
基于钻石模型的湖南旅游业竞争力分析

李金玲 杨占锋¹

（重庆工商大学长江上游经济研究中心，重庆400067）

【摘要】旅游行业作为朝阳行业，在国民经济中发挥了越来越重要的作用。近几年来，湖南旅游产业发展迅速，旅游业对湖南的经济也起到了显著作用。然而，作为旅游资源大省的湖南，旅游业的竞争力并不强大。本文运用波特的钻石模型，通过分析湖南旅游业的各因素来推断其竞争力，从而提出提高竞争力的对策。

【关键词】钻石模型；旅游产业；竞争力

旅游业被誉为当今世界发展最快、最具活力和潜力的朝阳产业，具有资源增值性、就业容量大、产业关联度强等特点，发展旅游产业，对调整地区经济结构，促进建立资源节约型和环境友好型社会，带动整个社会经济持续健康发展具有极其重要的意义。本文就湖南旅游业为对象，通过钻石模型相关因素分析湖南旅游业的竞争力，从而提出相应建议。

1 钻石模型理论简介

“钻石模型”是由美国哈佛商学院著名的战略管理学家迈克尔·波特提出的。波特的钻石模型用于分析一个国家某种产业为什么会在国际上有较强的竞争力。波特认为，决定一个国家的某种产业竞争力的有四个基本决定因素和两个辅助因素组成，如图1所示。

¹**作者简介：**李金玲（1984-），女，湖南邵阳人，重庆工商大学长江上游经济研究中心研究生，研究方向：区域经济学、产业经济。

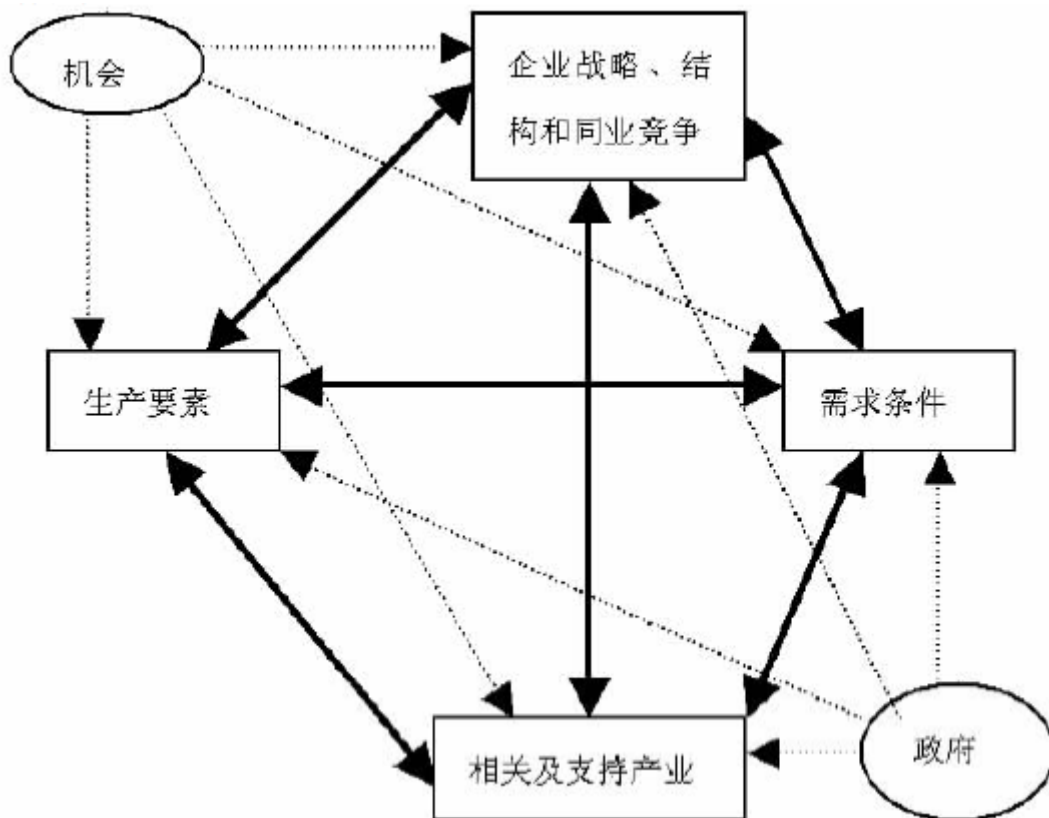


图 1 波特竞争优势“钻石模型”

