

提升区域旅游业竞争力的策略研究

作者：石长波

近些年来，随着我国各地争相将旅游业作为地方支柱产业来发展，区域之间的竞争也更加的明显和深入。如何立足自身实际，打造竞争优势，已经成为各区域旅游业发展的当务之急，也是在新一轮旅游竞争中取胜的关键。对区域旅游业竞争力进行研究可以增强区域竞争的紧迫感，促使各区域发现和了解自己在竞争中的优势和不足，进而快速反应，积极应对，通过局部竞争能力的加强扩大到我国旅游业在国际市场上竞争能力的提升。

一、区域旅游业竞争力的影响因素

所谓区域旅游业竞争力是指各旅游区域作为一个整体，在自身发展过程中所表现出来的争夺客源，开拓、占领旅游市场并获取产业发展要素和增长潜质的能力。区域旅游业竞争力不是指某一方面的竞争力，而是由众多影响因素共同作用的结果，同时也是一个从竞争潜力到竞争实力、再到竞争结果的动态发展过程。

竞争力一经提出，便引起了国内外学者的广泛关注。其中研究成果最为突出的是美国哈佛大学教授，著名的竞争策略研究专家波特，他的“国家菱图”模型为产业竞争力的研究提供了一个经济范式。在这一范式当中，波特归纳出了六大影响因素：（1）生产要素，包括自然资源、人力资源、知识资源、资本资源和基础设施等；（2）需求条件，主要指客源市场的需求结构和需求规模；（3）相关与辅助产业的状况；（4）企业策略、结构与竞争对手；（5）政府行为；（6）机遇。对于旅游产业来说，由于其自身发展的综合性特点，决定了影响区域旅游业竞争力的因素也是多方面的。

依据这些因素对旅游产业竞争力影响的大小，又可将其分为决定性因素、支持性因素、发展性因素和保障性因素。决定性因素主要包括资源条件、旅游需求状况、旅游企业竞争力状况和区域对外旅游形象等。这些因素构成了区域旅游业竞争力的核心，也是未来提升区域旅游业竞争能力必须关注的焦点。支持性因素并不是纯粹为了旅游业的发展而存在的，但是其通过自身的完善和提高，可以更好地刺激和促进区域旅游业竞争力的提升。这类因素包括基础设施、相关及辅助产业状况、人才质量、科技水平等。发展性因素是区域旅游业形成和积蓄未来竞争实力的基础，主要指区域旅游资源的开发利用能力、旅游企业的营销、创

新能力、旅游资金的引进和利用能力、旅游产业的优化、调整能力等。保障性因素构成区域旅游产业发展的外部环境状况，能够带动和保证旅游业沿着良性的方向顺利发展。这类因素包括旅游环境、政府行为以及发展机遇等。

影响区域旅游业竞争力的四类因素并不是相互独立的，而是一个有机的共同体。决定性因素作为区域旅游业竞争力的核心部分，其发展的好坏将直接影响到区域整体竞争力的强弱。当支持性因素更多的向旅游产业靠拢和倾斜时，发展性因素才能更好的发挥作用。而支持性因素和发展性因素共同作用，可以增强决定性因素对现实和潜在游客的吸引力，也为更好地满足游客的需求和增强游客的满意度提供了保证。保障性因素能够为决定性因素、支持性因素和发展性因素更好的发挥作用营造良好的氛围，起到推波助澜的作用。

