

基于竞争力的江西旅游强省建设评价研究^①

熊云明, 李松志

九江学院 旅游与国土资源学院, 江西 九江 332005

摘要: 江西省为推动旅游发展, 提出了旅游强省建设的目标. 以指标简要、权重客观、实用性强为原则, 以竞争力为理念构建了一套旅游强省评价体系, 并运用该评价体系对我国大陆除北京、上海、天津 3 个直辖市之外的 28 个省、市、自治区的旅游强省建设进行了综合测定、分类, 聚类结果显示可分为旅游强省、旅游大省、旅游潜力省、旅游滞后省 4 类, 江西省属于旅游大省. 评价显示, 江西旅游资源丰富, 生态环境优良, 但旅游基础设施还不完善, 旅游收入景区依赖性强, 商务旅游乏力, 与旅游强省目标有一定差距.

关键词: 旅游; 评价体系; 竞争力; 江西

中图分类号: F590.3

文献标志码: A

文章编号: 1000-5471(2017)08-0074-06

旅游业在国民经济和社会发展中具有重要战略地位, 新常态背景下, 它更是拉动经济发展的重要动力, 也是调结构的重要突破口. 江西省为推动旅游发展, 实现经济赶超, 2013 年 10 月 15 日出台了《关于推进旅游强省建设的意见》, 确定了旅游强省的战略目标. 适时构建适用于江西乃至全国各省域的旅游强省评价体系以指导各地旅游发展显得尤为紧迫且意义重大.

1 文献研究综述

关于旅游强省的评价, 目前国内学者构建了一系列的评价指标体系, 并进行了相应的实证研究. 武虹剑等基于旅游及旅行竞争力指标体系和旅游竞争力指示器构建适合我国国情的旅游强省的评价方法^[1], 唐拥军等从产业的角度构建了省域旅游产业实力综合评价体系, 并且对广西旅游产业实力及其在全国的排名进行了评价和分析^[2]. 刘宇峰等从竞争环境支持力、资源产品吸引力和市场影响力 3 方面构建了省域旅游竞争力的综合评价指标体系, 并对我国大陆 31 个省、直辖市和自治区的旅游竞争力水平进行了实证研究^[3]. 罗勇依据旅游吸引物、市场表现、产业素质、门槛条件、基础条件和政策环境, 构建了旅游强省综合评价指标体系, 应用该体系对四川旅游业进行了综合评价^[4]. 王颖凌等提出游客对海南旅游公共服务质量总体比较认可, 旅游安全和旅游景区的服务质量提升对海南旅游竞争潜力影响巨大^[5]. 付帅等以旅游 5 个系统层要素构建了旅游强省评价指标体系, 并且对辽宁省区域旅游发展程度进行了测评^[6]. 秦远好等认为旅游者满意度和行为是影响旅游竞争力重要因素之一^[7]. 总体上, 尽管对旅游强省的评价指标体系研究已经取得一定进展, 但我国旅游强省评价指标体系还不多, 且因其评价体系的指标过于繁杂、权重确立的主观性太强而难以被普遍接受. 鉴于此, 文章以指标简要、权重客观、实用性强为原则构建了一套旅游强省评价体系, 且对我国大陆除北京、上海、天津 3 个直辖市之外的 28 个省、市、自治区的旅游强省建设进行了综合测定、分类, 根据评价结果分析江西旅游强省建设的优劣势.

① 收稿日期: 2015-12-30

基金项目: 江西高校哲学社会研究重大课题委托项目(ZDWT1402).

作者简介: 熊云明(1976-), 男, 江西南昌人, 硕士, 副教授, 主要从事旅游发展的研究.

2 旅游强省评价体系的构建

2.1 旅游强省评价体系构建的基本原则

本研究拟从竞争力的角度进行论证, 旅游强省评价体系的构建主要从以下几方面进行考量: 1) 竞争力原则: “旅游强省”反映的是各地旅游强省的能力. 2) 综合性原则: 评价结果要能体现出各省旅游资源、公共服务水平的强弱, 要能体现旅游传统 6 要素的综合水平的高低. 3) 经济性原则: 评价体系要能反映各省旅游资源、公共服务水平所创造的直接与间接经济效益的高低. 4) 客观简洁原则: 评价体系尽力避免结构笼杂、指标重叠、指标过多以及权重确定过于主观等问题. 5) 可操作性原则: 为了便于比较, 北京、上海、天津 3 个直辖市不在本评价体系中, 而重庆幅员辽阔, 与其他省份有较大的相似性, 故重庆市仍被纳入本次评价中.

