

粤港澳大湾区旅游企业创新 评价体系与模型检验

吴开军

(广东财经大学地理与旅游学院,广东 广州 510320)

摘要:旅游业是“创新驱动促进产业转型升级”的现代服务业的支柱产业之一,在推动区域产业升级中作用巨大。通过层次分析、问卷调查、专家讨论等方法,以粤港澳大湾区147家旅游企业数据为样本,从“管理-产品-营销-服务”视角,我们可构建一个包含4项一级指标、16项二级指标的旅游企业创新能力评价指标体系;并从“景区、酒店、旅行社、旅游电子商务企业、旅游产品和设备供应企业”获得相应二级指标的行业系数,和二级指标权重一起,运用线性加权综合法构建评价模型来对旅游企业创新能力进行检验。研究发现粤港澳大湾区旅游企业的创新能力水平普遍较高,香港、澳门、广州、深圳的旅游企业创新能力表现更好,深圳和广州尤其突出;细分行业创新能力强弱依次是“旅游产品和设备供应企业、景区、旅行社、酒店、旅游电子商务企业”,旅游企业的五个细分行业旅游创新能力差别较大,景区、旅游产品和设备供应企业是旅游创新的主力,香港在景区上表现最突出,澳门在酒店上表现最突出,中山在旅游产品和设备供应企业上表现较好。

关键词:粤港澳大湾区;旅游企业创新能力;评价指标体系;评价模型

中图分类号:F 59

文献标识码:A

文章编号:1000-260X(2019)04-0071-09

一、引言

旅游企业的创新能力研究一直以来都是国内外学者研究的热点之一。国内外研究主要集中在以下几个方面:

第一,旅游企业创新的特性、内涵和分类,它是区别旅游创新与其它创新的特质。Marta认为旅游创新的特性包括四点:旅游创新趋向以顾客活动为导向;信息技术在旅游创新中地位重要,但由于其易模仿性高,搭便车现象严重;人力资本是旅

游创新的关键因素;组织创新是旅游创新主要形式之一,也是激励因素之一^[1]。在旅游创新的内涵方面,主要有两种观点,一种认为熊彼特创新概念中所说的“开发新产品或改进现有产品、引进新生产工艺、开拓新市场、获得原料新来源、结构重组”五种基本形式可以涵盖旅游业的创新活动^[2](P467);另一种是借用“服务创新”的内涵把旅游创新概念扩大化^[3](P552)。旅游创新依据不同的划分标准,类型也不同,根据熊彼特式创新可分为产品和服务创新、过程创新、组织和管理创新、制度创新;根据创

收稿日期:2019-05-16

基金项目:国家社会科学基金项目“粤港澳大湾区旅游业高质量协同供给体系研究”(18BJY197);广东省自然科学基金项目“‘一带一路’背景下粤港澳大湾区旅游业品牌共建系统构建及影响因素研究”(2018A030313553);广东省哲学社会科学基金项目“‘一带一路’战略背景下粤港澳大湾区旅游业竞争优势提升路径及效应研究”(GD17XGL46)

作者简介:吴开军,旅游管理博士,广东财经大学地理与旅游学院副教授,硕士生导师,主要从事旅游企业战略管理、旅游市场营销研究。

新程度及影响可分为根本性创新和渐进性创新;根据创新来源及动力可分为技术推动型和需求拉动型;根据知识和产业链可分为规律型创新、利己型创新、革命型创新和结构型创新^{[2](P468)};从环境角度把旅游创新分为产品创新、传统的程序创新、信息处理过程创新、管理创新与组织创新^[4];多数学者都认为旅游创新可分为产品/服务创新、市场创新、管理创新、过程创新和制度创新^[5]。

第二,旅游企业创新的驱动因素和影响因素。研究认为,企业家^{[6][7]}、技术^[8]、创新系统(旅游企业所处的社会网络和系统承载的某种力量等)^[9]是旅游创新的驱动因素。企业规模、企业管理模式、人力资本和企业家精神、制度与政策、企业合作与集聚、市场需求等是旅游创新的影响因素^[5]。

第三,旅游企业创新的过程。研究主要集中在三方面:对创新知识获取行为的识别研究^[10]、对创新过程的因果机制研究^{[11][12]}、对旅游企业开展创新活动的特殊性与复杂性问题的研究^{[13](P48)}。在旅游创新的知识来源上,Hjalager将创新的主要外部知识来源分为业务、技术、基础设施和法规制度四种类型,后又从嵌入性知识、基于竞争与资源能力形成的知识、本地化知识、基于研究形成的知识四个方面对创新知识来源进行分类^{[2](P468)}^[14]。Cooper将旅游企业创新的知识分为内部(资深的管理人员和工作人员)和外部(客户、供应商、竞争对手、大学)来源^{[13](P49)}。Shaw和Williams将创新知识来源分为直接性的(外商直接投资、特许经营、规章制度、管理培训)和间接性的(日常观察、专业或行业性刊物、行业协会、专业研讨会)两类^[15]。

第四,旅游企业创新模式和绩效评价。旅游创新可以借助于服务创新的成果从新服务概念、新顾客界面、新传递系统和技术四方面构建四维度模型^[16]。Camison等从旅游产品创新、服务创新、市场创新、管理创新方面研究了旅游创新评价的指标,为旅游创新的评价奠定了基础^[7]。Krizaj从产品创新、过程创新、市场创新角度构建了旅游企业创新指标体系^[18]。而酒店服务业的价值评价体系可以从顾客价值、酒店基础资源、外部环境的影响三方面构建评价指标体系^[19]。