二、提升区域旅游业竞争力的策略选择

产业竞争力阶段理论是波特关于产业竞争力的又一重要贡献，依据这一理论，区域旅游业竞争力的形成要经历四个阶段，即要素驱动阶段、投资驱动阶段、创新驱动阶段和财富驱动阶段。目前，我国除了广东、上海、北京三个旅游发达的地区已经进入创新驱动阶段之外，其余大部分地区还处于前两个阶段或正在向第三个阶段过渡。这两个阶段的特点是：在要素驱动阶段，竞争力的形成来源于区域内丰富的资源，要求区域通过资源整合，发现优势资源，进而将资源优势发展成竞争优势。投资驱动阶段竞争力的形成得益于区域内政府和企业的投资意愿和能力以及高级生产要素的发展。对于我国大部分地区来说，一方面拥有丰富的旅游资源，据有不同程度的资源优势。另一方面，由于经济发展的不平衡，用于旅游产业发展的投资非常有限。在这种情况下，要形成自身的竞争优势，必须合理的将竞争力形成的两个阶段结合起来，一方面优化产业结构，加速资源优势向竞争优势的转变，另一方面有效的拓展投资渠道，扩大资金来源，强化专业人才和高级人才的培养。具体的策略选择如下：

（一）区域旅游业发展战略规划策略

规划对于一个地区旅游业的发展至关重要，是决定区域旅游业未来发展方向和目标的全局性纲领。区域旅游业发展战略规划作为区域旅游业竞争发展的产物，是以提升区域旅游业竞争力、实现旅游业可持续发展为目标，通过对特定区域内旅游业竞争力优势、劣势、挑战、机遇的分析，选择出适合本地发展的策略，进而扬长补短，确保区域旅游业长久、持续、稳定的发展。同传统的区域旅游规划来说，区域旅游业发展战略

规划更具全局性和针对性，在具体的实施上又有很大的灵活性，因而更适于在竞争的环境下为旅游业发展做出指导。各地区通过区域旅游发展战略规划，可以有效地整合资源，最大限度地挖掘和提升资源的开发利用能力，避免因决策失误带来的不必要浪费，从而进一步增强区域旅游业的潜在竞争能力。

（二）政府主导型策略

旅游业的发展需要一个良好的外部环境，任何一个旅游企业和集团都无法营造和带动全行业来创造这样的环境，这就要求旅游业的发展必须实施政府主导战略。作为政府部门，应该积极有效的发挥自身的主动性和协调能力，引导区域旅游业向着良好的方向发展。笔者认为，政府部门可以从以下三个方面来实现其主导作用：一是建立健全良好的市场竞争机制，完善旅游市场体系，加强旅游法规建设，营造公平、合理的竞争秩序；二是制定灵活的产业发展政策和合理的投资优惠政策，加大旅游业的资金投入，鼓励和带动社会办旅游；三是增强政府的协调引导作用，弱化监管职能，给旅游产业和企业更多的发展空间和选择余地。

（三）旅游产品差异化、系列化策略

旅游产品是旅游活动开展的基础和条件。各个区域通过丰富和完善旅游产品线，可以提升整体的供给能力和水平，增加游客的购买力度。在我国旅游市场上大量同质化产品充斥的状况下，坚持走差异化产品路线，能够有效地避免和弱化区域之间因同质化产品而产生的激烈竞争。同时，相邻区域之间通过差异化的产品又可以达到扬长补短的效果，有利于区域之间的合作和共赢。当然，更重要的是富有特色的差异化旅游产品在客源市场上更容易吸引和刺激游客的购买。旅游产品差异化的形成要立足本区域的资源优势，找出区域内独有的资源类型，深入挖掘文化内涵，进行高起点的设计和开发，争取在进入市场之始就以高品位的特质形成品牌竞争力。除此之外，要加大新产品的开发力度，拉开产品的档次，在设计核心产品的同时，要对外延产品和辅助产品进行研究和开发，使区域内的旅游产品能够满足消费者观光旅游、休闲度假、商务会展、科教探险等多层次的要求，并通过产品的系列化延长游客在旅游目的地的逗留时间，进一步增加区域旅游收入。

（四）旅游融资策略

资金是旅游业发展的基本要素之一。对于经济实力薄弱的区域来说，资金的不足是制约区域旅游业竞争力提升的瓶颈。因此，地方政府要在引资、贷款、税收方面制定优惠的政策，优化投资环境，促进投资

