

全域旅游视角下贵州省旅游产业竞争力分析

樊秋¹

(贵州大学管理学院, 贵州贵阳 550025)

摘要: 贵州省拥有独特而丰富的旅游资源,“十里不同风、五里不同俗、一山不同族”的典型喀斯特地貌赋予了贵州省明显的旅游优势,但省内各地区之间普遍存在旅游产业发展滞后、旅游产品同质性强、竞争优势不显著等问题,极大地限制了贵州省旅游产业竞争力的提升。今后应在“全域旅游”发展新理念的指导下,通过开发、整合和共享旅游资源,构建旅游产业协同发展机制,融合全域资源,将旅游资源比较优势很好地转化为产业竞争优势,促进贵州省旅游产业的发展和经济效益的提升。

关键词: 贵州省; 旅游产业; 全域旅游; 竞争力; 因子分析

中图分类号: F592. 7

文献标识码: A

文章编号: 1000 — 5099(2017) 03 — 0080 — 06

随着我国国内旅游业的迅速发展,各省市、地区分别提出了旅游业建设的战略目标,也都着手挖掘本地旅游资源优势,打造各具特色的旅游目的地。对此,有学者提出了“全域旅游”观念,力求推动各地旅游产业规划或旅游产品设计时能够避免同质化竞争,通过调动全地区的旅游资源整合,既满足游客的旅游需求,又满足旅游目的地居民的休闲诉求,实现旅游服务品质的提升和旅游产业的可持续发展。贵州省带着后发赶超的任务也迈入了旅游产业发展快跑者的行列,产业体系初显,支柱性作用基本形成,市场正朝着良好的态势发展,旅游经济的各项指标快速增长,产业的产出水平也大幅提升,旅游产业对全省经济的贡献率也在不断加强。

然而,贵州省由于经济发展基础相对薄弱,旅游产业资金支持也略显不足,与国际旅游产品的成熟业态构建以及国内其他地区全域推动的现状相比都存在较大差距,贵州省必须思考如何将旅游资源相对优势转化为经济效益优势,提升第三产业尤其是旅游业对全省经济的拉动作用,让“新常态”下贵州经济“又好又快”发展。因此,对贵州省旅游产业竞争力状况以及提升策略进行研究就显得尤为重要。

一、贵州省旅游产业的 SWOT 分析

(一) 产业优势

1. 特殊地貌构建的生态性

贵州省位于云贵高原东部,是中国旅游资源极为丰富的省份,包括黄果树等 12 个国家级风景区,花溪等 57 个省级风景区,梵净山等 7 个国家级自然保护区,雷公山等 15 个省级自然保护区,百里杜鹃等 11 个国家森林公园,绥阳双河溶洞等 4 个国

¹国际 DOI 编码: 10. 15958 /j. cnki. gdxbsbh. 2017. 03. 13

收稿日期: 2017 — 03 — 13

作者简介: 樊秋(1977—), 女, 贵州贵阳人, 硕士, 副教授。研究方向: 旅游业国际营销管理、营销创新思维等。

家级地质公园，贵阳市等 3 个国家级优秀旅游城市。独特的喀斯特地貌为贵州省旅游产业贴上了具有较强区分度的标签，特殊地貌构建的生态特性为贵州省提供了得天独厚的地理与生态优势，这也为贵州省旅游产业的发展提供了重要的发展基础。

2. 多民族构建的原生性

贵州省是古氏羌、百越、百濮以及苗瑶四大族系的交融之处。我国 55 个少数民族中有 49 个在贵州省域内分布，少数民族人口占人口总数的 37.57%。各个少数民族的建筑、节庆、服饰、习俗等构成了贵州多样的文化底蕴。质朴的民风，各民族不同的风土人情，独具特色的民间工艺等，为贵州省民族旅游产业注入了强劲的动力。

3. 红色资源构建的显赫性

贵州是红军长征经过的重要省份之一，在这里，中国革命由挫折转向了胜利。这条长征的红线，不仅穿起了一个多彩的贵州，更在贵州各族人民心中播下了革命的火种，给贵州革命的开展产生了巨大的影响。红军的革命事迹为美丽的贵州山河增添了更多光彩，大量的革命文物与遗址、会址共同构成了贵州不可多得的红军长征文化旅游资源，为贵州省进一步开发红色旅游资源 and 开展红色旅游提供了难得的历史性机遇。

