

西部地区旅游企业的市场结构研究

熊明均, 郭险英 (1. 乐山师范学院外国语学院, 四川乐山 614000; 2. 乐山师范学院旅游与经济管理学院, 四川乐山 614000)

摘要 通过分析西部旅游企业的市场结构, 结果表明, 住宿接待业、国内旅行社、餐饮业的市場集中度低、市场竞争激烈、市场竞争力弱; 而国际旅行社、铁路运输、旅游景区景点的市場集中度较高。西部地区还初步出现旅游产业集群现象, 旅游产业集群发展是西部地区旅游发展的方向。

关键词 旅游企业; 市场结构; 西部地区

中图分类号 F590.6 文献标识码 A 文章编号 0517 - 6611(2008) 27 - 11951 - 03

Research on the Market Structure of Tourism Enterprises in Western China

XIONG Mingjun et al (School of Foreign Language, Leshan Teachers College, Leshan, Sichuan 614000)

Abstract The market structure of tourism enterprises in western China was analyzed. The results showed that the markets of accommodation industry, domestic travel agencies and catering industry had low concentration degree, fierce competition and weak competitiveness. While the markets of international travel agencies, railway transport, tourism scenic areas and spots had higher concentration degree. And the cluster phenomenon of tourism industries appeared in western China. The cluster development of tourism industries is the direction of tourism development in western China.

Key words Tourism enterprises; Market structure; Western China

1 西部旅游企业类型与数量

根据《中国旅游统计年鉴》, 将旅游企业划分为旅游住宿设施、旅行社、其他旅游企业和旅游景区景点, 其中将星级酒店作为旅游住宿设施的代表进行比较研究。由表1可知,

2005年西部地区的星级酒店有3 113家, 占全国的26%; 国内、国际旅行社共3 270家, 占全国的20%, 而国际旅行社有382家, 占全国的25%; 其他旅游企业共876家, 占全国的12%; 旅游景区景点有1 322家, 占全国的59%。

表1 2005年西部12省市、自治区旅游企业基本信息

Table 1 The basic information of the tourism enterprises in 12 provinces (cities or regions) of western China in 2005

地区 Regions	星级酒店 家 Star hotel	旅行社 家 Travel agency			其他旅游企业 家 Other tourism enterprises	旅游景区景点 家 Sight spots of tourist area
		国际 International travel agency	国内 Domestic travel agency	合计 Total		
内蒙古 Inner Mongolia	193	40	355	395	39	65
广西 Guangxi	352	60	268	328	130	198
重庆 Chongqing	195	21	191	212	41	53
四川 Sichuan	447	54	496	550	281	381
贵州 Guizhou	183	14	139	153	120	50
云南 Yunnan	799	46	360	406	1	198
西藏 Tibet	64	22	11	33	45	4
陕西 Shaanxi	248	34	344	378	50	129
甘肃 Gansu	195	31	237	268	57	115
青海 Qinghai	82	12	100	112	26	2
宁夏 Ningxia	44	7	77	84	18	26
新疆 Xinjiang	311	41	310	351	68	101
西部合计 Total of western China	3 113	382	2 888	3 270	876	1 322
全国 Whole country	11 828	1 556	14 689	16 245	7 207	2 257
占全国的比重 %	26	25	20	20	12	59

Proportion in whole country

注: 资料来源于《中国旅游统计年鉴(2006年)》(副本)、中国旅游网。

Note: The data are from China Tourism Statistical Yearbook issues 2006 (duplicate) and China tourism network.

2 西部旅游企业的市场结构

根据产业经济学, 从行业角度划分西部旅游企业的市场, 确定旅游业的主要产业是住宿接待业、旅行社业、客运交通业、餐饮业、旅游景区(点)业等。处于不同市场结构的企业会采取不同的经营模式, 产生不同的经营业绩, 因此有必要了解西部旅游企业的市场结构差异, 把握不同市场的

竞争特点。

市场结构的度量可分为直接量度和间接量度方法^[1]。直接量度是用市场中企业的数量(包括一些主要经营指标)信息资料来分析和判断企业在市场中的集中程度, 包括市场集中率、赫芬达尔-赫希曼指数、市场的集中曲线、洛伦茨曲线。市场结构的间接量度方法主要用来衡量企业的绩效, 也可间接反映其对市场的垄断程度。经济学家使用的最常见的绩效分析指标是勒纳指数和贝恩指数。各种方法的计算方式和优缺点见表2。由于企业的集中程度不同, 产品的差异化程度不同, 规模经济的大小不同, 市场出入障碍的大小不同, 不同市场必然呈现出不同的竞争结构特点。

