

# 文旅融合发展背景下我国热门旅游城市综合竞争力评价研究

马志越, 刘清溢

(河北工程大学 管理工程与商学院, 河北 邯郸 056038)

**[摘要]**我国旅游资源丰富,文旅产业逐渐成为新兴战略性支柱产业。旅游发展对我国经济增长至关重要,而旅游城市正是实现发展旅游产业、促进经济增长的重要空间载体。文章基于主成分的因子分析法,构建了我国热门旅游城市竞争力评价指标体系,得出热门旅游城市竞争力评价结果,并对热门旅游城市进行了聚类分析。研究表明:旅游资源竞争力、旅游发展竞争力、旅游配置竞争力、旅游管理竞争力、旅游营销竞争力共同构成了旅游城市综合竞争力;通过主成分分析能够清晰识别不同热门旅游城市的竞争力来源。该研究根据聚类结果制定针对性的发展策略以提升我国热门旅游城市竞争力。

**[关键词]**旅游城市;竞争力;因子分析;主成分

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2024.04.006

**[中图分类号]**F124

**[文献标识码]**A

**[文章编号]**1673-9477(2024)04-0043-08

发展旅游业是推动经济高质量发展的重要着力点。党的十八大以来,我国旅游发展步入快车道,旅游业从小到大、由弱渐强,日益成为新兴战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。2024年5月17日,习近平总书记在全国旅游发展大会上对加快建设旅游强国、推动旅游业高质量发展作出全面部署。以习近平同志为核心的党中央高度重视旅游工作,引领我国旅游业加速发展,推动旅游高质量发展迈上新台阶。<sup>[1]</sup>随着大众旅游进入全面发展新阶段,城市休闲游已成为国民旅游主要出行方式。在文旅融合浪潮中,我国各大热门旅游城市依托其自身优势不断推进文旅产业高质量发展。国家统计局及文化和旅游部数据显示,2023年,国内出游人次为48.91亿次,国内游客出游总花费4.91万亿元,文旅产业已经成为我国的重要经济增长点。

近年来有关旅游城市竞争力评价的研究层出不穷,相关学者在此方向的研究成果日渐丰厚。在旅游城市竞争力评估体系构建方面,刘成昆等(2019)<sup>[2]</sup>通过深入分析旅游资源、基础设施、旅游服务、市场潜力等多个维度,构建了一套旅游竞争力评估体系。在旅游城市竞争力提升策略方面,王聪等(2021)<sup>[3]</sup>强调了高铁等交通基础设施建设对旅游竞争力的推动作用。在研究方法上,邓绍鸿等(2014)<sup>[4]</sup>运用了因子分析法,有效揭示了各城市旅游竞争力的强弱及其背后的原因。董志文等(2022)<sup>[5]</sup>通过聚类分析揭示各城市在旅游竞争力方面的共性和差异。总的

来看,已有部分研究针对旅游城市竞争力展开了分析,但是这些研究并未将旅游城市竞争力置于文旅融合发展背景下,且当前研究较多局限于单一城市。本文将全国26个热门旅游城市置于统一分析框架下,探索当前我国热门旅游城市的竞争力构成要素及其竞争力评价结果。

## 一、概念界定与研究设计

### (一)概念界定

#### 1. 热门旅游城市

根据《“十四五”旅游业发展规划》列出的“十四五”时期国家突出重点、发挥优势、分类建设的34个旅游枢纽城市、25个重点旅游城市和21个特色旅游目的地名单,并结合大众点评网2024年“必玩榜”上榜游玩地排名前10的城市,本文首先将北京、成都、苏州、重庆、杭州、广州、长沙、西安、南京、上海列入研究范围。其次,参考2020—2023年中国旅游城市排行榜排名前15的热门旅游城市,本文选出除上述城市外排名出现次数最多的8个,即武汉、乌鲁木齐、贵阳、天津、昆明、宁波、青岛、厦门。最后,结合国内网络盘点的全国八大绝美景区,即桂林山水,黄山云海,九寨沟瀑布,三亚海滨风光,张家界砂岩峰林地貌,丽江、大理民族特色建筑和独特民族风情,拉萨藏传佛教文化和高原风光,本文也将桂林、黄山、九寨沟、三亚、张家界、丽江、大理、拉萨列入研究范围。

**[投稿日期]**2024-09-03

**[基金项目]**河北省高等学校科学研究青年拔尖人才项目(编号: BJS2024040)

**[作者简介]**马志越(1994-),男,内蒙古通辽人,博士,讲师,研究方向:人口经济学、区域与城市经济。

综上所述,本文界定全国 26 个热门旅游城市作为研究单元,这 26 个热门旅游城市分别是北京、成都、苏州、重庆、杭州、广州、长沙、西安、南京、上海、武汉、乌鲁木齐、贵阳、天津、昆明、宁波、青岛、厦门、桂林、黄山、九寨沟、三亚、张家界、丽江、大理、拉萨。

