

山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力分析

邢丽涛¹, 金丹¹, 牛玲², 侯京淮³

(1. 北京第二外国语学院 北京 100024; 2. 中国海洋大学 青岛 266100; 3. 对外经贸大学 北京 100029)

摘 要: 当前产业集群已经成为区域经济研究的热点之一。随着旅游产业上升为国民经济的战略性支柱产业, 集群则成为区域旅游开发与提升旅游产业竞争力的重要模式。集群竞争力的有效提升不仅可带动旅游产业集群的发展, 而且在提升区域经济竞争力方面发挥着重要的作用。文章借鉴 GEM 模型, 分析影响山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力发展的各个因素, 建立了旅游产业集群竞争力评价的指标体系, 采用专家问卷调查与层次分析法确定了评价指标权重, 最后经过汇总测算得出山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评分值, 根据评分结果, 提出促进山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力有效提升的对策和建议。

关键词: 山东半岛蓝色经济区; 旅游产业集群; 竞争力; GEM 模型; 层次分析法

旅游产业集群是区域旅游开发的重要模式, 是旅游产业竞争力提升的重要途径。当前我国相继制定了旅游产业集群的相关政策, 一些省市的发展纲要中也明确提出了“建设旅游产业集群”的目标和战略。在此背景下, 系统研究和科学的分析山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力, 对于科学制定半岛区域旅游发展政策和发展战略具有重要的理论和应用价值。本文将从产业集群的角度对山东半岛蓝色经济区旅游产业发展进行较为系统的研究, 重点探讨半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评价及提升问题。

1 旅游产业集群理论解析

1.1 旅游产业集群的含义

旅游产业是一个关联性极强的产业, 涉及诸多与旅游直接或间接相关的产业部门, 它围绕旅游目的地的核心吸引物, 通过各种横向联系和纵向联系集聚在一起, 形成网络形式的产业组织^[1]。对于旅游产业集群的概念, 目前学术界争论不一。围绕“聚集”和“关联”两大要素, 结合旅游产业的自身特点, 本文认为旅游产业集群^[2]是: 聚集在一定地域空间的旅游核心吸引物、旅游企业及旅游相关企业和部门,

为了提高集体竞争力, 而建立起来的紧密的组织。这种组织关系的建立不仅是从地理角度来考虑, 而且更多地关注特定市场和活动间的经济联系, 既是依据专业化分工和协作而建立起来的相互独立、相互关联的组织群体, 又是独立企业之间通过非正式关系而形成的一种新的组织形式。

1.2 旅游产业集群构成

旅游产业集群是一个由多要素组成的复杂系统, 主要包括核心吸引层、要素供应层和辅助供应层。

(1) 核心吸引层主要包括旅游资源。核心层是旅游产业集群赖以生存和发展的重要基础。核心层可以分为 3 类: 城市型旅游产业集群、景区型旅游产业集群、社区型旅游产业集群。旅游资源产业居于整个旅游产业集群的中心。

(2) 要素供应层主要是指旅游要素产业。要素供给层能够带来较大的经济收益, 它是产生经济价值的核心, 包括能够满足旅游者的食、住、行、游、购、娱等相关需要的各类旅游企业, 如旅行社、旅游饭店、餐馆、旅游交通供应者、旅游商店、旅游休闲娱乐设施等, 它们在旅游资源产业这一板块的外围聚集着, 可以为旅游者提供专业化的产品和服务, 是构成旅

游要素的重要产业层次。

(3) 辅助供应层主要指旅游相关产业。辅助供应层是指为旅游者提供服务的、与旅游间接相关的辅助性产品和服务的提供层次。它们以旅游者、旅游企业以及旅游地居民为共同的服务对象, 是旅游产业集群中重要的参与者, 包括交通、邮电、银行、建筑、园林、海关、环保等, 这些机构对旅游活动的顺利开展和旅游产业集群稳定发展提供了保障。也是旅游产业集群必不可少的组成部分^[3]。

2 旅游产业集群竞争力评价方法与指标体系

2.1 GEM 模型分析

总结多年研究企业集群的经验, 两位加拿大者 (Tim Padmore 和 Hervey Gibson) 对迈克尔·波特的“钻石模型”^[4]进行改进, 提出了一种分析企业集群竞争力的模型——“基础—企业—市场模型”(简称 GEM 模型)。GEM 模型确定了影响企业集群的六大因素, 包括“资源”“设施”“供应商和相关辅助行业”“公司的结构战略和竞争”“本地市场”“外部市场”, 并用一个蛛网图表示 (图 1)。本文借鉴 GEM 模型原理, 构建旅游产业集群竞争力评价体系。

