

# 安徽省旅行社业区域竞争力及其演化研究

余慧敏 王朝辉 岳洋<sup>1</sup>

(安徽师范大学国土资源与旅游学院, 安徽 芜湖 241002)

**【摘要】:** 采用熵值法及障碍度模型, 通过分析安徽省旅行社业近年来的经营数据, 评测竞争力发展现状, 探索演化规律和影响要素。结果表明: 从现状格局来看, 安徽省旅行社业竞争力水平地域空间分异明显, 各地域水平差距较大, 级化现象较为严重。从时局演化来看, 旅游业或经济发展“热点”的区域处于稳定及快速发展的态势, “温点”及“冷点”区域发展相对缓慢; 同时区域旅行社业竞争力逐步产生扩散效应, 趋向均衡发展。从障碍度分析来看, 管理水平、人力资源及企业规模对竞争力水平影响最大, 且三个影响因素存在时间差异, 但在空间上均呈现集聚特征。

**【关键词】:** 旅行社业 区域竞争力 演化 安徽省

**【中图分类号】:** F590 **【文献标志码】:** A **【文章编号】:** 1008-3634(2018)04-0024-09

## 一、引言

近年来, 我国旅游业发展迅猛, 其对国民经济的贡献率越来越高。据联合国世界旅游组织统计, 2016年中国旅游业对国民经济综合贡献达11%, 与世界平均水平持平; 旅游总收入达4.69万亿元, 其中国内旅游收入达3.9万亿元, 国内旅游人数达44.4亿人次<sup>[1]</sup>。因此, 各省市越来越重视旅游业发展, 将旅游业作为地区发展的支柱性产业、重点产业。而旅行社作为旅游业的重要载体, 在提升旅游接待服务质量、引导旅游消费以及促进旅游业发展方面发挥着十分重要的作用。目前研究旅游业竞争力的文章较多, 国外主要着眼于旅游目的地角度<sup>[1,2,3]</sup>, 国内则从国家<sup>[4]</sup>、省域<sup>[5,6]</sup>、城市<sup>[7,8]</sup>等不同尺度对国内旅游业竞争力做了较好的研究。但有关旅行社业的研究内容不多, 主要分为两大类: 一种是从宏观角度进行研究, 主要着眼于旅行社的产业结构、分工体系和服务质量等<sup>[9,10,11]</sup>, 对整个旅行社行业的发展问题进行探索, 整体性较强。另一种是从微观的角度进行分析, 主要着眼于特定的旅行社, 结合其背景分析及其研究内容所体现的实质性问题, 提出针对性发展建议<sup>[12,13,14]</sup>。关于旅行社业竞争力的研究较少, 仅有少数学者从宏观角度对旅行社业竞争力如何提升提出相对应的策略和建议<sup>[15,16,17]</sup>。本文以安徽省为研究对象, 探索其旅行社业区域竞争力及其演化, 并提出其障碍性因素, 对于旅行社业竞争力的研究具有一定的理论意义。

安徽省作为中部地区的旅游大省, 其经济发展水平、旅游资源丰富度、交通便捷度、地理区位环境等都有一定的发展优势<sup>[18]</sup>, 但省内各地区差异明显, 不均衡发展现象日益凸显。近年来, 虽有学者对安徽省区域旅游业竞争力进行差异性评价, 但对安徽省区域旅行社业竞争力的评价尚属空白, 因此, 本文拟采用熵值法及障碍度模型, 对安徽省旅行社业竞争力进行客观的评价, 有助于了解该地区旅行社业的发展状况, 对提升旅行社竞争力提供有益借鉴。

## 二、研究方法数据来源

### 1. 研究方法

**基金项目:** 国家自然科学基金项目(41271171); 安徽省旅游英才培养计划项目(AHLYYC2017204)

**作者简介:** 余慧敏(1994-), 女, 安徽安庆人, 硕士生。

(1) 熵值法熵值法是一种客观赋权法, 它根据所提供的信息量来决定指标的权重。在社会系统中应用时, 一般认为, 信息熵越高, 系统结构越均衡, 差异就越小, 或者变化越慢; 反之, 信息熵越低, 系统结构就越不均衡, 差异就越大, 或者变化越快。所以可以根据熵值的大小, 即各指标的变异程度, 计算出权重。其计算步骤如下:

