Economics

经济学
第 6 卷◆第 6 期◆版本 1.0◆2023 年
文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-4759 /（中图刊号）：270GL018

基于 Z 世代下的川西林盘旅游竞争策略研究

——以成都市大邑县为例

张云潇　黄秋锋　谭咪咪　高丽　钱永贵*
成都信息工程大学管理学院
DOI:10.12238/ej.v6i6.1217

[摘　要] 作为我国川西地区特有的农村田园聚居景观,林盘拥有丰富的文化价值、美学价值与生态价值。本文基于当前旅游消费新势力Z世代人群,以成都市林盘保护利用全域示范县大邑县为例,利用SWOT-AHP模型与SWOT战略四边形分析研究大邑县旅游竞争发展路径。研究发现大邑县林盘旅游应采取SO开拓型发展策略,着重把握大邑县林盘旅游内部已有优势与外部发展机遇,因地制宜打造更多个性化农文旅融合场景。
[关键词] 川西林盘；Z世代旅游；AHP；SWOT
中图分类号：F59　文献标识码：A

Research on Competitive Strategies for Forest Tourism in Western Sichuan Based on Generation Z

——Taking Dayi County, Chengdu City as an Example

Yunxiao Zhang　Qiufeng Huang　Mimi Tan　Li Gao　Yonggui Qian*
School of Management, Chengdu University of Information Technology

[Abstract] As a unique rural settlement landscape in the western Sichuan region of China, Linpan has rich cultural, aesthetic, and ecological values. This article is based on the current new force of tourism consumption, Generation Z, and takes Dayi County, a demonstration county for forest conservation and utilization in Chengdu, as an example. Using the SWOT-AHP model and SWOT strategic quadrilateral analysis, the development path of tourism competition in Dayi County is studied. Research has found that the forest tourism in Dayi County should adopt an SO development strategy, focusing on grasping the internal advantages and external development opportunities of Dayi County's forest tourism, and creating more personalized agricultural, cultural, and tourism integration scenes according to local conditions.
[Key words] west Sichuan forest plate; generation Z tourism; AHP; SWOT

引言

大邑全域范围内现有10亩以上保护利用林盘975个,占地面积共计39.12km^2；其中,乡村旅游型林盘和生态景观型林盘共计383个,约占大邑县林盘总个数的39.28%。2022年大邑县乡村旅游总人次为483.26万人次,同比增长-4.6%；2022年大邑县乡村旅游总收入为2.3亿元,同比增长-4%。随着疫情的结束,旅游行业正面临着复苏回暖,数据预计2023年旅游总人次与旅游总收入都将呈现出上升趋势。

1 大邑县林盘旅游竞争发展策略SWOT-AHP模型构建

1.1 SWOT-AHP模型方法综述

基于此,本文在Z世代旅游消费行为特征对大邑县林盘旅游竞争发展策略进行研究,方法具体步骤如下：首先,文章运用SWOT模型,采用文献收集等方法对大邑县林盘旅游进行竞争策略收集,由此找出影响大邑县林盘旅游的变量；随后,采用AHP层次分析法对各个影响因素之间的权重、总强度进行判断分析；最后,建立SWOT战略四边形判断大邑县林盘旅游竞争发展策略的战略方向。

1.2大邑县林盘旅游竞争发展策略的SWOT分析

1.2.1大邑县林盘旅游竞争发展优势(S)分析

(1)政府支持引领,旅游发展紧跟趋势(S1)。近年来,大邑不仅获评为四川“天府旅游名县”,还连续四年上榜“全国县域旅游综合实力百强县”打响了全国知名度。

文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-4759 /（中图刊号）：270GL018

(2)林盘旅游资源丰富,历史文化悠久(S2)。林盘不仅具有极高的生态价值,还形成了独具特色的川西民俗文化。境内具有较高成熟度的林盘旅游目的地之间相生相依，已经形成集“文博、文创、文艺”于一体的文旅融合资源集群。

(3)林盘保护得当,游客体验感较高(S3)。作为唯一全域川西林盘保护修复示范县,大邑县在全域内已保护修复并对游客开放近百余个精品林盘,进一步为游客体验提供了广泛体验场景并逐渐向Z世代消费人群渗透,产生了较大吸引力[1~4]。

(4)林盘所处地理位置优越,客源充足(S4)。大邑林盘位于成都平原西部边缘,距离成都市仅53km,境内有成温邛高速、川西旅游环线等高级公路贯穿,整体交通情况优越,客源充足。

1.2.2大邑县林盘旅游竞争发展劣势(W)分析

(1)林盘基础设施不完善,接待能力较弱(W1)。作为近几年新兴的旅游目的地,大邑林盘整体基础设施依旧处于较低的发展水平,在诸多非头部林盘中普遍存在数量与质量的问题,影响接待能力。

