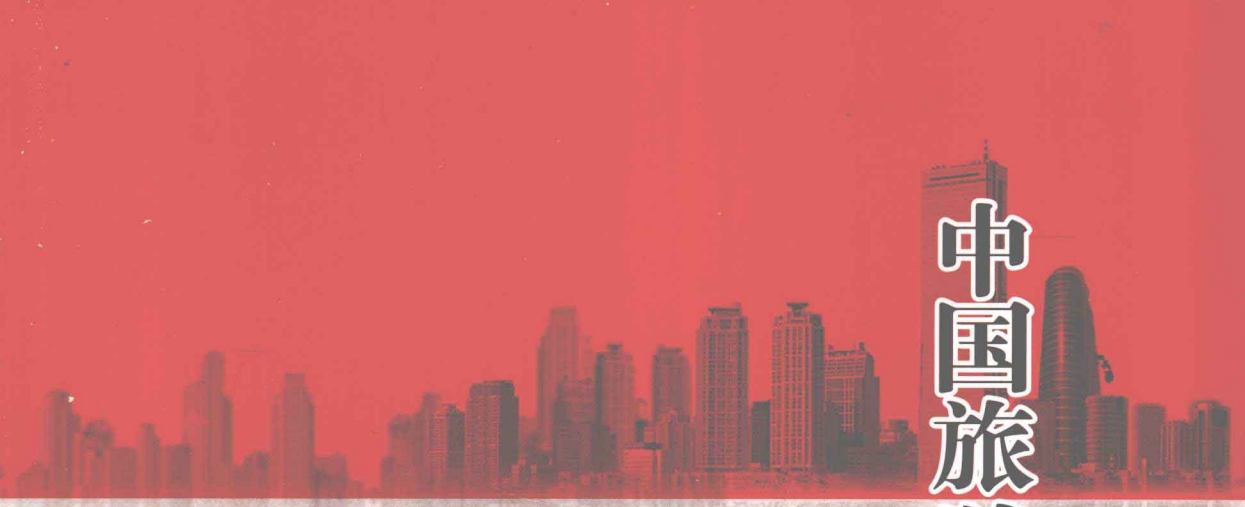




中国旅游产业地理大发现

2009年度中国城市
旅游竞争力发展研究报告

张晓军◎主编



中国旅游出版社

责任编辑：郭海燕

装帧设计：中文天地

责任印制：闫立中

图书在版编目 (CIP) 数据

中国旅游产业地理大发现：2009 年度中国城市旅游
竞争力发展研究报告/张晓军主编. --北京：中国旅游
出版社，2010.10

ISBN 978 - 7 - 5032 - 4033 - 1

I. ①中… II. ①张… III. ①旅游业 - 经济发展 - 研
究报告 - 中国 - 2009 IV. ①F592.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 188942 号

书 名：中国旅游产业地理大发现

作 者：张晓军

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@ccta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京新魏印刷厂

版 次：2010 年 10 月第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

开 本：720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张：13

印 数：1 - 2200 册

字 数：200 千

定 价：68.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 4033 - 1

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

序

传统旅游地理学的注意力，集中于旅游资源（主要是自然旅游资源）的生成和空间分布，景区的游览内容和地理位置，更多地是从自然地理学、美学和历史学等人文角度进行描述性研究。随着旅游业经济属性的逐渐回归，近年来，运用经济学、统计学的思维、逻辑和方法对旅游地理学进行全新研究和重新架构，已经成为少数专家学者的自觉。

在中国城市经济学会的支持下，从2006年开始，我主持开展了全国性的旅游产业竞争力评价研究项目。该项目以城市旅游竞争力为研究对象，在定义“城市旅游竞争力”的基础上，构建了全国第一个城市旅游竞争力评价指标体系，建立了统计分析模型，提出了反映城市旅游竞争力发展水平的“唐人指数”，将全国所有的287个地级城市（包括4个直辖市）纳入研究范围，运用互联网等全新研究工具，通过海量数据的采集、统计、分析，得出了年度性的中国城市旅游竞争力研究报告。

本研究的本意，是决策支持型研究，通过大样本量的城市旅游竞争力研究，发现城市旅游竞争力的影响因素，揭示其形成、发展机制，明确每个城市在全国维度下的竞争力水平，为城市管理和产业发展的决策者科学决策提供基于时间（每两年跟踪研究一次）、空间（全国地级城市横向比较）的动态支持。但是在对评价结果进行偶然的地理学思考后，我惊奇地发现，“唐人指数”已经具备了反映全国旅游产业格局的关键性指标意义。根据“唐人指数”的指示，可以清晰地得出各地旅游产业的地理学特征：水平上的差异性反映在空间分布上，呈现出鲜明的集群性（超强旅游竞争力城市集群的出现）、显著的不平衡性（城市发展、资源建设、政府作用、市场行为等因素导致中国旅游产业在地域上形成巨大的差异性）和典型的不确定性（城市和区域经济的发展为城市旅游竞争力的提升提供了更多的机遇和可能）。

基于以上发现，我将本研究报告定名为《中国旅游产业地理大发现》，希望从旅游竞争力研究出发，综合运用产业经济学、区域经济学、统计学、地理学等学科的思维和方法，为业界描述一个全新的中国旅游产业地理格局，揭示其形成、演变规律，并尝试着对其发展进行有限的预测，以试图借此丰富中国旅游地理学的研究成果。