对原始数据进行收集与整理, 为消除各指标的量纲、数量级的差异, 且量纲不同对评价结果的影响, 需要对各指标进行标准化处理。

正向指标: 
$$X'_{ij} = (X_{ij} - \min\{X_j\}) / (\max\{X_j\} - \min\{X_j\})$$

负向指标: 
$$X'_{ij} = (\max\{X_j\} - X_{ij}) / (\max\{X_j\} - \min\{X_j\})$$

计算各指标的比重: 
$$R_{ij} = X'_{ij} / \sum_{i=1}^n X'_{ij} \quad (i=1, 2, \dots, n; j=1, 2, \dots, m)$$

计算各指标的熵值: 
$$e_j = -k \sum_{i=1}^n R_{ij} \ln(R_{ij})$$
, 其中  $k$  为常数, 且  $k > 0, k = 1/\ln(m), e_j \geq 0$

计算各指标的权重: 
$$w_j = (1 - e_j) / \sum_{j=1}^m (1 - e_j) \quad (j=1, 2, \dots, m)$$

计算各城市旅行社综合测度得分: 
$$S_i = (\sum_{j=1}^m w_j X'_{ij}) \times 100 \quad (i=1, 2, \dots, n)$$

式中:  $X_{ij}$  表示第  $i$  个城市的第  $j$  个指标的数值,  $\min\{X_j\}$  和  $\max\{X_j\}$  分别为所有城市中第  $j$  项指标的最小值和最大值。

(2) 障碍度模型障碍度模型是基于旅行社竞争力得分评价的基础上, 挖出主要障碍因子, 为进一步提高旅行社竞争力提供决策参考。具体步骤如下:

$$Z_j = \frac{w_j X'_{ij}}{\sum_{j=1}^m w_j X'_{ij}} \cdot 100\%$$

式中:  $Z_j$  为第  $j$  个指标的障碍度;  $w_j$  为单项旅行社发展指标的权重值,  $X'_{ij}$  为第  $i$  个市第  $j$  个指标标准化后的数值, 通过计算, 得出每个地级市障碍度大于 0.1 的影响性指标, 并作为影响旅行社业发展的主要因素。

## 2. 数据来源

本文中指标的数据主要来源于全国旅行社统计管理系统<sup>[1]</sup>、《中国旅游统计年鉴》(2011-2017 年)和《安徽省统计年鉴》(2011-2017 年)。

## 三、安徽省旅行社业竞争力评测

安徽省为中国内陆省份,位于长江、淮河中下游地区,以东毗邻江苏、浙江两省,西与湖北、河南相接,北临河南与山东,南与江西毗连。近些年,随着安徽省社会经济的不断发展,人们对旅游消费的需求也有所增加,旅行社产业稳步发展。自2010年到2016年,安徽省旅行社新增195家,从业人员新增1544人,资产总额增长69834万元,营业收入增长417243万元<sup>[2]</sup>,取得了较好成绩,但旅行社行业整体发展水平还落后于东部发达地区,区域发展不均衡现象等问题较为突出。

### 1. 评价指标体系构建

旅行社业是一个以需求为导向的服务性行业,其竞争力评价隶属于产业竞争力评价范畴<sup>[19]</sup>。旅行社业竞争力是由大大小小的企业竞争力组织而成,是旅行社在社会、政治、经济、资源、文化、环境等因素的影响下,所形成的规模、经营绩效和以及市场业务水平的集中呈现结果。借鉴旅游业竞争力的指标选取<sup>[20,21,22]</sup>,综合旅行社行业竞争力特性<sup>[23,24]</sup>,本文从旅行社业的核心竞争力与市场竞争力角度出发,构建旅行社指标体系,试图让测度的结果更能反映安徽省区域旅行社业竞争力水平。核心竞争力主要说明旅行社企业内部产生业竞争力的原因,主要有企业规模、人力资源、管理水平3个首要指标。企业数、资产总额作为企业规模的次级指标;从业人数及其中拥有大专以上学历人数作为人力资源的次级指标;劳动生产率、生产成本作为管理水平的次级指标。市场竞争力指标主要说明旅行社行业竞争力对企业产生的结果,主要有市场份额和经营绩效二个首要指标。本文选取市场占有率作为市场份额的指标;营业收入、旅游接待人次、旅游组织人次、旅游外联人次作为经营绩效的指标。旅行社行业利润较薄、利润率较低,利润指标对研究的实际意义不大,不能反映行业情况,故未取用利润指标。主要评价指标见表1。

