

文章编号:1000-582X(2006)10-0154-05

# 基于结构方程模型的区域旅游产业竞争力评价\*

易丽蓉<sup>1,2</sup>

(重庆大学 1. 数理学院; 2. 经济与工商管理学院, 重庆 400030)

**摘要:**关于区域旅游产业竞争力的评价方法主要有层次分析法、数据包络分析、主成份分析、模糊聚类分析等, 而将结构方程模型应用于区域旅游产业竞争力的评价还很少见. 这里基于结构方程模型下的区域旅游产业竞争力“五因素模型”的实证研究结果, 构建了区域旅游产业竞争力定量评价模型, 并通过案例说明该评价模型的使用方法. 模型不但能对区域的旅游产业竞争力进行定量的评价, 而且为提升区域旅游产业竞争力提供理论依据.

**关键词:**结构方程模型; 区域旅游; 产业竞争力评价

**中图分类号:**F592

**文献标识码:**A

由于旅游业对相关产业带动性强, 发展旅游业对于推动第三产业快速发展、促进经济结构战略性调整、扩大国内需求、促进就业和增加居民收入以及推进国内外的交流与合作等具有重大意义, 目前旅游业已成为许多地区经济发展的支柱产业之一, 提升区域旅游产业竞争力就成为区域经济发展的战略之一, 而提升区域旅游产业竞争力一个必不可少的环节就是对区域旅游产业竞争力的评价. 通过对区域旅游产业竞争力的科学评价, 可以清楚区域旅游发展的优势和不足, 以便区域旅游管理部门针对优势和不足提出发展区域旅游业的具体战略.

目前国内外关于“旅游竞争力评价”的研究主要集中于旅游竞争力评价原则、评价指标的选取方法、评价指标体系的构建以及案例研究. 万绪才, 李刚, 张安<sup>[1]</sup>从旅游资源与产品条件、社会经济条件和其他条件3个方面建立了一套评价指标体系, 并用层次分析(AHP)和特尔菲法对江苏省各地的旅游竞争力进行了定量评价; 张陆、夏文汇、徐刚<sup>[2]</sup>通过层次分析法和“象限图法”评价了旅游区域竞争力; 张欣<sup>[3]</sup>从旅游国际竞争实力、旅游竞争潜力和未来旅游竞争的发展力三个角度衡量了区域旅游产业国际竞争力; 李文兵<sup>[4]</sup>对区域旅游业竞争力评价进行了系统全面的定量研究; 费莉雅<sup>[5]</sup>参考IMD国家竞争力评价指标体系, 构建了含有3个层次的区域旅游业竞争力评价指标体系; 冯茂

娥<sup>[6]</sup>将影响旅游产业竞争力的因素分为3个层次, 具体细化为153个评价指标; 王联兵, 米文宝, 刘小鹏<sup>[7]</sup>基于SPSS12.0统计分析软件, 运用因子分析法定量评价了宁夏旅游业在整个西部地区的综合竞争力. 国外目前最权威最全面的国家竞争力指标体系是由瑞士洛桑国际管理发展学院(IMD)与世界经济论坛(WEF)构建的全球竞争力评价指标体系和统计计算方法.

文献研究发现, 现有的旅游竞争力评价方法主要有层次分析法、数据包络分析、主成份分析、模糊聚类分析等, 而将结构方程模型用于旅游竞争力的评价却很少. 笔者基于结构方程模型下的区域旅游产业竞争力“五因素模型”实证研究结果, 构建了区域旅游产业竞争力定量评价模型.

## 1 “五因素模型”及其实证研究结果

目前国内外关于“旅游竞争力模型”的研究中比较成熟的有Crouch & Ritch<sup>[8]</sup>的“旅游目的地竞争力七因素模型”和Dwyer & Kim etc<sup>[9]</sup>的“旅游目的地竞争力综合模型”. 我国在文献研究的基础上提出“区域旅游产业竞争力五因素模型”(见图1). 该模型所涉及的6个概念(变量)是无法直接观察的假设性概念, 在统计学上将这种变量称为“潜在变量”, 因此“区域旅游竞争力五因素模型”实际上是含有潜在变量的结构方程模型(Structural Equation Modeling, 简称SEM)(见