中国旅游产业的激荡时代已经来临，需要投入激情，然后才有可能激发创造性思维、激发革命性力量。对于旅游地理学，此亦同理。

时过境迁。本报告于2009年年初完成，并于2009年2月在北京钓鱼台国宾馆通过新闻媒体向社会公布了报告的核心内容（如研究方法、数据来源、城市排名等）。会后，有许多同行和城市管理者通过各种方式索取研究报告。为了让更多的研究者、

决策者共议、共享本报告的成果，经过再三斟酌，虽然数据已经没有了时效性，但是，基本、基础层面的成果应该具有长久的生命力。因此，我们还是将其付梓出版。

本书由我设计主题和框架，并制定了各篇章提纲。初稿写作的分工是：第一篇和第二篇由孙万真执笔；第三篇由侯洁执笔；第四篇和第五篇由吴琳、李飞、黄霞、王爱萍、王敏、孙万真、胡汉锦等共同执笔；第六篇由孙万真执笔。初稿完成后，由我进行修改和统稿，有的章节进行了合并和调整，少数章节的内容作了较大改动。本报告研究数据采集工作于2008年开展，因此所用数据皆为2007年数据。数据采集工作得到了北京世纪唐人旅游发展有限公司全体员工，中国人民大学罗栋博士，北京第二外国语学院程向向、郭珍宏等的大力支持。数据统计工作由中国人民大学中国休闲经济研究中心研究人员完成。以上工作得到了中国人民大学中国休闲经济研究中心主任王琪延教授的大力支持，在此一并表示感谢。

张晓军

2010年7月29日凌晨于北京望海居

目 录

C
O
N
T
E
N
T
S

第一篇 国内外旅游竞争力研究综述	1
一、国外旅游竞争力研究进展	1
二、国内旅游竞争力研究进展	5
三、国内外研究对比	10
四、研究展望	11
第二篇 中国城市旅游竞争力评价：基础框架	14
一、概念界定	14
二、理论基础	17
三、评价模型	24
四、指标体系	25
五、评价方法	33
六、数据来源	40
第三篇 中国城市旅游竞争力评价：评价结果	41
一、中国城市旅游竞争力排名（综合）	41
二、中国城市旅游竞争力排名（单项）	44
三、中国城市旅游竞争力排名（省域）	47

第四篇 中国城市旅游竞争力评价：区域分析	61
一、省会（首府）城市旅游竞争力分析评价	61
二、省域旅游竞争力分析评价	63
三、竞争力水平的地域划分	82
第五篇 中国城市旅游竞争力评价：城市点评	84
第六篇 中国城市旅游竞争力评价：国际视野	164
一、研究主体	164
二、指标体系	165
三、数据来源	167
四、评价结果	167
附录一 “2009 年度中国城市旅游竞争力评价” 调查表	185
附录二 “2009 年度中国城市旅游竞争力评价” 专家打分表	189
附录三 2006 年度中国旅游竞争力百强城市评价结果	192
参考文献	194

第一篇

国内外旅游竞争力研究综述

竞争力是一个非常复杂的概念。对竞争力的研究越来越引起经济界和管理界的广泛兴趣和普遍重视。经济全球化使得没有哪个国家、哪个区域、哪个企业能够回避激烈的市场竞争所带来的挑战。

系统研究“竞争力”始于20世纪80年代初。著名的竞争力研究专家——美国哈佛大学工商管理学院迈克尔·波特（Michael E. Porter）教授连续发表了《竞争战略》、《竞争优势》、《国家竞争优势》三部著作，创立了分析竞争力的“钻石模型”。

旅游竞争力研究是现代旅游研究的前沿领域。尽管由于旅游竞争力的特殊性和复杂性，使得研究很难形成一致公认的理论分析框架和结论，但这并没有妨碍研究的不断深入。

一、国外旅游竞争力研究进展

从国际上来看，20世纪80年代末90年代初才有学者开始尝试在旅游研究领域引入“竞争力”概念，从“竞争力”高度研究旅游问题。研究初期，旅游竞争力并没有得到学术界的足够重视，研究成果较为零散，内容侧重分析市场定位、市场营销、目的地形象塑造对竞争力的影响等。1993年，阿根廷举行旅游专家国际联合会（AIEST）会议，专门探讨了长途旅行目的地的竞争力问题，提高了旅游研究者对旅游竞争力的关注程度，并使“旅游目的地的竞争力”成为重要的学术研究领域。

（一）旅游竞争力概念

目前，旅游竞争力的概念仍是一个处于讨论过程中的事物，众说纷纭，莫衷一是。但从整体上看，对旅游竞争力的定义更趋向于关注旅游产业占有市场、增加财富以及可持续发展的能力。基于不同的学科背景和研究目的，国外对旅游竞争力概念形成了如下观点。

哈特森（Hartserre）认为：“旅游竞争力是旅游目的地不但能够保持其已有的市



场地位和份额，而且能随着时间不断提高其市场地位和市场份额的能力¹。”该定义是从市场角度对旅游竞争力进行界定的。

布哈利斯（Buhalis）认为：“目的地的竞争力应包括目的地旅游资源的可持续发展能力，以保证该目的地获得长期优势并使目的地利益相关者均衡地获得回报的能力²。”该定义是从可持续发展角度对旅游竞争力进行界定的。

