

分类号 _____
U D C _____

密级 _____
编号 10741

兰州财经大学

LANZHOU UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS

硕士学位论文

论文题目 黄河流域文化旅游产业链的构建及其影响
因素研究

研究生姓名: 任可

指导教师姓名、职称: 王娟娟 教授

学科、专业名称: 应用经济学 区域经济学

研究方向: 欠发达地区经济开发

提交日期: 2022年5月30日

独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 任可 签字日期： 2022.5.30

导师签名： 王娟娟 签字日期： 2022.5.30

关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；

2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊（光盘版）电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 任可 签字日期： 2022.5.30

导师签名： 王娟娟 签字日期： 2022.5.30

Research on the Construction and Influencing Factors of Cultural Tourism Industry Chain in the Yellow River Basin

Candidate :Ren Ke

Supervisor:Wang Juanjuan

摘要

随着我国经济发展质量不断提升和人民生活水平持续提高,传统旅游活动已经无法满足游客需求,在旅游活动中人们更加重视探索旅游活动中的文化内涵。黄河流域作为中华文明的重要发源地,文旅资源丰富多样,拥有发展文化旅游产业的坚实基础。在中共中央、国务院印发的《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》中明确指出要“把文化旅游产业打造成为支柱产业”,“打造具有国际影响力的黄河文化旅游带”。故构建黄河流域文化旅游产业链,促进黄河流域文化旅游产业高质量发展,对实现黄河流域生态保护和高质量发展至关重要。

基于此,本文从黄河流域文化旅游产业发展现状出发,通过文旅资源开发环节、发展与投资环节、交通运转环节、生活保障与服务环节、市场规模与效益环节和研发与推广环节等六个环节来研究黄河流域文化旅游产业链的构建问题。首先利用聚类分析和区位熵分析沿黄九省区在黄河流域文旅产业发展中所处的优势环节,初步确定黄河流域文旅产业各环节主导建设省区;其次运用主成分分析筛选对黄河流域文旅产业各环节发展较为重要的因素。依据上述结论,利用欧式距离分析各省区在各环节中的合作关系演变情况,明确黄河流域文旅产业各环节主导建设省区与主要建设内容;最后提出构建黄河流域文化旅游产业链的相关对策建议。

关键词: 黄河流域 文化旅游产业 区位熵 主成分分析 欧式距离

Abstract

With the continuous improvement of the quality of my country's economic development and the continuous improvement of people's living standards, traditional tourism activities have been unable to meet the deeper needs of tourists. In tourism activities, people pay more attention to the cultural connotation behind tourism activities. As an important birthplace of Chinese civilization, the Yellow River Basin has rich and diverse cultural and tourism resources and has a solid foundation for the development of cultural tourism industries. The "Outline of the Yellow River Basin Ecological Protection and High-Quality Development Plan" issued by the Central Committee of the Communist Party of China and the State Council also clearly pointed out the need to "make the cultural tourism industry a pillar industry" and "create an internationally influential Yellow River cultural tourism belt." Therefore, constructing the cultural tourism industry chain of the Yellow River Basin and promoting the high-quality development of the cultural tourism industry in the Yellow River Basin are essential for realizing the ecological protection and high-quality development of the Yellow River Basin.

Based on this, this article starts from the current development of the cultural tourism industry in the Yellow River Basin, from the six links of cultural tourism resource development, development and investment, transportation operation, life security and service, market scale and

benefit, and R&D and promotion. To study the construction of the cultural tourism industry chain in the Yellow River Basin. First, use cluster analysis and location entropy to analyze the advantages of the nine provinces along the Yellow River in the development of the cultural and tourism industry in the Yellow River Basin, and initially determine the leading construction provinces in each link of the cultural and tourism industry in the Yellow River Basin. Secondly, use principal component analysis to select the more important factors for the development of various links of the cultural tourism industry in the Yellow River Basin. Then, based on the above conclusions, use the Euclidean distance to analyze the evolution of the cooperative relations of various provinces in each link, and clarify the leading construction provinces in each link of the cultural tourism industry in the Yellow River Basin. Finally, the paper puts forward some suggestions on the construction of cultural tourism industry chain in the Yellow River basin.

Keywords: Yellow River Basin; Cultural tourism industry; Location entropy; Principal component analysis; Euclidean distance

目 录

1 绪论	1
1.1 选题背景及意义	1
1.1.1 选题背景	1
1.1.2 选题意义	1
1.2 文献综述	2
1.2.1 国外文献梳理	2
1.2.2 国内文献梳理	3
1.2.3 研究述评	6
1.3 研究思路、方法与框架	7
1.3.1 研究思路	7
1.3.2 研究方法	7
1.3.3 研究框架	8
2 相关概念与理论基础	9
2.1 相关概念	9
2.1.1 区域	9
2.1.2 流域	9
2.2 理论基础	9
2.2.1 增长极理论	9
2.2.2 关联效应理论	10
2.2.3 梯度推移理论	10
2.2.4 要素禀赋理论	11
2.2.5 协同理论	11
3 黄河流域文旅产业发展现状分析	12
3.1 文化旅游产业总体实力不断提升	12
3.2 文化旅游资源禀赋丰富	14
3.3 文化旅游产业配套支撑体系需完善	15
3.4 黄河流域各省区文化旅游产业发展差距大	19

3.5 黄河流域文化旅游产业区域一体化发展进程缓慢	22
4 黄河流域各省区在文化旅游产业中所处优势环节分析	25
4.1 研究方法介绍	26
4.1.1 区位熵	26
4.1.2 聚类分析	27
4.2 指标体系建立	27
4.2.1 指标选取	27
4.2.2 指标来源	30
4.3 实证结果分析	30
4.3.1 文旅资源开发环节结果分析	30
4.3.2 发展与投资环节结果分析	32
4.3.3 交通运转环节结果分析	34
4.3.4 生活保障与服务环节结果分析	36
4.3.5 市场规模与效益环节结果分析	38
4.3.6 研发和推广环节结果分析	40
4.3.7 小结	42
5 构建黄河流域文化旅游产业链的影响因素分析	44
5.1 方法介绍	44
5.2 数据来源与数据处理	44
5.2.1 数据来源	44
5.2.2 数据处理	44
5.3 结果分析	45
5.3.1 文旅资源开发环节影响因素分析	48
5.3.2 发展与投资环节影响因素分析	49
5.3.3 交通运转环节影响因素分析	51
5.3.4 生活保障与服务环节影响因素分析	53
5.3.5 市场规模与效益环节影响因素分析	55
5.3.6 研发与推广环节影响因素分析	57
6 黄河流域文化旅游产业链各环节省际合作关系演变研究	59

6.1 指标选取与数据处理	59
6.1.1 指标选取	59
6.1.2 数据处理	60
6.2 方法介绍	61
6.3 实证结果分析	62
6.3.1 文旅资源开发环节各省区合作关系演变	62
6.3.2 发展与投资环节各省区合作关系演变	63
6.3.3 交通运转环节各省区合作关系演变	64
6.3.4 生活保障与服务环节各省区合作关系演变	66
6.3.5 市场规模与效益环节各省区合作关系演变	67
6.3.6 推广与研发环节各省区合作关系演变	68
6.4 各环节建设思路分类梳理	69
6.4.1 沿黄省区可自建的环节	69
6.4.2 需要域外省区参与建设的环节	69
7 构建黄河流域文化旅游产业链	71
7.1 整合现有资源拓展文化旅游资源开发环节	71
7.1.1 重视资源保护性开发和文旅产业持续性发展	71
7.1.2 建立健全黄河文旅资源联动开发机制	72
7.2 优化资金利用完善发展与投资环节	73
7.2.1 创新投融资方式, 建立黄河流域文化旅游产业发展基金	73
7.2.2 调整产业结构, 创造黄河流域文旅产业新形态	74
7.3 依托旅游线路提升交通运转环节	74
7.3.1 加强交通基础设施建设, 提升区域通达性	75
7.3.2 搭建基于省际合作的黄河流域文旅路线	75
7.4 重视保障服务优化生活保障与服务环节	76
7.4.1 构建保障性服务体系以满足游客服务需求	76
7.4.2 加强文旅市场各方权益监管保障	77
7.5 稳步开拓市场提升市场规模与效益环节	77
7.5.1 加强省域合作开拓国内外市场	78

7.5.2 加快产业融合发展，提升整体发展效益	78
7.6 加强全面合作建设研发与推广环节	79
7.6.1 促进区域内外省区对接，打造智慧旅游联盟	79
7.6.2 健全黄河文旅市场全域宣传机制和推广体系	80
8 构建黄河流域文化旅游产业链的对策建议	81
8.1 建立健全部门协同、层级明晰和覆盖面广的相关体制机制	81
8.2 重视文旅产业相关支持性项目和关联产业建设	81
8.3 优化发展环境，激发文旅产业区域自主发展能力	82
8.4 重视专业人才引进和培养，提升产业链整体水平	82
参考文献	84
后记	87

1 绪论

1.1 选题背景及意义

1.1.1 选题背景

随着经济的发展和人民生活质量的提升，人们对文旅活动需求与日俱增。2019年国内旅游人次超过60亿，游客花费总计57250.92亿元，旅游总收入6.63万亿元，占当年国民生产总值的11.05%；2019年全国文化市场经营机构营业收入达9230.6亿元，较2018年增长65.8%。人们对于文旅活动的投入，不仅反映了人们对于美好生活的追求，更体现出文化旅游产业对社会经济发展的重要程度正在逐步加深。

黄河流域作为国家重要的生态保护区和文化集聚地，既肩负着保护流域生态环境的重任，更面对着传播和弘扬黄河文化的时代命题。从青海到山东，黄河流经九省区，流域内丰裕的自然资源和文化资源奠定了其发展文旅产业的坚实基础。黄河流域文旅高质量发展论坛、沿黄九省份城市文化产业和旅游产业融合发展座谈会与黄河文化旅游创新大会等一系列活动的成功举办，也体现出沿黄九省区对于文旅产业发展的重视和期待。从整体实力来看，2019年黄河流域旅游总收入共计5.56万亿元，占黄河流域地区生产总值的22.4%，占全国旅游总收入的83%，但从九省区内部来看，2019年山东和四川旅游总收入均超过万亿元，而青海和宁夏旅游总收入不足千亿元，省际差距十分明显。故黄河流域文旅产业虽总体保持着良好发展趋势，但是区域内部还存在发展不协调问题。因此，黄河流域各省区应结合自身文旅产业发展现状，明确自身发展优势，分析影响文旅产业发展相关因素，明确省区间的合作关系，共同打造黄河流域文化旅游产业链，优化文旅产业结构，促进黄河流域文旅产业协同发展，推动黄河流域区域经济协调发展。

1.1.2 选题意义

(1) 理论意义：现有文献多集中于对文化产业和旅游产业融合发展的研究，主要涉及其动力机制、发展模式、影响因素等方面，缺乏对文旅产业在区域间协

同发展和文化旅游产业链构建等方面的研究。本文立足于均衡发展理论、梯度转移理论、增长极理论等区域经济学相关理论,对所研究区域的文化旅游产业发展情况进行分析与评价,对丰富现有的区域经济理论以及对文旅产业协同发展研究等具有一定的理论意义。

(2) 现实意义: 从全国层面来看, 黄河流域文旅产业总体发展水平较高, 但从区域内部看, 沿黄各省区间发展不协调问题突出。面对生态环境保护和高质量发展的双重压力, 在国家颁布《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》后, 黄河流域发展迎来了新机遇; 在新冠疫情下, 文化旅游产业发展亟需找到新的突破点来缓解文旅产业发展困境。通过探索区域内各省区在文旅产业各环节中的发展情况, 构建黄河流域文化旅游产业链, 对促进黄河流域文旅产业协同发展, 形成文旅产业发展新业态, 打造黄河流域经济增长新支柱, 提升黄河流域整体综合实力具有一定的现实意义。

1.2 文献综述

1.2.1 国外文献梳理

国外对于“文化旅游”方面的学术研究整体早于国内, Reinhard Bachleitner (1999) 认为旅游被赋予更多的文化内涵是保护文化资源、传播区域文化和吸引游客的重要方式。Marion Markwick (2001) 通过对 1980 年左右马耳他旅游产业的研究发现, 国际旅游趋势和国内政策会对旅游产业发展产生影响; 同时差异化的文化产业会凸显区域旅游产业的独特性。Edward Addo (2001) 指出加纳旅游产业的发展主要是依靠现存的欧洲文化遗产和当地特有的文化活动, 并指出欧洲可以进一步对其文化遗产进行开发来促进文化旅游产业的后续发展。Apostolakis (2003) 强调游客的重要性, 认为游客对于文旅市场的多方面需求, 以及文旅资源的历史背景等都是推动文化旅游产业融合发展的动力。Binkhorst E (2007) 强调创意的重要性, 通过研究创意和文旅产业发展之间的联系, 讨论创意在旅客旅游时所起到的作用。A. M. Ogaboh Agba (2010) 以尼日利亚罗斯河州为研究区域, 经过调查发现尼日利亚埃菲克族所特有的族群文化会对该地区的文旅产业发展起到一定的积极作用, 提出文旅产业政策制定要综合考虑区域文化

资源对于文旅产业的影响。Dr. Esmaeil Kavousy (2011) 运用文化指数, 从公共部门和私营部门两个角度对于伊朗旅游业发展现状进行研究, 并构建出一个关于旅游产业发展现状与预期发展情况存在差异的分析模型。Alvin Hung Chih YU (2012) 认为可以根据游客不同的旅游目的将其划分为不同类别的游客团体, 并指出艺术节对于游客具有一定的吸引力。Ling Ma (2012) 指出应当对艺术节庆活动进行归类, 更好地促进文旅产业的发展。Leslie-Ann Jordan (2012) 指出在发展文旅产业时应该尽可能地整合文旅资源, 通过提升产品创意内涵, 逐渐将创意变成产品研发的重要部分。Beata Krakowiak (2013) 经过对博物馆及其相关文化活动的推广研究中发现, 博物馆和其他相关的文化活动对于波兰的文旅产业发展具有积极的推动作用。Jarkko Saarinen (2014) 发现多样化的文旅模式和特有文化遗产对于博茨瓦纳文旅产业发展具有重大影响; 文旅产业的发展对区域协同、社会资源保护开发和社会公平等方面都有积极影响。Juzefovic (2015) 指出目前旅游产业不能仅限于对原有资源的依赖, 要增强创意旅游意识, 将区域文化和民俗风情相结合, 增强游客的体验感, 充分展现当地文化魅力。

1.2.2 国内文献梳理

1.2.2.1 对文旅产业融合发展的研究

杨春光 (2012) 强调将政府引导和市场调节相结合, 加强对于微观资源的整合, 多方面多角度地拓宽相关产业, 实现区域经济的转型升级。张琰飞和朱海英 (2013) 通过耦合模型对西南地区文旅产业融合情况研究发现, 该地区文旅产业整体发展水平不高, 文旅产业耦合水平较低, 文化产业发展滞后于旅游产业。周叶 (2014) 通过测度江西文旅产业耦合情况指出, 该区域文旅产业联动性不强, 提出政府引导、培养人才和打造相关产业等一系列对策建议。袁俊和张萌 (2011) 研究了深圳文化产业和旅游产业, 提出深圳文旅产业融合发展应在通过搭建创业产业园区、加强文旅资源包装和宣传和重视与数字产业结合等方面推进文旅产业融合发展。王兆峰 (2010) 认为以湖南湘西为代表文旅资源相对丰富的地区, 应将发展创意民族文化旅游产业作为经济转型升级的重要途径, 并可将其发展模式进行推广。李丽和徐佳 (2020) 对中国文旅产业融合发展水平进行了测度, 发现

东部沿海地区文旅产业协调发展水平较高，西部地区除川陕滇等省区外文旅产业整体协调度较差，全国文旅产业协调发展区域性差距较大。

1.2.2.2 对文旅资源的研究

马鑫（2014）谈到在文旅产业转型发展时期，民族民俗文旅资源在开发时存在资源产权模糊和利益分配不均衡等问题。刘峰贵等人（2012）对青藏高原文旅资源进行分析，探讨了民族文化资源、宗教资源和历史资源等的一系列特征，提出该地区文旅产业应以保护和发掘为主，有针对性地对青藏高原文旅资源进行开发。吕萍（2012）研究发现吉林在发展文旅产业时并没有充足利用和挖掘当地民族文化资源，指出应在满族特色旅游项目开发、相关文化遗产保护和培养专业人才等方面加强开发。丁赛等（2019）基于对 71 个县级单位文旅产业发展调查问卷结果的分析得出，民族地区文旅产业发展水平偏低，对县域经济带动作用较弱，提出民族地区文旅产业发展应重视与周边区域合作，重点挖掘文旅资源的文化内涵。杨军（2018）通过对青海玉树文旅产业发展的研究发现，民族特色文化会促进文旅产业发展，民俗节庆等活动是文旅产业的关键环节，提出要与生态文化相结合，与民俗体育活动相结合，拓宽文旅产业发展路径。

周彬等（2011）认为浙江象山县渔文化文旅资源具有继承性、兼容性和封闭性等特点，提出应在保护渔文化的基础上，构建以渔文化为内核的特色文旅路线。陈刚和白廷斌（2012）经过对泸沽湖地区文旅产业的研究发现，该地区文旅市场相应配套设施逐步完善，商品从农特产品转变为具有当地文化特色的纪念品，品牌意识逐步加深。何一民（2016）对长江沿江城市文旅产业发展情况研究发现，该区域在文旅产业发展过程中存在文旅资源保护不足、文化与旅游产业融合度不够和旅游开发模式同质化严重等问题，提出提高民众参与度和加大政策支持等一系列对策建议。耿松涛和张伸阳（2021）认为发展乡村旅游产业，应依据本区域的文化特点打造文旅主体形象，挖掘乡村文化资源内涵，引导消费者需求，培育乡村旅游新模式。

1.2.2.3 对文旅产业市场和旅游者的研究

焦世泰（2013）将游客感知分类，并通过因子分析分析了游客对于民族文化

旅游产品的感知和评价，为文旅产业演艺市场分析的提供了新思路。林龙飞等（2010）运用因子分析的方法，对民族文旅市场产品的真实性进行了评价，将真实性评价进行细分，探索民族文化资源的开发模式。张海燕和王忠云（2011）认为品牌对于民族文旅资源的开发和推广十分重要，应深入挖掘区域文化旅游资源的内涵，塑造民族文旅品牌，更高水平的传播和推广民族文旅资源。刘安全（2014）对湖南靖州飞山文化旅游进行研究后，认为文旅产业品牌的构建应该从整体入手，加强与周边区域合作，形成规模，共同打造文旅品牌；强调多元化开发旅游资源，形成相互支撑的发展格局。宋立中和谭申（2012）则认为在文旅产业发展过程中，要充分了解游客旅游意愿，对文化遗产多方面、多层次开发利用，满足游客多样化需求。窦开龙（2013）通过对到西北旅游游客的抽样调查分析，提出民族文化旅游产业发展时应注意构建旅游新范式，重视文旅体系特色化和系统化地完善，建立文旅活动危机事件应对体系，提升安全性。王亚欣和李泽峰（2013）在调查中发现，游客对藏传佛教文旅产品呈现出多样化需求，同时不同身份的游客对于藏传佛教文旅产业发展的满意度存在显著差异，主要表现为游客对藏传佛教的了解程度有差异。胡浩等（2014）对全国 33 个中小文旅城市客源进行分析，得出除了城市地理位置以外，其吸引力会受到经济社会发展其他因素的影响，提出中小文旅城市应积极完善相关基础设施建设，提升本区域游客吸引力。

1.2.2.4 对文旅产业发展和保护的研究

吴兴帜（2014）认为面对文化旅游产业发展和文化遗产保护两方面压力时，应从其真实性入手，文化遗产真正内涵就是其真实性，而真实性也意味着差异性，同时也是其吸引力的表现。谭晓静（2012）指出在开发民族文化资源时存在矛盾性、不对称性和对保护的轻视等问题，提出应将静态保护和动态传承相结合，形成多方合力打造文旅产业。宗增文（2013）认为应争取更多融资支持，搭建文化生态旅游体系，重视完善基础设施和创新体制机制。张春霞（2010）认为对于边疆少数民族地区的文旅开发应从民族个体、国家、民族文化和人类社会等四个方面来论证其开发的安全性，从生态环境保护、民族文化认同和安全开发等方面着手。李立（2020）提出疫情后文旅产业发展应该从保护生态和遗址资源、推动特色文旅资源集群化发展、信息化管理和研发特色文旅产品等方面入手。郑憩（2020）

认为数字技术的快速发展和相关商业模式的推广为我国文旅产业数字化发展提供了现实基础，应推动文旅新基建建设，提升数字化水平以促进我国文旅产业创新发展。刘洋和肖远平（2020）在研究了贵州文旅产业发展经验后指出，要重视数字化设施建设，推动文旅产业与多样化新技术应用相结合，提升文旅产业技术内涵，同时相关政策和科研活动要起到足够的保障作用。

1.2.2.5 对黄河流域经济发展的相关研究

王开泳等（2014）采用区位熵等方法，对黄河流域旅游经济发展进行动态分析，得出域内文旅经济发展绝对差异逐年增大，提出应构建沿黄旅游带，建立旅游协调合作机制等方法缩小差距。周晓燕等（2016）对黄河流域区域经济发展差异进行测度，得出黄河流域呈现出明显的东高西低空间分异格局，经济发展存在俱乐部趋同现象。任保平和张倩（2019）指出黄河流域是全国区域协调发展的重要区域，要强化黄河流域高质量发展的战略规划支撑。金凤军（2019）指出推动黄河流域生态保护和高质量发展必须积极推动产业优化升级，加强重点生态功能区保护，重视以水为核心的基础设施体系建设。安树伟和李瑞鹏（2020）认为实现黄河流域生态保护和高质量发展，应从建设五大经济圈，加强交通基础设施建设和提升科技创新能力等方面推进。

1.2.3 研究述评

从国内外研究现状来看，学者们对于文旅产业的研究，一方面，集中在文旅资源、市场、消费者意愿、产业创意等方面；另一方面则主要从文旅资源开发、产业市场供需情况和对于文旅产业本身的保护与发展等视角来讨论文化产业和旅游产业的融合问题。从研究内容来看，现有研究中将文旅产业看作一个整体并针对文化旅游产业链的构建及相关问题研究较少；从研究区域来看，对黄河流域及其周边区域研究较少，且研究内容多集中于生态保护和高质量发展等方面。基于此，本文立足于黄河流域文旅产业发展现状，利用区位熵、主成分分析和欧式距离等方面对黄河流域文化旅游产业链的构建及其影响因素进行研究，并提出相关发展思路和对策建议。

1.3 研究思路、方法与框架

1.3.1 研究思路

首先,从文旅产业总体实力、资源禀赋状况和地区间产业发展现状等方面对黄河流域文化旅游产业现状进行分析。其次,通过聚类分析和区位熵等方法对沿黄九省区在黄河流域文化旅游产业链构建中所处优势环节进行研究和定位。再次,利用主成分分析测度和筛选各环节中对产业链构建影响较大的因素,并参考所筛选因素,通过欧式距离对沿黄九省区在文化旅游产业各环节的合作关系动态演变情况进行分析,明确黄河流域文化旅游产业链中各环节主导建设省区与主要建设方面。最后,提出相应发展对策与建议。

1.3.2 研究方法

1.3.2.1 文献资料法

通过对文旅产业发展相关文献进行研读,梳理和总结学术界目前对该问题的研究重点,深入了解和学习产业发展和区域协调发展的相关理论内容,并深入了解相关研究方法,为探索黄河流域文旅产业链的构建打下基础。

1.3.2.2 聚类分析和区位熵

通过聚类分析和区位熵,从区域层面和国家层面分析沿黄各省区在黄河流域文化旅游产业链构建中各个环节的发展情况并明确其在产业链构建中的优势环节,为本文后续写作打下一定基础。

1.3.2.3 主成分分析和欧式距离

利用主成分分析法对影响黄河流域文化旅游产业链构建的相关因素进行研究,同时得出对黄河流域文化旅游产业发展具有较大影响的相关因素;再依据该类因素,利用欧式距离探索各省区在文旅产业相关领域与环节内的合作演变关系。

1.3.2.4 规范分析法

基于理论与实证分析结果，结合黄河流域文化旅游产业的发展情况，提出黄河流域文化旅游产业链构建的相关思路。

1.3.3 研究框架

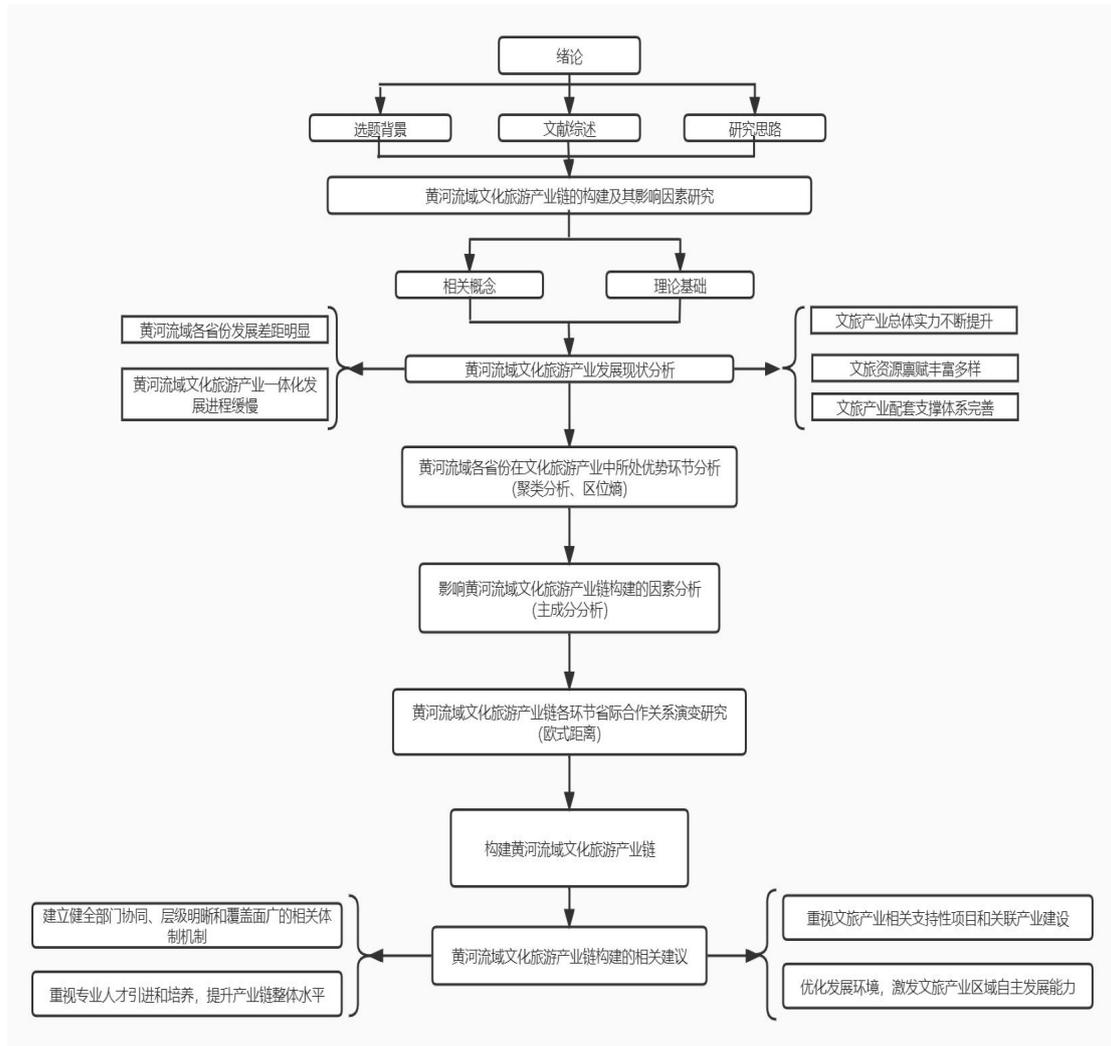


图 1.1 技术框架图

2 相关概念与理论基础

2.1 相关概念

2.1.1 区域

在不同的学科体系中,对于区域概念的定义有所不同。在区域经济学学科中,被学界大多数学者所采用的定义是1922年提出的关于区域的定义,即“所谓区域应该是国家的一个特殊的经济上尽可能完整的地区。”^[49]从经济学角度看,区域概念具有二重性,既是客观存在的,同时也是高度抽象的;区域内应有五个基本要素,即结构、功能、边界、内聚力和规模,区域内各部分应是联系紧密,具有共同发展意愿和前景。^[50]