在上图所示，波特认为这六个因素相互影响、互相加强，共同构成一个动态的激励创新的竞争环境，由此构成一国(产业或企业)国际竞争力的来源。

2 湖南省旅游业的竞争力分析

根据波特的产业竞争力理论——钻石模型，对湖南省旅游业的竞争力进行分析如下：

2.1 生产要素。波特认为，生产要素可划分为基本要素和高级要素两类。旅游业中的基本要素主要指自然旅游资源，高级要素则主要指企业人员的劳动生产率、专业旅游人员以及与旅游相关的基础设施。

湖南省是名副其实的旅游资源大省。灵山秀水遍布全省，人文景观尤为璀璨夺目。儒释道三教合一的南岳衡山、千年学府岳麓书院、江南三大名楼之首的岳阳楼、梦里水乡“天下凤凰”、明清商贸标本洪江古商城、中华始祖炎帝陵，毛泽东、刘少奇、彭德怀等老一辈无产阶级革命家的故居，名胜古迹、名楼名院、古村古镇星罗棋布。

然而旅游业所需的高级要素却大大的制约了湖南旅游业的发展。根据2007 中国旅游统计年鉴可得，湖南旅游企业现阶段企业固定资产532.48 亿元，现有从业人员134422 人，全员劳动生产率为5.49。而作为旅游产业大省的广东，其旅游企业固定资产743.43 亿元，从业人员261029 人，全员劳动生产率达到15.98。从上述数据可发现，湖南旅游业现阶段与广东差距还很明显。另外湖南与旅游业相关的基础设施落后，尤其是交通运输的落后，以及专业旅游人才的缺乏，使得湖南旅游业现阶段还只属于旅游资源大省，要发展成旅游产业大省还存在一段距离。

2.2 需求条件。波特认为，需求可分为国内需求和国外需求两种。国内需求市场是产业发展的动力，国内需求状况的不同会导致各国竞争优势的差异。

根据商务部网站公布的数据所得，2006 年，湖南入境游人气上升速度以34.85%的增速位居全国第三，国内游人气速度以27.98%的增速位居全国第六，国内游人气在全国排名第9。同时湖南旅游业创汇能力也以28.82%的增速位居全国第七，湖南旅游业正以良好的状态从旅游资源大省向旅游产业大省转变。

另外，随着湖南经济的发展，2006 年湖南省GDP 达到7568.89 亿元，比2002 年增长3 千多亿元。人们可支配收入的增加，促进了本省对旅游的需求。而由于今年五一长假的取消，以及短期假期的增多，人们出省旅游的机会将减少，从而将提高省内旅游的概率。

2.3 相关与支持性产业。波特认为，一群在地理上互相靠近的、在技术上和人才互相支持并具有国际竞争力的相关产业和支持产业所形成的产业链，是一个国家的产业获得持久的竞争优势的重要来源。旅游业是产业关联度大、带动作用强的综合性产业，在国民经济和第三产业中处于一个产业群的核心地位。随着旅游产业的快速发展，旅游业已突破“行、游、住、食、娱、购”的小循环，形成了旅游产业与相关产业的互动互融。旅游业涉及的关联产业有：金融业、会展业、保险业、传媒业、商贸业、餐饮业、娱乐业、信息业、建筑与房地产业、旅游商品制造业、交通业等。

党的十六大以来，湖南省旅游总收入实现了年均20%的高速增长，2007 年达732.7 亿元，相当于全省GDP 的8%，在全省国民经济中的比重不断提升。全省旅游产业在持续快速发展的同时，产业功能日渐明显。全省旅游直接从业人员达100 万人、旅游间接从业人员达500 万人，为缓解全省就业压力做出了积极贡献。旅游业的发展也推进了湖南建筑与房地产业，餐饮业等相关企业的发展，截止2007 年底，全省旅行社数量已达到554个，星级宾馆达到501 个，吸引了世界知名品牌酒店如运达喜来登、皇冠、香格里拉、万豪等知名酒店品牌的入湘。而传媒业、保险业、金融业等相关产业的发展也极大的促进了湖南的旅游产业发展。尤其是湖南传媒业的发达，对旅游业的宣传大大的提升了湖南旅游业的国际国内知名度。传媒业的发达，为外界了解湖南旅游业提供了一个较好的窗口，同时也为湖南旅游业走出国内市场走向国际市场提供了良好的舞台。