## 2. 旅游城市综合竞争力

旅游城市综合竞争力是指一个旅游城市相对于其他竞争对象而言在旅游资源、旅游发展、旅游配置、旅游管理、旅游营销等方面的综合优势与竞争能力。旅游城市综合竞争力能够反映该城市旅游竞争力的相对优势,旅游城市综合竞争力研究对判断城市旅游发展现状和趋势、探究城市旅游发展的影响因素等有重要的理论价值与现实意义。

## (二) 指标构建

国外学者从资源、市场及影响因素等多方面研究旅游城市的竞争力,其中 Porter(1990)<sup>[6]</sup>的钻石理论模型为这一研究提供了理论基础。钻石理论认为决定一个国家某一产业竞争力的四个关键因素是生产要素、需求条件、相关产业与支持产业的表现,以及企业的战略、结构和竞争对手。在此基础上,Ritchie 等(1999)<sup>[7]</sup>将旅游目的地的吸引力、管理、组织、信息与效率五个方面作为旅游目的地竞争力的构成要素。经过进一步研究,影响旅游城市竞争力的因素被重新划分为六个方面:核心资源与景点、支持因素、目的地管理、政策与规划发展,以及影响目的地及附加值质量的要素等。国内学者<sup>[8-13]</sup>则通常将旅游城市的发展潜力视为竞争力研究的重点,从经济发展能力、基础设施与环境保障能力、旅游市场需求潜力、政府管理能力、文化发展水平、科技创新能力,以及旅游产业发展状况七个方面构建了旅游业发展潜力评价体系。

本文基于典型性、动态性、科学性、系统性和易获知性等原则,围绕热门旅游城市旅游发展现状和特性,建立旅游城市竞争力的评价指标体系,其中包括旅游资源竞争力、旅游发展竞争力、旅游配置竞争力、旅游管理竞争力、旅游营销竞争力 5 个一级指标以及在一级指标下划分的 15 个二级指标,见表 1。

### 1. 旅游资源竞争力

旅游资源竞争力由非物质文化遗产数目、4A 级及以上旅游区数目、森林覆盖率 3 个二级指标来表征。非物质文化遗产数目反映了该地区人文资源的丰富程度,代表了该地区独特的历史、文化和传统。

表 1 热门旅游城市旅游竞争力评价指标体系

一级指标	二级指标
旅游资源竞争力	非物质文化遗产数目 4A 级及以上旅游区数目
旅游发展竞争力	森林覆盖率 旅游总人次 旅游业总收入占城市 GDP 的比重 城市旅游总收入
旅游配置竞争力	星级饭店数目 旅行社数目 交通情况
旅游管理竞争力	旅游专线规划数 旅游基础设施建设投资占比 旅游投诉反馈系统
旅游营销竞争力	全网粉丝数 旅游城市互联网引擎搜索数 外汇收入占总收入比重

4A 级及以上旅游区数目是衡量一个地区旅游资源开发程度和旅游服务质量的重要指标。4A 级及以上旅游区通常具有较高的旅游价值和接待能力,能够为游客提供更为优质、舒适的旅游服务。森林覆盖率是评估该地区自然环境和生态状况的重要指标。高森林覆盖率意味着该地区拥有更优质的空气质量、更丰富的生物多样性和更健康的生态环境。

### 2. 旅游发展竞争力

旅游发展竞争力由旅游总人次、旅游业总收入占城市 GDP 的比重、城市旅游总收入 3 个二级指标来表征。旅游总人次反映了城市对游客的吸引力以及游客的满意度。旅游业总收入占城市 GDP 的比重是衡量旅游业在城市经济中地位和作用的重要指标,反映了旅游业对城市经济的贡献程度。城市旅游总收入是评估旅游发展竞争力最直接的指标之一,直接反映了城市旅游业的规模和经济实力。

### 3. 旅游配置竞争力

旅游配置竞争力即旅游服务竞争力,涵盖饮食、住宿、交通等多个方面。本文采用了星级饭店数目、旅行社数目、交通情况 3 个二级指标来表征旅游配置竞争力。其中交通情况是指根据该城市在不同时间节点下路段拥堵系数的大小判断疏通状态或拥堵状态。本文引入虚拟变量,用以反映质的属性,肯定类型取值为 1、否定类型取值为 0,即交通疏通状态为 1、拥堵状态为 0。

