

北京市社会科学理论著作出版基金资助

北京市 旅游竞争力研究

A STUDY ON TOURISM
COMPETITIVENESS OF BEIJING

王琪延 黄羽翼 / 编著

 中国人民大学出版社

北京市社会科学理论著作出版基金资助

北京市 旅游竞争力研究

A STUDY ON TOURISM
COMPETITIVENESS OF BEIJING

王琪延 黄羽翼 / 编著

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

北京市旅游竞争力研究/王琪延, 黄羽翼编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2017. 1

北京市社会科学理论著作出版基金资助

ISBN 978-7-300-23619-3

I. ①北… II. ①王… ②黄… III. ①城市旅游-市场竞争-研究-北京 IV. ①F592.71

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 279554 号

北京市社会科学理论著作出版基金资助

北京市旅游竞争力研究

王琪延 黄羽翼 编著

Beijing Shi Lüyou Jingzhengli Yanjiu

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京易丰印捷科技股份有限公司

规 格 170 mm×230 mm 16 开本

印 张 16

字 数 246 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2017 年 1 月第 1 版

印 次 2017 年 1 月第 1 次印刷

定 价 48.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

前 言

随着城市作为旅游目的地中的作用日益显著,我国旅游业全面进入以城市为基本单元的竞争时代。城市旅游竞争力,是指在旅游市场与旅游服务、旅游资源禀赋、自然经济、社会环境等因素的综合影响下,一个城市的旅游业与其他城市竞争中所体现出来的比较优势与城市总体实力。北京作为我国的首都,是全国政治、文化、国际交流、科技创新中心,也是世界著名古都和现代国际城市,比全国多数城市更具有旅游竞争优势。但也应意识到,在当前全国城市旅游经济快速发展、旅游竞争力普遍提升的形势下,北京市在旅游各方面与国内其他城市的优势差距不断缩小,同时与国际一流旅游城市的差距依然显著。

目前,对城市旅游竞争力的实证研究较多,但针对北京市的旅游竞争力研究成果较少。本书首先基于城市旅游相关概念和城市旅游竞争力的相关理论,构建城市旅游竞争力指标体系,将北京各区旅游竞争力,北京与全国重点旅游城市,及与伦敦、巴黎、纽约、东京四个国际一流旅游城市的旅游竞争力核心要素进行比较研究,从不同维度寻找北京旅游竞争力的优势与短板。其次,利用 DEA 模型分别对 2002 年、2008 年和 2014 年北京市的旅游综合效率、规模效率和纯技术效率进行比较,并从动态角度对北京旅游效率发展进行评价。再次,通过空间地理模型研究环北京地区的旅游发展空间溢出效应,分析了北京与周边地区旅游业发展的相互影响。对于环北京地区省份来说,旅游整体溢出效应不显著,因此加强北京与周边地区旅游合作与联系,形成旅游城市带或城市群,有助于北京旅游竞争力的提高。之后,针对北京旅游新业态的开发,利用投入产出工具分别对北京市旅游业与农业、文化产业和商务服务业的融合机理和现状进行深入研究。最后,针对北京市旅游发展存在的问题,从不同角度提出提高北京市旅游竞争力的相关政策建议。

本书以独特的视角分析了北京及各区旅游竞争力的强项和薄弱环节,可以为

北京市人民政府、北京市旅游发展委员会、文化局等相关管理机构在制定北京旅游发展战略，提升北京国际旅游竞争力和影响力，将北京建设成我国入境旅游者首选目的地、国际一流旅游城市等方面提供科学参考，同时，对全国各地发展旅游业均有一定的借鉴意义。本书也可以为进行旅游研究的大中专院校师生提供旅游竞争力方面的素材与参考。

本书由王琪延、黄羽翼主笔，徐玲、张家乐参与了第八章的编写，在本书资料的调查、收集、写作等过程中，王博、郝志敏、佟志伟等做了大量的工作。非常感谢北京市社会科学理论著作出版基金的大力资助，特别感谢中国人民大学出版社对本书出版的大力支持。由于时间和水平的限制，书中的错误和不足之处在所难免，恳请读者批评指正。

