

长三角一体化池州文化与旅游融合发展关联分析

孙浩 金玉玲

池州职业技术学院

[摘要]安徽、江苏、浙江三省和上海市整体经济发展各有优势和劣势，对“三省一市”经济发展基础关联分析，结合池州旅游数据，分析长三角一体化下池州文化与旅游融合发展的不足，采取的对策谈点看法。

[关键词]长三角一体化；池州；文化与旅游；融合发展；关联分析

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.10.1589

长三角涵盖安徽、江苏、浙江三省和上海市，地域面积占全国的1/26，常住人口占全国的1/6，经济总量占到全国的近1/4。2019年5月13日，中共中央、国务院审议通过了《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，提出“共筑文化发展高地”要求，进一步明确了文化产业高质量发展的目标和路径。它对于整合区域资源，发挥长三角地缘、文脉相通的优势，促进区域性经济、文化、旅游等领域的全面合作意义深远。^[1]

一、“三省一市”经济发展关联分析

为深入分析长三角“三省一市”经济发展基础^[2]，现根据全国31个省、市、自治区经济发展情况的19项指标，对其进行SPSS中主成分分析，将原始信息浓缩最终形成数个主成分，然后对“三省一市”开展综合评价。^[3]

具体指标有：地区生产总值、房地产开发固定资产投资比上年增长(%)、地方财政文化体育与传媒支出、博物馆参观人次、国际旅游外汇收入、教育经费、全体居民人均消费支出、居民消费价格指数、技术市场成交额、连锁餐饮企业营业额、旅客周转量、年末常住人口、人身险保费收入、森林覆盖率、商品零售价格指数、社会消费品零售总额、文化体育和娱乐业城镇单位就业人员(万人)、医疗卫生机构诊疗人次、艺术表演团体演出场次。

解释的总方差

成分	初始特征值			提取平方和载入			旋转平方和载入		
	合计	方差的%	累积%	合计	方差的%	累积%	合计	方差的%	累积%
	1	9.893	52.069	52.069	9.893	52.069	52.069	7.637	40.194
2	3.186	16.768	68.837	3.186	16.768	68.837	5.018	26.410	66.604
3	1.502	7.907	76.744	1.502	7.907	76.744	1.884	9.914	76.518
4	1.159	6.102	82.846	1.159	6.102	82.846	1.202	6.328	82.846

提取方法：主成分分析。(图1)

经过方差最大正交旋转给出了各因子的载荷情况，提取了前4个公因子，累积方差贡献率是82.846%。

由于4个因子是分别从不同方面反映了省份经济发展状况的总体水平，单独使用某一公因子很难全面做出综合评价，因此考虑各因子对应的方差贡献率比例为权数计算综合得分，相应的spss程序如下 $score=40.194/82.846*FAC1_1+26.41/82.846*FAC2_1+9.914/82.846*FAC3_1+6.328/82.846*FAC4_1$

表一“三省一市”综合排序

序号	地区	FAC1_1	FAC2_1	FAC3_1	FAC4_1	score
10	江苏省	2.06789	0.49092	-0.32182	0.77953	1.18
11	浙江省	1.15663	0.52924	-0.34812	-1.01436	0.61
9	上海市	-0.71503	2.05913	-1.33609	0.50877	0.19
12	安徽省	0.89111	-0.87323	-0.44893	-1.09772	0.02

可见，在全国31个省、市、自治区中江苏省综合得分第二，其“总量及文化卫生”因子、“科技旅游”因子和“房产投资”因子3个公因子表现不错；浙江省综合得分第五，是靠“总量及文化卫生”因子和“科技旅游”因子2个公因子拉

动；上海市综合得分第九，主要受“科技旅游”因子和“房产投资”因子2个公因子影响；而安徽省的“科技旅游”因子、“价格环境”因子和“房产投资”因子3个公因子都不好，主要靠“总量及文化卫生”因子推动，综合得分第十四。上述综合比较结果可以很好解释了长三角“三省一市”整体经济发展上的优势和劣势，有利于针对各自特点确定其经济发展方向和重点。

二、长三角下池州旅游发展状况

(一) 关联数据分析

以手机移动运营商实时信令的数据为基础，客观分析池州旅游接待状况。

1. 池州过境游客。2020年，前十客源地省份(市)中短信发送量安徽省占比34.38%、江苏省占比15.93%、浙江省占比10.09%、上海市占比8.73%、江西省占比4.52%、湖北省占比4.02%、山东省占比3.42%、广东省占比3.37%、河南省占比2.81%、湖南省占比1.45%。从数据可以看出，来池游客主要来自省内和以江浙沪为主的长三角区域，占全部游客的69.12%。从数据看，来池游客前十客源地城市全部是长三角区域的城市，可见长三角的游客对池州旅游及文化认同感较好。