哈桑恩（Hassan）认为：“旅游竞争力不但在于旅游目的地能够保持相对于竞争对手的市场地位，还在于其创造并整合能维持旅游目的地资源可持续发展使用的增值产品的能力³。”该定义同样侧重旅游可持续发展。

瑞奇（Ritchie）和克劳奇（Crouch）认为旅游竞争力最重要的是旅游部门增加其产品价值的能力。并从产业发展的角度将“旅游竞争力”定义为：“一个国家创造增加值和通过管理资产、生产过程、吸引物、侵略性和亲近性，并将它们之间的关系融入一个考虑到目的地的自然资本以及对下一代的供给能力的经济和社会模式中，带来国家财富增加的能力⁴。”该定义是从产业角度对旅游竞争力进行界定的。

德威尔（Dwyer）等认为：“旅游竞争力是一个综合的概念，它包括价格的差异加上汇率变动、旅游产业各组成部分的生产力水平和影响旅游目的地吸引力或其他方面的定性因素。特定的目的地的成本针对汇率变化的相应调整是影响目的地整体海外旅游市场的重要经济因素⁵。”该定义侧重旅游竞争力的决定因素。

皮尔斯（Pearce）认为：“旅游竞争力是在旅游规划的框架下，能够系统地分析和比较处于竞争中的各旅游目的地不同特征的评价技术和方法⁶。”该定义是从方法论的角度对旅游竞争力进行界定的。

（二）旅游竞争力相关因素研究

国外学者主要从价格、环境、市场、人力资源、政府政策、管理、技术及集群等方面对旅游产业竞争力的相关因素进行研究。

在价格因素方面，国外学者普遍认为旅游价格是影响旅游需求的主要因素。爱德华兹（Edwards）认为，在中长期内，目的地相对价格的增长和它的每一个海外客源国的市场份额的下降是相联系的⁷。戴维斯（Davies）和道沃德（Downward）认为，旅游从业者对英国产业竞争行为的认识和观点对于理解工作中的感知和程序以及竞争力的提高有着重要的作用⁸。

在环境因素方面，米哈利奇（Mihalic）认为环境竞争力可以通过对环境影响（EI）和环境质量（EQ）的适当管理以及一定的环境营销行为来提高和增加⁹。瑞奇（Ritchie）和克劳奇（Crouch）认为一个旅游目的地要变得有竞争力，其发展必须是时刻持续的，不仅是在经济和生态方面具有可持续性，而且在社会、文化和政治方面也应该具有可持续性¹⁰。费尔南多（Fernando）和丹尼尔（Daniel）认为目的地管理除了要考虑环境方面的因素，社会文化、经济、心理知觉等大量的因素也需要考虑¹¹。

在市场因素方面，布哈利斯（Buhalis）认为目的地主题的诠释非常重要。在目的地营销方面，应该平衡所有从业者的战略目标以及增强目的地资源的持续能力，引

导旅游产业的正面影响和所有利益相关者的目标的实现¹²。乌萨尔 (Uysal) 等建议在目的地市场定位研究结果的基础上制定目的地促销活动以提高竞争力¹³。特雷沙 (Teresa) 通过建立旅游需求动态模型对德国人对西班牙的旅游需求进行了研究, 结果显示需求大小决定于不断变化的德国和目的地之间相对的旅游价格和成本, 而前期的旅游需求对旅游产业的发展有很大的影响¹⁴。米丁 (Metin) 和迈克 (Mike) 研究发现地中海旅游地是土耳其夏季旅游的直接竞争对手¹⁵。克雷尔 (Clare), 海姆 (Hem) 和沃森 (Werson) 分别从市场细分和品牌树立角度对旅游竞争力进行了研究^{16,17}。

在人力资源因素方面, 穆罕默德 (Muhammad) 和法兰克 (Frank) 认为必须投资人力资源的发展, 把人力资源的发展放在优先的位置¹⁸。沙丽妮 (Shalini) 认为人力资源的发展需要配套的教育和训练机构¹⁹。玛亚卡 (Mayaka) 等指出适用的旅游教育所培养出来的鲜明活跃的人力资源对于一地提高旅游产业的质量以及在国际旅游市场中获得竞争优势是一个极重要的关键因素²⁰。小约翰 (Littlejohn) 和戴维 (David) 的研究表明, 旅游业的管理人员以及导游的培养影响着未来接待业和旅游业能否健康持续地发展²¹。约翰 (John) 和凯文 (Kevin) 对香港的导游进行了调查研究, 发现进修机会的缺乏和有限性阻碍了导游专业化的进一步提高²²。

在政府政策因素方面, 戴安 (Dianne) 认为成功的旅游产业需要政府、个人以及非营利性机构相互之间的合作²³。南希 (Nancy) 等研究发现立法者更关注旅游业在就业和经济方面的影响以及在本区域内是如何和其他产业相互联系的²⁴。曲日良 (Riliang Qu) 等认为政府在旅游产业市场定位中起着重要作用并影响着旅游产业的竞争力²⁵。斯蒂文 (Stephen) 对加拿大政府发表的《旅游业发展前景和假想》对本国的旅游业发展作用进行了研究, 认为这种假想对引导旅游业的发展起到了积极的作用, 并提出了使这种假想发挥积极作用的措施²⁶。哈拉格尔 (Hjalager) 强调了改革政策的制定者在瞄准旅游产业变革时要重视其他部门和公共部门的驱动力²⁷。