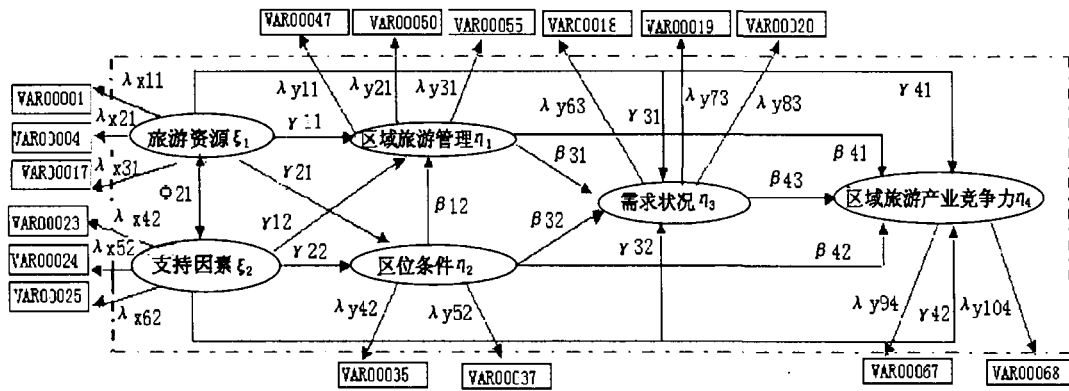
\* 收稿日期:2006-05-21

基金项目:重庆科委自然科学基金项目(CSTC, 2005CF9057)

作者简介:易丽蓉(1971-), 女, 陕西汉中, 重庆大学博士研究生, 主要研究方向为旅游经济管理.

图 1). SEM 是一种线性统计建模技术,它是计量经济学、计量社会学与计量心理学等领域的统计分析方法的综合,涵盖了多种原有的多变量数据分析方法,适用于定序、定类以及定距定比尺度,在管理、社会科学的实证研究中,逐渐成为与多元回归分析并立的一种主要多变量数据分析方法,主要用来解释多变量和多个概念之间的关系,在统计学上,通过寻找一些可观察的变量(observed variables)作为潜在变量的“标识”(indicators),间接分析“潜在变量”间的关系.文中首先通过问卷调查法,获得 6 个潜在变量的观察数据.1)以重庆市从事旅游管理教学和研究的教师,旅游管理专业的研究生以及旅游管理专业本科四年级学生共 57 人为数据来源,进行了小样测试,经过对问卷数据的信

度和效度分析,形成了正式测试问卷;2)利用“分层随机抽机法”在全国七个地区发出问卷 680 份,回收 437 份问卷,问卷总的回收率为 64.26% (437/680),其中有 31 份问卷的遗漏项目很多,被排除为无效问卷,有效问卷为 406 份,有效问卷回收率为 59.71% (406/680).此外还以 E-mail 的形式发出并收回 72 份有效电子问卷,研究的有效样本为 478 个.其次,运用结构方程模型统计分析软件 LISREL 8.71 对观察数据进行确定性因素分析(Confirmatory Factor Analysis 简称 CFA),以检验观察数据的有效性<sup>[10]</sup>;最后用 LISREL8.71 软件的路径分析进行假设检验,得到修正后的区域旅游产业竞争力结构方程模型以及各个参数值(见图 2).



注:结构方程模型由测量模型和结构模型组成,上图中虚线内为结构模型,其余为测量模型.

