

# 长江经济带 11 省市旅游产业竞争力评价及融合发展研究

徐春红<sup>1</sup>

**【内容摘要】**：本文采用信息熵权TOPSIS法评价长江经济带11省市及三大区域旅游产业竞争力。结果表明：11省市根据竞争力水平分为三个层次；三大区域旅游资源类型互补、竞争力水平参差不齐；需借助长江经济带平台走产业融合发展道路。

**【关键词】**：长江经济带 旅游产业 竞争力 融合发展 信息熵权 TOPSIS

**【中图分类号】**：F592.6 文献标识码：A

## 引言

2014年4月28日，国务院总理李克强在重庆主持召开座谈会，研究依托黄金水道建设长江经济带，为中国经济持续发展提供重要支撑。这预示着长江经济带正式上升为国家战略、黄金水道也有望再次迎来快速腾飞的“黄金期”（郭家轩等，2014）。

### （一）长江经济带概况

长江经济带广义上包括长江沿岸的11个省市，即上海、江苏、浙江、安徽、江西、湖南、湖北、重庆、四川、云南、贵州，该经济带是长江流域最发达地区，也是全国高密度经济走廊之一。2013年统计数据显示，长江经济带所涵盖11个省份GDP总量为25.95万亿元，占全国GDP总量（31省份总量之和）的41.2%（李秀中，2014）。

### （二）长江经济带概念由来

早在20世纪80年代末，我国著名经济地理学家陆大道就提出“T”字形发展战略，即由沿海一个战略轴线、沿江为主轴线形成的整体空间格局；1992年党的“十四大”曾提出以浦东开发开放为龙头，将上海建设成为国际经济金融贸易中心，带动长三角及长江沿岸地区。而新时期长江经济带国家战略的再次提出，更是将长江经济带建设提到了重要议事日程。

### （三）长江经济带旅游产业概况

长江经济带所涵盖的11省市，旅游资源丰富且类型各异、特色鲜明，具有良好的产业融合基础；以上海为龙头的长三角地区经济实力雄厚、城市化水平高、接待能力强，且接近我国主要客源市场（日本、韩国及港澳台地区），是重要的旅游客源区；长江中游及成渝区域自然人文资源丰富、资源独特性显著、吸引力强、生态环境佳，是典型的旅游资源区；客源区和资源区互动联合，可充分拉动区域内客源市场互动和拓展，提升区域整体产业竞争力。

## 文献综述

国外学者对旅游产业竞争力研究较早，1992年加拿大学者Crouch & Ritchie开始旅游竞争力研究，2000年英国TourismManagement杂志第21卷第1期作为专刊研讨旅游竞争力问题。国外学者的研究内容主要以旅游目的地为研究对象，从

1（宁波职业技术学院 浙江宁波 315800）  
基金项目：2013浙江省旅游科学基金项目（2013ZC24）

旅游地客源竞争角度出发研究市场定位、目的地形象塑造、可持续发展与竞争力等问题，多以案例研究为主。所构建的旅游产业竞争力模型有：Porter（1990）“四决定因素”；Crouch & Ritchie（2000）“七要素目的地可持续竞争力模型”；Dwyer & Kim（2003）“旅游目的地竞争力综合模型”。

国内学者在此领域的研究始于上世纪90年代，最早可追溯到杨森林等（1999）在《中国旅游业国际竞争力策略》一书中，提出旅游产业竞争力对策研究。国内学者的研究主要以城市旅游产业为研究对象，采用模型构建实证研究法，如万绪才等（2001）的“旅游竞争力综合评价模型”；张欣（2002）从“外层环境、中层资源、核心层过程”三层面进行评价；杨英宝等（2002）提出“旅游竞争要素模型”；郭舒、曹宁（2004）构建“旅游目的地竞争力六因素联动模型”；周常春、保继刚（2005）从“绝对”和“相对”两个因素进行实证分析。

国内外学者采用的研究方法有因子分析法、德尔菲法、层次分析法（AHP）、方差分析法、主成分分析法、聚类分析法、重要性-绩效分析法（IPA）、系统动力学分析法等。德尔菲法、AHP法、IPA法无法避免主观因素影响；主成分分析法对样本容量有较高要求，聚类分析法不能充分体现类内的细节差异（张洪等，2009）。本文采用信息熵权TOPSIS法分析长江经济带11省市及长三角、长江中游、成渝区域旅游产业竞争力比较，进而提出长江经济带旅游产业融合发展策略。