在管理因素方面, 劳 (Law) 研究发现旅游者对质量和整体表现的感知在重游或肯定的口头建议决定过程中起着重要的作用²⁸。格沃斯 (Govers) 等指出全面的旅游目的地质量管理和基于价格的促销是一个增加价值的战略²⁹。普恩 (Poon) 认为旅游目的地要适应旅游竞争需要一个伟大的战略定位³⁰。林格罗 (Ruggero) 提出了一个动态的旅游目的地管理模型: 基本程序和支撑程序。前者是模型的关键, 涉及新产品开发、沟通及区域市场; 后者主要为前者提供服务和机会³¹。芭芭拉 (Barbara) 等对目的地的危机管理进行了研究, 认为良好的危机管理对于保持目的地的竞争力有重要的作用, 并针对不同的实证地点提出了应对危机的措施^{32,33,34}。

在技术因素方面, 格德纳 (Goeldner) 等提出了影响旅游产业和旅游产品竞争的信息化、知识化指标³⁵。佛德森 (Fodness) 认为区域旅游竞争可以通过信息结构、信息可达性、信息质量以及传播速度体现竞争力³⁶。布哈利斯 (Buhalis) 认为旅游企业的利用和整合信息技术的策略能够增强竞争力³⁷。

在集群因素方面, 波特 (Porter) 指出产业集群是提高产业竞争力的基本因素。霍勃斯 (Huybers) 和贝内特 (Bennett) 认为通过旅游产业集群有利于资源共享和



促进区域内旅游企业的合作,而通过集群内企业之间的合作,也可以反过来促进基于自然基础的旅游产业集群的形成³⁸。马里纳(Marina)等研究发现集群的发展要归因于经济关联的本性,是一个与旅游产业利益相关者相关的复杂的过程³⁹。辛克莱(Sinclair)和索里亚(Soria)认为通过整合有形资本、人力资本、创新和竞争环境的组合策略要比单个策略更为有效⁴⁰。布哈利斯(Buhalis)强调了供应者及个体产品和服务的多样性对于旅游竞争力的重要性。

(三) 旅游竞争力评价研究

皮尔斯(Pearce)认为目的地评价技术和方法在一个设计好的概念体系中可以系统地分析和比较竞争性目的地的各种属性⁴¹。梅利安(Melián)等在《旅游目的地竞争潜力》一文中研究了发展旅游目的地竞争潜力的评估程序所需理论,并指出了资源基础评估方法的具体步骤⁴²。国外学者对旅游竞争评价的研究主要集中在以下三个方面:

1. 评价变量

旅游竞争力的评价变量主要有两类指标:显性指标和隐性指标。显性指标也被称为硬指标(Hard Data),如游客人数和旅游收入等。科萨克(Kozak)等认为旅游竞争力评价还应考虑目的地竞争力如环境、机会等隐性指标,即软指标(Soft Data)⁴³。在旅游竞争力评价软指标研究方面,瑞奇(Ritchie)和克劳奇(crouch)认为目的地的吸引力包含文化和社会的特点、基础设施、基础服务结构、上层建筑、进入和交通设施、居民对旅游者的态度、花费/价格水平、经济和社会联系、唯一性等因素,目的地的阻碍因素有保障和安全、健康和医疗、法律和制度等⁴⁴。其他学者认为目的地竞争力还与空气、舒适、安全和保障运动、休闲、景点、食物、海岸、商店、悠闲的交流、服务质量、居民友善、成本、娱乐等因素相关。另外,游客的偏好与需求变化也是重要的软指标,其数据一般通过问卷调查和访谈的方式获得^{45,46,47,48,49}。

2. 评价模型

国外学者在“钻石模型”的基础上,针对旅游产业的特性构建了不同的模型,对旅游产业的竞争力进行了研究,较为典型的模型主要有五种:一是概念模型。该模型由瑞奇(Ritchie)和克劳奇(crouch)最早提出,主要由4个关键的因素构成:目的地的政策、计划和发展,目的地的管理,核心资源和吸引物,辅助因素和资源⁵⁰。恩瑞特(Enright)和牛顿(Newton)把概念模型应用于实践层面对目的地的旅游竞争力进行了研究^{51,52}。二是综合模型。该模型主要探寻竞争力因素中最重要的因素,金(Kim)在该模型中选取的主要因素有:自然遗留资源、人造资源、辅助因素和资源、目的地管理、区位状况及需求条件⁵³。三是哈桑恩(Hassan)模型。该模型把环境因素纳入目的地竞争力四大决定因素(产业结构、竞争优势、需求因素、环境因素)之中⁵⁴。四是凯赛尔(Keyser)和范(Van)模型。该模型包含旅游产业政策、宏观经济、供给、交通和需求5个因素⁵⁵。五是结构模型。该模型由尤斯克(Yoosihik)建立,主要关注旅游利益相关者,包含旅游业发展的影响、环境态度、区域依赖性、旅游吸引物优先发展度、旅游目的地的竞争战略支持度5个因素⁵⁶。

3. 评价量化方法

国外学者在研究旅游竞争力时主要使用的量化方法有：方差分析^{57,58}、重要业绩分析⁵⁹、回归模型分析^{60,61}、偏离一份额分析⁶²、尺度分析⁶³、因子分析⁶⁴等。由于学者对于目的地竞争力概念的理解和评价方法不尽统一，故其选用的模型以及主要量化方法也不尽相同。总的来看，侧重于显性指标的评价模型多采用回归模型分析、方差分析及偏离一份额分析法；侧重于隐性指标的评价模型多采用因子分析与尺度分析法。

