

苏州城市旅游竞争力评价研究*

孟秀红

(苏州市职业大学 教育与人文学院, 江苏 苏州 215104)

摘要:依据旅游竞争力理论,借鉴CR模型框架结合城市旅游特征,从城市旅游发展实力、城市旅游接待能力和城市旅游可持续发展能力、城市旅游社会经济支持力和城市旅游生态环境支持力5个方面构建城市旅游竞争力概念模型和评价指标体系。运用层次分析法对苏州及周围的南京、杭州三地的城市旅游的具体指标进行定量评价,结果表明,相比南京和杭州,苏州城市旅游竞争力总体较弱,但具有竞争潜力。建议通过实施新的旅游策略,加强旅游接待设施建设,挖掘潜力,抓住机遇,提高苏州城市旅游竞争力。

关键词:城市旅游;旅游竞争力;CR模型;层次分析法;苏州

中图分类号:F592

文献标志码:A

文章编号:1672-6693(2014)06-0139-06

苏州旅游业的发展已经到了转型升级的关键时刻,由于长三角地区许多城市的旅游资源相似,尤其是苏州周围的杭州、南京等地旅游业发达,区域竞争日益激烈。另外,苏州的其他行业的经济发展迅速,旅游城市的形象和地位相对弱化,旅游竞争力的概念没有拓展。在日趋激烈的旅游竞争下如何提升苏州城市旅游竞争力是摆在人们面前的一个重大课题。因此,本文依据旅游竞争力的理论,借鉴CR模型的框架,结合城市旅游特征,构建城市旅游竞争力概念模型和评价指标体系,运用层次分析法评价苏州及周围的南京、杭州三地的城市旅游竞争力,全面分析评价结果,并提出提高苏州城市旅游竞争力的建议。

1 相关理论

到目前为止,旅游目的地竞争力理论研究最为成熟的是 Geoffrey I. Crouch & J. R. Brent Ritchie,主要通过分析目的地竞争力的影响因素来研究其竞争力并进行提高与改善。并且,在运用波特竞争优势理论(又称波特国际竞争优势模型)的基础上,构建了旅游目的地竞争力的概念性模型。即“七因素旅游目的地竞争力概念模型”。该模型包括了7个方面的因素:核心资源与吸引物、辅助性资源与设施、目的地管理、目的地政策规划与发展、限制性与放大性因素、微观竞争环境和宏观全球环境^[1]。每个因素又包含了细化的评价指标,从定性和定量两个角度系统阐述了区域旅游竞争力的构成。该模型对目的地竞争力的评价产生了深远的影响,并成为一种被广泛使用的模型,简称CR模型^[2]。

2 城市旅游竞争力概念模型和评价指标体系的构建

本文在CR模型的框架下,结合其他学者研究成果^[3-7],在城市旅游特征的基础上尝试构建了一套概念模型(图1)。

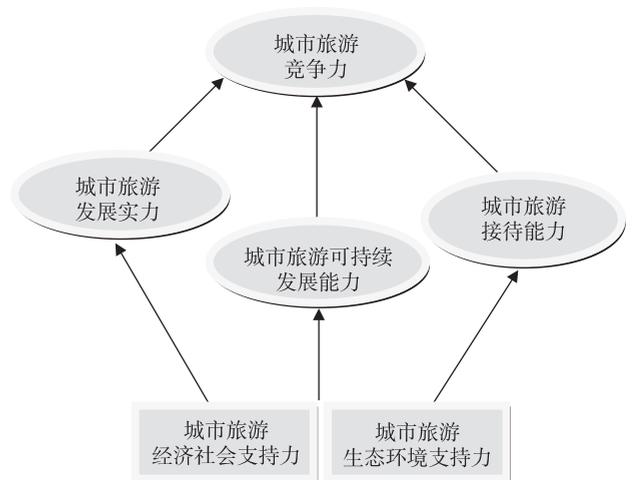


图1 城市旅游竞争力概念模型

* 收稿日期:2013-08-06 修回日期:2013-10-11 网络出版时间:2014-11-19 21:49

资助项目:苏州市职业大学校级课题(No. SZDQ09W15)