2.1.2 流域

流域概念在狭义上是指河流干流和支流所流经的区域,广义上则指某一水系所流经的所有地区;从区域经济学角度看,流域属于区域的类型区,是区域的一种特殊形式。

本文是对黄河流域文化旅游产业链的构建及其影响因素的研究,因文化旅游产业发展的特殊性和所需数据的可得性,本文将研究区域定为沿黄九省区,利用省级层面的数据来对黄河流域文化旅游产业链的构建及其影响因素进行研究。

2.2 理论基础

2.2.1 增长极理论

法国经济学家 Francois Perroux 在 20 世纪 40 年代左右首次提出增长极理论概念,他认为经济均衡发展是不现实的,均衡只是理想化的状态,现实中的经济增长并不是在所有区域同时出现,而是在某些区域,以不同发展速度和强度出现,从而形成实力强弱不一、数量不等的增长极。同时,已经形成的增长极将通过乘数效应等一系列增长机制,形成扩散效应,经济发展向周边区域扩散,直至

该增长极能够辐射的所有范围，形成“以点带线，以线带面”的区域型增长极。增长极理论提出后，法国经济学家 J. B. Boudeville 将增长极理论引入区域经济理论之中，此后瑞典经济学家 Karl Gunnar Myrdal 和美国经济学家 A. O. Hirschman 等众多经济学家对增长极理论进行了补充和发展。黄河流域九省区在文化旅游产业发展过程中也必然会处于不同发展水平，形成不均衡、有强弱的发展格局；在相关实证环节方法选择中也应选取（如聚类分析等）能够反映省区间在各环节存在不同发展水平情况的相关实证方法。通过增长极理论的相关内容，能更科学的分析这一发展局面形成的原因及其后续发展进程。

2.2.2 关联效应理论

前向关联效益与后向关联效应是一对相对概念，是由德国经济学家 Albert Otto Hirschman 在 20 世纪 50 年代末发表的《经济发展战略》一书中，在讨论产业链发展时所提出来的相关理论概念。该对理论的提出使产业链研究更加系统化。其中，前向关联效益是指在产业发展过程中，某一环节或某一方面发展的变化所引起的其前向相关部门的发展出现变化，而后向关联效益则指在产业发展中某一环节或某一方面发展的变化为其后向相关部门发展带来相关变化。根据关联效应相关内容，黄河流域文化旅游产业链的构建和相关指标体系的选择，一方面要加强与相关前后向产业的发展联系，另一方面还应在产业内各环节中加强关联效应，增强产业关联带动发展能力。

2.2.3 梯度推移理论

区域梯度推移理论可追溯至美国经济学家 Vernon 等人提出的产品生命周期理论。区域梯度推移理论认为每个区域的发展都处于相应的发展阶段，都处于某一经济发展梯度上。高梯度区域拥有高新技术产品或者经济发展正处于创新发展阶段，而随着产业的进一步发展和产业产品发展的进一步成熟，先进产业和高新技术将向外转移到相对低梯度区域，区域之间的差距逐步缩小，进而促进区域均衡发展。黄河流域文化旅游产业链的构建涵盖了很多方面和环节，在不同环节中处于高梯度发展实力的省区可以凭借自身的发展优势带动处于低梯度的省区，小省区间的发展差距，从而提高黄河流域整体协同水平。

2.2.4 要素禀赋理论

要素禀赋理论是瑞典经济学家 Eli F Heckscher 和他的学生瑞典经济学家 Bertil Ohlin 共同提出。该理论主要强调各区域在经济发展和经济合作中要素禀赋的作用，是区域经济学基本理论基础之一。英国经济学家 David Ricardo 在其比较优势理论中提出当劳动力是唯一生产要素时，区域间的经济差距主要是生产效率的差异；H-O 理论在其基础之上提出当劳动力不是唯一生产要素时，区域间不同的要素禀赋差异则是区域经济不均衡的主要原因。生产要素该理论认为，区域间要素禀赋的差异是区域间经济合作和贸易的基础。在文旅产业发展中，文旅资源禀赋是文旅产业发展最基本的要素条件，合理开发，科学运用相关文化资源和自然资源，对于文旅产业发展至关重要。

2.2.5 协同理论

协同理论是在众多学科研究发展基础之上产生的新兴理论，协同的概念是在 1971 年由德国科学家 Hermann Haken 提出，在 20 世纪 70 年代末对协同理论进行了详细的阐述。该理论指出自然界或社会中的事物都是由各种各样的子系统构成，事物的发展是由所有子系统间的协同发展来推动的。在经济发展中，各区域经济发展也是由构成该区域经济或是产业的各个子系统组成，区域经济的发展需要各子系统相互协作和共同作用下进步，即各产业之间、产业内部各系统之间和区域与区域之间的协同合作。对于黄河流域文化旅游产业，各省区之间能够互动促进，各环节之间能达到互联互通，是提高黄河流域文化旅游产业协同发展的重要保障。

3 黄河流域文旅产业发展现状分析

3.1 文化旅游产业总体实力不断提升

近年来,黄河流域文化旅游产业总体发展实力持续提升。如图 3.1 所示,2019 年黄河流域旅游产业总收入高达 5.55 万亿元,占全国旅游总收入的 83.7%。2010 年至 2019 年间,黄河流域旅游总收入上涨趋势明显,与全国旅游总收入增长趋势相同,黄河流域旅游总收入占全国比重基本保持在 60%以上,并于 2015 年开始稳步上升,在 2019 年达到 84%。同时,黄河流域旅游总收入增量保持稳步增长趋势,与第三产业增加值增量发展趋势基本保持同步,表明黄河流域文化旅游产业与相关产业之间的联动发展关系紧密,产业发展带动能力较强,体现出黄河流域文化旅游产业除了保持“量”的增长外,“质”的提升也较为明显。(见图 3.2)

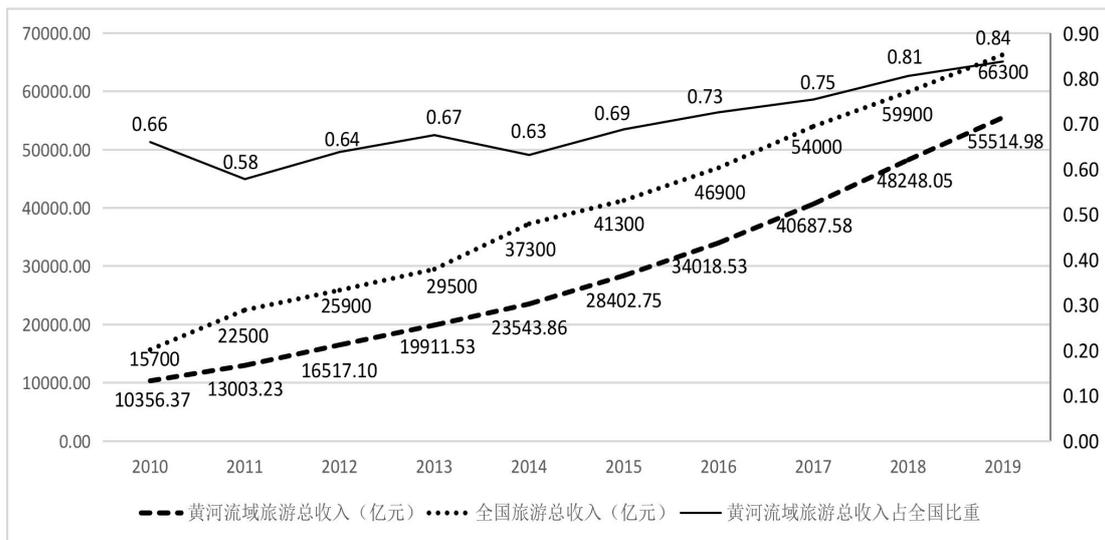


图 3.1 2010 年—2019 年全国及黄河流域旅游总收入



图 3.2 黄河流域第三产业增加值增量与旅游总收入增加值

2010年至2019年，黄河流域旅游总收入占黄河流域地区生产总值比重持续上升，于2019年达到22%（见图3.3）；同时，黄河流域文化旅游产业国际化程度不断提升，2019年国际旅游（外汇）收入116.6亿美元，比2010年增长了127.28%。综上所述，近年来黄河流域文化旅游产业质量并升，取得了长足发展，已成为黄河流域社会经济发展新的经济增长点。（见图3.4）

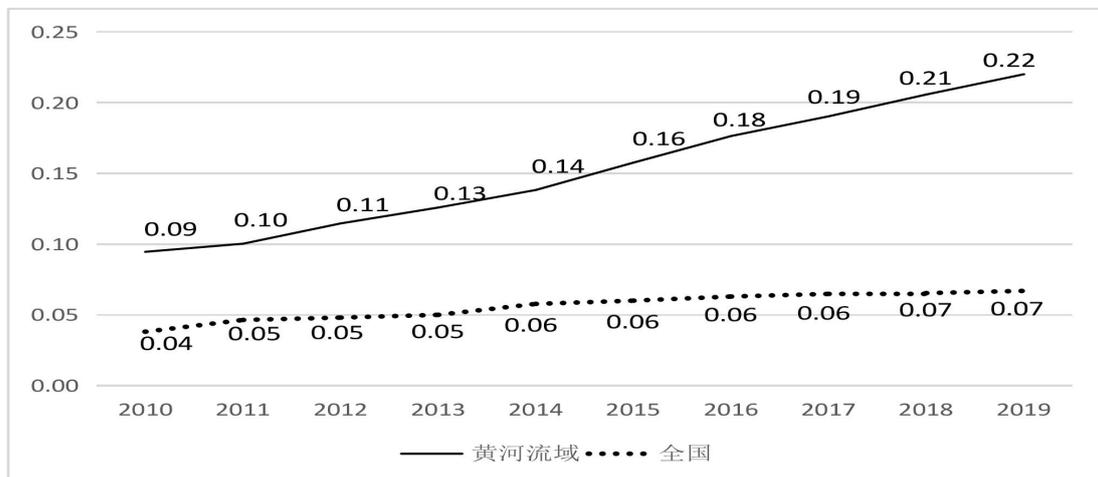


图 3.3 旅游总收入占 GDP 比重

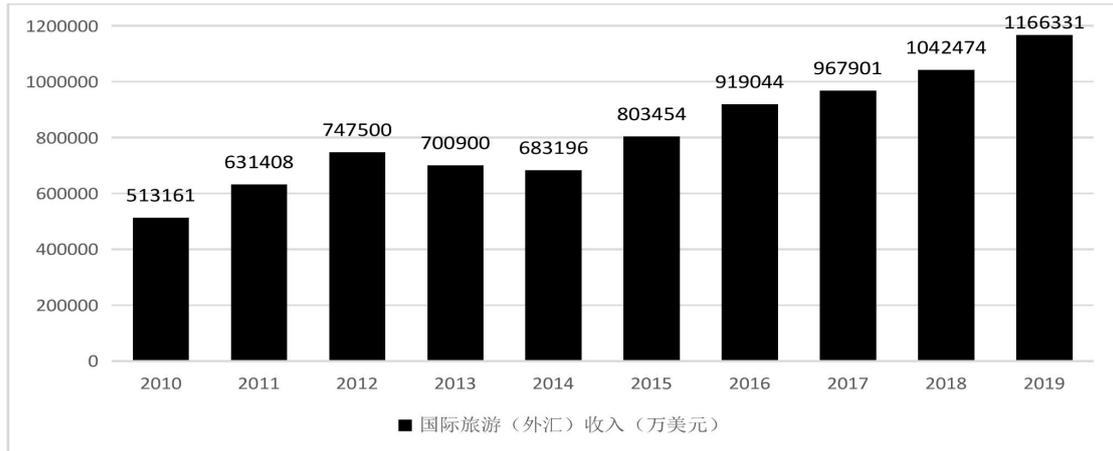


图 3.4 黄河流域国际旅游（外汇）收入

3.2 文化旅游资源禀赋丰富

黄河流域文化旅游资源丰富，沿黄九省区都拥有各具特色且优质的文旅资源，以山岳为例，中华五岳之中，黄河流域拥有山东泰山、陕西华山、山西恒山和河南嵩山等四座名山；此外，黄河流域还拥有甘肃敦煌莫高窟、山西大同云冈石窟、河南洛阳龙门石窟和甘肃天水麦积山等众多巨型石窟艺术景观。在黄河流域上游地区，青海、四川、内蒙古、宁夏和甘肃等省区是我国多民族聚居地区，拥有丰富多样的民族文化、独特的民俗文化和红色革命文化；陕西、山西、河南和山东等黄河中下游地区是我国著名的历史文化名城聚集区，拥有包括西安、洛阳、开封、郑州和安阳等众多历史古都。随着黄河流域文化旅游产业的发展，唐卡、兰州太平鼓舞、秦腔等非遗项目已超过 3200 个，众多文化旅游资源通过创意加工、新技术开发等途径更加生动、系统地展现在游客面前。如图 3.5 所示，截至 2019 年，黄河流域拥有旅游景区共 4198 个，占全国景区数量的 34%；4A 级及以上景区数 1157 个，占黄河流域总景区数的 30%，占全国 4A 级及以上景区数的比重约为 29%。

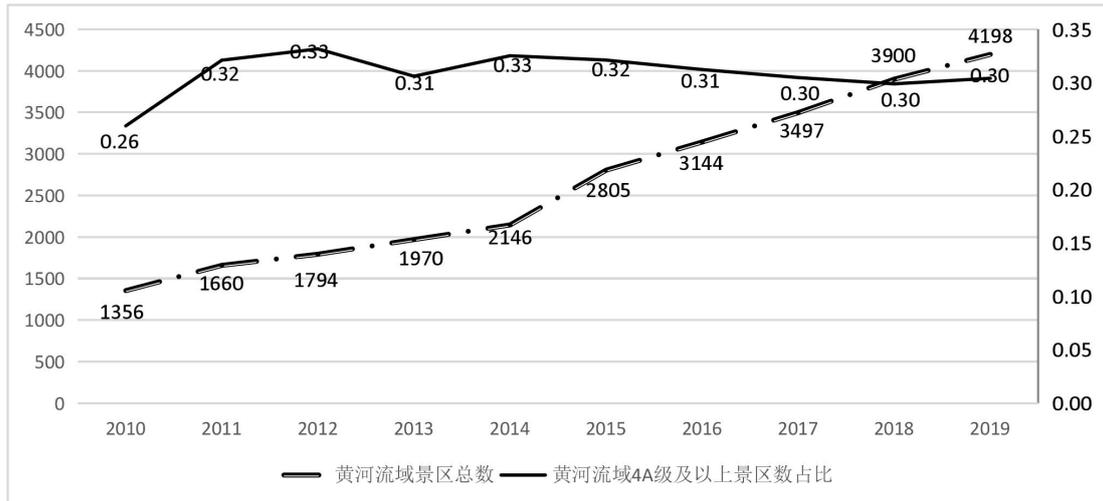


图 3.5 黄河流域景区数及 4A 级（含）以上景区在占比

3.3 文化旅游产业配套支撑体系需完善

文化旅游产业发展不仅要以优质的文旅资源为基础，还需要在交通、生活服务和信息推广等多方面建立立体化配套体系来支撑文化旅游产业建设。随着黄河流域文旅产业的发展，产业配套支撑体系逐步完善。其中，黄河流域基础交通发展平稳，铁路营业里程数从 2010 年 30825.2 公里增长到 2019 年的 48297.7 公里，增长了 56.68%；公路营业里程数从 2010 年 133.63 万公里增长到 2019 年的 165.97 万公里，增长了 24.20%。此外，航空业发展迅速，2010 年至 2019 年间，航空旅客吞吐量增幅达到了 190.87%。但需注意，黄河流域交通建设整体发展势头虽然强劲，但在全国占比中仅有航空旅客吞吐量保持上升趋势且出现明显增长（上涨 4.37 个百分点），铁路营业里程占全国比重波动较大并没有出现明显提升（上涨 0.2 个百分点），而在公路营业里程出现下降态势（下降 0.12 个百分点），综上可知，在全国层面黄河流域交通基础建设仅保持着全国平均发展速度，相对全国其他区域并没有出现明显的快速增长。（见图 3.6-3.8）

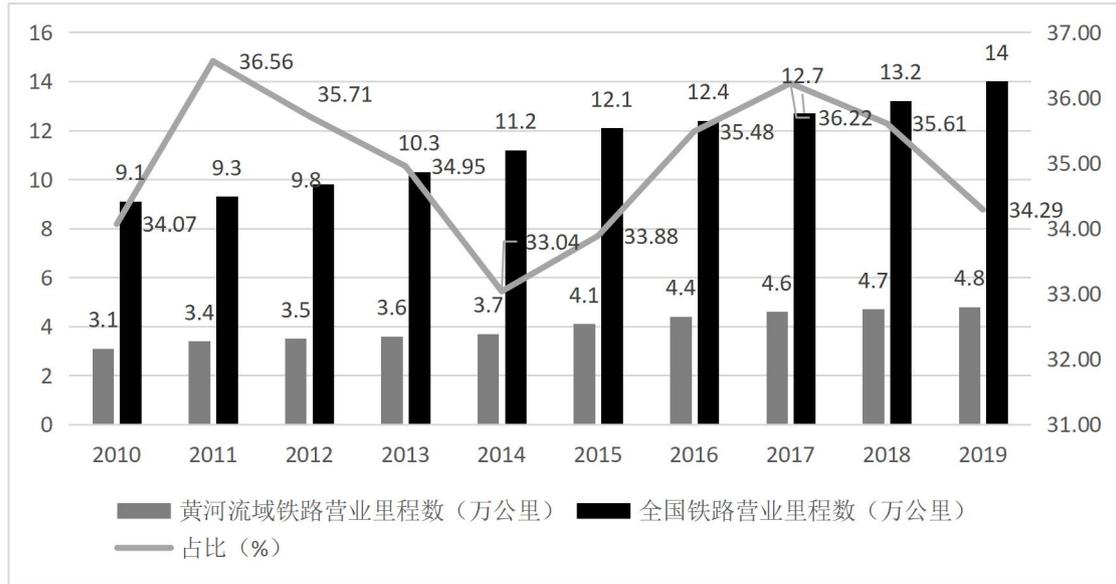


图 3.6 全国及黄河流域铁路营业里程数

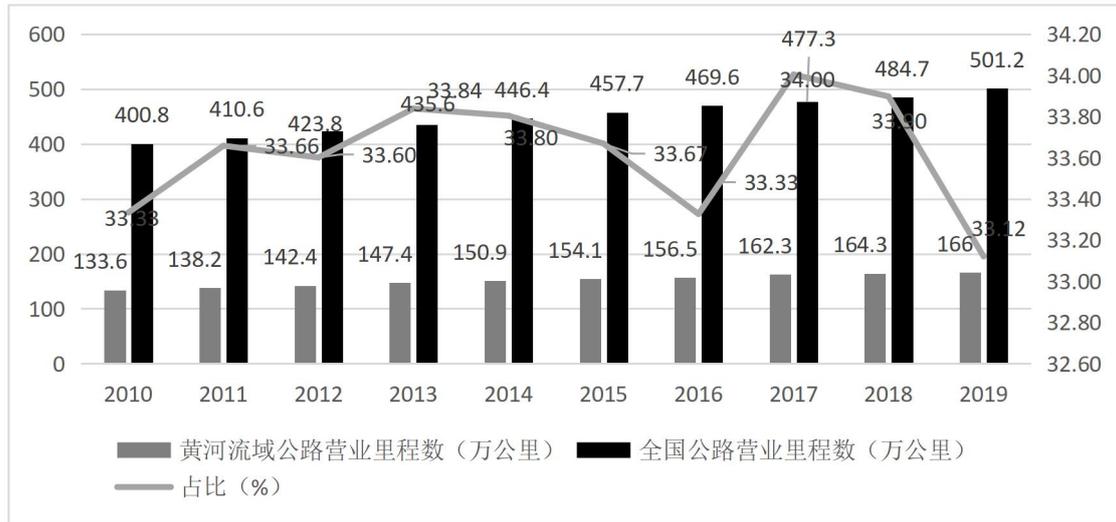


图 3.7 全国及黄河流域公路营业里程数

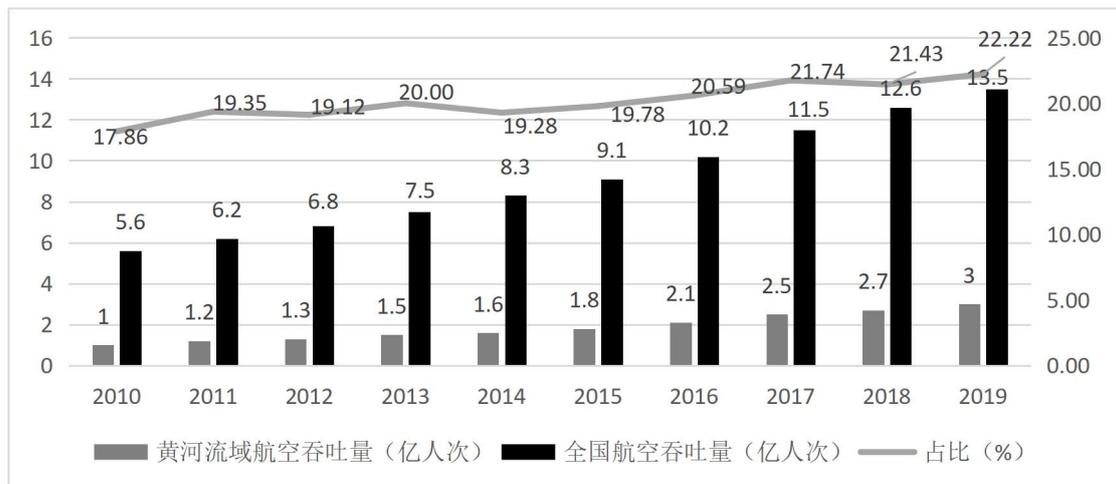


图 3.8 全国及黄河流域航空旅客吞吐量

构建立体化交通网络可以让游客更方便、轻松、舒适的到达旅游目的地，其城市交通体系的构建是交通基础能力提升的重要一环，以每万人公交拥有量为例，黄河流域城市出租车数虽有起伏但总体呈上升趋势，十年间总体数量上涨幅度达 54.3%，但占全国比重依旧没有出现明显变化，仅上涨了 2 个百分点（见图 3.9）。

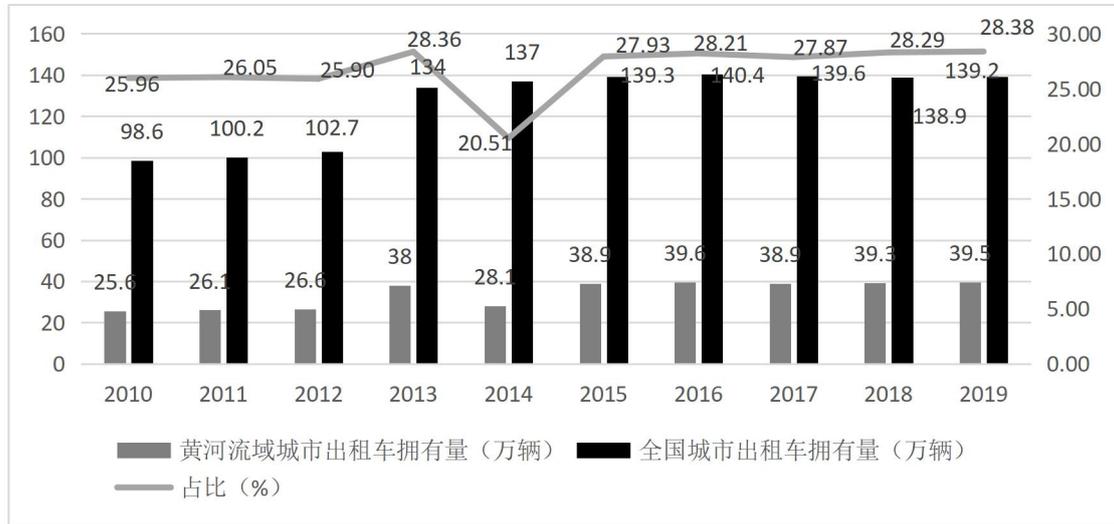


图 3.9 黄河流域公共交通发展概况

除基础交通运输业的稳定发展外，黄河流域基本生活保障服务能力也保持着上升态势，但在全国占比方面都出现逐步缩小态势。如图 3.10 至图 3.12 所示，自 2010 年以来，黄河流域限额以上住宿和餐饮企业数量保持波动上升趋势，2019 年达到 1.29 万家，占全国比重却从 2010 年的 29.7% 下降到 2019 年的 24.1%，下降了 5 个百分点，下降趋势明显；卫生机构数在 2013 年后出现较为明显的上升趋势，并在 2019 年超过了 37.7 万家，占全国的比重变化不大，出现先下降后上升趋势，十年间下降了 0.2 个百分点；在旅行社方面，则保持着稳步上升趋势，在 2019 年旅行社数达到 9349 家，较 2010 年上涨了 47.67%，但占全国比重却出现明显下降，从 2010 年的 26.1%，下降到了 2019 年的 23.1%，下降了 3 个百分点。综上所述，黄河流域文化旅游产业支撑配套体系建设水平逐年提升，为黄河流域文化旅游产业发展奠定了良好基础，但与全国总体发展水平相比却略显疲软，故黄河流域文化旅游产业配套支撑体系还需进一步完善。