### 4. 旅游管理竞争力

旅游管理竞争力由旅游专线规划数、旅游基础设施建设投资占比、旅游投诉反馈系统 3 个二级指标来表征。旅游专线规划数是衡量一个地区旅游交

通便利性和旅游资源整合能力的重要指标。旅游专线规划数的多少,可以间接反映出一个地区在旅游管理方面的竞争力水平。旅游基础设施建设投资占比反映了一个地区对旅游产业发展的重视程度和投入力度。一个地区在旅游基础设施建设上的投资占比越高,说明该地区在提升旅游管理竞争力方面投入的资源越多,也预示着该地区旅游产业的发展潜力越大。旅游投诉反馈系统是衡量一个地区旅游服务质量和水平的重要指标。通过建立完善的旅游投诉反馈系统,旅游管理部门可以及时发现并解决旅游服务中存在的问题,提高游客的满意度和忠诚度。同时,旅游投诉反馈系统也有助于旅游管理部门对旅游企业和从业人员进行监管和评估,推动整个旅游产业的规范化和标准化发展。本文对旅游投诉反馈系统使用虚拟变量,将评价结果“好”与“不好”分别取值为0和1作为其判断依据。

### 5. 旅游营销竞争力

旅游营销竞争力由全网粉丝数、旅游城市互联网引擎搜索数、外汇收入占总收入比重3个二级指标来表征。全网粉丝数反映了一个城市在社交媒体和在线平台上的影响力和受众范围。随着社交媒体和在线平台的普及,全网粉丝数成为衡量一个城市旅游品牌知名度和影响力的重要指标。拥有大量粉丝的城市更容易通过社交媒体传播旅游信息,吸引更多潜在游客的关注和兴趣。旅游城市互联网引擎搜索数体现了游客对一个城市的关注度和兴趣度。当游客计划旅行时,他们往往会通过搜索引擎查找相关信息,如旅游景点、酒店、交通等相关信息。因此,旅游城市在互联网引擎上的搜索量越高,说明该城市的知名度和吸引力越大,也反映该城市旅游营销越好。外汇收入占总收入比重是衡量一个城市国际旅游市场吸引力的重要指标。外汇收入高意味着该城市吸引了大量国际游客,同时也反映了该旅游城市在国际旅游市场上的竞争力和吸引力。

### (三) 研究设计

本文的研究数据主要来源于2022年统计年鉴、统计公报,各级文旅单位官方网站统计等权威资料,确保了研究数据的科学性与严谨性。本文选用基于主成分的因子分析法对热门城市旅游竞争力进行评价与分析,并在此基础上,结合评价指标对我国26个热门旅游城市进行聚类分析。

## 二、基于主成分因子分析法的旅游城市旅游竞争力评价

本文根据因子分析法的基本原理,通过SPSS对

数据进行KMO样本测度和巴特利特球形检验,研究结果显示,KMO为0.845,Bartlett's球形度检验为0.032,这表明本文数据适合作因子分析。同时,根据相关系数矩阵,变量之间具有较强的相关性且存在信息重叠。因此,本文数据适合作因子分析并进行数据降维。本文从原始数据提取出5个主成分因子,累计方差达到89.45%,这说明提取的主成分能够充分地反映出26个热门旅游城市的旅游竞争力水平,基于主成分的因子分析方法是合理有效的<sup>[14-16]</sup>。

本文通过SPSS对标准化的数据进行降维处理,基于主成分的因子分析法,对因子采用最大方差法进行旋转,得到旋转后的解及其载荷值,并利用回归的方法得到因子得分系数矩阵,将缺失值替换为平均值,最终结果按系数大小排序,然后从原始数据中提取出5个主成分因子,并计算得出各个主成分因子的权重如表2所示。其中成分1解释了40.927%的方差,是贡献最大的主成分,成分2到成分5分别解释了18.037%、14.248%、9.05%和6.754%的方差,这5个主成分的累积贡献率达到89.016%。同时,本研究经过相关性分析表明,旅游投诉反馈系统与旅游管理竞争力及其他二级指标高度相关,根据主成分分析将该指标排除在外。以下5个主成分能够充分地反映出全国26个旅游城市的旅游竞争力水平。

F<sub>1</sub>主成分(生态文旅综合指数)体现了旅游城市在生态资源和文化旅游开发方面的竞争力,其构成主要包括4A级及以上旅游区数目、非物质文化遗产数目和森林覆盖率等高载荷指标。这些指标与旅游资源禀赋密切相关,不仅反映了旅游城市的自然景观和文化资源丰富度,也展示了城市在保护生态环境和传承文化方面所作的努力。

F<sub>2</sub>主成分(旅游公共服务指数)聚焦于旅游城市提供的公共服务质量,通过星级饭店数目、交通情况和旅行社数目等高载荷指标衡量。这些指标直接影响了游客的旅行体验和满意度,是提升城市吸引力和服务水平的关键,表征了旅游城市在提供旅游公共服务方面的竞争力。

F<sub>3</sub>主成分(旅游建设与宣传指数)关注旅游城市在旅游环境建设、规划投资及宣传推广方面的表现,主要由旅游专线规划数、旅游基础设施建设投资占比和全网粉丝数等高载荷指标构成。这些指标反映了旅游城市在旅游开发与宣传方面的成效,体现了旅游城市的开发程度和未来的发展潜力。