2.2 旅游强省评价体系的构建

旅游强省评价体系由 5 个一级指标, 10 个二级指标构成. 5 个一级指标分别为资源禀赋、经济贡献度、服务设施、对外开放度、游客满意度, 每个一级指标所包含的二级指标见表 1.

表 1 旅游强省建设评价指标

一级指标	二级指标	备 注
资源禀赋	自然、文化资源	A 级以上景区和世界遗产数量
	森林覆盖率	反映生态环境
经济贡献度	旅游总收入	反映资源、公共服务创造的直接与间接经济收益
	景均收益率	反映旅游资源创造的直接经济收益
服务设施	资讯科技基础设施	以“移动通信交换机容量”反映当地移动通信水平
	交通设施	通过“铁路、等级公路里程之和/国土面积”求得
	酒店设施	星级酒店数量
对外开放度	贸易开放度	通过“进出口总数/GDP”计算求得
	旅游开放度	以“入境过夜游客数量”反映
游客满意度	游客满意度	游客对当地旅游环境与公共服务水平的综合评价

注: 旅游强省建设指标体系的原始数值主要来源于《2014 年中国统计年鉴》和《2014 年中国旅游统计年鉴》; 旅游总收入来源于各地国民经济和社会发展统计公报; 世界遗产数量从“中国世界遗产网”整理获得; 游客满意度数据由中国旅游研究院发布的 2013 年全国游客满意度数据整理获得.

部分二级指标及指标值的计算方法如下:

景区当量: A 级以上景区、世界遗产数量. 每个 A 级景区计 1 分, AA 级景区计 2 分, 以此类推, 求和后为各 A 级景区得分. 世界遗产为各地加分项目, 每个世界遗产计 5 分. 将各级景区得分与世界遗产得分相加求和, 即为自然、文化资源的最后得分. 如此计算虽有些粗糙, 但各省之间都用同一种方式计分, 且结果更多地只是应用于横向比较, 因此误差对最终的评价结果影响不大.

景均收益率: 以 AAA 级景区为单位景区换算而得. 将景区营业收入与换算后的景区总数相除, 即为本指标的得分. 体系中“旅游总收入”反映了旅游资源与公共服务创造的直接与间接经济效应, 是一个总体的概念, 而“景均收益率”则反映了单位旅游资源创造的直接经济效应, 突出了景区吸引的直接效应.

资讯科技基础设施: 以“移动通信交换机容量”反映当地移动通信水平. 游客可以通过智能手机获取相关资讯, 甚至可以订票、订餐、订客房. “移动通信交换机容量”能较好地反映当地移动通信能力. 该指标从中国经济统计年鉴获得.

交通设施: 以当地铁路里程与等级公路里程相加求和而得. 该指标未考虑等外公路里程, 等级公路数据的可靠性、可比性均更强.

酒店设施: 提供餐饮、住宿, 将各星级酒店以一星级为单位换算求和, 与各 A 级景区之间的换算方式相同.

贸易开放度: 通过“进出口总数/GDP”计算求得, 分值越高开放度越高, 反之亦然. 数据从中国经济统计年鉴获得. 实践证明, 对外开放程度是旅游行业竞争力高低的重要反应, 因此, 本研究把对外开放程度纳入了评价体系.