（二）产业劣势

1. 旅游产业交通条件落后

贵州省是全国唯一一个缺少平原支撑的省份，素有“地无三尺平”之说，崎岖的山路极大地限制了旅游产业的发展。不便的交通既影响了外界游客入黔的便利性，同时也阻碍了贵州省旅游产业对外交往、国际交流、产业品牌推介的进程。

2. 旅游产品同质化倾向严重

省内各地区之间主打民族特色，具有民族风情的民俗园、民俗山寨等层出不穷，看似以当地特色为特点的民俗旅游实质上却存在雷同的现象。旅游产品的开发缺乏应有的深度和广度，各地区之间具有很高的相似度，这也限制了贵州省旅游产业竞争力的提升。

3. 旅游产业配套措施滞后

贵州省旅游产业在基础性设施建设、产业管理水平、产业制度设计方面存在着滞后性，不能有针对性地进行精细化管理和服务，这就导致了旅游产业粗放型的发展。

（三）面临的机遇

1. “大数据”时代的到来

2014 年 2 月以来，以省政府为主导的贵州大数据产业迅速发展，全国首个国家级大数据发展集聚区的建立吸引了大批电子信息产业的入驻，同时也吸引了大批科技爱好者的拥簇。2015 年 5 月 24 日，“国际大数据产业博览会暨全球大数据时代贵阳峰会”的召开，意味着贵州省真正进入了“云时代”。这对第一、二产业薄弱的贵州省来说是一个难得的机遇，大数据产业的发展将生态与经济有机结合起来，在保护环境的同时也能促进经济的发展。同样，大数据时代的贵州，旅游产业也正面临着前所未有的机遇。

2. 体验旅游的主导

根据厉新建教授的分析,“全域旅游”就是各行各业积极融入,各部门齐抓共管,全域居民共同参与,充分利用目的地全部的吸引物要素,为游客提供全过程、全时空的体验产品,从而满足游客全方位的体验需求。1970年,美国未来学学者 Alvin Toffler 在其 The Third Wave 中提出了“体验经济”概念,认为“继产品经济和服务经济之后,体验经济时代已经来临”。游客在旅游过程中要充分调动人体感官,视觉、听觉、触觉、味觉全面参与并以此判断消费的感受和评价,所以关注游客旅游过程中的参与、体验及感受评估就显得十分重要。

3. 交通条件的完善

贵广、沪昆高铁的陆续开通,使贵州真正融入了全国高铁线路网,后续渝黔高铁、蓉贵高铁以及城际铁路的建设正逐步把贵州打造成开放化的内陆省份。交通条件的改善也使贵州省旅游产业的发展进入了快车道。

(四) 面临的威胁

1. 激烈的市场竞争环境

贵州省位于我国的西南地区,虽然旅游资源极为丰富,但知名度并没有周边四川、重庆和云南高,这在一定程度上阻碍了贵州省旅游产业对外开放与交流的步伐。

2. 旅游资源的脆弱性

贵州省特有的喀斯特地貌的地质条件极为脆弱,以少数民族为特色的民族风情旅游产业也正面临着不断汉化、萎缩的威胁。同时,贵州省的旅游产业多以自然风光为主,极具替代性,很容易被更为接近东部沿海地区和边境开放地区的省份所替代。

3. 旅游者日益提高的需求层次

虽然贵州省具有极为丰富的旅游资源,但这种资源优势远未转化为丰富的旅游产品,这主要体现为贵州省旅游产品较低,文化内涵不高的文化品位以及低产出的旅游市场。旅游产品的性质仍为“观光型”,并未形成“目的地型”,旅游产品与周边地区同质化倾向严重,没有建构具有较大影响力的独特品牌优势。^[8]

