

三峡地区

旅游产业竞争力研究

◎ 万先进 李鸿文 著



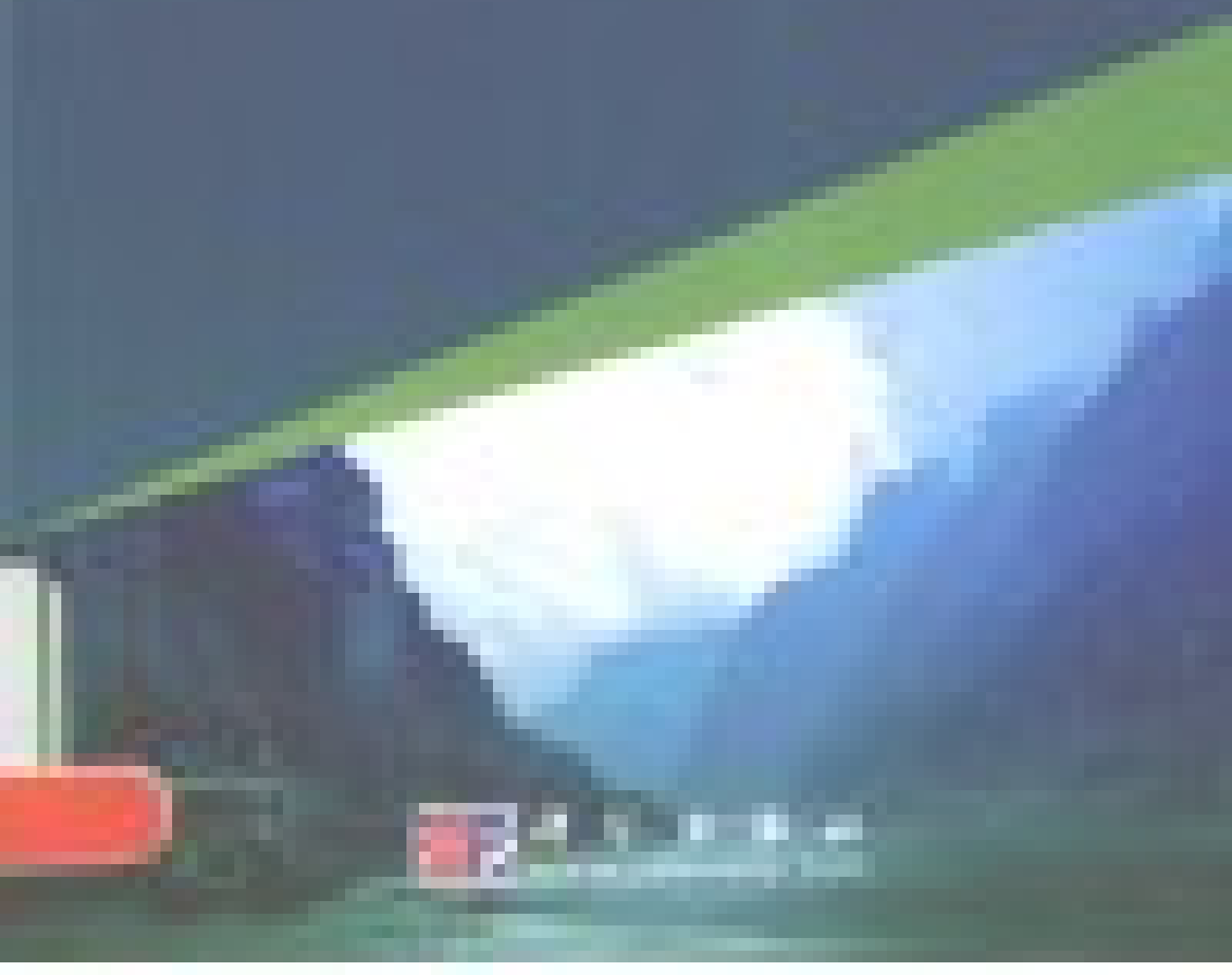
科学出版社

www.sciencep.com

三峡地区

经济地理学研究报告

王德明 王德明 著



三峡地区 旅游产业竞争力研究

万先进 李鸿文 著

科学出版社

北京

内 容 简 介

三峡旅游是中国旅游的“国线精品”，一直以来都是国内外游客关注的焦点。目前对三峡地区旅游业发展的研究内容较广，但鲜见从区域角度和产业经济学角度对三峡旅游状况及旅游产业竞争力的研究。本书是对三峡地区旅游产业竞争力长期研究的成果，分为三部分，共十一章。第一部分为理论篇，以深化读者对旅游竞争力的全面认识为内容；第二部分为现状篇，是以三峡地区旅游产业为落脚点，分析和评价其产业竞争力现状；第三部分为战略篇，在分析和评价三峡地区旅游产业竞争力现状的基础上，探讨如何提高该地区产业竞争力，并提出了一系列相关策略。