F<sub>4</sub>主成分(市场影响力与国际化水平指数)旨在评估旅游城市的市场影响力和国际化市场水平,主要通过城市互联网引擎搜索数、外汇收入占总收

表2 总方差解释表

成分	初始特征值		累积 (%)	提取载荷平方和			旋转载荷平方和		累积 (%)
	总计	方差 百分比		总计	方差 百分比	累积(%)	总计	方差 百分比	
1	4.750	40.927	40.927	4.750	40.927	40.927	2.900	27.711	27.711
2	2.525	18.037	58.963	2.525	25.037	58.963	2.480	17.717	45.429
3	1.995	14.248	73.211	1.995	14.248	73.211	2.106	15.046	60.475
4	1.267	9.050	82.262	1.267	9.050	82.262	2.075	14.823	75.298
5	0.946	6.754	89.016	0.946	6.754	89.016	1.920	13.717	89.016
6	0.806	2.756	91.826						
7	0.524	2.895	94.757						
8	0.405	1.744	96.501						
9	0.272	1.593	98.094						
10	0.182	0.950	99.044						
11	0.137	0.302	99.346						
12	0.114	0.216	99.562						
13	0.042	0.275	99.737						
14	0.035	0.253	100						

注:提取方法为主成分分析法。

入比重和旅游总收入等高载荷指标构成,表征了旅游城市在品牌营销和国际化建设方面的能力。

F<sub>5</sub> 主成分(旅游经济贡献指数)直接反映了旅游业对城市经济发展的贡献度,主要由旅游业总收

入占城市 GDP 的比重和旅游总人次等高载荷指标构成。这些指标直接反映了旅游城市在旅游业规模和经济效益方面的表现,衡量了旅游城市在旅游业发展上的整体规模和贡献。

表3 旋转后的成分矩阵表

旋转后的成分矩阵	成分				
	F <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	F <sub>3</sub>	F <sub>4</sub>	F <sub>5</sub>
ZSCORE:4A级及以上旅游区数目	0.863	0.171	0.010	0.071	0.113
ZSCORE:非物质文化遗产数目	0.818	0.085	0.065	0.452	0.244
ZSCORE:森林覆盖率	0.782	0.012	0.161	0.455	0.275
ZSCORE:星级饭店数目	0.139	0.867	0.156	0.237	0.087
ZSCORE:交通情况	0.121	0.852	0.044	0.121	0.313
ZSCORE:旅行社数目	0.060	0.813	0.050	0.227	0.230
ZSCORE:旅游专线规划数	0.175	0.131	0.957	0.113	0.026
ZSCORE:旅游基础设施建设投资占比	0.110	0.138	0.931	0.049	0.031
ZSCORE:全网粉丝数(万)	0.103	0.407	0.813	0.246	0.022
ZSCORE:城市互联网引擎搜索数(万)	0.073	0.001	0.167	0.916	0.111
ZSCORE:外汇收入占总收入比重	0.289	0.561	0.117	0.857	0.144
ZSCORE:旅游总收入(亿元)	0.212	0.097	0.120	0.806	0.324
ZSCORE:旅游业总收入占城市GDP的比重	0.093	0.107	0.046	0.025	0.871
ZSCORE:旅游总人次(亿)	0.207	0.065	0.057	0.154	0.850

注:提取方法为主成分分析法,旋转方法为凯撒正态化最大方差法,A 旋转在 6 次迭代后已收敛。

本文利用凯撒正态化最大方差法对主成分进行旋转,得到旋转后的主成分矩阵表 3,并在此基础上得出主成分因子得分,以及由方差贡献率占累计方差贡献率的比重作为权重值与主成分因子得分相乘并累加的值,最终得出全国 26 个热门旅游城市旅游竞争力的综合得分值和排名,结果如表 4 所示。根据主成分

因子得分可以看出,我国 26 个热门旅游城市竞争力排序由高到低的城市分别为西安、重庆、武汉、上海、苏州、南京、三亚、北京、长沙、杭州、广州、青岛、厦门、昆明、成都、宁波、天津、拉萨、桂林、黄山、丽江、张家界、大理、贵阳、九寨沟、乌鲁木齐。其中仅有西安旅游城市竞争力得分接近 50 分;旅游城市竞争力得分在 30~