旅游业作为我国“创新驱动促进产业转型升级

级”的现代服务业的支柱产业之一,从2015年起,对GDP的贡献已超过10%。《十三五旅游业发展规划》(2016)指出未来五年旅游业以转型升级、提质增效为主题,指出十三五期间旅游业要落实“创新驱动、协调推进、绿色发展、开放合作、共享共建”五项任务,在创新方面要突出“理念创新、产品创新、业态创新、市场主体创新、技术创新”等。通过旅游业创新驱动,加快区域旅游经济转变发展方式,推动旅游产业结构优化升级,提升旅游企业核心竞争力,已成为我国旅游业发展的主要课题。基于此,通过文献综述、专家讨论、问卷调查、层次分析法等方法,以粤港澳大湾区147家旅游企业数据为样本,从“管理-产品-营销-服务”视角,本研究构建了一个包含4项一级指标、16项二级指标的旅游企业创新能力评价指标体系和评价模型来对旅游企业创新能力进行检验,并用粤港澳大湾区30家旅游企业对模型进行试验证,从而为旅游企业通过创新提升企业核心竞争力提供参考经验。

二、旅游企业创新能力 评价体系构建

对旅游企业创新的评价是检验旅游企业创新绩效的有效方式,旅游企业创新评价指标的选择是关键,而旅游企业创新的指标选择来源于对旅游企业创新内涵的解读、对旅游企业创新内容的剖析、对旅游活动过程的分解、对旅游企业创新方法和路径的梳理等的综合分析,基于此,本文采用Drejer I^{[3](P558)}对服务业创新的分类体系以及Hjalager A M^{[2](P469)}和Hjalager A M^[14]对旅游企业创新的分类,构建了“管理创新——产品创新——营销创新——服务创新”的分析体系,以求构建客观性、可操作性的旅游企业创新能力评价指标体系。

(一)旅游企业创新能力评价备选指标选取

本文对服务业创新能力评价、旅游企业创新能力评价等国内外文献进行了梳理和研究,从中选出旅游企业创新能力评价的备选指标。

基于管理创新、产品创新、营销创新、服务创新四个方面,本研究获取了19个旅游企业创新能

力评价体系备选指标,它们是“管理战略创新、管理观念创新、组织创新、方法和手段创新、制度创新、环境创新、安全创新、旅游资源创新、旅游投融资创新、产品技术创新、产品研发投入创新、营销理念创新、旅游形象创新、营销手段创新、营销渠道创新、经营模式创新、服务过程创新、信息化平台创新、运营能力创新”^①。

(二)基于专家评审的备选指标筛选

本研究邀请了旅游业领域的专家9人组成专家小组,对表1中的19项备选指标进行甄别和打分,其中专家3人来自于高校(旅游专业教授)、4人来自于不同旅游企业(高管)、2人来自于旅游局(公务员)。对19项备选指标专家组成员主要有两项内容进行评判,一是甄别该指标是否要保留,所以有“保留、改进后保留、取消”三个选择,并对每一项指标保留或改进提出自己的建议,最后小组讨论;二是对每一项进行打分,评判其内容效度,单个指标的内容效度指数为:

$$CVR=(N_e-N/2)/(N/2) \quad (1)^{[20]}$$

其中 N_e 是建议保留的人数, N 为总人数9人, CVR 的值在-1和1之间,如果值为正数则保留,负数则取消;值越大,越应保留;反之,越应取消(详见表1)。

在文献梳理、专家小组评判的基础上,本研究确定了4项一级指标、16项二级指标及指标解释和具体操作,其中用 F_i 代表四大类旅游企业创新能力评价一级指标, X_{ij} 代表16项二级指标(如表2)。

(三)基于AHP方法的指标权重的确定

对指标权重的确定,首先是采用专家打分,通过层次分析法,即AHP方法来获得旅游企业创新能力评价指标体系中的各项指标权重,专家的选择标准是在旅游领域有较高的理论知识和实践经验的较高层次人才,主要来源于高校的旅游专业教师和旅游企业的高级管理人员。本研究在2018年5月向高校旅游专业教师发放了电子问卷52份、向粤港澳大湾区旅游企业高层管理人员发放了电子问卷78份(同一家企业只发一份,不重复发放),共130份问卷,在专家对指标权重打分时,需要他们

判断:“如果要对旅游企业创新能力做评价,你觉得以下4项一级指标、16项二级指标的重要程度如何,请排序”,被问卷者按1-9的标度进行赋值,用 a_{ij} 表示第 i 个指标相对于第 j 个指标的比较结果,从而构造出判断矩阵。2018年6月我们回收了高校旅游专业教师有效问卷50份、粤港澳大湾区旅游企业高层管理人员有效问卷72份,共122份,回收率达到93.8%。

然后本研究运用Yaahp10.3层次分析软件进行分析,首先在Yaahp10.3层次分析软件中构建4项一级指标、16项二级指标的层次结构模型;其次对122份专家的权重的判断数据进行一致性检验;再次通过群决策分别计算每个专家的判断矩阵;最后对判断矩阵进行加权几何平均的方式,得到最终的判断矩阵,从而也得到了各指标的权重(如表3)。