本文可为政府部门制定三峡地区旅游产业发展相关策略提供参考，也为国内外相关专业研究人员及高等学校师生等提供了一个了解三峡地区旅游产业竞争力的平台。

图书在版编目(CIP)数据

三峡地区旅游产业竞争力研究/万先进，李鸿文著. —北京：科学出版社，2007

ISBN 978-7-03-019719-1

I. 三… II. ①万…②李… III. 旅游业—经济发展—研究—三峡 IV. F592.763

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第129392号

责任编辑：张颖兵 / 责任校对：董艳辉

责任印制：高 嵘 / 封面设计：苏 波

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码：100717

<http://www.sciencep.com>

武汉大学出版社印刷总厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2007年8月第 一 版 开本：787×1092 1/16

2007年8月第一次印刷 印张：13 1/4

印数：1—1 500 字数：296 000

定价：28.00 元

(如有印装质量问题，我社负责调换)

前 言

自从布罗哈德和哈默提出“核心竞争力”的概念，麦克·波特发展了一般的竞争力理论模型以来，世界各地对此反应之积极和热烈，已使得对这一新型理论的研究和社会实践成为一种时代潮流。作为当今人类活动规模最大的旅游和旅游业，其竞争力问题自然成为世人关注的对象。这主要是因为，由旅游发展所带来的各种伴生性影响的广泛存在，使旅游和旅游业不仅是竞争力研究的前沿领域，而且其竞争力状况在很大程度上也是一个国家和地区经济发展程度的凸显。

三峡旅游是中国旅游的“国线精品”，是重庆与湖北共有的跨区域旅游线路。它一直是国内外游客关注的焦点，也是我国最具竞争力的旅游产品之一。然而，面对 21 世纪国内外日益激烈的旅游市场竞争，以及三峡工程建设带来的新三峡旅游格局，如今的三峡旅游竞争实力如何，三峡旅游给当地区域经济发展带来的影响又如何？这都迫切需要深入研究。这一课题的研究意义因此也不言自明。

本书编写目的旨在以本课题组成员长期以来有关旅游产业竞争力的研究为基础，通过对三峡地区旅游产业发展状况的直接观察，开展社会调查，组织小组会议研讨，充分利用可以得到的二手资料，以及借鉴国际上有关的比较研究途径和手段，汇集了三峡旅游竞争力发展的现状，并了解这些现状出现的背景，深入分析三峡旅游竞争力中存在的问题及其原因，从而探讨增强三峡旅游竞争力的发展方向和提升的可能途径。

目前对三峡地区旅游业发展的研究内容较广，但缺乏从区域角度和产业经济学角度对三峡旅游状况及旅游产业竞争力的研究。这主要是因为制约三峡旅游竞争力发展的现象众多，造成问题的原因错综复杂，类似的现象在各地的成因也并非全然相同，从而也没有经验可借鉴。就众多的具体问题而论，分析和解决起来更是千头万绪。但是本课题组在研究过程中的很多分析表明，所有这些问题的产生及克服和解决这些问题的可能途径，都与观念、认识和政策三个基本问题有关。

观念问题方面，虽然三峡地区发展旅游业都以增强综合实力为口号，但人们在思想深处仍为传统的发展观所左右，致使在行为上违背区域旅游整体协调发展原则的现象广泛存在。

认识问题主要表现在两个方面：一是人们对旅游和旅游业发展过程中，基础竞争资源没有有效的利用和充分的保护，其发展所带来的负面影响及其危害性后果没有充分的认知，对发展旅游业的最终目的也缺乏足够的认识，从而原有的基础竞争实力都丧失殆尽；二是对提升三峡旅游竞争力的有关管理思想和管理技术及其在实践中的应用缺乏必要的了解和认识，因此提升三峡旅游管理竞争力也变成有心无力。

政策问题方面，虽然三峡旅游竞争力是在市场经济条件下提出的，但政府对旅游业的发展也不能放任自流，将其完全交给市场去主宰，政府的政策及对旅游业发展的干预和调控是三峡地区实现增强竞争实力的关键。

基于以上认识和研究,本书分为三部分,共十一章。

本书第一部分为理论篇,包括第一至三章,以深化读者对旅游竞争力的全面认识为内容。为了实现这一目的,本部分在第一章概括了区域竞争力的相关概念、分析方法以及提升途径等;在第二章详细阐述了区域产业竞争力的内涵、影响因素和研究方法等;最后,在第三章重点解释旅游产业竞争力形成历史、发展模式、发展战略以及旅游产业结构。