2. 过夜游客结构。对游客年龄数据分析，2020年度60后游客占比19.98%、70后游客占比22.69%、80后占比29.84%、90后占比23.65%、00后游客占比3.86%、10后游客占比0.07%。可见，来池州和到访九华山的游客主要集中在60后、70后、80后、90后人群，占据总游客量的90%以上。游客性别数据分析，2020年度来池游客中男性游客占比67.33%，女性游客占比32.67%，女性游客占比较去年低4.15个百分点，男性游客仍为来池游客主要群体。

3. 逗留时间。2020年度近48%的九华山游客逗留时间超过6小时；19%的游客逗留时间超过4小时；21%的游客逗留时间超过2小时。按照常在景区逗留时间超过2小时，视为有效旅游，来池有效旅游占比达88%。

4. 旅游消费结构。在旅游六要素中，购物要素占比60.59%，吃要素占比12.94%，2020年度池州旅游消费结构仍以购物和餐饮，行、游、娱等消费占比较小。消费类型中，游客消费前三分别是：一般零售类占比48.05%，餐饮和食品类占比13.14%，医疗服务类占比11.31%。受疫情影响，医疗服务类占比较去年同期有所增长。

(二) 存在的问题

1. 品种过于单一。携程数据显示，在2020年假期游客中，男女比例约为52:48，特别是90后、00后等新一代人群占比超过60%，成为出行绝对主力军，他们具有追求个性化、奇异、崇尚自由的旅游特点。而目前池州市场，旅游多为观光旅游，2020年游客数占比，00后仅为3.84%，与携程发布的报告数据相差甚远。

2. 文化与旅游挖掘不够。池州境内有中国佛教四大名山之一九华山、有“戏曲活化石”的池州傩戏、有杜牧《清明》诗

中的杏花村、徽州雅调“青阳腔”、有融山、水、洞于一体秋浦仙境的穿山洞等诸多人文自然资源，儒家、道家、佛家文化风格迥异又多元交汇，形成了独特池州特色的旅游资源。但近年池州在旅游开发中，缺少对池州文化必要的整理、挖掘与利用，文化的内涵未能得到真正的展现，文化的优势不明显，文化与旅游未能做到融合发展。^[4]

3. 产品同质化问题严重。与地方传统旅游发展模式相似，池州旅游一直以佛教文化、山水观光型旅游产品为主，没有将文化与旅游融合发展，旅游发展仍处于低层次、低竞争力初级阶段。究其原因，一是缺乏旅游文化产业发展的先进理念，二是缺少旅游文化产业专业人才，三是一些企业一味追求眼前利润，挤压了地方特色与文化发展的生存空间。

三、池州文化与旅游融合发展新路径

从前面“三省一市”经济发展关联分析，得出江苏、浙江和安徽三省都受到第一个公因子即“总量及文化卫生”影响较大，上海受到“科技旅游”因子影响的结论。这也印证了“三省一市”同处长江流域，地缘造就了同根、同源的“江南文化”。同源文化既是认同基础和精神动力，也可转化产业竞争优势，有助于长三角一体化格局形成。池州市作为安徽省的一个地级市，是国家优秀旅游城市，可以凭借这股东风，顺势而上、乘势而为，推进全域旅游经济大发展。

（一）更新产业发展新理念

文化是旅游的灵魂，旅游则是文化的重要载体，文化与旅游是相生共兴的。对于游客来说，旅游初期是走马观花，最高境界是追求文化享受和心灵愉悦，文化是支配人们旅游活动的精神支柱。不仅如此，文化以其高附加值、高融合、低消耗的特点，在促进产业结构转型升级、推进区域经济发展可以大放异彩，成为旅游经济的重要引擎。作为旅游行政管理部门、旅游企业经营者要摒弃传统的旅游产业理念，树立“旅游+文化”的产业发展新理念。

（二）培育文化旅游产业人才

无论是“互联网+旅游”，还是“旅游+文化”的创新发展，归根结底需要的是产业专业人才。在解决人才的短缺问题上，可以围绕“如何引进来，怎样留得住”展开工作，通过“走出去、请进来”的方式汇聚四方英才。一方面对自身现有的旅游从业人员进行系统培训和自我学习改造，提升他们对文化旅游产业发展的指导作用。另一方面采取人才招聘办法，即从高校、科研机构引进高层次人才，吸纳文化旅游人才，为其提供全方位的人才保障。

