

基于“钻石模型”的盐城旅游产业竞争力分析

朱元秀¹,王家寿²

(1. 盐城工学院 人文学院,江苏 盐城 224051; 2. 盐城工学院 土木工程学院,江苏 盐城 224051)

摘要:根据波特的“钻石模型”,影响产业竞争力的主要因素包括生产要素、需求状况、相关与支持产业、企业的战略与竞争、政府和机遇六个方面。从这六个方面来分析盐城旅游产业竞争力,可以发现,目前盐城旅游产业竞争力还不是很强。要进一步提升盐城旅游产业竞争力,必须要整合旅游资源,打造旅游精品;创新旅游宣传和营销;积极引导旅游相关支持产业发展,走集群化发展道路;加强政府宏观管理;加快旅游人才的培养等。

关键词:旅游业;竞争力;钻石模型

中图分类号:F590.1 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2010)04-0037-05

一、研究的理论基础——钻石模型

美国哈佛商学院教授迈克尔·波特对多个国家、多个产业的竞争力进行深入研究后认为,产业竞争力主要包括四个因素,即生产要素,市场需求,相关与支持产业,企业战略、企业结构和同业竞争。这四个因素构成“钻石模型”的基本要素,彼此相互影响,形成一个整体,共同决定产业竞争力水平的高低。此外,波特还指出,四大要素之外还存在两大变数:机会与政府,机会是无法控制的,政府政策的影响是不可漠视的^[1]。钻石模型的命名,来自于这四个要素和两个变量所构建的菱形关系(图1)。

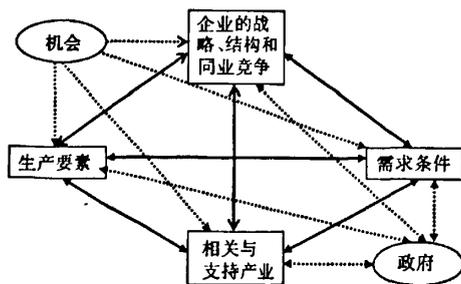


图1 波特竞争优势“钻石模型”
Fig.1 Potters "Diamond model"

二、盐城旅游产业竞争力条件因素分析

(一) 生产要素

波特把生产要素分为初级生产要素和高级生产要素。旅游业中的初级生产要素主要指自然资源,高级生产要素则主要指企业的劳动生产率、专业旅游人才以及与旅游相关的基础设施等。

1. 盐城旅游业初级生产要素相对较丰富,具有发展旅游业的良好先天条件

盐城旅游资源丰富,濒海45万公顷的滩涂湿地,同时拥有两个国家级自然保护区和国内面积最大的岸外沙洲—东沙,集生态、环保、科普为一体,具有打造大项目和重量级旅游产品的基础。盐城人文荟萃、丰灵蕴秀,曾涌现过一大批文臣武将、学者名流和爱国志士。盐城还是我国重要的革命老区之一,拥有全国规模最大、资料最全、最具代表性的新四军革命纪念设施。广袤、秀丽的自然风光和悠久、丰富的人文历史,造就了盐城风格独特、内涵深厚的旅游资源。至2009年底,全市拥有国家2A级以上旅游景区总数已经达到24家,其中4A级旅游景区3家,3A级旅游景区4家,2A级旅游景区17家。因此,在旅游初级生产要素上,盐城拥有比较优势,具有发展旅游业的良好先天条件。

收稿日期:2010-05-28

作者简介:朱元秀(1975-),女,安徽六安人,讲师,硕士,研究方向:区域旅游、区域经济。

2. 盐城旅游业高级生产要素不足,不能满足现代旅游业发展的需要

当前盐城旅游业仍处于初级发展阶段,旅游企业的经营管理水平相对较低,服务质量不高,缺乏中、高级旅游专业技术人员,导游队伍整体素质亟需提高。旅游资源开发也仍处于起步阶段,多处于浅层表面,多数产品缺乏特色、内涵,不同程度存在着“一流资源、二流开发、三流服务”的粗放型增长方式,缺少具有较强吸引力和较高知名度的拳头旅游产品,导致竞争力不强。