中国人民大学 王琪延

2016年7月

目 录



第一章 导 论

- 第一节 研究背景 /3
- 第二节 研究现状述评 /7
- 第三节 研究思路与方法 /11

第二章 城市旅游竞争力基本理论

- 第一节 城市旅游相关概念 /17
- 第二节 旅游产业发展模式、方式、机制 /22
- 第三节 城市旅游竞争力相关理论 /28

第三章 城市旅游竞争力指标体系构建

- 第一节 指标体系的构建思路与原则 /37
- 第二节 北京市旅游竞争力指标体系 /38
- 第三节 城市旅游竞争力评价方法 /46

第四章 北京市旅游竞争力国内比较

- 第一节 中国旅游业发展概况 /53
- 第二节 北京市旅游业发展现状分析 /56

第三节 北京各区旅游竞争力评价研究 /61

第四节 国内城市旅游竞争力比较研究 /76

第五章 北京市旅游竞争力国际比较研究

第一节 国际旅游竞争力指标体系构建 /89

第二节 数据来源及评价方法的选择 /89

第三节 国际城市旅游竞争力比较研究 /90

第四节 国际化对北京旅游竞争力的影响 /99

第五节 巴黎与伦敦旅游发展对北京的启示 /101

第六章 北京市旅游效率研究

第一节 研究方法 /109

第二节 北京市旅游效率综合研究 /115

第三节 北京市旅游生产率动态研究 /124

第四节 北京市旅游生产率影响因素分析 /127

第七章 北京市旅游发展空间效应研究

第一节 理论基础 /133

第二节 城市旅游业发展空间相关研究 /135

第三节 环北京地区旅游空间溢出效应研究 /140

第八章 北京市旅游产业融合研究

第一节 旅游业与农业融合发展研究 /153

第二节 旅游业与文化产业融合机理 /161

第三节 旅游业与商务服务业融合研究 /163

第九章 提升北京市旅游竞争力的建议

第一节 北京市旅游业发展存在的主要问题 /169

第二节 提高北京市旅游竞争力的主要途径 /173

附录一 提高北京旅游竞争力问题研究 /184

附录二 我国休假制度改革势在必行——基于当前“黄金周”
问题 /199

附录三 中国城市旅游竞争力动态分析 /207

附录四 中国城市旅游竞争力研究——基于 293 个地级以上城市的
数据资料 /218

参考文献 /235

…第一章 导 论…

随着城市作为旅游目的地中的作用日益显著,我国旅游业全面进入以城市为基本单元的竞争时代。城市旅游竞争力,是指在旅游市场与旅游服务、旅游资源禀赋、经济社会自然环境等因素的综合影响下,一个城市的旅游业在与其他城市竞争中所体现出来的比较优势与总体实力。北京作为我国的首都,是全国的政治、文化、国际交流、科技创新中心,也是世界著名古都和现代国际城市,较全国多数城市更具有旅游竞争优势。在当前全国城市旅游经济快速发展、旅游竞争力普遍提升的形势下,北京旅游一方面与国内其他城市的优势差距不断缩小,另一方面与国际一流旅游城市差距显著。因此,研究北京旅游竞争力,探讨提升北京旅游竞争力的途径,是非常必要的。

第一节 研究背景



一、政府将旅游业作为战略性支柱产业

我国现阶段实施政府主导型旅游业发展战略，政府宏观调控对旅游发展起重要作用。随着旅游业在经济社会发展中的作用日益显著，国家将旅游业提升到战略发展层面，2009—2014年国务院先后颁布了《国务院关于加快发展旅游业的意见》《国民旅游休闲发展纲要》《中华人民共和国旅游法》及《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》等对旅游业发展产生重大影响的系列文件，并明确提出“把旅游业培育成国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。从中央到地方政府各种发展规划相继颁布，在政策层面为旅游业的发展提供有力支撑。很多城市已将旅游业与政府政绩挂钩，促使政府介入城市旅游标准化建设、旅游公共服务和城市旅游宣传等市场无效领域，为旅游业的可持续发展提供了有力保障。

二、旅游已成为居民的一种生活方式

随着可支配收入的提高和闲暇时间的增多，居民的旅游意识不断增强，旅游消费能力持续攀升，旅游逐渐成为人们的一种新的生活方式，融入日常生活之中。近些年，我国旅游产业保持平稳快速增长，2014年国内游客数高达36.1亿人次，同比增长10.7%，国内旅游收入高达3.03万亿元人民币，同比增长15.4%。根据中国旅游研究院对国内游客行为规律的调查，每年出游次数为1~2