旅游开放度：以当地“入境过夜游客数量”反映，数据从中国旅游统计年鉴直接获得。

游客满意度：游客对当地旅游环境与公共服务水平的综合评价。数据来源于中国旅游研究院发布的 2013 年全国游客满意度数据，每个省的游客满意度由当地样本城市加总平均获得。

3 旅游强省评价体系的评价方法

3.1 数据预处理

主要可以分为两步，第一步为原始指标的标准化过程，其计算公式为

$$X'_{ci} = \frac{X_{ci} - \min X_{ci}}{\max X_{ci} - \min X_{ci}}$$

即

$$\text{标准化指标} = (\text{实际值} - \text{最小值}) / (\text{最大值} - \text{最小值})$$

式中 x_{ci} 表示 C 省在 10 项指数上的原始数值，标准化后的数值 X'_{ci} 在 0 ~ 1 之间。第二步是将 10 个分指标合成 5 个主要指标过程，其计算公式为

$$y_{ck} = \frac{1}{n_k} \sum_{i=1}^{n_k} X'_{ci}$$

式中为 C 省 5 大指标的数值， $k(k$ 为 1 ~ 5) 是表示 5 大指标中的某项指标， n_k 是 k 指标中包含的次级指数的个数，各指标的次级指数见表 1。 y_{ck} 的计算实际上是简单求均值，取值仍为 0 ~ 1 之间。最后将 y_{ck} 乘以 100，使 5 大指标最后取值转化到 0 ~ 100 之间，“0”代表在该项指标方面竞争力最小，100 则代表最大，50 为平均分。 y_{ck} 的数值见表 2。

3.2 评价指标权重的确定与评价的方法

本文通过变异系数法来获得权重以计算各地的综合得分。变异系数法(Coefficient of variation method)是直接利用各项指标所包含的信息，通过计算得到指标的权重，是一种客观赋权的方法^[8]。评价指标体系中指标取值差异越大的指标，也就是越难以实现的指标，这样的指标更能反映被评价单位的差距。各项指标的变异系数公式为

$$V_i = \frac{\sigma_i}{\bar{x}_i} \qquad (i = 1, 2 \cdots n)$$

式中 V_i 是第 i 项指标的变异系数，也称为标准差系数， σ_i 是第 i 项指标的标准差， $\bar{x}_i$ 是第 i 项指标的平均数，各项指标的权重为

$$W_i = \frac{V_i}{\sum_{i=1}^n V_i}$$

依据上述公式计算，求出各指标值的标准差、平均数、变异系数及权重，并依据权重分别求出各个地区的综合评分(表 2, 表 3)。

3.3 旅游强省聚类方法

通过对评价体系下的各地旅游强省竞争力归类，可以更好地理解竞争力综合评价的结果。聚类指标与数据为前述旅游强省评价体系中的 5 大指标预处理后的数据。聚类方法采用系统聚类法中的离差平方和法^[8]。该聚类方法通过比较方差大小进行聚类，前述变异系数法也是通过比较方差确定指标权重，两者计算理念相同，因此通过 SPSS 软件聚类出的结果与旅游强省竞争力排名的结果总体会较一致。

4 旅游强省综合评价及结果分析

4.1 评价结果

- 1) 综合评价排名结果显示(表 2)，前 10 位分别是广东、江苏、浙江、山东、四川、福建、安徽、辽宁、湖北、河南。江西旅游强省竞争力排名第 12。
- 2) 聚类结果显示(图 1)，研究地区可以分为 4 类：一是旅游强省省份包括广东、江苏、浙江、山东；二是旅游大省省份包括四川、福建、安徽、辽宁、湖北、河南、重庆、江西、湖南、云南、广西、陕西；三是旅游潜力省包括河北、山西、吉林、贵州、黑龙江、海南、内蒙古；四是旅游滞后省包括新疆、甘肃、宁夏、青

海、西藏.