表1 旅行社发展水平评价指标体系

目标层	准则层	首要指标	次级指标(单位)	序号	指标属性
安徽省旅行社业竞争力	核心竞争力	企业规模	企业数(家)	C11	+
			资产总额(千元)	C12	+
	人力资源	从业人数(人)	从业人数(人)	C13	+
			大专以上学历(人)	C14	+
			劳动生产率(千元/人)	C15	+
			生产成本(千元/人)	C16	-
	市场竞争力	市场	市场占有率(%)	C21	+
			经营绩效	营业收入(千元)	C22
		旅游接待人次(人)		C23	+
		旅游组织人次(人)		C24	+
旅游外联人次(人)		C25	+		

注:劳动生产率=营业收入/职工人数;生产成本=固定资产原值/接待旅游人数;市场占有率=组织(外联)旅游人次/全省旅行社组织(外联)旅游总人次。

### 2. 旅行社业竞争力格局

依据安徽省“十三五”旅游业发展规划,将安徽省划分为四大旅游目的地,分别是:合肥经济圈旅游区、皖南示范区、皖北文化生态旅游区以及大别山扶贫旅游示范区。根据熵值法计算分别得出2016年安徽省各地市旅行社业的核心竞争力、市场竞争力以及综合竞争力得分及排名,结果见表2。

首先,从总体的现状格局来看,旅行社业竞争水平地域空间分异明显。2016年安徽省旅行社业综合竞争力水平得分较高的城

市主要分布于皖南示范区和合肥经济圈旅游区,综合竞争力水平得分较低的城市主要分布于皖北文化生态旅游区和大别山扶贫旅游示范区。皖南示范区形成以传统旅游城市黄山市为核心,向周边旅游城市如安庆市、池州市等沿散的竞争格局,旅行社业竞争力水平均较高;合肥经济圈旅游区形成以经济发达城市合肥市独大,其他城市较弱的格局;皖北文化生态旅游区和大别山扶贫旅游示范区区域的旅游业发展水平、经济发展水平处于“温点”或“冷点”阶段,旅行社业竞争力水平普遍不高,但分布较为均衡。

从各地市的现状来看,旅行社业竞争力水平地域差距较大。安徽省各地市旅行社业竞争力水平在总得分上存在较大差距,且综合得分较低的城市占比较大,表明处于中等水平和较低水平的区域较多。由总得分可知,2016年安徽省旅行社业竞争力水平地市得分级化现象明显,其中综合得分最高的合肥市达86.74(相对得分),综合得分最低的蚌埠市仅有1.84;并且仅有合肥市、黄山市、芜湖市得分处于30以上,其他地市均处于30及以下。

从各竞争力得分来看,在同一排名的基础上,安徽省区域旅行社业核心竞争力得分高于市场竞争力和综合竞争力,且市场竞争力得分最低。这说明安徽省区域旅行社业拥有足够提升竞争力水平的能力,但在其市场运作过程中,其产出效应并没有达到较优水平。从各竞争力排名来看,综合竞争力的排名情况与核心竞争力大致相同,这说明核心竞争力对综合竞争力的影响较为明显。

