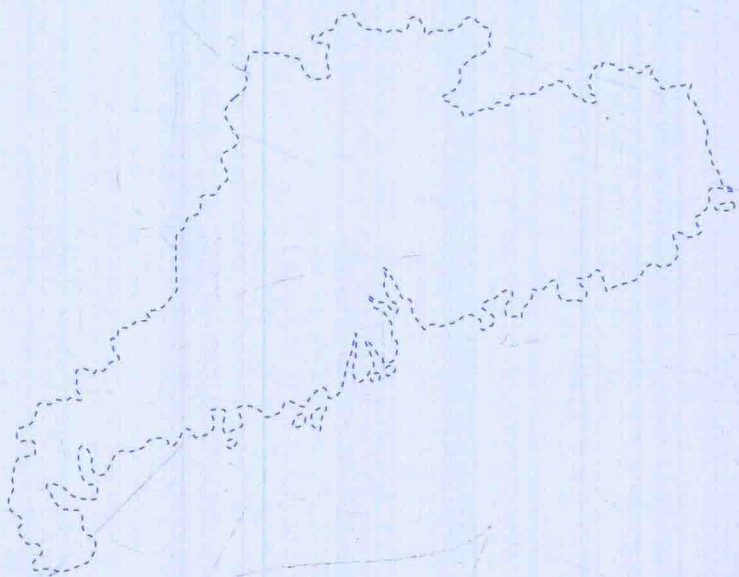




旅游管理精品书系



Big Data and the Evaluation of Country
Tourism Competitiveness of Guangdong Province

张河清 王蕾蕾◎著

大数据与广东县域 旅游竞争力评价研究



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



旅游管理精品书系

本书得到国家自然科学基金项目《民族传统聚落文化与生态基因信息图谱建模与应用研究》(批准号: 71473051); 国家自然科学基金项目《旅游业跨区域联合发展的竞合机制及其绩效评价研究》(批准号: 70973029); 教育部新世纪优秀人才支持计划项目《旅游竞争力评价体系研究》(编号: NCET-10-0086); 《广州市“羊城学者”中青年学术带头大研究项目》(编号: 12A010G)资助。

Big Data and the Evaluation of Country
Tourism Competitiveness of Guangdong Province

张河清 王蕾蕾◎著

大数据与广东县域 旅游竞争力评价研究



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

大数据与广东县域旅游竞争力评价研究 / 张河清, 王蕾蕾著.

北京: 中国经济出版社, 2018.3

ISBN 978-7-5136-4951-3

I. ①大… II. ①张…②王… III. ①旅游经济—市场竞争—研究—广东 IV. ①F592.765

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 266388 号

责任编辑 赵静宜

责任印制 巢新强

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京建宏印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 15.75

字数 242 千字

版次 2018 年 3 月第 1 版

印次 2018 年 3 月第 1 次

定价 65.00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010-68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010-68355416 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010-88386794

CONTENTS
>>> 目录

第一章 导 论	1
第一节 研究背景与意义	1
一、研究背景	1
二、研究意义	3
第二节 研究历程与概况	7
一、广东旅游竞争力评价研究中心简介	7
二、历届广东县域旅游竞争力新闻发布会概况	8
第二章 旅游大数据研究述评	11
第一节 大数据研究回顾	11
第二节 大数据治理研究	15
第三节 大数据应用研究	18
第四节 旅游大数据研究	24
一、大数据与旅游产业	25
二、大数据与旅游应用	26
三、大数据与旅游营销	27
四、大数据与旅游预测	28
五、大数据与旅游管理	29
六、大数据与地方旅游产业	29

第五节 大数据研究评述	30
一、对于大数据的融合研究需进一步增强	30
二、对于多学科跨学科的深度研究有待进一步拓展	30
三、旅游大数据研究和综合应用尚处于探索和起步阶段	31
第三章 大数据应用和发展分析	32
第一节 大数据概述	32
一、大数据内涵	32
二、大数据特点	33
三、大数据对旅游业的影响	34
第二节 大数据发展概况	37
一、国际大数据战略发展情况	38
二、国内大数据战略发展情况	39
第三节 旅游大数据来源分析	42
一、行业外数据与行业内数据结合	42
二、旅游大数据的类型及分析主体	50
第四章 广东旅游大数据分析	56
第一节 广东旅游大数据概况	56
一、广东大数据战略发展情况	56
二、广东旅游大数据应用概况	57
三、广东旅游大数据应用现状	57
第二节 广东旅游大数据应用热点	60
一、旅游者——旅游大数据核心价值实现者	60
二、旅游市场供给分析——旅游大数据价值应用者	68
三、政府——旅游大数据顶层设计者	72
四、县域旅游竞争力分析——旅游发展趋势全域化	75