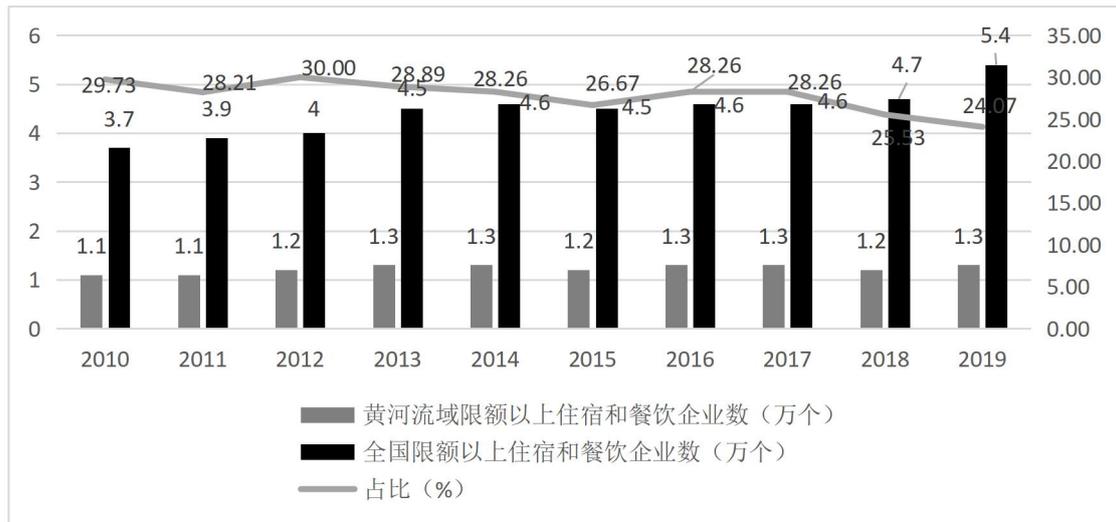


图 3.10 全国及黄河流域基本生活保障概况

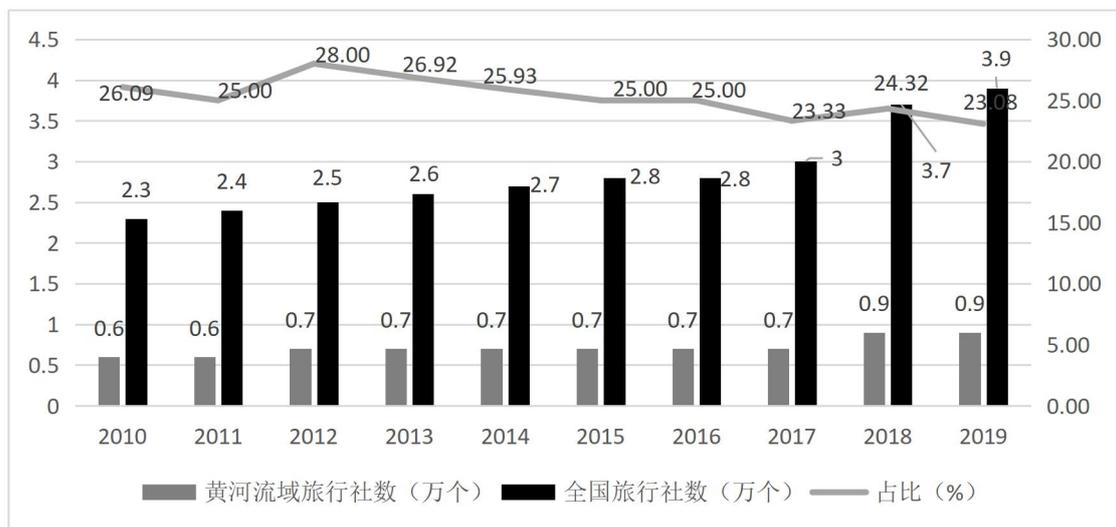


图 3.11 全国及黄河流域旅行社发展情况

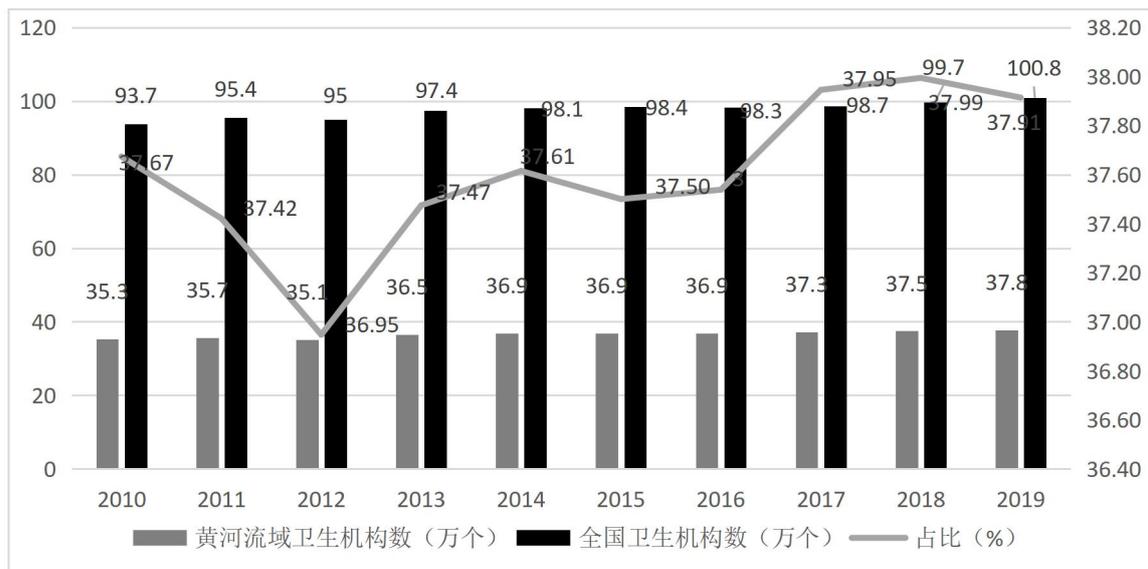


图 3.12 全国及黄河流域卫生机构发展情况

3.4 黄河流域各省区文化旅游产业发展差距大

黄河流域九省区地域狭长且面积较大，文化旅游产业发展整体性、协同性较弱，域内省区间发展差距明显。随着国内外发展环境的不断变化，沿黄九省区文化旅游产业发展差距较大的问题愈发突出。

第一，沿黄九省区文化旅游资源开发能力有较大差距。黄河流域旅游景区数量虽多，但是各省区间差距也较为明显。山东省旅游景区数近 10 年来一直处于绝对领先地位，除山东省外，四川、河南、陕西和山西等省区旅游景区数增长较快，并逐渐与其他省区拉开了差距。

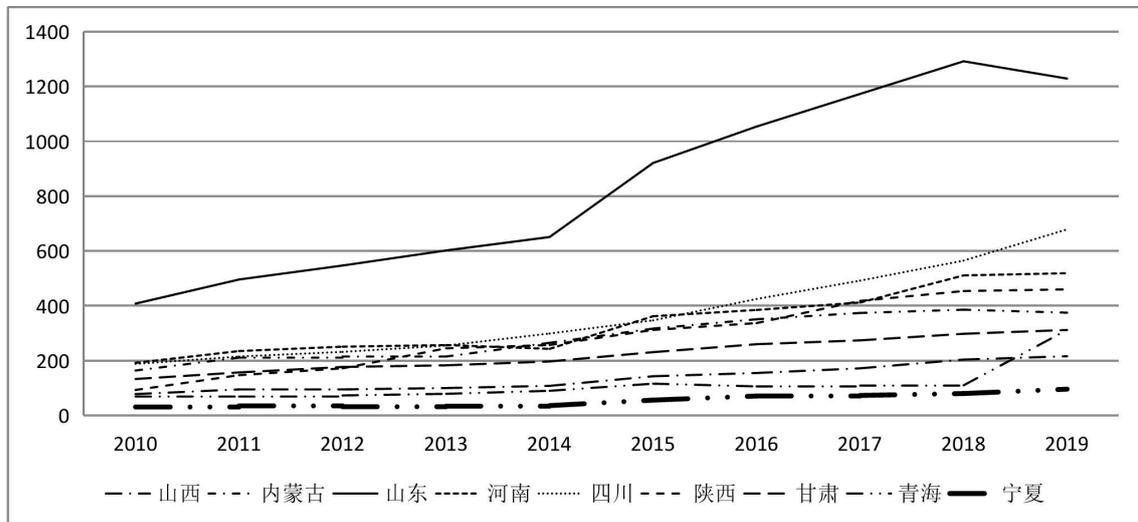


图 3.13 沿黄九省区旅游景区数 (个)

第二，沿黄九省区客运交通承载能力差异较大，其差异性对文化旅游产业发展影响较为突出。在铁路建设方面，内蒙古在铁路营业里程方面处于领先地位；在 2015 年以后青海和宁夏与其他省区之间的差距也被逐渐拉开。公路营业里程发展趋势保持稳定，形成三大梯度，处于领先梯度的省区为四川、山东和河南，处于发展水平较低的省区为青海和宁夏，其余省区则处于中等水平。在航空旅客吞吐量方面基本形成两大梯队，发展水平较高的省区为四川、山东和陕西等省区，而其余省区发展水平目前并没有形成较为明显的发展差距。综上可知，沿黄九省区客运交通承载能力虽整体发展趋势良好，但交通通达性差异明显，黄河流域下游的交通通达性整体上要明显强于黄河流域上游地区，这也是黄河流域各省区文化旅游产业发展协同度较差的重要原因之一。（见图 3.14-3.16）

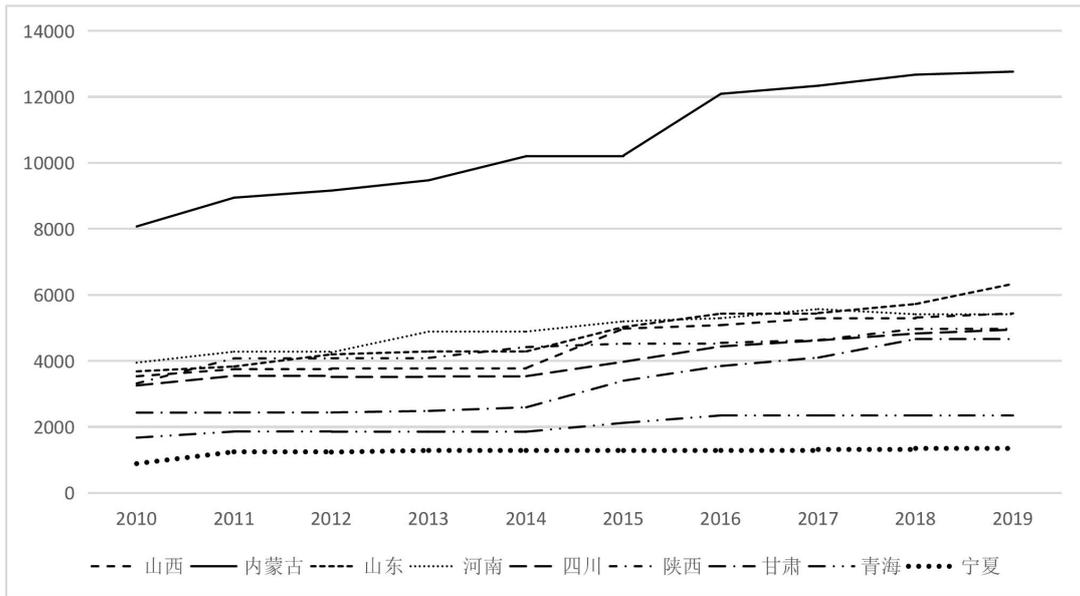


图 3.14 沿黄九省区铁路营业里程数 (公里)

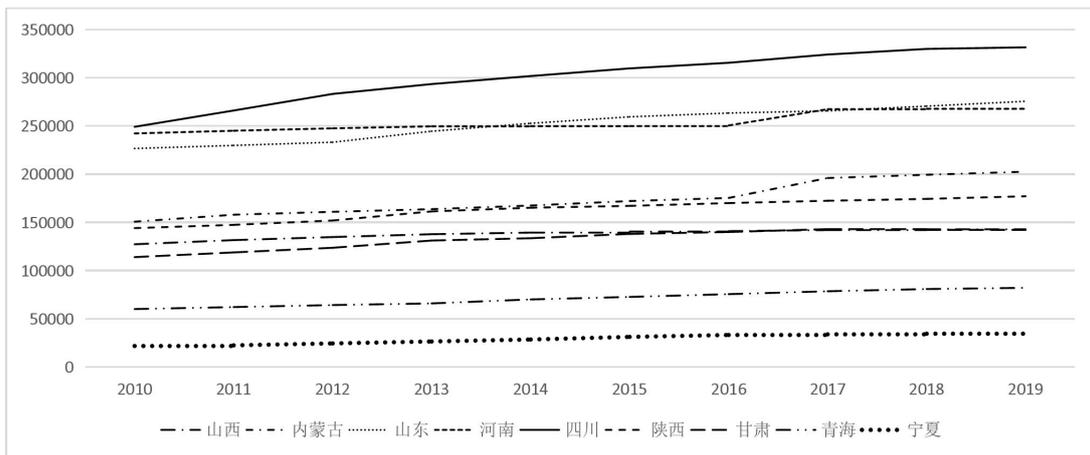


图 3.15 沿黄九省区公路营业里程数 (公里)

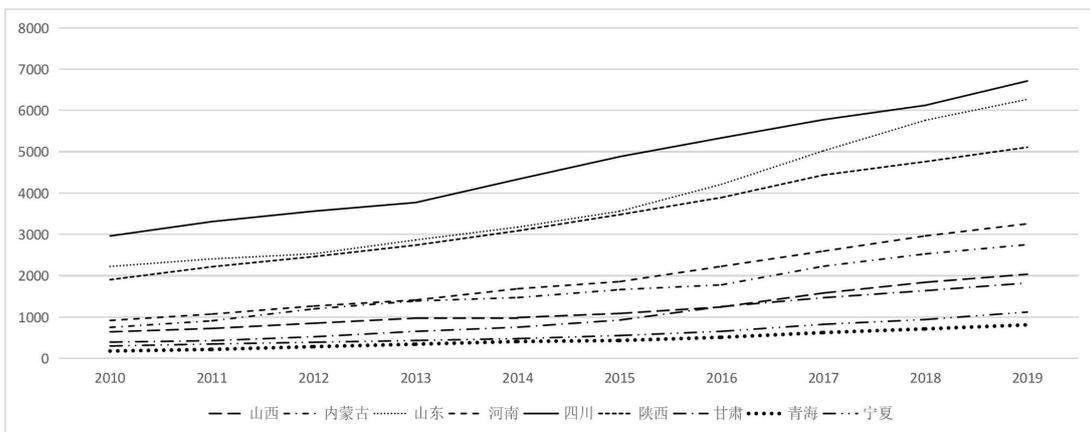


图 3.16 沿黄九省区航空旅客吞吐量 (万人)

第三, 在生活保障方面沿黄九省区同样出现发展水平差异较大情况。其中,

在卫生机构建设方面，发展呈现出较为明显梯度差异，四川、山东和河南三省发展处于领先梯度且与黄河流域内其他省区发展有较大差距，宁夏和青海两省区发展水平明显偏低，其余省区间发展差距不明显。旅行社建设方面则出现更为明显的极化趋势，其中山东在该方面的发展明显优于其他省区，除山东外，黄河流域其余省区之间的差距也在逐渐拉开。在餐饮和住宿方面则呈现出较为复杂的发展局面，九省区发展大致形成两大梯队，山东、河南、四川和陕西等省区发展实力明显强于其余省区，其中，山东和河南出现明显的发展下滑趋势，四川和陕西则出现明显的上升态势，陕西发展势头最为强劲；其余省区发展并无出现明显的上升或下降，基本保持平稳发展态势，体现出文旅产业与当地生活保障建设之间相互依赖、相互支撑的发展关系。（见图 3.14-3.16）。

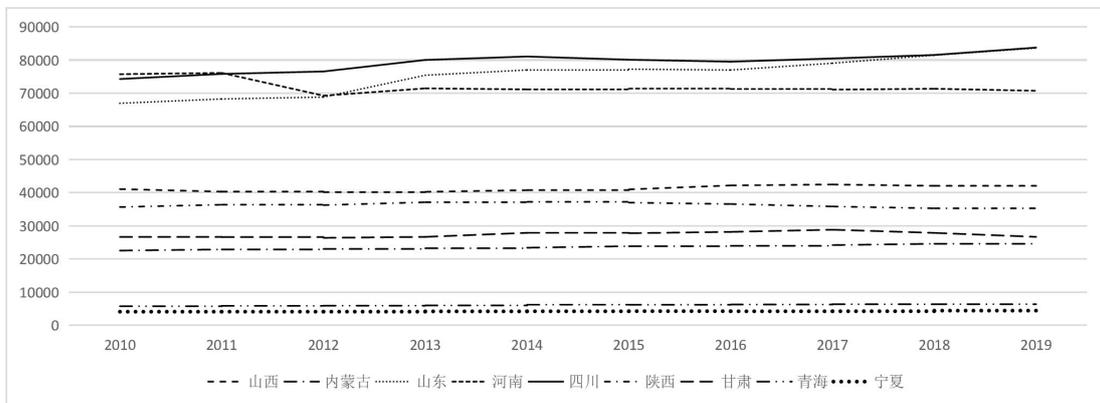


图 3.17 沿黄九省区卫生机构数 (个)

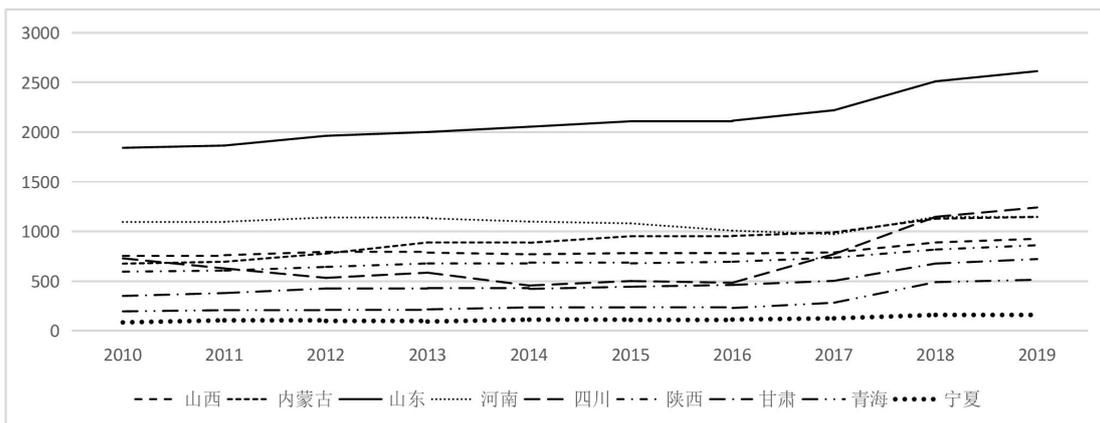


图 3.18 沿黄九省区旅行社各个数 (个)

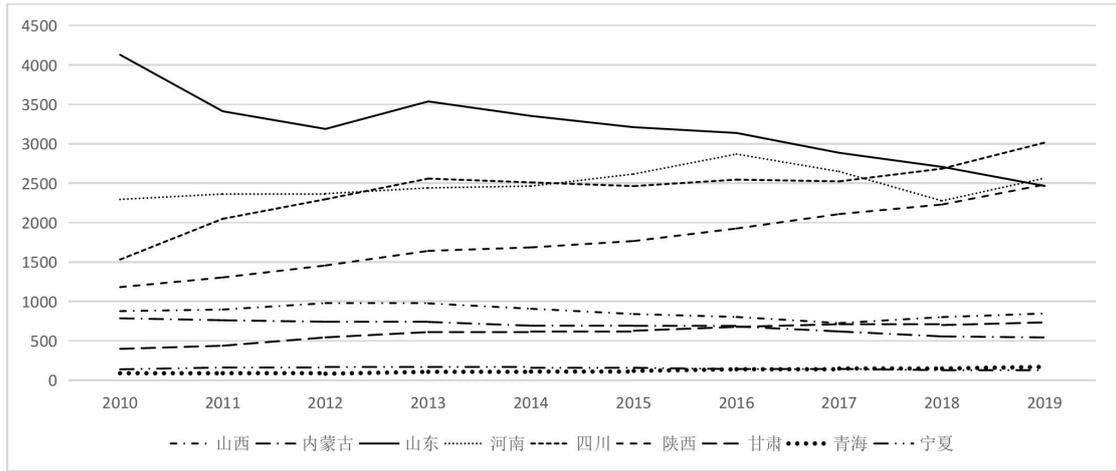


图 3.19 沿黄九省区限额以上住宿、餐饮企业数 (个)

沿黄九省区文化旅游产业发展差距除上述方面外,最直观地表现为各省区旅游总收入差距在不断地增大。其中,九省区旅游总收入极差已从 2010 年的 2369.9 亿元,增长到 2019 年的 11254.27 亿元(图 3.20)。虽然近年来黄河流域文化旅游产业总体发展较为强劲,但若不采取相应措施来协同区域文旅产业的发展,将会阻碍黄河流域文化旅游产业未来发展。

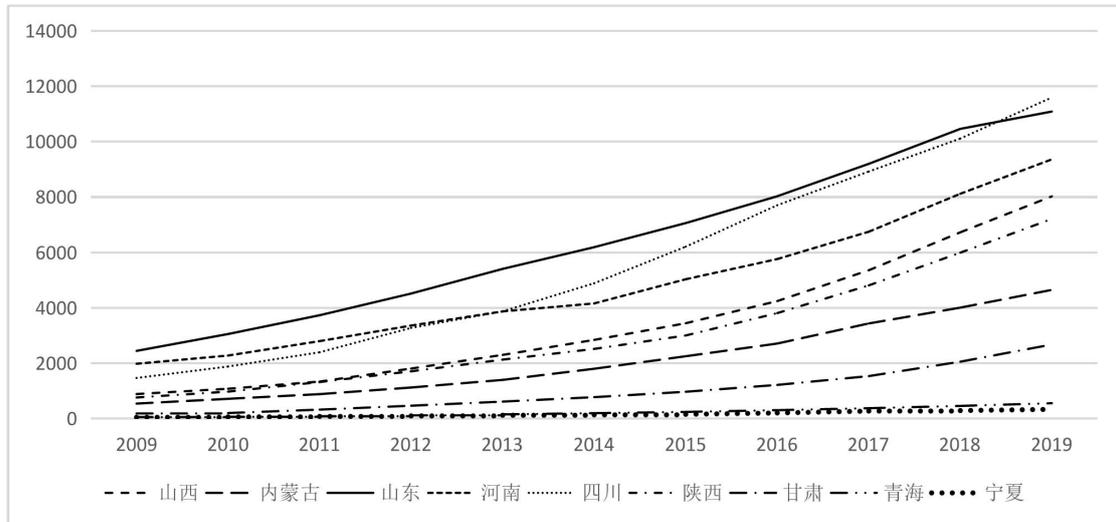


图 3.20 沿黄九省区旅游总收入 (亿元)

3.5 黄河流域文化旅游产业区域一体化发展进程缓慢

黄河流域文旅产业区域一体化发展指在文化旅游产业发展过程中,黄河流域各省区之间及省区内部的联动发展水平不断增强,流域内文旅产业发展整体综合实力不断提高的过程,是文旅产业动态发展的过程。到目前为止,黄河流域文化

旅游产业一体化发展进程中还存在问题。第一，黄河流域各省区人均文化事业费增加值变动浮动较大且不存在明显的规律性，体现出黄河流域九省区文旅产业相关投资缺乏一致性和规划性（如图 3.21）；此外，2014 年四川旅游总收入增量突破 1000 亿元，但青海、宁夏等省区在 2019 年增量还不足 200 亿元，反映出黄河流域九省区旅游总收入增量差距明显且呈逐渐拉大趋势，黄河流域九省区文旅产业协调发展程度较低。（如图 3.22）

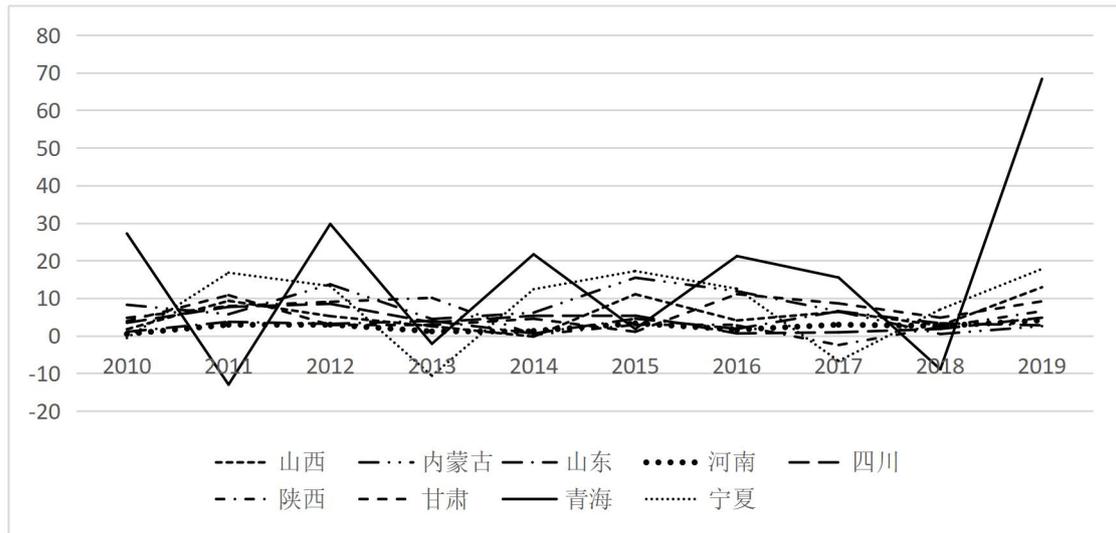


图 3.21 黄河流域各省区人均文化事业费增加值 (元)

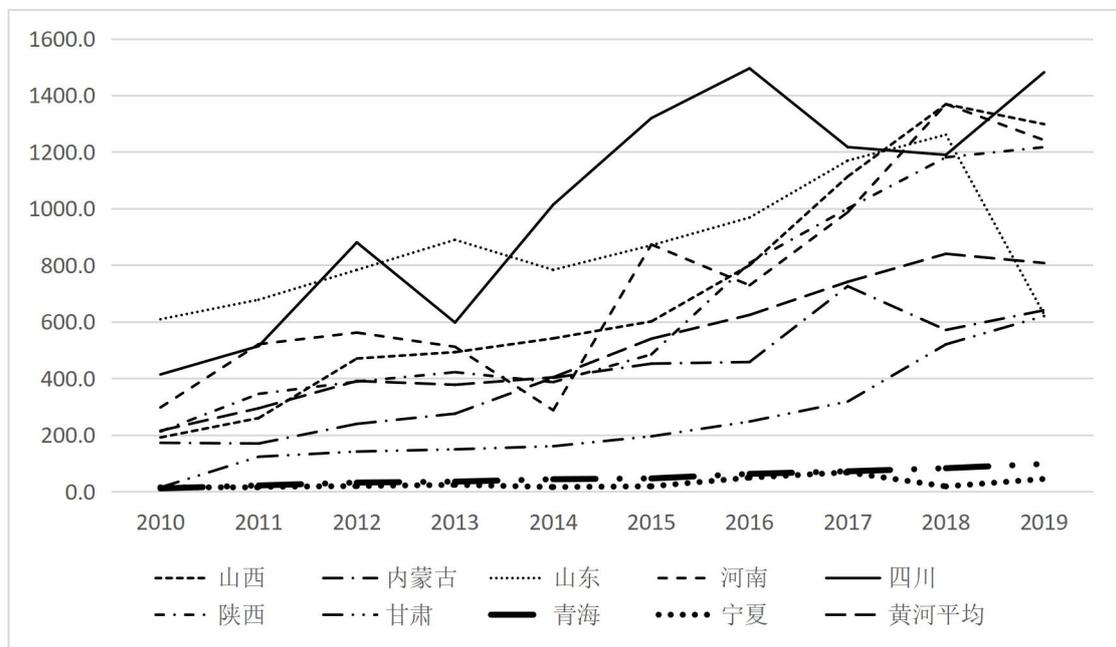


图 3.22 黄河流域各省份旅游总收入增加值 (亿元)

