

基于钻石模型的重庆大足文旅产业竞争力提升研究

黄贵英 张红 赵艺雪

重庆资源与环境保护职业学院

摘要: 重庆大足作为成渝地区双城经济圈的重要节点城市, 拥有世界文化遗产——大足石刻等独特文旅资源, 文旅产业发展潜力巨大。本文运用波特钻石模型, 从生产要素、需求条件、相关产业、企业战略、政府与机遇五个维度切入, 对大足文旅竞争力现状及其制约因素进行系统诊断。分析表明, 大足虽具备突出的文旅资源禀赋与政策红利, 但在要素转化、产业配套、品牌辐射等关键环节存在明显短板。针对上述问题, 文章提出五项应对策略: 完善要素供给、激发消费潜力、推动集群联动、强化品牌差异、优化制度环境, 旨在为区域文旅竞争力的整体跃升提供理论参照与实践路径。

关键词: 钻石模型; 大足; 文旅产业; 竞争力; 提升策略

DOI: 10.65976/3106-1540.2026.02.006

Research on Enhancing the Competitiveness of Chongqing Dazu Cultural and Tourism Industry Based on Diamond Model

Huang Guiying Zhang Hong Zhao Yixue

Chongqing Vocational College of Resources and Environmental Protection

Abstract: As an important node city of Chengdu Chongqing double city economic circle, Chongqing Dazu has unique cultural and tourism resources such as Dazu Rock Carvings, a world cultural heritage, and has great potential for the development of cultural and tourism industry. This article uses Porter's Diamond Model to systematically diagnose the current status and limiting factors of Dazu's cultural and tourism competitiveness from five dimensions: production factors, demand conditions, related industries, corporate strategy, government and opportunities. Analysis shows that although Dazu has outstanding cultural and tourism resource endowments and policy dividends, there are significant shortcomings in key areas such as factor transformation, industrial support, and brand radiation. In response to the above issues, the article proposes five coping strategies: improving factor supply, stimulating consumption potential, promoting cluster linkage, strengthening brand differentiation, and optimizing institutional environment, aiming to provide theoretical reference and practical path for the overall leap of regional cultural and tourism competitiveness.

Keywords: diamond model; Dazu; cultural and tourism industry; competitive power; enhancement strategy

引言

文旅产业作为国民经济战略性支柱产业, 在推动区域经济转型升级、满足人民美好生活需求中发挥着日益重要的作用。重庆大足地处成渝双城经济圈腹地, 拥有重庆市唯一的世界文化遗产——大足石刻, 以及龙水湖、巴岳山等自然景观和丰富的非物质文化遗产资源, 是巴蜀文化旅游走廊建设的重要承载地^[1]。2024年全区接待游客3872万人次, 同比增长10%以上; 旅游总花费260多亿元, 同比增长29%以上, 产业增势持续强劲^[2]。

然而, 与世界级遗产的资源能级相比, 大足文旅

产业在转化效率、品牌辐射力、产业生态完整度上仍存在提升空间。如何科学评估其文旅竞争力, 精准识别制约因子, 进而提出提升方案, 是学界与业界共同聚焦的课题。波特钻石模型作为产业竞争力分析的经典框架, 已在文旅领域获得广泛应用。本文以此为分析工具, 从五要素切入, 构建大足文旅竞争力的系统分析框架, 并提出针对性对策。

一、波特钻石模型及其适用性

波特钻石模型由迈克尔·波特于1990年在《国家竞争优势》中提出, 认为一国特定产业的竞争优势根植于四个基本要素与两个辅助要素。四个基本要素

课题项目: 本文是2025年重庆市大足区社会科学规划项目《基于钻石模型的重庆大足文旅产业竞争力提升研究》(2025DZSKGH03)研究成果。

为：生产要素（人力、自然、知识、资本、基础设施等）、需求条件（国内市场规模与层次）、相关及支持性产业（上下游与配套产业竞争力）、企业战略结构与同业竞争（组织方式与市场格局）。政府与机遇作为辅助要素，通过影响前四者间接作用于竞争力。五要素并非孤立运行，而是构成一个相互强化的动态系统——任何一个要素的短板都可能拖累整体优势的发挥（见图1）。