表 2 旅游强省评价指标值与评价、聚类结果

省区	资源禀赋	景区开发	服务设施	对外开放	游客满意	经济贡献	综合评价	聚类结果
广东	56.28	39.22	88.00	100.00	53.78	62.96	76.83	旅游 强省 省份
江苏	52.26	56.65	71.91	32.86	100.00	53.18	51.53	
浙江	72.10	37.11	67.17	13.36	75.96	45.69	38.32	
山东	60.12	51.61	77.74	12.71	80.02	35.95	39.33	
四川	45.97	25.27	46.76	5.70	89.25	35.25	28.61	旅游 大省 省份
福建	58.56	24.56	38.85	10.66	73.34	20.22	27.18	
安徽	54.51	28.48	47.39	4.98	77.84	25.20	27.08	
辽宁	53.14	22.53	35.16	7.53	63.45	29.01	24.97	
湖北	50.21	29.50	44.99	5.09	59.04	24.65	24.79	
河南	35.33	26.65	48.18	5.21	59.93	28.88	24.21	
重庆	37.72	33.08	34.00	4.84	85.36	16.49	24.19	
江西	56.60	12.22	30.86	2.87	46.09	60.82	24.12	
湖南	52.54	23.86	41.24	3.90	47.02	26.64	22.39	旅游 潜力 省份
云南	47.77	22.44	32.70	4.27	59.57	22.67	21.58	
广西	58.31	13.87	25.24	4.91	61.92	15.08	19.84	
陕西	48.94	17.32	30.96	4.62	56.09	17.74	19.90	
河北	40.12	32.44	48.97	2.55	28.75	13.87	19.38	
山西	18.10	20.64	32.84	1.21	58.05	22.91	17.41	
吉林	48.04	11.78	18.46	2.70	44.40	14.92	15.28	
贵州	33.25	13.09	25.14	0.90	48.32	18.91	15.14	
黑龙江	39.00	13.24	18.33	2.33	57.81	10.09	15.14	旅游 滞后 省份
海南	42.18	13.65	18.92	2.00	40.72	13.01	14.19	
内蒙古	28.91	14.49	16.74	2.48	47.18	10.20	13.35	
新疆	19.89	15.27	19.19	1.00	16.60	4.22	8.64	
甘肃	18.13	15.86	15.05	0.11	1.14	4.54	6.31	旅游 滞后 省份
宁夏	6.20	14.91	12.39	0.03	16.52	3.86	6.17	
青海	3.00	10.19	3.10	0.04	14.39	4.76	4.08	
西藏	6.48	10.00	0.26	0.29	0.00	0.23	2.15	

表 3 旅游强省建设评价指标的权重

指数	资源禀赋	景区开发	服务设施	对外开放	游客满意	经济贡献
标准差	18.194	15.72	21.609	19.053	25.688	16.677
平均数	40.918	21.23	35.376	8.541	52.235	22.927
变异系数	0.445	0.74	0.611	2.231	0.492	0.727
权重	0.085	0.14	0.116	0.425	0.094	0.139

4.2 结果分析

4.2.1 评价指标分析

评价指标变异系数越大，则权重越大。因此，对外开放度对评价结果的影响最大，其次是经济贡献度，第三是服务设施。资源禀赋、游客满意度变异系数最小，对综合评价的结果影响也最小。因此，广东等省的对外开放度、经济贡献度、服务设施得分高，其总评价得分相应较高，西藏等地对外开放度、经济贡献度、服务设施得分低，其总评价得分相应较低。

4.2.2 聚类分析

根据聚类结果，可以按优秀、良好、及格、不及格 4 个标准来定义 4 类旅游强省竞争力的强弱。广东、江苏、浙江、山东属第一类，是旅游强省省份。这 4 个省经济发达，2013 年 GDP 位居前 4 位，该类地区 5 大指标均排名靠前且总体均衡。新疆、甘肃、宁夏、青海、西藏竞争力属第 4 类，这 5 个省份经济欠发达，

2013 年 GDP 位居后 5 位, 该类地区 5 大指标排名均靠后. 第二类地区的特征是, 多数省份指标总体均衡且相对靠前, 少数省份某几项指标得分高但其他指标得分较低, 此涨彼消, 因此, 第二类地区总体发展良好. 第三类地区的特征是各省指标得分总体较均衡但相对靠后的, 旅游发展总体一般.