图 1 区域旅游产业竞争力“五因素”模型及结构方程模型

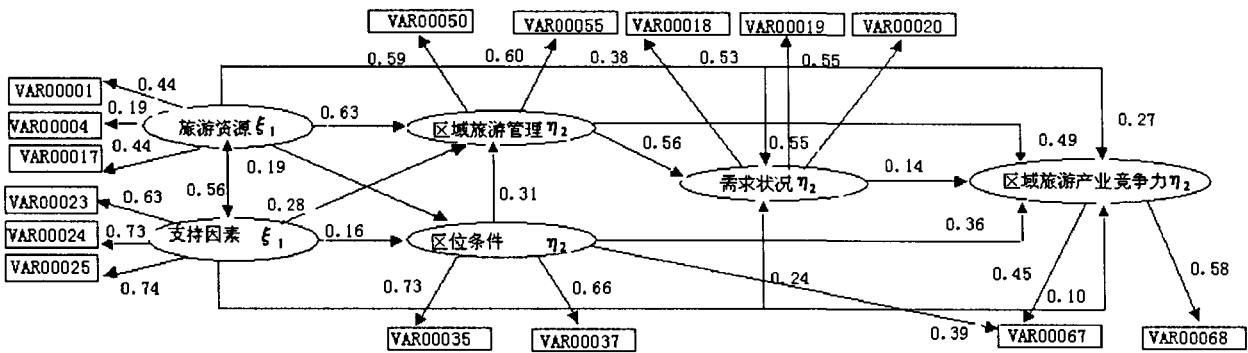


图 2 修正后的区域旅游产业竞争力结构方程模型及各参数值

旅游资源和支持因素为 2 个外生概念,分别用  $\zeta_1$  和  $\zeta_2$  表示,区域旅游管理、区位条件、需求状况和区域旅游产业竞争力为 4 个内生概念分别用  $\eta_1, \eta_2, \eta_3, \eta_4$  表示.外生概念与内生概念之间的关系用参数  $\gamma$  表示.内生概念与内生概念之间的关系用参数  $\beta$  表示,2 个外生概念之间的关系用参数  $\phi_{21}$  表示.外生概念 6 个标识与外生概念之间的关系用从  $\lambda_{x_{11}}$  到  $\lambda_{x_{62}}$

的 6 个参数表示,内生概念 10 个标识与内生概念之间的关系用从  $\lambda_{y_{11}}$  到  $\lambda_{y_{104}}$  的 10 个参数表示.每个潜在变量对应的测量标识用从 VAR00001 到 VAR00068 的 16 个观察变量来表示.

## 2 构建区域旅游产业竞争力评价模型

为了构建区域旅游产业竞争力评价模型,先来定

义潜在变量和观察变量。

### 2.1 定义潜在变量和观察变量

旅游资源为潜在变量  $LV_1$ , 假定它可以用  $k$  个观察变量  $O_{1i} (i=1, 2, \dots, k)$  来评价, 则定义这  $k$  个观察变量为潜在变量  $LV_1$  的  $k$  个评价指标,  $O_{1i}$  为评价指标的实际得分,  $\mu_{1i}$  为其权重,  $\alpha_{61}$  为变量  $LV_1$  的权重。

1) 从图 1 可见, 潜在变量旅游资源 ( $LV_1$ ) 有 3 个观察变量, 观察变量  $O_{11}$  为 VAR00001 是对自然资源进行描述和度量的变量; 观察变量  $O_{12}$  为 VAR00004 是对人文资源进行描述和度量的变量; 观察变量  $O_{13}$  为 VAR00017 是对旅游基础设施进行描述和度量的变量。

旅游支持因素为潜在变量  $LV_2$ , 假定它可以用  $l$  个观察变量  $O_{2i} (i=1, 2, \dots, l)$  来评价, 则定义这  $l$  个观察变量为潜在变量  $LV_2$  的  $l$  个评价指标,  $O_{2i}$  为评价指标的实际得分,  $\mu_{2i}$  为其权重,  $\alpha_{62}$  为变量  $LV_2$  的权重。

2) 从图 1 可见, 潜在变量旅游支持因素 ( $LV_2$ ) 有 3 个观察变量, 观察变量  $O_{21}$  为 VAR00023 是对一般基础设施进行描述和度量的变量; 观察变量  $O_{22}$  为 VAR00024 是对旅游企业服务质量(从游客的角度)进行描述和度量的变量; 观察变量  $O_{23}$  为 VAR00025 是对旅游企业服务质量(从企业的角度)进行描述和度量的变量。

区域旅游管理为潜在变量  $LV_3$ , 假定它可以用  $m$  个观察变量  $O_{3i} (i=1, 2, \dots, m)$  来评价, 则定义这  $m$  个观察变量为潜在变量  $LV_3$  的  $m$  个评价指标,  $O_{3i}$  为评价指标的实际得分,  $\mu_{3i}$  为其权重,  $\alpha_{63}$  为变量  $LV_3$  的权重。