三、贵州省旅游产业竞争力分析

(一) 因子分析

因子分析是多元统计分析中一个非常重要的统计学方法,具有降低数据维度、简化数据的优点,其基本思想是根据相关性大小的不同将原始变量分组,使得同一组内的变量之间相关性高,而不同组的变量之间相关性低。^[10] 为了便于研究并消除由于观测量纲差异以及数量级的不同所造成的影响,本文将样本观测数据进行标准化处理,使标准化处理后的变量均值为零,方差为1。原始变量以及标准化后的变量用 X 表示,用 $F_1, F_2, \dots, F_m$ ($m < p$) 表示标准化的公共因子。如果: (1) $X = (X_1, X_2, \dots, X_p)'$ 为可观测随机变量,其均值向量 $E(X) = 0$, 协方差矩阵 $Cov(X) = \Sigma$, 且协方差矩阵与相关阵相等; (2) $F = (F_1, F_2, \dots, F_m)'$ ($m < p$) 是不可观测向量,其均值向量 $E(F) = 0$, 协方差矩阵 $Cov(F) = I$, 即 F 的各分量是相互独立的; (3) $\varepsilon = (\varepsilon_1, \varepsilon_2, \dots, \varepsilon_p)'$ 与 F 相互独立,且 $E(\varepsilon) = 0$, ε 的协方差矩阵 Σ_{ε} 是对角方阵

	水运营业路程
	人口总数
	入境旅游人次
	国内旅游人次
	旅游业从业人数
	星级饭店数量
	拥有 A 级以上旅游景区数量
旅游人口竞争能力 F3	客房入住率
旅游文化竞争能力 F4	
	星级宾馆数量
	旅行社数量
	进出口贸易额
旅游对外开放竞争能力 F5	

(三) 贵州省旅游产业竞争能力评价

1. 思路设计

运用 SPSS 19.0 软件，采用因子分析方法，对相关指标变量进行处理：将累计贡献率大于 85%的定义为第一主成分。根据不同的指标对相应竞争力贡献度的不同赋予不同的比重，再根据主因子的分值和贡献率计算贵州省旅游产业竞争力分值。^[9]同理，分值越大，贵州省旅游产业竞争能力就越强；分值越小，贵州省旅游产业竞争能力就越弱。

2. 实证分析

利用 SPSS 19.0 对 2007—2013 年贵州省的数据进行实证分析。首先对 F1 利用主成分分析法求公共因子及荷载矩阵，得出其解释的总方差(表 2)。

表 2 F1 解释的总方差

成分	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差 (%)	累积 (%)	合计	方差 (%)	累积 (%)
1	4.422	88.449	88.449	4.422	88.449	88.449
2	0.495	9.902	98.351			
3	0.081	1.619	99.970			
4	0.001	0.027	99.997			
5	0.000	0.003	100.00			

由表 2 可以看出，第一主成分的累计贡献率为 88.449%，大于 85%，提取第一主成分进而得到：

$$F1 = 0.224 \times X1 - 0.173 \times X2 + 0.213 \times X3 + 0.224 \times X4 + 0.225 \times X5$$

同样的方式对 F3 进行分析，得出如下结果(表 3)。

表 3 F3 解释的总方差

成分	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差 (%)	累积 (%)	合计	方差 (%)	累积 (%)
1	3.491	87.281	87.281	3.491	87.281	87.281
2	0.473	11.824	99.105			
3	0.029	0.721	99.827			
4	0.007	0.173	100.00			

同样选取第一主成分，得到：

$$F3 = -0.225 \times X9 + 0.280 \times X10 + 0.282 \times X11 + 0.279 \times X12$$

在对 F4 进行分析时发现有两个主成分，这就需要特殊处理，分析结果如下（表 4、表 5）。

表 4 F4 解释的总方差

成分	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差 (%)	累积 (%)	合计	方差 (%)	累积 (%)
1	3.255	65.097	65.097	3.255	65.097	65.097
2	1.360	27.195	92.292	1.360	27.195	92.292
3	0.303	6.066	98.358			
4	0.077	1.548	99.906			
5	0.005	0.094	100.000			