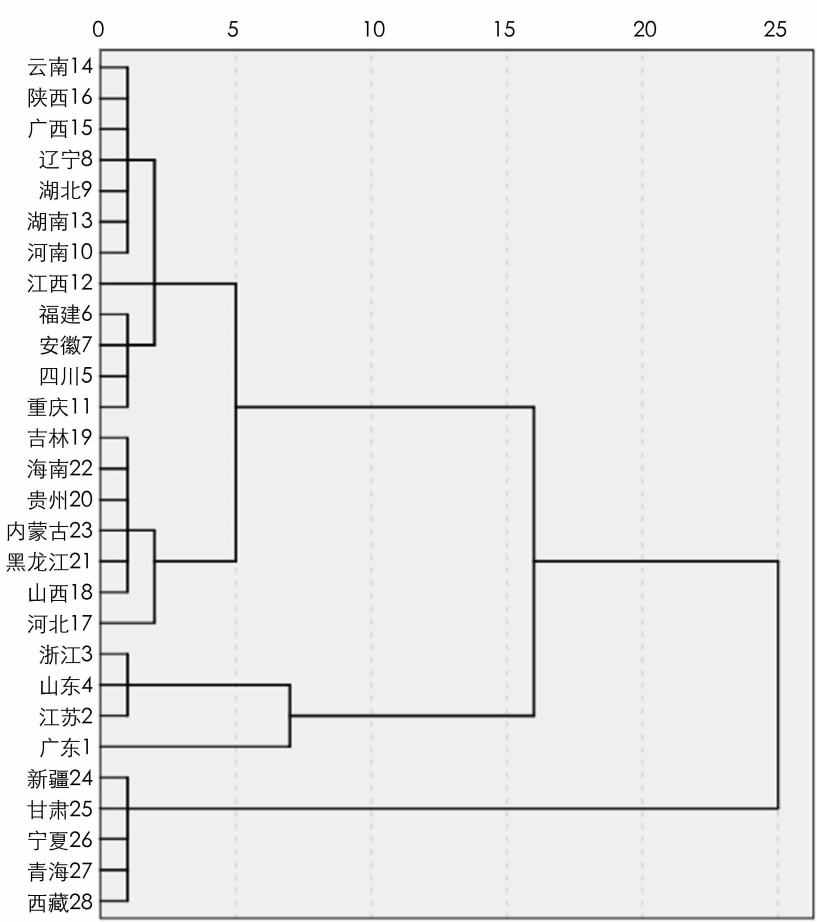


图 1 旅游强省竞争力聚类结果

4. 2. 3 江西省旅游强省建设评价

江西旅游强省竞争力排名第 12, 其中, 资源禀赋第 6 位, 经济贡献度第 2 位, 但服务设施第 16 位, 对外开放度第 17 位, 游客满意度第 20 位.

1) 江西省旅游资源丰富, 生态环境优良, 景区吸引能力强. 江西森林覆盖率达到 60.01%, 位居全国第二位. 在生态环境日益恶化及人们日益向往自然、关注健康的背景下, 江西优良的生态环境及基于优良生态环境下的生态旅游资源吸引了四方游客, 并带来了可观的收益. 2013 年, 江西旅游景区营业收入达到 332.43 亿元, 位于全国第 1 位, 江苏省景区营业收入 275.86 亿元, 位于第 2 位. 以 AAA 级为单位, 景均收益达 2.056 亿元, 远高于第二位的广东, 其景均收益仅为 0.648 亿元.

2) 江西省旅游基础设施还不完善, 公共服务水平较低, 商务旅游较弱. 排名显示, 江西省服务设施第 16 位, 游客满意度第 20 位, 对外开放度第 17 位.

第一, 旅游基础设施还不完善. 据统计, 江西每平方公里国土面积铁路与等级公路的里程是 0.754 km, 排名第 12 位, 山东省该指标值是 1.629 km, 排名第 1 位, 江苏 1.47 km, 安徽 1.229 km, 河南 1.208 km, 湖北 1.167 km, 说明江西省的交通设施总体较好, 但仍有改善的空间, 以便提高景区的可进入性与交通的便利性. 江西星级酒店数量较少, 接待能力差, 与旅游发达省份有较大差距. 江西拥有五星级酒店共 12 家, 星级酒店总数 341 家, 均排名第 16 位; 广东省五星级酒店 99 家, 星级酒店 917 家, 均排名第 1 位; 江苏五星级酒店 73 家, 星级酒店 735 家; 浙江五星级酒店 68 家, 星级酒店 828 家; 山东五星级酒店 30 家, 星级酒店 792 家.