3) 从图 1 可见, 潜在变量区域旅游管理 ( $LV_3$ ) 有 3 个观察变量, 观察变量  $O_{31}$  为 VR00047 是对区域旅游管理组织进行描述和度量的变量; 观察变量  $O_{32}$  为 VAR00050 是对区域旅游市场营销管理进行描述和度量的变量; 观察变量  $O_{33}$  为 VAR00055 是对旅游环境管理进行描述和度量的变量。

区位条件为潜在变量  $LV_4$ , 假定它可以用  $n$  个观察变量  $O_{4i} (i=1, 2, \dots, n)$  来评价, 则定义这  $n$  个观察变量为潜在变量  $LV_4$  的  $n$  个评价指标,  $O_{4i}$  为评价指标的实际得分,  $\mu_{4i}$  为其权重,  $\alpha_{64}$  为变量  $LV_4$  的权重。

4) 从图 1 可见, 潜在变量区位条件 ( $LV_4$ ) 有 2 个观察变量, 观察变量  $O_{41}$  为 VAR00035 是对旅游企业之间关系进行描述和度量的变量; 观察变量  $O_{42}$  为 VAR00037 是对旅游区域风险投资进行描述和度量的变量。

需求状况为潜在变量  $LV_5$ , 假定它可以用  $p$  个观察变量  $O_{5i} (i=1, 2, \dots, p)$  来评价, 则定义这  $p$  个观察变量为潜在变量  $LV_5$  的  $p$  个评价指标,  $O_{5i}$  为评价指标

的实际得分,  $\mu_{5i}$  为其权重,  $\alpha_{65}$  为变量  $LV_5$  的权重。

5) 从图 1 可见, 潜在变量需求状况 ( $LV_5$ ) 有 3 个观察变量, 观察变量  $O_{51}$  为 VAR00018 表示游客对目的整体形象的认识; 观察变量  $O_{52}$  为 VAR00019 表示游客对目的地和目的地所特有旅游产品知名度的了解; 观察变量  $O_{53}$  为 VAR00020 表示游客的个人偏好。

区域旅游产业竞争力为潜在变量  $LV_6$ , 假定它可以用  $q$  个观察变量  $O_{6i} (i=1, 2, \dots, q)$  来评价, 则定义这  $q$  个观察变量为潜在变量  $LV_6$  的  $q$  个评价指标,  $O_{6i}$  为评价指标的实际得分,  $\mu_{6i}$  为其权重,  $\varepsilon$  为变量  $LV_6$  的误差。

6) 从图 1 可见, 区域旅游产业竞争力 ( $LV_6$ ) 有 2 个观察变量, 观察变量  $O_{61}$  为 VAR000678 表示游客人数; 观察变量  $O_{62}$  为 VAR00068 表示游客人数增长率。

### 2.2 区域旅游产业竞争力评价的数学模型

根据图 2 可以写出结构方程模型的数学表达式, 即区域旅游产业竞争力评价的数学模型:

$$\begin{aligned}
LV_1 &= \sum_{i=1}^k O_{1i} \cdot \mu_{1i}, \mu_{1i} \geq (i=1, 2, \dots, k) \text{ 且 } \sum_{i=1}^k \mu_{1i} = 1 \\
LV_2 &= \sum_{i=1}^l O_{2i} \cdot \mu_{2i}, \mu_{2i} \geq (i=1, 2, \dots, l) \text{ 且 } \sum_{i=1}^l \mu_{2i} = 1 \\
LV_3 &= \sum_{i=1}^m O_{3i} \cdot \mu_{3i}, \mu_{3i} \geq (i=1, 2, \dots, m) \text{ 且 } \sum_{i=1}^m \mu_{3i} = 1 \\
LV_4 &= \sum_{i=1}^n O_{4i} \cdot \mu_{4i}, \mu_{4i} \geq (i=1, 2, \dots, n) \text{ 且 } \sum_{i=1}^n \mu_{4i} = 1 \\
LV_5 &= \sum_{i=1}^p O_{5i} \cdot \mu_{5i}, \mu_{5i} \geq (i=1, 2, \dots, k) \text{ 且 } \sum_{i=1}^k \mu_{5i} = 1 \\
LV_{6\text{实际}} &= \sum_{i=1}^q O_{6i} \cdot \mu_{6i}, \mu_{6i} \geq (i=1, 2, \dots, k) \text{ 且 } \sum_{i=1}^q \mu_{6i} = 1 \\
LV_{6\text{理论}} &= LV_1 \cdot \alpha_{61} + LV_2 \cdot \alpha_{62} + LV_3 \cdot \alpha_{63} \\
&\quad + LV_4 \cdot \alpha_{64} + LV_5 \cdot \alpha_{65} + \varepsilon \\
\alpha_{61} &\geq 0, \alpha_{62} \geq 0, \alpha_{63} \geq 0, \alpha_{64} \geq 0, \alpha_{65} \geq 0 \\
&\text{且 } \alpha_{61} + \alpha_{62} + \alpha_{63} + \alpha_{64} + \alpha_{65} = 1
\end{aligned}$$