35分之间由高到低排序的分别是重庆、武汉、上海;旅游城市竞争力得分在20~30分之间由高到低排序的分别是苏州、南京、三亚、北京、长沙、杭州、广州、青岛、

厦门;旅游城市竞争力得分在20~30分之间由高到低排序的分别是昆明、成都、宁波、天津、拉萨、桂林、黄山、丽江、张家界、大理、贵阳、九寨沟、乌鲁木齐。

表4 主成分因子得分及旅游城市得分表

排序	城市	F <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	F <sub>3</sub>	F <sub>4</sub>	F <sub>5</sub>	得分
1	西安	1.180	0.641	0.553	-0.753	0.164	47.707
2	重庆	0.692	1.119	-0.523	0.844	-1.246	35.554
3	武汉	0.897	1.004	-0.580	0.283	-0.191	34.073
4	上海	1.279	-0.327	0.337	-0.927	0.314	31.028
5	苏州	0.635	0.299	0.919	-0.178	0.626	28.650
6	南京	1.039	0.414	0.730	-0.298	-0.508	27.222
7	三亚	0.434	0.892	0.165	0.519	-0.814	25.486
8	北京	0.835	-0.143	1.205	-1.159	0.688	24.507
9	长沙	-0.329	0.633	0.848	0.193	-0.429	24.490
10	杭州	0.787	0.200	-0.465	0.871	-0.662	23.756
11	广州	-0.141	-0.198	1.039	-0.684	0.070	22.785
12	青岛	-0.179	0.770	0.124	0.533	-0.821	21.421
13	厦门	0.404	-0.375	0.854	-0.586	0.996	20.908
14	昆明	-0.589	-0.931	-0.197	0.375	0.756	18.698
15	成都	-0.959	0.547	-0.443	0.692	0.919	18.574
16	宁波	0.133	0.026	0.385	-0.435	0.010	18.437
17	天津	-0.480	-0.825	0.623	1.019	-0.270	17.578
18	拉萨	-0.426	-0.645	-1.086	0.002	0.739	17.430
19	桂林	-0.883	-0.715	0.411	0.436	0.387	17.392
20	黄山	0.222	-0.370	-0.098	0.002	-0.103	16.748
21	丽江	-0.668	-1.086	-0.007	0.225	0.527	16.540
22	张家界	-0.256	-0.323	-0.726	-0.104	0.287	16.225
23	大理	-1.052	-0.464	-0.779	0.119	1.117	15.451
24	贵阳	-0.879	-0.505	0.639	-0.477	-0.458	13.175
25	九寨沟	-0.918	-0.899	-0.632	-0.328	-0.609	12.737
26	乌鲁木齐	-1.021	-0.842	-0.914	-0.700	-0.176	10.787

### 三、26个热门旅游城市聚类分析及旅游收入占比

#### (一) 26个热门旅游城市聚类分析

本文基于旅游资源竞争力、旅游配置竞争力、旅游管理竞争力、旅游营销竞争力、旅游发展竞争力,对我国26个热门旅游城市主因子的得分,采用系统聚类方法<sup>[17-19]</sup>进行聚类分析。首先,将我国热门旅游城市竞争力得分变量正向化处理并将其作为聚类分析变量,标注个案方式为热门旅游城市。其次,确定谱系图1,即采用组间连接的聚类方法,各聚类之间距离采用平方欧氏距离法,得到平均连接(组间)集中计划表,并根据聚类数目图及决策树谱系图得到我国26个热门旅游城市聚类结果。根据聚类谱系图1,本文将我国26个热门旅游城市分为三大类,如表5所示。10个第一类城市分别为昆明、丽江、桂

林、拉萨、张家界、大理、成都、九寨沟、乌鲁木齐、天津;6个第二类城市分别为三亚、青岛、长沙、重庆、杭州、武汉;10个第三类城市分别为广州、宁波、贵阳、黄山、西安、南京、北京、厦门、苏州、上海。

本文根据因子分析得出前三个主成分的方差贡献率达到了76.457%,因此本文对26个热门旅游城市三组分类着重分析了F<sub>1</sub>主成分(生态文旅综合指数)、F<sub>2</sub>主成分(旅游公共服务指数)、F<sub>3</sub>主成分(旅游建设与宣传指数),并通过将因子变量正向化求得各分类3个主因子的平均得分。

由此可知,第一类旅游城市为昆明、丽江、桂林、拉萨、张家界、大理、成都、九寨沟、乌鲁木齐、天津。这些城市在F<sub>1</sub>和F<sub>2</sub>指标上表现较好,其中第一主因子平均得分为0.725,第二主因子平均得分0.728。这说明该类旅游城市旅游公共服务竞争力与生态文旅综合竞争力较强,旅游建设与宣传竞争力稍有欠缺。