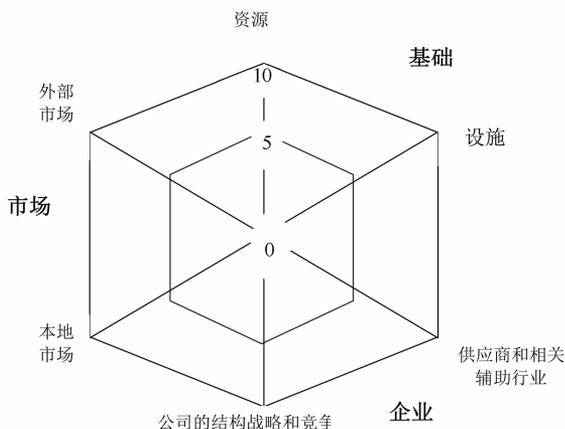


图 1 GEM 结构模型^[5]

2.2 评价指标体系设计的思路

首先, 通过广泛阅读和研究相关文献, 结合 GEM 模型框架, 确定旅游产业集群竞争力相关影响因素的基本范围, 进而对影响旅游产业集群竞争力的主要因素进行归类划分, 在此基础上, 根据上述三大基本原则对每一类影响因素进行细化和指标选取, 形成基本指标框架后, 再结合导师意见和专家咨询以及对数据来源的详细考察, 最终制定了一套符合研究目标的山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力的评价指标体系 (表 1)。

表 1 山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
基础竞争力	资源	区位条件
		旅游资源赋存及吸引力
		综合经济水平
		资本资源 (融资、贷款等)
		信息服务水平 (如市场信息、行业信息等)
		旅游人力资源
	设施	基础服务设施 (道路、环境卫生、医疗、治安等)
		旅游设施
		政府支持性服务 (投资优势政策、宣传力度等)
		旅游管理支持 (旅游咨询中心、旅游行业培训、管理水平等)
	高等院校及科研机构人才支持	

续表

一级指标	二级指标	三级指标
企业竞争力	相关辅助行业	旅游辅助行业部门（金融保险业、交通文物部门等）
		旅游相关行业（食住行游购娱）
		旅游企业间的协作程度
	旅游企业结构、竞争和战略	企业规模、数量
		市场营销（目标定位、营销防范）
		突发事件应对能力
		产品服务创新能力
市场竞争力	国内市场	国内旅游收入
		国内旅游市场规模
		国内旅游业竞争程度
		国内旅游消费需求及多样性
	入境市场	入境客源市场及增长率
		入境旅游行业发展水平
		入境旅游需求变化
		入境旅游市场进入壁垒

3 山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力评价与分析

3.1 山东半岛蓝色经济区旅游产业集群发展特点

内部优势：地理位置优越、旅游资源非常丰富、科研实力雄厚、产业态势运行良好、基础设施体系完善。

内部劣势：旅游产业结构不合理、旅游生态环境恶化、旅游企业间的协作程度较差。

外部机会：时代背景良好、政策环境良好、滨海新区建设战略的时机较好。

外部挑战：天津滨海新区的扩张，使得蓝色经济区市场、产业受到空间挤压；海滨旅游休闲产品设置雷同。

3.2 调查问卷的设计与发放

本文采用发放调查问卷的方式，专家打分的结果作为指标权重和指标得分确定的依据。在导师的指导和帮助下，共发放问卷 36 份，回收问卷 34 份，回收率为 94%，问卷遍布青岛、威海、烟台等 7 个主要的山东半岛蓝色经济区旅游产业的核心城市。

3.3 GEM 的量化结果及评价结果分析

为了能更清晰地了解一个产业集群的竞争

力，GEM 模型对影响旅游产业集群竞争力的各个因素进行了量化。通过量化可以明确产业集群的竞争力状况以及发展水平，使产业集群能更加了解自己的优劣势，为以后的发展指明方向。

根据专家打分法，可以求得 6 个因素的得分，分别为：A=7.449 432，B=6.878 1，C=7.066 72，D=6.694 53，E=7.402 16，F=6.946 93（表 2）。