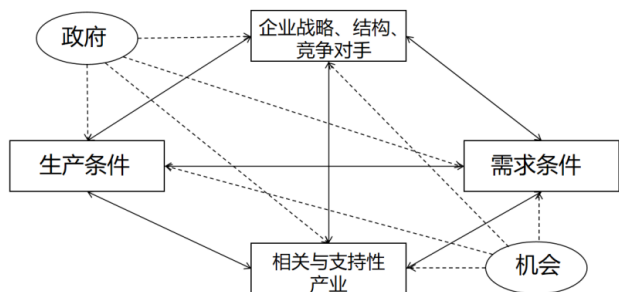


图1 波特钻石模型示意图

该模型与文旅产业竞争力分析高度适配。文旅竞争力的形成，恰是资源禀赋、市场牵引、产业协同等多维力量的综合结果。从生产要素看，文旅产业的根基在于文化遗产、自然景观、人力资本等禀赋；从需求条件看，游客规模、消费层次与偏好变化直接决定产业成长空间；从相关产业看，交通、住宿、餐饮、文创等配套产业支撑着核心景区的体验深度；从企业战略与竞争看，市场主体的创新能力与差异化定位影响着区域整体品牌；政府政策与外部机遇则构成环境变量。近年来，学者已将其模型应用于平遥文化遗产旅游、成都创意旅游等研究，实证成果丰富^[3-4]。本文将钻石模型应用于大足文旅产业分析，以期为区域文旅竞争力提升提供新的视角。

二、基于钻石模型的大足文旅产业竞争力分析

（一）生产要素：资源优势突出，但转化效率不足

大足，拥有重庆唯一的世界文化遗产——大足石刻，是延续千年的石窟艺术陈列馆。1999年，以宝顶山、北山等“五山”为代表的大足石刻被列入《世界遗产名录》。目前，被公布为各级文物保护单位的石窟就有75处，造像5万余尊，铭文有10万余字^[5]。此外，大足还有龙水湖旅游度假区、昌州古城、隆平五彩田园等多元化旅游资源（见图2），鲤鱼灯舞、中敖火龙、大足石雕、大足冬菜等非物质文化遗产，形成了独具地方特色的文化体系。

基础设施方面，成渝高铁与五条高速公路纵横成网，成渝中线高铁设大足石刻站，建成后将实现“15分钟重庆、半小时成都、6小时北上广深”，“快旅慢游”交通体系加速成型，景区串联性和可达性持续优化。

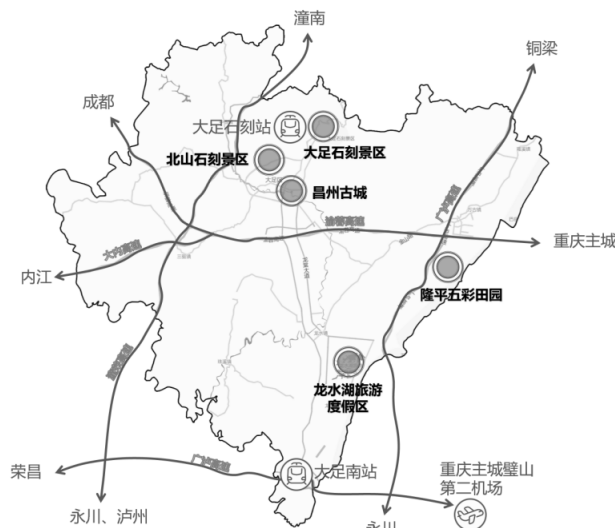


图2 大足区文旅资源主要分布图

然而，短板同样明显，大足文旅知识资源并未很好向产品资源转化。文化资源未能转化为沉浸式的体验产品，游客仍以观光讲解为主，缺乏易于体验的场景，缺乏易于携带的文创。学术研究成果也未能转化为公众所热爱内容IP，缺乏易于传播的故事性表达。旅游资源也相对分散，没有统一的主题串联，导致游客停留时间短、消费转化率低。资源“厚”，但是产品“薄”，造成了现目前生产要素环节的主要矛盾。

（二）需求条件：市场规模激增，转化效率待解

市场数据整体体现为一条陡峭的增长曲线。2024年全区接待游客3872万人次，同比增长10%以上；旅游总花费260多亿元，同比增长29%以上。2025年全区接待游客4360.8万人次，同比增长近12.6%；旅游总花费351.5亿元，同比增长34.9%。整体增幅显著（见图3、4）。

消费需求升级，“流量”向“留量”的转化仍面临挑战。尽管游客总量持续攀升，但从客群画像上看，中老年文化观光客占比过大，缺乏适配年轻群体的沉浸式、社交化、可分享的体验产品。从“过境”到“过夜”，从“观光”到“体验”，从“一次性消费”到“重复性消费”，要完成这其中的跳跃，仍是当前需要破解的关键课题。

（三）相关及支持性产业：集群初具规模，文旅链有待延展

大足已构建起智能网联新能源汽车及零部件、再生资源及新材料、现代五金等“246”特色产业集群，“大足制造”正成为重庆制造强市版图中的重要拼图。工业优势为文旅产业发展提供了良好经济基础，但文旅上下游产业链尚不完善。大足石刻文创园正在打造集雕塑雕刻、珠宝玉石、文化创意产业的展示、销售、加工于一体的艺术聚落，着力推动文化遗产向文化产