2.4 企业战略、企业结构和同业竞争。波特认为，真正能够形成国际竞争优势的是企业的发展战略。因为在经营管理层面，由于企业之间的激烈竞争和优秀企业之间在竞争中的相互学习，已经使竞争性企业之间的差别不大，而企业之间的真正不容易被学习或模仿的差别是企业的竞争战略或发展战略。企业可以通过战略的变换来适应环境的变化，以获得竞争优势。

湖南地处中国中南部，与湖北、广东、广西、贵州、重庆、江西毗邻。四周都是旅游资源大省或旅游产业大省，如何在信息普及时代，让湖南旅游业异军突起，这就需要企业有好的战略来获得竞争优势。湖南旅游业将文化与旅游紧密结合，提倡人文景观的开发与保护。而企业的创新战略则是湖南旅游业得以迅速发展的关键之所在。通过利用大活动来提高旅游品牌形象，进而提升旅游吸引力。比如1999 年，黄龙洞公司投资2700 万元，在张家界举办“张家界世界特技飞行大奖赛”，2003 年、2005 年，由凤凰古城公司策划、出资，在凤凰古城举行的“棋行大地”世界围棋巅峰对决。使得张家界和凤凰县一时名声鹊起，吸引了大量的国内外游客，大大促进了湖南旅游业的发展。

2.5 政府支持。波特认为，政府对国家竞争优势的作用主要在于对四种决定因素的引导和促进上。政府的合适角色应当是市场竞争的催化剂与挑战者，政府应当鼓励或者推动企业提高其抱负，以达到较高的竞争水平。政府不可能通过扶持创建出竞争性的产业，但政府可以创造一个企业能够获得竞争优势的环境。

湖南省在2004 年制定了《关于进一步加快旅游产业发展的通知》，提出了促进旅游业的八大举措。2006 年，湖南省政府将旅游产业作为支柱产业予以悉心培育，逐渐加大对旅游业的扶持力度。除了加大对旅游地基础设施建设以及景区建设的投入，还大力引进外资，为旅游产业提供资金支持。此外，政府还加大对旅游资源的开发。2004 年，长沙市投资18 亿元，建造一座

大型蓝猫欢乐城，投资6 亿元推进“一江一洲两岸”风光带建设等一系列举措。

另外，湖南省还出台一系列的法律条规，加强规范化行业管理，专业化工作指导，为湖南省旅游业走向专业化提供了法律保障。

2.6 机会。波特认为，机会来自于企业的外部，它存在于企业的影响力之外，绝非企业的影响力所能左右。但同时波特认为，机会对竞争优势的影响不是决定的，同样的机会给不同的企业可能造成不同的影响，能否利用机会以及如何利用机会还是取决于四种决定因素。

去年四川大地震发生后，由于景点的破坏以及游客的安全隐患，在很大程度上会影响四川的旅游业。但同时也会促进周边地区旅游产业的发展，给其他地区的旅游产业带来一定的机会。湖南旅游产业可好好抓住这次机会，利用自身所存在的优势，从而大大促进其产业的发展。

3 提升湖南省旅游业竞争力的建议

通过运用波特的钻石模型从多方面因素对湖南省旅游业竞争力进行分析，可以发现湖南省旅游业现阶段竞争力还不强，但是发展潜力很大。要成为竞争力强的旅游产业大省，则必须从各个要素着手，通过一系列的措施，使其形成良性互动，从而提升产业竞争力。

3.1 加快对旅游业基础设施的建设以及专业人员的培养，提高生产要素水平。

在湖南旅游业发展过程中，基础设施的落后成为制约其发展的关键因素。因此在统一规划的基础上，要加大配套设施特别是景点景区的水、电、路、环境保护及接待服务设施建设，要树立旅游六大要素（食、住、行、游、购、娱）配套发展的观念。同时要加大对旅游专业人员的培养力度，提高旅游业高级要素的竞争力。