作者简介:孟秀红,女,副教授,研究方向为人文地理,E-mail:mengxh_74@163.com

网络出版地址: <http://www.cnki.net/kcms/detail/50.1165.N.20141119.2149.028.html>

本文所构建的城市旅游竞争力概念模型主要由城市旅游发展实力、城市旅游可持续发展能力、城市旅游接待能力、城市旅游经济社会支持力和城市旅游生态环境支持力 5 个因素构成。其中,城市旅游发展实力、城市旅游可持续发展能力和城市旅游接待能力是主要因素,也是直接决定城市旅游竞争力的因素,而经济社会支持力和生态环境支持力作为城市旅游竞争力的外部因素间接决定城市旅游竞争力。在此基础上兼顾数据的可获得性构建城市旅游竞争力评价指标体系(表 8),以对城市旅游竞争力进行定量分析。

3 评价方法

本文采用层次分析法(以下简称 AHP) 确定评价指标权重,大体分为 3 个步骤:

首先,建立层次结构模型。为了客观评价城市旅游竞争力,考虑各项指标的重要性及其对旅游竞争力的影响不同,先理清递阶层次结构,即评价指标体系中各层级的建立。从表 8 中可以看出本研究构建的指标体系由目标层 A、准则层 B 和方案层 C 构成三级体系。其中准则层中城市旅游发展实力、城市旅游接待能力、城市旅游经济社会支持力和城市旅游生态环境支持力的 4 个 B 级指标可由其中的 15 个 C 级指标数据直接获得,而 B2 城市旅游可持续发展能力是由城市旅游资源的丰度 C4、城市旅游资源的品味度 C5、住宿和餐饮人员占第三产业从业人员数比率 C6、旅游项目投资额度 C7、旅游项目建设个数 C8 来体现,其中城市旅游资源丰度 C4 用区域的 A 级景区数量来表示,城市旅游资源的品味度用区域的 5A 级景区的数量加上 4A 级景区的数量占 A 级景区的比率来表示。

其次,构造判断矩阵。邀请专家构造判断矩阵。对各位专家构造的各个判断矩阵,通过 Excel 软件用和积法或方根法等求得特征向量 W (向量 W 的分量 W_i 即为层次单排序);计算最大特征根 λ_{max} ;

第三,对判断矩阵作一致性检验。用一致性指标(CI)及平均随机一致性指标(RI)来衡量判断矩阵的一致性。

表 1 平均随机一致性指标值^[8]

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9
RI	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45

$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$,平均随机一致性指标(RI)如表 1 所示。

令 $CR = \frac{CI}{RI}$,则 CR 为一致性比率。当 $CR < 0.1$ 时,可认为判断矩阵具有满意的一致性;否则需要调整判断矩阵,使之具有满意的一致性。(如表 2-表 7),最后方案层元素对于目标层的总排序权重为准则层各元素所得权重与方案层对应各元素所得权重的乘积,形成指标权重集(表 8)。

表 2 准则层 B 对目标层 A 判断矩阵的特征向量及一致性检验

开 n 次方	权重 W_i	AW_i	AW_i/W_i		
3.84	0.51	2.69	5.32		
1.97	0.26	1.36	5.25	$CI =$	$CR =$
1.06	0.14	0.75	5.36	$\frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$	$\frac{CI}{RI}$
0.46	0.06	0.33	5.34		
0.27	0.04	0.19	5.38		
7.61		5.33	0.08	0.07	

表 3 方案层 C1-5 对准则层 B1 判断矩阵的特征向量及一致性检验

开 n 次方	权重 W_i	AW_i	AW_i/W_i		
3.85	0.52	2.83	5.43		
0.28	0.04	0.20	5.42	$CI =$	$CR =$
1.00	0.14	0.73	5.40	$\frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$	$\frac{CI}{RI}$
0.56	0.08	0.40	5.21		
1.68	0.23	1.22	5.34		
7.36		5.36	0.09	0.08	

表 4 方案层 C6-10 对准则层 B2 判断矩阵的特征向量及一致性检验

开 n 次方	权重 W_i	AW_i	AW_i/W_i		
3.63	0.48	2.63	5.43		
2.34	0.31	1.68	5.39	$CI =$	$CR =$
0.48	0.06	0.35	5.38	$\frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$	$\frac{CI}{RI}$
0.70	0.09	0.51	5.50		
0.35	0.05	0.24	5.15		
7.5		5.37	0.09	0.08	

表 5 方案层 C11-14 对准则层 B3 判断矩阵的特征向量及一致性检验

开 n 次方	权重 W_i	AW_i	AW_i/W_i		
3.08	0.55	2.31	4.17		
0.67	0.12	0.50	4.12	$CI =$	$CR =$
1.50	0.27	1.10	4.11	$\frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$	$\frac{CI}{RI}$
0.32	0.06	0.24	4.19		
5.57		4.15	0.05	0.06	

