

内蒙古财经大学学术文库·第一辑

内蒙古自治区 县域旅游区位条件分析 及旅游竞争力评价研究

Analysis on the location condition
of the country tourism economy Inner
Mongolia Autonomous Region
and the evaluation of tourism competitiveness

李文龙 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

内蒙古自治区 县域旅游区位条件分析 及旅游竞争力评价研究

Analysis on the location condition
of the country tourism economy Inner
Mongolia Autonomous Region
and the evaluation of tourism competitiveness

李文龙 / 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

内蒙古自治区县域旅游区位条件分析及旅游竞争力评价研究/李文龙著. —北京: 经济管理出版社, 2017. 1

ISBN 978 - 7 - 5096 - 4191 - 0

I. ①内… II. ①李… III. ①县域—旅游业发展—研究—内蒙古 IV. ①F592.726

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 304063 号

组稿编辑: 王光艳

责任编辑: 赵晓静 许 兵

责任印制: 黄章平

责任校对: 王 森

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 11.25

字 数: 223 千字

版 次: 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 4191 - 0

定 价: 48.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

20 世纪 90 年代以来，中国旅游业得到迅猛发展，县域作为中国行政体系的重要一环，蕴藏着相当大的旅游发展潜力。而且规模适当、功能完备的县域特点决定了县域旅游比较容易达到一定规模。只要县域旅游发展得当，无疑会有力地拉动地方经济的持续增长；在县域旅游业发展过程中旅游区位的优劣发挥着重要的作用，不仅能为县域旅游资源开发及旅游业发展规划提供依据，而且也是县域旅游业可持续发展的重要基础。

本书从旅游区位理论入手，系统阐述了区位、旅游区位及其相关理论，并对其进行了系统、全面的分析和阐述，确定了旅游区位的主要内涵及内容，其包括旅游资源区位、旅游交通区位、旅游市场区位、旅游经济区位四个方面；以此理论为基础，再结合对内蒙古自治区县域旅游区位分析与旅游竞争力评价的实例研究，来揭示旅游区位因素影响县域旅游业发展的机制，这是一个从理论到实践的研究过程。最后，通过对内蒙古自治区县域的旅游区位状况进行定性与定量分析，将旅游区位理论与样区实际状况相联系并加以应用，将内蒙古自治区县域竞争力分成四个等级。根据不同的等级，提出了相应的对策。这不仅为全面提升内蒙古自治区县域旅游竞争力奠定了理论基础，而且也为加快内蒙古自治区旅游业发展提供了一定的借鉴意义。

目 录

第1章 绪论	1
1.1 选题背景与意义	1
1.1.1 选题背景	1
1.1.2 选题意义	2
1.2 国内外研究现状	3
1.2.1 国外研究现状	3
1.2.2 国内研究现状	5
第2章 相关概念与理论基础	7
2.1 相关概念	7
2.1.1 潜力	7
2.1.2 区位	9
2.1.3 区位理论分析	10
2.1.4 区位理论在旅游的应用	11
2.2 旅游区位	16
2.2.1 旅游资源区位	17
2.2.2 旅游市场区位	18
2.2.3 旅游交通区位	19
2.2.4 旅游经济区位	19
2.3 区域旅游发展模式的类型	19
2.3.1 区域旅游	19
2.3.2 区域旅游发展类型	20
2.3.3 区域旅游业竞争力	21
2.3.4 区域旅游业发展潜力	22

2.3.5 旅游业发展潜力与旅游业竞争力的关系	24
2.4 区域旅游发展相关理论	25
2.4.1 旅游系统论	25
2.4.2 旅游地域系统模型	27
2.4.3 旅游空间相互作用理论	30
第3章 内蒙古自治区区域概况	32
3.1 地理位置	32
3.1.1 内蒙古自治区地理位置及行政区划	32
3.1.2 各盟市地理位置及县级行政区划	32
3.2 自然条件概况	41
3.2.1 地质与地貌	41
3.2.2 气象气候资源	45
3.2.3 水文及水资源	50
3.3 社会经济概况	53
3.4 旅游发展现状	63
3.4.1 内蒙古自治区旅游业发展现状	63
3.4.2 各盟市旅游业发展现状	67
第4章 内蒙古自治区旗(县、区)旅游区位条件分析	73
4.1 旅游资源区位分析	73
4.1.1 内蒙古自治区旅游资源概况	73
4.1.2 旅游资源分析与评价	83
4.2 旅游交通区位分析	94
4.2.1 道路通达性	94
4.2.2 道路多样性指数	99
4.3 旅游经济区位分析	103
4.3.1 旗(县、区)旅游经济联系强度	103
4.3.2 旗(县、区)第三产业占总产业的比值	108
4.4 旅游市场区位分析	112
第5章 内蒙古自治区县域旅游竞争力评价	118
5.1 评价指标体系的构建	118
5.1.1 旗(县、区)旅游竞争力的科学内涵	118