表2 2016年安徽省各地区旅行社业核心和市场竞争能力得分与排名

地区	城市	核心竞争力		市场竞争力		综合竞争力	
		得分	排名	得分	排名	得分	排名
合肥经济圈旅游区	合肥	98.61	1	75.80	1	86.74	1
	滁州	23.00	8	2.09	15	13.57	8
	淮南	21.10	11	24.19	3	11.99	11
皖南示范区	黄山	72.13	2	65.61	2	63.49	2
	池州	27.60	4	11.17	6	16.86	4
	宣城	25.16	7	21.34	4	15.91	5
	安庆	25.63	5	8.06	8	15.78	6
	芜湖	39.55	3	13.03	5	30.87	3
	马鞍山	25.21	6	6.92	9	15.71	7
	铜陵	4.83	15	3.40	14	2.76	15
皖北文化生态旅游区	蚌埠	2.47	16	5.49	10	1.84	16
	淮北	15.36	13	4.29	11	8.63	13
	阜阳	21.42	10	9.82	7	12.70	10
	亳州	21.62	9	1.10	16	12.93	9
	宿州	13.81	14	3.85	13	7.99	14
大别山扶贫旅游示范区	六安	14.48	12	4.14	12	11.19	12

### 3. 旅行社业竞争力演化

由于旅游业发展程度、经济发展水平、交通通达程度等差异,安徽省各地区的旅行社业发展变化特征差异较为明显。根据熵值法计算分别得出2010年、2013年、2016年安徽省各地级市旅行社得分及排名,结果见表3。由得分及排名可知,自2010-2016年,安徽省区域旅行社业竞争力水平呈现较为明显的变化。

表 3 安徽省各地区旅社行业竞争力得分与排名

地区	城市	2010 年		2013 年		2016 年	
		得分	排名	得分	排名	得分	排名
合肥经济圈旅游区	合肥	88.49	1	88.60	1	86.74	1
	滁州	13.14	13	14.75	9	13.57	8
	淮南	26.40	4	14.29	10	11.99	11
皖南示范区	黄山	77.20	2	62.52	2	63.49	2
	池州	23.59	7	18.38	6	16.86	4
	宣城	28.23	3	19.50	5	15.91	5
	安庆	24.88	5	19.78	4	15.78	6
	芜湖	24.84	6	25.31	3	30.87	3
	马鞍山	18.77	9	16.06	7	15.71	7
	铜陵	13.28	12	10.68	13	2.76	15
皖北文化生态旅游区	蚌埠	11.50	14	2.63	16	1.84	16
	淮北	13.62	11	13.24	11	8.63	13
	阜阳	21.68	8	15.13	8	12.70	10
	亳州	4.39	16	12.69	12	12.93	9
	宿州	11.48	15	6.38	15	7.99	14
大别山扶贫旅游示范区	六安	14.48	10	10.65	14	11.19	12

从排名情况来看,可分为大幅上升、基本稳定、大幅下降这三类(见表 4)。可以看出,排名大幅上升的城市有 4 个(芜湖、滁州、池州、亳州);基本稳定的城市有 10 个(合肥、黄山、安庆等);大幅下降的城市有 2 个(淮南、铜陵)。在排名基本稳定的 10 个城市中,合肥和黄山保持前两名的地位,属于高水平的稳定;宣城、安庆、马鞍山、阜阳、六安排名处于中游,属于中等水平的稳定;淮北、宿州、蚌埠排名较为靠后,属于低水平的稳定。总体看来,传统旅游城市如黄山市、池州市以及经济相对发达的城市如合肥市、安庆市旅行社业竞争力水平处于稳定及快速发展的态势,旅游业和经济水平发展处于“温点”“冷点”阶段的城市如淮南、铜陵旅行社业发展相对缓慢,增长幅度较小,或出现相对下降的态势。但安徽省旅行社业竞争力总体水平处于不断提升的态势。

表 4 安徽省各地级市旅行社业竞争力排名分类

分类	城市数量	城市
大幅上升	4	芜湖、滁州、池州、亳州
基本稳定	10	合肥、黄山、宣城、安庆、马鞍山、 阜阳、六安、淮北、宿州、蚌埠
大幅下降	2	淮南、铜陵