第二，虽然早在 2011 年沿黄九省区旅游局就联合成立了“沿黄九省（区）黄河之旅旅游联盟”，但多年来相关活动基本都停留着省级合作层面，向市（州）

级、县（区）级层面深入相对较少，沿黄九省区的合作还未形成省（区）、市（州）、县（区）的“纵向+横向”一体化合作机制。同时，如“环西部火车游”等以公共交通工具为基础，将各地区文化旅游资源相连接，可降低旅客出游成本的旅游模式开发数量较少，此外，目前涵盖黄河流域整体旅游资源的相关旅游线路的实质性规划落地较少，这不仅不利于黄河流域文旅市场的协同开拓，也体现出黄河流域文旅产业发展的割裂性。

第三，在文化旅游宣传方面，近年来沿黄九省区分别提出了具有各自特色的宣传标语与口号，如甘肃提出“交响思路 如意甘肃”，山东提出“文化圣地 度假天堂”，河南旅游口号为“心灵故乡，老家河南”，四川提出“天府四川 熊猫故乡”等等，各省区的文化旅游口号虽然都反映出其文化旅游资源和产品的独特性，但并没有体现出关于黄河流域文化旅游产业的相关特征，目前针对黄河流域文化旅游并没有提出统一地、影响力较大的旅游品牌及宣传标语。总之，在区域旅游一体化发展方面，黄河流域尚未形成统一的区域性旅游品牌，其综合影响力远不及其他区域。

4 黄河流域各省区在文化旅游产业中所处优势环节分析

随着黄河流域文化旅游产业不断深入发展,在中共中央、国务院印发的《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》中明确指出在黄河流域“打造具有国际影响力的黄河文化旅游带”。同时,在2022年1月国务院印发的《“十四五”旅游业发展规划》中也明确指出文化旅游产业发展的重点内容,其中在文化旅游资源方面要“推进跨行政区域旅游资源整合利用”,“构建旅游空间新格局”;在文旅产业发展方面要“充分发挥各类市场主体投资旅游和创业创新的积极性”,“增强市场主体活力”;在交通设施建设方面着重“建设一批旅游枢纽城市,逐步完善综合交通服务功能”,提升旅游目的地的通达性;在旅游目的地生活保障建设方面要“完善旅游公共服务设施”,“提升旅游消费服务”;在文旅市场发展方面要重视“提升旅游监管和信息公共服务水平”,同时“依托我国强大旅游市场优势,统筹国内国际两个市场”;在文旅推广和技术方面要“创新旅游宣传推广”,“创新智慧旅游公共服务模式”,“加快新技术应用与技术创新”等。结合上述内容和参照李永杰(2007)、王克岭等(2012)等多位学者已有的关于文化旅游产业链发展和治理的研究后,本研究将黄河流域文化旅游产业链分为文旅资源开发环节、发展与投资环节、交通运转环节、生活保障与服务环节、市场规模与效益环节和研发与推广环节等六个环节。

通过对黄河流域文化旅游产业发展现状的分析,发现该区域文化旅游产业发展基础良好且发展趋势向好,但目前还存在一定问题,主要表现在不同省区之间发展不平衡和文化旅游产业不同方面发展不平衡两大问题。王开永等(2014)学者采用区位熵等方法对黄河流域各省区旅游产业发展差距进行分析;苗长虹和张佰发(2021)利用K-均值聚类对黄河流域各地区经济发展进行分类研究。从上述学者的研究中可知,利用区位熵可以较为直观的测度各省区在文旅产业发展各环节中与全国其他省区之间的差距和动态发展情况,利用聚类分析可以在区域层面更为全面地了解域内各省区之间的发展差异。故本部分将结合上述学者所用实证方法,一方面,在全国层面采用区位熵对黄河流域各省区在文旅产业各环节专业化发展程度进行动态分析;另一方面,在黄河流域层面用K-均值聚类对各省区在各环节中各方面发展情况进行全面的动态分析,从而确定各省区在黄河流域

文旅产业中所处优势环节。综上，本部分通过将黄河流域文化旅游产业环节化，并运用区位熵和聚类分析等方法来探索在黄河流域文化旅游产业链构建过程中，沿黄九省区在全国层面和区域层面各自所处的相对优势环节，并为下文构建产业链提供一定依据。

4.1 研究方法介绍

4.1.1 区位熵

在产业集聚程度等方面的测量方法较多，众多测量方法各有特点及其适用范围。本文利用区位熵对黄河流域文旅产业发展情况进行测度，可以在全国层面更为直观的得到黄河流域各省区在文化旅游产业各环节中的发展水平，了解与全国其他省区之间的发展差异。区位熵通常是用来研究某一区域在某个产业或产业中某一环节的专业化程度，同时也可以反映在该方面本区域的发展在更高一级区域所处地位和对其发展产生的影响。在测量时所用指标通常选择产值、就业人数和产值增加值等相关指标。区位熵的具体计算公式为：

$$LQ_{ij} = \frac{L_{ij} / \sum_j L_{ij}}{\sum_i L_{ij} / \sum_i \sum_j L_{ij}} \quad (4.1)$$

其中： L 表示相关经济指标， i 表示第 i 个区域， j 表示在该区域内的第 j 个产业， L_{ij} 表示 i 区域内 j 行业的相关经济指标， $L_{ij} / \sum_j L_{ij}$ 表示表示 i 区域内 j 行业的专业化程度，即区位熵。由区位熵定义所知，某一区域的产业专业化程度通常以值来判断，当的值越大时，表明 j 产业部门在 i 区域发展水平较高，专业化或集聚程度显著。区位熵值的演变情况在一定程度上也可以反映该地区在某一产业或某产业链特定环节中的发展实力。在产业链构建方面，如果某一地区在某一环节中的区位熵值一直处于较高水平，则说明该地区具有明显的发展优势；如果区位熵值具有明显的上升趋势，则说明该地区具有良好的发展空间；如果其区位熵值出现下降或一直处于较低水平，则表明该地区该环节发展实力相对较弱。

其中，文旅资源开发环节，本文将借鉴立亚娟等（2013）所用区位熵公式并进行改进，具体如下：

$$Q_i = \frac{m_i}{\sum_{i=1}^n m_i} / \frac{M_i}{\sum_{i=1}^n M_i} \quad (4.2)$$

其中， m_i 表示区域*i*中4A级及以上景区个数； M_i 表示该区域旅游景区总数， n 表示区域个数，则 Q_i 表示为*i*区域内景区发展质量的区位熵。

4.1.2 聚类分析

聚类分析是以相似性为基础，对相关指标进行聚类划分。从不同聚类原理划分有多种聚类方法，其中，K-均值聚类因其理论可靠，算法清晰，收敛运算速度快和能高效处理大批量数据而被广泛使用。本文指标数量较多，涉及方面较广、时间跨度较大，利用K-均值聚类更为明晰的得出不同指标下各省份的发展动态并进行相应的汇总。总结已有学者研究基础和结合本文研究实际情况，本部分将聚类数目K设定为5可清晰的反映出各类的发展差异，根据每一类中各省区的发展水平，将其定义为高水平、较高水平、中等水平、较低水平和低水平；分别被归为高水平聚类和较高水平聚类的省区说明在该环节发展水平相对较高，在该指标下，在区域层面具有发展优势；反之被归为中等水平、较低水平聚类和低水平聚类的省区，说明其发展水平相对较低，在区域层面并不具备发展优势。

4.2 指标体系建立

4.2.1 指标选取

由于文化旅游产业发展的复杂性和多样性，本文选取指标以科学性、可得性和统一性为原则，结合黄河流域文化旅游产业发展现状，将黄河流域为文化旅游产业链分为六大环节，并确定了34个相关指标（见表4-1）。

在文化旅游资源环节，参照翁纲民等（2016）、赵传松等（2018）和刘安乐等（2020）人的指标设计，采用旅游景区数和博物馆数等指标来测度；同时，参考侯兵等（2015）学者所列的艺术表演团体数量指标，鉴于沿黄九省区相关数据的可得性，本文选取艺术表演团体演出场次，来反映旅游目的地文化艺术表演的相关发展情况。

在发展与投资环节,参照孙根年等(2011)、米文宝等(2005)和翁纲民等(2016)人的指标设计,采用第三产业产值增加值、第三产业产值占GDP比重和人均文化事业费等指标。同时,将周礼等(2015)为表示社会经济支持能力环节所采用的城镇居民可支配收入指标,修改为人均可支配收入;将全社会固定资产投资以第三产业投资额增加值替换,使其更为精确的反映文旅产业及其相关产业的社会投资情况。赵传松(2019)用来测度旅游产业发展水平的旅游总收入指标,本文替换为旅游总收入增量指标,该指标能凸显出其逐年变化趋势,在一定程度上能够弥补因某些省区该方面数据基数过大而淡化其发展变化趋势的缺点。

在交通运转环节,借鉴米文宝等(2005)和周礼等(2015)人的指标设计,采用每万人拥有公交数量和城市出租车数等指标来反映城市交通发展情况;同时,王苏洁(2003)、张广海等(2015)学者指出了对不同交通方式的营业里程来讨论其对于旅游产业发展的重要性,而本文在交通运转环节中侧重在游客的角度考虑旅游目的地的通达性问题,所以采用铁路旅客周转量、公路旅客周转量和航空旅客吞吐量等指标。

在生活保障与服务环节,参照徐杰等(2021)和翁纲民等(2016)人的研究,采用每万人拥有公厕数、星级饭店数、旅行社数和限额以上餐饮和住宿企业数等指标;同时,考虑本文侧重对于旅客在旅游目的地生活保障与服务,将徐杰等(2021)采用的人均互联网宽带接入端口数指标,替换为互联网上网服务营业场所数;将赵传松等(2018)采用的每万人拥有卫生人员数,替换为卫生机构数。

在市场规模与效益环节,参照孙剑锋等(2019)和刘安乐等(2020)的研究,借鉴其接待游客总人次、限额以上餐饮和住宿企业营业额增加值与星级饭店营业收入等指标;同时,为了更直观地表现文化旅游产业的发展,本文将徐杰等(2021)采用的景区门票占比,替换为旅游景区营业收入;将刘安乐等(2020)采用的文化文物结构总收入,替换为文化市场营业机构营业收入。

在研发和推广环节,参照刘安乐等(2020)、孙剑锋等(2019)、罗光华(2016)和丁焯(2017)等学者的研究,本文采用研究与实验发展人员全年当时量、广告经营单位数与图书、期刊和报纸出版总印数等指标;同时,本文以文化艺术科技科研机构数替代侯冰等(2015)采用的文化产业机构总数;以普通高等学校数替代孙建锋等(2019)采用的开设旅游专业高校数。

文化旅游产业的发展是一个复杂且涉及方面较为广泛的产业,针对本文研究重点,结合上述 30 个指标外,立足于沿黄九省区文化旅游产业发展的实际情况和协同发展的要求,并保证相关数据的科学性、可得性和统一性,参考相关研究文献,本文新增了 4 个指标,具体设置如下:

在文旅资源开发环节中,考虑到文旅资源的多样性,本环节添加了公园个数指标来表示沿黄九省区中文化与自然、文化与历史等因素相结合的文化旅游资源开发情况。在发展与投资环节中,新增第三产业劳动生产率指标,表示文旅产业及其相关产业发展效率。在交通运转方面,除上述交通方式外,水域交通现已广泛地运用到相关旅游项目中,如游轮等旅游体验项目,在沿黄九省区部分省区中同样也存在相似的旅游项目和交通条件,故为了保证交通运转能力能够得到全方位的体现,本文添加水运旅客周转量指标。在生活保障与服务环节中,考虑维持游客在旅游目的地的日常娱乐活动,本文新增娱乐场所数指标来反映旅游目的地在该方面的承载能力。

表 4.1 指标体系

环节	指标
文旅资源开发	旅游景区数(个)
	博物馆数(个)
	公园个数(个)
	艺术表演团体演出场次(次)
发展与投资	第三产业产值增加值(亿元)
	第三产业占 GDP 比重(%)
	第三产业劳动生产率(元/人)
	人均可支配收入(元)
	旅游总收入增量(亿元)
	人均文化事业费(元)
	第三产业投资额增加值(亿元)
交通运转	铁路旅客周转量(亿人/公里)
	公路旅客周转量(亿人/公里)
	水运旅客周转量(亿人/公里)
	航空旅客吞吐量(万人)
	每万人拥有公交数量(辆)
	城市出租汽车数(辆)
生活保障与服务	娱乐场所数(个)
	互联网上网服务营业场所数(个)
	每万人拥有公厕数(个)

	卫生机构数（个）
	星级饭店数（个）
	旅行社数（个）
	限额以上餐饮与住宿企业数（个）
市场规模与效益	接待游客总人次（人次）
	旅游景区营业收入（亿元）
	星级饭店营业收入（千元）
	限额以上餐饮和住宿企业营业额（增加值）（亿元）
研发与推广	文化市场经营机构营业收入（千元）
	文化艺术科技科研机构数（个）
	普通高等学校数（所）
	研究与实验发展人员全年当时量（人/年）
	广告经营单位数（个）
	图书、期刊和报纸出版总印数（万份）

4.2.2 指标来源

2009年8月底，文化部和国家旅游局出台了《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》，指出要“推进文化与旅游协调发展，满足人民群众日益增长的文化消费需求”；2010年12月，国务院印发了《全国主体功能区规划》，指出在发展经济时要考虑与当地资源环境承载力相协调，同时指出可将黄河流域部分地区打造为文化旅游产业基地，因地制宜地发展文旅产业。2020年新冠疫情爆发以来，对全国文化旅游产业发展造成巨大冲击，文旅产业及其关联产业发展出现明显下滑，相关指标数据也出现了大幅变动，部分指标的统计口径和指标解释力也发生了相应变化。故同时考虑指标数据的可得性、系统性和可行性，本文选用2010年至2019年黄河流域九省区省级数据，各指标原始数据来源于历年《中国文物文化与旅游统计年鉴》、《中国旅游统计年鉴》、黄河流域各省（自治区）统计公报和统计年鉴。

4.3 实证结果分析

4.3.1 文旅资源开发环节结果分析

从区位熵结果（表4.1）来看，黄河流域各省区区位熵值和其全国排名变化趋势基本一致。在全国层面黄河流域文旅资源开发质量并无明显相对优势，省区

间差距较大。其中，山西虽出现下滑但区位熵值保持在 1.5 以上，全国排名整体保持在高位；四川、内蒙古和甘肃等上升趋势明显，且四川区位熵值上升到 1.4 左右，总体保持较高水平；河南和陕西区位熵结果较为稳定；山东和青海区位熵结果处于全国低位，表明其文旅资源开发质量提升空间较大；宁夏区位熵结果下行趋势明显，体现其文旅资源开发质量有下降趋势。

从聚类结果（表 4.2）来看，在旅游景区数方面，山东和四川发展稳定在高水平 and 较高发展水平；在 2014 年左右河南发展出现了明显的波动；而内蒙古和陕西则出现明显的下滑趋势，在 2014 年左右退出了较高发展水平聚类组；其他省区则一直处于中低水平。在博物馆数方面各省区发展波动相对较大，其中基本保持高水平发展的省区为山东、河南和陕西；四川出现了明显下滑，并在 2017 年后退出了较高水平聚类组；甘肃在 2012 年以前发展水平较高，其后在一直处于中低水平；陕西除在 2010 年被归类为较高水平外，其余年份均处于中低发展水平。在艺术表演团体演出场次方面，河南始终保持高水平发展水平；四川和山西发展波动较为明显，基本在较高发展水平和中低发展水平之间徘徊；山东出现向好趋势，在 2014 年后稳定处于较高发展水平聚类组。

故文旅资源开发环节保持高水平且具明显相对优势的省区为山东、四川和河南等；发展整体实力处于中等水平且有明显短板的省区有陕西、内蒙古、山西；处于相对劣势的省区为甘肃、宁夏和青海。

表 4.1 各省区区位熵值及其全国排名

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	1.7	2	0.7	27	0.7	26	1.2	8	1.0	18	1.0	15	0.8	22	0.7	28	1.0	16
2011	1.8	2	0.6	30	0.8	23	1.1	12	1.2	9	0.8	25	0.8	22	0.8	27	1.1	13
2012	2.0	1	0.7	27	0.8	21	1.1	13	1.3	8	0.8	20	0.7	25	0.7	24	1.2	11
2013	1.8	2	0.7	26	0.8	25	1.1	16	1.3	8	0.6	27	0.8	21	0.5	30	1.1	14
2014	1.7	2	0.7	28	0.8	25	1.0	17	1.4	6	0.7	27	0.9	19	0.6	30	1.0	16
2015	1.9	1	0.8	27	0.7	29	1.1	13	1.4	5	0.8	24	1.1	13	0.6	30	1.0	15
2016	1.9	1	0.9	22	0.6	30	1.1	11	1.4	4	0.9	23	1.0	17	0.6	29	0.9	24
2017	1.8	1	1.0	16	0.6	30	1.2	10	1.4	4	0.8	25	0.9	21	0.8	29	0.9	22
2018	1.6	3	1.1	15	0.6	30	1.1	13	1.4	4	0.8	25	1.0	15	0.8	28	0.9	22
2019	1.5	2	1.1	10	0.6	30	1.1	12	1.3	6	0.9	23	1.0	16	0.8	27	0.9	22

表 4.2 文旅资源开发环节相关指标聚类结果（高水平、较高水平）

年份	旅游景区数		博物馆数	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	鲁	蒙、豫、川	鲁、豫、川、陕、陇	晋
2011	鲁	蒙、豫、川	豫、川、陇	鲁、陕
2012	鲁	蒙、豫、川	鲁、豫、陕	川、陇
2013	鲁	豫、川、陕	豫、陕	鲁、川
2014	鲁	蒙、川、陕	鲁、豫、陕	川
2015	鲁	豫、川	鲁	豫、川、陕
2016	鲁	豫、川	鲁	豫、川、陕
2017	鲁	川	鲁	豫
2018	鲁	豫、川	鲁	豫、陕
2019	鲁	川	鲁	豫、陕
年份	公园个数		艺术表演团体演出场次	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	鲁	豫、川	豫	晋、川
2011	鲁	川	豫	晋、川
2012	鲁	川	豫	川
2013	鲁	川	豫	川
2014	鲁	川	豫	鲁
2015	鲁	川	豫	鲁
2016	鲁	川	豫	晋、鲁、川
2017	鲁	川	豫	鲁、晋
2018	鲁	川	豫	鲁
2019	鲁	川	豫	鲁

4.3.2 发展与投资环节结果分析

从区位熵结果（表 4.3）来看，2010 年至 2019 年各省区区位熵值基本都保持在 1 以上，表明在全国层面，黄河流域文旅产业发展与投资环节整体具有一定相对优势。其中，四川和陕西区位熵值波动区间大致相同，呈现出先上升后下降趋势；山西和宁夏则呈现出“上升-下降-上升”趋势且时间节点相似；内蒙古和青海则出现“下降-上升-下降”趋势，但两省区出现变化的时间区间和节点并不相同，青海区位熵值的波动更为强烈；山东和河南区位熵值和其全国排名则相对较为稳定；甘肃整体呈现上升趋势，但部分年份波动较大。

从聚类结果（表 4.4）来看，在第三产业产值增长方面，山东和四川稳定在较高发展水平以上；河南总体处于较高发展水平，但在 2016 年后出现了波动。在第三产业投资额增加值方面，山东、四川处于波动状态并在 2018 年后退出较

高发展水平聚类组；河南、陕西在 2014 年后稳定处于高水平聚类组中；甘肃、陕西和内蒙古等省区则偶尔出现在较高水平聚类组中，表明其对于文旅产业及其相关产业的投资并不稳定。在第三产业劳动生产率方面，山东和陕西等发展趋势向好且相对稳定，基本处于高水平聚类组；内蒙古发展趋势波动较大，在 2016 年后重回较高水平以上聚类组。在三产占 GDP 比重增加值方面，甘肃和山西发展相对稳定；宁夏、山东呈现出明显下滑趋势，在 2015 年后退出较高水平聚类组；内蒙古和四川出现上升趋势，在 2017 年后上升到较高水平聚类组。在人均可支配收入方面，山东和内蒙古两省区较为稳定；山西、四川、陕西和宁夏发展在 2014 年达到较高水平。在人均文化事业费方面，青海、内蒙古和宁夏相对稳定，处于较高水平以上聚类组，反映出政府对文旅产业投资方面的重视。在旅游总收入增量方面，山东、四川和河南发展出现波动，但稳定在较高水平以上；山西和陕西则在 2016 年后发展水平有明显提高，进入到较高水平以上聚类组中。

综上所述，政府的相关投资和当地民众的消费支持对于文旅产业的发展至关重要，但更为重要的是文旅产业及其相关产业的整体发展水平。同时，在第三产业发展相关指标方面可以看出，目前发展水平较高且趋势较好的省区为山东、河南和四川；其次，陕西和内蒙古第三产业劳动生产率较高，对第三产业及其文旅产业未来发展的推动作用较大；而甘肃、山西和宁夏等省区虽然第三产业占比增长幅度较大，但各方面对其支持作用不明显，后续发展可能出现发展乏力现象。故在发展和投资环节中处于相对优势的省区为山东、四川和河南；陕西、内蒙古和山西次之且保持明显上升趋势；其余省区发展水平则相对较弱。

表 4.3 各省区区位熵值及其全国排名

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	1.1	15	1.4	8	0.9	24	0.8	30	0.9	23	1.1	16	1.1	21	1.5	5	1.2	12
2011	1.3	8	1.2	11	1.0	20	0.8	25	1.2	10	1.1	15	1.3	9	1.0	19	1.4	4
2012	1.3	9	1.2	10	0.9	23	0.8	26	1.3	7	1.2	11	1.2	14	1.2	13	1.4	6
2013	1.2	11	1.3	10	1.0	20	0.8	27	1.3	7	1.4	5	1.1	13	1.1	14	1.1	15
2014	1.2	12	1.3	7	0.9	23	0.8	29	1.3	5	1.3	8	1.1	15	1.2	9	1.2	11
2015	1.4	4	1.4	3	0.9	25	0.8	29	1.4	5	1.2	10	1.0	21	1.1	14	1.3	6
2016	1.4	3	1.4	4	0.9	26	0.7	30	1.2	11	1.2	12	1.1	16	1.3	7	1.3	6
2017	1.4	4	1.5	3	1.0	22	0.7	29	1.1	17	1.0	20	1.2	13	1.4	6	1.1	18

2018	1.3	9	1.4	6	1.0	20	0.7	30	1.1	18	1.0	22	1.1	15	1.2	12	1.2	14
2019	1.3	7	1.3	12	0.9	23	0.7	29	1.0	18	1.0	22	1.2	13	1.5	3	1.3	11

表 4.4 发展与投资环节相关指标聚类结果（高水平、较高水平）

年份	第三产业产值增加值		三产占 GDP 比重增加值		人均可支配收入			
	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平		
2010	鲁	豫、川	宁	晋、陇	鲁	蒙		
2011	鲁	豫	宁	鲁、陇	鲁	蒙		
2012	鲁	豫、川	宁	晋、鲁、陇	鲁	蒙		
2013	鲁	豫、川	鲁、宁	晋、陇	蒙、鲁	晋		
2014	鲁	豫	晋、陇	鲁、宁	蒙、鲁	晋		
2015	鲁	豫、川	晋	陇	蒙、鲁	晋		
2016	鲁	川	晋	陇	蒙、鲁	晋、川、陕、宁		
2017	鲁	川	陇	晋	鲁	蒙		
2018	鲁	豫、川	晋、陇	蒙、川	鲁	蒙		
2019	鲁	豫、川	陇	晋、鲁、川	鲁	蒙		
年份	旅游总收入增量		人均文化事业费		第三产业劳动生产率		第三产业投资额增加值	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	鲁	川	青	蒙	蒙	鲁、宁	豫	鲁、陕
2011	鲁	豫、川	青	蒙、宁	蒙	鲁	鲁	川
2012	鲁 川	豫	青	蒙、宁	陕	蒙	鲁、川	豫、陕
2013	鲁	豫、川	青	蒙	陕	鲁	川	蒙、鲁、豫、陕
2014	川	鲁	青	蒙、宁	陕	鲁	豫、川	鲁、陕
2015	川	鲁、豫	青	蒙、宁	陕	鲁	鲁、豫	川
2016	川	晋、鲁、豫、陕	青	蒙、宁	陕	鲁	豫	川、陕
2017	晋、鲁、川	豫、陕	青	蒙	鲁、陕	蒙	豫	鲁、川、陕
2018	晋、豫	鲁	青	蒙、宁	蒙、鲁	陕	晋、豫、陕	陇、青、宁
2019	川	晋	青	蒙、宁	鲁	蒙	豫	晋

4.3.3 交通运转环节结果分析

从区位熵结果（表 4.5）来看，黄河流域各省区交通运转环节区位熵值基本保持在 1 以上，表明在该环节黄河流域整体发展具有相对优势。其中，山西和内

蒙古相对优势明显，区位熵值在 1.5 上下浮动；宁夏区位熵值和排名都出现了明显下降；河南保持稳定上升趋势，区位熵值由 0.8 上升到 1.3；山东则呈现出先下降后上升态势；陕西、甘肃、青海等省区该环节区位熵值稳定在 1 左右；四川则出现先上升后下降趋势。

从聚类结果（表 4.6）来看，在铁路旅客周转量方面，河南和山东稳定处在较高发展水平。在公路旅客周转方面，河南发展较为强势，稳定在高发展水平；山东总体处于较高水平聚类组；四川发展较为平稳，处于较高发展水平聚类组。在水运旅客周转量方面，山东和四川稳定居于较高发展水平之上。航空旅客吞吐量方面，四川、山东和陕西等发展较为稳定，处于较高发展水平聚类组。在城市交通发展方面，每万人拥有公交数量中，陕西始终保持在较高发展水平以上；青海虽出现下滑趋势但处稳定在较高发展水平；四川、宁夏和山东等省区发展趋势出现波动，其中山东在 2015 年后保持在高水平聚类组中。在城市出租车拥有量方面，山东、内蒙古和河南发展稳定，保持在较高发展水平以上。

总的来看，黄河流域文化旅游产业交通运转环节整体实力较强，其中实力强劲的省区以山东、河南和四川为主；内蒙古和山西虽在客运运转方面并无明显优势，但其区位熵值较高，表明其有足够的力量来承载客运发展；甘肃、陕西、青海和宁夏等省区则需要进一步补齐该环节发展短板，完善基础设施。