表 6 方案层 C15-18 对准则层 B4 判断矩阵的特征向量及一致性检验

开 n 次方	权重 W_i	AW_i	AW_i/W_i		
2.45	0.51	2.08	4.06		
1.07	0.22	0.92	4.10	$CI=$	$CR=$
0.50	0.10	0.42	4.06	$\frac{\lambda_{max}-n}{n-1}$	$\frac{CI}{RI}$
0.76	0.16	0.65	4.10		
4.78		4.08	0.03	0.04	

表 7 方案层 C19-22 对准则层 B4 判断矩阵的特征向量及一致性检验

开 n 次方	权重 W_i	AW_i	AW_i/W_i		
0.56	0.10	0.41	4.09		
1.61	0.29	1.19	4.16	$CI=$	$CR=$
0.36	0.06	0.26	4.11	$\frac{\lambda_{max}-n}{n-1}$	$\frac{CI}{RI}$
3.08	0.55	2.29	4.18		
5.61		4.13	0.04	0.05	

表 8 评价指标体系及指标最终权重

目标层	准则层	方案层	最终权重
城市旅游竞争力 A	城市旅游发展实力 B1	旅游总收入 C1	0.263 8
		入境旅游人数 C2	0.018 9
		旅游外汇收入 C3	0.068 6
		国内旅游人数 C4	0.038 5
		国内旅游收入 C5	0.115 5
		旅游资源丰度 C6	0.125 6
		旅游资源品味度 C7	0.080 9
	城市旅游可持续发展能力 B2	住宿和餐饮人员占第三产业从业人员的比率 C8	0.016 8
		旅游项目投资额度 C9	0.024 2
		旅游项目建设个数 C10	0.012 0
		星级饭店数 C11	0.077 0
	城市旅游接待能力 B3	客房数 C12	0.016 7
		旅行社数量 C13	0.037 4
		住宿和餐饮从业人员 C14	0.008 1
	城市旅游经济社会支持力 B4	地区人均 GDP C15	0.031 2
		城镇居民可支配收入 C16	0.013 7
		全社会固定资产投资 C17	0.006 4
		运营公共汽车数量 C18	0.009 7
		人均拥有道路面积 C19	0.003 5
	城市旅游生态环境支持力 B5	人均公共绿地面积 C20	0.010 1
		生活污水处理率 C21	0.002 3
		环境保护投资额 C22	0.019 4

4 苏州城市旅游竞争力评价

4.1 数据的收集和处理

本文的评价指标涉及旅游产业和社会经济的各个方面,为保证统计口径的一致性与数据的权威性,本文的大部分数据是从各区域统计年鉴、年鉴、统计公报和政府旅游网站中直接获得,小部分指标通过简单计算得到。评价指标原始数据为苏州、南京和杭州在 2010 年、2011 年和 2012 年 3 年数据的均值。在进行综合评价之前,根据统计原理进行综合评价算法参数的标定。笔者先对各项指标经统计计算得到的数据进行归一化处理,以消除不同量纲或物理意义之间的差别^[6]。

对于值越大说明竞争力越强的采用(1)式进行归一化处理

$$x_{ij} = \frac{x_{ij}}{\max(x_{ij})}, j \in [1, 3], i \in [1, 19] \quad (1)$$

对于值越小说明竞争力越强的则采用(2)式进行归一化处理

$$x_{ij} = \frac{\min(x_{ij})}{x_{ij}}, j \in [1, 3], i \in [1, 19] \quad (2)$$

(2)式中, x_{ij} 为 j 城市第 i 项指标的数据, x_{ij} 为归一化后的指标数据, 下标 j 代表城市, i 代表各项评价指标。经过归一化后的数据见表 9。