表1 旅游企业创新能力评价备选指标的专家评判结果

序号	指标名称	得分	专家意见	结果
1	管理战略创新	0.90	战略对于企业来说很重要,可以从旅游企业管理人员对旅游创新管理战略的重视程度及企业员工的执行程度方面考虑	保留
2	管理观念创新	0.72	旅游企业管理人员和员工从理念和观念上充分认识旅游业重要性的程度和广度,但在制度上可能会和制度创新有重叠	改进保留
3	组织创新	0.60	旅游企业组织要素的增减,组织形式和结构发生新的变化,但在制度上可能会和制度创新有重叠	改进保留
4	方法和手段创新	-0.86	与信息化平台创新有重叠,部分内容纳入信息化平台创新中	取消
5	制度创新	0.91	旅游企业组织、运营、管理等一系列行为的规范和模式的更新、创建	保留
6	环境创新	0.89	应从人才环境和外部合作环境两方面考量	保留
7	安全创新	-0.61	旅游企业运行过程中的安全相关要素可归入制度创新中	取消
8	旅游资源创新	0.92	旅游企业对原有旅游资源的改进、新旅游资源的创造、开发以及引进	保留
9	旅游投融资创新	0.37	旅游项目资金的投资或融资渠道和方法的创新	保留
10	产品技术创新	0.53	由新技术在旅游领域中运用所引发的创新	保留
11	产品研发投入创新	0.83	旅游企业实际投入旧产品的升级和新产品的开发金额以及研发人员的结构和经验等	保留
12	营销理念创新	-0.12	如今各旅游企业营销理念差别不大,难以评判	取消
13	旅游形象创新	0.71	对原有形象体系的改进和提升	保留
14	营销手段创新	0.68	对现有营销手段的改进或增加新的营销手段	保留
15	营销渠道创新	0.51	在传统媒体和新媒体上进行旅游产品推广情况	保留
16	经营模式创新	0.62	经营模式多种,要注意区分	保留
17	服务过程创新	0.48	服务流程改善,细节的提升等	保留
18	信息化平台创新	0.86	旅游门户网站和旅游企业信息化业务系统提供服务的便捷性	保留
19	运营能力创新	0.88	旅游企业人力资源运用效率,生产资料运营效率改善情况和市场拓展能力	保留

表2 旅游企业创新能力评价指标体系

目标层	一级指标	二级指标	指标解释	具体操作	
旅游企业创新能力评价指标体系	管理创新 (F1)	X ₁₁ 管理战略创新	对旅游创新管理战略的重视程度和执行程度	1.企业高层重视旅游创新,熟悉旅游开发过程;2.企业有明确的旅游创新战略;3.有支持战略执行的完善制度和章程,并遵照实施	
		X ₁₂ 管理观念创新	从理念和观念上充分认识旅游业重要性的程度和广度	1.树立大旅游产业观 2.危机管理观 3.可持续发展观	
		X ₁₃ 组织创新	旅游企业组织要素的增减,组织形式和结构发生新的变化	1.组织架构的调整或变更 2.增减新部门	
		X ₁₄ 制度创新	旅游企业组织、运营、管理等一系列行为的规范和模式的更新、创建	1.旅游企业相关管理制度的更新、建立;2.旅游企业诚信制度;3.旅游企业内(外)部协作制度;4.安保制度和危机管理制度	
		X ₁₅ 环境创新	人才(员工素质、人才储备、员工流动、培训等)外部合作(高校科研院所、同行)	1.员工素质:总人数,其中大专、本科、研究生人数占比;2.旅游管理专业人数占比;3.旅游人才招聘:招聘方式(网络、人才市场、毕业生招聘专场)、招聘人数、大规模招聘次数等;3.人才培训:人才培训频次及培训费用;4.员工流失程度:员工流失率;5.高校科研院所合作支持;6.同行或跨行协作发展或战略联盟	
		产品创新 (F2)	X ₂₁ 旅游资源创新	对原有旅游资源的改进、新旅游资源的创造、开发以及引进	1.现有旅游项目的升级改造;2.具有自主知识产权的新旅游项目的开发建设;3.引进新的旅游项目
			X ₂₂ 旅游投融资创新	旅游项目资金的投资或融资渠道和方法的创新	1.期权合约;2.资产证券化;3.PPP融资模式;4.旅游产业基金;5.旅游风险投资
			X ₂₃ 产品技术创新	由新技术在旅游领域中运用所引发的创新	1.虚拟旅游 2.VR技术
			X ₂₄ 产品研发投入	实际投入旧产品的升级和新产品的开发金额以及研发人员的结构和经验	1.对旧产品升级改造的投入 2.对新产品的开发投入 3.旅游产品开发人员学历结构 4.三年以上旅游产品开发人员占比
		营销创新 (F3)	X ₃₁ 旅游形象创新	对原有形象体系的改进和提升	1.形象识别系统;2.品牌、品牌体系、品牌细分、品牌经营持续性、品牌知名度
	X ₃₂ 营销手段创新		对现有营销手段的改进或增加新的营销手段	1.体验营销;2.会员营销;3.差异营销;4.直销;5.整合营销;6.联合营销;7.事件(节庆)营销;8.促销手段	
	X ₃₃ 营销渠道创新		在传统媒体和新媒体上进行产品推广情况	1.传统媒体推广:广播推广、电视推广、公共设施如公交站和地铁站宣传海报、报纸推广;2.新媒体推广:官网推广、主流旅游平台推广、微博推广、微信推广、自媒体平台推广	
	服务创新 (F4)	X ₄₁ 经营模式创新	采用新的经营方式和方法	1.单一化经营模式 2.多元化经营模式	
		X ₄₂ 服务过程创新	旅游服务提供过程(运营设计与工作流程)的改进或重构	1.旅游服务提供过程(运营设计与工作流程)的改进 2.旅游服务提供过程(运营设计与工作流程)的重构	
		X ₄₃ 信息化平台创新	旅游门户网站和旅游企业信息化业务系统提供服务的便捷性	1.旅游门户网站:网站特色、信息质量、互动功能、更新速度 2.企业信息化业务系统:旅行社管理系统、景区管理系统、酒店管理系统、票务管理系统	
		X ₄₄ 运营能力创新	旅游企业人力资源运用效率、生产资料运营效率改善情况和市场拓展能力	1.人力资源运营劳动效率:劳动效率=营业收入或净产值/平均职工人数 2.生产资料运营效率:资产的周转速度、资产运行状况、资产管理水平等; 总资产周转率(周转次数)=营业收入/平均资产总额,其中平均资产总额=(资产总额年初数+资产总额年末数)/2; 总资产周转期(周转天数)=平均资产总额 X360/营业收入;	