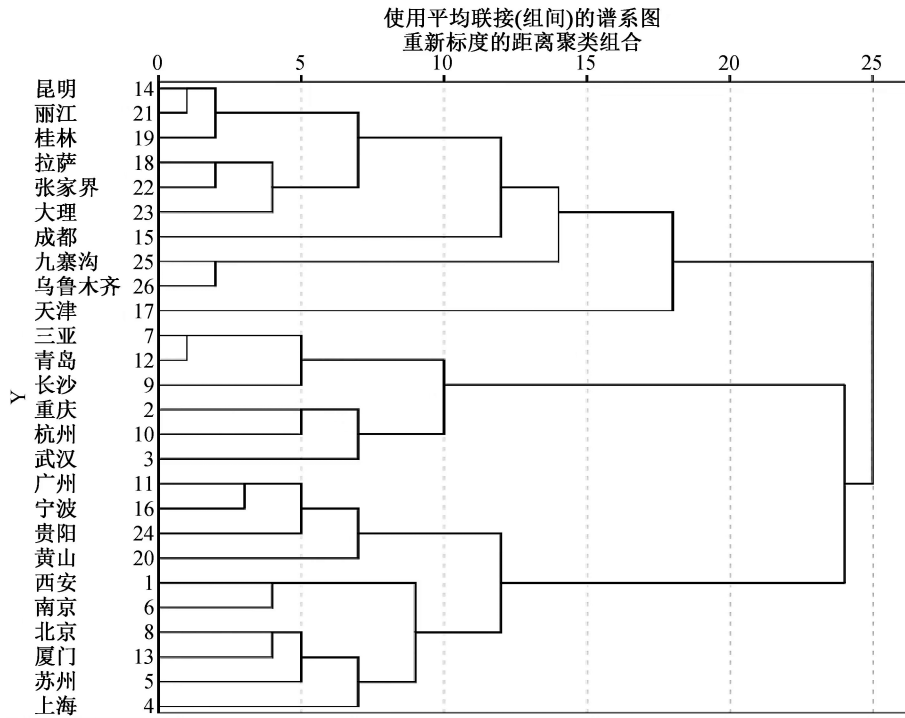


图1 26个热门旅游城市聚类谱系图

表5 26个热门旅游城市聚类结果

类别	旅游城市
第一类	昆明、丽江、桂林、拉萨、张家界、大理、成都、九寨沟、乌鲁木齐、天津
第二类	三亚、青岛、长沙、重庆、杭州、武汉
第三类	广州、宁波、贵阳、黄山、西安、南京、北京、厦门、苏州、上海

表6 各分类各主因子平均得分结果

类别	第一主因子 平均得分	第二主因子 平均得分	第三主因子 平均得分
第一聚类	0.725	0.728	0.582
第二聚类	0.553	0.770	0.451
第三聚类	0.675	0.329	0.676

第二类旅游城市为三亚、青岛、长沙、重庆、杭州、武汉。这些城市在  $F_2$  指标上表现较好,平均得分为 0.770。这说明该类旅游城市旅游公共服务竞争力较强,而生态文旅综合竞争力和旅游建设与宣传竞争力稍有欠缺。第三类旅游城市为广州、宁波、贵阳、黄山、西安、南京、北京、厦门、苏州、上海。这些城市在  $F_1$  和  $F_3$  指标上表现较好,其第一主因子和第三主因子平均得分分别为 0.675 与 0.676。这说明该类旅游城市生态文旅综合竞争力和旅游建设与宣传竞争力较强,而旅游公共服务竞争力较弱。从聚类城市来看,第一聚类城市与第二聚类城市旅游公共服务竞争力较强,第三聚类城市旅游建设与宣

传竞争力较强。从旅游竞争力分类来看,生态文旅综合竞争力最强的是第一聚类城市,旅游公共服务竞争力最强的是第二聚类城市,旅游建设与宣传竞争力最强的是第三聚类城市。总的来看,从三个聚类来看,旅游城市竞争力的侧重各有不同,同时各聚类城市的分因素竞争力仍有较大的改善与发展空间。

### (二)26个热门旅游城市旅游收入占比分析

随着文旅融合发展,各地大力发展旅游业以提升城市经济活力。未来,旅游业占城市 GDP 比重有望进一步提升,特别是在旅游资源丰富的城市。本文研究了 26 个热门旅游城市的旅游总收入占城市 GDP 的比重,这些城市在中国旅游业中扮演着重要角色,且地理分布具有广泛的代表性。

全国热门旅游城市旅游业总收入占城市 GDP 的比重从最低的 3%(三亚)到最高的 20%(黄山)不等。本文将热门旅游城市旅游总收入占城市 GDP 比重按从低到高排序后表明,中位数(第 12 位)是 6%。显示出各地旅游业发展及其经济发展水平存在显著差异。由表 7 可知,占比最高的是黄山(20%),最低的是三亚(3%),从占比数据来看,分布较为分散,没有呈现明显的正态分布或偏态分布特征,这表明各城市旅游业发展水平的差异性较大。从地域上看,东部沿海与西北内陆旅游城市在旅游业占比上并未表现出明显的规律性差异。同时,各城市旅游业总收入占城市 GDP 的比重,反映了各个

热门旅游城市在旅游业发展上的不同水平和特点。对于发展旅游导向型经济体或旅游依赖的城市来说,相关部门应继续加强旅游基础设施建设、提升旅游服务质量、推动旅游产业升级,以更好地发挥旅游业对经济的带动作用。