表 9 指标体系中各指标无量纲化的数据

评价指标	南京	苏州	杭州
旅游总收入 C1/亿元	0	0.594 246 736	0.760 089 926
入境旅游人数 C2/万人次	0.483 729 081	0.840 209 443	1
旅游外汇收入 C3/亿美元	0.598 025 775	0.643 454 894	1
国内旅游人数 C4/万人次	1	0.407 109 272	0.405 764 288
国内旅游收入 C5/亿元	1	0.532 184 59	0.700 857 889
旅游资源丰度 C6/个	0.369 565 217	1	0.130 434 783
旅游资源品味度 C7	0.647 1	0.521 7	1
住宿和餐饮人员占第三产业从业人员的比率 C8	0.251 919 733	1	0.521 733 633
旅游项目投资额度 C9/亿元	0.715 873 016	0.881 544 974	1
旅游项目建设个数 C10/个	0.560 439 56	1	0.626 373 626
星级饭店数 C11/家	0.768 518 519	0.407 407 407	1
客房数 C12/间	0.497 984 787	1	0.910 479 11
旅行社数量 C13/家	0.836 228 288	0.198 511 166	1
住宿和餐饮从业人员 C14/人	0.295 606 98	1	0.611 328 036
地区人均 GDP C15/元	0.573 819 983	1	0.603 844 245
城镇居民可支配收入 C16/元	0.895 438 637	1	0.948 532 798
全社会固定资产投资 C17/万元	0.819 801 723	1	0.511 129 781
运营公共汽车数量 C18/辆	0.917 0	0.726 9	1.000 0
人均拥有道路面积 C19/m ²	0.632 1	1.000 0	0.346 5
人均公共绿地面积 C20/m ²	0.800 6	1.000 0	0.704 0
生活污水处理率 C21	0.997 361 764	0.974 376 581	1
环境保护投资额 C22/亿元	0.489 051 77	1	0.460 344 917

4.2 苏州城市旅游竞争力评价结果

将表 9 中各指标无量纲化值乘以各指标相对应权重, 得出指标体系中方案层面 C 指标评价值。然后将方案层面 C 的评价值归类相加就可以得到准则层面 B 的评价值, 然后将准则层面 B 的评价值相加得到最终的目标层 A——城市旅游竞争力得分(表 10)。

表 10 城市旅游竞争力得分

城市名称	B1	B2	B3	B4	B5	A	排名
苏州	0.307 0	0.217 9	0.076 4	0.058 3	0.035 2	0.694 7	3
南京	0.468 4	0.127 0	0.101 1	0.045 5	0.022 1	0.764 1	1
杭州	0.392 4	0.137 7	0.134 5	0.046 1	0.019 5	0.730 3	2

由表 10 中 3 个城市的得分可以看出, 得分最高的是南京, 其次是杭州, 得分最低的是苏州; 苏州、杭州和南京的城市旅游综合竞争力的强弱也自然呈现出来了(图 2)。

4.3 苏州城市旅游竞争力的分析评价

从上述数据的分析结果可以看出, 苏州城市旅游竞争力相对比较弱, 南京和杭州的城市旅游竞争力得分比苏州分别高出 1.1 倍和 1.05 倍。其中苏州城市旅游发展实力、城市旅游接待能力的得分较低, 但苏州城市旅游可持续发展能力、城市旅游社会经济支持力和城市旅游生

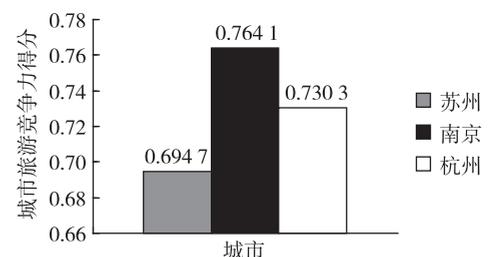


图 2 城市旅游竞争力

态环境支持力的得分较高,说明苏州城市旅游竞争力虽然总体弱,但有竞争潜力。

从表10中可以看出苏州城市旅游发展实力得分0.3070,苏州城市旅游接待能力得分0.0764,都低于南京和杭州,说明苏州的城市旅游业相对不够发达。在苏州城市旅游发展实力中旅游总收入较低,其中国内旅游收入也较低,而国内旅游人数并不是较低的;由此可以看出苏州的旅游资源虽然丰富,但大部分资源尤其是5A和4A级景区都分布在郊县,苏州城市内的旅游资源品味度相对低,而且城市内的旅游资源主要是古典园林和寺观等,种类相对较少,旅游吸引力相对弱。而到苏州城市旅游的国内和国际游客虽然人数不少,但逗留的时间不多。影响了苏州城市旅游的总收入。此外在城市旅游接待实力中,星级饭店数量和旅行社数量这两个指标的得分都较低,说明苏州城市旅游的接待能力相对较弱,也影响了苏州城市旅游发展实力,最终导致苏州城市旅游竞争力比南京和杭州都弱。