表 5 F4 成分得分系数矩阵

	成分	
	1	2
X13	0.275	0.202
X14	0.095	0.658
X15	0.287	0.187
X16	-0.251	0.402
X17	-0.277	0.256

对于存在两个主成分的指标，需要进行赋权整合：

$$F_4 = 0.275 \times X_{13} + 0.095 \times X_{14} + 0.287 \times X_{15} - 0.251 \times X_{16} - 0.277 \times X_{17}$$

$$F_4' = 0.202 \times X_{13} + 0.658 \times X_{14} + 0.187 \times X_{15} + 0.402 \times X_{16} + 0.256 \times X_{17}$$

$$Z_f = 0.65097 \times F_4 + 0.27195 \times F_4'$$

同样的方法可以运用于对 F2、F5 的分析，如此可以得到 F1 ～ F5 的综合指标（表 6）及其系数矩阵（表 7）。

经过分析，综合指标的得分表达式为：

$$Z = 0.203 \times Z_1 + 0.202 \times Z_2 + 0.203 \times Z_3 + 0.197 \times Z_4 + 0.204 \times Z_5$$

表 6 综合指标解释的总方差

成分	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差 (%)	累积 (%)	合计	方差 (%)	累积 (%)
1	4.896	97.918	97.918	4.896	97.918	97.918
2	0.094	1.871	99.788			
3	0.011	0.212	100.000			
4	8.762E-17	1.752E-15	100.000			
5	-1.018E-16	-2.036E-15	100.000			

表 7 综合指标得分系数矩阵

	成分
	1
Z1	0.203
Z2	0.202
Z3	0.203
Z4	0.197
Z5	0.204

通过以上因子分析和主成分分析，得出如下贵州省旅游产业竞争能力的分值（表 8）。

通过对 2007—2013 年贵州省旅游产业竞争能力指标的量化可知，在所考察时间序列之内，贵州省旅游产业竞争能力虽然不是很强，但一直在提升，尤以 2009—2010 年度与 2011—2012 年度增势最为明显，这也与贵州省旅游产业现实境况相符：在全国空气污染已经成为一种大趋势的情况下，贵州省“绿水青山”与“金山银山”协同发展的生态经济模式所带来的效益逐渐显

现，成为贵州省旅游产业的强劲后发优势。

表 8 贵州省旅游产业竞争能力得分

年份	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
得分	-1.068 58	-0.849 00	-0.753 87	0.178 48	0.269 11	1.031 11	1.549 70

四、提升贵州省旅游产业竞争力策略

通过以上对贵州省旅游产业竞争力的实证分析可以发现，贵州省旅游产业发展仍处于比较弱的地位，无论是经济、文化、人口还是环境、对外开放程度对本省旅游产业的贡献度都较为低下。相对落后就意味着具有明显的后发优势，贵州省旅游业发展潜力巨大。基于以上实证分析结果，本文拟从外部环境和内部实力两个方面对提升贵州省旅游产业竞争能力提出建议。外部环境是指贵州省旅游产业发展的外部客观限制性因素以及扶助性政策支持；内部实力是指产业发展的内生因素，主要由经济实力和实力文化构成。

（一）外部环境

指标体系中的 F2、F5 对旅游竞争力的贡献度分别只有 0.202 和 0.204，这说明两个指标所涉及的交通基础设施、对外文化交流等方面的努力还有待加强。针对这样的分析结果，提出如下基于外部环境的提升策略。

1. 改善交通条件，积极融入全国性旅游市场

时至今日，交通条件依旧是最为限制贵州省旅游产业竞争力提升的因素。交通便利与否直接影响到旅游者对旅游目的地选择和旅行成本。新的国家道路规划已然正在向贵州省倾斜，“贵广”“沪昆”高铁的相继开通使贵州真正融入了全国交通大动脉，但省内落后的交通环境仍有待改善，贵州省相关部门应依托现有交通规划体系，构建“水运、陆运、航空”三位一体的立体式交通格局，打通外界入黔的“黄金大道”。

