

主 编 王德刚 宋文旭

山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游强省战略:山东省旅游产业竞争力提升研究/王德刚,宋文旭主编.
—济南:山东大学出版社,2009.9
ISBN 978-7-5607-3947-2

I. 旅…

II. ①王…②宋…

III. 旅游业—经济发展—研究—山东省

IV. F592.745

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 158651 号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路 27 号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

山东新华印刷厂印刷

787×1092 毫米 1/16 25 印张 463 千字

2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

定价:48.00 元

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

序

旅游产业是文化产业的重要组成部分,是现代社会经济体系中最具活力的产业之一。

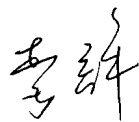
山东省的现代旅游业是从改革开放后开始的,经过 30 年的发展,实现了从无到有、由小到大的转变,完成了从量变到质变的飞跃,旅游产业从单一发展向注重数量质量综合效益的方向迈进。特别是近几年,山东省在“发展大旅游,开发大市场,建设大产业”的方针指导下,坚持“政府主导,市场运作,社会参与,部门联动”的发展战略,推动了旅游产业的快速发展并使之成为国民经济重要的支柱产业。到 2007 年,山东省的旅游产业实现了突破性发展,当年接待国内游客 2.034 亿人次,比上年增长 21.2%,在全国名列第 3 位,国内旅游收入实现 1550.8 亿元,比上年增长 27.6%;接待入境游客 249.64 万人次,比上年增长 29.2%,入境游客数量和入境旅游收入在全国排名第 7,入境旅游收入达到 135184.9 万美元,比上年增长 33.2%;实现旅游总收入 1652.1 亿元,相当于全省 GDP 的 6.38%,旅游总收入在全国排名第 6 位,进入全国旅游行业的“第一梯队”。即使在 2008 年由于全球经济危机的影响,全国各地旅游业受到普遍影响,山东省旅游产业仍取得了骄人成绩,当年全省接待国内游客 2.4 亿人次,增长 18.2%,国内旅游收入 1908.5 亿元,增长 23.1%;接待入境游客 253.7 万人次,增长 1.6%,入境旅游收入 13.9 亿美元,增长 2.9%;旅游总收入 2005.2 亿元,增长 21.2%;巩固和保持了旅游大省的地位,为实现从旅游大省向旅游强省跨越奠定了坚实基础。

但是,我们也清楚地看到,在山东省旅游产业发展量的增长和质的提升背后,仍然存在着许多不足和关键性的制约因素。要实现建设旅游强省的战略目标和率先建成旅游强省的战略部署,实现旅游产业又好又快的发展,就必须从根本上解决各种制约因素和现实问题,并在宏观和微观两个层面上提出旅游产业竞争力提升的战略和措施选择,这是山东省加快建设质量效益型的旅游强省的必然要求。

由王德刚、宋文旭两位同志主持的山东省社会科学规划重大项目——《旅游强省战略——山东省旅游产业竞争力提升研究》，就是试图通过理论和实践研究，来解决山东省旅游产业竞争力提升的根本性问题，提出一个具有操作意义的旅游强省战略实施方案。课题组成员包括了政府旅游主管部门、财政主管部门和高等院校的研究人员，他们实践经验丰富，专业知识深厚，工作扎实，研究深入，先后对省内外进行了多次实地考察，借鉴外地实施政府主导型旅游发展战略的经验和做法，并形成了专项考察报告——关于政府支持旅游业发展有关情况的调研；在充分考察、研究的基础上，课题组成员围绕课题设计的主导内容进行了十几次专门讨论，并对省内部分主管部门的领导进行了专题访谈；初稿形成后，又多次展开针对性研讨、修改，向省内部分专家进行征求意见，前后七易其稿，形成了这份研究报告。

这是山东省社科规划部门第一次以重大研究项目的形式展开对旅游产业发展战略的针对性研究，目的性明确，项目落实得力，形成的研究成果水平高、质量好、针对性强，不仅在理论上创新、有发展，进一步丰富了旅游产业竞争力提升理论；更重要的是，报告中提出的许多有关旅游产业发展的战略和措施有极强的针对性和应用价值，对全省旅游产业竞争力的提高、对全省旅游产业的转型和提升发展定会产生重要的指导作用。相信这份倾注了多位专家心血的研究成果，必将为全省各级政府、旅游行业和其他相关部门提供有价值的决策参考，为实现省委、省政府提出的提前实现旅游强省的战略目标作出应有的贡献。