次的游客占国民出游比例的 61.4%，约四成游客年出游次数达到 3 次以上。上述数据证明，国民旅游规模呈现不断扩大的趋势。

三、“智慧旅游”改变了旅游业的运营方式

随着互联网、云计算、移动互联网和网络支付平台的发展，旅游资源开发、旅游服务、旅游企业经营和旅游景区管理日益信息化和现代化，“智慧旅游”成为旅游发展的新趋势及产业转型升级的主要方式。“智慧旅游”帮助游客在出发前全面了解目的地信息，预订并结算旅游产品和服务；在旅游过程中了解旅游动态信息并获得及时帮助；在旅游结束后通过相关平台进行有效的信息反馈。政府和旅游企业可以通过互联网和移动互联网的广阔市场，充分展示产品形象，通过在线营销系统大大节约成本。“智慧旅游”体系的建立改变了整个旅游产业的运营方式，从游客行为模式、旅游企业的营销经营到行政部门的管理，无不受到信息化的影响。

四、“团队旅游”逐渐被“散客”替代

旅行社传统的旅游模式是“团体旅游”，旅游者必须服从团队统一安排，旅游活动受到多方面的制约，极大地限制了游客的自由。“散客”相对“团客”而言是自由独立的旅行者，可以自由安排行程，避免了“走马观花”的旅游模式。在欧美，旅游市场的散客份额已达 70% 以上。“智慧旅游”的迅速发展，解决了旅游者和旅游目的地信息不对称的问题，为游客脱离旅行团独立行动创造了条件。目前，北京市接待的散客数量已明显超过团队游客数，散客规模迅速扩大。同时，散客的随意性和旅游需求的多样化，对旅游经营的智能化、精细化、人性化提出了更高的要求，迫使诸多旅游行业的发展模式产生不同程度的改变。

五、旅游者对旅游业的要求越来越高

旅游活动已不仅仅满足人们简单的心理诉求和低层次的精神需要，旅游需求内容呈现个性化、多样化的发展趋势。原来的旅游业把消费者看成是性别、年龄、职业、旅游水平和个性爱好等方面没有差异的整体，而现在，旅游消费群体开始向细分化和小型化的方向发展，形成了多元化旅游需求的格局。旅游产品也由过去单一的观光型产品衍生为多种类型、多重功能和多样风格的产品。

旅游需求的方式由静态观光向动态体验方面变化。消费者对旅游企业的期望值大大提高，要求企业不仅能够提供优质的产品和服务，而且还能够提供各种衍生服务，以提高自己旅游消费的价值。旅游消费观念由过去的被动接受发展到现在的主观体验。随着消费者的日益成熟和更加挑剔，他们在旅游消费中的盲从度大大降低，自主选择性增强。

旅游需求的这种发展，意味着旅游者选择旅游目的地的自由度加大，同时也意味着旅游业竞争已经从低层次的价格竞争上升到了产品和服务特色的竞争。旅游需求特征出现的这些变化，既给旅游业的发展提供了强劲的驱动力量，也为旅游业不断提升自身的外部条件和内在素质、增强综合竞争力提出了更高的要求。

六、旅游业已成为推动北京城市建设的功能性产业

北京是世界著名古都和国际现代城市，在国内具有无可比拟的历史人文类旅游资源，同时其休闲娱乐资源较全国多数城市更具有较大的旅游竞争优势。作为北京市的功能性和支柱性产业，旅游业是展示首都政治经济和国际交流中心魅力的窗口行业。习近平总书记关于北京“四个中心”和“一个之都”的战略定位，要求首都旅游业把宜游、宜业、宜居作为重点来规划，同时也为旅游产业功能定位、旅游规划建设、推进古都风貌保护、提升旅游公共服务和管理、整合旅游资源带来了新机遇。今后，北京市政府将进一步推进北京旅游资源多样化、管理精细化、服务便利化、市场国际化，总体提高北京市旅游竞争力，让旅游业成为推