虽然苏州城市旅游竞争力的得分较低,但苏州城市旅游的可持续发展能力、经济社会支持力和生态环境支持力的得分都比南京和杭州高。其中苏州旅游资源丰度、住宿和餐饮人员数量、旅游项目建设个数和地区人均GDP、人均拥有道路面积、人均公共绿地面积和环境保护投资额等指标得分较高。说明苏州城市的旅游资源丰富,再加上苏州城市的经济发达,政府重视发展旅游业,城市生态环境好,所以苏州城市旅游的发展很有潜力。

5 提高苏州城市旅游竞争力的建议

5.1 实施新的旅游策略,增强苏州城市旅游发展实力,提升苏州城市旅游知名度

苏州虽然城市旅游资源丰富,条件优越。但是城市旅游产品单一、旅游商品结构老化,新项目和新路线的开发力度不够,没有加大对外界的宣传推广,造成旅游客源固定化。同时受周围旅游强市上海、杭州的阴影效应影响,苏州的旅游发展受到阻碍。因此苏州城市旅游业必须赶快实施新的旅游策略,深度推广苏州的历史、文化、美景、美食等城市旅游资源;积极开展国内外巡回推广宣传苏州城市旅游产品和拓展国际国内新兴客源市场。扩大旅游规模,并进行区域间大跨度地合作,从而提高城市旅游知名度,不仅能够吸引更多的国内外游客,而且还能留住这些游客,提高苏州城市旅游的总收入,增强苏州城市旅游发展实力。

5.2 加强旅游接待设施建设,提高苏州城市旅游接待能力

苏州的城市旅游接待能力不如杭州、南京。星级饭店数量和旅行社数量都低于南京和杭州。尤其在节假日和黄金周,苏州全市旅游订房明显紧张。再加上旅行社数量少,影响旅游服务质量。而旅行社是旅游业的龙头,一方面要加大政策扶持力度,促进旅行社做大做强;另一方面要做好旅行社的监管,提高旅行社的服务质量;另外,苏州的公共交通汽车数量也是3个城市中最低的,影响苏州城市旅游的发展。所以要加大力度建设苏州的公交系统,包括公共汽车、公共自行车、出租车、轨道交通等系统,要提高郊县地区的通达性,同时也可以根据旅游产品开发旅游专线,还要做好交通标示等细节设施,提高苏州城市旅游的接待能力。

5.3 挖掘潜力,抓住机遇,提升苏州城市旅游的竞争力

苏州是一个著名的旅游城市,不仅旅游资源丰富,而且历史沉淀浓厚,再加上经济发达,历来重视旅游业的发展,所以苏州城市旅游的发展潜力很大。近年,苏州市旅游业秉承“城市即旅游、旅游即城市”的发展理念,促进旅游业转型升级。目前已经明确围绕建设“三区三城”即科学发展的样板区、开放创新的先行区和城乡一体化的示范区,以及高端产业城市、最佳宜居城市和历史文化与现代文明相融的文化旅游城市为总目标,以建设国家智慧旅游试点城市、全国旅游标准化示范区为重点,加快国家文化旅游区和国家5A级旅游景区的建设步伐^[8]。苏州可以抓住这个机遇,通过深入挖掘苏州城市旅游产品的文化内涵,尤其是古典园林和古街古巷的文化内涵,充分展示苏州城市旅游的文化魅力。把苏州建成国际一流的旅游目的地和历史文化与现代文明相融的文化旅游城市,以提升苏州城市旅游的竞争力。

6 结论与思考

本研究构建了城市旅游竞争力概念模型和评价指标体系,同时运用层次分析法得到了评价准则层和评价方案层的指标权重,并利用数学工具对数学模型的一致性进行了检验,验证了评价指标体系的科学性。不仅提供了一种对城市旅游目的地竞争力定量评价的一种方法,而且通过用具体指标评价了长三角地区旅游业发达的苏州、杭州和南京的城市旅游竞争力的水平,通过评价和比较得出苏州城市旅游竞争优势和不足,并针对不足提出了针对性建议。但是由于各城市所处地区和旅游发展程度不同,而且不同时期城市的范围也在发生变化,所以评价指标体系尚存在不足,数学方法和工具的选择等方面应作进一步完善和优化研究。

参考文献:

- [1] 吴素珍. 北京乡村旅游竞争力研究 [D]. 北京:北京工商大学, 2010.
Wu S Z. The study of competitiveness of Beijing rural tourism [D]. Beijing: Beijing Technology and Business University, 2010.
- [2] Crouch G I, Brent Ritchie J R. Tourism, competitiveness, and societal prosperity [J]. *Journal of Business Research*, 1999, 44: 137-152.
- [3] 卢移海. 长三角地区城市旅游产业竞争力研究 [D]. 杭州: 浙江大学, 2012.
Lu Y H. Research on tourism industry competitiveness of the cities in Yangtze River Delta Area [D]. Hangzhou: Zhejiang University, 2012.
- [4] 苏伟忠, 杨英宝, 顾朝林. 城市旅游竞争力评价初探 [J]. *旅游学刊*, 2003(18): 39-42.
Su W Z, Yang Y B, Gu C L. A study on the evaluation of competitive power of urban tourism [J]. *Tourism Tribune*, 2003(18): 39-42.
- [5] 丁蕾, 吴小根, 丁洁. 城市旅游竞争力评价指标体系的构建及应用 [J]. *经济地理*, 2006 (3): 511-515.
Ding L, Wu X G, Ding J. A system of evaluation indicator for the urban tourism competitiveness [J]. *Economic Geography*, 2006 (3): 511-515.
- [6] 朱应皋, 丁巧玲, 朱志伟. 苏南城市旅游竞争力研究 [J]. *南京财经大学学报*, 2012(5): 26-32.
Zhu Y G, Ding Q L, Zhu Z W. Research on traveling competitive power of cities of Sunan [J]. *Journal of Nanjing University of Finance and Economics*, 2012(5): 26-32.
- [7] Xie H Y, Huang S. Tourism planning assessment based on analytic hierarchy process [R]. *Third International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, IEEE Computer Society, 2010: 351-354.
- [8] 方雨. 苏州提升旅游业发展核心竞争力明确六项重点 [N]. *中国旅游报*, 2013-04-10 (15).
Fang Y. Suzhou to promote tourism development core competence clearly six key [N]. *China Tourism News*, 2013-04-10 (15).
- [9] Seddighi H R, Theocharous A L. A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis [J]. *Tourism Management*, 2002(23): 475-487.
- [10] 汪德根. 长江三角洲 16 城市旅游竞争力比较研究 [J]. *资源开发与市场*, 2007(5): 414-417.
Wang D G. Comparative study of 16 cities tourism competitive power in Changing Delta [J]. *Resource Development & Market*, 2007(5): 414-417.
- [11] TSAur S H, Wang C H. The evaluation of sustainable tourism development by analytic hierarchy process and fuzzy set theory: an empirical study on the green island in Taiwan [J]. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2007, 12(2): 127-145.
- [12] 王晓娜. 城市旅游产业竞争力评价研究——以我国沿海旅游城市为例 [D]. 大连: 大连理工大学, 2007.
Wang X N. A Study on the evaluation of urban tourism competitiveness—regarding coastal tourism cities in China [D]. Dalian: Dalian University of Technology, 2007.
- [13] 鄢慧丽. 城市旅游竞争力研究——以武汉市为例 [D]. 武汉: 华中师范大学, 2005.
Yan H L. A Study on the competitive power of urban tourism—regarding Wuhan city as the example [D]. Wuhan: Central China Normal University, 2005.

Research on Competitiveness of Suzhou City Tourism

MENG Xiuhong

(Suzhou Vocational University, Suzhou Jiangsu 215104, China)

Abstract: Based on the theory of tourism competitiveness, from the city tourism development power, city tourism reception capability and city tourism sustainable development capability, city tourism socio-economic and environment supportive capability five aspects to construct conceptual model of city tourism competitiveness and evaluation index system by using Geoffrey I. Crouch & J. R. Brent Ritchie's model and the feature of city tourism. AHP (Analytic Hierarchy Process) method is applied in the evaluation tourism competitiveness of Suzhou and Hangzhou, Nanjing. The results show that compared to Nanjing and Hangzhou, Suzhou city tourism competitiveness overall weaker, but has great potential competition. Finally, it put forward some suggestions to enhance the city tourism competitiveness of Suzhou through the implementation of the new tourism strategy, to strengthen the tourism reception facilities, tap the potential, and seize the opportunity.

Key words: city tourism; tourism competitiveness; CR model; AHP; Suzhou

(责任编辑 陈 琴)