是为序！



（作者为中共山东省委常委、宣传部长）

二〇〇九年四月七日

研究过程及成果说明

(一)关于课题名称

本项目申报时的名称为《建设旅游经济强省——山东省旅游产业竞争力提升研究》，项目完成时根据出版社的建议改为《旅游强省战略——山东省旅游产业竞争力提升研究》。

(二)研究过程

本项目课题组在申报之前即进行了充分的前期准备,包括前期研究、资料收集、相关调查等。项目获批准后,课题组及时向该领域涉及的有关部门领导进行了汇报,得到省财政厅、省旅游局主要领导的大力支持。为配合研究,两部门直接派出以张洪军副厅长、赖征宇副局长为组长的联合考察组,赴四川、陕西、浙江、湖北、湖南等地进行考察,借鉴外地实施政府主导型旅游发展战略的经验和做法以充实该课题的操作性措施,并形成专项考察报告——《关于政府支持旅游业发展有关情况的调研》上报给省委、省政府主要领导。

在专项考察结束后,课题组成员围绕课题设计的主导内容进行了十几次专门讨论,并对省旅游局等部门的领导进行了专题访谈,形成初步理论框架和主导思想后进行第一轮初稿写作;初稿形成后,又多次展开针对性讨论,并向省内部分专家进行了征求意见,前后七易其稿,形成最终的课题研究报告。

需要说明的是,在课题研究进入后期阶段时,恰逢世界性的金融危机爆发。这次金融危机影响面非常广,对国际旅游业的影响尤为明显。人们也普遍认为,金融危机的影响还将持续几年,国际旅游业将面临一次严峻的考验。在这种情况下,研究区域旅游产业竞争力就必然要涉及到应对眼前危机与长期战略选择的结合问题。课题中虽然没有专门的章节论述如何应对金融危机的影响,但在战略和措施选择中都充分考虑了金融危机的影响及其应对策略。

(三) 成果形式

《旅游强省战略——山东省旅游产业竞争力提升研究》是一个学术性、实践性相结合的研究报告,力图在学术研究和指导产业发展实践两个领域都能够有所建树,既取得理论成果,又能够在全省旅游产业发展实践中起到实际的指导作用,因此最终形成的研究报告内容很丰富,文字数量较多。为方便领导决策参考和实践领域阅读、参考,我们将研究成果的形式分为两部分:综合报告和研究报告。

《综合报告:山东省建设旅游强省的战略与对策(研究报告内容概要)》,是对整个研究成果提炼之后形成的概要性文本,集中浓缩了研究报告的结论性内容,为各级领导决策和产业发展实践领域的管理者提供参考。

《研究报告:旅游强省战略——山东省旅游产业竞争力提升研究》,是研究成果的全部内容,反映了本课题研究的全部过程、研究方法 with 理论框架、论证过程及研究结论等,可为同行研究提供参考性、验证性资料。

(四) 关于“旅游经济强省”与“旅游强省”概念的使用

“旅游经济强省”的概念是山东省人民政府于2006年12月26日颁布的《山东省人民政府关于大力推进旅游业又好又快发展的若干意见》中首次正式提出的,文件中强调要“大力推进旅游经济强省建设”;但人们日常惯用的专业词汇中,多习惯于使用“旅游强省”概念。虽然有学者提出两个概念之间有一定的内涵差别,但本项研究为方便起见,在研究报告中不对两个概念进行区别,视同等含义,在行文中交替使用,特此说明。

(五) 研究报告执笔分工

项目研究过程中,项目组成员都分别参与了项目研究的不同阶段和不同部分;研究报告编写执笔分工如下:综合报告:王德刚、茆茂兰;研究报告第一部分:茆茂兰、孙平、孙万真;研究报告第二部分:田芸、王蔚;研究报告第三部分:王德刚、贾衍菊、易金。由王德刚、宋文旭任主编,茆茂兰、孙平任副主编。