二、国内旅游竞争力研究进展

相对于国外为期不长的旅游竞争力研究而言，我国学者涉足旅游竞争力研究领域的时间更短。但旅游竞争力研究的实用性和作为新研究领域的挑战性，不断吸引着国内学者在该领域孜孜探索。我国旅游竞争力研究真正受重视是在21世纪初，大量的研究成果出现在2003年之后；研究内容侧重于旅游竞争力的分析模型、旅游竞争力评价、旅游竞争力提升对策等。

（一）旅游竞争力概念

张明清和刘超认为：“旅游产业国际竞争力是通过企业在国际旅游市场上销售的旅游产品而反映出的生产力，表现为旅游产品所具有的开拓市场、占据市场并以此获得赢利的能力⁶⁵。”

张陆、夏文汇、徐刚认为：“旅游竞争力是旅游区域所具有的，在旅游资源、政府对旅游产业的政策支持、旅游环境建设和市场开拓等方面，与其他地区相比具有竞争优势的综合能力与素质⁶⁶。”

夏伟认为：“旅游竞争力是指在旅游经济中，通过对旅游资源、旅游企业以及旅游配套资源的有效整合，在旅游市场开拓方面表现出的实力和能力⁶⁷。”

姚作为认为：“旅游竞争力包括旅游产品竞争力、环境保护、行业管理、内部产业结构、市场结构与旅游企业竞争力。旅游产品的竞争力是旅游竞争力的最重要的基础，其状况基本上决定了旅游竞争力的高低⁶⁸。”

郝小瑶认为：“旅游竞争力，就是各旅游区域在旅游产业发展中表现出来的争夺旅游客源、获取产业发展要素以及获取增长动力的能力⁶⁹。”

盛见认为：“旅游竞争力由四部分构成：潜在竞争力、外生资源禀赋竞争力、内生资源禀赋竞争力、市场竞争力。潜在竞争力体现在两个方面：从供给角度来看，是指由于区域开发主体的开发意识不到位或经济条件制约，已经存在的旅游资源现在无法开发为区域旅游产品或无法提升已有产品的竞争力；从需求角度来看，是指落后地区具有的、经过不断开发才能变为现实的竞争力，是一种处于变动中的竞争力。外生资源禀赋竞争力是指外生与区域经济发展，天生的、不可成长的竞争力部分，主要是自然旅游资源和文物古迹等体现出来的竞争力。内生资源禀赋竞争力是指本区域在旅游业发展中独具的资源的有利条件，主要包括区位优势、资源价值优势、社会资源优

势。市场竞争力包括政府对旅游产业发展的政策支持和宏观调控力度、旅游环境状况、旅游市场营销战略和策略⁷⁰。”

(二) 旅游竞争力分析模型

国内最早出现的旅游竞争力分析模型是万绪才等提出的旅游竞争力综合评价模型⁷¹。该模型将旅游产业国际竞争力分解为旅游资源与产品条件、社会经济条件、其他方面3个部分，每一部分又分解为3个层级。该模型虽然所包括的因素不够全面，因素间的关系也不太清楚，但却对旅游竞争力的定量评价具有开创性意义。之后，很多学者从不同角度对旅游竞争力的评价模型进行了完善与改进。

张欣从竞争力的形成过程，把评价因素分为外层环境因素、中层资源因素和核心层过程因素3个部分⁷²。

杨英宝则从系统论角度，把评价因素分为旅游生产要素潜力系统、城市旅游需求系统、城市旅游企业竞争力系统3个方面⁷³。

陈志钢考虑到无形因素的影响作用，构造了由城市旅游经济实力、城市旅游环境引力、城市旅游潜力和城市旅游魅力4个方面两两相互作用的分析模型⁷⁴。

郭舒等从社会福利及旅游发展的目的出发，认为旅游目的地竞争力是核心吸引力、基础性因素、支持性因素、发展性因素、资格性因素和管理创新因素六大因素相互作用的结果，提出旅游目的地的六因素联动模型，使人们对旅游竞争力的形成过程有一个新的认识⁷⁵。

周常春等通过对肇庆城市旅游竞争力的实证分析，认为绝对因素和相对因素对城市旅游竞争力的影响是不同的，提出将影响竞争力的因素分为绝对因素和相对因素两大部分的竞争力分析模型，为进行城市旅游竞争力的分析提供了一个新的分析思路⁷⁶。

(三) 旅游竞争力测度指标

杨森林等认为旅游产业国际竞争力应从旅游国际竞争实力、旅游竞争潜力和未来旅游竞争的发展力3个角度衡量。其中竞争实力的测度指标有接待国际游客人数及排位、旅游创汇及排位、国际旅游市场占有率、旅游消费者综合满意度；潜力指标包括旅游竞争资源的筹供能力、质量潜力、成本潜力；发展力指标有市场营销能力、创新能力等⁷⁷。

黎洁等直接从波特（Porter）的竞争模型出发，认为国际旅游竞争力的评价指标应包括国际旅游收入与接待人数、国际旅游市场占有率、国际旅游产品销售结构与旅游组织形式3个方面⁷⁸。