表 4.5 各省区区位熵值及全国排名

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	1.6	5	1.6	4	1.1	11	0.8	29	0.7	30	1.0	19	1.1	9	1.0	20	1.9	2
2011	1.5	5	1.6	4	1.1	10	0.8	29	0.7	30	1.0	18	1.0	14	0.9	22	1.8	3
2012	1.6	5	1.7	4	1.1	10	0.9	24	0.7	30	1.0	21	1.0	15	0.9	26	1.9	2
2013	1.6	5	1.7	4	1.1	11	0.9	23	0.6	30	0.9	24	1.0	19	0.8	29	1.8	3
2014	1.4	5	1.7	3	0.9	23	1.1	11	0.9	28	0.9	24	0.9	20	0.8	29	1.6	4
2015	1.6	3	1.4	5	0.9	23	1.1	10	0.9	20	0.9	24	0.9	21	0.8	28	1.6	4
2016	1.6	3	1.4	5	0.9	20	1.1	11	1.0	14	0.9	21	0.9	25	0.8	27	1.5	4
2017	1.5	3	1.5	4	1.0	14	1.1	12	1.0	18	0.9	26	0.9	25	0.9	24	1.3	7
2018	1.3	6	1.5	2	1.0	15	1.3	5	0.8	26	1.0	20	0.9	24	1.0	18	1.1	11
2019	1.4	4	1.6	3	1.2	9	1.3	6	0.7	28	1.0	22	0.9	24	1.0	20	1.1	14

表 4.6 交通运转环节各指标聚类结果分析（高水平、较高水平）

年	铁路旅客周转量	公路旅客周转量	水运旅客周转量
---	---------	---------	---------

份	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	豫	鲁、陕	鲁	豫	鲁	川
2011	豫	鲁	鲁、豫	川	鲁	川
2012	豫	鲁、陕	鲁、豫	川	鲁	川
2013	豫	鲁	豫	鲁、川	鲁	川
2014	豫	鲁	豫	川	鲁	川
2015	豫	鲁	豫、川	鲁	鲁	川
2016	豫	鲁	豫	川	鲁	川
2017	豫	鲁	豫	鲁、川	鲁	川
2018	豫	鲁	豫	鲁、川	鲁	川
2019	豫	鲁	豫	鲁、川	鲁	川
年份	每万人拥有公交数量		城市出租车拥有量		航空旅客吞吐量	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	青	陕	鲁	蒙、豫	川	鲁
2011	青	陕	鲁	蒙、豫	川	鲁、陕
2012	青、陕	鲁、川、宁	鲁	豫	川	鲁、陕
2013	陕	川、青	鲁	蒙、豫	川	鲁、陕
2014	陕	川、青	鲁	蒙、豫	川	鲁、陕
2015	陕	鲁、宁	蒙、鲁	豫	川	鲁、陕
2016	鲁、陕	青	蒙、鲁	豫	川	鲁、陕
2017	鲁、陕	川、青、宁	蒙、鲁	豫	川	鲁、陕
2018	鲁、青	川、陕、宁	蒙、鲁	豫	川、鲁	陕
2019	鲁	陕、青	蒙、鲁	豫	川、鲁	陕

注：内蒙古水运旅客周转量指标数据缺失。

4.3.4 生活保障与服务环节结果分析

从区位熵相关结果（表 4.7）来看，虽然黄河流域各省区区位熵值出现小幅下降趋势，但全国排名变化不大且部分省份偶有上升，表明黄河流域各省区相比全国其他省区发展趋势向好，且与其他区域的发展差距在逐步缩小。其中，山西区位熵值整体呈现明显的下降趋势，但全国排名下降幅度较小，总体相对优势虽有削弱但依旧明显；内蒙古发展趋势与山西类似，区位熵值保持在 1 以上；山东和甘肃的区位熵值和全国排名都较为平稳，无明显变化；河南和宁夏的区位熵值和全国排名略有下降；四川、陕西和青海等省区呈现出较为明显的上升趋势，其中陕西相对优势较为明显，青海和四川区位熵值逐渐接近于 1。

从聚类结果（表 4.8）来看，限额以上餐饮和住宿企业数方面，山东、河南和四川等省区水平较高且发展相对稳定；陕西则在 2018 年上升到较高发展水平

聚类组。在互联网上网服务营业场所数和卫生机构数方面，同样是山东、四川和河南等省区发展水平较高且保持稳定。在每万人拥有公厕数方面，内蒙古保持较高水平发展且相对稳定，青海出现明显下滑并在 2016 年后退出较高发展水平聚类组；陕西发展具有一定的上升趋势，在 2012 年后保持在较高水平以上聚类组。在星级饭店数方面，山东始终稳定在高水平聚类组中；四川稳定在较高水平聚类组中；河南发展波动较大并在 2016 年稳定于较高水平聚类组。在旅行社数方面，山东和河南发展水平较高且相对稳定；内蒙古在 2015 年上升并稳定在较高水平聚类组；四川在 2018 年上升到较高水平聚类组。在娱乐场所数中，四川稳定处于高水平聚类组；内蒙古和山东基本稳定在较高水平；河南则在 2018 年到 2019 年中短暂上升到较高水平聚类组。总的来看，在黄河流域层面，该环节发展实力较强的省区有四川、山东、河南和陕西等，其余省区则处于中等偏下水平。

综上结果，山西、内蒙古、青海和宁夏等省区在该环节区位熵值较高，在就业人数方面具有一定的相对优势，但出现发展效率较低等问题；同时山东、河南等省区整体实力较强，发展效率较高。表明在文化旅游产业生活保障与服务环节中，沿黄九省区具有发展该环节的基础，同时也具有发展优势明显的省区可以带动其他省区发展。

表 4.7 各省区区位熵值及全国排名

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	1.4	5	1.3	7	0.9	19	0.8	24	0.8	22	1.2	9	0.7	26	0.9	26	1.1	12
2011	1.3	5	1.2	9	0.9	19	0.8	25	0.8	23	1.2	8	0.7	26	0.9	26	1.0	13
2012	1.3	5	1.1	9	0.9	19	0.7	27	0.9	17	1.3	6	0.8	27	0.9	27	1.0	11
2013	1.2	6	1.0	12	0.9	18	0.8	28	0.9	16	1.3	4	0.8	26	1.0	26	1.0	13
2014	1.1	6	0.9	14	0.9	18	0.7	28	0.9	15	1.3	3	0.8	26	1.0	26	1.0	12
2015	1.1	10	1.0	13	0.9	19	0.7	28	0.9	17	1.3	3	0.8	25	1.0	25	1.0	14
2016	1.0	9	1.0	14	0.9	20	0.7	27	0.9	17	1.3	3	0.8	25	1.0	25	1.0	15
2017	1.0	11	1.0	12	0.9	20	0.7	29	0.9	17	1.3	3	0.8	26	1.0	26	1.0	13
2018	1.0	12	1.0	10	0.9	20	0.7	29	0.9	16	1.3	3	0.8	26	1.0	26	1.0	14
2019	1.0	12	1.0	10	0.9	19	0.7	20	0.9	15	1.3	3	0.8	25	1.0	25	0.9	16

表 4.8 生活保障与服务环节各指标聚类结果分析（高水平、较高水平）

年份	限额以上餐饮与住宿企业数		互联网上网服务营业场所数		每万人拥有公厕数	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平

2010	鲁	豫	鲁	豫、川	蒙、青	宁		
2011	鲁	豫、川	鲁	豫、川	蒙	青		
2012	鲁	豫、川	鲁	川	蒙、青	青		
2013	鲁	豫、川	鲁	川	蒙	陕、青		
2014	鲁	豫、川	鲁	豫、川	蒙	陕、青		
2015	鲁	豫、川	鲁	豫、川	蒙、陕	青		
2016	鲁、豫	川	川	鲁、豫	蒙、陕	青		
2017	鲁	豫、川	豫、川	鲁	蒙	陕		
2018	鲁、川	豫、陕	豫、川	鲁	蒙	陕		
2019	川	鲁、豫、陕	鲁	豫	蒙	陕		
年份	卫生机构数		星级饭店数		旅行社数		娱乐场所数	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	豫、川	鲁	鲁	豫、川	鲁	豫	川	蒙、鲁
2011	豫、川	鲁	鲁	川	鲁	豫	川	蒙、鲁
2012	川	鲁、豫	鲁	川	鲁	豫	川	蒙、鲁
2013	川	鲁、豫	鲁	川	鲁	豫	川	蒙、鲁
2014	鲁、川	豫	鲁	川	鲁	豫	川	蒙
2015	鲁、川	豫	鲁	陕、川	鲁	蒙、豫	川	蒙、鲁
2016	鲁、川	豫	鲁	豫	鲁	蒙、豫	川	蒙、鲁
2017	鲁、川	豫	鲁	豫、川	鲁	蒙、豫	川	蒙、鲁、豫
2018	鲁、川	豫	鲁	豫	鲁	蒙、豫、川	川	蒙、鲁、豫
2019	鲁、川	豫	鲁	豫、川	鲁	蒙、豫、川	川	鲁

4.3.5 市场规模与效益环节结果分析

从区位熵相关结果（表 4.9-1 和表 4.9-2）来看，黄河流域文化旅游市场整体发展专业化程度低于全国水平。从国内市场来看，各省区区位熵值虽有下降趋势，但全国排名并没有出现明显下降，各省区区位熵值变化趋势与全国大多数其他省区相似，黄河流域在该环节整体发展趋势向好；但总体来看，区位熵值与全国其他地区的整体差距依然明显。从入境市场来看，黄河流域各省区区位熵值整体偏低，且与全国其他省区之间的发展差距远大于国内市场。

从聚类分析相关结果（表 4.10）来看，在接待旅客总人次方面，山东、四川两省发展保持较高水平且相对稳定；河南呈现波动上涨趋势，在 2018 年升入高水平聚类组；陕西在 2018 年上升到较高水平聚类组。在旅游景区营业收入方面，山东和四川保持较高水平，但山东发展呈现下降趋势，四川发展呈现上升趋势。

在星级饭店营业收入方面，同样是山东和四川保持在较高水平聚类组之上；河南呈现波动趋势，在较高水平和中等偏下水平之间徘徊。在限额以上餐饮和住宿企业营业额增加值方面，各省区都出现了不同程度的波动，其中，四川、陕西和山西波动上升趋势；河南和山东出现波动下降趋势。在文化市场经营机构营业收入方面，四川稳定在高水平发展聚类组；山东和河南则在较高水平和中等偏下水平之间波动。

综上，黄河流域文化旅游产业市场规模与效益环节整体实力不强，但存在山东、四川和陕西等实力突出且趋势向好的省区，黄河流域该环节的建设可围绕三省展开，同时与全国其他省区加强合作。

表 4.9-1 各省区区位熵值及全国排名（国内市场）

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	1.3	17	2.6	3	1.4	15	1.5	14	1.2	20	1.1	24	0.9	28	1.0	27	1.1	22
2011	1.2	15	2.2	3	1.2	16	1.2	14	0.9	23	0.9	25	0.8	29	0.9	27	1.0	20
2012	1.2	14	2.4	3	1.2	16	1.2	15	1.0	23	0.9	25	0.8	29	1.0	20	0.9	28
2013	1.2	15	2.5	1	1.2	16	1.2	14	1.0	22	0.9	27	0.8	29	1.1	17	0.9	28
2014	1.1	17	2.8	1	1.1	16	1.1	18	1.1	19	0.9	28	0.7	30	1.2	14	1.0	24
2015	1.1	19	3.1	1	1.2	16	1.1	17	1.2	13	0.9	29	0.7	30	1.2	12	1.0	26
2016	1.1	23	3.1	1	1.2	17	1.1	21	1.4	10	0.9	29	0.7	30	1.2	14	1.1	22
2017	1.1	24	3.2	1	1.2	18	1.1	22	1.4	10	1.0	27	0.7	30	1.2	17	0.9	29
2018	1.0	26	3.3	1	1.2	17	1.1	23	1.5	10	1.0	28	0.7	30	1.2	20	1.0	29
2019	1.0	27	2.5	2	1.2	18	1.1	24	1.6	8	1.0	26	0.8	30	1.2	22	0.9	29

表 4.9-2 各省区区位熵值及全国排名（境外市场）

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	0.6	24	0.7	16	0.9	7	0.5	25	0.5	26	0.8	11	0.3	31	0.7	15	0.5	27
2011	0.6	24	0.7	18	0.9	8	0.5	27	0.6	25	0.7	12	0.3	31	0.8	11	0.5	28
2012	0.5	24	0.7	13	0.9	8	0.5	27	0.5	26	0.7	14	0.3	31	0.7	12	0.4	28
2013	0.7	19	0.8	15	1.3	7	0.7	18	0.5	28	0.9	13	0.3	31	0.6	26	0.6	21
2014	0.6	20	0.7	15	1.0	10	0.5	24	0.4	29	0.8	12	0.3	31	0.6	21	0.7	17
2015	0.6	20	0.7	13	1.1	5	0.6	21	0.5	23	0.8	9	0.3	31	0.7	14	0.7	15
2016	0.6	22	0.7	14	1.1	6	0.5	27	0.6	20	0.8	11	0.3	31	0.7	15	0.9	10
2017	0.6	23	0.8	12	0.8	10	0.5	28	0.5	27	0.8	11	0.3	31	0.6	21	0.7	17
2018	0.6	21	0.8	11	0.9	9	0.5	27	0.5	29	0.8	10	0.3	31	0.6	22	0.7	13
2019	0.6	23	0.8	13	0.9	8	0.6	24	0.5	26	0.8	11	0.3	31	0.5	28	0.6	22

表 4.10 市场规模与效益环节各指标聚类结果分析（高水平、较高水平）

年份	接待游客总人次		旅游景区营业收入		星级饭店营业收入	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	鲁	豫、川	川	宁	鲁	豫、川
2011	鲁	川	鲁	川	鲁	川
2012	鲁	川	鲁、川	晋、豫	鲁	川
2013	鲁	川	鲁	川	鲁	川
2014	鲁	川	川	鲁	鲁	川
2015	鲁、川	豫	川	鲁	鲁	川
2016	鲁	豫、川	川	鲁	鲁	豫、川
2017	鲁	豫、川	川	鲁	鲁	豫、川
2018	鲁、豫	晋、川、陕	川	鲁	鲁	川
2019	鲁、豫	晋、川、陕	川	鲁	川	鲁
年份	限额以上餐饮和住宿企业营业额		文化市场经营机构营业收入			
	高水平	较高水平	高水平	较高水平		
2010	鲁	川	川	鲁		
2011	川	豫、陕	川	豫		
2012	川	鲁、豫	川	鲁、豫		
2013	鲁	蒙	川	鲁		
2014	豫	陕	川	鲁、豫		
2015	豫	陕	川	鲁、豫		
2016	豫、陕	川	川	豫		
2017	陕	晋、青、宁	川	陕		
2018	川、陕	晋	川	鲁		
2019	川	豫、陕	川	鲁、豫		

4.3.6 研发和推广环节结果分析

从区位熵相关结果（表 4.11-1 和表 4.11.2）来看，在研发方面，山东区位熵值呈现上升趋势且在 2017 年达到 2.12；四川区位熵值较为稳定并无较大波动，基本保持在 0.6-0.7 左右；其余省区的区位熵值呈现较为明显的下降趋势。表明在研发方面黄河流域整体实力明显弱于全国其他省区，且区域内发展差距较大。从推广方面来看，山东区位熵值保持上升趋势且全国排名一直保持在 9 名左右；陕西区位熵值呈现下降态势，但区位熵全国排名基本稳定；山西、内蒙古区位熵下降幅度和全国排名下降幅度较大；宁夏、河南、四川等基本稳定在全国中下游发展水平；甘肃和青海区位熵值基本稳定在 0.3 左右。

从聚类结果（表 4.12）来看，在文化艺术科技科研机构数方面，河南和山西发展水平稳定在较高水平以上。在普通高等学校数方面，陕西稳定处于高水平聚

类；四川和山东稳定在较高水平聚类组；内蒙古呈现上升趋势，在 2012 年后保持在高水平聚类组中。在广告经营单位数方面，山东保持在高水平聚类组中，四川保持在较高水平聚类组中；河南发展出现较为明显的波动。在图书、期刊和报纸出版总印数方面，山东、河南和山西等省区发展水平较高且较为稳定。在研发与实验发展人员全年当时量方面，山东和河南发展水平保持在较高水平聚类组以上；四川在 2017 年上升到较高水平聚类组。总的来看，区域层面各省区之间的差距较为明显，其中，山东、河南和四川实力明显突出，其余省区发展则始终处在中等偏下水平。

综上，在研发与推广环节中，黄河流域整体实力与全国其他地区差距较大，且黄河流域内部各省区间的发展差距也较为明显，故在该环节建设中，除以山东、河南、四川和陕西等具有一定实力的省内省区为主导外，还需积极与域外其他省区加强合作，带动发展。

表 4.11-1 各省区区位熵值及全国排名（研发）

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	0.9	13	0.6	17	0.9	11	0.5	21	0.6	19	1.0	9	0.5	26	0.5	20	0.7	16
2011	0.7	15	0.6	19	1.0	10	0.5	22	0.5	21	0.9	11	0.4	26	0.5	24	0.7	16
2012	0.7	16	0.5	20	1.0	9	0.5	22	0.5	19	1.0	10	0.4	25	0.4	24	0.7	15
2013	0.6	17	0.5	20	1.0	9	0.5	21	0.6	19	1.0	8	0.4	24	0.4	27	0.6	16
2014	0.6	19	0.5	22	0.9	9	0.5	21	0.6	17	1.0	8	0.4	24	0.4	26	0.7	15
2015	0.5	21	0.5	22	1.0	7	0.5	20	0.6	17	0.9	9	0.4	24	0.3	30	0.6	15
2016	0.5	23	0.5	21	1.0	8	0.5	20	0.6	17	0.9	9	0.3	24	0.3	30	0.6	16
2017	0.5	19	0.4	23	1.0	8	0.5	20	0.6	16	0.9	10	0.3	25	0.4	24	0.6	17
2018	0.5	20	0.4	24	1.0	9	0.5	21	0.6	15	0.8	11	0.3	27	0.3	28	0.6	16
2019	0.5	21	0.3	25	0.8	11	0.5	19	0.6	16	0.9	9	0.3	26	0.3	27	0.6	17

表 4.11-2 各省区区位熵值及全国排名（推广）

年份	山西		内蒙古		山东		河南		四川		陕西		甘肃		青海		宁夏	
	值	排名																
2010	0.32	17	0.14	23	1.08	8	0.41	13	0.82	10	0.22	21	0.08	26	0.03	29	0.03	30
2011	0.29	18	0.13	22	1.12	7	0.34	14	0.71	10	0.19	21	0.08	27	0.04	29	0.03	30
2012	0.22	20	0.20	21	1.13	6	0.52	13	0.66	10	0.11	22	0.06	27	0.03	29	0.02	30
2013	0.21	19	0.18	21	1.29	6	0.62	11	0.66	10	0.10	25	0.05	28	0.03	29	0.02	30
2014	0.19	21	0.12	25	1.52	6	0.71	10	0.63	12	0.07	26	0.04	27	0.04	28	0.02	30
2015	0.15	21	0.09	25	1.82	6	0.70	11	0.64	12	0.07	26	0.03	29	0.04	28	0.02	30

2016	0.14	21	0.08	25	1.87	6	0.64	12	0.64	13	0.07	26	0.03	29	0.04	28	0.02	31
2017	0.14	21	0.08	27	2.12	6	0.60	13	0.76	10	0.08	26	0.02	30	0.04	28	0.02	31
2018	0.12	21	0.06	26	2.10	6	0.52	12	0.69	11	0.04	27	0.02	31	0.03	28	0.02	30
2019	0.06	25	0.04	26	1.86	6	0.44	13	0.72	10	0.01	31	0.02	27	0.02	29	0.02	30

表 4.12 研发与推广环节各指标聚类结果分析

年份	文化艺术科技科研机构数		普通高等学校数		广告经营单位数	
	高水平	较高水平	高水平	较高水平	高水平	较高水平
2010	豫	晋	陕	蒙、鲁、川	鲁	豫、川
2011	豫	晋	陕	蒙、鲁、川	鲁	川
2012	豫、晋	陕	蒙	鲁、川	鲁	川
2013	晋	豫	蒙、陕	鲁、川	鲁	豫、川
2014	晋	豫	蒙、陕	鲁、川	鲁	豫、川
2015	晋	豫	蒙、陕	鲁、川	鲁	川
2016	晋	豫	蒙、陕	鲁、川	鲁	川
2017	晋	豫	蒙	鲁、川、陕	鲁	川
2018	晋	豫	蒙、陕	鲁、川	鲁	川
2019	晋	豫	蒙、陕	鲁、川	鲁	川
年份	图书、期刊和报纸出版总印数		研究与实验发展人员全年当时量			
	高水平	较高水平	高水平	较高水平		
2010	鲁	豫、晋	鲁	豫		
2011	鲁	晋、豫、川	鲁	豫		
2012	鲁	晋、豫	鲁	豫		
2013	鲁	晋、豫	鲁	豫		
2014	鲁	晋、豫	鲁	豫		
2015	鲁	晋、豫	鲁	豫		
2016	鲁	晋、豫	鲁	豫		
2017	鲁	晋、豫	鲁	豫、川		
2018	鲁	晋、豫	鲁	豫、川		
2019	鲁、晋	豫	鲁	豫、川		

4.3.7 小结

从黄河流域文化旅游产业整体实力来看，文旅资源开发环节、发展与投资环节、交通运转环节、生活保障与服务环节和市场规模与效益环节等五大环节整体实力在全国层面处于中等发展水平，推广与研发环节发展实力则相对较弱。同时，根据本章对沿黄九省区在文化旅游产业各环节发展情况的分析，可以得出在黄河流域文化旅游产业链构建中各环节发展较为突出的省区，并初步筛选黄河流域文化旅游产业链构建中在各环节可以起到主导建设作用的省区，为下文黄河流域文

化旅游产业链的构建提供依据。

表 4-13. 可以主导各环节建设的省区

环节	可以主导建设的省区
文旅资源开发环节	四川、河南、山东、山西
发展与投资环节	四川、山东、河南
交通运转环节	河南、山东、四川
生活发展与保障环节	陕西、内蒙古、山东、四川、河南
市场规模与效益环节	山东、四川、陕西、内蒙古
研发与推广环节	山东、四川、河南、陕西

5 构建黄河流域文化旅游产业链的影响因素分析

沿黄九省区在黄河流域文化旅游产业链构建中所处优势环节分析,初步筛选出了在黄河流域文化旅游产业链构建中可以主导各环节建设的省区。其次,鉴于本章需测度的指标数据相对较多,涵盖范围和内容较广,运用主成分分析方法对于指标重要程度的测度具有一定的客观性,且实证结果较为直观清晰。故本章将从影响黄河流域文化旅游产业链构建的因素出发,运用主成分分析方法,筛选在黄河流域文化旅游产业链构建中影响力较大的因素。

5.1 方法介绍

本章将采用主成分分析方法对各省指标进行分析,通过数据标准化消除量纲和量级对实证结果的影响,并在其基础上将方差极大化旋转后的各特征根的贡献率作为权重,对因子进行各变量加权得到加权平均后的综合载荷;而后将综合载荷乘以标准化值矩阵进行计算,得出各省区的综合得分并进行指数化,最后对各省指标进行相应排名,得出对于黄河流域文化旅游产业链构建影响较大的因素。

5.2 数据来源与数据处理

5.2.1 数据来源

本部分沿用表 4.1 相关指标,其原始数据依旧来源于 2010 年-2019 年《中国文物文化与旅游统计年鉴》、《中国旅游统计年鉴》、黄河流域各省(自治区)统计公报和统计年鉴。

5.2.2 数据处理

本文将运用主成分分析进行相关因素分析,相关指标存在量纲差异,故需对指标数据进行标准化处理,本章将对所有指标数据进行正向标准化、负向标准化和中心化无量纲,消除因指标数据量纲差别对结果引发的相关影响。

(1) 正向标准化:

$$x_{ij}^* = (x_{ij} - x_{j\min}) / (x_{j\max} - x_{j\min}), (j = 1, 2, \dots, m; i = 1, 2, \dots, n) \quad (5-1)$$

(2) 负向标准化:

$$x_{ij}^* = (x_{j\max} - x_{ij}) / (x_{j\max} - x_{j\min}), (j = 1, 2, \dots, m; i = 1, 2, \dots, n) \quad (5-2)$$

(3) 中心化无量纲处理:

$$x_{ij}^* = x_{ij} / x_{j\max}, (j = 1, 2, \dots, m; i = 1, 2, \dots, n) \quad (5-3)$$

其中, n 表示参与研究的地区数; m 表示指标个数; x_{ij} 表示未经过标准化的第 j 个指标在第 i 个地区中的值; x_{ij}^* 表示经过标准化后的第 j 个指标在第 i 个地区的值; $x_{j\max}$ 表示第 j 个指标在第 i 个地区中的最大值; $x_{j\min}$ 表示第 j 个指标在第 i 个地区中的最小值。标准化后的指标数据的数值在 0-1 之间。

(4) 指标化公式:

$$HP_i = [x_i - \text{Min}(x_i)] \times 40 / [\text{Max}(x_i) - \text{Min}(x_i)] + 60 \quad (5-4)$$

5.3 结果分析

从表 5.1 至表 5.9 可知,通过对黄河流域九省区 2010 年至 2019 年指标数据分析可得,黄河流域九省区均在 4 个因子旋转后的累计贡献率大于 85%,结果可信度高。基于 4 个主成分的累计贡献率,剔除其他因子贡献,将 4 个因子的累计贡献率视作 100%,根据各因子的贡献率进行权重转换,得出各省区指标综合得分后,再根据 5-4 公式对综合得分进行指数化并排序,得出各省区文化旅游产业链构建中相关因素最终排名(表 5.10-表 5.15)。

表 5.1 山东解释的总方差

成份	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	24.637	72.463	72.463	24.637	72.463	72.463	20.627	60.668	60.668
2	3.919	11.528	83.991	3.919	11.528	83.991	5.098	14.994	75.662
3	1.869	5.497	89.487	1.869	5.497	89.487	4.069	11.967	87.629
4	1.270	3.737	93.224	1.270	3.737	93.224	1.902	5.595	93.224

表 5.2 河南解释的总方差

成份	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	21.916	64.459	64.459	21.916	64.459	64.459	16.755	49.278	49.278
2	4.586	13.488	77.947	4.586	13.488	77.947	9.195	27.043	76.321
3	2.682	7.889	85.836	2.682	7.889	85.836	2.943	8.656	84.977
4	1.816	5.342	91.178	1.816	5.342	91.178	2.108	6.201	91.178

表 5.3 山西解释的总方差

成份	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	20.820	61.236	61.236	20.820	61.236	61.236	19.831	58.328	58.328
2	5.646	16.606	77.842	5.646	16.606	77.842	5.109	15.027	73.355
3	2.816	8.283	86.125	2.816	8.283	86.125	3.334	9.807	83.162
4	1.521	4.474	90.599	1.521	4.474	90.599	2.529	7.437	90.599