其中：A 表示资源的最终得分；B 表示设施的最终得分；C 表示供应商和辅助行业的最终得分；D 表示企业结构、竞争和战略的最终得分；E 表示国内市场的最终得分；F 表示入境市场的最终得分。

采用计算公式（pair score）= $(D_{2i-1} + D_{2i}) / 2$ ，求得基础竞争力（GC）、企业竞争力（EC）、市场竞争力（MC）的得分分别为

$$GC = (A + B) / 2 = (7.449 432 + 6.878 1) / 2 = 7.164$$

$$EC = (C + D) / 2 = (7.066 72 + 6.694 53) / 2 = 6.880$$

$$MC = (E + F) / 2 = (7.402 16 + 6.946 93) / 2 = 7.175$$

然后，运用 GEM 模型集群竞争力的量化表达式 $GEM = 2.5 \times \{\prod_{i=1,2,3} (D_{2i-1} + D_{2i})\}^{2/3}$ 得

$$\begin{aligned}
 & \text{出山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力} && (7.066\ 72+6.694\ 53) \times (7.402\ 16+6.946\ 93)]^{2/3} \\
 \text{GEM 得分为:} &&& =2.5 \times [(14.327) \times (13.761) \times (14.349)]^{2/3} \\
 &&& \text{GEM}=2.5 \times [(A+B) \times (C+D) \times (E} && =2.5 \times (2\ 828.961)^{2/3}=2.5 \times 200.025=500.063 \approx \\
 &&& +F)]^{2/3} =2.5 \times [(7.449\ 432+6.878\ 1) \times && 500
 \end{aligned}$$

表 2 山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力调查问卷结果

一级指标	二级指标	三级指标	指标得分	指标权重	总得分
基础 (G)	A 资源	区位条件	7.514	0.221	7.449 432
		旅游资源赋存及吸引力	8.136	0.273	
		综合经济水平	7.430	0.191	
		资本资源(融资、贷款等)	7.150	0.114	
		信息服务水平(如市场信息、行业信息等)	6.800	0.152	
		旅游人力资源	6.120	0.049	
	B 设施	基础服务设施(道路、环境卫生、医疗、治安等)	7.310	0.212	6.878 10
		旅游专用设施	7.230	0.249	
		政府支持性服务(投资优势政策、宣传力度等)	7.510	0.137	
		旅游管理部门(旅游咨询中心、旅游行业培训、管理水平等)	6.020	0.237	
高等院校及科研机构		6.500	0.165		
企业 (E)	C 供应商和 辅助行业	旅游辅助行业部门(金融保险业、交通文物部门等)	7.270	0.391	7.066 72
		旅游相关行业(食住行游购娱)	8.150	0.289	
		旅游企业间的协作程度	5.840	0.320	
	D 企业结构、 竞争和战略	企业规模、数量	7.500	0.403	6.694 53
		突发事件应对能力	6.240	0.172	
		市场营销(目标定位、营销防范)	6.950	0.175	
		产品服务创新能力	5.530	0.250	
市场 (M)	E 本地市场	国内旅游收入	7.490	0.398	7.402 16
		国内旅游市场规模	7.490	0.157	
		国内旅游业竞争程度	7.010	0.183	
		国内旅游消费需求及多样性	7.490	0.262	
	F 外地市场	入境客源市场及增长率	6.980	0.408	6.946 93
		入境旅游行业发展水平	6.670	0.177	
		入境旅游需求变化	6.240	0.162	
		入境旅游市场进入壁垒	7.540	0.253	

山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力的 GEM 模型得分为 500，全国平均水平为 250 分(把 6 个因素定为 5 分再代入 GEM 模型的计算公式中即可得出)，在全国范围内具有明显竞争优势的分数是 490 分(每个因素的平均分数是 7 分)。得分说明山东半岛蓝色经济区旅游产业集群的竞争力处于全国中等以上水平，具有全国较高水平的竞争力。

通过 (GC+EC+MC) /3 计算得出该集群

的 3 个一级指标的平均得分约 7.073 分，换算成 GEM 的得分为 500.27 分；6 个二级指标平均得分 6.995 806 分，换算成 GEM 的得分为 489.4 分。这说明其具有全国中等偏上的竞争力，竞争优势比较明显。