本书的第二部分为现状篇,包括第四至七章,是以三峡地区旅游产业为落脚点,分析和评价其产业竞争力现状。第四章是三峡地区旅游产业的概况,在对改革开放以来三峡旅游产业的发展历程、发展特点以及所取得的成就进行归纳性综述的基础上,对调研过程中所发现和收集的三峡旅游竞争力发展的问题及其表现进行了汇总和类别划分;第五章在第四章的基础上,对三峡旅游的区位优势竞争力、交通设施竞争力、人力资源竞争力和生态环境竞争力等基础竞争力进行全面的分析和评述,指出了三峡旅游基础竞争力都具有一定的先天优势,然而在实际的旅游可持续发展过程中没有很好地开发和利用,不仅没有凸显出其竞争优势,也使得原有优势逐渐丧失;第六章分析和评价了三峡旅游资源竞争力,着重分析了三峡地区的资源类型、结构特征,并对三峡旅游资源等级进一步评价,指出了三峡地区地理环境的地域差异性,产生了不同的地域组合规律和社会历史文化差异,形成独具吸引特色的自然、人文和社会旅游资源,资源等级分布也颇为合理,三峡旅游资源极具比较优势;第七章讨论三峡旅游管理竞争力,分别从旅游行政管理、景观业管理、旅游饭店业管理、旅行社业管理、长江游船业管理五个方面着手,分析三峡旅游管理中存在的问题,对增强三峡旅游管理综合竞争力进行了评价。

本书的最后一部分为战略篇,包括第八至十一章,在分析和评价三峡地区旅游产业竞争力现状的基础上,探讨如何提高该地区旅游产业竞争力,并提出了一系列相关策略。其中,第八章提出了政府主导型发展战略,论述政府的作用不容忽视,尤其是区域旅游产业的发展更需要各级政府和相关部门站在宏观角度,审时度势、统筹安排,使区域旅游产业竞争力不断得以提升,朝着有利于区域和国家经济发展的方向有序地发展,并针对三峡地区具体情况,分析了区内各级政府和行业主管部门在提升该地区旅游产业竞争力中应扮演的角色;第九章着眼于三峡地区旅游业发展战略定位,指出三峡旅游产业的目的是将三峡地区建设成以新三峡为品牌,以自然生态观光和人文览胜为基础,以休闲度假和民俗体验为主体,以科考探险和体育竞技为补充,融生态化、个性化和专题化旅游为一体的可持续发展的世界级旅游区;第十章主要探讨产业布局与产品开发,为提升三峡地区旅游竞争力提出了具体的实施途径,讨论了三峡地区旅游产业的未来空间发展主要依赖于整个区域空间的“两极、三轴、四区、四带”旅游骨架,在此基础上通过不同层次的中心地体系和交通体系,使其向网络式旅游空间结构体系发展;第十一章提出了区域合作对提升三峡地区旅游产业竞争力的必要性和原则,以及区域合作的基本框架。

本书由万先进和李鸿文共同完成,其中李鸿文负责第三章、第六章、第九章、第十章的撰写工作,其余部分由万先进撰写。此外,万先进还负责全书的计划、设计、统稿

和定稿等工作。

在本项目开展期间，得到了很多组织机构和个人的广泛支持，这些令人至为感激的支持对于我们工作的开展是必不可少的。在此，我想表达对我们课题组成员最诚挚的谢意。同样，我还感谢我的家人、学生和同事，以及所有在本书写作和出版过程中提供了默默而有力的支持的人。

由于我们水平有限，调查研究也不够充分，书中缺陷在所难免，殷切希望同行专家和广大读者不吝指教。

万先进

2007 年春于武昌

目 录

前言

绪论	1
第一节 研究背景与意义	1
一、旅游产业迅猛发展,区域竞争日益加剧	1
二、旅游产业的特点与旅游区域竞争力	2
三、研究三峡地区旅游产业竞争力的意义	3
第二节 国内外相关研究及进展	5
一、国外研究现状	5
二、国内研究现状	5
三、对国内外研究现状的评述	6
第三节 研究思路与基本框架	7
第四节 研究方法	8

理论篇——区域竞争力相关理论

第一章 区域竞争力	11
第一节 区域竞争力的概念	11
一、区域竞争力的定义	11
二、区域竞争力的主要特征	13
三、影响区域竞争力的要素	15
第二节 区域竞争力的分析方法	17
一、区域竞争力的分析模型	17
二、区域竞争力评价指标体系	22
第三节 提高区域竞争力的途径	27
一、加强政府的领导作用	27
二、优化区域产业结构	28
三、发展产业集群	28
第二章 区域产业竞争力的理论与分析方法	31
第一节 区域产业竞争力的内涵与特征	31
一、研究区域产业竞争力的意义	31
二、区域产业竞争力的内涵	31
三、区域产业竞争力的基本特征	32
第二节 区域产业竞争力的影响因素与研究途径	34
一、区域产业竞争力的影响因素	34
二、区域产业竞争力的研究途径	37
第三节 区域产业竞争力的评价方法	39
一、选取方法的原则	39
二、常用评价方法介绍	40