综合得分和排名情况,安徽省区域旅行社业竞争力逐步产生扩散效应,趋向均衡发展的态势。由处于基本稳定的城市得分和排名分析,在排名不变的情况下,其得分均处于降低的态势,如合肥市、黄山市、安庆市等。由于得分是反映安徽省各地市旅行社业竞争力的相对得分,得分的降低,表明安徽省区域旅行社业竞争力差距正逐步减小,均衡发展是旅行社行业发展的必然趋势。

#### 四、安徽省旅行社业竞争力障碍度分析

对安徽省旅行社业竞争力测度的意义不仅仅在于对区域空间差异化的定量分析,更重要的是厘清影响旅行社竞争力的障碍因子,进而明确各地级市旅行社发展的制约因素,为安徽省旅行社管理提供决策参考。通过障碍度模型公式计算,结果显示不同地区的障碍因子存在较为明显的差异,对2010年、2013年、2016年三个时间节点的指标障碍度进行频次分析,数值大于0.1且出现频次从多到少的指标依次是C<sub>16</sub>(42次)、C<sub>15</sub>(31次)、C<sub>13</sub>(13次)、C<sub>11</sub>(12次)、C<sub>21</sub>(6次)、C<sub>24</sub>(6次)、C<sub>12</sub>(5次)、C<sub>23</sub>(4次)、C<sub>22</sub>(3次)、C<sub>14</sub>(2次),所以频次最高的前四位C<sub>16</sub>、C<sub>15</sub>、C<sub>13</sub>、C<sub>11</sub>即为主要影响因素,分别对应生产成本、劳动生产率、从业人数和企业数。又因为生产成本和劳动生产率对应首要指标中的管理水平、从业人数对应首要指标中的人力资源、企业数对应首要指标中的企业规模,所以管理水平、人力资源、企业规模是影响安徽省旅行社业竞争力大小的主要因素。

为了进一步分析安徽省旅行社业竞争力主要影响因素的时空分布差异,根据熵值法计算出2010年、2013年、2016年安徽省各地级市的管理水平、人力资源及企业规模的得分,并利用ArcGIS10.2软件,根据自然间断点分级法<sup>[25]</sup>对这3年的得分进行分级设色,共分为五类,分别是低水平、较低水平、中等水平、较高水平、高水平。