## 实证研究

### （一）理论基础

信息熵权法是一种客观赋值法，根据各评价指标数值变异程度所反映的信息量大小确定权数（舒波等，2009）。熵值越小，指标离散程度越大，该指标对综合评价的影响越大，权重越大；反之亦然。TOPSIS法利用评估对象与最优方案值、最劣方案值的差距进行排序，是一种简洁明了、客观方便的多目标决策科学评价方法。

### （二）数学模型

1. 建立评价矩阵。建立一个  $a \times b$  的评价矩阵， $A=(X_{ij})_{a \times b}$  (1)，其中， $a$  代表最低层的指标个数， $X_{ij}$  代表指标实际值。2. 标准化处理。正向指标和逆向指标分别采用公式（2）、（3），即

$$X'_{ij} = (X_{ij} - \min_j X_{ij}) / (\max_j X_{ij} - \min_j X_{ij}) \quad (1 \leq j \leq b)$$

$$X'_{ij} = (\max_j X_{ij} - X_{ij}) / (\max_j X_{ij} - \min_j X_{ij}) \quad (1 \leq j \leq b)$$

3. 指标权重确定。采用公式（4），即

$$E_j = -(\sum_{i=1}^a f_{ij} \ln f_{ij}) \quad (i=1, 2, \dots, a; j=1, 2, \dots, b)$$

$$\text{其中, } f_{ij} = (1 + x_{ij}) / \sum_{i=1}^a (1 + x_{ij})$$

$$F_j = 1 - E_j \quad (j=1, 2, \dots, b)$$

$$W_j = F_j / \sum_{j=1}^b F_j = (1 - E_j) / (n - \sum_{j=1}^b E_j)$$

4、确定最优方案值 $G^+$ 和最劣方案值 $G^-$ 。采用公式（8）、（9）：

$$G^+ = (\max X_{1i}, \max X_{2i}, \dots, \max X_{ai}) \quad (i=1, 2, \dots, a) \quad (8)$$

$$G^- = (\min X_{1i}, \min X_{2i}, \dots, \min X_{ai}) \quad (i=1, 2, \dots, a) \quad (9)$$

5、计算综合评价价值，如公式（10）、（11）、（12）

$$D_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n w_j (X_{ij} - X_j^+)^2} \quad (i=1, 2, \dots, a) \quad (10)$$

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n w_j (X_{ij} - X_j^-)^2} \quad (i=1, 2, \dots, a) \quad (11)$$

$$C_i = D_i^- / (D_i^+ + D_i^-) \quad (i=1, 2, \dots, a) \quad (12)$$

6. 根据Ci 大小降序排列，获得各省市旅游产业竞争力排名。

### （三）竞争力评价

在参考已有研究成果基础上，根据评价指标选取的代表性、全面性及可获得性原则，从业绩、资源、支撑三个竞争层面构建“旅游产业竞争力评价指标体系”。采用《中国旅游统计年鉴》（2013）、11 省市 2013 年统计年鉴以及百度百科相关统计数据，运用信息熵权法计算获得各指标权数，具体如表 1 所示。

表 1 省域旅游产业竞争力评价指标体系及权数（参考徐善红 2013）

总指标	一级指标	二级指标
旅游产业综合竞争力	业绩竞争力 (0.1108)	入境旅游人数 (0.0277)、国内旅游人数 (0.0277)、旅游外汇收入 (0.0278)、国内旅游收入 (0.0278)
	资源禀赋 (0.3614)	旅游景区数 (0.0277)、4A 级旅游景区数 (0.0277)、5A 级旅游景区数 (0.0279)、世界遗产数 (0.0278)、国家级旅游度假区数 (0.0278)、国家级风景名胜区数 (0.0279)、国家级历史文化名城数 (0.0278)、全国重点文物保护单位数 (0.0278)、国家级非物质文化遗产数 (0.0279)、国家自然保护区数 (0.0278)、国家级森林公园数 (0.0279)、国家地质公园数 (0.0278)、国家湿地公园数 (0.0277)
		接待能力 (0.0832)
	人力资源 (0.0834)	旅游业从业人数 (0.0278)、旅游税收人数 (0.0278)、在校大学生数 (0.0278)
	经济环境 (0.0833)	GDP (0.0278)、人均 GDP (0.0277)、第三产业占 GDP 百分比 (0.0278)
	信息交通支持 (0.1109)	旅客周转量 (0.0277)、旅客吞吐量 (0.0277)、邮电业务收入 (0.0277)、国际互联网用户数 (0.0278)
生态环境 (0.1669)	建成区绿化覆盖率 (0.0278)、城市绿地的面积 (0.0278)、森林覆盖率 (0.0278)、大气质量优良天数 (0.0279)、生活垃圾无害化处理率 (0.0279)、生活污水处理率 (0.0277)	