第五章 广东县域旅游竞争力实证分析与评价	79
第一节 县域旅游竞争力评价指标体系	79
一、指标体系构建原则	79
二、评价指标制定参考标准	80
三、竞争力评价指标	81
四、数据采集	85
五、评价方法	86
第二节 竞争力评价模型及构建	91
一、理论基础	91
二、参考模型	98
三、广东县域旅游竞争力模型构建	102
四、县域旅游竞争力关键因素分析	103
第三节 县域旅游竞争力评价	124
一、2014—2015 年旅游竞争力评价	125
二、2015—2016 年旅游竞争力评价	128
三、动态评价	131
第六章 广东县域旅游竞争力:大数据视域下的解读	145
第一节 2014—2015 年广东县域旅游竞争力	145
一、旅游综合竞争力“十强县”	145
二、最具影响力旅游微信公众号	156
三、最具市场价值旅游品牌	158
第二节 2015—2016 年广东县域旅游竞争力	160
一、旅游综合竞争力“十强县”	160
二、最具影响力旅游微信公众号	172
第三节 解读广东县域旅游竞争力“十弱县”	173
一、2014—2015 年旅游综合竞争力“十弱县”	173

二、2015—2016 年旅游综合竞争力“十弱县”	174
三、解读旅游综合竞争力“十弱县”	174
第四节 县域旅游的投资与消费	175
一、广东县域旅游综合竞争力之旅游消费	175
二、广东县域旅游综合竞争力之旅游投资	177
第七章 案例研究	182
第一节 全域旅游早谋划——增城模式	182
一、增城全域旅游发展情况	182
二、增城全域旅游宏观把握	183
三、增城全域旅游微观路径	184
四、增城发展全域旅游具体做法	191
五、增城全域旅游产业发展“十三五”目标	194
第二节 大数据背景下的新发展——从化旅游	196
一、推动资源整合，促进融合发展	196
二、从化旅游快速发展的基础条件	196
三、从化旅游产业长足发展带动社会经济全面发展	198
四、从化区委、区政府统揽当前旅游重点工作	199
第三节 民族旅游与新媒体——千年瑶寨	203
一、千年瑶寨概况	203
二、多元营销——打响民族特色旅游品牌	204
三、科学规划——品牌培育	204
四、多元营销——旅游市场初露锋芒	205
五、独特瑶族文化博大精深	208
六、大数据营销——瑶族文化大放光彩	213
第四节 构建发展新格局——开平旅游	214
一、科学规划——大规划提升大旅游	214

二、精品战略——更上一层楼	215
三、积极招商——构建华侨文化旅游目的地	216
四、完善配套——增添开平旅游新活力	220
五、擦亮品牌——强化旅游营销宣传	221
六、联动为导向——高效开拓旅游市场	223
第五节 “旅游+”——恩平旅游	224
一、构建全方位的营销格局	224
二、引入大项目大品牌进驻	225
三、完善恩平旅游基础设施	225
四、举办节庆活动带旺市场	226
五、大力发展乡村旅游	226
六、推进台开恩旅游协同发展	226
七、旅游人数和收入快速增长	227
八、恩平旅游影响力显著增强	227
九、旅游产业发展势头良好	227
十、恩平旅游新未来	228
参考文献	229
附录1 广东旅游竞争力评价研究中心(顾问·专家)	235
附录2 广东旅游竞争力评价研究中心(核心团队)	237
重要术语索引表	239
后 记	241

