

温州市县域全域旅游竞争力评价研究

周璐¹

(浙江海洋大学经济与管理学院, 浙江 舟山 316000)

【摘要】: 县域是乡村旅游发展的基础单元,也是乡村振兴的关键纽带。以浙江省温州市7个县域作为研究对象,采用层次分析法和GIS方法,从要素竞争力、市场竞争力等共计5个方面评价温州县域全域旅游竞争力。结果表明,温州市各县域的旅游综合竞争力普遍呈现出“西弱东强”的空间格局,基于此对温州市县域旅游竞争力的优化提出相关建议。

【关键词】: 全域旅游 竞争力 县域 温州市

【中图分类号】 F592.7 **【文献标识码】** A

近几年“全域旅游”概念风靡一时,引起了业界的广泛关注。在全域旅游背景下,让县域旅游适当地发展,地方经济就会持续增长^[1]。随着工业化发展,城市化膨胀,人们越发渴望蓝天白云、鸟语花香,喜欢无拘无束、自由自在的恬静生活,所以拥有原生态自然景观和乡土民俗文化的乡村也越来越受到城市居民的青睐,乡村旅游成为了群众出游的一项重要选择,也成为当前文旅业振兴复苏的一项重要内容。浙江的安吉、象山、义乌等县域旅游的发展实践告诉我们加强县域协作,充分发挥各县旅游资源优势,形成优势互补、整体联运的发展格局,能带动和促进县域旅游经济的发展。

近年来,有关旅游竞争力的研究受到了国内外很多学者重视并取得了一定的成果。随着国内旅游市场的进一步细分,新的旅游模式不断涌现,产生了不同的研究主题。如文化旅游竞争力、城市旅游竞争力、会展旅游竞争力等。从研究方法来看,温碧燕等^[2]采用元分析方法,李泽锋^[3]同时采用德尔菲法和层次分析法来构建旅游竞争力评价体系;张河清等^[4]利用“互联网”旅游大数据,运用GIS法对县域旅游的空间数据进行处理,得出广东各县(市、区)域旅游竞争力水平总体情况;李春莹等^[5]运用熵值法对福建省乡村旅游竞争力进行了评价研究。但整体而言,多数学者主要关注的还是国家、城市的旅游竞争力,以乡村旅游竞争力为研究对象的文章依旧十分有限,尤其是对浙江省县域旅游竞争力的研究更少。因此,在借鉴前人研究结果的基础上,本文以浙江省温州市7个县域单元为例,构建相关旅游评价指标体系,通过层次分析法对其旅游竞争力展开定量分析。与此同时,在国家大力发展乡村振兴的大背景下,对其竞争力评价进行实证研究,具有较强的理论价值,实践意义和应用价值。

1 研究设计

1.1 研究方法

1.1.1 ArcGIS 空间分析

利用 ArcGIS10.1 软件,制作温州市县域全域旅游竞争力评价结果分析专题地图,通过色彩分级将温州7个县域分为:优势突出型、创新发展型、潜力巨大型三种类型。

作者简介: 周璐(1991—),女,内蒙古人,硕士研究生在读,研究方向:海洋旅游开发与管理。

1.1.2 基于层次分析法的区域旅游业竞争力评价方法

层次分析法 (Analytic Hierarchy Process) 作为一种多目标层次权重决策分析的方法, 由美国运筹学家萨蒂 (Satty T.L.) 在 20 世纪 70 年代初提出。该方法主要针对难以完全定量的复杂系统^[6], 将研究对象通过定量与定性分析相结合的方法进行整体考虑^[7], 根据最优方案, 分析其他方案的不足, 进而提出改进措施。

1.2 县域乡村旅游竞争力评价模型及构建

1.2.1 波特竞争力模型

20 世纪 80 年代, 迈克尔·波特 (Michael Porter) 提出了关于产业竞争力的“钻石模型”。钻石模型由四个基本要素和两个变量构成, 分别为: 生产要素、需求条件、相关与支持性产业、企业战略及其结构以及同业竞争、政府和机会。波特的这一钻石模型对于旅游竞争力的评价研究有极大的借鉴和参照意义。