3.2 促进旅游形式向多元化多层次发展，以满足不同层次需求。

进入21 世纪，旅游已成为了一种大众化的活动，越来越多的游客已不再满足于单一的观光旅游方式。世界旅游大潮正由单一观光旅游向休闲、度假、体验等复合旅游转型。湖南应根据市场需求重点开发文化遗产观光旅游、自然风光旅游、民俗风情、休闲娱乐旅游、现代都市文化旅游和生态旅游等6 大产品系列，形成以现代城市为依托，文物古迹为主体，人文景观与自然景观，观光、休闲度假及个性旅游共同发展的现代旅游产品结构。

3.3 加强区域间旅游产业的联合开发及协同发展，实现合作共赢。

旅游业是具有区域性特征的综合性行业，需要区域之间发展合作互补的关系，因此，要树立大区域观念，加强联系，相互促进，共同发展，形成聚集优势，加快资源优势向产业优势转化。湖南旅游业在发展过程中，一方面不断加强与泛珠三角区域、中部地区，乃至全国、全世界旅游合作，在合作中找准位置，突显优势，借力发展；另一方面，要彻底摒弃旅游开发中的“小生产观念”，避免各自为政、画地为牢，努力推进省内旅游发展一体化，消除行政区划对旅游发展的限制，加大旅游资源、产品和线路的整合，促进旅游要素的有效快速流动，更好地实现优势互补、共赢发展。

3.4 利用大产业发展观念，促进旅游业与相关产业的协调发展。

旅游业是个产业关联度强的产业，涉及到文化、园林、建设、商贸、会展等29 个部门、108 个行业，旅游产业的发展与整

个地区的经济、社会发展息息相关。必须站在全省发展的角度来审视和观察，把旅游产业的发展置于国民经济发展的总体格局中去考虑，将旅游产业置于多元化维度中重新定义，将发展旅游与建设“两型社会”、推进新型工业化、建设社会主义新农村、城市化、国际化等关键词紧密相联，以大产业、大市场、大项目带动旅游大发展，以旅游大发展促进工业、农业、文化等相关产业协调发展。

3.5 全面推进旅游精品开发，用大品牌战略来促进旅游业发展。

湖南是全国为数不多的旅游资源丰度与品位都较高的省份之一，在经营湖南旅游整体品牌时，要具有全局的眼光、总体的把握，把湖南旅游业放到世界旅游业发展的大格局中去掂量、思考，只有这样才能准确地对湖南旅游资源进行挖掘、提炼、组合和综合优化，找到湖南旅游的核心竞争力，进行一种形神合一的美化，并大张旗鼓地宣传造势，使其在全世界突显出来，闪现其特定的形象光彩。要将整体旅游品牌经营作为一项系统工程，由政府牵头，旅游、宣传等部门全力参与，贯穿到招商、会展、文化、娱乐、外事等各个环节，不断强化品牌意识、推进品牌战略、提高品牌竞争力。

3.6 以政府主导战略推进旅游业发展，加强政府宏观管理职能。

政府应进一步转变观念，提高认识，确立旅游业在湖南经济发展中的战略地位，将旅游业作为优势产业和支柱产业来加以扶持和培育。在政策上给予重点支持、鼓励，并将旅游业纳入区域国民经济发展机会。提高各级政府部门协同发展意识，健全旅游行业管理机构，强化其综合管理与协调职能。加强旅游法制建设，依据有关法律、政策规定，研究制定地方性旅游法制，把旅游行业管理纳入法制化、规范化的轨道。

参考文献

- [1]迈克尔·波特. 国家竞争优势. 李明轩, 邱如美译. [M]. 华夏出版社, 2002.
- [2]张梦. 区域旅游业竞争力理论与实证研究[M]. 西南财经大学出版社, 2005.
- [3]张京成. 2007 年中国创意产业发展报告[M]. 中国经济出版社, 2007.
- [4]历无畏, 王振. 21 世纪初中国重点产业的发展与前景展望[M]. 学林出版社, 2005.
- [5]曹建海. 中国产业前景报告[M]. 中国时代经济出版社, 2005.
- [6]赵莺燕. 基于“钻石模型”对青海省旅游产业的竞争力分析[J]. 攀登, 2007(3).
- [7]2007 年中国旅游统计年鉴.
- [8]2007 年湖南统计年鉴.