第一节 研究背景与意义

一、研究背景

(一) 旅游业成为国民经济发展战略支柱产业

自 1998 年党中央、国务院将旅游业确定为国民经济新增长点以来,旅游业在各级政府的推动下,获得了前所未有的发展,旅游业的强大经济带动、拉动和联动作用日益得到重视。发展旅游业是促进区域经济发展、改善地区经济结构、吸收大量人员就业、带动相关产业发展的有效途径,因而已经成为许多地方新的经济增长点。目前,中国大陆 31 个省、市、自治区均把旅游业作为国民经济的新增长点,其中 24 个省、市、自治区将其作为新的支柱产业或优势产业来培育。旅游业在全国已形成中央重视、省级强调、县域热衷的局面。2009 年国务院发布《关于加快发展旅游业的意见》,首次提出将旅游业培育成“战略性支柱产业”,旅游业的产业地位显著提高,发展面临着前所未有的机遇。

近年国家政策密集出台,大力发展旅游业。例如,2015 年 7 月《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》(国办发〔2015〕62 号,以下简称《意见》),《意见》针对增强旅游投资和消费提出了 6 个方面、26 条具体政策措施。2016 年中央一号文件强调,大力发展休闲农业和乡村旅游。强化规划引导,采取以奖代补、先建后补、财政贴息、设立产业投资基金等方式扶持休闲农业与乡村旅游业发展。2016 年 3 月,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》(2016—2020 年)提出

要推进“一带一路”建设。办好“一带一路”国际高峰论坛，发挥丝绸之路（敦煌）国际文化博览会等作用。广泛开展教育、科技、文化、体育、旅游、环保、卫生及中医药等领域合作等。发改委等七部门联合印发《关于金融助推脱贫攻坚的实施意见》，提出了金融助推脱贫攻坚的细化落实措施。国家旅游局强调旅游供给侧改革，关注旅游供求关系，调整旅游产品供给结构，新常态下聚力县域旅游发展。

（二）旅游嵌入大数据是时代要求

大数据让旅游更“智慧”，同时智慧旅游使大数据更“大”。以互联网媒体平台为主流的网络信息日益成为影响旅游者出游的重要因素，如微博（新浪、网易、腾讯等）、博客（新浪、网易、搜狐、QQ空间等）、论坛社区（天涯、豆瓣、百度贴吧、蚂蜂窝等），这些社会化媒体给旅游者提供了信息交流与传递的平台，同时互联网媒体平台借助互联网搜索引擎，为用户提供相关推送信息。

随着互联网技术的发展，云计算和云存储的出现，大量存储、处理、传输数据成为可能，而智能移动终端的普及则拓展了互联网的应用范围和领域，人们的生活进入了一个“大数据”时代。各行各业都在想方设法利用大数据来促进行业转型和发展，旅游业由行、住、吃、游、购、娱、厕七大要素组成，涉及的对象多、范围广，尤其适合利用大数据来促进旅游业的发展。互联网技术的飞速发展和智能手机的快速普及，游客通常会利用智能手机APP方便快捷地进行旅游信息查询、网络预订与支付、旅游导航以及旅游评价等全程自主性旅游活动。这些APP在极大地改善与丰富游客旅游体验的同时，也产生了海量的旅游数据，这些多类型数据成为未来旅游大数据的重要来源，通常也把这种通过移动端由游客产生的海量数据称为移动旅游大数据。根据公众贡献数据的主动性，可以把移动大数据分为主动式大数据与被动式大数据。主动式移动大数据主要指公众通过基于Web 2.0的电子商务平台自愿贡献的微博、日志、评价、签到等海量文本、图片、空间定位以及音视频数据，这些数据一般情况下都可以公开免费获取。被动式移动大数据是游客使用智能手机时在运营商或旅游服务商后台

产生的数据,如旅游消费数据、旅行GPS轨迹数据、运营商基站数据,这些数据由于涉及用户隐私一般不对外公开。对大数据的获取与分析能够为旅游业发展与旅游相关领域的研究带来深远影响。

(三) 旅游业转型升级现实需求

2014年习近平总书记的系列讲话让“新常态”成为国内学术研究热点,中国经济逐渐步入新常态是一个不争的事实。“中速度”“优结构”“新动力”“多挑战”是新常态下中国经济发展的四大主要特征,旅游业作为新常态下区域经济新的增长点,旅游增长方式必须适应新常态。新常态下,旅游发展“新动力”逐渐呈现。传统区域旅游增长更多偏向于区域经济、区位交通、资源禀赋、产品市场等实体要素,经济新常态下,区域旅游发展动力必须更加重视结构因素、网络因素、动力因素等要素。宏观经济形势进入新常态,旅游资源开发利用必须适应新常态。