《旅游强省战略——山东省旅游产业竞争力提升研究》课题组
2009年4月

目 录

序 李 群(1)

研究过程及成果说明 (1)

综合报告

旅游强省战略

——山东省旅游产业竞争力提升研究 (3)

一、概 述 (3)

二、技术路线与方法 (4)

三、山东省旅游产业发展现状 (6)

四、山东省建设旅游强省战略目标 (14)

五、山东省建设旅游强省战略部署 (18)

研究报告

第一部分 绪 论 (33)

一、研究背景 (33)

二、研究意义 (37)

三、创新与不足 (40)

第二部分 理论框架

——区域旅游产业竞争力评价模型 (42)

一、国内外相关研究 (42)

二、区域旅游产业竞争力研究的理论分析 (58)

三、区域旅游产业竞争力评价模型及指标体系 (63)

第三部分 现状评估

——山东省旅游产业发展现状 (84)

一、山东省旅游产业发展概述 (84)

二、山东省旅游产业要素的比较分析 (124)

三、山东省旅游产业竞争力理论分析 (146)

四、山东省旅游产业竞争力的实证研究	(178)
五、山东省旅游产业问题分析	(231)
第四部分 发展战略	
——山东省旅游产业竞争力提升之路	(253)
一、山东省旅游产业发展问题根源剖析	(253)
二、山东省旅游产业竞争力提升战略	(265)
三、山东省旅游产业竞争力提升策略	(295)
附录一 区域旅游产业竞争力指标重要性专家评判	(362)
附录二 关于山东旅游的调查问卷	(370)
参考文献	(373)

综合报告

旅游强省战略

——山东省旅游产业竞争力提升研究

一、概 述

旅游产业是现代区域经济体系的重要组成部分,以其特殊的产业地位被誉为“龙头行业”、“无烟工业”、“朝阳产业”,其对其他产业的关联带动性、对区域经济结构的优化作用、对城市和城乡一体化发展的推动效应以及低门槛和高就业率等特点,都已被实践证明,并为世界各国、各地方政府所认同。

山东省的现代旅游业始于改革开放。从 1978 年开始,山东省旅游产业从无到有,经过 30 年的发展,实现了从旅游事业到旅游产业的成功转型,完成了从量变到质变的飞跃,旅游产业从单一发展向注重数量质量综合效益的方向迈进。特别是近几年,山东省在“发展大旅游,开发大市场,建设大产业”的方针指导下,坚持“政府主导,市场运作,社会参与,部门联动”的发展战略,推动了旅游产业的快速发展并使之成为国民经济重要的支柱产业,也使山东省旅游收入总量跻身全国第六名,进入全国旅游行业的“第一梯队”。但是,在山东省旅游产业发展量的增长和质的提升背后,仍然存在着许多不足和关键性的制约因素。要完成省委、省政府提出的旅游强省战略目标和率先建成旅游强省的战略部署,实现旅游产业又好又快的发展,就必须从根本上解决各种制约因素,克服各种现实问题,并在宏观和微观两个层面上提出旅游产业竞争力提升的战略和措施。这是山东省加快建设质量效益型的旅游强省的必然要求。

同时,我们还面临着两个现实挑战:

一是旅游业区域竞争的日益加剧。旅游产业的重要性已经引起全国各地政府的广泛重视,旅游产业在全国得到普遍发展,旅游市场的供求关系已经开始进入买方时代,区域竞争成为必然。全国各地、各级政府也都在探讨竞争力提升的战略和措施,以期在旅游市场的激烈竞争中立于不败之地。在这种情况下,研究全省旅游产业竞争力的提升战略,也是山东省加快成为全国旅游行业“强中强”的必然要求。

二是当前正面临的世界性金融危机的不利影响。2008年下半年席卷全球的金融危机给国际旅游业以巨大打击。据世界旅游组织的相关信息,2008年全球国际过夜旅游人数为9.2亿~9.3亿人次,同比增长2%~3%(2007年比2006年增长5.6%);国际旅游收入8700亿美元,同比增长2%(2007年比2006年增长6.6%)。同时预测2009年国际过夜旅游人数的增长将不会超过2%,甚至可能出现零增长。国家旅游局也预测,2009年将是旅游业“最为困难的一年”,全国旅游的增幅将出现明显下滑。从以往的经验看,金融危机还将持续一段时间才能够走向复苏。