基金项目 乐山师范学院青年教师科研启动项目《山地旅游的概念性框架结构》。

作者简介 熊明均(1975-), 男, 重庆铜梁人, 讲师, 从事旅游地理学及相关研究。

收稿日期 2008-07-11

表2 市场结构的量度方法比较

Table 2 The measurement method comparison of the market structure

	量度方法 Measurement method	计算方式 Calculation means	优点 Advantages	缺点 Disadvantages
直接度量 Direct measure	市场集中度 Market concentration	用行业中最大的前几位企业(4个或8个)的有关数据值在整个市场中的份额	计算简便易行	不能充分反映企业规模分布的差异
	赫芬达尔-赫希曼指数 Herfindahl - Hirschman index	将市场中每个企业的市场份额的平方加总而获得	比较全面地反映市场中企业的集中趋势	资料的获取难度非常大,计算过程相对麻烦
	市场的集中曲线 Concentration curve of market	利用市场中企业数量(按照企业规模数量的大小排列)和企业经营的某项指标(如销售额、资产额等的累积百分比)的对应关系来量度市场中企业的集中程度	直观	当市场中只有几个垄断企业且规模相当时,无法判断市场属于哪种结构
	洛伦茨曲线 Lorenz curve	将市场中的全部企业数量按照大小规模分为不同的累积百分比统计组,再根据这些统计组中的企业的某项经营指标的累积百分比来表示它们在市场中所占的份额,以此反映市场中企业的规模分布状况	直观	
间接度量 Indirect measure	勒纳指数 Lerner index	测量商品价格对边际成本的偏离程度	计算简便	单纯的绩效指标并不能准确反映市场垄断的特点
	贝恩指数 Bain index	经济利润与投资总额的比例	数据获取容易	

2.1 住宿接待业 住宿接待业在我国通常称为饭店业或酒店业,是旅游业的支柱产业之一。饭店业在我国主要划分为星级饭店、社会旅馆和个体旅馆3种类型。目前西部地区的住宿接待业基本处于单体经营的状态,经营管理差异化特征不明显,这主要与星级评定标准有一定的关系。此外,饭店业的市场进入门槛低,而退出障碍却很高。

研究表明,1999年北京地区饭店业的 C_4 指标(根据产业内前4位的产业集中度)仅为19.58%,说明全国饭店业的集中程度相当低^[2]。由于无法获取西部地区饭店业的全部数据,选取旅游业最发达的四川省为例,2005年四川饭店中接待入境人数前4名的饭店是:九寨天堂(112 168人次)、岷山饭店(80 241人次)、九寨沟喜来登国际大酒店(60 075人次)、皇冠假日酒店(57 234人次),而四川住宿业接待的入境游客总数为106.28万人次,计算得出四川饭店业的市场集中度 C_4 为29.14%,说明四川饭店业的市场集中度比较低,也从侧面反映了整个西部地区住宿接待业的市场集中程度较低。

2.2 旅行社业 旅行社业作为旅游活动销售过程的中介,在旅游业中的比重不大,但它在旅游活动过程中起着十分重要的作用。《中国旅游统计年鉴(2006年)》的数据表明,截至2005年底,西部地区的旅行社总数为3 270家,其中国际旅行社为382家,国内旅行社为2 888家。西部地区旅行社业拥有固定资产总值65.26亿元,占全国旅行社固定资产总值的15.56%;营业收入为174.16亿元,占全国旅行社业营业收入总额的15.59%。

旅行社业本身的业务决定了它不可能是区域性的市场,以流量状态为不同区域之间流动的旅游者提供服务。尽管旅行社业的市场是全国性乃至世界性的,但它的固定资产投资优先及其中介角色,同样决定了这种市场的进入门槛低,因而很难形成垄断势力。2005年四川国际旅行社的 C_4 为46.46%,国内旅行社的 C_4 为18.82%,说明国际旅行社比国内旅行社的市场集中程度高,国内旅游业的竞争更加激烈。有关研究表明,旅行社业的市场竞争异常激烈,价格大战此起彼伏,利润水平(尤其是国内旅行社业)处于较低状态,但

旅行社数量的增长却非常迅速。与旅行社业激烈的价格竞争相伴的是旅行社服务质量的不断下降,游客的投诉不断增长,在旅游业各行业中,旅行社的投诉比率是最高的^[3]。全国旅行社业的情况和西部地区大致相同。