一级指标权数中，资源竞争力>支撑竞争力>业绩竞争力，说明长江经济带11省市旅游产业竞争力仍以资源竞争力取胜。长江经济带拥有良好的旅游资源及环境，但平均业绩水平不佳，需要积极整合资源，提升接待设施水平，转变产业经营模式，提升整体业绩水平。

二级指标权数中，资源竞争力中资源禀赋权重为0.3614，占较大比重，说明旅游资源的丰度和高品质是资源竞争力的重要体现；支撑竞争力中，生态环境>信息交通支持>经济环境，说明良好的生态环境是旅游产业可持续发展的关键，而信息交通产业的发展对旅游产业的影响作用也日益显著。

通过信息熵权TOPSIS 法计算获得长江经济带11 省市及三大区域旅游产业竞争力排名，具体如表2 所示。

表2 长江经济带11省市及三大区域旅游产业竞争力评价数据表(2012年)

省市	业绩竞争力	资源竞争力	资源禀赋			支持竞争力	支持			D <sup>+</sup>	D <sup>-</sup>	c	排名
			接待能力	人力资源	经济环境		信息交通	生态环境					
上海市	0.5384(3)	0.2072(8)	0.1315(8)	0.3679(3)	0.2783(8)	0.4693(4)	0.6674(1)	0.3201(7)	0.4333(9)	0.7702	0.4223	0.3541	9
江苏省	0.9543(1)	0.6341(2)	0.5685(3)	0.9000(2)	0.8862(1)	0.6466(2)	0.6477(2)	1.0000(1)	0.5461(6)	0.4238	0.8182	0.6588	2
浙江省	0.7742(2)	0.6579(1)	0.6038(1)	0.9663(1)	0.7172(2)	0.6715(1)	0.5056(3)	0.7491(2)	0.6764(1)	0.3735	0.7672	0.6726	1
安徽省	0.2928(5)	0.4549(5)	0.4993(5)	0.3154(5)	0.3551(5)	0.4904(3)	0.1680(5)	0.5397(4)	0.5794(3)	0.6126	0.5114	0.4550	5
江西省	0.0602(9)	0.3715(6)	0.4169(6)	0.2033(9)	0.2511(9)	0.4370(7)	0.1070(9)	0.2024(9)	0.5908(2)	0.7569	0.4647	0.3804	8
湖北省	0.3189(5)	0.4442(6)	0.4674(7)	0.3089(7)	0.4545(4)	0.3523(9)	0.2493(5)	0.4445(5)	0.3368(8)	0.6536	0.4366	0.4005	6
湖南省	0.2378(8)	0.4923(4)	0.5195(4)	0.3446(4)	0.4654(3)	0.4601(6)	0.2417(6)	0.5347(5)	0.4958(7)	0.6224	0.5271	0.4585	4
重庆市	0.2066(9)	0.2373(9)	0.2651(9)	0.1144(9)	0.1959(9)	0.4090(8)	0.2042(8)	0.2470(8)	0.5585(5)	0.7810	0.3572	0.3138	10
四川省	0.4254(4)	0.5348(3)	0.5999(2)	0.2500(8)	0.4516(5)	0.4638(5)	0.2113(7)	0.6321(3)	0.4639(9)	0.5879	0.5817	0.4973	3
云南省	0.2577(7)	0.4251(7)	0.4721(5)	0.3119(8)	0.2886(7)	0.3929(9)	0.1484(9)	0.1036(9)	0.5785(4)	0.6968	0.4563	0.3958	7
贵州省	0.0589(9)	0.3021(9)	0.3615(9)	0.0519(9)	0.0368(9)	0.3454(9)	0.2570(4)	0.1300(9)	0.4678(9)	0.8405	0.3664	0.3036	11
长三角	0.5913(1)	0.5299(2)	0.4532(3)	1.0000(1)	0.6487(1)	0.6191(1)	1.0000(1)	0.5600(2)	0.5792(1)	0.5918	0.7758	0.5873	1
中游	0.4158(2)	0.5722(1)	0.6226(1)	0.3557(2)	0.5137(2)	0.5051(2)	0.2238(2)	0.6335(1)	0.5171(3)	0.6080	0.6824	0.5288	2
成渝	0.3418(3)	0.4009(3)	0.4830(2)	0.0000(3)	0.0000(3)	0.4033(3)	0.1518(3)	0.2503(3)	0.5487(2)	0.7934	0.5218	0.3968	3