(2)林盘整体营商环境缺乏有效治理,服务质量较低(W2)。林盘旅游涉及相关市场主体较为广泛,在日常经营过程中,时常产生诸如销售产品偷工减料、坐地起价损害消费者利益等无良不当行为,进一步打击了市场主体信心[5]。

(3)林盘间发展差距较大,缺乏整体规划(W3)。当前除稻香渔歌等二十余个较为知名的林盘外,广大林盘则依旧处于有待旅游开发的初级阶段。林盘与林盘之间发展的巨大差距极大程度上阻碍了林盘旅游的全域发展。

(4)林盘旅游客流量季节性波动明显不稳定(W4)。乡村旅游景观常常与农业作物相辅相成,林盘作物作为林盘旅游资源重要的一部分,其游客浏览量也随着作物成熟与凋零产生较大的波动[6]。

1.2.3大邑县林盘旅游竞争发展机遇(O)分析

(1)林盘旅游资源契合年轻群体旅游需求，前景广泛(O1)。经过三年疫情的沉淀与积累,Z世代人群整体出行意愿日渐强烈,已逐渐成为旅游消费的新势力群体。另一方面,林盘所具备的价值特征正好与Z世代旅行主要诉求相契合,使得林盘旅游具备广阔的发展前景。

(2)“小而美”备受追捧,林盘具备迎合消费热点的天然优势(O2)。随着“网红风”“滤镜风”旅游目的地热度的消退,以个性化、体验感为主的小众旅游目的地正在被更多地重视和挖掘。林盘既是小型聚居的乡村形态代表又有具备美学价值的川西民俗文化,完全具备发展“小而美”场景的天然优势。

(3)互联网扩宽宣推渠道,提振林盘知名度(O3)。随着互联网的进一步发展,长尾效应(如图3.1所示)开始显现,小众目的地越发受到游客的青睐,林盘知名度也因此上升,游客访问量得到回暖。

1.2.4大邑县林盘旅游竞争发展威胁(T)分析

(1)周边成熟景点众多,林盘旅游竞争力较弱(T1)。作为四川“天府旅游名县”,大邑县境内拥有的安仁古镇以及西岭雪山等著名景点将会分流林盘游客,大多数林盘依旧缺乏吸引游客的核心特色。

(2)小规模的天然布局,环境承载力不足(T2)。林盘地处大邑县广大的农村地区当中,整体具有低密度特点,环境承载力差的特点[7]。同时,川西民居建筑风格偏向于传统,内部空间功能利用也较为有限,进一步削弱了林盘的承载能力。

(3)林盘发展路径趋同,同质化明显(T3)。当前,林盘旅游整体依旧处于初级阶段,大多数林盘开发路径普遍采取传统的“农家乐模式”,各个林盘的目标受众群体没有做到具体区分,产品的同质化趋势明显。

1.3大邑县林盘旅游竞争发展策略的层次结构分析

1.3.1判断矩阵构建

层析分析矩阵的构建需要对大邑县林盘旅游竞争发展策略进行建立,采用1-9的标度和倒数1/2-1/8来表示,对相关专家进行问卷调查(表1)。

表1 AHP层次分析法衡量标准

定量数字	定性含义
1	前后二者影响性相等
3	前后二者比较,前者影响性稍强
5	前后二者比较,前者影响性强
7	前后二者比较,前者影响性明显强
9	前后二者比较,前者影响性非常强
2、4、6、8	前后二者比较,前者影响性在以上定量数字间
1/2、 ...1/8	前后二者比较,前者影响性与以上定量数字相反

1.3.2判断矩阵公式

构建上述判断矩阵的公式如下：

$$\omega=\begin{bmatrix}\omega_{11} & \omega_{12} & \cdots & \omega_{1n}\\ \omega_{21} & \omega_{22} & & \omega_{2n}\\ \vdots & & \ddots & \vdots\\ \omega_{n1} & \omega_{n2} & \cdots & \omega_{nn}\end{bmatrix} \quad (1)$$

1.3.3各个层次指标矩阵以及权重计算

通过对SWOT的各个因素进行两两比较，可以得出SWOT组内因素比较矩阵，再通过YAAHP10.1计算SWOT的组间之间以及组内之间的单层指标进行权重计算(表2-6)。

表2 SWOT组内矩阵以及权重表

组内	优势(S)	劣势(W)	机遇(O)	威胁(T)	权重
优势(S)	1	3	2	3	0.4392
劣势(W)	0.3333	1	0.25	1	0.1186
机遇(O)	0.5	4	1	2	0.3069
威胁(T)	0.3333	1	0.5	1	0.1353