动北京城市建设的功能性产业。北京已跻身国际知名旅游城市行列,进一步提升北京旅游综合竞争力,将北京建设成为世界一流旅游城市,将有助于北京“世界城市”的建设。

七、北京旅游业发展机遇与问题共存

从北京旅游发展环境来看,旅游业发展整体环境进一步趋好:首先,2014年,我国居民可支配收入为20 167元/人,北京市居民可支配收入超过4.3万元,旅游已经成为市民基本的生活方式,成为保障和改善民生的重要手段;其次,《旅游法》的出台和实施,为维护旅游者、旅游经营者和从业人员的合法权益提供了法律保障;最后,基于不可替代的资源条件和日益完善的基础设施,旅游业无疑是北京的优势产业,北京市政府将旅游业作为重要的支柱产业,将打造国际一流旅游城市作为北京旅游发展的首要目标。旅游业发展应该和城市发展相协调、相一致,在城市发展的基础上,旅游业才能有长足发展和质的提高。北京市政府提出“世界城市”的建设目标,北京旅游业发展必须与此目标相一致,两者相互促进,相互影响。目前,北京市在入境旅游、旅游公共服务、旅游专业人才等方面依然薄弱,旅游业在北京市国民经济中的地位相对下降,旅游经济比重相对下降,可能意味着城市和国民经济发展对旅游发展的支撑不够,或是意味着旅游发展与城市、国民经济发展的融合度不高。总体来看,旅游业与北京市总体发展的互动性还没有充分发挥出来。因此,在经济转型和供给侧改革的大环境下,构建旅游竞争力指数,全面评价北京市旅游发展现状,科学评价北京市旅游在国内和国际旅游市场中的地位,有利于明确北京在国内外旅游市场竞争格局中的比较优势,找到与国际一流旅游城市的发展差距,为北京市旅游发展决策的制定提供参考。

总之,北京发展成为国际旅游城市和国际一流宜居城市的关键之一就是全面提升旅游竞争力。全面提升旅游竞争力,要以国际视角了解、分析其他国际一流旅游城市和国内重点旅游城市的旅游竞争力核心要素,解读这些城市的旅游发展战略,通过对比研究发现北京自身在旅游发展中的短板,采取有效措施全面提升

旅游竞争力,以保证在激烈的竞争中立于不败之地。

第二节 研究现状述评



20世纪90年代,城市旅游竞争力成为国内外相关学者研究的重要内容。国外学者主要是将城市作为旅游目的地,从旅游感知、旅游营销、旅游环境管理等角度进行剖析;大多数国内学者借助波特的竞争力“钻石模型”,从旅游业发展各维度构建指标体系来衡量国家和地区的旅游业发展水平。

一、国外相关研究

Crouch 和 Ritchie (1994, 1999, 2000, 2001) 对影响城市旅游竞争力的因素进行了全面分析,认为一个具有较强旅游竞争力的城市,应该能够吸引足够多的游客,满足游客需要,主要影响因素包括核心旅游资源与产品、基础设施与服务设施、城市管理等,强调地理、旅游、市场约束、行为混合、特殊事件、娱乐和上层建筑;辅助性因素和资源为强大的旅游部门提供必要基础,包括基础设施、可达性、便利资源。他们认为,从绝对的角度看,最富竞争力的目的地应获取最大成功,以长期经济繁荣为准绳来衡量目的地的竞争优势,最富竞争力的目的地可以最有效地为居民提供可持续福利。

外国学者对旅游竞争力的综合研究还包括各种竞争力模型,如旅游目的地可持续竞争力概念性模型、卡尔加里(Calgary)模型、可持续发展的旅游业环境下市场竞争力决定因素图等。其中旅游目的地可持续竞争力概念性模型是比较有代表性的分析模型,该模型是由长期致力于旅游竞争力研究的专家 Ritchie 和 Crouch 在 1993 年提出的国际旅游竞争力模型的基础上,经过不断地修正和阶段

性地更新构建出来的。该模型强调了旅游目的地竞争力的可持续性,并认为这种可持续竞争力是微观竞争环境和宏观环境共同作用的结果。影响竞争力的因子不仅包括目的地的核心资源和吸引力因子,还包括目的地管理因子以及众多决定目的地质量和附加值的直接因素和支持因素等。这一模型为构建区域旅游业竞争力模型提供了参考。它的不足之处在于没有将低级生产要素和高级生产要素区分开,只是笼统地归于比较优势范畴,这样无异于扩大了比较优势的外延,缩小了竞争优势的决定因素。此外,该模型还存在着当前旅游竞争力模型的通病,即因子大多难以量化,不适合做量化分析。