的多元化。同时，地方政府的财政预算要有意识的向旅游业倾斜，逐渐加大旅游业的资金投入。旅游业自身也要发挥主观能动性，调动各方面的积极性，尽可能多的争取外方资金、民间资金和侨资等，动员和引导社会力量办旅游。此外也要“以旅促旅”，将取得的旅游收入再合理的投入到开发建设中来，在发展中建设，在建设中发展，最终实现旅游经济的循环发展。

（五）客源市场整合策略

客源是旅游业发展的基础和重点。随着国家“大力发展国内旅游，稳固发展入境旅游，适度发展出境旅游”政策的实施，国内旅游市场将成为区域竞争的重点。各区域应协调和组织好三种旅游形式，有目的、有重点地发展和培育国内重要目标客源市场，尤其是要积极引导区域内游客的出行选择，充分发展和挖掘近邻省份的大中城市和东南沿海经济发达地区的游客，以稳定和促进区域内客源的增长，确保旅游业长期保持持续快速发展。

（六）产业集群化策略

集群化是产业在横向空间上呈现集聚状态的组织形式。作为一种为创造竞争优势而形成的产业空间组织形式，产业集群具有群体竞争的优势和集聚发展的规模效益，能够为产业的发展带来溢出效应。目前，我国大多数区域的旅游企业力量薄弱，难以在市场上形成有力的竞争。针对这种局面，政府部门和相关行业组织可以通过有效的引导和支持，促进各旅游企业自觉、自愿的与相关和支持产业进行沟通协调和合作竞争，进而通过单体企业的联系形成各种企业集群，最大限度地发挥集群特有的经济集聚、信息共享、风险弱化等优势，实现单体企业的专业化、规范化、规模化管理，进一步提升中小企业的竞争力。

（七）旅游业结构优化策略

区域旅游业竞争力的核心是产业的整体竞争力，也即“食、住、行、游、购、娱”六方面的协调发展能力。目前我国许多区域“购”和“娱”的建设严重滞后，在给旅游者的游览带来众多不便的同时，也在很大程度上影响了旅游收入的提高。对旅游产业结构进行优化，就要重点加强这些基础薄弱环节的建设，同时不断提高配套设施的建设水平，增强“行”和“游”的便捷性，提高“食”和“住”的舒适度，促进各环节的协调发展，全面提高区域旅游业的整体供给能力，增加游客的满意度。

（八）人才培养策略

人才的竞争是区域旅游业竞争的最高阶段。作为旅游业竞争力形成的高级生产要素，旅游专业人才是区域维持长久竞争优势的有力保障。随着旅游产业竞争的升级，对旅游人才的需求量将会越来越大。各区域应该注意到人才的专业化、专职化是未来的行业需求趋势。因而，在人才建设上，一方面要制定灵活高效的人才引进机制，为优秀人才提供合适的待遇和宽松的环境，激发他们最大程度的发挥自己的才能。另一方面，要积极地与高校联手，根据市场和产业发展的需要，制定合理的人才培养计划，为区域旅游竞争优势的取得积蓄后备力量和智力支持。另外，要注重加强现有从业人员的专业培训，逐步提升行业人员的整体素质。

总之，提升区域旅游业竞争力已成为各地发展旅游业的当务之急，各地要充分利用自身的优势资源，在立足于初级生产要素为竞争力的基础上，着力打造以人才、创新、品牌等为基础的长久、有效的竞争力，进而通过各区域竞争力的提升来带动我国旅游业在国际市场上的竞争力。

参考文献：

- [1]王力萍，周丽君，区域旅游竞争力提升策略研究[J]. 经济纵横，2005(5)。
- [2] 李国柱，梁雨华， 区域旅游发展战略规划研究， 2005-19-5。
- [3] 王娟，安徽省旅游业竞争力研究[C].安徽师范大学硕士论文， 2005。
- [4] 胡芬，袁俊，区域旅游产业生态集群的内在机理与培养策略[J]. 世界地理研究， 2006(2):66-73。
- [5] 李文兵，区域旅游业竞争力研究[C].西北师范大学硕士论文，2003。