表3 优势矩阵以及权重表

优势(S)	S1	S2	S3	S4	权重
S1	1	1	5	0.3333	0.2585
S2	1	1	3	1	0.2793
S3	0.2	0.3333	1	0.3333	0.0867
S4	3	1	3	1	0.3755

文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-4759 /（中图刊号）：270GL018

表4 劣势矩阵以及权重表

劣势(W)	W1	W2	W3	W4	权重
W1	1	0.2	0.3333	0.1429	0.0630
W2	5	1	4	2	0.4849
W3	3	0.25	1	1	0.1787
W4	7	0.5	1	1	0.2733

表5 机遇矩阵以及权重表

机遇(0)	01	02	03	权重
01	1	1	0.2	0.1702
02	1	1	0.5	0.2290
03	5	2	1	0.6008

表6 威胁矩阵以及权重表

威胁(T)	T1	T2	T3	权重
T1	1	5	2	0.5949
T2	0.2	1	0.5	0.1285
T3	0.5	2	1	0.2766

1.3.4一致性检验

为了得出更加合理、更加科学的特征向量,在得出上述相关矩阵的权重后,必须对上述所有矩阵实行一致性检验,在进行一致性检验中所需用到的具体公式如下：

$$CR=\frac{CI}{CR} \tag{2}$$

表7 矩阵特征向量以及最大特征值与一致性检验

	特征值向量(W_i)	最大特征根(λ_{MAX})	n	CR	是否通过一致性检验
SWOT	0.4392	4.0975	4	0.0365	通过
	0.1186				
	0.3069				
	0.1353				
优势(S)	0.2585	4.2646	4	0.0991	通过
	0.2793				
	0.0867				
	0.3755				
劣势(W)	0.0630	4.1939	4	0.0726	通过
	0.4849				
	0.1787				
	0.2733				
机会(0)	0.1702	3.0951	3	0.0914	通过
	0.2290				
	0.6008				
威胁(T)	0.5949	3.0055	3	0.0053	通过
	0.1285				
	0.2766				

当CR值得出后,旋即要对其进行比较。若CR值≤0.1时,则一致性检验通过,若CR值≥0.1时,则一致性不通过,上述判断矩阵需要重新构建。依据上述方法以及一致性检验步骤公式,对上述五个矩阵进行一致性检验,计算得出表7,显示都通过了一致性检验。

1.3.5各影响因素指标综合强度计算

为进一步分析得出大邑县林盘旅游竞争发展策略的具体战略方向,在计算得出各层次指标权重的同时,还应充分考虑各个具体影响因素在现实生活中的实际强度,本文采用德尔菲法对各个评价指标进行单一性打分,其中,优势和机遇取值0-5分(Y϶且Y϶Z),劣势和威胁取值-5-0分(Y϶且Y϶Z)。在得出几何平均值后再乘以权重得到加权分数,即综合强度如表8所示。

表8 评价指标综合强度及排序

目标	一级指标	二级指标	组合权重	实际强度	综合强度	排序
大邑县林盘旅游竞争发展策略SWOT分析	优势(S)	S1	0.1135	2	0.2270	6
		S2	0.1227	2	0.2454	4
		S3	0.0381	1	0.0381	12
		S4	0.1649	4	0.6596	2
	劣势(W)	W1	0.0075	-2	-0.0150	14
		W2	0.0575	-4	-0.2300	5
		W3	0.0212	-2	-0.0424	11
		W4	0.0324	-3	-0.0972	9
	机遇(0)	01	0.0522	2	0.1044	8
		02	0.0703	2	0.1406	7
		03	0.1844	4	0.7376	1
	威胁(T)	T1	0.0805	-4	-0.3220	3
		T2	0.0174	-1	-0.0174	13
		T3	0.0374	-2	-0.0748	10

1.4大邑县林盘旅游竞争发展策略的SWOT四象限坐标分析建立

根据上一部分的指标计算结果,分别计算出大邑县林盘旅游竞争发展总优势(S)、总劣势(W)、总机遇(O)、总威胁(T)的强度。计算结果如下：

总优势强度 $S_{总}$=0.2925、总劣势强度 $S_{劣}$0.0962、总机遇强度 $S_{机}$ =0.3275、总威胁强度 $S_{威}$ =-0.1380。

在得到的总优势强度、总劣势强度、总机遇强度、总威胁强度基础上,以四个总强度的数值为四个半轴建立四象限直角坐标系,并将S(0.2925,0)、W(-0.0962,0)、O(0,0.3275)、T(0,-0.1380)四个坐标点依次相连接,就得到了大邑县林盘旅游竞争发展总体战略四边形如图1所示。并在此基础上计算重心坐标P,重心坐标P的坐标计算公式如下：