### 3 评价过程

依据文献[11]研究, 将基于结构方程的区域旅游产业竞争力评价过程归纳为以下步骤: 1) 评价指标标准化(归一化)与权重的确定; 2) 参数估计结果; 3) 计算潜在变量的分值; 4) 计算区域旅游产业竞争力的实际分值; 5) 计算区域旅游产业竞争力的理论分值。

#### 3.1 评价指标标准化(归一化)与权重的确定

由图 2 可知,  $k=3, l=3, m=2, n=2, p=2, q=2$ 。由于图中各个参数值之和大于 1, 所以要对参数进行归一化处理。

旅游资源  $LV_1$  的 3 个评价指标的参数值分别为  $\gamma_{11}=0.44; \gamma_{12}=0.19; \gamma_{13}=0.44$ ; 归一化后权重分别为  $\mu_{11}=0.41; \mu_{12}=0.18; \mu_{13}=0.41$ ; 归一化变量  $LV_1$  的权重  $\alpha_{61}=0.21$ 。

旅游支持因素  $LV_2$  的3个评价指标的参数值分别为  $\gamma_{21}=0.63; \gamma_{22}=0.73; \gamma_{23}=0.74$ ; 归一化后权重分别为  $\mu_{21}=0.30; \mu_{22}=0.35; \mu_{23}=0.35$ ; 归一化变量  $LV_2$  的权重  $\alpha_{62}=0.07$ 。

区域旅游管理  $LV_3$  的2个评价指标的参数值分别为  $\gamma_{31}=0.59; \gamma_{32}=0.60$ ; 归一化后权重分别为  $\mu_{31}=0.50; \mu_{32}=0.50$ ; 归一化变量  $LV_3$  的权重  $\alpha_{63}=0.36$ 。

区位条件  $LV_4$  的2个评价指标的参数值分别为  $\gamma_{41}=0.73; \gamma_{42}=0.66$ ; 归一化后权重为  $\mu_{41}=0.53, \mu_{42}=0.47$ ; 归一化变量  $LV_4$  的权重  $\alpha_{64}=0.26$ 。

需求状况  $LV_5$  的3个评价指标的参数值分别为  $\gamma_{51}=0.38; \gamma_{52}=0.53; \gamma_{53}=0.55$ ; 归一化后权重分别为  $\mu_{51}=0.26, \mu_{52}=0.36, \mu_{53}=0.38$ ; 归一化变量  $LV_5$  的权重  $\alpha_{65}=0.10$ 。

区域旅游产业竞争力  $LV_6$  的2个评价指标的参数值分别为  $\gamma_{61}=0.45, \gamma_{62}=0.58$ ; 归一化后权重分别为  $\mu_{61}=0.44, \mu_{62}=0.56$ ; 变量  $LV_6$  的误差记为  $\varepsilon$ 。

### 3.2 参数估计结果

实证研究结果发现:区域旅游地管理对区域旅游产业竞争力的影响最大(路径系数为0.49);区位条件对目的地的影响居第2(路径系数为0.36);旅游资源对区域旅游产业竞争力的影响居第3(路径系数为0.27);需求状况对区域旅游产业竞争力的影响居第4(路径系数为0.14);旅游支持因素对区域旅游产业竞争力的影响居第5(路径系数为0.10)。