《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》明确提出了科学旅游观的主线:转型升级与提质增效。中国旅游发展正处于由粗放型向集约化发展的转型期,旅游经济增长方式不能仅仅依靠数量的增加,旅游资源开发利用必须走集约化发展道路,必须适应旅游经济转型升级的现实需求。

二、研究意义

广东要加快推进旅游供给侧结构性改革,进一步扩大旅游投资与消费,打造广东世界旅游休闲目的地,必须提高各县域的旅游竞争力,这是实施政府主导型旅游发展战略、加快县域经济发展、建设旅游强省的重要工作;是转变经济发展方式、调整经济结构、提高产业素质的重要举措;是惠及百姓、构建和谐、推动新农村建设的民心工程,作用明显、意义重大。所以,对广东县域旅游经济竞争力进行研究,具有较强的理论价值、实践意义和应用价值。

(一) 理论价值

本研究将通过广东县域旅游竞争力系统的内涵、影响因素进行探讨,构建一套综合评价的分析模型和指标体系,以便显示出影响广东县域

旅游竞争力的各层因素及其因果作用关系,从而有利于更加深入、全面地剖析旅游经济这个复杂系统,为县域旅游的进一步发展奠定理论基础。

由于旅游业在很多环节上是一项操作性很强的服务性产业,因此忽视理论研究是旅游业发展的一项通病,旅游竞争力理论的研究也是如此。目前对旅游竞争力研究的理论状况尚处于垦荒阶段,属于当代旅游经济学的前沿领域。虽然国内外对旅游竞争力的研究取得了一定的进展,但主要集中在案例研究上,理论研究较为薄弱,大多是诠释性的议题,缺乏系统理论总结,旅游竞争力的理论体系尚没有形成,并且研究对象主要是区域旅游竞争力、旅游国际竞争力和有关城市旅游竞争力某一方面或某几方面的问题,真正对县域旅游竞争力整体系统研究的不多,可以肯定地说,县域旅游竞争力这一课题的研究目前尚处于一个开拓性阶段。县域旅游产业竞争力的培养与提升急需深厚的理论作指导。

本研究具体探讨“互联网+”和大数据视域下的广东县域旅游竞争力的理论框架和逻辑结构;研究县域旅游竞争力系统的影响要素等基本原理;构建县域旅游竞争力评价指标体系,确定评价和分析方法;动态跟踪分析指标数据,对比不同年份县域旅游数据,将理论运用于广东县域旅游发展实际,进行实证研究。尤其是通过县域旅游竞争力指标体系的建立和评价方法的探讨及在实际中的运用,研究影响县域旅游产业的内部因素及其因果作用关系,从而更加深入、全面地剖析旅游经济这个复杂系统。

(二) 实践意义

1. 县域是新常态下旅游发展的“主力战场”

我国是个农业大国,绝大部分人口在县域。县域经济是整个国民经济的重要经济基础,也是国家政权得以稳固的基石。县域旅游经济作为县域经济的组成部分,有着其特殊性和重要地位,关系着脱贫致富和全面建设小康社会目标的实现以及平等、团结、互助的社会民族关系的巩固和发展,具有重要的经济意义和政治意义。改变各县域经济发展不平衡的局面,加快县域小康社会建设已经成为当前刻不容缓的任务。

县域旅游是我国旅游业发展的重要基础和主要增长点。在新常态下,

大力推进现代服务业发展,最大难点在县域,重点和着力点也在县域。毋庸置疑,县域是旅游发展的“主力战场”。将各县域拥有的丰富的旅游资源转化为现实的经济力量,在广东县域大力发展旅游经济,将有利于加快广东县域改革开放和现代化建设步伐,实现以旅游产业开发促进地方经济发展、构建和谐社会。