上述两个挑战都是现实的,我们研究旅游产业竞争力问题,也必然要回答如何应对挑战、如何选择“突围”和在逆境中求发展的问题,即要将应对眼前挑战与长期战略选择结合起来。这也必然影响到我们对未来发展战略的选择。但总体来说,旅游产业竞争力提升是一个长期战略,这种长期战略的选择不能受制于短期性、偶然性因素的影响,恰恰相反,具备一流竞争力的实体是能够在任何形势下生存和发展的,即使是在面临危机的形势下,也应该是危机中的强者。因此,我们研究全省旅游产业竞争力的提升,既适度考虑了当前正面临的全球金融危机的影响,又坚定地坚持竞争力提升和增强的基本规律。

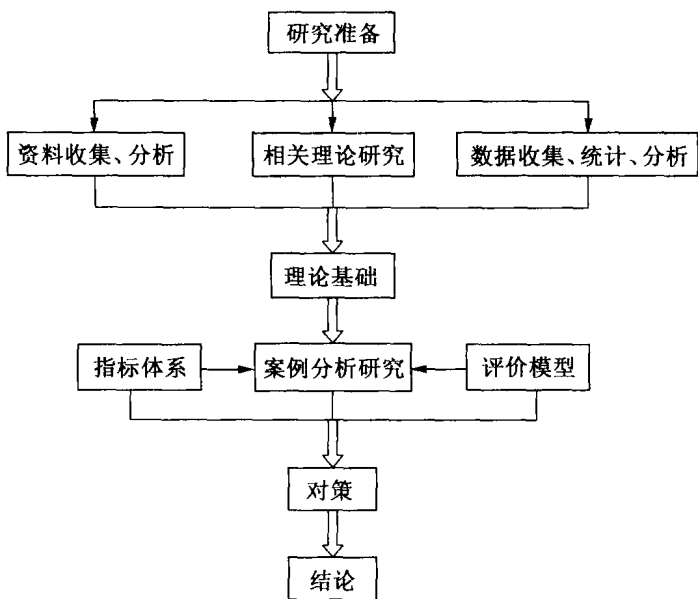
二、技术路线与方法

(一)技术路线

一是通过对国内外相关研究成果的总结与借鉴,建立山东省旅游产业竞争力模型和竞争力定量、定性评价指标体系,并运用模型和评价指标体系对山东省旅游产业竞争力进行定性、定量评价,科学地认识山东省旅游产业竞争力的状况。

二是确立山东省旅游产业发展的总体目标和具体目标,并在战略和策略两个层面提出系统的“旅游经济强省”的实现路径,在产品开发与升级、国际化、管理效益、支持与保障体系等方面提出具有可操作性的实施方案。

采用的技术路线如下图所示:



山东省旅游产业竞争力提升研究技术路线图

(二)研究方法

在坚持理论与实践相结合、中外相结合、历史发展与现状分析及未来趋势预测相结合的基本导向下,坚持采用以下研究方法:

1. 定性分析与定量分析相结合法

使用定性分析与定量相结合的分析方法,尽可能地减少旅游产业竞争力研究中的主观性。其中,定量指标尽可能采用最新的、权威的国家标准统计数据和专家评估数据,以做到数据取得详实、客观、全面。

2. 比较分析法

将山东省旅游产业置于全国旅游大体系中,通过综合对比山东与全国各省(市)在旅游产业竞争力方面的差距,明确山东省旅游产业在全国旅游体系中的竞争地位,并由此提出提升山东省旅游产业竞争力的对策。

3. 综合分析法

立足于中观产业层次,但鉴于宏观、中观、微观三方面的密切关联,即使对中观产业层面的分析,也会涉及微观的企业层面和宏观国家层面,这就要求我们综合地运用经济学、管理学、文化学等领域的知识和方法,全方位、多角度地对产业竞争力问题进行研究。