(二) 需求要素分析

波特认为,需求条件主要是指国内市场的的需求,国内需求是影响产业竞争力的重要因素,主要包括需求的规模与需求的结构等。

1. 从旅游需求规模方面看,发展不尽理想

20 世纪 90 年代以来,盐城市旅游接待人数不断增加。客源结构中以内地市场为主,在空间结构上表现为:以省内游客为主,占62.31%,其次

是华东地区,占 20.55%(不包括省内),其他地区占 17.14%。盐城市海外游客以外国游客和台湾同胞为主,比较分散,尚未形成固定的国际客源市场^[2]。虽然盐城旅游业的发展处于增长期,正在逐步成长为盐城第三产业的新增长点,但是其规模与苏南相比,差距较大,即使与同位于江苏沿海的南通市相比较,也有一定差距(表 1、图 2、图 3)。

表 1 盐城和南通 2005 - 2009 年接待国内外游客人数比较

Table 1 A comparison of the number of tourists to Yancheng and Nantong from abroad and at home in 2005 - 2009

年份	接待国内游客人次		接待海外游客人次	
	盐城	南通	盐城	南通
2005	533.98	743.08	4.07	15.13
2006	610.86	882.9	4.68	18.06
2007	611.55	1 072.13	5.4	22.39
2008	805	1 275.31	5.1	28
2009	967	1 483.26	5.5	29.99

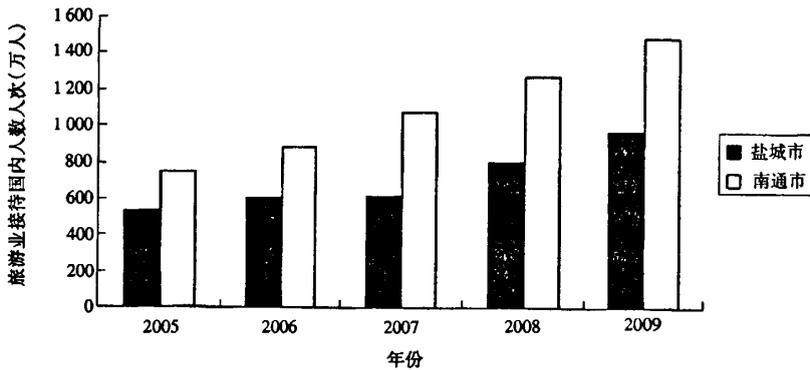


图 2 盐城和南通旅游业近几年接待国内游客人数比较

Fig. 2 A comparison of the number of domestic traveler to Yancheng and Nantong in 2005 - 2009

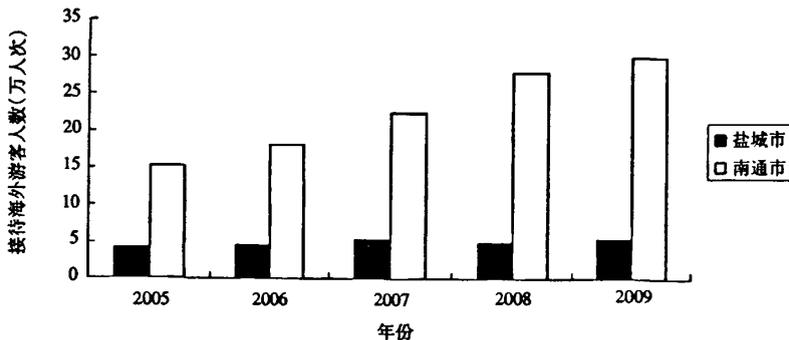


图 3 盐城和南通旅游业近几年接待海外游客人数比较

Fig. 3 A comparison of the number of foreign traveler to Yancheng and Nantong in 2005 - 2009