表 5.4 四川解释的总方差

成份	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	22.184	65.246	65.246	22.184	65.246	65.246	20.158	59.288	59.288
2	4.603	13.540	78.785	4.603	13.540	78.785	4.146	12.193	71.480
3	3.100	9.117	87.903	3.100	9.117	87.903	3.829	11.261	82.741
4	1.340	3.941	91.843	1.340	3.941	91.843	3.095	9.102	91.843

表 5.5 内蒙古解释的总方差

成份	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	20.226	61.290	61.290	20.226	61.290	61.290	19.412	58.825	58.825
2	6.197	18.778	80.068	6.197	18.778	80.068	5.527	16.750	75.575
3	1.833	5.554	85.622	1.833	5.554	85.622	2.755	8.348	83.924
4	1.547	4.689	90.311	1.547	4.689	90.311	2.108	6.387	90.311

表 5.6 陕西解释的总方差

成份	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	21.013	61.802	61.802	21.013	61.802	61.802	20.594	60.572	60.572
2	5.119	15.055	76.857	5.119	15.055	76.857	4.839	14.233	74.805
3	2.904	8.542	85.400	2.904	8.542	85.400	3.185	9.368	84.173
4	1.699	4.996	90.396	1.699	4.996	90.396	2.116	6.223	90.396

表 5.7 甘肃解释的总方差

成份	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	20.721	60.945	60.945	20.721	60.945	60.945	18.220	53.589	53.589
2	3.629	10.673	71.618	3.629	10.673	71.618	4.987	14.668	68.257
3	3.614	10.630	82.249	3.614	10.630	82.249	3.771	11.091	79.348
4	2.737	8.050	90.299	2.737	8.050	90.299	3.723	10.951	90.299

表 5.8 青海解释的总方差

成份	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	19.949	60.453	60.453	19.949	60.453	60.453	14.053	42.585	42.585
2	4.273	12.949	73.401	4.273	12.949	73.401	7.100	21.516	64.101
3	2.416	7.320	80.722	2.416	7.320	80.722	3.904	11.831	75.932
4	1.923	5.828	86.550	1.923	5.828	86.550	3.504	10.617	86.550

表 5.9 宁夏解释的总方差

成份	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	18.604	56.374	56.374	18.604	56.374	56.374	16.873	51.131	51.131
2	5.871	17.792	74.166	5.871	17.792	74.166	5.779	17.512	68.643
3	2.779	8.423	82.589	2.779	8.423	82.589	3.378	10.235	78.878
4	1.925	5.834	88.423	1.925	5.834	88.423	3.150	9.546	88.423

5.3.1 文旅资源开发环节影响因素分析

以实证结果（表 5.10）可知，该环节各影响因素在各省区排名均处于中上位置，对黄河流域文旅产业链构建有较强影响。从该环节影响因素在各省区指数化得分和具体排名情况可知，山东该环节影响因素排名基本分布在中游位置，其中博物馆数（98.93）（括号内数值表示该因素指数化得分，下同）、公园个数（98.86）和旅游景区数（98.38）等排名相对靠前，表明山东文旅产业在发展中应继续加大对于现有文旅资源的开发与挖掘，提升文旅资源开发的集约效益和整体质量。河南相关因素排名分布均在中上位置，其中博物馆数（99.77）、旅游景区数（99.43）与公园个数（99.13）等相对靠前。山西在文旅资源开发环节各影响因素排名均处于中等水平，其中旅游景区数（98.69）、博物馆数（97.78）和艺术表演团体演出场次（94.75）等排名相对靠前。四川情况与河南基本相似，其中排名靠前的因素为公园个数（99.51）、博物馆数（99.42）和旅游景区数（99.30）等。内蒙古该环节相关因素总排名相对靠前，其中公园个数（98.68）和旅游景区数（98.66）等排名位于前十位。陕西在该环节中旅游景区数（100）和博物馆数（99.89）两因素在总体排名中位列前两位，反映出陕西文旅产业发展主要以其文化资源为主，且发展效果显著。甘肃在该环节中排名相对较高的影响因素为公园个数（99.72）、艺术表演团体演出场次（98.64）和博物馆数（98.43）等，体现出甘肃在建设和打造文旅资源时，较为注重区域内文化资源的整合和开发，文旅资源的文化特征开发明显。青海除公园个数（99.30）外，其余影响因素排名整体靠后，反映出因其相对特殊的区位和自然环境，文旅资源开发基本处于初始阶段且资源开发难度较大，该环节对文旅产业发展支撑度较低。宁夏各因素排名差距明显，其中公园个数（99.31）和旅游景区数（95.83）排名较高，故宁夏在文旅资源挖掘和建设方面应继续加强。

综合各省区影响因素结果分析可得，在文旅资源开发环节中，对于黄河流域文化旅游产业链构建影响较大的因素为旅游景区数、博物馆数和艺术表演团体演出场次等，其中旅游景区是文旅产业发展的基础，拥有数量多且质量优的旅游景区对于黄河流域文旅产业的发展必不可少；博物馆数得分普遍较高一方面体现了各地区文化资源对于旅客的吸引力，另一方面也凸显了加强黄河文化整体性开发的必要性；艺术表演团体演出场次的突出体现了多元化的文化旅游资源展示方式

对于游客的吸引力逐步加深。

表 5.10 文旅资源开发环节相关因素指数化得分及省（区）内排名

省区	旅游景区数		博物馆数		公园个数		艺术表演团体演出场次	
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名
山东	98.39	14	98.93	10	98.86	12	93.30	21
河南	99.43	10	99.77	10	99.13	11	96.91	16
山西	98.69	10	97.78	13	94.64	18	94.75	17
四川	99.3	10	99.42	8	99.51	6	89.67	22
内蒙古	98.66	7	96.43	14	98.68	6	94.99	15
陕西	100	1	99.89	2	99.29	9	96.15	20
甘肃	87.83	24	98.43	14	99.72	3	98.64	12
青海	95.83	18	96.09	17	99.30	8	87.68	24
宁夏	98.73	10	97.47	14	99.31	4	84.51	21

5.3.2 发展与投资环节影响因素分析

以实证结果（表 5.10）可知，该环节各影响因素在各省区排名均处在绝对领先地位，对黄河流域文旅产业链构建有显著影响。从该环节影响因素在各省区指数化得分和具体排名情况可知，山东、河南、山西等省区该环节影响因素排名情况基本相同，其中，第三产业劳动生产率、第三产业占 GDP 比重和人均可支配收入等排名均位于前五位，反映出上述三省文旅产业生产效率较高，且区域内相关消费对于区域文旅产业及其相关产业发展的支撑作用明显。四川该环节影响因素排名分布较为分散，其中人均可支配收入（100）、第三产业劳动生产率（99.63）与人均文化事业费（99.35）等排名较为靠前。内蒙古该环节影响因素整体排名较高，其中人均文化事业费（99.02）、人均可支配收入（98.44）和旅游总收入增量（98.33）等排名靠前，其余指标排名基本位于中上水平。相较于山东、山西、四川和河南等省，陕西该环节影响因素排名相对集中且较为靠后，其中排名

相对较高的影响因素包括人均可支配收入（99.63）和人均文化事业费（99.41），同样反映出区域内相关消费和地方政府扶持的重要性。甘青宁三省区在该环节均表现出了文旅产业较强发展潜力，其中，宁夏该环节排名较高因素包括人均可支配收入（100）、第三产业劳动生产率（99.63）和第三产业占 GDP 比重（99.30）等，反映出虽然宁夏文旅产业整体实力较弱，但其与第三产业的整体关联性较强且劳动生产率较高，具有一定的发展潜力。甘肃该环节因素整体排名相对较高，其中人均可支配收入（100）、人均文化事业费（99.81）和第三产业劳动生产率（99.69）在排名位列前五，表明甘肃文旅产业发展虽潜力较大，但仍需加大投资力度。青海在发展与投资环节中，人均可支配收入（100）、第三产业劳动生产率（99.30）和旅游总收入增量（99.55）等因素排名较高，同样反映出青海文旅产业发展具有较大潜力。

综合各省区影响因素结果分析可得，在发展与投资环节中，综合各省区影响因素得分可知，对于黄河流域文化旅游产业链构建影响较大的因素有人均可支配收入、人均文化旅游事业费和第三产业劳动生产率等，其中人均可支配收入反映出区域内人民生活水平的提高对于本区域文旅产业发展具有明显支撑作用；人均文化旅游事业费得分普遍较高则体现了无论目前各省区文旅产业发展水平如何，政府对于文化旅游产业发展的投资和重视程度对于该地文旅产业的发展都至关重要；第三产业劳动生产率体现了黄河流域文化旅游产业链的构建在一定程度上取决于文旅产业及其相关产业的整体发展效率。

表 5.11 发展与投资环节相关因素指数化得分及省（区）内排名

省区	第三产业产值增		第三产业占 GDP 比		第三产业劳动生产		人均可支配收入	
	加		重		率			
	指数化	省内排	指数化	省内排	指数化	省内排	指数化	省内排
	得分	名	得分	名	得分	名	得分	名
山东	98.49	13	99.82	3	100.00	1	99.60	4
河南	96.77	17	99.72	8	99.96	3	100.00	1
山西	87.40	22	96.48	14	99.73	3	100.00	1
四川	93.70	20	99.16	11	99.63	5	100.00	1

内蒙古	93.93	18	96.58	13	91.06	19	98.44	8
陕西	97.40	18	96.47	19	98.24	16	99.63	3
甘肃	89.90	22	98.96	8	99.69	4	100.00	1
青海	91.13	22	98.73	10	99.59	5	100.00	1
宁夏	87.48	19	99.30	5	99.63	2	100.00	1
省区	旅游总收入增量		人均文化事业费		第三产业投资额增加值			
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名		
山东	85.36	23	99.39	8	72.79	26		
河南	97.88	14	99.91	4	93.63	22		
山西	99.02	9	99.48	4	88.72	21		
四川	97.76	15	99.35	9	72.24	28		
内蒙古	98.33	10	99.02	4	70.15	28		
陕西	97.98	17	99.41	7	82.81	27		
甘肃	99.04	7	99.81	2	73.40	31		
青海	99.55	6	98.59	11	81.97	25		
宁夏	91.07	18	98.79	9	63.19	30		

5.3.3 交通运转环节影响因素分析

以实证结果（表 5.12）来看，该环节各影响因素在各省区指数化得分和排名跨度较大，表明该环节影响因素的重要程度在各省区存在一定差异。从该环节影响因素在各省区具体排名情况可知，山东该环节因素排名分布较为分散，其中航空旅客吞吐量（99.54）和铁路旅客周转量（99.22）等排名相对较高。河南在交通运输环节中，航空旅客吞吐量（99.99）、每万人拥有公交数量（99.90）和铁路旅客周转量（99.78）等影响因素排名明显靠前，反映出河南作为国家交通枢纽，基础交通设施建设水平较高，城市交通体系建设也相对完善。山西与山东、河南情况较为相似度，其中每万人拥有公交数量（99.40）、航空旅客吞吐量（99.23）和铁路旅客周转量（97.99）等排名较高，反映出区际交通和区内交通整体实力对于文旅产业建设的重要性。四川在交通运转环节中影响因素排名差距较大，除

航空旅客吞吐量（99.89）外，城市交通相关指标排名都在中下位置，表明四川在区际交通和城市交通之间存在较大发展差距。内蒙古交通运转环节中，铁路旅客周转量（100）、城市出租汽车数（99.47）和每万人拥有公交数量（98.88）等因素排名靠前，反映出内蒙古城市交通系统的完善对其文旅产业具有较强的支撑作用。陕西交通运转环节排名相对较高的因素为航空旅客吞吐量（99.38）和铁路旅客周转量（95.85）。甘青宁三省区交通运输发展程度基本相同，除航空旅客吞吐量排名均在前十位外，其余指标排名均较为靠后，表明甘青宁三省交通系统构建与其余省区有较为明显差异，故应加快基础设施设施建设，提升交通运转能力，为文旅产业发展奠定必要基础。

综合各省区影响因素结果分析可得，在交通运转环节中，对于黄河流域文化旅游产业链构建影响较大的因素有航空旅客吞吐量、铁路旅客周转量、城市出租车数和每万人拥有公交数量，其中铁路旅客周转量指标得分较高表明在黄河流域沿线各省区旅客旅行方式保持以铁路为主，同时体现出黄河流域沿线省区铁路基础设施建设相对完善；航空旅客吞吐量指标得分较高则反映出旅客注重缩短目的地与出发地之间的时间距离，提升旅行效率；城市出租车数和每万人拥有公交数量等因素得分靠前表现出完善城市交通综合体系对于文旅产业发展至关重要。

表 5.12 交通运转环节相关因素指数化得分及省（区）内排名

省区	铁路旅客周转量		公路旅客周转量		水运旅客周转量	
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名
山东	99.22	9	65.89	30	95.72	17
河南	99.78	6	63.71	32	84.43	28
山西	97.99	11	60.00	34	76.27	25
四川	98.79	13	62.07	32	65.99	31
内蒙古	100.00	1	60.00	33	-	-
陕西	99.11	10	63.49	33	90.26	23
甘肃	95.85	21	74.53	28	60.00	34
青海	98.07	13	72.29	28	99.77	3
宁夏	84.65	20	60.00	33	60.04	32

省区	航空旅客吞吐量		每万人拥有公交数量		城市出租汽车数	
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名
山东	99.54	7	97.15	16	94.73	20
河南	99.99	2	99.90	5	96.76	18
山西	99.23	6	99.40	5	96.47	15
四川	99.89	2	89.55	23	96.36	18
内蒙古	97.16	12	98.88	5	99.47	3
陕西	99.38	8	84.78	25	98.40	14
甘肃	99.54	6	96.12	20	97.96	16
青海	99.80	2	62.31	32	98.15	12
宁夏	99.37	3	93.32	17	95.86	15

注：内蒙古水运旅客周转量数据缺失，该指标指数化得分及排名用“-”代替。

5.3.4 生活保障与服务环节影响因素分析

以实证结果（表 5.13）可知，该环节影响因素排名跨度较大，且整体排名较其他环节相对靠后。从该环节影响因素在各省区具体排名情况可知，山东该环节影响因素排名总体较为靠后，但旅行社数（99.54）和卫生机构数（98.89）排名明显靠前，表明相关生活服务基础设施建设对于区域旅客承载能力的提升至关重要。河南与山东情况相似，除互联网上网服务场所数（97.43）、每万人有用公厕数（93.75）和娱乐场所数（92.22）等因素排名相对靠前外，其余影响因素排名均相对靠后。山西和四川两省该环节相关因素排名相对集中且整体排名明显靠后，反映出上述两省应着力提升生活服务基础设施建设水平，重视相关支持性产业同步发展。甘肃、内蒙古、陕西和青海等省区在该环节影响因素的排名出现与其他省区较为明显的差异，即该环节影响因素整体排名相对较高，其中，甘肃在该环节中限额以上餐饮与住宿企业数（98.94）、每万人拥有公厕数（98.87）和旅行社数（98.58）等因素排名相对较高；内蒙古卫生机构数（98.42）和旅行社数（98.04）等排名较为靠前；青海卫生机构数（99.72）和限额以上餐饮与住宿企业数（99.48）等因素排名较高；陕西影响因素排名较为分散且限额以上餐饮与住宿企业数（99.58）和每万人拥有公厕数（99.45）等指标排名明显靠前，

反映出该环节对于甘肃、内蒙古、陕西和青海的文旅产业发展支持程度要远高于其余省份。宁夏该环节影响因素排名情况与山东类似，其中卫生机构数（98.40）、旅行社数（98.02）和星级饭店数（95.09）等因素排名相对靠前。

综合各省区影响因素结果分析可得，在生活保障与服务环节方面，黄河流域各省区在该环节相关影响因素综合得分整体较低，综合各省区因素综合得分情况来看，对于黄河流域文化旅游产业链构建影响相对较大的因素为旅行社数、卫生机构数和食宿类指标，其中旅行社数得分较高反映出黄河流域文化旅游产业的发展有必要为游客提供完整、专业的旅游服务；卫生机构数得分较高体现出在文旅活动中，及时提供基层医疗服务是应对突发状况的必要基础；食宿类指标得分整体较高则表明黄河流域文化旅游产业发展过程中，除了提供必要的生活保障和服务以外，为游客提供高端生活服务也是提升游客体验感的必要举措。

表 5.13 生活保障与服务环节相关因素指数化得分及省（区）内排名

省区	娱乐场所数		卫生机构数		星级饭店数		旅行社数	
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名
山东	79.21	25	98.89	11	60.23	33	99.54	6
河南	92.22	23	68.05	30	84.89	27	76.51	29
山西	62.06	30	93.89	19	60.40	32	95.74	16
四川	60.00	34	98.43	14	66.90	29	91.71	21
内蒙古	68.22	29	98.42	9	75.27	27	98.04	11
陕西	90.62	22	75.37	30	84.81	24	98.31	15
甘肃	97.66	17	89.04	23	87.54	25	98.58	13
青海	69.64	30	99.72	4	96.26	16	96.56	15
宁夏	63.10	31	98.40	11	95.09	16	98.02	13
省区	互联网上网服务营业场所数		限额以上餐饮与住宿企业数		每万人拥有公厕数			
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名		
山东	69.63	27	61.05	32	68.17	28		

河南	97.43	15	88.40	25	93.75	21
山西	65.37	29	67.06	28	60.31	33
四川	85.85	25	97.65	16	66.34	30
内蒙古	76.75	26	61.91	32	89.53	20
陕西	80.38	28	99.58	4	99.45	6
甘肃	69.74	32	98.94	9	98.87	10
青海	66.68	31	99.48	7	60.00	33
宁夏	81.15	23	70.95	25	68.45	26

5.3.5 市场规模与效益环节影响因素分析

从实证结果（表 5.14）可知，该环节影响因素排名较为分散。具体来看，山东、河南和山西在该环节具有相似性，其中，山东在该环节相关因素排名分散度较高，接待旅客总人次（99.57）、旅游景区营业收入（95.63）和文化市场经营机构营业收入（94.98）等因素排名较高，故山东文旅市场规模的扩大和整体效益的提升要以现有文旅景区的深度开发和文化产业与旅游产业的进一步融合为主要着力点，提升旅游产业的文化内涵。河南、山西和四川等省区在该环节影响因素分布情况相似，除接待游客总人次外，其余指标排名整体靠后。内蒙古市场规模与效益环节中相关影响因素整体排名明显靠后，仅有接待游客总人次指数化得分高于 90 分。陕西该环节影响因素排名分布情况和研发与推广环节相似，其中排名较为靠前的指标包括旅游景区营业收入（99.49）和接待旅客总人次（99.02）。宁夏除接待游客总人次（99.22）排名相对靠前外，其余指标排名均较为靠后，反映出宁夏文旅产业发展实力相对较弱，文旅产业自身发展能力不足。甘肃在该环节中除接待游客总人次（99.66）排名较高外，文化市场经营机构营业收入（98.71）排名也处于中上位置，反映出甘肃在发展文旅产业时对文化类资源开发重视度较高，且发展效益明显。青海该环节相关影响因素排名整体较为靠后，仅有接待游客总人次（99.22）排名在中游水平。

综合各省区影响因素结果分析可得，在市场规模与效益方面，对于黄河流域文化旅游产业链构建影响较大的因素为旅游总收入增量、限额以上住宿和餐饮企业营业额与文化市场经营机构营业额，其中，旅游总收入增量得分较高表明文游

收入增幅相较于文游收入总值更能体现出区域文旅产业发展潜力；限额以上住宿和餐饮企业营业额则能反映出文旅产业与其他相关产业之间的关联效益和带动发展能力；文化市场经营机构营业额得分较高表明在黄河流域文化旅游产业发展中文化资源的挖掘打造和文化产品的开发销售对于文旅产业发展的推动作用。

表 5.14 市场规模与效益环节相关因素指数化得分及省（区）内排名

省区	接待游客总人次		旅游景区营业收入		星级饭店营业收入	
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名
山东	99.57	5	95.63	18	65.38	31
河南	99.68	9	95.53	19	90.26	24
山西	99.11	8	97.84	12	61.76	31
四川	99.86	3	76.27	27	88.18	24
内蒙古	94.47	16	89.12	21	63.06	31
陕西	99.02	11	99.49	5	72.63	31
甘肃	99.66	5	96.61	18	73.51	30
青海	99.11	9	87.88	23	92.63	21
宁夏	99.22	7	65.95	27	64.05	29
省区	限额以上餐饮和住宿企业营业额增加值			文化市场经营机构营业收入		
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	省内排名	
山东	67.91	29	94.98	19		
河南	67.98	31	94.32	20		
山西	70.04	27	79.06	24		
四川	76.50	26	96.54	17		
内蒙古	66.35	30	80.52	25		
陕西	79.06	29	91.17	21		
甘肃	67.26	33	98.71	11		
青海	72.83	27	94.99	19		
宁夏	70.95	25	82.07	22		

5.3.6 研发与推广环节影响因素分析

以实证结果（表 5.15）可知，该环节影响因素整体排名跨度较大且排名较低。从该环节影响因素在各省区具体排名情况可知，山东该环节相关影响因素排名分布较为分散，除广告经营单位数（99.82）和普通高等学校数（97.79）外，其余影响因素排名均明显靠后。河南和陕西两省该环节影响因素分布差异较为明显，其中，普通高等学校数和研究与实验人员全年当时量排名相对较高且指数化得分均超过 98 分，反映出两省在推广与研发环节应继续重视相关专业人员和技术人才等方面的引进和培养。山西和甘肃两省影响因素排名情况相似，影响因素排名分布差异明显，其中普通高等学校数和文化艺术科技科研机构数排名靠前，反映出两省份文旅产业在研发和推广方面要以相关专业人才培养为主，同时应继续加强在文化资源方面的投入与开发。四川指标分布较为平均，其中研究与实验发展人员全年当时量（99.64）与普通高等学校数（98.95）排名较高，反映出在四川在宣传推广方面对于文旅产业发展的支持度还需进一步提升。内蒙古该环节影响因素分布出现极化现象，除普通高等学校数（99.52）排名较高外，其余因素排名均较为靠后。宁夏与其他省份差异较大，该环节影响因素整体排名相对较高，反映出宁夏在文旅产业建设发展过程中较为重视产品研发和宣传推广等方面工作，且对文旅产业发展的支撑作用较为明显。青海该环节影响因素排名较为靠后，仅有文化艺术科技科研机构数（96.98）处于中游水平。

综合各省区影响因素结果分析可得，在推广与研发方面，对于黄河流域文化旅游产业链构建影响较大的因素为普通高等学校数、研究与实验发展人员全年当时量和广告经营单位数，其中普通高等学校数和研究与实验发展人员全年当时量整体得分较高体现出对于文旅产业发展而言，专业研发人员的培养和相关人员研究开发能力的提升对于促进文旅产业各方面创新和发展至关重要；广告经营单位整体得分较高则反映出对于黄河流域文化旅游产业而言，加强相关宣传推广，是提升黄河流域文化旅游产业的知名度和开拓国内外市场的必要之举。

表 5.15 研发与推广环节相关因素指数化得分及省（区）内排名

省区	文化艺术科技科研机构数	普通高等学校数	广告经营单位数
----	-------------	---------	---------

	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名
山东	84.98	24	97.79	15	99.82	2
河南	61.61	33	98.92	12	86.71	26
山西	99.23	7	99.80	2	90.46	20
四川	93.91	19	99.43	7	98.97	12
内蒙古	94.46	17	99.52	2	86.80	22
陕西	60.00	34	98.95	12	84.71	26
甘肃	96.56	19	98.21	15	87.14	27
青海	-	-	96.98	14	92.78	20
宁夏	-	-	99.04	8	77.61	24
省区	研究与实验发展人员全年当时量			图书、期刊和报纸出版总印数		
	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名	指数化得分	省内排名
山东	92.70	22	60.00	34		
河南	98.04	13	60.00	34		
山西	74.56	26	79.54	23		
四川	99.64	4	60.66	33		
内蒙古	86.41	23	81.06	24		
陕西	98.46	13	63.85	32		
甘肃	87.40	26	73.87	29		
青海	79.36	26	70.76	29		
宁夏	99.26	6	98.06	12		

注：宁夏和青海文化艺术科技科研机构数部分数据缺失，该指标指数得分及排名用“-”代替。

6 黄河流域文化旅游产业链各环节省际合作关系演变研究

黄河流域各省区在文化旅游产业发展各环节中的合作关系演变过程既存在竞争,也出现互补。对于产业发展的竞争性与互补性的测度,学者们多采用欧氏距离进行分析。根据第四章对于黄河流域文化旅游产业链构建的分析发现,在黄河流域文化旅游产业六大环节中,主导各环节建设的省区存在差异;同时,根据第五章分析可知,在黄河流域文化旅游产业链整体构建中,不同环节中都存在影响力较大的主导因素。故本章将综合前文分析结果,运用欧式距离在各环节层面测度沿黄九省区之间的合作关系演变情况,推动黄河流域文化旅游产业链的构建。

6.1 指标选取与数据处理

6.1.1 指标选取

由于影响黄河流域文化旅游产业链构建的因素具有复杂性,简单的指标并不能说明沿黄九省区在黄河流域文化旅游产业链六大环节间的关系,故本节将以系统性和重要性为原则,在第四章指标体系的基础上,综合前文分析得出的对各环节影响较大的影响因素指标,在文旅产业六大环节层面,对第四章指标体系进行进一步筛选,并确定如下 18 个指标(如表 6.1)。

表 6.1 欧式距离指标构成及具体意义

环节	指标	指标构成	指标具体意义
文旅资源开发环节	文化资源综合开发情况	$A = (\text{博物馆数} + \text{公园个数}) / \text{旅游景区总数}$	A 值越高说明该地区文旅资源开发多元化程度越高,反之越低
	珍贵文物收藏水平	$B = \text{三级以上藏品数} / \text{博物馆藏品总数}$	B 值越高表明该地区收藏文物珍贵程度越高,研究价值越大,反之越低
	旅游景区建设能力	$C = \text{4A 级以上旅游景区数} / \text{旅游景区总数}$	C 值越大说明该地区文旅景区质量越高,反之越低
发展与投资环节	文旅产业整体发展潜力	$D = \text{文化和旅游事业费} / \text{财政支出}$	D 值越高表明当地政府对于文旅产业发展支持程度较高,反之则低
	人均消费能力	$E = \text{人均可支配收入} / \text{人均 GDP}$	E 值越高则该区域人民生活水平越高,对文旅产业的支撑程度越高,反之较低