5.1.2	旅游竞争力的构建原则	118
5.1.3	评价指标体系的构建	119
5.2	层次分析方法	120
5.2.1	层次分析法的基本原理	120
5.2.2	权重计算结果	121
5.2.3	评价方法与步骤	122
5.2.4	内蒙古自治区旗(县、区)旅游竞争力分值的计算	123
5.2.5	评价结果	144
第6章	提升内蒙古自治区县域旅游竞争力的对策研究	145
6.1	基于潜力评价的发展对策	145
6.1.1	一级竞争力旗(县、区)旅游发展提高对策	145
6.1.2	二级竞争力旗(县、区)旅游发展提高对策	147
6.1.3	三级竞争力旗(县、区)旅游发展提高对策	147
6.1.4	四级竞争力旗(县、区)旅游发展提高对策	148
6.2	进一步提高内蒙古自治区旅游竞争力的方略	149
6.2.1	转变思想,树立“大旅游、大市场、大产业”的观念	149
6.2.2	注重旅游文化方面的挖掘,加快推进内蒙古自治区县域旅游精品战略和资源整合步伐,着力打造龙头旅游景区	150
6.2.3	加大宣传力度,展示内蒙古自治区旅游形象	150
6.2.4	加强旅游信息化建设	150
6.2.5	突出主题,打造知名旅游节庆活动	151
6.2.6	发挥内蒙古自治区区位优势,围绕优势旅游产品,扩大区域合作	151
6.2.7	依托内蒙古自治区旅游商品,打造草原文化旅游商品之都	151
6.2.8	加大旅游软件的投入,提高旗(县、区)旅游服务水平	152
6.2.9	加强旅游生态环境保护,走旅游可持续发展道路	152
第7章	结论与讨论	154
7.1	内蒙古自治区县域(101个旗、县、区)相关研究的归纳总结	154
7.2	内蒙古自治区县域(101个旗、县、区)旅游区位条件分析	154
7.3	内蒙古自治区县域综合评价指标体系的构建	155
7.4	内蒙古自治区县域旅游竞争力的综合评价结果	155

7.5 提升内蒙古自治区县域旅游竞争力的对策研究	156
附录	157
参考文献	168

第 1 章

绪 论

1.1 选题背景与意义

1.1.1 选题背景

20 世纪 90 年代以来,世界旅游业得到迅猛发展,成为人们经济生活和文化生活中不可忽视的组成部分。县域旅游业近年来在我国也得到了迅速发展,这也是我国旅游业发展热潮的体现。随着旅游业的不断发展,县域旅游规划也逐渐得到了相关部门的重视。在县域旅游规划发展中,旅游区位的应用一直是旅游开发规划中的一个重要问题。区位研究一直以来是在地理学与经济学研究的范畴里,它是区域研究的重要内容。旅游业作为一个与地理学和经济学联系非常紧密的产业,对其区位因素的研究与分析,必然会深刻影响当地旅游业的发展。

县域旅游业的发展都是以一定区域条件为基础的,区域的区位条件状况在很大程度上会决定当地旅游业的发展。例如,县域内的旅游资源布局、交通优劣、经济发展快慢等区位因素,都影响县域旅游业的发展。具有区位优势县往往能够得到快速发展。由此可见,旅游区位条件的不同影响着县域旅游业发展,旅游业的发展离不开对旅游区位的研究。