其中，资源得分、国内市场得分较高，一方面得益于山东省丰富的旅游资源；另一方面也与山东省政府以及国家对山东半岛旅游产业的重视有着密不可分的关系。同时，山东半岛

蓝色经济区的旅游产业在基础设施与服务方面还存在一定的不足,半岛区的设施设备不够专业和新鲜,现代化的办公场所和办公设备仍需进一步加强和完善。

相对于国内市场,入境市场发展仍面临着很大的挑战。一方面与我国和本区域的宣传方针和促销策略关系甚大;另一方面,也与本区域内的国际化水平和发展模式关联紧密,国际间的交流与合作还需进一步加强,这就要求半岛区不仅要做好国内旅游,更要做好和重点发展入境旅游和出境旅游。

4 提升山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力的建议

4.1 提高旅游资源的规划和设施设备的利用

从问卷的结果看,山东半岛蓝色经济区旅游产业的基础竞争力比较有优势,“资源”“设施”的得分比较高,基础竞争力居于全国的上等水平,具有较强的竞争力。综合来看,山东半岛蓝色经济区应该注重旅游资源的保护和规划,全面合理利用丰富的旅游资源,做好旅游基础设施和旅游专用设施的维护以及更新,积极发展旅游人才,继续加强对旅游产业方面的投资力度。

4.2 加强旅游企业协作,培养旅游人才

综合来看,山东半岛蓝色经济区旅游产业的企业竞争力方面得分相对较低,在提升企业竞争力方面,应该大力借用“好客山东”这一品牌来提高山东半岛蓝色经济区旅游产业的知名度,通过品牌形象的打造来开拓山东的旅游市场。同时,借助半岛蓝色经济和十一届全运会以及“十二五”规划等相关政策来做好山东半岛的区域旅游品牌的提升。

同时,企业是推动创新的主体力量,也是推动产业集群成长的主体力量。而山东半岛整体旅游企业普遍存在散、小、弱、差等缺点,尤其是企业间的协作方面,缺少大型的旅游集团,旅行社行业缺少有影响力的企业。

所以,综合来讲,山东半岛在旅游产业集群方面,应当加大人才培养,注重企业的创新能力,着重发展一批具有较强竞争力的领头型旅游企业,

加强市场定位,做好整体产业的营销和推广。

4.3 建立旅游产业集群品牌体系

山东半岛蓝色经济区旅游产业的总体市场竞争力居于全国中等以上水平,但是,其旅游产业同时也面临着长江三角洲、珠江三角洲、环渤海天津旅游产业区等多方面的压力,这在一定程度上,构成了对山东半岛旅游产业发展的巨大瓶颈。针对区域市场这一板块,山东半岛应当建立区域旅游品牌来提高旅游产业的集群发展。应该从企业、地区、区域3个层次建立山东半岛蓝色经济区旅游产业集群品牌体系,尤其要做好滨海旅游这一重要环节,以整个区域作为旅游吸引物,推动国内以及区域旅游市场升级,吸引更多的旅游者,从而提高整个区域市场的竞争力和在整個国际市场上的定位。

5 结论

通过分析山东半岛蓝色经济区旅游产业集群竞争力,笔者认为定量研究仍是以后的研究重点,使用GEM模型不仅可以得到旅游产业集群各项因素的评价,而且可以使研究结果更可靠。虽然笔者对山东半岛蓝色经济区旅游产业的发展做了简单研究,并给出了蓝色经济区旅游产业发展的建议,但是在旅游产业集群理论并未成熟、我国旅游产业迅速发展的大环境下,有关旅游产业集群竞争力方面仍有大量研究可做。

参考文献

- [1] 庄军. 论旅游产业集群的系统架构[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005, 16(4): 11-15.
- [2] 顾强. 中国产业集群第4辑[M]. 北京: 机械工业出版社, 2006.
- [3] 庄军. 旅游产业集群研究[D]. 湖北: 华中师范大学, 2005.
- [4] TEBOGO MOLEFE. South African tourism cluster study summary[EB/OL]. (2002)[2013-06-01]. <http://www.nedlae.org.za/research/fridge/south-african-tourism-cluster-st.htm>.
- [5] 胡宇橙, 王庆生. 基于GEM模型旅游产业集群竞争力研究: 以天津滨海新区为例[J]. 地域研究与开发, 2010, 29(5).