第三章 旅游产业竞争力	43
第一节 旅游产业的特殊性质	43
一、旅游产业的行业特性	43
二、旅游产业生产的基本性质	44
第二节 旅游产业竞争力类型划分	46
一、超前型与滞后型	46
二、市场型与政府主导型	46
三、延伸型与推进型	47
第三节 我国旅游产业发展战略	48
一、我国制定旅游产业发展战略的意义	48
二、我国制定旅游产业发展战略的原则	50
三、我国旅游产业发展战略的主要内容	51
第四节 旅游产业结构	53
一、旅游产业结构的含义	53
二、旅游产业结构的优化	54
三、旅游产业所有制结构	55
四、旅游产业行业结构	56
五、旅游产业区域结构	57
六、旅游产业生产组织结构	59

现状篇——三峡地区旅游产业竞争力现状分析与评价

第四章 三峡地区旅游产业概述	65
第一节 三峡地区旅游产业发展回顾与展望	65
一、三峡地区旅游资源概况	65
二、三峡地区旅游产业的发展历程	66
第二节 转型期三峡旅游的新特点及发展优势	72
一、三峡工程建设对三峡旅游发展的影响	72
二、转型期三峡旅游的新特点	74
三、从九畹溪现象看三峡旅游对三峡地区经济发展的带动作用	78
第三节 三峡旅游产业发展存在的问题	80
一、区域旅游未能实现有机整合	80
二、三峡品牌缺乏有效保护	80
三、旅游市场管理混乱	81
第五章 基础竞争力现状与评价	83
第一节 区位优势竞争力现状与评价	83
一、三峡地区区位条件概况	83
二、三峡地区区位优势竞争力简评	85
第二节 交通设施竞争力现状与评价	85
一、三峡地区交通条件概况	86
二、三峡地区交通设施竞争力简评	87
第三节 人力资源竞争力现状与评价	88

一、人力资源现状概述	89
二、三峡地区人力资源竞争力简评	90
第四节 生态环境竞争力现状与评价	90
一、三峡地区生态环境概况	91
二、三峡地区生态环境竞争力简评	92
第六章 资源竞争力现状与评价	93
第一节 资源类型分析	93
一、资源存量巨大, 类别齐全	93
二、地文景观奇特天成	94
三、水域风光世所罕见	96
四、生物景观魅力无比	97
五、古迹与建筑叹为观止	98
六、休闲求知健身引人入胜	99
七、购物品类独具地域特色	100
第二节 结构特征分析	101
一、点状分布, 线性联结, 块网整合	101
二、资源藏量丰富, 区域特色突出	102
三、资源组合独特, 季节变迁明显	102
四、资源品位一流, 文化沉积深厚	103
五、峡谷高度富集, “神女” 个性鲜明	104
六、空间布局集中, 开发潜力巨大	104
第三节 旅游资源等级质量评价	105
一、旅游资源等级质量评估因子	105
二、旅游资源等级质量评估指标体系	105
三、旅游资源等级质量评估指标量化标准	105
四、旅游资源等级质量评价结果	108
第七章 旅游管理竞争力现状与评价	110
第一节 旅游行政管理竞争力现状与评价	110
一、三峡地区行政管理概况	110
二、三峡地区行政管理竞争力简评	111
第二节 旅游景观业管理竞争力现状与评价	112
一、三峡地区旅游景观业管理概况	112
二、三峡地区旅游景观业管理竞争力简评	113
第三节 旅游饭店业管理竞争力现状与评价	115
一、三峡地区旅游饭店业管理概况	115
二、三峡地区旅游饭店业管理竞争力简评	115
第四节 旅行社业管理竞争力现状与评价	119
一、三峡地区旅行社业管理概况	119
二、三峡地区旅行社业管理竞争力简评	119
第五节 长江游船业管理竞争力现状与评价	122
一、长江游船业管理概况	122
二、长江游船业管理竞争力简评	123