三、山东省旅游产业发展现状

(一) 山东省旅游产业发展业绩盘点

在过去 30 年山东省旅游产业发展力量积蓄和转型探索的实践中,山东省旅游产业发展规模逐渐扩大,旅游经济各项指标也居全国前列,实现了质与量的双重跨越。2007 年是山东省旅游产业发展的重要里程碑。

1. 旅游发展规模扩大,各项主要指标实现历史性跨越

2007 年山东省旅游业发展实现了国内旅游和入境旅游双“突破”。从改革开放到 2004 年,山东省国内旅游年接待量才超过 1 亿人次,2007 年 12 月伴随着上海市一名游客的到来,山东省年接待国内游客达到 2 亿人次,年接待量翻了一番,实现了山东旅游的第一个突破,这一突破用了从 2004~2007 年仅三年时间。2007 年 11 月,随着一名日本游客的到来,山东省接待入境游客达到 200 万人次,这是山东旅游实现的第二个突破,山东入境旅游第一个“百万跨越”耗时 20 年,2004 年山东首次实现年接待入境游客达到 100 万人次;而第二个“百万跨越”,也仅仅用了短短三年时间。入境旅游的跨越式发展,反映了山东省旅游产业国际竞争力和持续增长力的提高。

2. 山东省旅游产业发展相关指标数量、规模的绝对值有了明显增长

2007 年山东省实现旅游总收入 1652.1 亿元,相当于全省 GDP 的 6.38%,旅游总收入在全国排名第 6 位,比上年上升了一个位次。接待国内游客 2.034 亿人次,比上年增长 21.2%,在全国名列第 3 位,国内旅游收入实现 1550.8 亿元,比上年增长 27.6%。接待入境游客 249.64 万人次,比上年增长 29.2%,入境游客数量和入境旅游收入在全国排名第 7。入境旅游收入达到 135184.9 万美元,比上年增长 33.2%。区域旅游也得到了迅速发展,全省 17 城市中,国内旅游人数超过 1000 万元的有济南、青岛、淄博、烟台、潍坊、济宁、泰安、威海、日照、临沂 10 市,国内旅游收入超过 100 亿的有济南、青岛、烟台、济宁、泰安、威海、临沂 7 个城市。

3. 新形象彰显新魅力,新思路带动新产品,新创意促进新发展

2007 年,山东省根据日益多样化的旅游需求,针对入境游客的消费特征,加大了高端度假和文化体验产品的开发力度,为把山东打造成为重要的国际旅游

目的地,适时推出了“文化圣地,度假天堂”的全新旅游品牌形象口号,对山东省的旅游资源、产品以及服务进行了高度概括,对山东旅游的对外传播起到了积极作用。2007年12月,“好客山东”旅游品牌形象标识的推出,极大地改善山东旅游市场环境,推动了旅游资源向旅游现实生产力转化的进程。

在科学发展观的指导下,山东省形成了山水圣人、黄金海岸、逍遥游三大骨干旅游线路。在这三大骨干线路的统领下,根据国内外旅游消费升级的需求,进行旅游产品结构的优化调整,逐步开发了温泉旅游、湿地旅游、高尔夫旅游、葡萄酒旅游、休闲度假旅游等高端旅游产品、新业态产品,实施了以创建最佳旅游城市、中国优秀旅游城市、旅游强县、旅游强乡(镇)、旅游特色村为主要内容的“五级联动创优工程”。同时,围绕“好客山东”的旅游品牌推广,旅游行业广泛开展旅游行风建设,山东的旅游市场环境不断改善。2007年来鲁游客对山东旅游服务综合评价满意率达到了95.7%。

4. 全国最大的优秀旅游城市群应运而生,旅游产业要素优化提升

2007年启动的“五级联动创优工程”,使山东先后有济南等13个地级市曲阜等16个县级市共29个城市荣膺“中国优秀旅游城市”。这一“金字名片”总数跃居全国首位,建成了全国最大的优秀旅游城市群。随着“把山东建成旅游形象鲜明、特色突出、结构合理、环境优美、设施完善的中国重点旅游区、国际观光与休闲度假旅游目的地”目标的提出,旅游景区(点)、旅行社、酒店等旅游企业也有了显著发展。