表7 全国热门旅游城市旅游总收入占城市 GDP 比重

旅游城市	占比(%)	旅游城市	占比(%)
重庆	3.70	苏州	5.00
上海	7.20	青岛	6.00
北京	6.90	厦门	4.50
武汉	5.50	丽江	3.50
西安	7.00	大理	4.00
成都	6.50	三亚	3.00
广州	6.00	长沙	5.20
贵阳	5.00	桂林	4.80
天津	5.80	张家界	10.00
杭州	6.20	黄山	20.00
昆明	5.00	九寨沟	8.00
南京	5.50	拉萨	5.00
宁波	4.80	乌鲁木齐	7.00

数据来源:2022年城市统计年鉴及统计公报,旅游总收入占GDP比重自行计算。

## 四、研究结论及政策建议

### (一) 研究结论

基于主成分的因子分析,本文得到了全国26个热门旅游城市旅游竞争力的综合得分及排名。旅游竞争力大小排序的城市依次为西安、重庆、武汉、上海、苏州、南京、三亚、北京、长沙、杭州、广州、青岛、厦门、昆明、成都、宁波、天津、拉萨、桂林、黄山、丽江、张家界、大理、贵阳、九寨沟、乌鲁木齐。

本文在因子分析聚类下,得到26个热门旅游城市的聚类分析,主要可分为三个聚类。聚类一包含10个城市,分别为昆明、丽江、桂林、拉萨、张家界、大理、成都、九寨沟、乌鲁木齐、天津。该聚类城市具有较强的旅游公共服务竞争力与生态文旅综合竞争力,但是旅游建设与宣传竞争力稍有欠缺。聚类二包含6个城市,分别为三亚、青岛、长沙、重庆、杭州、武汉。该聚类具有一定的旅游公共服务竞争力,但是缺乏生态文旅综合竞争力和旅游建设与宣传竞争力。聚类三包含10个城市,分别为广州、宁波、贵阳、黄山、西安、南京、北京、厦门、苏州、上海,该聚类具有较强的旅游建设与宣传竞争力和生态文旅综合竞争力,但是旅游公共服务竞争力较为欠缺。总体上看,生态文旅综合竞争力最强的是第一聚类城市,旅游公共服务竞争力最强的是第二聚类城市,旅游

建设与宣传竞争力最强的是第三聚类城市。其中,第一聚类的旅游城市综合竞争力最高。

### (二) 政策建议

本文通过因子分析和聚类分析为评估旅游城市竞争力提供了深入的研究。通过主成分分析,本研究能够清晰识别不同城市的竞争力来源,并根据聚类结果制定针对性的发展策略,以提升整体旅游竞争力。据此,本文提出以下政策建议。

一是要挖掘与传承城市文化精髓,塑造独特旅游形象。抓旅游就是抓经济、抓产业、抓经济结构调整;抓旅游就是抓文化、抓精神文明建设、抓可持续发展;抓旅游就是抓城市知名度、美誉度。旅游业发展要以全要素理念为核心,通过系统性地挖掘和活化城市的文化遗产,如历史建筑、非物质文化遗产等,结合现代文化设施建设与文化空间创新开发,构建具有鲜明地域特色的文化旅游体系。此外,相关管理部门应积极探索文化旅游融合发展新路径,将城市的历史、文化、自然景观等多元元素有机融合,因地制宜地设计和推广特色旅游项目,以此塑造独特的城市旅游形象,增强其生态文旅综合竞争力。

二是优化城市旅游管理体系应重视城市空间的系统化规划与管理,遵循休闲城市、旅游城市的高标准要求,持续优化城市基础设施和服务体系,其中包括改善城市休闲环境、丰富休闲业态、激活休闲生活方式、完善城市空间布局等措施,以此促进资源的多元化利用、提高居民的休闲生活品质;同时,优化城市旅游管理体系应借助信息技术手段,开发智能旅游应用程序,实现智慧化旅游服务,运用大数据技术进行在线声誉监测,实施精细化管理,从而不断提升公共服务的质量与效率,增强旅游公共服务竞争力。

三是构建旅游专项基金,强化区域合作机制。构建旅游专项基金,强化区域合作机制应设立专项旅游发展基金用于支持旅游项目的策划与实施、旅游服务质量的提升、从业人员的专业培训等;构建旅游专项基金,强化区域合作机制应积极建立并深化区域间的旅游合作关系,实现资源共享、市场共拓、品牌共建;通过联合开发跨区域旅游线路,组织形式多样的文化交流活动,共同打造具有国际影响力的旅游品牌<sup>[20]</sup>;构建旅游专项基金,强化区域合作机制应利用多媒体技术和社交媒体平台,加大城市品牌形象的宣传力度,推出富有创意的营销策略,进一步扩大城市旅游的知名度和影响力,增强旅游建设与宣传竞争力。