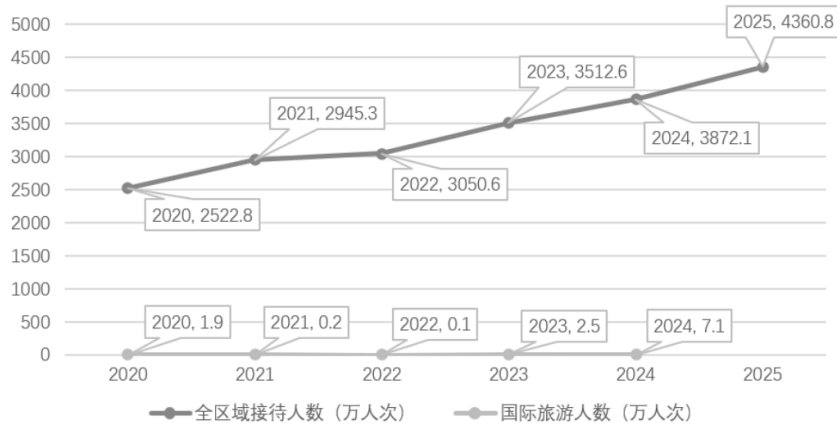


图3 大足全区域人数和国际旅游人数统计图

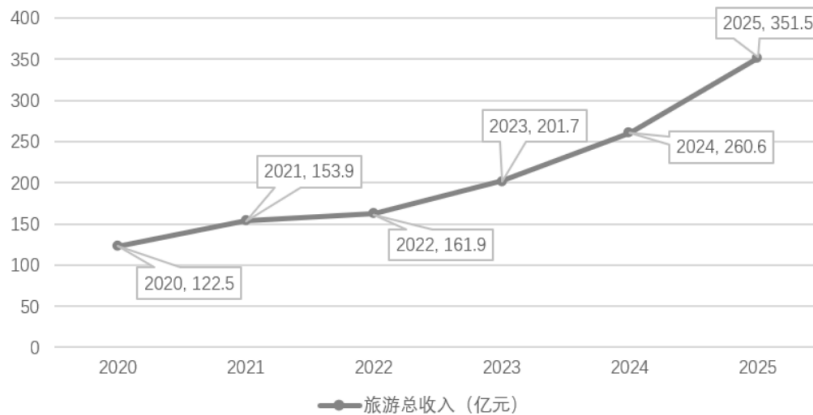


图4 大足区旅游总收入统计图

(图表自绘, 数据来源: 重庆市大足区人民政府年度统计数据)

品的转化。

区域协同方面, 大足与四川资阳共建“资大文旅融合发展示范区”, 双方坚持保护共抓、文旅共融、产业共兴、设施共建、服务共享, 示范区建设取得阶段性成效, “资足常乐”区域品牌影响力不断增强。《推动资大文旅融合发展示范区建设行动方案(2026—2028年)》已发布, 大足区、资阳市将联手实施“+文旅”融合、数字文旅赋能等行动, 着力打造巴蜀特色文化旅游目的地等。与此同时, 大足在全力推动龙水湖创建国家级旅游度假区, 做优做精“吃住行游购娱”全要素供给。

(四) 企业战略、结构与同业竞争: 主体成长提速, 品牌辨识待强化

大足文旅产业市场日益多元, 涵盖景区运营、文创开发、酒店民宿、旅行社等多个领域。2025年, 大足接待境外游客量大幅度增长, 反映出国际化运营能力的提升。在文化IP打造方面, 大足石刻亮相央视春晚, 舞剧《天下大足》开启全国巡演, 《黑神话悟空》中的石刻元素大火出圈, 8K球幕影院、裸眼3D展演等数字体验项目提升了游客的沉浸感。

但区域竞争也日益激烈, 在成渝地区双城经济圈

框架下, 大足面临成都都江堰、青城山及重庆武隆喀斯特、奉节白帝城等同类文旅目的地的竞争压力。大足文旅品牌在全国范围内的辨识度和市场号召力也仍须加强, 缺乏如西安大唐不夜城“不倒翁”、重庆观音桥“我在重庆”屏幕地标等火爆“出圈”案例。文创产品开发及宣传度也有待增强, 相应的故宫博物馆、敦煌研究院文创线上平台却销售火爆, 差异化竞争战略有待进一步明晰。

(五) 政府与机遇: 政策红利叠加, 外部变数并存成渝地区双城经济圈建设上升为国家战略, 巴蜀文旅旅游走廊建设加速推进, 为大足文旅产业带来重大历史机遇。大足作为重庆主城区都市区的“桥头堡”城市, 在区域战略格局中的地位持续提升。面向“十五五”, 大足明确要写好国际文旅名城文章, 深化大足石刻保护研究利用, 聚力推进“一城三山四园”融合发展、整体提升, 因地制宜提档升级棠香人家、雍溪古镇、隆平五彩田园等景区, 丰富“吃住行游购娱”全要素服务, 建设具有国际范、中国味、巴蜀韵、大足风的国际文旅名城。