资料来源:盐城和南通各年份国民经济和社会发展统计公报

2. 从旅游需求结构来看,发展潜力较大

随着旅游产业的发展和人们生活水平的提高,旅游需求结构也在不断变化,其主要表现即为不同旅游动机的构成在不断变化,其中人们对观光旅游的需求开始下降,而对休闲度假、生态旅游等的需求在逐渐上升。盐城旅游业未来的开发将以自然生态为主题,突出生态旅游,休闲度假等专项旅游。但是,在盐城当前的旅游需求类型结构中,生态旅游、休闲度假旅游所占比重还较低。目前,国内游客来盐旅游动机中,商务活动占 32.33%,排在首位,其他依次为观光旅游(16.98%)、探亲访友(11.21%)、会议(11.13%)、其它(9.91%)、休闲度假(7.88%)、公务(5.28%)、文体科普(3.01%)、宗教朝拜(1.95%)、健康疗养(0.32%)^[2](图4)。可见,目前盐城独特的生态旅游资源对游客的吸引力还没有充分挖掘出来。根据世界休闲组织预测,一个地区人均 GDP 达到 2000 美元,休闲需求急剧增长;人均 GDP 达到 3000 美元,度假需求规模化产生^[3]。2009 年,盐城主要旅游客源地的江浙沪三省市的人均 GDP 分别达到 6438、6583、11320 美元,已经处于休闲度假旅游规模化启动的重要时期。随着休闲度假旅游需求的增长,盐城市将成为海滨休闲度假旅游流的重要汇集地。因此,从旅游需求类型结构来看,随着人们对生态旅游、度假旅游需求的逐渐增加,盐城旅游业发展潜力大,竞争力优势明显。

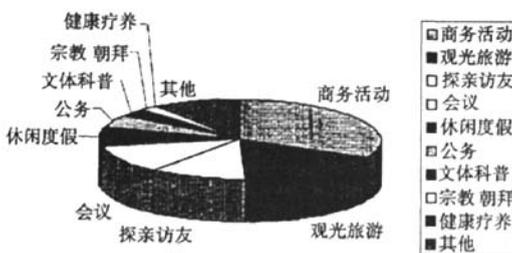


图4 国内游客来盐旅游动机结构图

Fig.4 The pie chart of tourist motivation of domestic traveler to Yancheng city

(三)相关与支持产业

根据波特的观点,单独的一个企业以至单独一个产业,都很难保持竞争优势,只有形成有效的“产业集群”,上下游产业之间形成良性互动,才能使产业竞争优势持久发展。旅游业是以旅游经济活动为中心,根据旅游者需求,把多个企业和行

业集中起来,向旅游者提供食、住、行、游、购、娱等综合性的旅游产品和专门服务的新兴产业^[4]。其综合性强,关联度大,相关及支持的企业和产业较多(图5)。进入 21 世纪以来,盐城经济社会发展迅速,旅游业相关及支持产业都得到快速的发展。高速公路、铁路、航空、海运四位一体的立体化交通网络已基本形成。全市现有星级旅游饭店的数量已经达到 50 多家,其中五星级旅游饭店 1 家,4 家四星级旅游饭店 4 家,三星级旅游饭店 20 多家。现有旅行社 80 多家。城市的现代化旅游功能和食、住、行、游、购、娱等旅游产业要素日趋完善。但是,盐城市旅游业起步较晚,旅游企业尚未形成大规模的企业集群,各旅游企业大多各自为战,景区景点、酒店饭店和旅行社间及同类企业间横向纵向联系未能达到系统化、体系化程度,没有形成良好的市场运作机制。相关支持性产业如媒体宣传、交通运输、小商品制造等产业发展参差不齐,对盐城旅游业的发展起不到相应的推动作用,制约了盐城旅游业的发展。

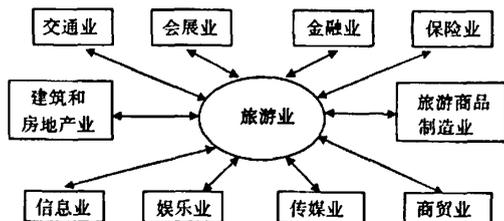


图5 旅游业及其关联产业图

Fig.5 The relation chart of tourism and allied industry

(四)企业的战略、结构与同业竞争

企业的战略、结构与同业竞争也深刻影响着旅游产业的竞争力。目前盐城多数旅游企业仍然呈小、散、弱的结构特征,缺乏战略指导,企业战略目标不明确。很多旅游企业还没有建立起完整的现代企业制度,经营机制不活,旅游管理体制有待理顺。不少景区缺乏经营意识和竞争意识,没有很好地建立起适应市场经济要求的体制和机制,活力不强。

波特指出,竞争对于提升行业的竞争力也相当重要。他认为,市场强有力的竞争对手,是创造与持续产业竞争优势的最大关联因素。盐城旅游企业间的竞争较激烈,虽有行业管理条例,但多数依靠价格手段进行竞争,旅游企业违规现象时有发生,在一定程度上影响了盐城旅游业的整体形