从各个潜在变量的评价指标权重发现:旅游资源  $LV_1$  的3个评价指标中,自然资源  $O_{11}$  (VAR00001)和旅游基础设施  $O_{13}$  (VAR00017)对旅游资源的贡献最大,权重都是0.41;文化遗产  $O_{12}$  (VAR00004)对于旅游资源的贡献次之,权重为0.18。旅游支持因素  $LV_2$  的3个评价指标中,观光者满意程度  $O_{22}$  (VAR00024)和服务快捷程度  $O_{23}$  (VAR00025)对旅游支持因素的贡献最大,权重都是0.35;旅游企业对服务的重视程度变量  $O_{21}$  (VAR00023)对于旅游支持因素的贡献次之,权重为0.30。区域旅游管理  $LV_3$  的2个评价指标中,区域旅游市场营销管理  $O_{31}$  (VAR00050)和区域旅游环境管理  $O_{32}$  (VAR00055)对区域旅游管理的贡献相同,权重都是0.50。区位条件  $LV_4$  的3个评价指标中,旅游行业竞争水平  $O_{41}$  (VAR00035)对区位条件的贡献最大,权重为0.53;区域旅游行业利益相关者的企业家品质  $O_{42}$  (VAR00037)对区位条件的贡献次之,权重为0.47。需求状况  $LV_5$  的3个评价指标中,游客个人的旅游偏好  $O_{53}$  (VAR00020)对需求状况的贡献最大,权重为0.38;游客对区域和区域旅游产品知名度的了解  $O_{52}$  (VAR00019)对需求状况的贡献次之,权重

为0.36;游客对区域整体旅游形象的认识  $O_{51}$  (VAR00018)对需求状况的贡献最小,权重为0.26。区域旅游产业竞争力  $LV_6$  的2个评价指标中,旅游人数  $O_{61}$  (VAR00067)对区域旅游产业竞争力的贡献最大,权重为0.56;旅游人数增长率  $O_{62}$  (VAR00068)对区域旅游产业竞争力的贡献较小,权重为0.44。

### 3.3 计算潜在变量的分值

为了计算潜在变量的分值,先通过专家评分法得到每个评价指标的分值,然后依据公式(1)到(5)分别计算出5个潜在变量的分值。

比如:通过专家评分法,以10分制记分,旅游资源 ( $LV_1$ )3个评价指标自然资源  $O_{11}$ 、文化遗产  $O_{12}$ 和旅游基础设施  $O_{13}$ 的得分分别为9分、7分和8分,则旅游资源  $LV_1$  的分值

$$LV_1 = \sum_{i=1}^3 O_{1i} \cdot \mu_{1i} = O_{11} \cdot \mu_{11} + O_{12} \cdot \mu_{12} + O_{13} \cdot \mu_{13} \\ = 9 \times 0.41 + 7 \times 0.18 + 8 \times 0.41 = 8.23$$

### 3.4 计算区域旅游产业竞争力的实际分值

为了计算区域旅游产业竞争力的实际分值,仍然先通过专家评分法得到区域旅游产业竞争力  $LV_6$  的2个评价指标的分值,然后依据公式(6)计算区域旅游产业竞争力的实际分值。

比如:通过专家评分法,得到区域旅游产业竞争力  $LV_6$  的2个评价指标旅游人数  $O_{61}$ 和旅游人数增长率  $O_{62}$ 的得分分别为9.0分和8.7分,则区域旅游产业竞争力的实际分值

$$LV_{\text{实际}} = \sum_{i=1}^2 O_{6i} \cdot \mu_{6i} = O_{61} \cdot \mu_{61} + O_{62} \cdot \mu_{62} + O_{63} \cdot \mu_{63} \\ = 9.0 \times 0.56 + 8.7 \times 0.44 = 8.87$$