战略篇——提升三峡地区旅游产业竞争力对策研究

第八章 实施政府主导型发展战略	129
第一节 实施政府主导型战略的必然性和必要性	129
一、旅游产业自身的特性要求实施政府主导型战略	129
二、政府主导型战略具有较强的实用性	130
三、三峡地区旅游产业实施政府主导型战略的必要性	131
第二节 政府主导的领域	133
一、宏观决策管理	133
二、服务管理	138
三、监督管理	142
第九章 发展战略与目标	144
第一节 三峡地区旅游产业发展定位	144
一、总体定位	144
二、产业定位	144
三、形象定位	144
四、产品定位	144
五、市场定位	145
第二节 三峡地区旅游产业发展战略	146
一、总体发展思路	146
二、具体实施战略	146
第三节 三峡地区旅游产业发展目标	149
一、建立可持续旅游产业	149
二、实现支柱产业目标	152
三、为库区移民安置提供就业岗位	154
第十章 产业布局与产品开发	156
第一节 旅游发展空间结构	156
一、培育“两极、三轴、四区、四带”旅游空间骨架	156
二、构建区域内部旅游网络系统	161
三、培育两大区域分流的城市	165
四、培育六个区域内部旅游中心城市	165
五、培育三十余个区域内部目的地旅游城市	165
第二节 旅游支柱产业培育	166
一、游船业的培育	166
二、旅行社业的培育	168
三、餐饮住宿业的培育	168
四、旅游商品生产与供应业的培育	169
第三节 产品开发与线路设计	169
一、三峡地区旅游产品现状	169
二、旅游产品体系构建	170
三、区域旅游产品(组合)开发	170
四、区域旅游线路设计	183

第十一章 加强区域合作	186
第一节 区域旅游合作的必要性与原则	186
一、区域旅游经济合作的必要性	186
二、区域旅游经济合作的原则	187
第二节 区域旅游分工与协作要素	188
一、区域旅游分工与协作的内部条件	188
二、区域旅游分工与协作的总体目标	189
三、区域旅游分工与协作的机制建设	189
四、区域旅游分工与协作的主要领域	190
第三节 区域分工与协作政策框架	193
一、投资与税收政策框架	193
二、规范区域内部竞争政策	193
三、制定区域联合发展政策	194
参考文献	195
后记	199

绪 论

第一节 研究背景与意义

在世界经济持续繁荣的背景下,各国旅游产业快速发展。我国旅游产业随着改革开放的深入和社会经济的繁荣,也有了长足的进步。改革开放之初,我国旅游产业以外事接待为主,产业规模小,更谈不上现代企业管理和科学有效的产业政策体系。此后近三十年,随着国内经济的迅猛发展和人民生活水平的提高,旅游已成为人们生活需求的一个重要内容,旅游产业规模得以迅速扩大,已经成为国民收入的重要来源和解决就业的重要渠道。然而,旅游产业是易受外界因素影响、稳定性较差的产业。为了推动旅游产业的持续发展,许多地区已经把旅游产业作为本地区的支柱产业、先导产业或重要产业来加以扶持和重点研究,旅游企业管理和政府主管部门的产业政策都在不断趋向科学,当前我国旅游产业正呈现出蒸蒸日上的发展态势。

一、旅游产业迅猛发展,区域竞争日益加剧

在1998年11月召开的中央经济工作会议上,中共中央和国务院做出了把旅游产业列为国民经济新的增长点的决策,为旅游产业在新世纪的发展奠定了重要的发展基础。自1999年起,我国各地发展旅游产业的积极性空前高涨,为旅游产业的成长积极创造条件,例如,四川、陕西、广西等省区的主要领导亲自带队,深入旅游景区及企业进行调研和现场办公,解决了一系列影响旅游产业发展的实际问题;广东、江苏两省率先研究并实施国民旅游计划;浙江、北京等省市探索实施旅游信贷制度;成都等地制定了旅游创汇奖励办法等。国家有关部门也加大对旅游产业发展的扶持力度,加大旅游投融资政策扶持力度:一是积极运用财政性资金加强旅游基础设施建设和旅游宣传促销,吸引更多的社会资金;二是鼓励旅游企业进入资本市场,积极争取证券化融资;三是开拓利用外资新途径,在充分利用各种贷款的同时,大力吸引外资投资。以上举措在获得显著成效的同时,也为我国旅游产业下一步的发展奠定了坚实的基础。

我国旅游产业在供给和需求的双向拉动下规模不断扩大,面临新的考验和挑战。随着旅游产业的经济作用为更多的地区政府和企业所认识,旅游投资和开发的热情日益高涨,客源争夺越来越激烈,旅游企业的利润率普遍降低,我国旅游产业呈现宏观结构失调与微观企业利润普遍降低的状况。之所以造成这种状况,一方面是由于竞争的加剧和区域竞争主体间良性竞争秩序的缺乏;另一方面,旅游产业自身的经济效益以及对国民经济的关联带动作用促使各省、市和地区日益重视各自旅游目的地的角色,并投入大量的劳动力和资金来加强其旅游形象和吸引力,各种投资优惠政策相继出台,进一步刺激了各地旅游投资的热情。由于旅游产业天然具备的地域空间特征,旅游区域成为旅游产