甘荫雨等通过对特大城市、大中城市、中小城市旅游竞争力特征的分析，认为旅游竞争力的指标应包括城市旅游经济现状指标、城市旅游功能地位指标、城市旅游产业发展趋势指标、城市生活质量指标等方面⁷⁹。

朱明芳构建的评价指标体系主要包括两类指标：一类反映现实的竞争力，另一类反映竞争潜力。现实的竞争力包括资源引力、市场引力、设施引力、政策引力四方

面;竞争潜力包括支持性因素、基础性因素、管理因素和其他因素四个方面⁸⁰。

郝小瑶构建的旅游竞争力评价指标体系包括企业竞争力、要素竞争力、基础竞争力、环境竞争力4个二级指标、12个三级指标和38个四级指标。企业竞争力包括企业实力水平、市场需求水平、企业经营水平3个指标;要素竞争力包括旅游人力资源水平、旅游资源水平2个指标;基础竞争力包括旅游管理与服务、旅游投入与形象、旅游交通水平、旅游景区综合水平4个指标;环境竞争力包括整体经济水平、生态环境水平、区域安全水平3个指标⁸¹。

侯祥鹏构建的区际旅游竞争力评价指标体系包括旅游业硬件设施、旅游业经济社会效益、政府与公共服务、其他社会经济条件4个二级指标体系⁸²。

王凯、韩贵锋构建的省区旅游竞争力评价指标体系包括资源要素竞争力、产业竞争力、市场竞争力、区位竞争力4个二级指标和23个三级指标⁸³。

杨勇从吸引能力、接待能力和利用能力三方面出发,构建了包括3个二级指标、15个三级指标和30个四级指标在内的省际旅游竞争力评价指标体系⁸⁴。

中国人民大学竞争力评价研究中心和《中国信息报》共同发表的《中国31省市旅游竞争力评价报告》,从旅游产业的行业实力、市场竞争力、企业竞争力、基础竞争力和环境竞争力出发,选取了23个指标,建立了一个多层次、全方位的综合评价指标体系,以揭示全国各省(市、区)旅游产业发展的实际水平和竞争力的强弱。

李丰生、杨莎莎通过构建中国各省(市、区)城市旅游竞争力评估指标体系,运用因素分析方法,对我国31个省(市、区)的城市旅游竞争力进行了实证评估。发现资源禀赋固然是城市旅游竞争力的重要因素,但城市发展水平、对外经济联系、城市文化氛围、环境质量、服务水平等各方面才是城市旅游竞争力发展的主要因素⁸⁵。

朱应皋、万绪才依据波特(Porter)的产业国际竞争力“国家钻石模型”,将旅游产业国际竞争力的影响因素概括为旅游生产要素状况、国内旅游需求、旅游相关及辅助产业的状况、旅游企业的战略、结构与竞争、机遇以及政府六方面。同时根据影响旅游产业国际竞争力的相关因素及其内在关系,结合有关专家的意见,运用层次分析法(AHP),将旅游产业国际竞争力综合评价的基本层次概括为旅游资源与产品条件、社会经济条件、其他条件以及国际旅游业绩四方面⁸⁶。

王欣构建的区域旅游产业竞争能力的评价指标体系包括旅游贡献能力、旅游接待能力、旅游交通能力、旅游资源能力4个二级指标和10个三级指标⁸⁷。

张博、王洁平构建的城市旅游竞争力影响因素及评价表包括城市旅游竞争业绩、城市旅游竞争潜力、城市旅游竞争环境支持力3个二级指标和11个三级指标⁸⁸。

王晓娜构建的城市旅游竞争力评价指标体系包括基础竞争力、核心竞争力、宏观环境竞争力3个二级指标、12个三级指标、32个四级指标。基础竞争力包括旅游接待力、资源吸引力、区位优势力3个指标;核心竞争力包括产品竞争力、产业发展力、市场影响力、形象吸引力、管理协调力5个指标;宏观环境竞争力包括经济支撑力、社会包容力、环境吸引力、政策支持力4个指标⁸⁹。

师帅构建的区域旅游竞争力指标体系包括经济竞争力、资源环境竞争力、循环经



济竞争力3个二级指标、6个三级指标、37个四级指标。经济竞争力包括规模竞争力、发展速度竞争力2个指标；资源环境竞争力包括资源竞争力、环境竞争力2个指标；循环经济竞争力包括资源利用减量水平、废弃物再利用水平2个指标⁹⁰。

崔建凤构建的区域旅游竞争力评价指标体系包括资源因素、转化因素、环境因素、旅游需求4个二级指标、11个三级指标、26个四级指标。资源因素包括旅游资源、旅游人力资源、旅游设施3个指标；转化因素包括旅游企业经营能力、产业结构2个指标；环境因素包括经济水平、生态环境、社会文化环境3个指标；旅游需求包括全省旅游接待量、入境旅游者人均天消费、入境旅游者平均停留天数3个指标⁹¹。

李国柱构建的区域旅游竞争力评价指标体系包括规模竞争力、市场竞争力、企业竞争力、基础竞争力、环境支持力5个二级指标和25个三级指标⁹²。

李时构建的区域旅游竞争力指标体系包括旅游竞争业绩、旅游竞争潜力、环境支持力3个二级指标、9个三级指标、29个四级指标。旅游竞争业绩包括客源市场状况、旅游收入水平、企业经营情况3个指标；旅游竞争潜力包括旅游资源条件、旅游配套设施、旅游技术人才3个指标；环境支持力包括自然环境、经济环境、社会环境3个指标⁹³。