### 3.5 计算区域旅游产业旅游竞争力的理论分值

将4.3计算的各个潜在变量分值  $LV_1, LV_2, LV_3, LV_4, LV_5$  代入公式(7)即得到区域旅游产业竞争力的理论分值。

如  $LV_1, LV_2, LV_3, LV_4, LV_5$  分别为9.0、8.3、9.5、8.7和8.5,则区域旅游产业竞争力的理论分值

$$LV_{6\text{理论}} = LV_1 \cdot \alpha_{61} + LV_2 \cdot \alpha_{62} + LV_3 \cdot \alpha_{63} \\ + LV_4 \cdot \alpha_{64} + LV_5 \cdot \alpha_{65} + \varepsilon \\ = 9.0 \times 0.21 + 8.3 \times 0.01 + 9.5 \times 0.36 \\ + 8.7 \times 0.26 + 0.10 = 8.51$$

在实际的评价过程中,可以把实际得分和理论得分进行比较,如果实际得分高于理论得分,则认为该区域的旅游产业竞争力较高;反之则认为该区域的旅游产业竞争力较低。旅游管理部门可以通过上述评价体系衡量某个旅游区域旅游资源、旅游支持因素、区域旅游管理、区位条件和需求状况几方面的发展情况,找出

优势和不足,提出提升该区域旅游产业竞争力的具体战略。

#### 4 结 论

在区域旅游管理中应用带有潜在变量的结构方程模型对区域旅游产业竞争力进行评价,不但能够很好地实现区域旅游产业竞争力影响因素与区域旅游产业竞争力的直接挂钩,建立起区域旅游资源、旅游支持因素、区域旅游管理、区位条件和旅游需求等因素与区域旅游产业竞争力之间的定量联系,既能对某个区域的旅游产业竞争力进行定量的有效评价,又能为不同的旅游区域制定提升区域旅游产业竞争力的策略提供理论依据。

#### 参考文献:

- [1] 万绪才,李刚,张安. 区域旅游业国际竞争力定量评价理论与实践研究[J]. 经济地理,2001,15(3):355-358.
- [2] 张陆,夏文汇,徐刚. 旅游区域竞争力研究[J]. 经济问题探索,2002,(9):113-117.
- [3] 张欣. 旅游产业区域竞争力的理论研究和实证分析[D].

青岛:青岛大学硕士论文,2002.

- [4] 李文兵. 区域旅游业竞争力研究——以甘肃为例[D]. 甘肃:西北师范大学硕士论文集,2003.
- [5] 费莉雅. 广西旅游业竞争力现状分析与对策探讨[D]. 南宁:广西大学硕士论文集,2003.
- [6] 冯茂娥. 陕西省旅游业国际竞争力测评与提升战略研究[D]. 西安:陕西师范大学硕士论文集,2003.
- [7] 王联兵,米文宝,刘小鹏. 宁夏旅游业综合竞争力评价及预测分析[J]. 旅游学刊,2005,20(5):76-80.
- [8] RITCHIE, J. R. CROUCH, G. I. The competitive destination: A sustainability perspective [J]. Tourism Management, 2000,21(1):1-7.
- [9] KIM & DWYER. Destination Competitiveness: Determinants and Indicators [J]. Current Issues In Tourism, 2003, 6(5):369-414.
- [10] 邱皓政. 结构方程模式 LISREL 的理论、技术与应用[M]. 台湾:双叶书廊有限公司出版,2003.
- [11] 姚杰、池宏、计累. 带有潜变量的结构方程模型在突发事件应急管理中的应用[J]. 中国管理科学,2005,13(2):44-50.

## Evaluation of Regional Tourism Competition Basc on SEM

Yi Li-rong<sup>1,2</sup>

(1. College of Math and Physics ; 2. College of Economics  
Business Administration, Chongqing University 400030, China)

**Abstract:** There are a lot of evaluation approach on Regional Tourism Competition, such as Analytic Hierarchy Process (AHP), Data Envelopment Analysis (DEA), Principal Component Analysis (PCA), Fuzzy Cluster Analysis (FCA) and so on, but so far there is less research on valuation approach on Regional Tourism Competition via SEM. This paper has constructed an evaluation model about Regional Tourism Competition via the result of 5 Factors model on Regional Tourism Competition via SEM.

**Key words:** SEM ; regional tourism ; evaluation of regional tourism competition

(编辑 陈移峰)