业中重要的一环,旅游产业内的竞争首先体现为目的地区域之间的竞争,大面积的产业投资增长和有限度的市场需求增长导致的直接结果是各旅游区域间竞争日益激烈。此外,航空公司、旅行社、饭店、景区及其他旅游服务供给者之间的竞争,是以旅游者在不同旅游目的地之间已经做出了选择为前提的。

截至目前,我国绝大多数省、市、自治区已将旅游产业确定为当地经济支柱产业,其下属的地区大多也将旅游产业列为优先扶持发展的产业,这一“旅游主导产业热”无疑导致激烈的区域竞争。各地区旅游资源的大规模开发和景点、景区的大量营建,使得旅游产业逐渐成为区域支柱产业或区域经济新的增长点。但与此同时,在区域开发模式上的模仿心态和消费示范作用,再加上有限度的市场需求增长,造成的直接后果就是旅游产业呈现出群雄角逐的激烈竞争局面,区域竞争日益白炽化。

二、旅游产业的特点与旅游区域竞争力

由于旅游活动具有空间位移的特征,旅游产业的发展必然与一定的地域空间结构相联系,表现出一些产业空间特点,这些特点决定了旅游产业区域竞争力存在的必然性及所具有的特点。

首先,旅游资源的不可移动性决定了旅游产业具有地域垄断性。旅游产业最重要的资源——旅游吸引物不能在区域间自由流动,这意味着旅游吸引力一旦生成将永久地固定在该区域的地理范围内,旅游投资也很难抽资转移到其他区域。同时,旅游者要购买和消费某区域的旅游产品,必须亲自到目的地,因此而发生的除进入目的地的运输以外的一切消费都将作为一种外界经济注入流入该区域的经济体系。这种特性客观上助长了地方利益的膨胀,各区域经济主体都试图利用本区域内旅游资源的垄断性吸引投资、带动消费,扩大本区域经济规模。上述特点决定了区域成为旅游产业竞争中利益主体的必然性。

其次,旅游吸引物之间具有的共性决定了相邻旅游区域间相互影响,形成近邻效应。旅游吸引物在吸引向性及功能上都同时具有共性和独特性,只是不同类型的旅游吸引物,其独特性和共性的程度不同。例如,名山和古迹的独特性往往比较强,而溶洞、沙滩和游乐场则共性较强,游客往往在游览了一处典型溶洞景观后就不再对另一地的溶洞有很大兴趣,但游览了黄山并不会影响其对泰山的兴趣。吸引物所具有的共性是导致近邻效应的主要原因。近邻效应分为正效应和负效应,若资源个体的吸引力因其他个体在其附近出现而加强,即为正近邻效应,这可能是由于共性较大的资源形成规模效应,使信息流增强从而形成鲜明的大区域形象,进而带动大区域内各子区域的市场号召力;反之若由于共性较大的资源个体在相邻地区出现,使得个体之间产生空间竞争,分流游客,从而使吸引力相互抑制,这即为负近邻效应,又称屏蔽效应(保继刚等,1999)。旅游产业的这种近邻效应,使得区域旅游产业的规划和发展不能忽视相邻区域旅游产业的情况,必须充分考虑到大区域内的产业竞争与协作。

第三,旅游产业具有高度的综合性,决定产业发展的因素是全方位的。过去旅游产业基本是以资源为决定因素,认为只要有资源优势,就能实现经济收益。而在目前的经

济环境下,必须将资源通过加工变成社会产品或服务,使产品和服务顺利进入市场并且为消费者所购买,才能实现其资源的经济化过程。这其中资源以外因素所起的作用已经大幅增长。因此,区域旅游产业竞争力已不能以旅游资源这一个因素盖以蔽之,而必须是多因素多指标的综合分析。

上述旅游产业的地域垄断性、近邻区域的相互影响性以及产业的多因素相关性,决定了各区域旅游产业之间具有一定的竞争关系,而竞争力是受众多因素影响的。要获得竞争力,就要系统把握这些因素的作用机理和重要程度。

三、研究三峡地区旅游产业竞争力的意义

三峡库区系指按照位于宜昌县中堡岛的三峡大坝蓄水 175 米方案,因水位升高而受淹没影响的有关行政区域。根据测算,受三峡工程淹没直接影响的区域共计 20 个县、市、区,即湖北省宜昌市所辖的宜昌县、秭归县、兴山县,湖北省恩施土家族苗族自治州所辖的巴东县,重庆市市区和重庆市所辖的万州区、涪陵区、渝北区、巴南区、长寿区、江津区、丰都县、武隆县、忠县、开县、云阳县、奉节县、巫山县、巫溪县,石柱土家族自治县。