旅游区位的研究是以区位理论为基础的,区位理论的发展经历了传统的农业区位理论阶段、工业区位框架阶段,现阶段更注重研究的是交通运输区位理论、商业区位理论等。虽然区位理论在地理学家和经济学家的共同努力下取得了巨大的发展,但区位理论在旅游业中的研究显得有些不足,在旅游业中的应用更显得不足。究其原因主要是由于旅游业是一个综合性的产业,它所包含的因素较多

(吃、住、行、游、购、娱)。而研究者研究因素的角度不同,结论当然有所不同,也充分地反映出我国旅游区位的研究还处于初期,理论基础薄弱,并未形成科学的旅游区位理论体系,能否将旅游区位理论体系进行补充、发展与完善,并且成功地利用到旅游业发展中来,成为地区旅游业发展的一块基石,是尤为重要的一个课题。

1.1.2 选题意义

以旅游区位理论为研究基础,通过对旅游区位因素定性与定量的分析、总结与评价,确定出县域旅游发展竞争力等级,从而找出限制县域旅游发展竞争力的因素,提出对策与建议,从而提高县域旅游竞争力,促进县域旅游业的发展。而对内蒙古自治区县域旅游业发展的研究是对旅游区位因素定量与定性分析研究的应用,在对内蒙古自治区县域旅游竞争力的分析与评价的研究中,旅游区位因素的分析与研究是基础,结合区位理论在地理学及经济学中的应用,以期能提出符合内蒙古地区旅游发展的规划目标和发展建议,同时指出了相应的理论意义和实践意义。

1.1.2.1 理论意义

基于旅游区位的旅游竞争力评价就是通过对县域旅游的旅游区位因素综合分析,从而确定区域旅游竞争力的相对优劣进行等级划分。旅游竞争力评价与综合实力评价相比具有可持续性、潜在性和综合性的特征,它立足于旅游区域的发展现状,着眼于旅游区域的未来发展,是旅游区域综合实力、竞争能力和可持续发展能力的综合,对旅游区域旅游竞争力进行评价不仅将有助于揭示区域旅游整体结构特征,构建合理的旅游区域体系;在旅游区域资源有限的背景下,还对优化资源配置有着重要的理论意义。

(1) 通过对旅游区位因素的分析与研究,认识旅游区位因素间相互作用的原理,揭示县域旅游空间合理布局结构,为县域旅游布局中的旅游因素集中与分散、过疏与过密、旅游增长与区域平衡发展,以及旅游区域与旅游区域之间的合作等问题的妥善解决提供决策依据。

(2) 旅游区位因素是县域旅游发展的重要基础,通过旅游区位因素的定性与定量分析可以认清旅游区域旅游业发展的优劣势,为寻求旅游区域非优区位因子的补偿措施提供依据,并为不同区域旅游发展方向、旅游产品设计提供思路。

1.1.2.2 实践意义

(1) 为内蒙古自治区旅游发展提供重要的依据。旅游区位因素的分析是内蒙古自治区县域(101个旗、县、区)旅游业发展竞争力的基本分析,是确定其旅游业发展的依据,在实证研究中具有重要的作用与意义。本书通过建立内蒙古

自治区县域旅游竞争力指标体系,全面分析、评估内蒙古自治区县域旅游发展水平差异状况,按照发展水平的高低以及特点,为划分县域旅游等级、确定县域旅游职能、提高县域旅游发展质量提供理论依据;为在区域范围内合理布局重点旅游区、科学配置旅游服务设施、合理利用旅游资源提供战略决策依据;从而促进内蒙古自治区旅游业健康、有序地发展。

(2) 为内蒙古自治区旅游合理发展提出合理建议与对策。通过对旅游区位因素定性及定量的分析与评价,可以帮助确定内蒙古自治区旅游发展的优势与不足,本书在分析内蒙古自治区县域旅游竞争力的基础上,同时对内蒙古自治区县域旅游发展进行了潜力类型划分,对不同类型的旗、县、区旅游发展提出了建设性意见及战略性对策,为全面提升内蒙古自治区的旅游业发展奠定了理论基础,不仅为本区域旅游发展的布局、发展方向、发展规模、发展强度等提供依据,而且还可为旗、县、区旅游发展的内容、形式、方法及产品设计等提供思路。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 国外研究现状