表3 旅游企业创新能力评价指标权重

一级指标及权重	二级指标及权重	一级指标及权重	二级指标及权重
管理创新 (F ₁) (0.32)	X ₁₁ 管理战略创新(0.064)	营销创新 (F ₃) (0.23)	X ₃₁ 旅游形象创新(0.079)
	X ₁₂ 管理观念创新(0.052)		X ₃₂ 营销手段创新(0.080)
	X ₁₃ 组织创新(0.067)		X ₃₃ 营销渠道创新(0.071)
	X ₁₄ 制度创新(0.072)		
	X ₁₅ 环境创新(0.065)		
产品创新 (F ₂) (0.29)	X ₂₁ 旅游资源创新(0.062)	服务创新 (F ₄) (0.16)	X ₄₁ 经营模式创新(0.021)
	X ₂₂ 旅游投融资创新(0.071)		X ₄₂ 服务过程创新(0.027)
	X ₂₃ 产品技术创新(0.059)		X ₄₃ 信息化平台创新(0.055)
	X ₂₄ 产品研发投入(0.098)		X ₄₄ 运营能力创新(0.057)

注:标度类型:1-9;群决策——专家数据集结方法:各专家排序向量加权几何平均。

三、旅游企业评价指标体系细分行业系数的确定

旅游企业细分行业较多,在创新能力上存在着较大的差别,我们有必要确定旅游业细分行业相应指标的创新系数,以使用该系数和指标权重一起来判断旅游企业的创新效用。本研究把旅游企业行业细分为“景区、酒店、旅行社、旅游电子商务企业、旅游产品和设备供应企业(包括旅游规划院、温泉设备供应商、游乐设备供应商、旅游软件供应商、景区建设商等)”五类,并选择粤港澳大湾区旅游企业作为研究对象。这是因为粤港澳大湾区旅游业处于全国前列,经过多年的发展,培育了一大批在行业内领先的旅游企业,在双创时代也涌现了一大批细分市场的旅游企业,因此选取粤港澳大湾区的旅游企业对该指标体系进行试应用是最为理想的对象。

(一)样本来源和构成

本研究第一次向粤港澳大湾区旅游企业高层管理人员发放电子问卷 78 份,回收有效问卷 72 份基础上,于 2018 年 8 月再向粤港澳大湾区其它旅游企业高层管理人员发放电子问卷 80 份(同一家企业只发一份,不重复发放),回收有效问卷 75 份,两次共发放问卷 158 份,回收有效问卷 147 份,回收有效率达到 93%。在 147 份有效问卷中,来自景区的有 43 份、酒店的有 37 份、旅行社的有

30份、旅游电子商务企业的有18份、旅游产品和设备供应企业的有19份。

(二) 指标体系细分行业系数的确定

为了确定旅游业细分行业创新系数,本研究再次邀请了筛选备选指标时的9位专家组成讨论小组,开展第二轮座谈。根据两轮对粤港澳大湾区158家旅游企业的问卷调查数据,对有效的147份问卷中统计出的数据进行讨论,通过讨论行业数据均值、总体数据均值、偏差,认真考量表1中的16项二级指标在旅游业五个细分行业上的差异,并进行适当的调整,最终确定旅游业细分行业评价体系中各二级指标的行业系数,行业系数的取值范围在0-1之间(如表4)。旅游企业创新能力评价指标体系细分行业系数只作为评价旅游企业创新能力时结合权重一起使用。

表4 旅游企业创新能力评价指标体系行业系数

一级指标	二级指标	酒店	景区	旅行社	旅游电子商务企业	旅游产品和服务供应企业
管理创新 (F ₁)	X ₁₁ 管理战略创新	0.90	0.93	0.92	0.98	0.94
	X ₁₂ 管理观念创新	0.91	0.92	0.91	0.90	0.92
	X ₁₃ 组织创新	0.72	0.70	0.70	0.68	0.77
	X ₁₄ 制度创新	0.91	0.89	0.90	0.86	0.88
	X ₁₅ 环境创新	0.74	0.68	0.71	0.76	0.73
产品创新 (F ₂)	X ₂₁ 旅游资源创新	0.46	0.89	0.51	0.41	0.45
	X ₂₂ 旅游投融资创新	0.80	0.82	0.63	0.62	0.61
	X ₂₃ 产品技术创新	0.65	0.90	0.75	0.82	0.81
	X ₂₄ 产品研发投入	0.85	0.92	0.88	0.89	0.81
营销创新 (F ₃)	X ₃₁ 旅游形象创新	0.91	0.92	0.90	0.89	0.87
	X ₃₂ 营销手段创新	0.90	0.92	0.91	0.83	0.82
	X ₃₃ 营销渠道创新	0.92	0.93	0.94	0.90	0.88
服务创新 (F ₄)	X ₄₁ 经营模式创新	0.90	0.82	0.80	0.85	0.80
	X ₄₂ 服务过程创新	0.83	0.87	0.81	0.78	0.77
	X ₄₃ 信息化平台创新	0.91	0.91	0.91	0.89	0.86
	X ₄₄ 运营能力创新	0.65	0.63	0.66	0.70	0.69