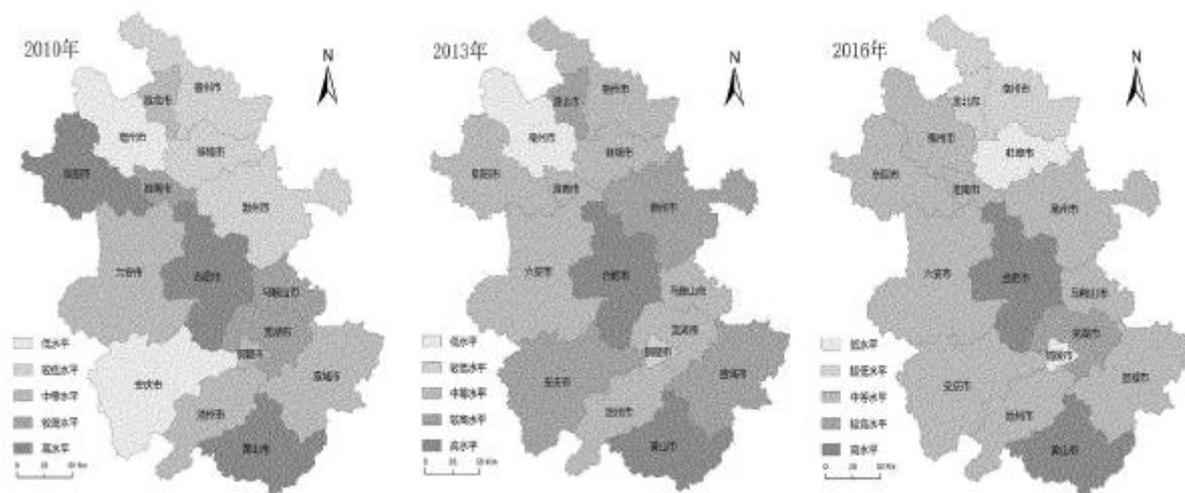


图1 安徽省旅行社业管理水平分布

在管理水平的时空分布格局中(见图1),可以看出自2010-2016年管理水平集聚效应明显,由分散趋向集聚,以高水平的合肥市和黄山市为中心,周边都是中等及较高水平的城市,空间上呈现集聚特征,得分较低的城市主要分布在皖东北部。其中合肥市作为安徽省的省会城市,其技术发达程度、现代化管理制度等相比其他地市较为先进和成熟;黄山市是全省旅游业起步最早的城市,在全国乃至全世界都形成了很好的旅游品牌形象,其旅游发展经验较为充足。较为现代化的管理理念、发达的科学技术和丰富的旅游业发展经验为旅行社业的管理水平奠定了坚实的基础。

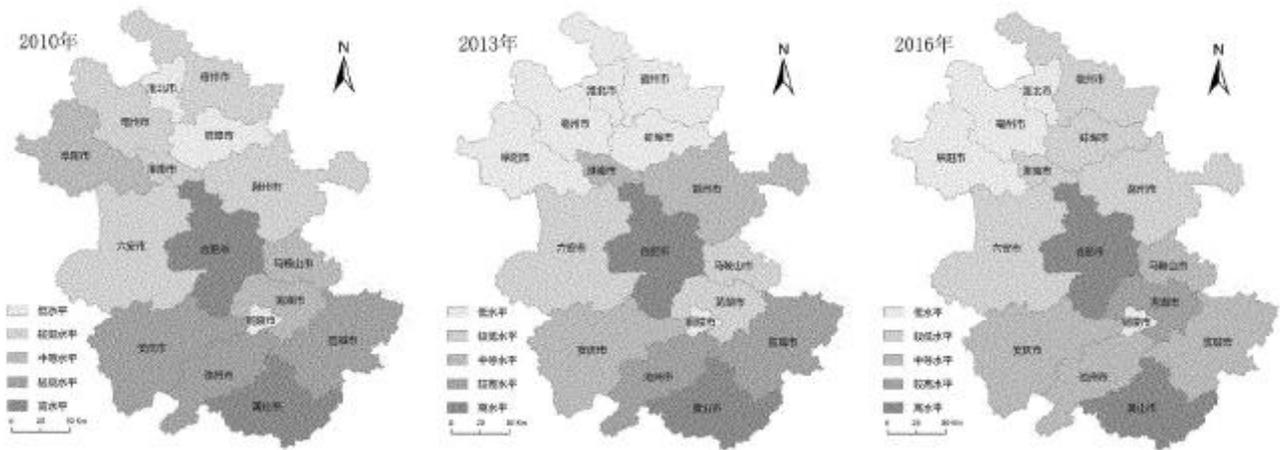


图2 安徽省旅行社业人力资源水平分布

在人力资源水平的时空分布格局中(见上页图2),自2010-2016年人力资源从皖西北至皖南,低水平向高水平逐渐递增,空间上呈现出层次性,同时也呈现出一定的集聚效应,水平较高的城市如合肥市、芜湖市、池州市、黄山市相对集中,水平较低的城市如淮北市、亳州市、阜阳市也相对集中。旅行社业属于服务型产业,人力资源是行业发展的核心要素。高校是输送人才的基地,安徽省的旅游院校大致分布在合肥市、黄山市、芜湖市、安庆市、池州市等,其分布状况与旅行社业人力资源的空间布局大致相适应。