1826年德国经济学家杜能完成了《孤立国同农业和国民经济的关系》(以下简称《孤立国》)一书,创立了农业区位论^①。1909年德国经济学家韦伯出版了《工业区位论:区位的纯理论》一书,从而创立了工业区位论^②。1935年,瑞典经济学家帕兰德完成了学位论文《区位理论研究》^③。1937年美国经济学家胡佛在研究制鞋和制革的基础上,完成了名著《区位理论与制鞋、制革工业》,之后又出版了更为全面的理论著作《经济活动的区位》^④。1940年德国经济学家廖什提出了《区位经济学》。1956年格林哈特代表著作是《工厂的区位与实践》^⑤。1933年德国地理学家克里斯塔勒提出“中心地学说”^⑥,贝利和加里森论述了中

① Thunen JH Von. 孤立国同农业和国民经济的关系 [M]. 吴衡康译. 北京:商务印书馆, 1997.

② Weber A. 工业区位论 [M]. 李刚剑等译. 北京:商务印书馆, 1997.

③ Losch A. 经济空间秩序 [M]. 王守礼译. 北京:商务印书馆, 1995.

④ Christaller W. 德国南部中心地原理 [M]. 常正文,王兴中等译. 北京:商务印书馆, 1998.

⑤ Berry B. J. L. Garriso The functional bases of the central place hierarchy [A]. Economic Geography [C]. 1955. 145-254.

⑥ 李小建等. 经济地理学 [M]. 北京:高等教育出版社, 1999.

心地的等级性、商品供给的范围和中心职能的形成过程^①。1956年美国经济学家艾萨德在《区域科学导论》、《工业综合体分析与区域发展》和《区域分析方法》等著作中,主张将“空间系统”作为区域经济的研究对象^②。针对区位理论忽视人的因素的缺陷,史密斯提出将韦伯的空间费用曲线和廖什的空间收入曲线相结合,求出收入的空间边界^③。1967年普瑞德运用行为矩阵来研究区位论,强调决策者行为对区位布局的影响,并重视不完全信息和非最佳化行为对区位选择的作用。到了20世纪七八十年代,区位论研究的范围更加广泛,研究的成果更加精细,空间定价与产出理论、区位选择理论、空间竞争理论和空间均衡理论,构筑了现代区位论的基本框架。对发展中国家的旅游空间进行了研究。

综上所述,区位论的发展经历了古典区位论、近代区位论和现代区位论三个阶段;由微观、静态分析到宏观、动态分析,所涉及的产业部门也从早期的农业区位论、工业区位论,到中期的加工工业和商业,发展到探讨区域、城市和第三产业。区位理论在旅游中的应用主要集中在中后期,特别是后期对第三产业的应用中,旅游业中主要应用以下区位理论:

(1) 20世纪50~60年代,被称为“中心地理论之父”的克里斯塔勒研究了城市中心地和其周边旅游目的地的配置关系,认为“旅游必然会使边远区受惠,这种经济现象避开中心地,并避免工业的集中”^④。

(2) 在杜能的区位模型基础上,Trice(1958)等提出了一种衡量旅游吸引力的货币表达的模型。

(3) 意大利学者马利奥得提出了“旅游吸引中心地理论”。

此外,日本学者对区位论在旅游开发规划中的应用进行了较深入的研究,发展成为较成熟的“观光立地论”(胁田武光,1995)。狄西和里格斯(美国)提出旅游吸引周围的同心影响带模式;齐瓦丁·乔威塞克(南斯拉夫)提出了中心地的腹地模式;美国旅游学家罗伯特·麦金托什从旅游业利润的地域范围出发,提出旅游推销的区域重点层次是位于旅游区周围的最大利润带。德国地理学家鲁彼特(Kruppert)和麦伊尔在《旅游移动的地理区位》一书中,也从旅游目的地与旅游市场间的距离关系探讨了旅游目的地的区位、规模和形态。

由此可见,旅游区位的研究是以农业区位理论、工业区位理论、交通运输区位理论、商业区位理论为基础。这与旅游业的开放性特点有关,对旅游区位的研

① Smith D. M. Industriallocation: Aneconomi. [M]. New York: John Wiley & Sons, 1971.