韦梅构建的区域旅游竞争力指标体系包括环境因素、中层资源因素、核心因素、潜在竞争因素4个二级指标、13个三级指标、57个四级指标。环境因素包括经济环境、自然环境、技术环境、社会文化环境4个指标；中层资源因素包括旅游资源、区位条件、设施3个指标；核心因素包括生产要素、产业结构、行业竞争实力、行业科技水平4个指标；潜在竞争因素包括行业竞争潜力、环境可持续力2个指标⁹⁴。

（四）旅游竞争力分析方法

1. 案例比较和因子比较法

案例比较和因子比较法是进行旅游研究的两种重要方法。在对一个区域旅游竞争力进行分析时，我国许多学者应用了该方法。如周常春等在研究肇庆市的旅游竞争力时，通过将肇庆市与珠海市、深圳市的影响竞争力的不同因素之间进行比较，得到了有价值的结论⁹⁵；章锦河、张捷等从空间场效应的角度采用因子分析法对区域空间竞争力进行了研究^{96,97}。

2. 层次分析法

在进行旅游竞争力的综合评价模型的构建时，我国多数学者使用层次分析法得到指标的权重值。如廖远涛等从理论框架上，万绪才等分别从实证方面运用层次分析法对城市或国家竞争力进行了定量评价^{98,99}。

3. 主成分分析法

张争胜等运用主成分分析法对广东省的城市竞争力进行了实证研究¹⁰⁰。

4. 偏离—份额分析法

杨新军、闻飞等采用偏离—份额分析法分别对陕西省和安徽省的旅游竞争力进行了分析^{101,102}。

(五) 旅游竞争力实证

我国有关旅游竞争力的研究多数是结合案例进行分析的,案例分析对象包括国家、省级区域、城市3个层次。

1. 国家层次的旅游竞争力案例研究

赵书华等利用比较优势指数对全球旅游服务贸易最强的9个国家西班牙、法国、意大利、墨西哥、中国、美国、英国、德国、加拿大的国际竞争力进行了实证分析,得出西班牙在旅游服务贸易方面的国际竞争力最强,其次是法国和意大利,中国在旅游服务贸易方面的国际竞争力存在着优势,但极其微弱¹⁰³。

朱应皋等利用竞争力综合评价模型实证研究了国际上11个旅游强国的旅游产业国际竞争力。根据评价结果将11个国家分为四类,美国国际旅游竞争力最强,位居第Ⅰ类;法国、西班牙、意大利次之,位居第Ⅱ类,旅游产业国际竞争力强;德国、中国、英国位居第Ⅲ类,旅游产业国际竞争力较强;加拿大、墨西哥、奥地利、希腊居第Ⅳ类,旅游产业国际竞争力相对较弱。作者指出,中国旅游资源与产品条件指标和国际旅游业绩指标的竞争力评价价值较强,但社会经济条件指标和区内交通、区位中心等指标的竞争力评价价值相对较低。这是中国旅游产业国际竞争力弱于德国,略强于英国,排名第六的主要原因¹⁰⁴。

冯学钢等利用国际权威机构的有关指标和数据,运用德尔菲法和层次分析法对中国旅游产业发展环境竞争力进行量化评价,并通过与世界主要入境旅游接待排名前10位(2001)国家之间的比较,诊断制约中国旅游产业发展环境中的薄弱环节,在此基础上提出提高发展环境竞争力的对策与建议¹⁰⁵。

2. 省级区域旅游竞争力的案例研究

冯茂娥利用综合评价模型分析了陕西省旅游竞争力,并对我国31个省(市、区)在环境竞争力、基础竞争力、核心竞争力3个分项竞争力及旅游综合竞争力方面进行了比较。得出北京在环境竞争力、基础竞争力方面都处于领先地位;其次是上海、广东,云南的竞争力也较高。陕西省在生态环境、旅游设施等方面的竞争力都很弱,但在旅游企业经营水平、旅游管理与服务、旅游宣传与促销3个二级指标中的得分较高,综合得分排名第12位¹⁰⁶。

汪德根从国际旅游竞争经济实力、国际旅游资金实力、国际旅游吸引力、国际旅游企业经营状况、国际旅游交通状况、国际旅游技术人才6个方面构建了国际旅游竞争力评价体系,运用主成分分析和聚类分析方法对我国31个省分的国际旅游竞争力进行了实证分析。根据竞争力的评价结果将我国31个省分分为3个层次:第一层次为竞争力最强型,包括北京、上海、广东3个省(市);第二层次为竞争力较强型,包括浙江、江苏、陕西、四川、重庆、山东、云南、海南、福建、辽宁、天津等11个省(市);第三层次为竞争力一般型,包括余下的17个省(市、区)¹⁰⁷。

3. 城市旅游竞争力的案例研究

鄢慧丽对武汉市的竞争力进行了实证分析,并与北京、南京、西安3个城市的旅游竞争力进行了比较,得出武汉市的旅游综合竞争力位于四市之末¹⁰⁸。



陈志钢对江苏省的9个优秀旅游城市南京、无锡、徐州、常州、苏州、南通、扬州、连云港、镇江的旅游竞争力进行了实证比较与分析。通过聚类分析和主成分分析比较了9个城市在经济实力、旅游魅力、环境实力3个方面的竞争力和综合竞争力,最后得出:南京、苏州、无锡竞争力最强,处于第一类竞争层次,常州、镇江、扬州的竞争力次之,处于第二类竞争层次;徐州、南通、连云港竞争力最弱,处于第三类竞争层次¹⁰⁹。

