

并通过总体一致性检验。根据层次总排序的权重，运用四象限坐标法对总优势、总劣势、总机会和总威胁强度进行计算，<sup>[3]</sup>经计算，四个维度的强度分别为：

$$S = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{n} = 0.116$$

$$W = \frac{\sum_{i=1}^n W_i}{n} = 0.030$$

$$O = \frac{\sum_{i=1}^n O_i}{n} = 0.077$$

$$T = \frac{\sum_{i=1}^n T_i}{n} = 0.034$$

具体如图1所示：

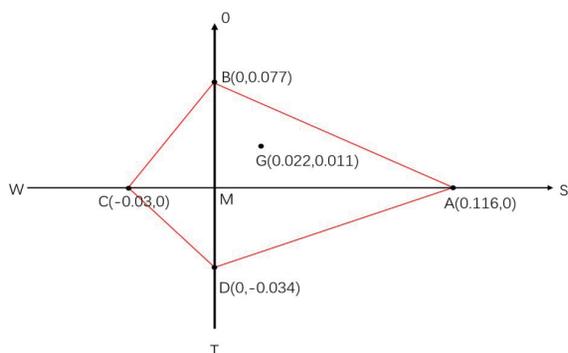


图1：宁强县旅游业定位图

以S、O、W、T四个变量为半轴建立坐标系，将总优势、总劣势、总机会和总威胁强度标注于坐标轴上，并依次连接，形成营销策略四边形，四边形的中心坐标

$$M = (\bar{x}, \bar{y}) = \left( \frac{\sum_{i=1}^4 x_i}{4}, \frac{\sum_{i=1}^4 y_i}{4} \right) = (0.022, 0.011)$$

，位于第一象限。

分别对四个三角形面积分别计算， $S_{\Delta SMB}=0.004$ ， $S_{\Delta BMC}=0.001$ ， $S_{\Delta DMC}=0.0005$ ， $S_{\Delta AMD}=0.002$ 。显然，三个三角形中，位于第一象限的三角形SMB面积最大，其次是位于第三象限的三角形AMD。因此，在发展宁强县旅游的过程中，应该重点考虑SO策略，兼顾ST策略，即首先利用好内部的优势和外部的机会，利用宁强县的区位优势和便利的交通条件，加快开发丰富的自然旅游资源和历史文化游资源；同时要注意规避外部的风险，注意外部同类旅游产品的竞争，以及相关旅游产品的替代效应。

### 宁强县旅游产业发展的对策和建议

根据量化分析的结果，结合该县旅游资源具体情况。本章节拟通过政府资金扶持、打造旅游品牌、加大

宣传力度、引进和培养专业人才四个角度对宁强县旅游产业的发展提出建议。

#### （一）加大财政扶持力度，持续开发旅游资源

首先，在对宁强县旅游的管理上，加大财政扶持力度，积极开发既有旅游产业。对旅游点的开发、维护、招商引资等政策应该纳入政府的年度工作计划，并将实施结果作为政府成绩的重要考核依据。针对该县旅游业的发展制定短期和长期计划，根据不同的阶段投入不同的资金，既要关注眼前，又要着眼未来，注重旅游业的长期投资，对接国家经济转型的发展趋势，大力实施“文旅兴县”战略，从传统的资源消耗逐步向服务产业要效益。截至目前，青木川古镇创建的5A级景区已经取得一定经济效益，汉江源景区已经进入国家列为4A级旅游景区序列，吸引着全国各地慕名而来的游客。政府应该进一步提升旅游资源的数量和质量，争取在未来三到五年内，让旅游产业成为该县的支柱产业。其次，对县内旅游产业实行集中化、专业化管理。由县政府总体指导规范，各乡镇及旅游景区积极配合，成立专门的旅游管理小组，对景区实行专业化、集中化管理。再次，搞好旅游产业发展的战略规划，将长期规划战略，短期发展的策略有效地结合起来，完善基础设施建设、提升旅游服务水平等措施，保障宁强县旅游的健康发展。同时，要减少旅游景点开发对自然环境、人文景观的破坏，引导工作人员使用环保材料，实现旅游的可持续发展。<sup>[4]</sup>通过政府的有效监管与景区的成熟完善，增强宁强县旅游对游客的吸引力。最后，通过制定推动旅游发展的一系列优惠政策，如税收减免、财政补贴、土地优惠等，增强相关企业参与旅游发展的信心，创造良好的产业环境，扩大旅游业的影响力。<sup>[5]</sup>

#### （二）打造旅游品牌，积极拓展乡村文化旅游消费市场

面对产品同质化竞争，有效的应对方式就是打造产品特色，增强产品议价能力。我国山区旅游产品的同质化程度较为突出，尤其是自然风光旅游产品的开发方面，大西北、大西南，乃至中南地区有许多相似的景点。相似度高意味着竞争激烈，宁强县的旅游必须走具有自己特色的道路，打造自身的品牌优势。品牌反映了产品和服务的个性和特色，也反映了消费者对服务的忠诚。有了顾客忠诚才能最大限度吸引顾客，增加市场份额。宁强县应该充分利用自身资源和文化禀赋，以此为载体，形成具有该县特色的文化旅游品牌，尤其是丰富多彩的民俗文化、民族特色文化、红色文化品牌。打造文化产品，创建特色文化品牌，加强非遗文化的保护与