### 1.11 省市旅游产业竞争力分析。根据C 值大小将11 省市旅游产业竞争力分为三个层次。

第一层次 ( $C > 0.6$ )：浙江、江苏。浙江省旅游资源丰富、山清水秀、人文荟萃；经济实力雄厚、交通发达、旅游接待设施及行业基础较为成熟，旅游人才培养积极主动，政府部门对行业发展大力支持，产业竞争力日益提升。江苏省亦拥有较为强劲的经济实力和信息交通环境，行业发展迅猛，人力资源丰富，自然人文资源丰富，古城古都与园林艺术相得益彰，自古拥有“上有天堂，下有苏杭”的美誉。但其生态环境指标因森林面积比例较低，使得整体竞争力稍逊一筹。

第二层次 ( $0.4 < C \leq 0.6$ )：四川、湖南、安徽、湖北。四川省旅游资源丰富，是我国拥有世界自然文化遗产和国家重点风景名胜区最多的省份。独特的地理环境和人文历史造就了得天独厚的旅游资源，秀美山水、古蜀文明、三国文化以及多民族民俗文化形成优良的资源禀赋，但其产业接待能力及经济环境、生态环境评分值不高，与高品质资源禀赋不相协调，需加强接待设施建设，创造产业发展大环境，提升企业运营能力，转变资源大省为产业大省，加强生态环境建设。

湖南省旅游资源丰富，境内有张家界、洞庭湖等潇湘地区的自然景观，先祖炎帝、舜帝，历代文人墨客贾谊、朱熹、柳宗元，近代风云人物曾国藩、左宗棠、黄兴以及毛泽东、刘少奇、彭德怀、贺龙、罗荣桓等名人资源，少数民族民俗资源等多元化旅游资源。资源竞争力中人力资源和接待能力评分值较高，但其生态和经济环境评分值均较低，业绩竞争力只排名第八，说明其产业整体大环境建设较落后，运营能力不佳，需转变产业发展路径，提升绩效水平。

安徽省地处江淮咽喉、襟江近海、承东启西、沟通南北。全省有黄山、九华山等十个国家级重点风景名胜区，还有歙县、寿县、亳州、安庆、绩溪等五个国家历史文化名城以及古代、现代军事战场遗迹、古代民居遗址等，旅游资源具有较高品质和丰度，生态环境良好。但其经济环境和业绩竞争力评分值较低，是产业竞争力的软肋，需要转变经营思路，提升经营业绩。

湖北省素有“九省通衢”之称，域内拥有优良水体资源和楚文化资源。著名景点有长江三峡、神农架、武当山等名山大川，悠久历史遗存炎帝故里、屈原故里、昭君村、古隆中、明显陵等，无不彰显荆楚文化、三国文化的璀璨光芒。湖北旅游资源虽然丰富，但类型较为相似，独特、鲜明的品牌资源缺乏，资源禀赋评分值不高，而接待能力、生态环境以及信息交通指标的评分值均偏低，尤其是生态环境排名末位。说明湖北省在旅游基础设施建设方面相对滞后，交通、通讯网络设施建设以及生态环境保护有待进一步加强。

第三层次 ( $C \leq 0.4$ )：云南、江西、上海、重庆、贵州。云南省竞争力排名第七。云南地处我国西南边陲，复杂多样地

理环境、悠久历史文化、众少数民族聚居，形成云南神秘、独特而丰富的旅游资源。此外，生态环境评分值较高，产业核心资源较好，但其信息交通、经济环境评分值较低，人力资源和业绩竞争力指标也偏低，说明其产业大环境建设有待加强，企业经营绩效有待提高。