	第三产业劳动效率	F=第三产业国民生产总值/第三产业从业人员	F 值越大则劳动效率越高, 反之越低
交通运转环节	铁路旅客运输能力	G=铁路旅客周转量/旅客总周转量	G 值越高表明该地区铁路客运承载能力较高, 反之较低
	城市交通发展潜力	H=交通固定资产投资额/该地区当年国内生产总值	H 值越高表明该地区城市交通运输潜力较大, 反之则小
	航空旅客运输能力	I=航空旅客吞吐量/总客运量	I 值越大表示该地区航空旅客承载力越高, 反之越低
生活保障与服务环节	旅客接待能力	J=旅行社从业人员/该地区第三产业总就业数	J 值越高说明该地区旅客服务承载能力越高, 反之越低
	高端服务发展程度	K=星级饭店营业额/该地区当年国内生产总值	K 值越高则为旅客提供高端服务能力越强, 反之越低
	基层医疗承载能力	L=基层医疗卫生机构数/该地区卫生机构总数	L 值越高则该地区基层医疗服务能力越强, 反之较弱
市场规模与效益环节	文旅市场发展潜力	M=旅游总收入/该地区当年国内生产总值	M 值越大表示该地区文旅市场发展潜力较大, 反之较小
	基础配套产业发展程度	N=限额以上住宿和餐饮企业营业额/该地区当年国内生产总值	N 值越大表示该地区该类产业发展效益较高, 反之较小
	文化市场发展潜力	O=文化市场经营机构营业额/该地区当年国内生产总值	O 值越大则该地区文化市场规模和效益较高, 反之较小
研发与推广环节	人力资源潜力	P=高校在校人数/该地区总人数	P 值越大则该地区人力资源潜力越大, 反之越小
	科技化强度	Q=R&D 人员/该地区总就业人数	Q 值越大反映其科技水平越高, 反之则低
	推广能力	R=广告从业人员/该地区总就业人数	R 值越大则该地区文旅产业市场知名度提升潜力较大, 反之较低

6.1.2 数据处理

本部分选用指标原始数据依旧来源于 2010 年-2019 年《中国文物文化与旅游统计年鉴》、《中国旅游统计年鉴》、黄河流域各省（自治区）统计公报和统计年鉴。对原始数据 18 个指标进行标准化处理，处理公式为

$$A'_i = \frac{A_i - \bar{A}_i}{S_{A_i}} \tag{6-1}$$

$$S_{A_i} = \sqrt{\sum (A_i - \bar{A}_i)^2 / n} \tag{6-2}$$

其中，i 表示 9 个沿黄省区， A_i 为 A 系列初始数据， \bar{A}_i 为 A 系列数据的平均

值, S_{A_i} 为 A 系列数据的标准差, n 为 A 系列数据的样本个数, 其他指标计算方法与此相同, 类推得到 A'_i 、 B'_i 、 C'_i 、 D'_i 、 E'_i 、 F'_i 、 G'_i 、 H'_i 、 I'_i 、 J'_i 、 K'_i 、 L'_i 、 M'_i 、 N'_i 、 O'_i 、 P'_i 、 Q'_i 、 R'_i 18 个指标的标准化值。

6.2 方法介绍

有上文得到的 A'_i 、 B'_i 、 C'_i 、 D'_i 、 E'_i 、 F'_i 、 G'_i 、 H'_i 、 I'_i 、 J'_i 、 K'_i 、 L'_i 、 M'_i 、 N'_i 、 O'_i 、 P'_i 、 Q'_i 、 R'_i 的标准化数值后, 计算黄河流域九省区文化旅游产业链各环节的欧式距离, 公式为 (以文旅资源开发环节为例):

$$ED_{ij} = \sqrt{(A'_i - A'_j)^2 + (B'_i - B'_j)^2 + (C'_i - C'_j)^2} \quad (6-3)$$

在根据 6-3 式计算后, 再次根据公式 6-1 和 6-2 进行标准化, 标准化后的欧式距离 ED'_{ij} 反映沿黄九省区在黄河流域文化旅游产业链构建各环节中的竞争性或互补性的发展关系。 ED'_{ij} 为正时表示两省区间存在互补关系, 值越大互补性越强; ED'_{ij} 为负表示两省区间存在竞争关系, 数值绝对值越大则竞争性越强。同时, 上述欧式距离计算并未考虑距离关系, 而地理距离能够间接地影响在产业链构建中之间关系的强弱程度, 故引入地理位置权数 W , 参考张鹏岩等 (2015) 学者的研究以省会之间的公里距离为参考, 设定权数 W 标准为: $500 \geq D > 0$, $W=2$; $1000 \geq D > 500$, $W=1.5$; $D > 1000$, $W=1$ 。

根据黄河流域各省区之间欧式距离结果 EDW_{ij} 的大小, 借鉴已有学者相关研究对欧式距离范围的界定, 本文将省区间发展关系分为四级: 强互补型、一般互补型、一般竞争型和强竞争型 (表 6.2)。

表 6.2 省区间关系分类标准

类型	阈值
强互补型	$EDW \geq 1.0$
弱互补型	$0 < EDW < 1.0$

弱竞争型	$-1.0 < EDW \leq 0$
强竞争型	$EDW \leq -1.0$

6.3 实证结果分析

6.3.1 文旅资源开发环节各省区合作关系演变

从表 6.3 可知, 2010 年-2019 年, 黄河流域内大部分省区之间维持着较强/强互补关系或者转向较强/强互补关系, 表明在文旅资源开发环节中, 黄河流域大部分省区之间存在着较大合作空间, 在未来文旅资源开发过程中可以积极展开合作, 优势互补, 促进文旅资源协同开发。其中, 四川、河南和山西等省区在该环节实力较强且与其他省区基本都保持较强/强互补关系, 反映出四川、河南和陕西等省区与其他省区之间合作基础良好, 文旅资源合作开发前景广阔。除上述实力较强省区外, 甘肃和青海两省区与域内绝大多数省区保持着较强/强互补关系, 表明甘肃和青海在文旅资源开发时应重视学习其他省区的发展经验, 积极保持与其他省区沟通和交流, 这为未来甘肃和青海与其他省区深化合作奠定了坚实基础。此外, 部分省区之间维持着较强/强竞争关系, 例如山东、陕西、宁夏和内蒙古等省区, 表明该类省区与其他省区之间无论是文旅资源开发还是文旅景区建设方面存在着一定的同质竞争, 因此, 该类省区应立足于自身文旅资源特点, 继续细分市场, 与其他省区加强沟通和联系, 积极调整本地区文旅资源开发模式, 做到错位竞争; 尤其山东作为实力较强且可主导该环节建设的省区, 如不能及时缓解与其他省区之间的强竞争关系, 则不利于缓解区域内部的发展差距, 影响黄河流域文旅资源开发的整体性; 故山东应加强与其他省区之间的交流, 在保持良性竞争的前提下展开全面合作。

表 6.3 文旅资源开发环节各省区关系发展演变情况

关系	省区
维持较强/强竞争型	蒙-鲁、蒙-陕、蒙-青、蒙-陇 鲁-晋、鲁-蒙、鲁-陕、鲁-青、鲁-宁 川-晋、川-宁 陕-晋、陕-蒙、陕-鲁、陕-川、陕-青、陕-宁 陇-豫

	青-鲁 宁-晋、宁-蒙、宁-鲁、宁-豫、宁-川、宁-陕
维持较强/强互补型	晋-蒙、晋-鲁、晋-豫、晋-川、晋-陕、晋-陇、晋-青、晋-宁 蒙-晋、蒙-豫 豫-蒙、豫-鲁、豫-川 川-豫、川-陕、川-陇、川-青、川-鲁 陇-晋、陇-蒙、陇-鲁、陇-川、陇-陕、陇-青 青-晋、青-豫、青-鲁、青-川、青-陇、青-宁 宁-陇
转向较强/强竞争型	蒙-宁、蒙-川 豫-川 川-蒙
转向较强/强互补型	鲁-豫、鲁-川、鲁-陇 豫-晋、豫-陕、豫-青、豫-宁 陕-豫、陕-陇
转向不明确型	陇-宁 青-陕 宁-青

6.3.2 发展与投资环节各省区合作关系演变

从表 6.4 可知, 2010 年-2019 年间, 黄河流域九省区在发展与投资环节合作关系中维持或转向竞争类和维持或转向互补类关系的省区数量大致相当。其中, 四川作为该环节总体实力较强且可以主导该环节建设的省区之一, 近年来在文旅产业发展方面与黄河流域各省区之间的联系相对较少, 与黄河流域部分省区相对长时间的保持竞争关系, 但同时四川与山东、陕西、内蒙古和河南等省区之间的关系正在转型期, 表明四川正在积极融入黄河流域文旅产业的投资与发展之中, 未来与黄河流域其他省区之间的合作前景广阔; 而山东和河南两省与大多数省区之间进步保持着互补型关系, 体现出山东和河南等实力较强省区保持着与域内其他省区之间的合作和交流关系。综上可知, 在未来黄河流域文旅产业发展与投资环节的建设中, 实力较强省区与其他省区之间存在协同发展的基础。除上述实力较强省区外, 青海和宁夏两省区与域内大部分省区保持着竞争型关系, 这是由于青海和宁夏作为黄河水源重要补给区和涵养区, 需要考虑当地生态环境的承载能力, 同时在文旅产业投资方面更多关注低端投资, 与其余省区形成同质化竞争, 故在对文旅产业的投资与发展方面需要更多的关注生态效益。除上述省区以外, 内蒙古、陕西、山西和甘肃等省区与其他省区之间的关系基本都维持互补型或正

在转型,表明黄河流域文化旅游产业在投资与发展环节中各省区之间的联系正在逐步加强,发展与投资一体化趋势明显。

表 6.4 发展与投资环节各省区关系发展演变情况

关系	省区
维持较强/强竞争型	鲁-蒙、鲁-豫、鲁-陕 川-晋、川-陇、川-青、川-宁 陕-蒙 陇-晋 青-晋、青-蒙、青-川、青-陇、青-宁 宁-晋、宁-蒙、宁-鲁、宁-川、宁-陕、宁-陇、宁-青
维持较强/强互补型	晋-蒙、晋-鲁 蒙-豫、蒙-陇 鲁-晋、鲁-川、鲁-陇 豫-晋、豫-蒙、豫-川、豫-陕、豫-青、豫-宁 陕-豫、陕-川、陕-宁 陇-蒙、陇-鲁 青-陕
转向较强/强竞争型	晋-陇 蒙-晋、蒙-鲁、蒙-川、蒙-陕、蒙-青 川-蒙、川-鲁、川-豫、川-陕 陕-鲁 宁-豫
转向较强/强互补型	晋-豫、晋-川、晋-青、晋-宁、晋-陕 鲁-青 豫-鲁 陕-晋、陕-陇、陕-青 陇-豫、陇-川、陇-陕、陇-宁
转向不明确型	蒙-宁 鲁-宁 豫-陇 陇-青 青-鲁、青-豫

6.3.3 交通运转环节各省区合作关系演变

从上文分析中可知,黄河流域文化旅游产业交通运转环节整体实力较强,但省区间发展差距明显,同时部分省区存在交通运输整体实力较强但客运周转方面无突出表现的现象。在省区间合作关系演变方面,由表 6.5 可知,省区间差距较大等问题使(四川和宁夏、山东和宁夏等)部分省区间保持着强竞争关系;同时,

如山东和四川、山东和河南、河南和四川等部分实力发展相近的省区间也长期维持强竞争关系,表明黄河流域交通运转环节的发展需要进行统一的交通建设规划来加强彼此之间的联系,缓解省区间的强竞争关系。此外,黄河流域大部分省区之间都保持着较强/强互补关系或者保持着一定的转向关系,其中包括山东、河南和四川等发展实力较强且可以主导该环节建设的省区,表明在该环节发展实力较强的省区已具有一定的辐射带动能力。除上述省区外,地处黄河流域中间区位的山西、甘肃、宁夏和内蒙古等省区,与流域内东西部省区之间基本都保持着互补或者转向互补的关系,反映出该类省区在黄河流域交通运转环节中起到了一定的串联作用,为以后黄河流域交通运输协同发展打下了一定的发展基础。综上,在黄河流域文化旅游产业交通运转环节中,虽然目前省区间存在一定的差距,但部分省区的支撑作用明显,同时省区间联系日渐紧密,未来黄河流域文旅产业交通运输方面的协同建设前景广阔。

表 6.5 交通运转环节各省区关系发展演变情况

关系	省区
维持较强/强竞争型	蒙-晋、蒙-宁 鲁-豫、鲁-川、鲁-宁 豫-鲁 川-豫、川-宁 陕-晋、陕-蒙、陕-鲁、陕-豫、陕-川、陕-陇、陕-青 青-晋、青-蒙、青-鲁、青-陕、青-陇、青-宁 宁-蒙、宁-川
维持较强/强互补型	晋-鲁、晋-川、晋-陕、晋-陇、晋-青、晋-宁 蒙-鲁、蒙-豫、蒙-川、蒙-陕、蒙-陇 鲁-陇 豫-蒙、豫-陇、豫-青、豫-宁 川-晋、川-蒙、川-鲁、川-陕、川-陇、川-青 陇-晋、陇-蒙、陇-鲁、陇-豫、陇-川、陇-陕、陇-青、陇-宁
转向较强/强竞争型	晋-豫 蒙-青 鲁-晋、鲁-蒙、鲁-陕、鲁-青 豫-晋、豫-川、豫-陕
转向较强/强互补型	陕-宁 宁-晋、宁-鲁、宁-豫、宁-陕、宁-陇、宁-青
转向不明确型	晋-蒙 青-豫、青-川

6.3.4 生活保障与服务环节各省区合作关系演变

从上文分析中可知，黄河流域文旅产业生活保障与服务环节发展基础较好，但存在整体发展效率不高的问题。由表 6.6 可知，从沿黄九省区在该环节合作关系演变情况来看，山西、内蒙古和山东等省区与其他省区之间基本都保持着较强/强竞争关系，表明上述省区在生活保障和服务环节建设时与其他省区之间缺乏必要联系，且在餐饮、住宿、娱乐场所等部分关联产业发展中存在一定的同质性竞争关系；同时，内蒙古和山东两省区在该环节发展实力较强，但在今后发展中若依然与其余省区之间保持强竞争关系则不利于发挥其对其他省区的辐射带动作用，影响黄河流域整体协同发展水平的提升。此外，河南、四川、青海和宁夏等省区与其他省区之间保持着较强/强互补关系，其中，河南和四川等省区实力较强，在未来的发展中更有利于其发挥环节建设中的核心带动能力；而青海和宁夏等省区实力偏弱，更有利于其加强与其他省区之间的联系，更快的提升自身的生活保障服务水平，缩小与其余省区之间的差距。总的来看，在黄河流域文旅产业生活保障和服务环节中实力较强省区较多，但部分省区仍然需要转变自身发展思路，加强与其余省区发展联系，扩大自身辐射范围，提升自身在黄河流域文旅产业该环节中的核心带动能力。

表 6.6 生活保障与服务环节各省区关系发展演变情况

关系	省区
维持较强/强竞争型	晋-蒙、晋-鲁、晋-豫、晋-川、晋-陕、晋-陇、晋-青、晋-宁 蒙-晋、蒙-鲁、蒙-豫、蒙-川、蒙-陕、蒙-青、蒙-宁 鲁-晋、鲁-蒙、鲁-豫、鲁-川、鲁-陕、鲁-青、鲁-宁 豫-川 川-鲁、川-豫 陕-晋、陕-陇、陕-青、陕-宁 宁-晋、宁-陕、宁-陇、宁-青
维持较强/强互补型	豫-晋、豫-蒙、豫-陕、豫-陇、豫-青、豫-宁 川-蒙、川-陕、川-陇、川-青、川-宁 陇-青 青-晋、青-豫、青-川、青-陇、青-宁 宁-蒙、宁-鲁、宁-豫、宁-川
转向较强/强竞争型	豫-鲁 川-晋 陕-豫

转向较强/强互补型	鲁-陇 陇-晋、陇-蒙、陇-鲁、陇-豫、陇-川、陇-陕 青-鲁、青-陕
转向不明确型	蒙-陇 陕-蒙、陕-鲁、陕-川 陇-宁 青-蒙

6.3.5 市场规模与效益环节各省区合作关系演变

从实力方面来看,在文旅市场规模方面黄河流域整体实力偏弱,其中,山东、四川、内蒙古和陕西等省区在该环节实力相对较强。在省际合作关系演变方面,由表 6.7 可知,黄河流域多数省区之间维持着较强/强竞争关系,其中,内蒙古作为该环节实力较强且可以主导该环节建设的省区之一,与其余黄河流域八个省区之间都维持着竞争型关系,表明内蒙古在文旅产业市场开拓方面与其余省区联系度较低,有碍于黄河流域文旅市场的协同开发和整体效益的提升。同时,也有较多的省区之间保持着较强/强互补关系或是转向型关系,其中包括山东、四川和陕西等实力较强省区,同时包括青海、宁夏、山西等部分实力处于中下水平的省区,说明黄河流域部分省区之间在市场开拓和效益提升方面有一定的合作基础。总体来看,黄河流域各省区在文旅产业市场规模与效益环节整体上存在一定的合作基础,但要进一步拓展黄河流域文旅产业的发展市场,沿黄九省区必须转变发展思维,增强协同发展意识,通力合作,力争实现市场共享,进一步扩大该区域文旅产业市场规模,提升市场发展效益。

表 6.7 市场规模与效益环节各省区关系发展演变情况

关系	省区
维持较强/强竞争型	晋-蒙、晋-川 蒙-晋、蒙-鲁、蒙-陕、蒙-豫、蒙-川、蒙-陇、蒙-青、蒙-宁 鲁-蒙、鲁-豫、鲁-陕、鲁-青 豫-晋、豫-蒙、豫-鲁、豫-陕、豫-陇、豫-青、豫-宁 川-晋、川-陕 陕-川 陇-蒙、陇-鲁、陇-豫、陇-川、陇-陕、陇-宁 宁-青
维持较强/强互补型	晋-陇、晋-青、晋-宁 鲁-川 川-蒙、川-鲁、川-豫、川-陇、川-青

	陕-青、陕-宁 青-晋、青-蒙、青-鲁、青-豫、青-川、青-陕、青-陇 宁-晋、宁-蒙、宁-鲁、宁-豫、宁-川、宁-陕
转向较强/强竞争型	鲁-陇、鲁-宁 豫-川 陕-陇 陇-晋 青-宁
转向较强/强互补型	晋-鲁、晋-豫、晋-陕 鲁-晋 川-宁 陕-晋、陕-蒙、陕-鲁、陕-豫 陇-青 宁-陇
转向不明确型	-

6.3.6 推广与研发环节各省区合作关系演变

黄河流域文旅产业推广与研发环节整体实力相对较弱，且省区间发展差距较为明显。由表 6.8 可知，从沿黄九省区在该环节合作关系演变情况来看，2010 年至 2019 年间，内蒙古、河南、四川和甘肃等省区与其他省区之间大多保持着较强/强竞争关系，表明上述省区与其余省区无论是在研发方面，还是在推广方面都缺乏一定的联系，且存在同质化竞争现象。因此上述省区应该加强与其他省区之间的联系，积极调整本区域文旅产业相关研发与推广结构，比如在文旅产业宣传时以黄河流域文旅产业为前提，再结合自身特点进行相应宣传，而不是以纯竞争性的目的通过宣传来争夺市场；在研发环节同样也要加强联系，在文旅系列产品设计和开发方面，避免出现雷同现象。此外，山东、陕西和青海等省区与其他省区之间保持着较强/强互补关系，表明该类省区与其余省区在该环节有协同发展的良好基础，其中山东作为实力较强省区，与其余大部分省区之间保持互补型关系，更有利于主导该环节的建设，也为未来山东在黄河流域文旅产业研发与推广环节建设中起核心带动作用奠定了良好的基础。总的来看，黄河流域文旅产业推广和研发环节中虽然有山东、山西、四川和河南等实力较强省区，但仅仅依靠上述省区来带动整个流域该环节的发展困难较大，故黄河流域文旅产业推广和研发环节的建设需要对接实力较强的域外省区。

表 6.8 研发和推广环节各省区关系发展演变情况

关系	省区
维持较强/强竞争型	晋-蒙、晋-鲁、晋-陕、晋-青、晋-宁 蒙-晋、蒙-豫、蒙-川、蒙-陇、蒙-青、蒙-宁 鲁-陕 豫-晋、豫-蒙、豫-川、豫-陕、豫-陇 川-晋、川-蒙、川-鲁、川-豫、川-陕、川-陇、川-青、川-宁 陇-晋、陇-蒙、陇-豫、陇-川、陇-青 宁-晋、宁-蒙、宁-鲁
维持较强/强互补型	鲁-晋、鲁-蒙、鲁-豫、鲁-川、鲁-陇、鲁-青 豫-鲁 陕-晋、陕-蒙、陕-鲁、陕-豫、陕-川、陕-陇、陕-青、陕-宁 陇-鲁、陇-陕、陇-宁 青-晋、青-蒙、青-鲁、青-豫、青-陕、青-宁
转向较强/强竞争型	晋-豫、晋-川、晋-陇 豫-宁 宁-豫、宁-川、宁-陕、宁-陇、宁-青
转向较强/强互补型	蒙-鲁、蒙-陕 鲁-宁 豫-青 青-川、青-陇
转向不明确型	-

6.4 各环节建设思路分类梳理

6.4.1 沿黄省区可自建的环节

在某环节建设过程中，若存在实力强劲且辐射带动能力较强的省区，同时，其他省区发展条件都较为成熟，并且各省区之间存在较大的合作空间和良好的合作趋势，则该环节就可以通过以实力较强省区为主导，加强省际协同合作的方式来自行建设。通过综合上文分析结果可知，在黄河流域文化旅游产业链构建中的文旅资源开发环节、发展与投资环节、交通运转环节、生活保障与服务环节和市场规模与效益环节等环节，黄河流域可自建。

6.4.2 需要域外省区参与建设的环节

各省区之间合作空间较小或在该环节中黄河流域整体实力较差，尽管在黄河流域内存在实力较强省区，但整体发展基础差异过大或普遍较弱，要建设该环节，

需要建立与域外其他省区之间的联系,并且以其来带动黄河流域文旅产业该环节的发展。在域外其他实力强劲的省区的支持和帮助下,能够在一定程度上降低建设难度,缩短建设时间,有效提升发展水平。综合上文分析结果在黄河流域文化旅游产业链构建中和研发与推广环节的建设需要域外实力强劲省区协助参与。

7 构建黄河流域文化旅游产业链

7.1 整合现有资源拓展文化旅游资源开发环节

黄河流域文旅资源存量丰富且分布较广,各省区文旅资源开发环境和开发程度均有差异,且同质化竞争现象突出。山东、河南、四川和山西等省区在该环节发展实力较为突出。其中,山东在文旅景区建设数量和文旅资源多元化开发方面优势相对明显;河南在艺术表演方面一直处于高发展水平,表明河南对于创新文旅资源开发较为敏感且实力强;山西和四川两省区虽在该环节整体实力不及山东和河南,但现有文旅资源开发质量较高,高于全国大多数省区,其中山西在文旅资源开发质量方面排名稳定在全国前3位。同时,山西、河南和四川三省区与流域内大部分省区均保持良好合作趋势,而山东与其他省区目前还保持着较强的竞争关系。故黄河流域文化旅游产业文旅资源开发环节,可以由河南、山西和四川等省区为主导构建,甘肃、青海、内蒙古、陕西、宁夏和山东等省区要善于发现自身文旅资源特点和优势,加强省区联系。在黄河流域文化旅游产业文旅资源开发环节构建时,不仅要针对不同类型的文旅资源因地制宜实施开发,重视文旅资源保护性开发,推动文旅产业持续性发展;还应建立黄河文旅资源联动开发机制,实现文旅资源整合开发,缓解省区间的强竞争关系。

7.1.1 重视资源保护性开发和文旅产业持续性发展

文化旅游产业发展的基础是文旅资源,部分文旅资源具有非再生性,对黄河流域文旅资源的保护性开发是推动黄河流域文化旅游产业持续性发展的必要条件。首先,以河南、陕西和四川等省区为主选调相关专家成立黄河流域文旅资源普查小组,对于黄河流域境内的文旅资源进行全面、详细、深入的调查,重点对山东、河南、陕西和山西等省区的历史文化资源,青海、宁夏和内蒙古等省区的民族文化和生态脆弱地区自然资源,甘肃和四川的红色文化资源等的勘察,对不同省区文旅资源特性进行全面把握,提出有效可行的保护开发方案。其次,加强对于黄河流域文旅资源文化内涵的研究,在现有文化开发基础上,对其进行更加深入地挖掘,重视对于黄河文化整体进行深层次开发。其中,黄河下游以山东和

河南两省为主,在发挥泰山、孔庙等文化遗产作用的同时,应加大对于北辛文化、大汶口文化和山东龙山文化等黄河古文化的深入挖掘;黄河中游则以陕西、山西为主,重视对于黄河神话传说、古商贸文化、农耕文化和宗教文化等的研究;黄河上游则以四川和内蒙古为主导,支持甘肃、青海、宁夏等省区共建国家生态旅游示范区,保护性开发青海、宁夏和内蒙古民族民俗文化,同时依托陕甘宁革命老区等红色文化资源,重视对于红色文化进一步深入解读。最后,建立健全黄河流域全域的生态旅游检测系统,黄河流域是国家生态环境保护重点区域,因文旅产业的发展在一定程度上也会对环境造成一定的影响,故应该在黄河流域上中下游分别设立节点区域,在省会设立省级检测中心,在山东、河南和四川等科技化程度较高省区设立远程监管中心,利用先进技术对黄河流域整体生态系统进行实时监测,以便调整黄河流域文旅资源开发方案,加强保护。

7.1.2 建立健全黄河文旅资源联动开发机制

黄河流域文旅资源分布极其广泛,优质资源相对集中,对于游客吸引会产生极化现象,应建立健全黄河文旅资源联动开发机制,对文旅资源进行整合开发,缓解省区间的强竞争关系,推动区域文旅产业协同发展。一方面,重视对于文旅资源差异性开发,在民族文化、自然环境、历史文化等不同主题中继续细分市场,对不同省区不同主题中选择相对优势资源进行重点开发,来缓解在文旅资源开发环节中部分省区的强竞争关系,在民族文化资源方面,青海、宁夏、内蒙古、甘肃和四川等省区要结合域内少数民族特征,对民俗文化进行保护性开发;在自然环境方面,黄河流域上中下游结合不同自然资源,对于湿地、山岳、草原和沙漠等自然景观进行打造开发;在历史文化方面,山东、河南、山西、陕西和甘肃等省区应抓住不同历史脉络,针对不同时期历史文化进行深入挖掘。另一方面,省区间出现强竞争关系在一定程度上是因为信息不畅通等原因,故需要建立黄河文旅资源联动开发机制,应在“沿黄九省(区)黄河之旅旅游联盟”基础上,建立“黄河流域文旅产业协调委员会”等相关机构,在黄河流域上中下游分别以四川、陕西和山东等省区为依托,建立“省域-上、中、下游-全流域”多层次文旅资源开发信息互动平台,同时在市级层面建立文旅资源开发联席会议制度,对黄河流域文化旅游资源开发实施动态记录,提升黄河流域文旅资源开发协同度。

7.2 优化资金利用完善发展与投资环节

黄河流域文旅产业发展整体存在效率较低和产业关联度弱等问题；同时，文旅产业发展水平的差异性也导致了黄河流域文旅产业投资整体不均衡，产业发展受到制约。其中山东、河南和四川在该环节整体实力较强，一方面，表现在山东、河南和四川文旅产业自身实力强，收益好；另一方面，则是在文旅产业与关联产业的带动发展能力，主要表现在第三产业整体发展情况，例如在第三产业产值增加值、第三产业投资额增加值和第三产业劳动生产率方面，山东、河南和四川基本都维持在较高发展水平。同时，山东、河南和四川与流域内大部分省区均保持着良好的合作趋势。故在黄河流域文化旅游产业发展与投资环节中，应以山东、河南和四川等产业实力较强省区为主导，重点解决两方面问题，一方面，拓宽融资渠道，创新投资方式，加大对文旅产业的投资；各省区因根据自身文旅产业发展水平，因地制宜的运用投资资金，发挥资金效用最大化；另一方面，努力调整黄河就业文旅产业发展结构，创造黄河流域文旅产业新形态，提升黄河流域文化旅游产业发展质量。