② Pred A. Behaviourandlocation: Foundations forageogra Phieanddynlocation theory (I) [D]. Loud: CWKGleerup, 1967.

③ 洪开荣. 空间经济学的理论发展[J]. 经济地理, 2002, 22(1): 1-4.

④ 胁田武光. 观光立地论[M]. 大明堂, 1995.

究要综合区域经济地理学、部门经济地理学、公司地理学等相关学科理论进行研究。

1.2.2 国内研究现状

我国最早是由北京大学杨吾扬教授(1985)将区位论引进中国的经济地理学研究,为区位论在经济地理学及其他学科方面的运用起到了积极的推动作用^①。

王衍用(1991)提出“阴影区”理论,近距离的旅游资源雷同,导致了旅游资源的“减值效应”,提出(1999)区域联合开发,对资源重点、空间格局、市场方向、产品功能、最终目的等作统一设计,可以避免这种现象的发生^②。

楚义芳(1992)在其博士论文《旅游的空间经济分析》中根据旅游区位因素的不同组合特点对旅游地进行了分类,把旅游地分为资源型、客源型(利用者趋向型)和混合型。陈耀华(1992)讨论了风景区开发建设中的区位因子问题。关发兰(1992)认为,旅游地的空间相互作用主要分为两种,即互补增强作用和抑制替代作用。骆静珊、陶犁(1993)对昆明区域旅游中心研究其独特的区位优势,指出昆明可建成区域旅游文化中心、会议和商贸旅游中心、旅游宣传和促销中心、游客聚散中心以及信息提供中心^③。陶小平(1995)在研究区域旅游业布局模式时,讨论了区位论的应用问题。陆大道(1998)提出了空间组织过程中的“点轴结构模式”^④。王瑛(1999)在其硕士论文中提出了旅游域的概念。汤力(1999)发现,只有处于都市中心商业区和城市边界门户区位的城市公园才具有较强的都市旅游功能。以上海为例,其城市公园旅游斑大都集中分布于CBD地区,在郊区则有多中心的环状旅游斑组合分布^⑤。顾朝林等(1999)提出了旅游中心城市体系的概念^⑥。闫永兵等(1999)对“旅游圈”概念进行了界定,并分析了旅游圈的特征、功能^⑦。王瑛、王铮(2000)分析了传统农业区位论和工业区位论在旅游业中的适用性问题,提出不能一成不变地运用传统区位理论来解释旅游业的区位。李君轶(2001)指出,区位上的旅游空间竞争是由多个旅游地处于同一区域内而引起的,主要是同类旅游地之间的竞争,不同类型的旅游地处在

① 杨吾扬. 区位论原理 [M]. 兰州: 甘肃人民出版社, 1989.

② 王衍用. 区域旅游开发战略研究的理论与实践 [J]. 经济地理, 1999, 19 (2): 116 - 119.

③ 骆静珊, 陶犁. 利用区位优势发挥昆明旅游中心城市功能 [J]. 旅游学刊, 1993, 8 (6): 26 - 30.

④ 陆大道. 区位论与区域研究方法 [M]. 北京: 科学出版社, 1988.

⑤ 吴必虎. 区域旅游规划原理 [M]. 北京: 中国旅游出版社, 2001.

⑥ 顾朝林. 中国城市地理 [M]. 商务印书馆, 1999.

⑦ 闫永兵, 李恒辉. 关于旅游圈的理论探讨 [J]. 湘潭大学社会科学学报, 1999 (6): 135 - 137.

统一区域会产生互补作用;另外由于受旅游者空间行为的影响,也可产生竞争^①。朱银娇、袁书琪(2005)分析了旅游各区位要素对旅游市场的影响,提出旅游是资源区位、客源区位和交通区位三者协调发展的互动关系体系,要着眼优化、发展^②。张秉福(2006)对旅游非优区位要素进行了分析,提出要采取区位重构、资源整合以及交通网络优化等措施才能加快非优区位旅游地的开发建设^③。

此外,刘伟强(1991),郑洁华(1991),陈耀华(1992),刘炯等(1994),何佳梅、陈传康(1995),周定一、周葆华(1995),陈俊鸿、宋军(1998)等地理学家也对区位旅游开发进行了分析。