根据《旅行社管理条例》、《旅行社管理条例实施细则》的有关规定,国家旅游局组织开展了2005年度全国旅行社业务年检工作,旨在提高旅行社的业务能力和水平。通过对全国旅行社进行经济指标和综合指标考核,排出了2005年度全国国际旅行社100强、国内旅行社100强。国际旅行社100强中西部地区有21家,其中重庆6家、广西2家、陕西3家、云南4家、四川4家、新疆2家,排名第7的重庆海外旅业(旅行社)集团有限公司是西部最强的国际旅行社。国内旅行社100强中西部地区共有13家,其中云南8家、贵州2家、四川2家、陕西1家,排名第22的云南空港旅行社有限公司是西部最强的国内旅行社^[4]。说明西部地区国际旅行社的发展明显优于国内旅行社,国际旅行社在全国都具有相当的竞争力。

2.3 客运交通业 客运交通业在我国并不列入旅游业的范围,然而客运交通是旅游业不可缺少的组成要素,也是旅游业的支柱产业之一。客运交通可分为铁路、公路、水运和民用航空4大类。西部地区的入境旅游者选用的交通工具最多的是飞机,而国内旅游者去西部旅游时选用的交通工具主要是火车,其次是汽车和飞机。以青海省为例,2001~2004年青海省旅游业对客运交通业的贡献非常大,2004年铁路、民航和公路运送的游客量分别占总客运量的18.6%、57%和7.9%。西部地区的客运交通市场虽然大多数仍处于国家管制状态下,市场进入有较大障碍,但这些产业或多或少地进行了市场化改革。民航业初步形成了多头多寡的竞争性市场,公共交通也基本形成了竞争性市场,目前完全处于垄断状态的是铁路市场。而不同交通工具之间具有的较强替代性以及私人汽车的快速增长,对铁路市场构成了竞争与挑战。

2.4 餐饮业 餐饮业的很大需求来源于当地居民,因此它

并不能完全归属于旅游业,但也是旅游业的一个重要组成部分。从规模发展的角度来看,餐饮业可分为餐饮集团和独立餐馆2 大类,连锁经营是餐饮集团的主要经营手段。餐饮业仍以多样化的差异竞争为主要特点。

2005 年度全国餐饮百强企业的营业额占餐饮业营业总额的7.7%,餐饮业的市场集中度较低。百强企业从业人员超过80 万人,占全行业从业人员的4%。一方面表明餐饮业的多样性与分散性,行业基本处于多元竞争的状态;另一方面表明餐饮企业的整体规模仍相对偏小,今后可通过连锁经营、合并重组等方式扩大企业规模,以便更好地发挥规模效益。西部地区餐饮企业进入百强企业的有28 家,营业额占百强企业营业额的36.59%,其中重庆17 家,四川4 家,内蒙古3 家,陕西、云南、甘肃和广西各1 家^[5]。说明西部地区的餐饮企业在全国具有一定的竞争优势,尤其是火锅业发展迅速,在百强企业中占有重要地位。而一向以美食盛名的四川在百强企业中所占的比例太少。此外,西部地区的民族饮食多样性也开发不足。

西部地区餐饮业基本上以独立餐馆为主,连锁餐饮企业发展还没有成为主导。2003 年重庆连锁餐饮企业零售额占当地总额的10%以上,内蒙古的高达30%以上^[1]。从发展趋势来看,连锁餐饮市场正在形成,但企业集中度仍很低,餐饮业仍是一个以中小企业竞争为主的市场结构。

2.5 旅游景区(点)业 2003 年2 月国家质量监督检验检疫总局发布了于2005 年5 月1 日开始实施的《旅游区(点)质量等级的划分与评定》(GB/T 17775-2003) 的国家标准,该标准将旅游区(点)定义为:具有观赏游览、休闲度假、康乐健身等功能,具有相应旅游服务设施并提供相应服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围,包括风景区、文博馆、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、森林公园、地质公园、游乐园、动物园、植物园及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等各类旅游区(点)。这一标准的实施,有利于规范和健全我国的旅游景区市场。

2005 年西部地区的旅游景区(点)有1 322 家,占全国的59%。主要旅游景区(点)的固定资产为226 亿元,占全国旅游景区(点)固定资产总额的20.7%,营业收入为77 亿元,占全国旅游景区(点)营业收入总额的25.3%,说明西部地区的劳动生产力较低(其中云南由于缺乏统计数据未包含在内)。