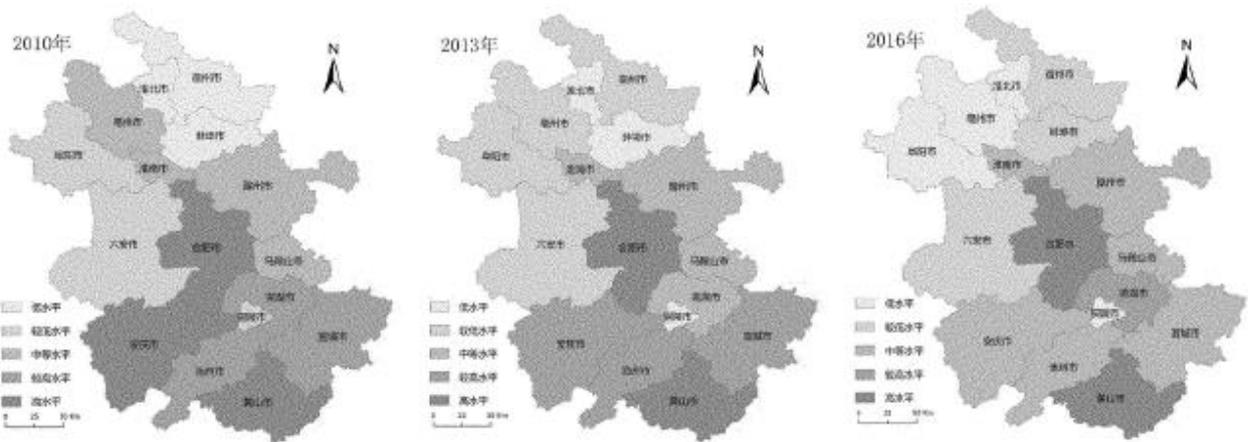


图3 安徽省旅行社业企业规模分布

从企业规模水平的时空分布中(见图3),可以看出自2010-2016年企业规模水平演化规律与人力资源空间分布大致相似。企业规模水平的高低从皖西北向皖南地区呈现逐渐递增趋势,空间集聚特征也较为明显。企业规模从量上体现旅行社的竞争优势,可直接反映出一个地区的旅行社业实力状况。皖南示范区凭借优越的旅游资源吸引各大小企业开设旅行社,同时合肥经济圈旅游区以其较高的经济发展水平、便捷的交通条件在旅行社企业规模上获得较大的优势。

## 五、结论与建议

本研究本着全面、客观的原则对安徽省 2010-2016 年的旅行社业竞争力进行了测度,对其现状格局和时空演变特征进行了剖析,并对其障碍因素进行分析,得出以下结论:一是从现状格局来看,安徽省旅行社业竞争水平地域空间分异明显,同时各地域旅行社业竞争力水平差距较大,级化现象较为严重,处于中等水平和较低水平的区域较多;且旅行社业的核心竞争力较强于市场竞争力。二是从时局演化来看,安徽省区域旅行社业竞争力水平变化较为明显,旅游业或经济发展“热点”的区域旅行社业处于稳定及快速发展的态势,旅游业和经济水平发展处于“温点”“冷点”阶段的区域旅行社业发展相对缓慢,增长幅度较小,或出现相对下降的态势,但总体水平处于不断提升的态势;同时从综合得分和排名情况看,安徽省区域旅行社业竞争力逐步产生扩散效应,趋向均衡发展。三是从障碍度分析来看,管理水平、人力资源及企业规模对安徽省旅行社业竞争力水平影响最大,且三个影响因素存在时间差异,总体上合肥经济圈旅游区及皖南示范区内的城市高于省内其他城市,且在空间上呈现出集聚特征。

由于研究指标、数据的限制,本研究仍存在一定的缺陷,但基本能反映出安徽省旅行社业竞争力的现状格局、时空演化和障碍因素。本文的研究结果有利于进一步厘清安徽省旅行社业的发展现状,发现安徽省旅行社业竞争力的发展重点,以便于对发展对策进行探讨,同时为其他地区的旅行社业发展带来一定的借鉴。在政府层面,省级政府应重视旅行社业的整体发展,制定相应的鼓励政策,促使旅行社跨区域协同发展,减缓不平衡发展现象,提高全省的整体竞争水平;同时各市级政府应相互扶持,加强区域合作,发挥核心地区如合肥市、黄山市旅行社的引领作用,利用扩散效应,帮扶弱势空间,带动周边地区旅行社业的快速发展。在企业层面,着重发展旅行社业竞争力的核心要素,管理水平、人力资源和企业规模对旅行社竞争力水平的影响力度最大,因此各地市应注重提升旅行社管理水平、吸收和培养大量的旅游人才、扩大企业规模;同时应积极宣传引导、节约经营成本、促进旅行社信息化、采取有效管理方式等,提升旅行社的市场份额和经营绩效,从而有力提高旅行社业的市场竞争力。