2. 县域旅游是我国旅游业发展的支持体系

县域作为中国行政体系的重要一环,既是基层单元行政区,也是旅游业中观层面的独立单元区域。只要县域旅游发展得当,无疑将有力地拉动地方经济的持续增长,并促成国内旅游业完整的支持体系。同时有利于从整体上认识全国区域旅游竞争格局及区域旅游产业发展的大方向,提升广东省在全国旅游格局中的地位和作用。

目前的国际旅游需求,已经发育到一个非常完善的程度,中国旅游主要不是靠特殊的吸引力而是靠全面的竞争力求得发展。近年来,广东省县域旅游业虽然发展较快,但发展的总体水平与资源优势很不相称。广东省县域旅游未来发展的水平和繁荣昌盛无疑将对于整个广东区域的竞争力水平的提升有重要作用。

将县域竞争力概念引入广东省旅游经济发展的分析框架:

一是增添一个对旅游产业或地域经济进行利益与管理分析的工具。

二是运用这一分析工具,明确广东省旅游产业的整体竞争力的存在意义,引导更多的人关注广东省区域旅游竞争力;明确广东省区域旅游整体竞争力、存在方式与提升广东省整体竞争力的责任主体,减少对广东省旅游整体竞争力培养的管理误区。

三是关注排名落后县域旅游的发展,找出差距,提升广东省区域旅游竞争力的整体水平。

3. 新常态下县域旅游成为县域经济发展新引擎

县域旅游发展以生态旅游为重点的第三产业,实施“旅游立县”战略,建设县域品牌,开发城市休闲度假旅游产品,发展休闲农业、乡村旅游、生态观光休闲等项目,推动旅游业转型,拉动县域经济增强,成为县

域经济新的增长点。县域旅游的发展已不单是构建观光型的旅游景点项目,而是向观光游与休闲度假游、养生游、乡村游等多重模式转变,打造独具特色的旅游品牌。发展县域旅游经济是实施政府主导型旅游发展战略、加快县域经济发展的重要工作;是转变经济发展方式、调整经济结构、提高产业素质的重要举措。

4. 县域旅游经济研究具有重要文化意义

县域旅游开发兼具经济与文化的综合性,既能“输血”,也能“造血”。广东各县域人民要转变观念、增强自信心,面向市场,依靠自身力量致富。通过旅游开发,一方面有效培植各县域地方文化自然保存、发展的造血功能,使普通民众获得传承、保护地方文化的动力,增强地方文化的自我传习、保护和持续发展的能力,如促使当地居民开始修建历史建筑、开始抢救那些濒临灭绝的传统文化等;另一方面不断提高地方群众的思想道德水平和科学文化水平,提高生活质量,提高适应市场、参与竞争的能力。

(三) 应用价值

1. 有利于增强广东各县域参与旅游竞争的紧迫感

在市场经济条件下,县域内任何产业的存在和发展都取决于在市场上的竞争,取决于产业的市场竞争力。敢不敢竞争,有没有竞争力,这是县域产业活力的外在和内在的综合表现,它表明县域产业在市场同行业中的地位和经济实力以及应对市场变化的能力。现在,县域研究已从综合实力研究发展到竞争力的研究。从评价竞争力的标准看,反映一个县域竞争力所包含的内容要比综合实力包含的更为广泛,竞争力的强弱对于立足于市场之林的每个县域的未来发展更具有现实意义。任何一个发展旅游业的县域,不论其发展先后,实力强弱,面对的都将是一体化的统一的旅游大市场。增强旅游竞争力是无法回避的现实挑战,竞争力的强弱高低关系到旅游业的生死存亡。

因此,对广东县域旅游竞争力进行客观的评价,找出差距,有助于广东各县域树立和培养强烈的竞争观念和精神,增强参与国际国内旅游市场

竞争的紧迫感。

2. 有利于各县制定适应国内国际竞争需要的旅游竞争战略

当前,竞争焦点由资源、价格、促销转化为人才、创新、技术和信息。知识经济带来了新的旅游竞争方式,旅游业已从传统的资源竞争、价格竞争、促销竞争转化为人才竞争、创新竞争、技术竞争和信息竞争。哪个旅游目的地能抢占竞争的制高点,就能在新一轮的旅游竞争中取胜。在市场经济时代中,县域旅游业对旅游市场的依存度越来越高,旅游经济的发展,在越来越大的程度上依赖于积极参与市场上的竞争。因此,旅游竞争将空前激烈,竞争领域更宽,层次更广。而通过对县域旅游竞争力的研究,广东各县域就可清楚地知道自己在省内乃至国内国际旅游业中的地位,确定本县域现在和未来竞争的优劣势,并为县域旅游业的重组、优化资源配置提供参考依据。县域旅游竞争力研究是广东省制定正确的旅游竞争战略的前提。