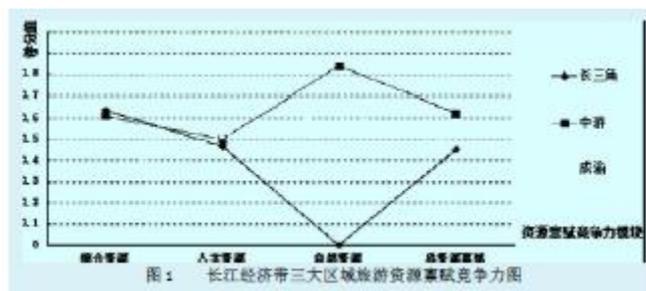
江西省竞争力排名第八。江西旅游资源较为丰富，具有山、湖、城、村四大景观主体及千年瓷都、红色摇篮，道教祖庭等特色旅游资源，但资源缺乏有效整合，品牌效应不明显，其经济环境、业绩竞争力、接待能力、人力资源等指标评分值均较低，尤其是经济环境指标处于末位，说明江西省域经济相对落后，产业基础设施滞后，专业人才缺乏，业绩竞争力低下。

上海市竞争力排名第九。上海，长三角中心城市，我国经济、金融、贸易和航运中心，旅游资源多以历史大都市遗址遗迹、时尚城市建筑以及海派文化为主。市域内虽缺少山水自然资源，但城市人文景观及独特的历史、经济地位使上海拥有“东方巴黎”美誉，是典型的客源型旅游地及客源中转地。其经济环境指标排名第一，接待能力和业绩竞争力指标均较高，但资源禀赋和生态环境指标处于劣势，严重影响其总体产业竞争力排名。

重庆市竞争力排名第十。重庆，长江上游区域经济金融中心。市域内巴山绵延、渝水纵横，集山、水、林、泉、瀑、峡、洞于一体的壮丽景观以及融巴渝文化、少数民族风情、三峡文化、移民文化、美食文化于一体的浓郁人文气息，使其旅游资源独具魅力。但地处西南山区，经济环境、信息交通条件相对滞后，行业接待能力、人力资源以及业绩竞争力指标均较低。重庆旅游产业发展需要拓宽思路、借助长江经济带平台联合开发，才能将独特的资源禀赋发挥到应有水平。

贵州省竞争力排名第十一位。贵州地属西部山地，境内“八山一水一分田”，自然资源丰富秀美，山、水、洞、林、石交相辉映，传统文化和革命遗迹闻名遐迩，多民族悠久文化浓郁神秘，但其地理位置、物产资源、交通信息等条件落后，导致其业绩竞争力、接待能力及人力资源评分值均处于末位，整体竞争力低下。

2. 三大区域资源禀赋竞争力分析。11省市根据地域分布可划分为三大区域，即长三角区域：上海、江苏、浙江；长江中游区域：安徽、江西、湖北、湖南；成渝区域：重庆、四川、云南、贵州。根据自然、人文特性将旅游资源划分为综合、人文和自然三类（如表3所示），采用信息熵权TOPSIS法获得三大区域旅游资源禀赋竞争力比较评价，具体如图1所示。



资源禀赋分类	指标
综合旅游资源	旅游景区数、4A级旅游景区数、5A级旅游景区数、国家级风景名胜区数、国家级旅游度假区数
人文旅游资源	世界遗产数、国家级历史文化名城数、全国重点文保单位数、国家级非物质文化遗产数
自然旅游资源	国家级自然保护区数、国家级森林公园数、国家级地质公园数、国家级湿地公园数

从图1可知，三大区域资源禀赋竞争力差异度最小的是人文资源，可见三大区域均具有良好的人文资源底蕴且类型各异、特色明显，而成渝区域的人文资源丰富度和特性更为突出。自然资源竞争力差异度最大，其中长江中游区域评分值最高，成渝区域次之，而长三角劣势明显，可见长江中游和成渝区域自然资源丰富且品质高，自然旅游资源是衡量旅游资源禀赋的重要标志，长江中游和成渝区域具备先天的资源优势，但需要借助平台联合开发，积极主动地将资源转变为产业。综合资源竞争力差异大

小居中，其中长三角排名第一，长江中游区域次之，成渝区域位于末位，这一现象表明长三角地区景区和度假区开发较为成熟，而成渝区域产业开发能力较弱。如图1所示，三大区域旅游资源类型呈现互补特征，具备产业融合发展基础。