第二, 旅游收入景区依赖性强, 商务旅游乏力. 商务旅游活动通常包括谈判、会议、展览、科技文化交

流活动以及随之带来的住宿、餐饮、交通、游览、休闲、通讯等活动。江西景区营业收入排第 1 位, 但 2013 年江西省旅游总收入只有 1 896.06 亿元, 排在第 18 位, 广东省旅游总收入 8 305 亿元, 江苏 7 195 亿元, 浙江 5 536 亿元, 山东 5 183.9 亿元。这种反差可能是江西省吸引景区之外的游客消费以及较弱的商务旅游所致。因此, 促进游客景区之外的消费与发展商务旅游是今后江西旅游强省的一个重要方向。

第三, 较低的经济总量制约了旅游发展的空间。旅游业与当地宏观经济的发展有较强的正相关关系, 据统计, 2013 年各省(北京、上海、天津 3 个直辖市除外)旅游总收入与 GDP 在 0.01 水平下显著性相关, pearson 相关系数为 0.935。实践表明, 当地宏观经济发展好, 则商务吸引能力强, 交通、通信、酒店设施等基础设施也因财力充足而获得较好的改善, 旅游业也将因此获得更好的发展。

5 结 语

文章从竞争力的角度构建了旅游强省建设评价指标体系, 并对我国大陆除北京、上海、天津之外的 28 个省、市、自治区进行了综合评价。旅游强省评价体系确定了 5 个一级指标, 10 个二级指标, 一级指标分别为资源禀赋、经济贡献度、服务设施、对外开放度、游客满意度, 并创造性提出景区当量、景均收益率等指标, 指标设定简要、全面。旅游强省评价指标权重的确定摒弃了主观因素, 采用了直接利用各项指标所包含信息的变异系数法, 权重确定有较强的客观性。以旅游强省评价体系对全国 28 个研究对象进行了综合评价, 并采用统计聚类的方法将研究对象依竞争力的强弱分成了 4 类, 综合评价结果与聚类分析结果保持一致。江西省综合排名第 12 位, 属旅游大省, 旅游发展态势总体较好。推动游客旅游消费模式转变, 完善旅游公共服务设施, 提升公共服务水平, 促进商务旅游发展, 是今后江西旅游强省建设的重要方向。

参考文献:

[1] 武虹剑, 李仲广, 谢彦君, 等. 旅游强省的研究现状、理论基础与评价体系研究 [J]. 旅游学刊, 2008, 23(4): 53—57.
[2] 唐拥军, 杨永德, 张 林. 旅游产业实力评价与广西旅游强省建设 [J]. 经济管理, 2008, 30(2): 44—50.
[3] 刘宇峰, 孙 虎, 李 娜, 等. 省域旅游竞争力评价指标体系的构建及应用 [J]. 干旱区资源与环境, 2008, 22(8): 93—97.
[4] 罗 勇. 旅游强省评价指标体系的研究与应用——以四川省为例 [J]. 西部发展评论, 2012, 20: 90—99.
[5] 王颖凌, 刘 亢, 肖晓春. 基于游客感知的海南旅游公共服务质量提升研究 [J]. 西南大学学报(自然科学版), 2014, 36(12): 135—140.
[6] 付 帅, 李 龙, 夏学英. 旅游强省评价体系构建及实证测量研究 [J]. 国土与自然资源研究, 2014(1): 47—50.
[7] 秦远好, 刘德秀. 城镇居民对国内旅游服务质量感知评价研究 [J]. 西南大学学报(自然科学版), 2015, 37(4): 47—54.
[8] 刘名俭, 邹丽君. 基于 TTCI 的中国旅游产业国际竞争力评价 [J]. 经济地理, 2011, 31(3): 518—522.

Analysis on Construction of an Evaluation System to Measure Ability of Tourism Industry to Improve a Province

XIONG Yun-ming, LI Song-zhi
College of Tourism and Territorial Resources , Jiujiang University, Jiujiang Jiangxi 332005, China

Abstract: To promote the development of tourism in Jiangxi province, Tourism strong province construction target has been proposed. How to evaluate tourism strong province? In this paper, a index system has been designed to measure the ability of the tourism industry to improve a province. By applying the evaluation system, 28 provinces, municipalities and autonomous regions have been evaluated and classified. According to the evaluation result, Jiangxi has rich tourism resources and excellent ecological environment, but the tourism infrastructure is imperfect, business travel is less developed, and scenic spots income still accounts for a significant portion of the total income of tourism.

Key words: tourism; evaluation system; competitive power; Jiangxi Province