象,削弱了盐城旅游业的竞争力。

(五) 政府支持

政府并不能凭空创造出有竞争力的产业,只能在钻石体系其他要素的基础上加以引导才能做到。政府的角色是为产业的发展提供良好的环境,而非直接参与。近年来,盐城市政府加快编制旅游发展规划,并采取了一系列战略措施,促进了旅游业的快速发展。2006年初,盐城市委、市政府专门成立了盐城丹顶鹤湿地旅游经济区、大丰麋鹿湿地旅游经济区和东台沿海湿地旅游度假经济区。2007年举办首届盐城丹顶鹤国际湿地生态旅游节,后又进一步举办中国沿海旅游交易会 and 盐城湿地国际高层论坛,首倡中国沿海城市旅游合作,这些对扩大盐城旅游业的知名度和影响力起到了很好的效果。

(六) 机遇

当前,对盐城旅游业来说,面临着系列难得的机遇。首先,从宏观发展大势来看,旅游业作为国家重点扶持的新兴产业和新的经济增长点,将继续得到国家宏观政策的支持。其次,江苏沿海发展国家战略也给盐城旅游业发展提供了极好的机遇,为将盐城打造成为我国东部沿海重要的旅游城市和湿地生态旅游地提供了契机。第三,上海世博会的召开也为盐城旅游业发展注入了新的活力。在世博会推荐的五十五条“世博之旅”旅游线路中,江苏共有十三条线路入选,其中涉及盐城市景区的线路有四条。

三、提升盐城旅游产业竞争力的建议

目前,在江苏省13个地级市中,盐城市旅游产业竞争力水平位于最低的第三层次^[5]。不过通过以上分析,我们发现现阶段盐城旅游产业竞争力虽较低,但发展潜力很大。盐城旅游业需要从以下几方面入手来挖掘其潜力,提高整体竞争力。

(一) 整合旅游资源,加强景点建设,打造盐城旅游品牌

盐城应以生态旅游为特色,有效整合旅游资源,融丰富的人文景观与优美的自然环境于一体,提供高质量的旅游产品。应加强景点建设,重点推进以丹顶鹤旅游区、麋鹿旅游区为重点的沿海旅游景点建设,加快建设海盐历史文化风貌区后续工程,同时推进建湖九龙口、东台西溪、射阳河口、阜宁金沙湖等景区建设,全面提升景区建设整

体水平。尤其是要依托现有的两个国家级保护区,积极争取建设国家级生态旅游度假区和国家级生态旅游示范区,打造盐城湿地生态旅游特色品牌。依托丹顶鹤旅游区,科学规划和深度开发度假酒店、度假别墅以及娱乐、休闲、康体、运动等各类度假旅游产品,争取规划建设江苏沿海规模最大、档次最高、特色最为鲜明的国家级生态旅游度假区。以麋鹿生态旅游区为核心,整合周边资源,以湿地生态为主题,重点规划建设生态旅游、度假旅游、探险旅游、盐文化旅游等旅游产品,建成集生态旅游、科普教育、环境保护、科学研究于一体的国家级生态旅游示范区。

(二) 加大宣传和营销力度,提升旅游品牌影响力

盐城应充分运用各种媒介,加大宣传和营销力度,以巩固传统客源市场,拓展新客源市场,扩大市场份额,优化客源结构,提升旅游品牌影响力。通过广播、电视、广告、网络等媒体多渠道向海内外旅游市场大力推介,提高盐城知名度,增进区域之间的协作联系。重点开发长三角地区和本省旅游,延伸开拓华北和珠江三角洲等地的国内旅游市场,积极拓展日韩、东南亚及港澳台等海外旅游市场和欧美客源市场。在营销的过程中,注意凸显主体旅游资源,有针对性地进行营销。可定期推出系列专题,进行专题营销。引进新的营销理念,以事件为契机,进行适时的事件营销,以事件来强化旅游资源的美誉度。如继续举办“盐城湿地生态旅游节”及“盐城丹顶鹤麋鹿文化节”等活动,并加强活动的组织宣传,使“湿地之都,水绿盐城”的印象深入人心。