3. 三大区域旅游产业竞争力分析。如表2所示，长三角区域的业绩竞争力、支撑竞争力及总竞争力排名均列首位；长江中游区域除资源竞争力具有优势外，其他竞争力排名均居第二；成渝区域四个指标均列第三。由此可知，长江经济带三大区域在业绩、资源及支撑三个指标上各有优劣，需借助长江经济带联合平台，充分发挥经济带内旅游客源区和资源区互动协作，打造区域联动旅游精品，各省市政策互惠、优势互补、利益互享，共同提升长江经济带旅游产业整体竞争力。

## 长江经济带旅游产业融合发展思路

### （一）打破省市行政壁垒，联手打造长江旅游带

长江经济带三大区域旅游资源丰富、特色各异，目前已形成长三角“都市风光、江南水乡、古典园林、吴越文化”，长江中游“名山大川、洪江泽湖、革命摇篮、湘楚文化”，成渝区域“奇山异水、异域风光、民族风情、巴蜀文化”等资源特色。长江旅游带融合发展应在区域资源互补基础上，充分发挥长三角客源型旅游区、长江中游和成渝区域资源型旅游区的互动发展。加强以上海、重庆两市为龙头的客源输入，实施东西双向开放战略，巩固长三角原有亚洲、美洲入境客源市场，依托亚欧大陆桥丝绸之路经济带，通过重庆渝新欧交通要道，拓展欧洲入境客源市场。以上海、武汉和重庆三个节点城市为中轴，沿江城市共同推进产业融合，打破行政壁垒，建立地区间协调机制，完善经济带大通关体制，促进旅游产业集群形成，逐步实现区域无障碍旅游，共同打造“世界最大内河旅游带”。

### （二）把握联合发展契机，推进整体竞争力提升

充分利用国家战略时机，借助产业融合发展契机，各省市、区域推进旅游产业竞争力提升。成渝区域应加强产业基础建设，提高景区景点接待设施水平，拓展单一观光产品，开发民族文化旅游，重视品牌宣传，尝试休闲、度假、疗养、探险等多元化旅游产品开发，加强交通信息环境建设，提升行业整体接待能力，转变经营思路，改善经营机制，重视人力资本和技术聚集，提高业绩水平。长江中游区域应提高产业经营管理能力，加强交通信息环境建设，整合旅游资源，通过理念更新、运营模式转变、科技创新等手段，提升产业绩效水平。长三角区域应加强资源特色建设，发展精品旅游、创意旅游、科技旅游，进一步提升品牌效应，避免重复建设，将旅游品牌做精、做细、做特。

### （三）构建区域一体化机制，促进产业带协同发展

积极推进区域一体化机制形成，建立健全区域间互动合作机制。制订统一的旅游产业经营管理制度和标准，通盘考虑行业内部各运营单位的协调合作，实行定期的可持续的长江经济带旅游产业论坛和领导对话，构建区域一体化战略体系，具体来说包括以下几点：

1. 打造统一的旅游品牌。实施泛旅游战略，完善旅游价值链，打造旅游产业集群，将长三角“江南水乡时尚都市”、长江中游“名山大川荆湘文化”、成渝区域“长江源头巴蜀文化”等资源以“长江探寻之旅”为契机，打造统一的旅游品牌。

2. 实施统一的区域营销。区域旅游联合营销有利于各省市将优先的资金集中使用，并增大营销的辐射力和知名度。以统一的长江经济带旅游目的地形象进行整合营销，通过搭建经济带旅游信息网、成立旅游产品信息推广中心、举办大型主题节庆活动、区域内各省市共享共推产品等方式，组织实施大区域旅游产品的整体营销和品牌利益共享。

3. 构建统一的旅游交通设施。区域内各省市旅游交通线路采取统一标识；建立长江综合立体交通走廊，推动沿江城市水运、

---

铁路、高速公路、航空、管道等海、陆、空立体交通线路有机衔接，充分发挥综合运输体系的组合效益。加强各集群城市城际间铁路、高速公路建设，实现“N小时互通圈”快速旅行通道，促进城际旅行交通要道的拓展和提速。

4. 完善统一的旅游信息平台。借助统一的旅游信息平台，区域内各城市旅游网站相互链接、信息共享，全面实施无障碍信息通道；旅游信息平台涵盖营销推广、电子商务、项目策划推介、信息咨询、互联网运营、旅游通票、旅游一卡通等经营和服务项目；加强区域智慧旅游产业发展，提升产业信息化水平，促进区域大旅游产业快速形成。