外部机遇与挑战同时存在, 数字化技术发展为文化遗产“活化”提供了新路径, 社交媒体的传播效应

为文旅品牌出圈创造了条件。然后,全球经济不稳定性、区域文旅竞争加剧、消费需求快速变化等因素也对大足文旅产业提出了新的挑战。

三、大足文旅产业竞争力提升对策

基于上述五个方面分析,本文提出以下五项对策,构成一个从要素、市场、产业、品牌到制度的系统提升方案。

完善要素供给体系。加大对文旅专业人才的培养和引进力度,与高校和科研机构达成合作,共建文旅人才的实训基地,将文化创意、数字内容制作、国际营销等人才缺口进行补齐。加快成渝中线高铁等重大交通项目的建设,把景区间“最后一公里”打通,从而完善全域旅游的交通网络。深化数字技术在文物保护、景区运营、游客服务等环节中的应用,建设大足石刻数字资源库,开发线上虚拟游览与线下沉浸体验联动的智慧产品。

激发消费需求潜力。为年轻消费群体打造沉浸式的体验产品和文化创意衍生品,例如大足石刻主题剧本杀、AR寻宝游戏、数字藏品等,借助“打卡经济”撬动新的流量。丰富夜间文旅业态,打造石刻光影秀、夜游昌州古城、龙水湖星空露营等夜间消费场景,延长游客驻留时间。拓展国际客源市场,提升多语种服务与国际化接待能力。

推动产业集群联动。加快建设大足石刻文创园,把文创产品研发设计力量培育壮大。深化文旅与工业、农业、体育之间的跨界融合^[7],依托五金产业开发工业旅游线路,依托隆平五彩田园开发研学旅游,依托龙水湖半程马拉松等赛事拓展运动休闲消费。深化资大文旅融合发展示范区建设,互推精品线路,打造巴蜀文旅协同发展标杆。

强化品牌差异化战略。深耕大足石刻文化IP,持续输出《天下大足》这类优质的文化内容产品,构建线上线下联动的品牌传播矩阵,让石刻故事走出学术圈、走进大众生活。加强与国际文旅组织合作,拓宽国际市场渠道。推动渝西旅游环线建设,实现与周边景观资源互荐、客源共享、品牌共塑。

优化制度环境。完善文旅产业发展专项规划与配套政策体系,加大文旅招商引资力度^[8]。建立科学的

文旅竞争力评价指标体系,动态监测短板变化,为政策调整提供数据支撑。健全市场治理机制,规范文旅市场秩序,打击低价竞争、欺客宰客等乱象,营造让人放心的消费环境,用软环境提升硬实力。

四、结语

大足文旅产业在资源禀赋、市场需求增长和政策环境等方面具备显著优势,发展前景广阔。但也面临要素转化效率不高、产业链条有待完善、品牌竞争力须提升等现实问题。本文运用波特钻石模型对大足文旅产业竞争力进行系统分析,揭示了各要素之间的关联与制约关系,并提出了针对性的提升对策。在成渝地区双城经济圈建设深入推进的背景下,大足应把握战略机遇,以钻石模型为指导框架,系统谋划文旅产业竞争力提升路径,加快实现从世界遗产资源大区向国际文旅名城的关键跨越。

参考文献:

- [1] 重庆市民政局.新重庆·老地名|大足区——万佛朝宗匠心巧[EB/OL].(2024-06-24)[2025-11-06].
https://mzj.cq.gov.cn/sy_218/bmdt/mzyw/202406/t20240624_13316375.html.
- [2] 重庆市大足区人民政府.文旅产业支起发展“锚点”[EB/OL].(2025-09-06)[2025-11-06].https://www.dazu.gov.cn/zwx_175/qxdt/202509/t20250903_14962807.html.
- [3] 李筱萌.基于钻石模型的我国文化遗产旅游全域化发展研究——以山西平遥为例[J].中国商论,2025,34(2):71-75.
- [4] 朱珠,但强,李萌.基于钻石模型的成都创意旅游竞争力洞察与探究[J].西部旅游,2025(13):96-98.
- [5] 周杰.大足石刻保护性利用的现状与创新路径探索[J].中原文化与旅游,2025(5):7-9.
- [6] 邓水林,夏玉香.九江市旅游业的市场竞争力分析——基于波特“钻石模型”视角[J].市场周刊,2023,36(3):84-87.
- [7] 罗欢,孔凡平,曹绍华.基于波特钻石模型的全域旅游竞争力分析——以云南省红河州为例[J].技术与市场,2020,27(6):138-141.
- [8] 朱瑞.基于波特钻石模型的黔东南州旅游文化产业竞争力分析[J].当代旅游,2021,19(17):5-6.