文章类型：论文|刊号（ISSN）：2630-4759 /（中图刊号）：270GL018

$$P(X,Y)=\left(\frac{\sum X_i}{4},\frac{\sum Y_i}{4}\right) \quad (3)$$

计算得出P点坐标为： P(0.0491,0.0474)

由此可以看出大邑县林盘旅游竞争发展总体战略重心在SWOT四象限中处于SO开拓型战略区中，具体位置处于SO开拓型战略区中的机会型区域。

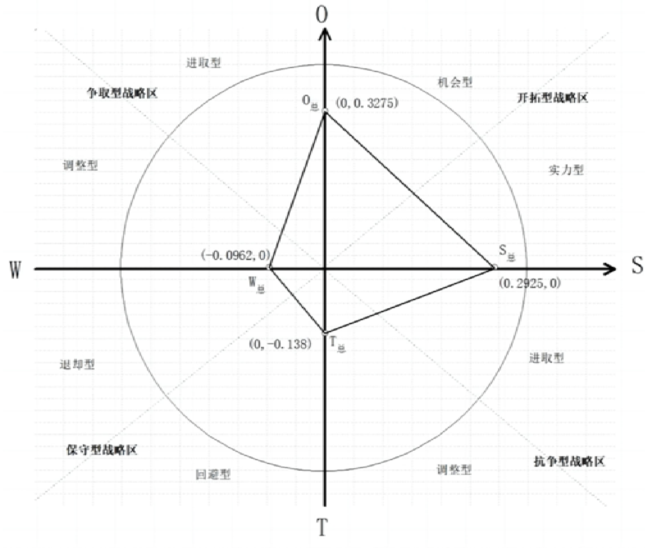

图1 大邑县林盘旅游竞争发展SWOT总体战略四边形图

2 结论

2.1研究结论

通过AHP层次分析结合战略四边形图计算整体战略重心坐标，研究认为互联网技术推动下的宣传渠道拓展机遇是影响林盘旅游竞争发展策略的主要因子。总体战略四边形重心坐标所处位置为SO开拓型战略区域当中的机会型坐标部分中，此结果表明林盘旅游发展策略应采取开拓型的竞争发展策略，不断通过产品、服务、场景实现开拓创新。

2.2对策与建议

(1)不断丰富宣传推广手段与营销策略，加强“林盘旅游”IP影响力。随着Z世代逐渐成为文旅消费的“生力军”，文旅产业的发展动力也正逐渐转变为以抖音为代表的视频媒介以及以“元宇宙”为代表的新技术。而上述最为显著的影响便是年轻旅游者旅游行为导向的改变。传统的旅游行为导向是以个人内部需求为主，而近年来已逐渐转化为如KOL(Key Opinion Leader)推动安利的外部驱动。基于上述变化，林盘旅游更应进一步丰富文旅营销新策略。

(2)既整体布局又因地制宜，充分挖掘单个林盘的特色资源与历史文脉。在林盘旅游的发展上，既要做到全域规划，实现真正的村村点火、户户冒烟的休闲度假、体验康养的乡村休闲业态；也要做到因地制宜发展具有新烟火主义、融合林盘生活美学的个性化场景。另一方面，进一步挖掘林盘内部所蕴含的历史文化资源，给予游客更多更好的传统文化民俗载体场景，形成具有地域独特性、供给唯一性的体验式林盘旅游目的地。

[参考文献]

[1]易婷，余雯嫣，赵静.林盘景区的旅游形象贡献度研究——以成都市大邑县为例[J].西部旅游，2023,(16):63-66.

[2]郭英之.研判青年文旅消费的新需求[J].人民论坛，2023,(18):25-29.

[3]RONČÁK M, SCHOLZ P, LINDEROVÁ I. Safety Concerns and Travel Behavior of Generation Z: Case Study from the Czech Republic[J].Sustainability,2021,13(23):13439.

[4]Tavares J M, Sawant M, Ban O. A study of the travel preferences of generation Z located in Belo Horizonte (Minas Gerais - Brazil)[J].E-review of Tourism Research,2018,15(2/3).

[5]郭燕，朱晓婉.川西林盘景区旅游发展水平提升探究——以水云涧生态庭院景区为例[J].现代商业，2021,(15):75-77.

[6]付丽，刘杰希.川西林盘乡村旅游发展探究[J].四川建筑，2021,41(06):11-13.

[7]夷萍.川西林盘保护与发展的困境与破解[J].当代县域经济，2023,(09):40-44.

作者简介：

张云潇(2001--)，男，汉族，四川成都人，在读硕士研究生，研究方向：休闲农业与乡村旅游。

通讯作者：

钱永贵(1972--)，男，汉族，四川自贡人，硕士，副教授，研究方向：智慧旅游与大数据旅游、休闲农业与乡村旅游。