（三）文化与旅游产业开发要交融互动

大力发展文化旅游，构建“文化为内容+旅游为平台”交融格局，才能真正实现文化业与旅游业共赢发展。“旅游+文化”产业实践告诉人们，融合程度越高的文化旅游业，就越容易开发精粹的旅游产品。对于同宗同源的“江南文化”，池州应充分考虑自身优势、周边的竞争状况及游客需求等因素，另辟蹊径地把文化内涵贯穿到旅游发展的全过程，将文化自信融入旅游产品开发之中，实施差异化战略，抢占旅游市场高地。例如，对池州诗歌文化、农耕文化、原生态等特色文化资源进行深度挖掘，植入旅游产品，提升旅游产品的文化内涵。以佛教文化为题材，开发旅游演艺产品或推出集山水实景、地藏王菩萨文化及其自身的特征为一体的大型实景演出。此外，利用互联网、信息技术、声光电综合集成技术、虚拟仿真技术将电子竞技、动漫游戏等新元素广泛应用到旅游业，满足游客体验化、多元化需求，打造独具池州特色的旅游品牌，不断提高文化旅游业的现代化程度。

（四）完善文化产业协同发展机制

长三角一体化是“三省一市”共同使命，因为长三角地区是我国经济最活跃的区域，下好“先手棋”意义特别重大。目前，长三角地区已在文化产业领域先行，形成了红色文化旅游联盟、文创特展产业联盟、电子竞技产教协同创新中心、动漫产业合作联盟、影视制作基地联盟、文化金融合作服务平台等多个领域的合作联盟，有力地推动区域文化旅游产业纵深发展。池州市作为安徽省的一个地级市，虽然拥有丰富的旅游资源，但经济总量欠发达，如何加快经济发展，显得尤为迫切。池州市应以文化促旅游，以一元带多元，加大延伸文化旅游产业链的广度和深度，建起长三角文化旅游信息共享服务机构，搭建公共文化交流平台，完善协同发展合作机制，主动融入长三角区域共同体，以文化产业发展串起多领域的协同，推动文化旅游产业向更高质量一体化发展迈进。

（五）给予必要的政策的支持和引导

旅游文化产业健康长期发展离不开政府支持，政府通过出台一系列相关政策，为地方旅游文化产业发展指明方向，发挥宏观调控的作用。同时，由于各地产业发展的基础强弱不同，政府的政策应体现因地制宜，力求做到“一地一策”。池州市政府要根据自身旅游文化产业发展实际，制定出有差别的引导性政策，给产业相关基础设施和上下游产业的发展进行规划和引导，并提供必要的资金支持，增进社会效率与公平。

总之，在长三角一体化发展战略的背景下，各地区都有丰富的文化资源和独特的文化魅力，共享“江南文化”文化血脉，这也为长三角文化一体化奠定了坚实基础。文化是旅游的灵魂，池州旅游的发展当然也离不开本土文化，应依托自身厚重的人文自然资源，以弘扬“江南文化”为改革突破口，激发文化与旅游产业融合动力，更好地融入长三角区域一体化发展之中。

参考文献：

- [1] 陈骏. 以创新文化引领长三角科技创新实践[J]. 科技导报, 2021, 39(24): 1-2.
- [2] 英震. 促进区域政策协同支撑长三角一体化高质量发展研究——扬州融入长三角一体化发展战略的思考[J]. 市场论坛, 2020(03): 18-20.
- [3] 甘琴. 全域视角下文化旅游融合发展多维创新研究[J]. 《池州学院学报》2019年6期.

基金项目：

- 1、2020年度安徽省高校人文社会科学研究重点项目(SK2020A0771)
- 2、2020年度安徽省高校人文社会科学研究重点项目(SK2020A0772)
- 3、安徽省大规模在线开放课程(MOOC)示范项目(项目编号: 2018mooc612)

作者简介：

孙浩(1970.4-), 男, 安徽省池州职业技术学院经济与旅游系副主任副教授, 研究方向: 经济管理与统计分析, 旅游法规运用;

金玉玲(1972.3-), 女, 安徽省池州职业技术学院旅游系教授, 研究方向: 旅游经济与管理, 文化与旅游融合。