Dieke 认为城市通过满足各种旅游者的设施和服务,可以提高旅游发展的稳定性。这些设施和资源要比其他目的地在质量上可比、价格上具有竞争力。Brent (2005) 认为,一个真正具有竞争力的旅游目的地应有能力扩大旅游收入,有能力在为到访游客提供令其满意而难忘的访问经历的同时,吸引更多的游客来访,有能力在实现上述能效的同时,提高当地居民的生活质量,并为后代维护好该地的旅游资产。

Kim (2000) 构建了一个旅游产业的竞争力模型及其指标体系,其旅游产业竞争力模型包含了四个竞争力维度:主体、环境与资源是竞争力的首要来源;旅游政策、旅游规划、旅游管理、旅游投资与旅游税率以及价格是竞争力的第二来源;竞争力第三来源是旅游基础设施、接待体系以及资源吸引力、开放性与旅游人力资源;竞争力的第四来源是旅游需求、旅游就业、旅游业绩与旅游出口。这四个竞争力维度是旅游部门竞争力的主要决定因素。

Ernie Heath (2003) 建立了一个目的地旅游竞争力模型。他将模型类比为一座房子,有地基、水泥、石块和房顶:“地基”是竞争力基础,提供和管理关键吸引物(历史、旅游、气候、事件、娱乐等);从事基础工作(个人安全和健康问题);提供授权者(基础设施、管理能力);对“价值附加”资本化(位置、价值和旅游地联系);确保适当的便利设施(航空、住宿、分配渠道等);关注经验提升(好客、服务出色、可信经历)。“水泥”凝固和联系了竞争力的各方面,包括通畅且透明的沟通渠道,平衡直接和间接利益相关群体,信息管理、研究和预测。“石块”对旅游发展非常重要,包括持久的发展政策和框架(政策和立法框

架、组织和金融框架、资源和能力、投资气候、持久环境等原则)、战略全局目标市场框架(目标远景和印象、竞争定位、目标市场/需求管理、革新市场战略、游客满意度管理)等。“房顶”,是关键驱动,是竞争力中“人”的部分,包括分享旅游规划,指导旅游从业原则,企业家精神,人力资源开发等。Gomezel 等人将 De Keyser-Vanhove 模型应用到斯洛文尼亚的旅游竞争力研究中,发现该地在自然、文化及人造旅游资源上表现出较强的竞争力,而在管理能力和需求条件上劣势明显。

鉴于旅游业日渐成为影响世界经济的关键部分和促进国民经济发展的的重要因素,总部设在日内瓦的世界经济论坛(World Economic Forum, WEF)于2007年3月首次公布了“旅行及观光竞争力指数”(The Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI)。该指数从政策制度、环境质量、旅游安全、旅游基础设施、通信设施、旅游开放性、旅游人力资源、自然类旅游资源、人文类旅游资源、价格指数等14个维度构建指标体系,对全球100多个国家和地区的年度旅游业发展水平进行排名,研究拉动全球不同城市旅行及观光竞争力的主要因素。

世界旅游城市发展指数,是评价旅游城市发展水平的综合指数,可以用来概括性地评价与比较全球范围内不同城市的旅游发展水平和发展进程。该指数将旅游经济指标、社会指标及其他相关指标相结合,揭示旅游产业发展与社会经济发展大环境之间的平衡或不平衡;在评价旅游城市现实竞争力的同时,体现其未来发展潜能和趋势;不同城市的评价结果可以反映出不同旅游城市旅游产业发展的深度与广度。从系统论的角度看,旅游城市发展是一个系统的概念,由许多子系统组成,同时又是城市发展的子系统。五个单项指数(旅游景气指数、旅游发展潜力指数、旅游吸引力指数、旅游行业支撑力指数和网络人气指数)相互联系,这种联系包括单项指数与综合指数之间的联系、单项指数与单项指数之间的联系。单项指数的衡量又需要指标对其加以落实,因此单项指数与特征指数之间又存在相互依存的关系。旅游景气指数与旅游发展潜力指数,主要反映城市旅游产业及相关产业发展的现状与未来,包括对发展状态和发展潜力的衡量;旅游吸引力指数和旅游行业支撑力指数,关注旅游业发展的客观条件和主观支持力度,衡量一座城市为旅游业发展提供的条件;网络人气指数,关注旅游者及社会公众对