#### 参考文献:

- [1] CROUCH G L, RITCHIE J R. Tourism, competitiveness and societal prosperity[J]. Journal of Business Research, 1999(1):137-152.
- [2] SALAH S H. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry[J]. Journal of Travel Research, 2000(2):239-245.
- [3] HEM L E, IVERSEN N M. How to Develop a Destination Brand Logo: A Qualitative and Quantitative Approach[J]. Annals of Tourism Research, 2004(2):132-148.
- [4] 叶莉, 陈修谦. 基于旅游竞争力评价的中国与东盟国家旅游贸易互动分析[J]. 经济地理, 2013(12):177-181.
- [5] 方叶林, 黄震方. 2001 年以来省域旅游竞争力的时空演化分析[J]. 长江流域资源与环境, 2013(S1):11-17.
- [6] 马晓龙, 曹杏娟. 省域旅游竞争力的空间格局与形成机理研究[J]. 旅游科学, 2013(2):14-23.
- [7] 周礼, 蒋金亮. 长三角城市旅游竞争力综合评价及其空间分异[J]. 经济地理, 2015(1):173-179.
- [8] 杜丽燕, 张鑫, 钟影. 基于锡尔系数的安徽各地市旅游竞争力差异研究[J]. 合肥工业大学学报(社会科学版), 2014(5):56-61.
- [9] 阎友兵, 洪梅, 王忠. 我国旅行社产业集中度演化及对策[J]. 旅游学刊, 2008(8):74-79.
- [10] 李天元, 王娟. 我国旅行社业垂直分工体系缘何难以实现?——对我国旅行社业发展垂直分工问题的思考[J]. 旅游学

---

刊, 2001(5):23-26.

[11]方法林,张岳军.产业融合视角下的旅行社产业发展研究[J].改革与战略,2012(7):103-107.

[12]胡志毅,朱康文,李月臣,等.重庆都市区传统旅行社空间竞争格局研究[J].旅游学刊,2017(8):70-80.

[13]李细归,吴清,李一帆,等.湖北省旅行社空间特征及其影响机理研究[J].旅游论坛,2015(4):71-78.

[14]易婷婷,儂惠玲.旅行社服务质量管理模式及其应用——以广之旅为例[J].旅游论坛,2010(6):720-722.

[15] MARTINEZ C L, MARTINEZ G L A. Developing a multidimensional and hierarchical service quality model for the travel agency industry[J]. Tourism Management, 2008(4):706-720

[16]何婕.消费者视角下旅行社品牌竞争力研究[D].西安:西安外国语大学,2011.

[17]谭杰.旅行社核心竞争力提升研究[D].广州:广州大学,2012.

[18]胡文海,孙建平,余菲菲.安徽省区域旅游经济发展的时空格局演变[J].地理研究,2015(9):1795-1806.

[19]王丽.基于AHP的城市旅游竞争力评价指标体系的构建及应用研究[J].地域研究与开发,2014(4):105-108.

[20]方叶林,黄震方.2001年以来省域旅游竞争力的时空演化分析[J].长江流域资源与环境,2013(S1):11-17.

[21]张梦.区域旅游业竞争力评价:指标构建与方法选择[J].旅游学刊,2007(2):13-17.

[22]王娟.中国省域旅游业竞争力综合定量评价[J].人文地理,2006(3):78-82.

[23]黄秀娟,黄福才.区域国际旅行社业竞争力评价方法与实证分析[J].旅游学刊,2006(11):48-53.

[24]张海鸥.旅行社竞争力排行综合评价体系的构建[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2008(2):102-106.

[25]王建康,谷国锋,姚丽,等.中国新型城镇化的空间格局演变及影响因素分析——基于285个地级市的面板数据[J].地理科学,2016(1):63-71.

#### 注释:

1 见李金早《积极实施“三步走”战略奋力迈向我国旅游发展新目标》,2017。

2 数据来源:从全国旅行社统计管理系统下载所得,<http://www.100chengxin.com/>。

3 同(1)。