## 参考文献

- [1] 郑海鸥. 行进在建设旅游强国之路上[N]. 人民日报, 2024-05-17(04).
- [2] 刘成昆, 陈致远. 粤港澳大湾区城市旅游竞争力的实证研究[J]. 经济问题探索, 2019, (2): 88-94.
- [3] 王聪, 李晓东, 孔令章, 等. 兰新高铁沿线城市旅游竞争力及空间发展策略研究[J]. 西北师范大学学报(自然科学版), 2021, 57(5): 33-39.
- [4] 邓绍鸿, 李悦铮, 江海旭. 京杭大运河沿线主要城市旅游竞争力研究[J]. 资源开发与市场, 2014, 30(5): 637-640.
- [5] 董志文, 李龙芹. 中国滨海城市海洋旅游竞争力测度与评价研究[J]. 海南大学学报(人文社会科学版), 2022, 40(4): 94-104.
- [6] PORTER M. The competitive advantage of nations[M]. New York: The Free Press, 1990: 175.
- [7] RITCHIE J R, COUCH G I. Tourism competitiveness and social prosperity[J]. Journal of Business Research, 1999, (44): 37-52.
- [8] 杨莎莎, 魏旭, 魏雪纯. 中国城市群旅游产业竞争力爬升规律的定量模拟与验证[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2024, 30(1): 18-32.
- [9] 陈岩英. 新时代旅游城市的高质量发展: 内涵与路径[J]. 旅游学刊, 2022, 37(2): 12-13.
- [10] 瞿华, 刘荣荣. 区域旅游竞争力评价与空间格局演化研究——以广东省 21 个地市为例[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2020, 26(4): 38-53.
- [11] 周玄德, 窦文章, 梁滨, 等. 城市旅游竞争力模型构建及计量分析——以江苏省 13 市为例[J]. 数学的实践与认识, 2020, 50(3): 60-68.
- [12] 韦福巍, 黄荣娟, 时朋飞. 珠江—西江经济带建设背景下广东与广西区域城市旅游竞争格局研究[J]. 西北师范大学学报(自然科学版), 2018, 54(4): 122-128.
- [13] 方法林, 尹立杰, 张郴. 城市旅游综合竞争力评价模型构建与实证研究——以长三角地区 16 个城市为例[J]. 地域研究与开发, 2013, 32(1): 92-97.
- [14] 冯明芬, 张晓梅. 加权因子分析法森林公园旅游产业竞争力评价研究[J]. 林业经济问题, 2022, 42(6): 641-649.
- [15] 卫劭华. 基于因子分析的区域城市竞争力比较研究: 来自湖北省内 12 个地级市的经验证据[J]. 现代城市研究, 2021, 36(12): 82-87.
- [16] 郭艳俊, 杨林娟, 柴洪, 等. 基于因子分析法的河西走廊五市旅游竞争力分析[J]. 中国沙漠, 2021, 41(5): 238-241.
- [17] 张涛. 旅游目的地竞争力主成分和聚类分析[J]. 统计与决策, 2019, 35(10): 107-110.
- [18] 王俊, 王琪延. 中国地级及以上城市旅游竞争力评价研究[J]. 经济问题探索, 2010, (2): 132-137.
- [19] 范红艳, 李燕. 河南省城市旅游竞争力研究[J]. 河南大学学报(自然科学版), 2009, 39(5): 488-493.
- [20] 祝晔. 城市旅游竞争力空间格局及形成机理研究——以江苏省为例[J]. 技术经济与管理研究, 2016, (12): 121-126.

[责任编辑 李新]

## Research on the Comprehensive Competitiveness Evaluation of Popular Tourist Cities in China Under the Background of Integrated Development of Culture and Tourism

MA Zhiyue, LIU Qingyi

(School of Management Engineering and Business, Hebei University of Engineering, Handan, Hebei 056038, China)

**Abstract:** China has abundant tourism resources, and the cultural and tourism industry has gradually become an emerging strategic pillar industry. The development of tourism is crucial for China's economic growth, and tourist cities are important spatial carriers for promoting economic growth through the development of the tourism industry. Based on the factor analysis of the principal component, this article constructs a competitiveness index system for popular tourist cities in China, and obtains the evaluation results of the competitiveness of these cities. Besides, cluster analysis is conducted simultaneously. The results indicate that the comprehensive competitiveness of tourist cities in China is constituted by the following aspects, namely, tourism resources, tourism development, tourism facilities, tourism management, and tourism marketing. Also, through principal component analysis, it is possible to clearly identify the sources of competitiveness of different tourist cities and develop targeted development strategies based on clustering results, thus enhancing the competitiveness of popular tourist cities in China.

**Key Words:** tourist cities; competitiveness; factor analysis; principal components