三峡地区泛指以三峡库区为中心,以三峡为纽带,集合地理环境相似、社会经济发展水平相当、人文风俗相近的几个行政区划而形成的一个相对独立地理单元的经济社会系统。地域范围北至大巴山,中经巫山,南至武陵山,由四川盆地东南边缘地、渝东平行岭谷地、鄂西山地三部分组成,主要涉及整个重庆以及湖北西部的宜昌市、恩施自治州等地,国土面积约 14 万平方公里,人口约 4090 万。三峡地区地理位置如图 0-1 所示。

三峡地区位于中国腹地,它东依湖北“鱼米之乡”,西靠四川“天府之国”,其农业资源、水能资源、矿产资源和旅游资源等十分丰富,是长江上游经济带的重要组成部分,在促进长江沿江地区的经济发展和西部大开发进程中具有十分重要的战略地位。

三峡地区主体位于我国经济不发达的西部地区,其中虽不乏经济水平较好的县(市)区,但三峡地区整体经济水平较低。长期以来,由于三峡工程的反复论证以及历史原因,国家和地方对该地区的投入不足,导致三峡地区经济发展水平在全国处于相对落后的地位,各种资源和地域优势得不到充分发挥,区域经济结构比较单一,三峡地区的产业发展受到原有基础条件的制约,面临诸多矛盾和困难。

2006 年,三峡工程已顺利实现蓄水、通航、发电三大阶段性目标,三峡地区的移民搬迁任务也已基本完成,经济发展已成为国计民生的“重中之重”。在新形势下,合理配置三峡地区旅游资源,不断提升三峡地区旅游产业竞争力,是充分发挥旅游产业联动作用的关键。

三峡工程蓄水后,三峡地区旅游产业所面临的市场竞争强度更加激烈、手段将更加多样和复杂。因此,积极参与市场竞争将是三峡地区旅游产业的必然选择。那么,如何参与竞争、驾驭竞争?如何在竞争中获取和保持竞争优势?这正是笔者非常关注的问题。