以四川省为例,2005 年四川省旅游景区门票收入排在前列的分别是:九寨沟风景名胜区(31 833.00 万元)、黄龙管理局(21 200.90 万元)、峨眉山风景名胜区(15 421.91 万元)、

乐山大佛景区(7 950.73 万元),主要景区门票总收入为101 432.82 万元,计算得出的市场集中率为75.34%,说明四川省旅游景区(点)业的市场集中率高。从目前旅游景区(点)的发展现状来看,由于行政区域的分割使这种市场更多地表现为差异竞争的特点。此外,公益性、保护性的旅游景区(点)和免费景区(点)不应成为市场结构分析的内容。

3 西部旅游产业集群化

旅游产业集群是大量旅游企业及相关企业按照专业化分工和协作关系集合而成、具有地方根植性的区域集合。旅游业是促进经济增长方式转变的先导型产业,由于涉及的行业多、产业链长等因素,它在地区经济发展中起着重要的作用。旅游产业集群对于提升区域旅游竞争力具有较大的推动作用。大量旅游企业在地理空间上柔性集聚,不仅可以降低群内企业的经营成本,实现规模效益,还有利于群内企业技术创新,获得差异化竞争优势,发挥资源共享效益,形成区域旅游品牌,促进资本聚集,扩大区域旅游产业规模^[6]。

经过长期资源整合,西部地区已形成大九寨国际旅游区,以九寨、黄龙旅游景区为龙头,中小旅游企业为网络的发展模式。到2004 年底,大九寨共接待海内外游客387.4 万人次,各景区实现门票收入4.1 亿元,大九寨国际旅游区内饭店总数为401 家,其中纳入统计的饭店有64 家,实现营业收入3.4 亿元;纳入统计的购物点有12 家,营业收入总额为5 555.58 万元。近年来,大九寨国际旅游区旅游产业发展迅速,已逐步形成了一个以九寨、黄龙为主体,融饭店、餐饮、购物、交通运输公司、地接社等旅游企业以及保险、银行、通讯等配套服务企业为一体的旅游产业密集群。

此外,在湘鄂渝黔边区的“张家界—凤凰—梵净山”黄金旅游线路也具备实施旅游产业集群化发展的基础。在旅游业发展竞争日益激烈的今天,西部地区应以旅游产业集群化为发展战略,进一步提升区域旅游产业的竞争力。

参考文献

- [1] 宁则群. 旅游经济、产业与政策 M. 北京: 中国旅游出版社,2005:128-171.
- [2] 宁泽群. 旅游产业集团化: 一个产业经济视角的解读 R. 湖北宜昌: 中国饭店发展战略研讨会论文,2001.
- [3] 宁泽群. 我国旅行社市场的进入悖论与旅行社企业的“套中套黑箱定价”模型 J. 旅游学刊,2006(5):80-85.
- [4] 国家旅游局:05 年全国旅行社百强名单 EB/OL. (2006-06-13) [2008-07-01]. http://www.gov.cn/bashi/2006-06/13/content_308278.htm,2006-06-13.
- [5] 佚名. 2005 年全国餐饮百强企业经营情况分析 EB/OL. [2008-07-01]. http://www.ppzw.com/Article_Show.asp?ArticleID=59624.
- [6] 张梦. 旅游产业集群化发展的制约因素分析——以大九寨国际旅游区为例 J. 旅游学刊,2006(2):36-40.

暴晒,手工抹杀重害枝条上的害虫,桑园化学防治的同时,对桑园周围的高大树木一并施药,这将在很大程度上减轻桑虱对桑园的为害。

参考文献

- [1] 白少明,李玉平,薛忠明. 桑虱的生活习性与防治方法 J. 北方蚕业,2006,27(3):74-75.
- [2] 刘树华,华为铭. 江苏淮阴桑虱一龄发生高峰期调查 J. 北方蚕业,2000,21(1):84.

(上接第11834 页)

(2) 该试验报导的桑虱种群尚未形成抗药性的原因,笔者认为当地群众冬季未对害虫进行过化学防治。2006、2007 年春天当地蚕农对桑虱大发生田块,同样进行了化学防治,但未能有效地控制其为害,其原因是未能进行综合防治,没有形成对桑虱不利的生长发育的环境条件。

(3) 桑虱的防治同样应贯彻“预防为主,综合防治”的植保工作方针,夏伐后桑园浅翻,拾除卵囊,或让卵囊在阳光下