四、基于粤港澳大湾区旅游企业的模型检验

(一) 试应用企业的选取

在旅游企业创新能力评价指标体系构建及权重和细分行业系数确定后,也在二次问卷调查获

得相应旅游企业数据的基础上,依据以下原则选取部分旅游企业进行试检验:(1)试检验企业总数的确定:分别从147份有效问卷企业中,选取其1/5共约30家旅游企业对指标体系进行试应用;(2)旅游企业细分行业数的选取:分别随机抽取各细分行业有效问卷中的1/5作为试检验企业,抽取景区9家、酒店7家(为了增加可比性,全部选择甲级高价或5星级酒店)、旅行社6家、旅游电子商务企业4家、旅游产品和设备供应企业4家进行试检验;(3)旅游企业区域平衡:在区域平衡上按“港澳、深莞惠、广佛肇、珠中江”在旅游企业细分行业数选取的基础上进行相对的平衡,比如在旅游企业细分行业数选取中没有随机抽取到某区域的企业,需再就某一细分行业的某一区域进行二次抽取,除非该区域没有某类细分行业的数据。

(二) 评价模型

本研究对旅游企业创新能力评价指标体系构建了4项一级指标、16项二级指标,并确定了细分行业系数,通过线性加权综合法,旅游企业创新能力评价模型可由公式(2)表示:

$$I=0.32 \times F_1 + 0.29 \times F_2 + 0.23 \times F_3 + 0.16 \times F_4 \quad (2)$$

公式中,I表示某旅游企业创新能力,F₁-4依次表示该企业“管理创新能力、产品创新能力、营销创新能力、服务创新能力”。

$$F = \sum_{i=1}^n X_{ij} W_{ij} W_i C_{ij} \quad (3)$$

公式中,F表示一级指标的评价分值,n表示第i个一级指标下二级指标总数,X_{ij}表示第i个一级指标下第j个二级指标标准化数值,W_{ij}表示第i个一级指标下第j个二级指标权重数,W_i表示第i个一级指标权重数,C_{ij}表示第i个一级指标下第j个二级指标行业系数。

对于标准化数值的处理,采用功效系数法进行处理,如以下公式:

$$X_{ij} = \frac{Y_{ij} - Y_{j\min}}{Y_{j\max} - Y_{j\min}} \quad (4)$$

公式中,X_{ij}表示第i个一级指标下第j个二级指标标准化数值,Y_{ij}表示第i个一级指标下面第j个二级指标原始数值,Y_{jmin}表示第j个二级指标的最小值,Y_{jmax}表示第j个二级指标的最大值。

通过(2)(3)(4)公式可以计算出各家旅游企业的创新能力水平,并能发现各家企业在某些方面的创新能力强弱,也能纵向和横向比较各旅游企业创新能力的强弱。

(三)评价结果

依据(2)(3)(4)公式计算选出的粤港澳大湾区 30 家旅游企业的创新能力水平,结果见表 5。

(1)从选取的 30 家粤港澳大湾区样本旅游企业来看,粤港澳大湾区的旅游企业创新能力水平较高。其中 8 分以上的有 14 家,占 50.0%,7 分以上的有 10 家,占 33.4%,6 分以上的有 4 家,占 13.3%,5 分以上的有 1 家,占 3.3%,整体水平偏高。如把旅游企业创新能力水平分成“很强(8.000-10.000)、强(6.000-7.999)、一般(4.000-5.999)、弱(2.000-3.999)、很弱(0.000-1.999)”五个层级水平,则有 15 家旅游企业创新能力水平很强,14 家强,1 家一般。

(2)从旅游企业 5 个细分行业来看,9 家景区创新能力平均分为 8.055,7 家酒店创新能力平均分为 7.449,6 家旅行社创新能力平均分为 7.571,4 家旅游电子商务企业创新能力平均分为 7.341,4 家旅游产品和设备供应企业创新能力平均分为 8.391,由上可知旅游企业细分行业创新能力强弱依次是“旅游产品和设备供应企业、景区、旅行社、酒店、旅游电子商务企业”。旅游产品和设备供应企业拔得头筹为我们带来了惊喜,在供给侧结构性改革的大背景下,旅游产品和设备供应企业(包括旅游规划院、温泉设备供应商、游乐设备供应商、旅游软件供应商、景区建设商等)为旅游业的快速发展提供了保障。旅游电子商务企业的相对落后也带给我们思考,虽然旅游电子商务企业是旅游业的新兴细分行业之一,发展迅猛,但在新形势下还是需要加强旅游电子商务企业的创新能力水平。

(3)从总创新能力排名前 5 位和后 5 位的情况来看,排名第 1 位和第 4 位的是景区,第 2 位是旅行社,第 3 位和第 5 位是旅游产品和设备供应企业;排名第 26 位和第 29 位的是酒店,第 27 位是旅游电子商务企业,第 28 位和第 30 位是旅行社业。