(三) 积极引导旅游相关支持产业,形成“产业集群”效应

在支持和相关产业方面,盐城政府需从旅游六要素着手,加快“食、住、行、游、购、娱”等硬件方面的设施,为旅游同其它部门的协调发展创造条件。运用相关政策及优惠措施,积极引导旅游相关产业通力合作,形成优质的旅游发展一条龙服务链。重点发展星级旅游饭店,同时优化饭店供应结构,建设农家乐旅馆、经济型饭店等大众化特色旅馆,加快培植盐城特色旅游餐饮品牌;培育规模品牌旅行社,鼓励旅行社向集团化发展;加快交通运输建设,改善提升重点景区通达性;建设规范的旅游购物场所,丰富旅游文化娱乐项目;发展生态农业、休闲体育、商贸等产业,为发展各种特

色旅游提供有力支撑。要尽力营造一个具有激励机制和富于创新的旅游产业发展环境,汇聚各方力量,提高盐城旅游产业集群程度,以有效利用旅游资源,促进各产业协同发展。

(四) 加强政府宏观管理,营造旅游业发展的良好环境

首先应强化盐城政府对旅游工作的领导,抓住机遇,策应国家沿海开发战略,积极引导,科学编制各类专项旅游规划。其次,要规范旅游市场运作。要继续建立和健全市场机制、完善市场体系,加强旅游立法,规范旅游秩序,鼓励多种经济成份参与旅游业的开发。同时还要建立有效的行业管理体系和行业标准,统一规划,协调好旅游企业、政府、市民和游客之间的利益关系,以促进旅游业的良性发展。再次,政府要加强各种公共、公

益性建设,如完善道路交通建设、改善生态环境、保障社会治安、提供公共信息服务平台,营造旅游业发展的良好环境。同时,政府要鼓励市民共同参与盐城旅游形象的塑造工程,以友好、开放的态度迎接游客。

(五) 加强旅游人才的培养,打造盐城市旅游业发展的智囊团

一要联合盐城地区高校和科研机构,建立旅游人才培训基地,对现有从业人员进行业务更新和深造,加快旅游人才培养;二是完善市、县和区域旅游培训机构,形成多层次旅游教育培训体系;三是加大重点旅游景点、旅游饭店、旅行社高级管理人员等优秀旅游人才引进力度;四是政府及旅游企业应制定优惠政策,减少本地人才外流,打造盐城市旅游业发展的智囊团。

参考文献:

- [1] [美]波特. 国家竞争优势[M]. 李明轩,邱如美译. 北京:华夏出版社,2002:124.
- [2] 盐城市发展和改革委员会. 盐城市旅游业发展“十一五”规划纲要[EB/OL]. (2007-10-6)[2010-03-19]. <http://www.yancheng.gov.cn/ycweb/template/Default/DefaultInfoDetail.aspx?CategoryID=2384b83c-4c96-45f7-a7f7-8400a1cb5daf&InfoGuid=9c6f2cfa-f6f9-4ca8-90b4-ee497599c41a>.
- [3] 盐城市发展和改革委员会. 盐城城市旅游业发展总体规划(2001-2020年)[EB/OL]. (2007-7-5)[2010-03-19]. <http://www.lyxs.cn/yancheng/fzgh9.htm>.
- [4] 金细簪,虞晓芬. 休闲度假旅游地产业的崛起与需求特点[J]. 经济论坛,2008(2):62-63.
- [5] 初晓东. 旅游经济学[M]. 北京:中国广播电视出版社,2005:28-29.
- [6] 丁蕾,吴小根,汤澍. 城市旅游竞争力区域分析研究——以江苏省为例[J]. 广西社会科学,2008(8):84-86.

On the Tourism Industry Competitiveness of Yancheng Based on Diamond Model

ZHU Yuan-xiu¹, WANG Jia-shou²

- (1. Humanities and Social Sciences School, Yancheng Institute of Technology, Jiangsu Yancheng 224051, China;
2. Materials Engineering School, Yancheng Institute of Technology, Jiangsu Yancheng 224051, China)

Abstract: According to Potter's "Diamond model", industry competitiveness includes six facets: production factors, demand status, relative and supportive industries, tourism enterprises, government and opportunities. By "Diamond Model", this paper analyzes on Yancheng city tourism industry competitiveness. It shows Yancheng tourism industry competitiveness is not very strong. Then the paper proposes some strategies of promoting Yancheng city industry competitiveness, such as readjusting tourism resources, following the ways of brand and cluster, innovating tourism advertising and marketing patterns, strengthening the government macroscopic management and so on.

Keywords: Diamond model; tourism industry; competitiveness

(责任编辑:李开玲;校对:李军)