首先,高级别的旅游景区(点)数量、规模不断扩大,开发水平不断提高,老景区(点)顺利实现升级换代,旅游项目精品不断涌现。其次,旅游企业集团化建设取得显著成果,旅游信息化建设大踏步迈进,旅游网络营销平台更加广阔。再次,旅游产业素质全面提升,旅游产业链条逐渐延伸,旅游综合效应愈发明显。

5. 旅游产业定位明确清晰,旅游产业发展环境更加优化

山东省是全国第一个也是目前唯一一个将旅游业定位为主导产业的省份。山东旅游围绕主导产业的定位进一步创新发展思路,加大了资源整合力度,大力开拓市场,深入推进旅游体制改革,提高旅游管理以及服务水平,使旅游产业发展环境更加优化,旅游基础、配套设施建设等硬环境以及旅游政策、管理机制、旅游诚信度、旅游服务质量、旅游发展氛围等软环境建设都取得了明显进步。

6. 2007年全省旅游工作会议推动旅游产业全速前进,三大专项旅游规划助推山东旅游深层次、高端化、科学性、多向度发展

2007年3月,山东省旅游工作会议在济南召开,会上特别指出:“今后一个

时期,山东省旅游业要把握机遇,突出重点,强化配合,落实政策,为旅游发展提供坚实保障,促进旅游业又好、又快发展。”2007年重点编制三部专项旅游规划——《山东省葡萄酒文化旅游规划》、《山东省温泉度假旅游专项规划》和《山东省乡村旅游指导规划》,强力推动全省旅游产业发展。

(二)山东省旅游产业要素比较分析

30年的发展,山东省旅游产业取得了丰硕业绩,但旅游产业发展还存在着宏观结构失调和微观利润偏低等突出问题。通过与其他省份的旅游产业要素的比较^①,可以进一步把握山东省旅游产业发展的基础和水平。

1. 星级饭店主要指标对比

在旅游总收入前10位的省(市)中山东的饭店数、房间数和床位数都居第5位,客房出租率居第1位,超过全国平均水平,这是山东省旅游饭店业发展的优势所在;但是山东星级饭店营业收入和固定资产均居第6位,营业税金排第7位,这在一定程度上说明旅游饭店业发展对山东经济的贡献率不高。

山东国有企业和私营企业的比例分别是44.9%和8.7%,旅游总收入排名比较靠前的江苏、广东、浙江等省国有企业所占比例分别是35.5%、23.9%、33.0%,私营企业所占比例分别为12.8%、18.8%、20.9%。这说明山东省国有企业改制的工作还要继续深化。高星级饭店所占比例为14.1%,客房数在500间以上的星级饭店所占比例山东仅仅为0.8%,这说明中小规模星级酒店仍然是山东旅游饭店业的主要接待力量,结构不合理,档次、类型单一仍是主要存在的问题。

2. 旅行社主要指标对比

从旅行社的数量看,截至2006年年底,山东旅行社总数居全国第1位,共有1640家,比排在第2位的江苏多237家,但是山东的国际旅行社数量相对较少,有86家,排在第3位,分别比排在第1位的北京和排在第2位的广东少119家和101家,这在很大程度上限制了山东省出入境旅游的发展。

从旅行社经营业绩看,虽然山东旅行社的数量在全国稳居第一,但在全国旅行社“双百强”中,山东只有1家国内旅行社(青岛联合假日旅行社有限公司)入选,且排名比较靠后,位于第72位。山东旅行社的外联能力较弱,接待入境

^① 由于受到统计工作滞后性以及调查难度的影响,2007年全国范围内大规模的旅游统计数据还存在缺失,于是本部分统一采用2006年度的旅游相关数据。同时,为使旅游产业要素之间的比较显得更有针对性和前瞻性,主要选取2006年全国旅游总收入的前十名省(市)——江苏(2284.3亿元)、广东(2120.2亿元)、北京(1803.7亿元)、上海(1730.1亿元)、浙江(1690.12亿元)、山东(1295亿元)、河南(1039.85亿元)、四川(979.57亿元)、辽宁(970.00亿元)、福建(810.74亿元)作为横向比较的主要依据。