综上所述,笔者对我国旅游区位理论的发展与应用的想法有以下几点:

(1) 由于旅游业开放性特点,导致我国研究者对旅游区位理论的研究出发点各异。关于旅游区位理论的专门研究较少,大多与旅游区域合作相结合的应用类研究较多,从而造成旅游区位理论的研究还没有一套完整的体系。

(2) 影响旅游发展的旅游区位因素是多方面的(如旅游资源、旅游交通、旅游市场等),不可能将某一因素看成是决定因素,也不能机械地套用其他区位理论,笔者所理解的旅游区位因素包括旅游资源区位、旅游市场区位、旅游交通区位、旅游经济区位。只有综合地对旅游区位进行研究才能建立专门的理论体系,为旅游学学科建设做出贡献。

① 李君轶. 旅游地学研究重点及发展趋势分析[J]. 山西师范大学继续教育学报, 2001, 18(4): 116-118.

② 朱银娇, 袁书琪. 区位要素对旅游市场的影响[J]. 福建地理, 2005年04期: 6-8页。

③ 张秉福. 旅游非优区位要素与开发分析[J]. 贵州商业高等专科学校学报, 2006(3): 135-137.

第2章

相关概念与理论基础

2.1 相关概念

旅游业与其他产业相比，有其自身的特殊性，如旅游活动具有综合性和特殊性，旅游业的关联性和广泛性比较强大。这就使旅游研究不单是一种学科研究，而是涉及众多学科，如数学、地理学、生态学、经济学、环境学、管理学等众多学科领域，这些相关学科理论与方法的应用和发展会对旅游学的研究和探讨提供一定的指导和借鉴意义。本书主要从区位论、旅游区位论、中心地理论、点—轴系统等理论方面入手，为研究旅游空间格局提供了分析的理论和一定的指导方法。

2.1.1 潜力

《汉语新词典》中“潜力”被解释为“潜在的力量”。由字义可见，潜力是一种隐藏在现实与表面之下的力量，是一种潜在的、非现实的能力，起着预测趋势、实现可能转化为现实的作用。“发展”是指事物由小变大、由简单变得复杂、由低级变成高级的过程。因此，发展潜力可理解为事物未来的发展潜能。学术界对潜力的研究涉及领域广泛，比如地区、产业、企业及资源等多个层面，不同学者也就其涉及的层面对“潜力”分别进行了相应的界定。

对“潜力”进行概念界定的文献为数不多，更多的学者在对潜力进行讨论之前并未给出一个清晰、明确的定义，通过对其研究路径的分析，研究者对潜力的理解可略见一斑。部分学者仅以定性的方式对其既定层面的潜力进行了分析，从供给、需求及供需对接实现的可能性几个方面探讨了潜力及发展愿景问题。高

中奇在进行港口发展潜力研究时运用了生命周期理论,选取过去若干个点作为参考点,从纵向角度得到此时港口的相对综合资源利用率,从而在其发展轨迹的“S”型曲线准确定位,基于“S”型曲线的趋势从而掌握港口发展的潜力。吴凤娇等在判定海峡两岸贸易潜力时,导入经济模型,将由模型得到的预测值与现实值综合比较,判断潜力大小;大部分对地区利用外商直接投资(FDI)的潜力的研究均采用了联合国贸发会议(UNCTAD)提出的“潜力指数”评估方法,一个地区潜力指数值是一系列评价指标变量值的平均值,每个变量的分值计算如下:取一个地区一个变量的值,然后减去参与排名的地区中该变量的最小值,将得到的结果再除以这些地区中该变量的最大值和最小值之差。任永菊以“潜力指数”评价方法为基础,比较了我国各省市吸引跨国公司地区总部的潜力。

有学者从更微观的层面上对潜力进行了界定。

王惠芬(2003)定义了企业的潜力:企业潜力是指企业可预期的价值生产能力,是企业能为消费者带来的潜在效用和企业在市场空间中的内在发展趋势。企业的发展潜力不是存在于一个突然的革命性的创新活动中,而是存在于产生企业发展潜力并且持续改进的一系列经营活动中。也有文献以企业员工为研究对象,定义了绩效潜力。