2. 加强对外交流，积极融入国际性旅游市场

随着经济全球化进程的进一步加快，我国旅游产业与国际市场的交流也愈渐频繁，这对于沿海、沿边省份来说是一个机遇，可以享受国内国外两个市场、两种资源。但对于深居内陆的贵州省来说，对外合作与交流就极为不利。若要提升旅游产业竞争力，贵州省应积极实施“走出去”战略，以地区性的旅游发展带动区域性的旅游产业协同合作，^[6]并依托西南地区的区位条件和区域性深化合作的基础，提升本省旅游产业的体验品质，强化国际旅游合作。“走出去”走得好才能“引进来”引得好，以国际化的眼光参与全球旅游市场的竞争，并及时、有效吸收国外先进、成熟的发展经验，与当地实际相结合，走出一条具有贵州特色的国际旅游产业“合作共赢之路”。

（二）内部实力

指标体系中的 F1、F3、F4 项对旅游产业竞争力的影响系数分别为 0.203、0.203 和 0.197，这 3 个指标反映出贵州省旅游产业发展的内部软实力同样存在较弱的现实。外部环境是产业发展的必要条件，而自身的内部实力才是旅游产业发展的充分条件，只有促使“软实力”质的突破，才会真正提升旅游产业的竞争能力，才能实现旅游产业由“大”到“强”的升华。基于此，提出以下有望提升贵州省旅游产业内部实力的策略。

1. 提升经济实力，实现贵州旅游“跨越式”发展

综观经济发达省份的旅游产业贡献率可以发现，经济发达地区的旅游产业收入占比比较高，这是因为这些地区的经济基础比较雄厚，有足够的资金来支持旅游产业的发展，同时发达的旅游产业也会对经济增长起到“反哺”作用，这就形成了“经济实力支持旅游实力，旅游实力正反馈于经济实力”的良性循环。所以，贵州省发展旅游产业需要具备良好的经济环境。经济实力是旅游产业发展最重要的支持条件，省级财政应设立专门的旅游产业发展基金，大力推动旅游产业的集群化发展以及相关产业链的开发。

2. 提升文化实力，打造贵州旅游“升级版”

单纯的景观旅游已无法满足游客日益多样化的旅游体验。^[6]贵州省应借助本省深厚的民族生态和原生态文化资源，积极推动景观旅游产业与文化旅游产业的有机结合、协调发展；充分利用民族文化、生态文化、红色文化、国酒文化等优势，提升贵州省文化软实力；积极挖掘潜在旅游资源，并逐步形成本省的特色品牌。同时，也要重视人力资源的作用，培养高层次的旅游业人才队伍，为贵州省旅游产业的持续、高效发展提供必要的智力支撑。

参考文献：

- [1] 历新建,张凌云,崔莉. 全域旅游:建设世界一流旅游目的地的理念创新——以北京为例[J]. 人文地理,2013(3):
- [2] 丁蕾,吴小根,丁洁. 城市旅游竞争力评价指标体系的构建与应用[J]. 经济地理, 2006, 26(3): 511 — 515.
- [3] 陈晓,李悦铮. 环渤海主要滨海城市旅游竞争力定量研究[J]. 经济地理, 2008. 28(1): 158 — 162.
- [4] 张河清,田晓辉,王蕾蕾. 区域旅游业竞合发展实证研究——基于珠三角与长三角城市旅游竞争力的比较研究[J]. 经济地理, 2010, 30(5): 871 — 875.
- [5] 高爱颖, 体验经济的文化旅游产品开发体验[J]. 求索, 2013(8): 259 — 261.
- [6] 逯宝峰. 区域旅游产业结构评价与优化策略[J]. 企业经济, 2013(12): 120 — 123.
- [7] 闫翠丽,梁留科,刘晓静,王文静. 基于因子分析的城市旅游竞争力评价——以中原经济区30个省辖市为例[J]. 地域研究与开发, 2014, 33(1): 63 — 67.
- [8] 李春玉,马金凤. 科学谋划深度开发生态旅游[J]. 奋斗, 2015(03): 38 — 39.
- [9] 焦爱丽,李诚固. 东北地区旅游产业竞争力研究[J]. 经济纵横, 2015(4): 125 — 128.
- [10] 何晓群. 多元统计分析[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2012.