表 5 粤港澳大湾区 30 家旅游企业创新能力评价结果

企业名称	细分行业	所在城市	管理创新能力及排名(F ₁)	产品创新能力及排名(F ₂)	营销创新能力及排名(F ₃)	服务创新能力及排名(F ₄)	总创新能力及排名(I)	创新能力水平强弱集合	
香港海洋公园	景区	香港	8.996 (1)	8.387 (8)	9.798 (1)	8.843 (1)	8.979 (1)	很强	
澳门渔人码头		澳门	8.223 (10)	7.212 (23)	7.658 (18)	8.285 (5)	7.810 (17)	强	
广州白云山风景名胜(5A)		广州	7.231 (21)	8.221 (12)	8.397 (9)	7.965 (13)	7.904 (16)	强	
佛山长鹿旅游休闲博(5A)		佛山	8.735 (5)	8.276 (10)	8.774 (6)	8.786 (2)	8.619 (4)	很强	
肇庆鼎湖山风景名胜(4A)		肇庆	6.932 (27)	7.136 (24)	7.420 (19)	6.643 (24)	7.057 (24)	强	
深圳东部华侨城(5A)		深圳	8.225 (9)	8.243 (11)	8.742 (8)	8.467 (4)	8.388 (7)	很强	
惠州西湖风景名胜(5A)		惠州	7.326 (20)	6.843 (28)	7.329 (21)	7.777 (15)	7.259 (21)	强	
珠海御温泉度假村(4A)		珠海	8.231 (8)	8.123 (14)	8.225 (11)	8.765 (3)	8.284 (9)	很强	
开平立园(世界文化遗产)		江门	8.338 (7)	8.283 (9)	8.021 (16)	8.024 (8)	8.199 (13)	很强	
香港帝京酒店(甲级)		酒店	香港	8.223 (10)	7.335 (20)	8.999 (4)	8.009 (10)	8.110 (15)	很强
澳门威尼斯人度假酒店(5星)	澳门		8.543 (6)	7.421 (18)	9.001 (3)	8.021 (9)	8.239 (11)	很强	
广州嘉逸国际酒店(5星)	广州		7.981 (17)	7.769 (17)	7.332 (20)	7.336 (17)	7.667 (18)	强	
肇庆星湖大酒店(5星)	肇庆		7.001 (26)	7.021 (26)	6.042 (29)	6.760 (25)	6.748 (29)	强	
深圳阳光酒店(5星)	深圳		7.342 (19)	7.832 (16)	6.873 (26)	7.021 (21)	7.325 (20)	强	
惠州康帝国际酒店(5星)	惠州		7.201 (22)	7.320 (21)	6.329 (28)	6.909 (24)	6.988 (26)	强	
珠海竹林酒店(5星)	珠海		7.031 (25)	7.871 (15)	6.456 (27)	6.571 (28)	7.069 (23)	强	
康泰旅行社	旅行社		香港	8.884 (3)	9.009 (4)	9.113 (2)	8.235 (6)	8.869 (2)	很强
广州广之旅国际旅行社			广州	8.010 (14)	9.219 (1)	8.320 (10)	7.980 (12)	8.427 (6)	很强
深圳华侨城旅行社			深圳	8.001 (16)	8.783 (7)	8.210 (12)	7.778 (14)	8.240 (10)	很强
东莞五湖四海旅行社		东莞	7.773 (18)	7.231 (22)	7.021 (23)	7.239 (18)	7.357 (19)	强	
珠海环球国际旅行社		珠海	6.238 (29)	6.267 (29)	7.764 (17)	7.984 (11)	6.877 (28)	强	
江门飞扬国际旅行社		江门	5.265 (30)	6.124 (30)	5.921 (30)	5.222 (30)	5.658 (30)	一般	
广州力攀网络科技有限公司		旅游电子商务企业	广州	8.012 (13)	8.221 (12)	8.886 (5)	8.120 (7)	8.291 (8)	很强
广东信游电子商务有限公司	广州		7.102 (23)	7.342 (19)	6.889 (25)	7.210 (19)	7.140 (22)	强	
珠海知游电子商务有限公司	珠海		6.823 (28)	7.114 (25)	7.001 (24)	6.678 (26)	6.925 (27)	强	
深圳蜘蛛旅游网	深圳		7.065 (24)	7.017 (27)	7.321 (22)	6.432 (22)	7.009 (25)	强	
广州水之乐设备有限公司	旅游产品和设备供应企业	广州	8.003 (15)	9.010 (3)	8.129 (14)	7.018 (22)	8.166 (14)	很强	
深圳云卡通科技有限公司		深圳	8.886 (2)	8.964 (6)	8.112 (15)	7.012 (23)	8.431 (5)	很强	
中山金马科技娱乐设备股份有限公司		中山	8.832 (4)	9.214 (2)	8.765 (7)	7.654 (16)	8.739 (3)	很强	
中山艾特游乐设备有限公司		中山	8.119 (12)	8.979 (5)	8.193 (13)	7.128 (20)	8.227 (12)	很强	

注:1.旅游电子商务企业主要业务:广州力攀网络科技有限公司(境外租车平台)、广东信游电子商务有限公司(出、入境旅游业务)、珠海知游电子商务有限公司(出、入境

旅游业务)、深圳蜘蛛旅游网(酒店业 B2B 交易平台);旅游产品和设备供应企业主要业务:广州水之乐设备有限公司(水上乐园设备提供商)、深圳云卡通科技有限公司(旅游业管理软件提供商)、中山金马科技娱乐设备股份有限公司(游乐设备制造商)、中山艾特游乐设备股份有限公司(游乐设备制造商)。2.表中 8.996(1)表示分值和排名,其它相同。

从排名前 5 位来看,景区和旅游产品和设备供应企业各占了两席,旅行社占了 1 席,酒店没有进入前 5 位;从排名后 5 位来看,酒店和旅行社各占了两席,旅游产品和设备供应企业占了 1 席,景区没有后 5 位的企业。可见,旅游业的 5 个细分行业旅游创新能力差别较大,景区、旅游产品和设备供应企业是旅游创新的主力。