Pringle(1994)认为,员工的绩效潜力包括高效完成工作的生理和认知的能力,包括技能、知识、经验、智力、身体状况、受教育水平、精力状况等。

Sarje(1996)提出,绩效潜力不仅包括个体在将来能够出色表现所需的技能,也包括对出色表现的期望。

姚慧娟(2007)认为,绩效潜力是指员工未来表现出某一绩效水平所具备的能力,它是可能达到的绩效水平的上限。

区域发展潜力是其中的研究热点。在以经济增长为主要内容和目标的发展观中,经济发展是区域发展的主要内容。

陈石俊(2003)等认为,经济发展潜力是指短缺要素得到正常利用时的产出能力……“短缺”要素和“正常”利用是该定义的两个关键词。所谓“短缺”要素,指在生产诸要素中供给相对最短缺的那种生产要素,对该要素的利用状况决定着经济潜在产出能力;所谓“正常”利用,是指生产要素在一段时间内平均利用状况,即生产设备等物资需要保养、维修,劳动者需要休息。

魏立桥(2004)把经济发展潜力理解为经济增长空间。

袁晓龙(2003)认为,一个国家的经济发展潜力主要取决于需求的潜力、生产要素的供给和成本,等等。

李善同(2003)等指出,从长期来看,经济增长的潜动力是由生产率、资本和劳动力在数量和质量上的提高及其使用效率决定的。

郭亚军(2002)提出,在区域发展潜力的含义中,潜力就是潜在的能力,发展指的是可持续发展。因此,发展潜力就是指系统未来的发展潜能。区域发展潜力是指区域复合系统一定区域的人口、资源、环境、社会、经济、科技和管理调控等子系统通过相互作用、相互影响、相互制约而构成的具有一定结构和功能的有机整体在维持可持续发展的前提下,其支撑体系所具有的潜在能力。也就是说,发展潜力是可持续发展的支撑体系所具有的潜力。

赵静(2006)认为,发展潜力是很多因素组成的一个大系统所产生的合力,这一合力主要分解为影响发展的外力和使得发展持续前进的动力,前者是发展的外因,后者是发展的内因,对于后者的把握可以使人们对发展的认识更加深入。发展潜力表现为可持续发展的总体能力,由可持续发展的五大部分能力构成,即生存支持能力、发展支持能力、环境支持能力、社会支持能力和智力支持能力,共同作用与综合作用所产生的“合力”来表达。

刘登魁(2006)以小城镇为研究主体,指出小城镇发展潜力是指小城镇在现状基础上能够支持未来城镇全面、协调、可持续发展的潜在能力。

任志儒(2006)研究了城市潜力,并将其定义为:城市潜力就是指城市在经济、社会、自然三方面保持可持续发展的能力以及可用来支持未来竞争和发展的资源空间的能力。

2.1.2 区位

“区位”一词源于德文的“standort”,是1882年由高次首次提出的(胁田武光,1983)。该词于1886年被译为英文“location”(刘世生、张文奎,1994)^①。区位的主要含义是某事物占有的场所,具有位置、布局、分布、位置关系等方面的意义(李小建、李国平等,1999)^②,并有被设计的内涵(杨吾扬、梁进社,1997)^③。一般具有相对性、可比性和参照性(张守艳,2004)^④。区位除解释为地域位置之外,还具有“使……放置于……位置”和“为……目的而标定……的地点”双重含义,与一般意义上的地理位置有着明显的区别^⑤。区位是区域旅游经济的基本单元,也是地区发展旅游业需要考虑的重要因素。

区位理论(Location Theory)是说明和探讨地理空间对各种经济活动分布和区位的影响,研究生产力空间组织和生产的最佳布局的一种学说,即如何通过科

① 刘世生,张文奎,张文忠. 区位论[M]. 江苏教育出版社,1999.

② 李小建,李国平等. 经济地理学[M]. 高等教育出版社,1998.

③ 杨吾扬,梁进社. 高等经济地理学[M]. 北京大学出版社,1997.

④ 张守艳. 区域旅游发展中的区位条件分析——以黑龙江省三江地区为例[J]. 佳木斯大学社会科学学报,2004.

⑤ 陆大道. 区位论与区域研究方法[M]. 北京:科学出版社,1988.