5. 开发统一的旅游精品线路。重新开发设计“长江探寻之旅”精品线路，打破传统单纯观光产品设计理念，融入休闲、度假、文化创意等元素，开发具有内涵性、文化性、多元化、多层次的旅游精品线路，统一包装和推介。重构具有深层次内涵的专项旅游产品，深挖旅游资源文化性、历史性、民族性和关联性，开发诸如“长江滨水休闲度假之旅”“长江运河文化遗产寻根之旅”“峨眉山、九华山、普陀山”宗教之旅，“滇桂巴蜀、湘楚徽赣、吴越海派”民俗文化体验之旅，“云岭、九寨沟、神农架、张家界”神山圣水之旅，以及“红军长征之旅”等特色产品，强调旅游资源区域整合、旅游线路联合开发的重要意义。

6. 建立统一的沟通协商平台。可借鉴长三角旅游一体化发展模式，构建省市最高行政首长联席会议制度，各区域政府秘书长协调制度及政府部门协调制度三个层次的区域协调机制（许立帆，2010）；设立经济带旅游行业协会组织，进一步补充执行区域行业运营管理与监督职责；设立经济带旅游研究会，负责区域产业发展研究，为区域旅游产业科学、联动、协调发展提供智力支持。

7. 设立统一的专业人才培养体系。实现区域内专业人才培养统一规划和管理、旅游人才区域内无障碍流动、旅游教育培育机构相互交流合作，共同提升区域人力资源整体竞争力。

**[参考文献]：**

1. 郭家轩, 姚永梅. 长江经济带升至国家战略[N]. 南方日报, 2014年4月30日
2. 李秀中. 解剖长江经济带: 囊括多数国家级新区[N]. 第一财经日报, 2014年4月30日
3. Crouch G I, Ritchie J R. Effect of income & price on international tourism[J]. Annals of Tourism Research, 1992, 19(3): 643-644
4. Porter, Michael E. The Competitive Advantage of Nations[M]. New York: The Free Press, 1990
5. Crouch G I, Ritchie J R. The competitive destination: A sustainability perspective[J]. Tourism Management, 2000, 21(1): 1-7
6. Dwyer & Kim. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators[J]. Current Issues In Tourism, 2003, 6(5): 369-414
7. D Hartserre A. Lesson in managerial destination competitiveness in the case of Foxwoods Casino resort[J]. Tourism Management, 2000, 21(1): 23-32
8. Dr. Dimitrios Buhalis. Marketing the competitive destination of the future[J]. Tourism Management, 2000, 21(1): 97-116

---

9. Larry Dwyer, Peter Forsyth, RaoPrasada. The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations[J]. Tourism Management, 2000, 21(1):9-22

10. 武传表, 王辉. 中国14个沿海开放城市旅游竞争力定量比较研究[J]. 旅游科学, 2009, 23(4)

11. 杨森林, 郭鲁芳, 王莹. 中国旅游业国际竞争策略(第一版)[M]. 立信会计出版社, 1999

12. 万绪才, 李刚, 张安. 区域旅游业国际竞争力定量评价理论与实践研究—江苏省各地市实例分析[J]. 经济地理, 2001, 21(3)

13. 张欣. 旅游产业区域竞争力的理论与实证分析[D]. 青岛大学, 2002

14. 杨英宝. 城市旅游竞争力的系统分析与评价研究[D]. 河南大学, 2002

15. 郭舒, 曹宁. 旅游目的地竞争力问题的一种解释[J]. 南开管理评论, 2004, 7(2)

16. 周常春, 保继刚. 肇庆城市旅游竞争力研究—兼论城市旅游竞争力的分析框架[J]. 地域研究与开发, 2005, 24(2)

17. 张洪, 顾朝林, 张燕. 基于IEW & TOPSIS法的城市旅游业竞争力评价—以长江三角洲为例[J]. 经济地理, 2009(12)

18. 舒波, 郝美梅. 基于熵权TOPSIS法的旅游上市公司绩效评价[J]. 北京第二外国语学院学报, 2009(9)

19. 徐春红. 基于信息熵权TOPSIS法的城市旅游产业竞争力评价研究—以浙江省11地市为例[J]. 商业时代, 2013(31)

20. 许立帆. 长三角旅游产业集群品质提升思考[J]. 国际经济合作, 2010(5)