张朋对8个沿海港口城市上海、深圳、广州、天津、大连、青岛、厦门、宁波的旅游竞争力进行分项比较,但没有得到8个城市的综合竞争力排序¹¹⁰。

杨英宝将郑州市与北京、南京、西安3个城市的旅游竞争力进行了比较分析。研究认为,郑州市旅游竞争业绩居四市之末,竞争潜力也最弱,旅游环境支持力居中¹¹¹。

张争胜等从旅游发展规模、外出旅游能力(出游力)、旅游组织能力和旅游接待能力4个方面,15项指标分析了广东省21个地市的旅游竞争力,利用主成分分析和聚类分析方法,将21个地市分为四个类型:一是综合型,包括广州、深圳、珠海、佛山4市;二是客源地型,包括中山、江门、汕头、东莞4市;三是目的地型,包括韶关、肇庆、惠州、阳江、湛江5市;四是待开发型,包括汕尾、潮州、河源、梅州、茂名、揭阳、清远、云浮8市¹¹²。

李树民将西安与世界五大古都城市雅典、罗马、开罗、伊斯坦布尔、耶路撒冷及国内城市北京的旅游竞争力进行了比较,认为西安旅游产业和具有可比价值的世界其他五大古都相比,在城市国际知名度、城市规划和建设、历史文化保护和发展、世界文化遗产拥有数量方面存在明显差距,列在世界六大古都之末位¹¹³。

三、国内外研究对比

(一) 研究时间

国外学者对竞争力的研究早于国内学者。国外学者对竞争力的研究始于20世纪80年代初期,不同领域的机构和学者对竞争力特别是国际竞争力进行了深入探讨,产生了一系列丰富的竞争力研究成果。从1992年起,由Crouch(克劳奇)和Ritchie(瑞奇)等人组成的团队,开始致力于旅游竞争力研究;国内学者对竞争力的研究始于20世纪80年代末期,在关注国际竞争力研究的同时,重点关注了工业竞争力研究。直到21世纪初,旅游竞争力研究才真正受到重视,大量的旅游竞争力研究成果出现在2003年之后。

(二) 研究内容

国外学者对竞争力的研究主要集中在竞争力结构模型与评价模型的构建,以及利用这些模型对竞争力进行定量测量与比较等方面,选择的指标多为硬指标,得出的结论具有很强的实用性与操作性。另外,国外学者在旅游竞争力相关因素的研究上已开始关注单个影响因素对整体旅游竞争力的影响,相关因素的内涵、外延也在扩展。国

内学者对竞争力的研究主要集中在竞争力概念探讨、影响因素分析、结构模型与评价模型构建等方面,但模型中选择的指标多为软指标,而且指标选择的理论依据没有给出详细说明,竞争力研究的理论层次还不够深入。此外,国内学者对核心竞争力和旅游产业核心竞争力的基本理论也进行了浅层次的探讨,但缺乏科学的旅游竞争力计量分析,得出的结论操作性不强。

(三) 研究方法

国外竞争力研究方法相对多样化,既有传统定性研究方法,又有现代定性研究方法,还有定性定量相结合的研究方法,以及基础统计分析和复杂统计分析等研究方法。总体来看,国外竞争力研究方法普遍量化、分散化和多样化;国内竞争力研究方法较为单一化和集中化,特别是在构建综合评价模型时,权重的确定大都采用层次分析法。

(四) 研究成果

国外竞争力研究成果相对丰富,既有大量的研究论文,又有一定数量的学术专著。其成果以基础理论探讨、案例研究和经验总结为主,研究较为深入和翔实,具有较强借鉴意义和参考价值;国内竞争力研究成果虽较为丰富,但缺乏对实际问题的深入研究,尤其是结合中国各地及不同产业状况,对竞争力基础理论进行改进与完善的研究很少,有代表性和参考价值的成果更为罕见。对旅游企业竞争力的研究及其成果,与城市和区域旅游竞争力研究相比较则更为少见。

四、研究展望

(一) 加强旅游竞争力基础理论研究

1. 明确界定竞争力相关概念的内涵外延

目前国内外学者关于竞争力相关概念内涵外延的界定众说纷纭、莫衷一是,这已成为制约竞争力研究发展的“瓶颈”问题。以旅游竞争力研究为例,当前有关旅游竞争力研究的文献中,出现了“旅游竞争力”、“旅游目的地竞争力”、“旅游国际竞争力”、“国际旅游竞争力”等表述不同的概念,这些概念的内涵外延是否相同,关系着旅游竞争力相关研究的进一步发展,也关系着学术界在旅游竞争力研究方面的交流与合作,国内外学者亟须对上述概念形成统一认识。

2. 强化竞争力理论基础研究

目前,竞争力的理论基础研究还不够充实,主要集中在比较优势、竞争优势和可持续发展理论上,而事实上这些理论对竞争力的解释力都十分有限。另外,国内的相关研究成果大都是基于基本理论在实践中的简单应用,而较少结合国家、地区和产业的实际对理论进行深化和改进,学术水平较高的理论探讨性成果更是罕见。以旅游竞争力研究为例,目前国内对于旅游竞争力的研究大都借鉴一般产业竞争力研究的相关