1.2.2 评价指标体系的建立

县域旅游空间结构相互之间联系紧密, 因此对县域旅游竞争力评价时, 既要从整体考虑, 又要保证评价指标体系内容的准确性^[8]。鉴于旅游业涉及要素的多样性, 县域旅游竞争力测度指标体系固然是越全面越好, 但由于受到公开统计数据的限制, 只能有针对性地筛选一些有代表性的指标。采取专家打分法获取各指标权重, 构建了“三个层次、五个维度”的综合评价体系。该体系共三层, 包括 21 项指标。一级目标 (A) 为最终评价结果; 二级指标层 (B) 分别对应要素、市场、环境和基础设施、管理、经济和发展共五大维度; 三级指标层 (C) 为二级因素的细化与分解, 是评价县域旅游竞争力的具体指标, 以此为基础, 尽可能全方位多层次地分析把握, 并用发展的眼光对浙江省温州市 7 个县域旅游竞争力进行评价。

1.3 利用 AHP 层次分析法进行权重计算时, 其具体过程可描述如下:

1.3.1

建立层次结构模型

1.3.2 构造判断矩阵

整理专家对各个指标的打分情况, 得出准则层和指标层各因素间的重要程度参数, 进行最终判断矩阵的构造, B 层中 5 个指标对 A 层影响比值建立成对比较判断矩阵。

1.3.3 依次对判断矩阵的特征向量、最大特征值进行计算, 随后归一化处理特征向量, 得到评价指标重要性的排序权值

针对要素竞争力 B1, 市场竞争力 B2, 环境和基础设施竞争力 B3, 管理竞争力 B4, 经济和发展竞争力 B5, 构建 5 阶判断矩阵。通过层次分析法研究, 得到特征向量 (1.690, 1.369, 0.773, 0.487, 0.682) 和对应的权重值 (33.793%, 27.376%, 15.453%, 9.743%, 13.635%)。除此之外, 利用最大特征根值 (5.127) 计算得到 CI 值 (0.032) 【 $CI = (\text{最大特征根} - n) / (n - 1)$ 】。

1.3.4 一致性检验分析

由于 CR 值为 $0.028 < 0.1$, 本次研究计算所得权重具有一致性。

1.3.5

按照上述步骤与方法，分别建立 C 层各指标对 B 层 5 个指标的成对比较判断矩阵，最终构建了旅游竞争力评价指标体系和权重系数(见表 1)。

表 1 旅游竞争力评价指标体系和权重系数

一级目标	二级指标	权重值 W1	三级指标	权重值 W2
温州市县域旅游竞争力 A	要素竞争力 B1	0.34	AAA 级以上景区数量 C1	0.42
			住宿接待能力 C2	0.20
			交通和区位条件(旅客周转量)C3	0.38
	市场竞争力 B2	0.27	旅游总收入 C4	0.44
			年旅游接待游客人次 C5	0.21
			旅行社数 C6	0.17
			限额以上住宿餐饮业营业额 C7	0.18
	环境和基础设施竞争力 B3	0.15	第三产业所占比重 C8	0.39
			森林覆盖率 C9	0.25
			互联网宽带用户数 C10	0.18
			节能环保支出 C11	0.18
	管理竞争力 B4	0.10	教育支出 C12	0.31
			大专以上教育程度人口比例 C13	0.26
			高中学校数(普通高中和职业高中)C14	0.08
			住宿和餐饮业从业人数 C15	0.35
	经济和发展竞争力 B5	0.14	旅游业占 GDP 比重 C16	0.33
			地区 GDP 增长率 C17	0.15
			财政总收入 C18	0.15
			城镇居民人均可支配收入 C19	0.05
			农村常住居民人均可支配收入 C20	0.05
			微信传播力指数(WCI)C21	0.28

1.4 数据来源

本文研究数据源自《温州市统计年鉴 2019》、各市统计局《2019 年国民经济和社会发展统计公报》、各县(市)旅游局统计数据、官方微信(温州文旅咨询)、微信公共号传播指数来自清博指数。

1.5 原始数据标准化处理

采用极差法对其数据进行标准化处理,目的是消除量纲对计算结果的影响,其公式为:

$$Y_{ij} = (X_{ij} - \min X_{ij}) / (\max X_{ij} - \min X_{ij})$$

式中, $\max X_{ij}$ 为指标 j 中的最大值, $\min X_{ij}$ 为指标 j 中的最小值。

对数据进行标准化处理后,运用其标准化数据计算得到一级指标层的得分,其计算公式为:

$$Bi = \sum_{i=1}^n (C_i W_{2i})$$

式中, C_i 为标准化处理的数据, W_{2i} 为二级指标权重。计算出一级指标层的得分后,再求出温州市县域旅游竞争力的综合得分,其计算公式为:

$$Bi = \sum_{i=1}^n (B_i W_{1i})$$

2 县域旅游竞争力评价结果与分析

温州境内自然景观丰富,名山秀水众多,素有“东南山水甲天下”的美誉。从评价的结果来看,温州市 7 个县域综合竞争力得分排名从高到低为:乐清市、瑞安市、平阳县、永嘉县、苍南县、文成县、泰顺县。旅游竞争力结果与其实际社会经济表现基本一致。通过对温州市 7 个县域乡村旅游竞争力的测算分析,可以看出温州市区域竞争力差异化较大,将其划分为三种类型:优势突出型、创新发展型、潜力巨大型(如图 1)。乐清市和瑞安市由于乡村旅游发展起步早,基础设施较为完善,旅游竞争力较强,故属于优势突出型;平阳县、永嘉县、苍南县,积极创新旅游发展理念,努力提升旅游综合实力,创新动力足,属于创新发展型;文成县和泰顺县,乡村旅游起步稍晚且发展速度较快,属于潜力巨大型。

3 县域旅游竞争力提升的建议与讨论

研究表明,温州市各县域的旅游综合竞争力以及各因素竞争力普遍呈现出“西弱东强”的空间格局。如何能在激烈的旅游竞争中发挥比较优势,发挥个性特色,已经成为县域旅游经济发展的关键点^[9]。通过分析可以给出以下几点建议。

3.1 精准定位,明确发展方向,强化要素竞争力

对于发展潜力巨大的县,要想提高竞争力、知名度,必须明确发展方向,根据县情特点、区位条件、功能定位,确定旅游专业化的目标任务,夯实旅游基础,整合产业规模,提高产业定位,提高市场的占有份额,不断提升经济总量。尤其要在景点的基础设施建设方面需要投入一定的财力,在建设过程中依据本地风土人情,打造出自身的特色景点。



图 1 温州市县域全域旅游竞争力分布图

3.2 深入发掘，打造体验型旅游产品，提升市场竞争力

旅游产品的供给应以满足游客需求为前提，但目前温州市部分景区的体验项目仍停留在初级阶段。体验式旅游是以游客通过与旅游产品的互动，获得良好的游玩体验为终极目标。近年来，我国旅游业正在由低层次的“观光旅游”向更为高级的“体验式旅游模式”过渡，因此如何深入挖掘，打造深入人心的体验式旅游产品势在必行。体验型旅游产品的打造，要依托景区原有资源，针对产品的个性性、游客参与性和过程性三个方面来进行，以此来提升游客对景区产品的青睐。

3.3 树立旅游品牌，扩大宣传攻势，提高管理竞争力

打造旅游品牌形象，突出品牌价值，这是一项长久的系统的工程，需要平时日积月累形成自身景点的形象、品牌、特色。一是要增强各县的宣传促销意识，充分发挥政府的宣传主体作用。二是宣传推广要采取渐进性、持续性、有序性的手段，尽量避免即时宣传和短期宣传。三是要加大相关人才的引进力度，提升运营效果，吸引更多的游客前来体验。

参考文献：

- [1]贾振立. 区域旅游竞争力影响研究[M]. 武汉：华中科技大学出版社，2018:8-26.
- [2]温碧燕，张子澎. 基于元分析的国内旅游竞争力评价研究[J]. 旅游科学，2010, 24(2):40-48, 63.
- [3]李泽锋. 浙江省城市旅游竞争力测度及综合评价[J]. 中南林业科技大学学报(社会科学版), 2017, 11(3):85-91.
- [4]张河清，王蕾蕾. 大数据与广东县域旅游竞争力评价研究[M]. 北京：中国经济出版社，2017:11-19.
- [5]李春莹，林彩斌，林明水，等. 县域全域旅游竞争力评价研究——以福建省为例[J]. 福建师范大学学报(自然科学

版), 2020, 36(4):81-92.

[6]张海珍, 张思亮. 基于层次分析法的京津冀区域旅游业竞争力评价研究[J]. 廊坊师范学院学报(自然科学版), 2019, 19(3): 75-78, 81.

[7]胡世伟. 基于层次分析法和 SVR 的旅游竞争力评价[J]. 沈阳大学学报(自然科学版), 2019, 31(5):404-409.

[8]付智, 刘慧芝, 梁龙武. 全域视角下县域旅游竞争力评价体系构建[J]. 统计与决策, 2018, 34(22):60-64.

[9]严宇甜, 张鑫, 傅为忠. 基于复合生态系统的安徽省县域旅游竞争力评价及提升策略[J]. 资源开发与市场, 2020, 36(12): 1434-1440.