三峡工程是我国跨世纪的重点工程,具有十分显著的防洪、发电和航运等多种综合效益,对于整个长江流域乃至全国的可持续发展都具有重要的战略意义。在关注三峡工

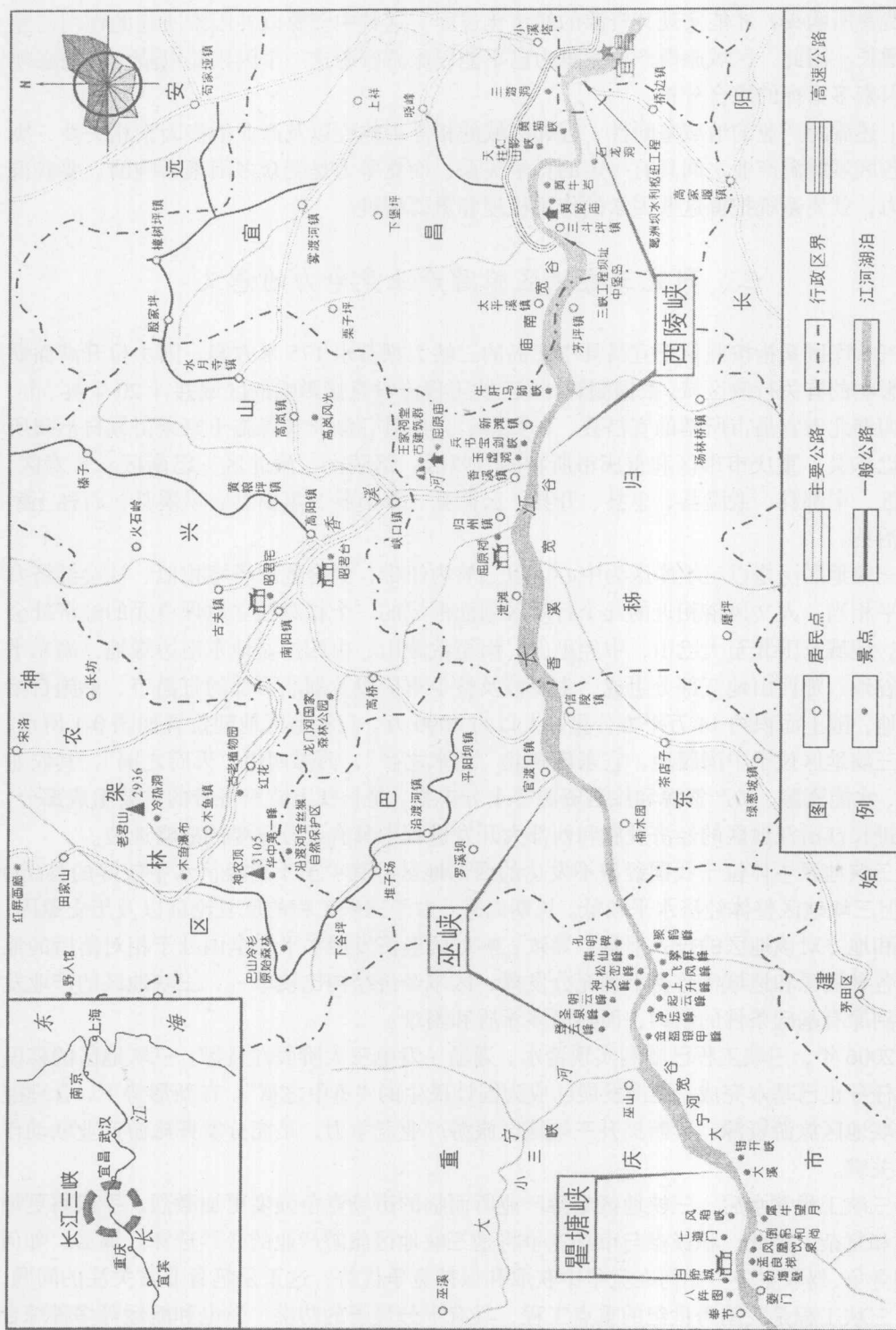


图 0-1 三峡地区地理位置

程建设的同时,随着工程兴建而成形的三峡地区旅游产业能否实现可持续发展就显得十分重要和突出了。三峡地区人口密度大、环境的人口承载力低,是集大面积区域性贫困和生态环境脆弱性为一体的经济和社会发展极不发达地区。一方面,这样的一个特殊区域有着与众不同的政策机遇;另一方面,又有国家严格的环保政策限制。在我国旅游产业由粗放式增长到集约式增长、由规模经济向系统经济的转变的形势下,如何提升三峡地区旅游产业竞争力,为产业的后续增长提供理论分析框架以指导实际,意义重大。

第二节 国内外相关研究及进展

一、国外研究现状

国际上对旅游产业竞争力领域的研究始于20世纪80年代,较多地从旅游地客源竞争的角度出发,侧重市场定位、目的地形象塑造、可持续发展与竞争力等,其中又以案例研究(case study)居多。如《东南亚旅游目的地竞争力分析》(Pearce D G, 1997),《国际旅游产业竞争力:一个理解和分析的框架》(Ritchie J R B, Crouch G I, 1993)等。最近几年旅游竞争力研究受到了广泛关注。1993年在阿根廷举行的Aiest会议专门探讨了旅行目的地的竞争力问题,这次会议提高了旅游研究者对该课题的关注程度,旅游目的地的竞争力研究成为学术探讨的热点。后又经过几年的征稿、编辑和酝酿,国际权威旅游研究期刊——Tourism Management在2000年第21卷第1期专刊探讨旅游竞争力问题。该刊刊发了多篇旅游竞争力的研究成果,分别从环境及可持续发展、价格竞争力、人力资源、综合质量管理和市场营销等多个方面进行论述。由于旅游目的地是旅游系统的核心因素,目的地竞争力一直是国外旅游研究的重要部分,对旅游产业竞争力的研究,主要以旅游目的地的竞争力研究为着眼点,其研究内容主要包括目的地旅游竞争力影响因素分析、目的地旅游竞争力的测量、不同目的地旅游竞争力的比较等。

二、国内研究现状

我国在旅游产业竞争力领域的研究始于20世纪90年代,且成果非常零散,尚未形成完整的理论思想体系。其中的先行者当数杨森林、郭鲁芳等,他们在1996年出版了一本专著——《中国旅游业国际竞争策略》,从我国旅游产业参与国际竞争的角度进行研究,对竞争力问题进行了研究,提出了一些策略建议,但书中对旅游产业竞争力的概念仅从字面上进行理解,缺乏深入研究。1998年,王大悟在《中国旅游业竞争态势的思辨与分析》一文中,对旅游产业市场竞争中存在的问题,从八个方面进行了辨析,提出了促进我国旅游产业实现有序竞争、适度竞争和质量竞争的对策建议。1999年,黎洁、赵西萍在《论国际旅游竞争力及其阶段性演进》一文中,借鉴了波特的“国家钻石”模型和竞争阶段理论,对我国的旅游产业国际竞争力进行了分析。

2000年以后,关注旅游产业竞争力问题的学者开始增多,如张明清和刘超的《旅游产业国际竞争力的理论思考与竞争态势分析》、魏小安的《中国旅游业发展目标与知识化