(4)从地区企业创新能力表现看,9 家景区排名依次是香港、佛山、深圳、珠海、江门、广州、澳门、惠州和肇庆;7 家酒店排名依次是澳门、香港、广州、深圳、珠海、惠州和肇庆;6 家旅行社排名依次是香港、广州、深圳、东莞、珠海和江门;4 家旅游电子商务企业排名依次是广州(两家都靠前)、深圳和珠海;4 家旅游产品和设备供应企业排名依次是中山、深圳、中山和广州。可见,粤港澳大湾区核心城市香港、澳门、广州、深圳地区的旅游企业创新能力表现较好,尤其广州和深圳在旅游业的 5 个细分行业中有更强的表现;而香港在景区上表现最突出,澳门在酒店上表现最突出,中山在旅游产品和设备供应企业上表现较好。

(5)从一级指标创新能力排名上来看,总创新能力排名第一的香港海洋公园是一家主题公园式景区,在“管理创新能力、营销创新能力和服务创新能力”三项指标上都排名第一,这不仅反映了香港旅游业作为粤港澳大湾区旅游业的龙头,也反映了粤港澳大湾区主题公园的强大。在“产品创新能力”指标排名第一的广州广之旅国际旅行社是全国百强社之一,虽然它是一家国营企业,但运作体系市场化,产品不断推陈出新,不断拥抱新技术,有越做越大之势。

五、结论与展望

(一)结论及讨论

旅游业属于现代服务业的一种,涉及面广泛,边界有些模糊,旅游不断创新,推动着旅游业不断向前发展,而旅游业创新和制造业创新不一样,很多时候它难以物化,所以旅游业创新研究虽然有很多涉猎,但旅游业创新能力到目前为止还没有一个公认的评价指标体系和评价模型,其原因在于旅游业的复杂性、细分行业的多样性、很多创新难以测量等诸多因素。本文构建了一个较完整的旅游企业创新能力的评价指标体系和模型,它依托粤港澳大湾区这一特殊区域进行研究,是对旅游企业创新评价从笼统描述到具体操作的一次新探索,在当前我国区域旅游业转型升级、提质增效、向高质量发展的实践过程中具有重要的应用指导价值。

旅游企业的创新评价是一项系统而复杂的工程。城市经济的发展状况、区位条件、基础设施、产业发展政策、产业链的完善和成熟程度等因素对旅游企业创新都有很大的影响。粤港澳大湾区的 4 个核心城市香港、广州、深圳和澳门在这些方面有优势,其旅游企业的创新能力相对来说就更强。粤港澳大湾区各城市未来要在旅游企业创新能力上进一步提升,必须在充分研判当前旅游业发展现状的基础上,考虑旅游供给能力和旅游需求状况的现实情况,结合当地的旅游资源,前瞻性地制定相应的旅游业支持发展政策,有的放矢地引导当地旅游企业的创新发展。在这方面,香港主题公园的创新发展、中山旅游产品和设备供应企业的创新发展、澳门酒店业的创新发展经验值得借鉴。同时,旅游企业的创新要根据所处的行业环境,有针对性地从管理创新、产品创新、营销创新、服务创新四个方面加强,并依据旅游企业创新能力评价指标体系中的具体操作路径,适应目前注重品质化、个性化、定制化、体验式的旅游消费趋势,在“旅游+文化、旅游+5G、旅游+乡村”等方面进行大力创新。

(二)不足及展望

本研究充分考虑了旅游业复杂性、不同细分

行业企业的差异性,通过文献综述、专家讨论、问卷调查、层次分析法、线性加权综合法等方法,在旅游企业创新能力评价方面做了些有益的探索,但限于旅游企业创新能力评价的客观困难和调查数据获得的局限性,研究还存在着不足的地方和要改善的地方。

(1)评价指标体系的合理完善。本文所采用的4项一级指标和16项二级指标体系,只是对旅游企业创新能力评价指标体系的一种探讨,不一定包括了所有的评价指标。未来还可以在此基础上开发出相应的三级指标体系,并对三级指标体系进行相应的赋权。未来也可以根据旅游业发展的新形势或新业态的出现进行指标体系的相应调整或补充,以求更贴切地反映即时的旅游企业创新能力水平。

(2)问卷数据采集的适当扩展。本文中所采集的问卷数据主要来自于旅游业发达的粤港澳大湾区,采集了158家旅游企业的问卷数据,有效数据147份,这个数据虽然可以支撑本研究,但为了获得更好的研究结果,以后可以适当扩展数据采集企业,一方面可以扩展粤港澳大湾区的旅游企业,另一方面也可以扩展到其它省市区的旅游企业。

(3)评价监测体系的动态建立。本文在评价指标体系及评价模型建立的基础上,选取粤港澳大湾区30家旅游企业试运用,虽然一定程度上能反映粤港澳大湾区旅游企业的创新能力,但所选的30家旅游企业相对来说是较强的企业,而粤港澳大湾区还有大量的旅游企业远远没有这30家强。为了能全面充分地反映粤港澳大湾区旅游企业的创新能力水平,未来研究中有必要把更多的旅游企业纳入该评价指标体系及评价模型中运用,并建立年度动态监测体系,对其进行横向和纵向的对比分析,以便更全面准确地把握粤港澳大湾区旅游企业的创新能力水平。

注:

① 旅游企业创新能力评价体系备选指标选取依据主要来源于李艳华,柳卸林,刘建兵.现代服务业创新能力评价指标体系的构建及应用[J].技术经济,2009,2(2):1-6;王仰东,张军,冯立.高技术服务业项目评价方法

研究[J].科技进步与对策,2009,26(8):116-118;P.D. Hertog, R. Bilderbeek. Conceptualising service innovation and service innovation patterns[R].England:the University of Sheffield,1999.20-23;周德发,张翊.服务业创新能力评价——基于粤港澳大湾区数据的经验分析[J].经济问题,2012,1:39-42。

参考文献:

- [1] Marta J, Tintore J, Aguio E, et al. Innovation in the tourism sector: results from a pilot study in the Balearic Islands[J]. *Tourism Economics*, 2003,9(3):279.
- [2] Hjalager A M. Repairing innovation defectiveness in tourism [J]. *Tourism Management*, 2002, 23(5).
- [3] Drejer I. Identifying innovation in surveys of services: a schumpeterian perspective[J].*Research Policy*,2004,(3).
- [4] Hjalager A M.Innovation patterns in sustainable tourism: An analytical typology [J].*Tourism Management*, 1997, 18(1):37.
- [5] 宋慧林,宋海岩.国外旅游创新研究评述[J].*旅游科学*, 2013,27(2):4.
- [6] Ateljevic I,Doorne S. ‘Staying within the fence’:lifestyle entrepreneurship in tourism [J].*Journal of Sustainable Tourism*, 2000,(5):378-392.
- [7] Morrison A,Carlsen J,Weber P. Lifestyle oriented small tourism[Lost]Firms and Tourism Destination Development [R].the 18th Annual CAUTHE Conference, Griffith University, Australia, 2008.1-2.
- [8] Buhalis D, Law R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—the state of the e-Tourism research [J]. *Tourism Management*, 2008, 29(4):609-623.
- [9] Mei X. Y,et al. Towards tourism innovation: a critical review of public policies at the national level [J].*Tourism Management Perspectives*, 2012,(4):92-105.
- [10] Hall C, Williams A. *Tourism and Innovation*[M].London: Routledge,2008.131-140.
- [11] Sqensen F.The geographies of social networks and innovation in tourism [J].*Tourism Geographies*,2007,34(1): 113-121.
- [12] Baggio R,Cooper C. Knowledge transfer in a tourism destination: the effects of a network structure[J].*Service Industries Journal*, 2010,(10):1757-1771.
- [13] Cooper C. Knowledge management and tourism[J].*Annals of Tourism Research*,2006,(1).

- [14] Hjalager A M. A review of innovation research in tourism [J]. *Tourism Management*, 2010, 31(1):1-12.
- [15] Shaw G, Williams A. Knowledge transfer and management in tourism organizations: an emerging research agenda [J]. *Tourism Management*, 2009, (3): 55-68.
- [16] 王君正, 吴贵生. 基于服务创新四维度模型的我国旅游企业创新模式分析——以云南旅游业为例 [J]. *商业研究*, 2007, 364(8): 1-6.
- [17] Camison C, Monfort-Mir V.M. Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and the dynamic-capabilities perspectives [J]. *Tourism Management*, 2012, 33(4): 344-356.
- [18] Krizaj D, Brodnik A, Bukovec B. A tool for measurement of innovation newness and adoption in tourism firms [J]. *International Journal of Tourism Research*, 2012, (6): 113-125.
- [19] 范林生. 酒店服务业价值创新评价 [J]. *前沿*, 2013, 340(14): 89-93.
- [20] 魏江, 黄学. 高技术服务业创新能力评估的指标体系研究 [J]. *科研管理*, 2015, 36(12): 9-18.

【责任编辑:周琍】

Innovation Evaluation System and Model Test for Tourism Enterprises in Guangdong-Hong Kong-Marco Greater Bay Area

WU Kai-jun

(College of Geography and Tourism, Guangdong University of Finance and Economics, Guangzhou, Guangdong, 510320)

Abstract: Tourism is one of the pillar industries of modern service industry, which is “innovation-driven to promote industrial transformation and upgrade”. It plays an important role in promoting regional industrial upgrade. Through the Analytic Hierarchy Process (AHP), questionnaire surveys, professional discussions and other methods, taking the data of 147 tourism enterprises in Guangdong-Hong Kong-Marco Greater Bay Area as samples, from the perspective of “management-product-marketing-service”, we can construct a tourism enterprise innovation ability evaluation index system which includes 4 first-level indexes and 16 second-level indexes. Besides, the industry coefficient of corresponding second-level indexes obtained from “scenic spots, hotels, travel agencies, e-commerce tourism enterprises, tourism products and equipment supply enterprises”, together with the second-level index weights, we use the linear weighted synthesis method to construct an evaluation model to test the innovation ability of tourism enterprises. The study shows that the level of innovation ability of tourism enterprises in Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area is generally higher, and the innovation ability of tourism enterprises in Hong Kong, Macao, Guangzhou and Shenzhen is better, especially in Guangzhou and Shenzhen. The sub-industries ranked in order of innovation ability are “tourism products and equipment supply enterprises, scenic spots, travel agencies, hotels, and e-commerce tourism enterprises”. The five sub-industries of tourism enterprises have big differences in tourism innovation ability. Scenic spots, tourism products and equipment suppliers are the main force of tourism innovation. Hong Kong is the most prominent in scenic spots, Macao is the most prominent in hotels, and Zhongshan is the best in tourism products and equipment suppliers.

Key words: Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area; innovation capability of tourism enterprises; evaluation index system; evaluation model