目前,广东各县域纷纷将旅游业作为地区经济发展新增长点来培育的背景下,面对复杂的旅游市场需求环境,有必要对广东县域旅游经济竞争力问题在理论上进行深入研究,从促进广东县域旅游开发与地区经济、社会的有机协调出发,实现广东县域旅游的可持续发展。

第二节 研究历程与概况

一、广东旅游竞争力评价研究中心简介

广东旅游竞争力评价研究中心于2010年首次编制广东省县域旅游经济发展竞争力指标评价体系,并首次发布广东县域旅游竞争力研究报告。6年来,课题组持续跟踪研究广东省县域旅游发展状况,以第三方独立研究机构,每年对外发布竞争力评价研究报告。2010年9月—2016年12月,广东县域旅游竞争力评价中心对广东县域旅游已连续跟踪研究6年,研究成果先后被新华网、人民网、光明网、央视网、广东省政府网、国家旅游

局、广东省旅游局、《中国旅游报》、大洋网、凤凰网、《广州日报》、《羊城晚报》、《南方日报》、《南方都市报》、广东电视台、南方电视台、广州电视台、南方杂志社以及广东省 10 多个市县网站等 100 多家媒体转引和报道,引起了社会各界的广泛关注,产生了较大的社会影响,在业界具有权威性和影响力。

研究机构依托“广东旅游竞争力评价研究中心”“广东智慧旅游发展中心”和“世界优秀旅游目的地组织——广州大学联合研究中心”三大核心平台。其他依托主要平台有:广州大学统计学一级学科博士点、广东省重点学科;工商管理一级硕士点、旅游管理二级学科硕士点;省级教学和实践平台:“广州大学——广之旅国际旅行社实践教学基地”“校政企协同培养的复合型会展人才创新实验区”;广州大学与法国昂热大学、尼斯大学合作旅游管理教育项目(中法旅游学院);广州大学旅游学院旅游管理综合实验中心。

现有校内外专兼职研究人员 60 余名,主要应用旅游学、社会学、统计学、计量经济学等相关学科理论和方法开展“区域旅游竞争力”“城市旅游竞争力”“旅游企业竞争力”“智慧旅游城市”“智慧旅游景区”“世界优秀旅游目的地评价”“智慧旅游平台和关键技术”等领域的研究和咨询工作。广东旅游竞争力评价研究中心致力于打造旅游竞争力评价研究权威智库,为广东县域旅游发展鼓与呼。

二、历届广东县域旅游竞争力新闻发布会概况



图 1-1 广东省县域旅游竞争力研究报告
新闻发布会 2009—2010 (第一届)



图 1-2 广东省县域旅游竞争力研究报告
新闻发布会 2010—2011 (第二届)



图 1-3 广东省县域旅游竞争力研究报告
新闻发布会 2011—2012（第三届）



图 1-4 广东省县域旅游竞争力研究报告
新闻发布会 2013—2014（第四届）



图 1-5 广东省县域旅游竞争力研究报告
新闻发布会 2014—2015（第五届）



图 1-6 广东省县域旅游竞争力研究报告
新闻发布会 2015—2016（第六届）

表 1-1 第一届和第二届广东县域旅游竞争力排名发布

县市	2010—2011 排名	县市	2011—2012 排名
从化	广州市范围不参与排名	从化	广州市范围不参与排名
增城	广州市范围不参与排名	增城	广州市范围不参与排名
梅县	1	开平	1
开平	2	龙门	2
清新	3	梅县	3
仁化	4	台山	4
龙门	5	英德	5
佛冈	6	清新	6
台山	7	仁化	7
德庆	8	连州	8
恩平	9	恩平	9
英德	10	德庆	10