7.2.1 创新投融资方式，建立黄河流域文化旅游产业发展基金

黄河流域文旅产业融资结构较为单一，大多数省区主要依靠财政支持，设立黄河流域文化旅游产业发展基金将有助于整合发展资金，提升资金使用效率。一方面，对于该基金的资金来源要针对不同省区有侧重地进行融资，在山东、河南、四川、陕西、内蒙古和山西等经济发展相对发达的省区可以将企业资金、个人资金等社会资金融合该基金中，甘肃、青海、宁夏等省区主要是政府财政方面的专项资金进行投入，使整个流域文旅产业投资发展资金得到整合。另一方面，黄河流域文旅发展基金投资的范围要包括资源开发、基础设施建设、配套产业建设等与文旅相关项目，同时对于不同省区的不同需求，基金设立时也要进行相关分类。其中，山东、河南和四川等省区文旅产业实力较强，可以加强对于文旅科技等方面投资，山西、陕西和内蒙古等省区文旅产业发展实力中等，还需要在住宿餐饮、景区升级改造和产业效率提升等方面进行改进和提升，甘肃、青海和宁夏等省区文旅产业发展目前还处于初期阶段，在文旅资源开发、基础设施建设、生态环境

承载力等多方面进行投入。

7.2.2 调整产业结构，创造黄河流域文旅产业新形态

随着人们生活水平的持续提升对于文旅产业的需求也在不断升级，不再拘泥于简单的“吃、住、行、游、娱、乐、购”，而是追求深层次、便捷化、高科技的体验式文旅活动，同时，对于生态环境的要求也日益严苛，以低碳旅游为重点的文旅业态越来越为游客青睐。一方面，面对游客需求的转变，黄河流域文旅产业发展要积极与新型数字技术融合，扩展发展思路，打造满足市场要求的深层次、智慧化旅游产品。在成都、西安、济南、郑州等游客量较大城市建立试点，推广智能化旅游，调动各级政府主观能动性和市场主体积极性，在旅游线路个性化推荐、餐饮住宿个性化营销、旅游产品个性化服务等方面积极深入，力求多方面满足游客需求。另一方面，促进文旅产业低碳化、绿色化发展已经成为全社会共识。但目前，对于黄河流域文旅产业发展而言仅依靠现有文旅资源是不够的，应不断的深挖文旅产业发展的纵深空间，提升发展潜力。要推动黄河流域文旅产业“流域-省域-市域-县域”纵向延伸，除已开发的知名度较高资源外，应大力开拓和挖掘周边文旅资源，发掘生态游、乡村游、农业游的新模式，拓展黄河流域文旅含义内涵，开发形式多样，结构多元化的复合型文旅产品，使文旅产业成为黄河流域稳定的经济增长点。

7.3 依托旅游线路提升交通运转环节

黄河流域文化旅游产业交通运转环节整体实力较强，内蒙古和山西等省区出现虽交通运输产值在全国层面集中度较高，但在客运方面发展却无明显优势的现象，同时，山东、河南和四川等省区在该环节发展实力较为突出。其中，山东在铁路、公路、水运和航空方面客运能力都在较高发展水平之上，客运交通发展较为完善；河南则在公路、铁路和城市交通方面更为突出；四川在航空客运方面和城市交通发展方面较为突出；山东、河南和四川三省区与流域内大部分省区均保持着良好的合作趋势。总体来看，黄河流域文化旅游产业交通运转环节的建设应以山东、河南和四川等产业实力较强省区为主导，重点解决两方面问题，一方面，继续坚持黄河流域交通基础设施的建设，稳步提升域内整体交通通达性。另一方

面,开发和整合基于省际合作的黄河流域文旅路径,深层次提升黄河流域交通运输能力,挖掘黄河流域整体客运潜力。

7.3.1 加强交通基础设施建设,提升区域通达性

旅客在出行时更为注重出行效率和旅游目的地的通达性,出行选择较多的交通方式为铁路和航空;同时,随着旅客群体数量的增长,城市交通通达性也变得日益重要。故首先要加大对于交通基础设施的建设,一方面,要对流域内的机场、铁路、高速铁路等设施进行完善,根据旅客运输人次和当地环境承载能力为界限,合理布局交通节点。加强“济南-郑州-西安-兰州-西宁”的黄河流域东西向大通道建设,同时提升相邻省区之间铁路、公路交通网络体系的搭建;提升省会城市的枢纽机场建设,同时完善中上游地区的支线机场布局。另一方面,对于城市交通的建设也要予以重视,特别是公交系统建设和城市出租车系统的布局,尽量缩短不同区域景区之间的通行时间,提升旅客体验感。此外,对于不同类型地区应因地制宜地提升交通承载能力,挖掘潜力,其中,山东、河南等基础水平较高地区应重视交通集约化发展,加强新型基础设施建设,合力打造黄河流域文旅产业智能化交通平台,为黄河流域整体提供技术支持;四川、内蒙古、青海、宁夏等地质地貌和生态环境较为特殊的区域,可在现有交通基础之上,寻找合适节点区域,加强机场等航空交通建设,避免出现因过度交通而出现资源浪费和环境污染;甘肃、陕西、山西等省区处于黄河流域交通枢纽节点,应继续将现有交通设施延伸,起到连接黄河下游与黄河中上交通运输的枢纽作用。

7.3.2 搭建基于省际合作的黄河流域文旅路线

按照全域旅游的发展思路,在巩固提升以各自省会为核心的省级旅游客运板块基础上,加强区域联动,进行跨地区的分工合作,充分调动域内游客积极性,以旅游路线刺激交通设施的完善,从而提升黄河流域整体交通运输旅客周转承载力。打通基于省际间联系的黄河文旅线路,可将黄河文旅路线细分为黄河历史文化之旅、黄河自然风光之旅、黄河民族文化之旅和黄河红色文化之旅,其中,在黄河历史文化之旅路线中,以济南、开封、洛阳、西安、太原、呼和浩特、包头和兰州等历史城市为节点串联,展现黄河流域不同地区不同时代的历史风貌;在

黄河自然风光之旅路线中，可以以西宁、河西五市、兰州、鄂尔多斯、三门峡、郑州、济南、东营等以沿黄河城市为节点，穿插各种自然风景区；也可以以石窟文化、山岳文化等文化与自然相结合的文旅资源为依托进行宣传，让旅客可以完整的了解黄河流域各类自然风景区；在黄河流域民族文化之旅则主要是在青海、宁夏、甘肃和内蒙古等省区中寻找节点城市，既可以让游客能够近距离的了解少数民族生活民俗，又可以加快民族地区交通基础设施建设；在黄河流域红色文化之旅路线中，可以依托陕甘宁革命老区、南梁革命根据地和沂蒙革命老区等打通红色旅游走廊，也可通过“红军长征路线”加强与其他省区红色文化的联系，打造黄河流域红色旅游路线图。此外，宗教文化游、神话传说游、美食游等旅游路线都应积极开发，同时加强整合，使游客有更丰富的旅游路线选择，对于黄河流域客运交通潜力的开发也有一定的促进作用。

7.4 重视保障服务优化生活保障与服务环节

黄河流域在该环节中实力较强省区众多，其中，陕西在全国层面具有较高的专业化程度；山东、河南和四川等省区在餐饮住宿、互联网服务场所、卫生机构和高端服务机构数等方面的实力较为突出；而内蒙古、陕西等省区在公厕数和娱乐场所数等方面也有一定的实力。陕西、河南和四川三省区与流域内大部分省区均保持着良好的合作趋势，而山东与其他省区目前还保持着较强的竞争关系。综上所述，黄河流域文旅产业生活保障与服务环节的建设可以陕西、四川和河南等省区为主，一方面，要重视黄河流域整体基础保障性服务体系的构建，保障游客最基础的生活服务需求，提升游客的整体体验感；另一方面，要加强对于文旅产业服务类市场主体监管，保障游客权益。

7.4.1 构建保障性服务体系以满足游客服务需求

必要的生活服务和基层医疗设施不可或缺，无论在交通要道还是景区内部，都应按照合理区间设置公共卫生间和基层医疗服务点。在食宿方面，一方面要满足不同层次游客需求的同时，还要突出各地区特色，打造以各种旅游主题为主的酒店、民宿、客栈为主的立体化住宿服务设施；另一方面，要突出不同地域有代表性的美食，比如少数民族地区传统美食，历史文化传统美食等等，打造黄河流

域文旅主题系列餐厅。同时，加强景区及其周边区域的游客服务中心、卫生服务机构、停车场等相关基础设施建设的合理布局。针对以自驾游等新型旅游模式为主的游客群体，规划构建一批可满足其相关需求的便捷服务设施。在满足游客消费需求方面，各级政府要保持沟通，积极开发所在地区文旅资源周边产品，建设专门的纪念品购物店；同时，积极与相关企业进行合作，针对黄河流域不同地区的文旅资源特征研究和开发特色旅游周边产品。

7.4.2 加强文旅市场各方权益监管保障

为了保证游客体验完整舒适的旅游服务和推动黄河流域文旅产业健康发展，必须建立黄河流域文旅产业诚信管理机制，全建立健全覆盖“食、宿、行、游、购”等涉及所有文旅产业各环节的经营单位监管制度，并按时向社会公布相关检查情况。建立文化旅游产业相关从业人员信息数据库和重大违规违法事件统计库，并对收集和统计到的信息进行及时梳理总结，如有重大事件发生要及时向广大游客进行解释说明。同时，尽快完善“流域-省域-市域-县域”多层次文旅市场综合执法工作机制，加强对突出问题和重点地区的监管监察。积极推进以济南、太原、西安、郑州、呼和浩特、银川、兰州、西宁、成都等省会城市为主的旅游综合执法改革试点，保持常态化沟通，着力推进黄河流域文旅产业发展和产业链构建，提升文旅产业管理规范化。

7.5 稳步开拓市场提升市场规模与效益环节

在文旅产业市场开拓方面，黄河流域整体实力较弱但整体发展趋势向好。山东、四川、陕西和内蒙古等省区在该环节综合实力较强，其中，内蒙古在文旅产业国外市场开拓方面实力较强，四川也表现出良好的发展趋势；四川和山东两省在接待游客人次、景区营业收入、高端服务收入和文化产品相关收入方面一直处于黄河流域较高发展水平以上，陕西在上述方面也具有良好的发展趋势。同时，陕西、山东和四川三省区与流域内大部分省区均保持着良好的合作趋势，而内蒙古与其他省区目前还保持着较强的竞争关系。故黄河流域文化旅游产业市场规模与效益环节，可以由山东、四川和陕西等省区为主导进行相关建设，一方面，利用内蒙古与四川在国际文旅市场中的知名度和山东、内蒙和陕西等省区在国内文

旅市场中占有率，加强省域合作开拓国内市场，扩大市场规模；另一方面，加快文旅产业与关联产业融合发展，提升黄河流域文化旅游产业发展整体效率和效益。

7.5.1 加强省域合作开拓国内外市场

影响黄河流域文化旅游产业市场规模与效益的因素众多，涉及到文旅产业发展前景、配套设施建设和旅客旅游意愿等等，其中较为重要的是对于旅游市场和消费群体意愿的解读和把握。从上文分析中可知，黄河流域内大部分省区的文旅市场开发程度仅限于本区域或周边地区；同时，黄河流域文旅市场对外整体吸引力要明显弱于域外区域，对国际市场还有较大拓展空间。故在国内市场开拓方面，山东、河南、陕西等省区要起到串联作用，转变整体发展思路，将自身文旅产业发展融入黄河流域整体之中，与其他省区积极对接，向游客加强宣传，共享文旅市场，进而提升黄河流域文旅市场整体规模与效益；在国际市场方面，由于各省区差距较大，同时实力较强省区数量较少，应与域外地区进行合作，合力拉动黄河流域文旅产业国际市场的开拓，如域内实力较强省区山东、陕西等省区加强与北京、上海、天津等省市的合作，打造“大河流域文旅产业”，依托国际市场占有率高的省区，以“一带一路”倡议沿线国家为主，加大对黄河流域文旅产业的宣传，吸引游客，再以山东、陕西、内蒙古等省区为节点，深入打造适合国际游客的文旅产品，以点带线，以线带面，提升黄河流域文旅产业国际市场竞争力。

7.5.2 加快产业融合发展，提升整体发展效益

黄河流域文旅产业发展需要与相关产业促进良性互动，形成整体向上发展趋势，提升收益。黄河流域文化旅游产业要扩大市场规模，提升市场效益，首先要在对已有文旅资源整合的基础上，对周边产品进行创新开发，一方面，利用先进技术对文化旅游产业科技赋能，另一方面，对关联产业实现文化赋能，提升产品价值。一是以山东、四川和河南等基础较强省区为主，合理利用现有的现代化信息技术和科学技术设施开展对黄河文化旅游产业及相关产品的改造升级，着力打造“新文旅+新技术”的产业发展体系，利用新技术新手段对黄河流域文化旅游产业进行全新包装，探索黄河文化“保护+传播”的新发展方式，提升产业链价值，促进产业发展效率，不断增强对黄河流域文化旅游资源的保护能力、开发能

力和宣传能力,培育黄河流域高质量发展新动力。二是以甘肃、内蒙古和山西等省区为主,继续推进黄河流域文化旅游业与关联产业的融合发展,提升产业整体发展实力。着力促进黄河流域文化旅游产业与高等院校、科研院所、宣传推广机构等相关机构的交流融合,推动产业创新发展,催生文旅产业新业态,提升黄河流域文化旅游产业整体发展竞争力。

7.6 加强全面合作建设研发与推广环节

黄河流域文化旅游产业研发和推广环节整体实力较弱,且区域差距明显。其中,山东、四川、河南和山西等省区在该环节中的文化艺术科技科研机构、高校数、广告经营单位数和研究与实验发展人员全年当时量等方面发展实力较为突出,但仅有山东与流域内大部分省区均保持着良好的合作趋势,而四川、河南和山西等与其他省区目前还保持着较强的竞争关系,仅依靠上述省份来带动整个流域该环节的发展困难较大。故在黄河流域文化旅游产业研发和推广环节,应以北京、天津、上海和浙江等东部地区合作构建为主,一方面,促进域内省区与域外省区对接,打造智慧旅游联盟,另一方面,整合传媒资源实现信息互联共享,协同打造黄河流域文旅推广体系,全面提升黄河流域文旅产业研发和推广环节实力。

7.6.1 促进区域内外省区对接,打造智慧旅游联盟

进入数字化时代,5G、云计算、大数据等技术创新为文旅产业发展提供新思路,开辟新路径。黄河流域文旅产业在研发和推广领域相对于全国其他地区存在明显劣势,个别实力较强的省区在全国层面目前只处于中游阶段,虽研发和推广能力在逐步提升,但该环节的建设和发展急需域外省区的带动和参与。提升黄河流域文旅产业研发与推广方面实力,要统筹建设文旅科技创新体系,层次化推进,培育文旅科技原生动力,其中,山东、四川、河南和陕西等域内实力较强省区要积极与北京、上海、广东、江苏等全国层面实力顶尖省市对接,跨区域建设黄河流域文旅产业技术创新平台,共同培育共建创新生态;甘肃、宁夏、青海、内蒙古等省区首先要转变发展思想,加快文旅产业基础信息化建设,支持文旅产业数字化、网络化发展,同时,积极与山东、四川和河南等域内实力较强省区对接,参与黄河流域文旅产业技术创新平台建设中,提升黄河流域文旅产业科技创新与

研发的整体速度和深度。

7.6.2 健全黄河文旅市场全域宣传机制和推广体系

在推广方面，黄河流域各省区也应积极展开合作，同时加强对外交流，在现有宣传手段基础之上，对各省区文旅产业特点进行梳理整合，打造黄河流域文化旅游产业品牌效应，提高国内外知名度。首先，重视对黄河流域文化旅游产业整体品牌形象的设计，准确把握黄河流域文旅产业整体发展内涵，并结合相关新闻媒体对其进行适当宣传推广，运用内蒙古、陕西、四川和山东等省区目前文旅产业知名度的辐射作用，带动提升其他省区影响力。其次，从国内国际两个层面准确把握黄河流域文化旅游产业客源市场。一方面，在国内市场层面，本区域文旅市场蕴含着黄河流域文旅产业最大的消费群体，另外京津冀地区、长江流域地区和广大江南地区也是应进行大力宣传的目标区域；另一方面，在国际市场层面，应该重点把握“一带一路”倡议沿线国家，开发适合该类地区游客的旅游产品，以扩大黄河流域文旅产业的影响力。再次，黄河流域虽然积聚了全国众多的优秀人才，拥有众多全国知名的高等院校和科研院所，但缺乏对黄河流域文旅产业整体的研究与认识，提升该环节整体实力的当务之急是共同培养文旅产业需要的各方人才，黄河流域地区必须在旅游人才培养方面与北京、天津、上海和江苏等实力强劲地区积极合作，探索专业人才联合培养模式。最后，在信息技术迅速发展的当下，应加快黄河流域文化旅游产业相关信息平台建设进度，推动流域内各省区信息共享、资源共享和数据共享，提升黄河流域文化旅游产业协同发展水平。

8. 构建黄河流域文化旅游产业链的对策建议

8.1 建立健全部门协同、层级明晰和覆盖面广的相关体制机制

就目前黄河流域文化旅游产业发展情况,黄河流域部分省区文旅产业发展过程中存在过度竞争和同质化建设现象,该种现象不仅会影响到某一区域文旅产业发展,同时对于整个黄河流域文旅产业的发展也会造成一定阻碍。故黄河流域文化旅游产业发展需要建立健全相关体制机制,在区域层面统筹产业发展,深化合作,加强对产业发展的统一指导。整合现有的各层级的文化旅游联盟,在区域层面成立统一的、涵盖各层级的黄河流域文化旅游产业发展相关机构,统筹协调发展,专门负责黄河流域文旅产业发展的相关事宜,引导黄河流域文旅产业发展,明确各省区在黄河流域文旅产业发展中的定位,引导文旅产业与关联产业融合发展,提升文旅产业的带动效应。同时,协调黄河流域文化旅游产业各环节发展支持力度,出台更细致、导向性更强的产业链建设政策,激励各区域文旅产业协调发展,实现各环节协同建设和各部门协同运作。黄河流域文化旅游产业相关体制机制建设除要包括与文化旅游产业直接相关的内容外,还应重视突发事件应急预案机制的建立,包括对天气预警、公共事件应急预案和相关景区人流量控制预警等相关内容。

8.2 重视文旅产业相关支持性项目和关联产业建设

从上文分析结果中可知,黄河流域文化旅游产业相关支持性项目,如基础设施建设、配套服务体系和品牌建立推广等方面都具有很大的发展空间,并呈现出较大的区域内的空间发展差异;同时,在住宿、餐饮和娱乐休闲等方面的关联产业发展也呈现出类似趋势。上述现象对于黄河流域文化旅游产业链的构建和提升文旅产业发展整体性上会造成较大阻碍,故应加强文旅产业相关支持性项目和关联产业建设。合理规划全流域文旅产业相关支持性项目和关联产业建设,统筹推进黄河流域文旅基础设施建设和相关项目安排,打造与黄河流域文旅产业发展相适应的、具有黄河文化特色的区域旅游标识,推动文化旅游产业与关联产业间相互的沟通、交流与合作,全方位、多角度、深层次构建黄河流域文化旅游产业链,

促进黄河流域文化旅游产业发展。

8.3 优化发展环境，激发文旅产业区域自主发展能力

黄河流域文化旅游产业发展还需要国家层面的政策给予一定的支持和倾斜。从目前黄河流域文旅产业发展趋势来看，在全国范围层面，黄河流域文旅产业整体发展水平保持着一定的相对优势，但是从目前文化旅游产业链各环节整体发展现状可知，个别环节仍然处于较低发展水平，要着重加强对文旅产业中相对较弱环节的建设支持，创造良好的文化旅游产业发展的政策环境，激发文旅产业区域自主发展能力。同时，提升黄河流域文旅产业自主发展能力的前提是推动相关企业的成长和发展。一方面，龙头企业凭借着自身雄厚实力在黄河流域文旅产业发展和产业链建设具有重要作用，龙头企业的带动性与其他企业之间的关联度也决定着黄河流域文旅产业发展的整体水平；另一方面，产业发展除了要依靠龙头企业的带动性以外，数量众多的中小企业同样是黄河流域文旅产业发展的基石，故在激发黄河流域文旅产业发展区域自主能力时，要充分发挥龙头企业与中小企业各自作用。政府应给予相关支持性政策，以龙头企业为核心，促进中小企业积极参与，打造协同发展平台，整合各类闲置资源，提高产业整体发展效率，激发黄河流域文旅产业自主发展能力。

8.4 重视专业人才引进和培养，提升产业链整体水平

人才队伍是黄河流域文化旅游产业发展的关键，培养一支全面的高水平的文旅产业人才队伍是促进黄河流域文化旅游产业链构建的基础。黄河流域文旅产业链的构建需要对于文旅产业各环节都有深入了解和认知的复合型人才。一方面，要注重对于本地人才的培养，制定相关培养计划和制度，重视传统文化、新兴技术、市场开拓与旅游专业人才队伍的融合建设；同时，在培养人才时要注重人才培养模式，要涉及到文旅产业各个环节的各个方面，注重提升人才队伍的综合素质能力；在开展社会化培训的同时，也应与高校展开合作，拓展高校人才培养思路，形成理论与实践相结合的培养模式。另一方面，还要注重人才的引进，可以借助“一带一路”文旅产业发展平台，加强黄河流域文旅产业人才引进；对于国内人才的引进可以因地制宜制定相关政策，对于山东、河南、陕西等已有相关人

才存量的优势省区，将相关资金、科技等支持政策进行倾斜，以项目吸引人才，留住人才，对于甘肃、宁夏、青海等人才队伍建设相对较弱省区，要突出需求导向，不盲目追求与发展目标不匹配的高精尖人才，做到人才引进适应与当地文旅产业发展相，实现同步发展。

参考文献

- [1]Reinhard Bachleitner,Andreas H Zins.Cultural Tourism in Rural Communities[J]. Journal of Business Research,1999,44(3).
- [2]Markwick M.Malta's tourism industry since 1985:Diversification,Culture Tourism and Sustainability [J].Scot.Geog, 2001, 3(115):227-247.
- [3]Addo E .European Heritage and Cultural Diversity: the bricks and mortar of Ghana 's tourism industry[J].Journal of Contemporary AfricanStudies,2001 (4) : 405-425.
- [4]Alexandros Apostolakis.Tourism Research,2003,The convergence process in heritage tourism[J].Annals of 30 (04):795-812.
- [5]Binkhorst Wilson(Eds) E .Creativity in tourism experiencesahe case of , Tourism, Creativity and Development[G] .London:Stiges .In Richards, G; Rutledge, 2007.
- [6]A.M.Ogaboh Agba M V I A.Tourism Industryimpact on Efik's Culture,Nigeria[J].International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research,2010,4(4):355-365.
- [7]Esmail Kavousy D R R A.Model of Determining the Expectations Gap between the Status Quo and Desired Status of Tourism Industry Based on Cultural Indices[J].Asian Social Science 2011(7):75-83.
- [8]Alvin Hung Chih YLT I Ir. Segmenting art festival visitors by motivations[J].Scientific Annals of the"Alexandra Ioan Cuza."University of Iasi, 2012(1):213 — 226.
- [9]Ling Ma A A L. Historical and geographical context in festival tourism development[J] .Journal of Heritage Tourism, 2012(1):13 — 31.
- [10]Jordan L. Tourism, Culture and the Creative Industries: Exploring the Linkage [J].Journal of Eastern Caribbean Studies, 2012(37):1 — 5.
- [11]Krakowiak B.Museums in cultural tourism in Poland[J].Tourism 2013, 2013(10):23 — 32.
- [12]Jarkko the tourism Saarinen N M M J. cultural tourism:newopportunities for diversifying industry in Botswana[J].Bulletin of Geography.Socio-economic Series, 2014(26):7 — 18.
- [13]Juzefovic A .Creative tourism: the issues of philosophy, sociology and communication [J] Creativity Studies, 2015(8):73 — 74.
- [14]杨春光.着力促进宁夏文化与旅游产业融合发展[J].求是,2012(01):56-58.
- [15]张琰飞,朱海英.西南地区文化产业与旅游产业耦合协调度实证研究[J].地域研究与开发,2013,32(02):16-21.
- [16]周叶.基于灰色系统理论的江西文化产业与旅游产业耦合发展[J].江西社会科学,2014,34(03):41-45.
- [17]袁俊,张萌.深圳市旅游业与文化产业互动发展的模式构造[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2011,28(02):17-21.
- [18]王兆峰.湘西凤凰县民族文化旅游创意产业发展研究[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版),2010,37(02):21-29.
- [19]李丽,徐佳.中国文旅产业融合发展水平测度及其驱动因素分析[J].统计与决策,2020,36(20):49-52.
- [20]马鑫.传统文化旅游资源产权界定的困境研究[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2014,31(06):109-115.
- [21]刘峰贵,王锋,张海峰,周强,陈琼,李春花.青藏高原文化旅游资源开发探讨[J].青海社会科学,2012(05):77-81+119.

- [22]吕萍.吉林省满族文化旅游资源开发刍议[J].社会科学家,2012(03):98-101.
- [23]丁赛,王国洪,王经绫,冯伊.民族地区县域文旅产业发展指标体系的构建和分析[J].民族研究,2019(02):38-51+140.
- [24]杨军.青海藏区旅游业与文化产业深度融合发展研究——以玉树州文旅产业多元融合为例[J].青海社会科学,2018(05):131-134+174.
- [25]周彬,贺传阅,李瑞.渔文化旅游资源开发研究——以浙江省象山县为例[J].生态经济,2011(09):153-155+159.
- [26]陈刚,白廷斌.川滇泸沽湖地区民族文化旅游商品市场调查——以工商人类学为视角[J].黑龙江民族丛刊,2012(03):55-60.
- [27]何一民.推进长江沿江城市文旅融合与旅游业转型升级的思考[J].中华文化论坛,2016(04):15-21.
- [28]耿松涛,张伸阳.乡村振兴背景下乡村旅游与文化产业协同发展研究[J].南京农业大学学报(社会科学版),2021,21(02):44-52.
- [29]焦世泰.基于因子分析的民族文化旅游演艺产品游客感知评价体系研究——以“印象刘三姐”实景演出为例[J].人文地理,2013,28(01):150-154.
- [30]林龙飞,黄光辉,王艳.基于因子分析的民族文化旅游产品真实性评价体系研究[J].人文地理,2010,25(01):39-43.
- [31]张海燕,王忠云.产业融合视角下的民族文化旅游品牌建设研究[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版),2011,38(04):17-23.
- [32]刘安全.民族文化旅游品牌空间冲突与策略调和研究——以靖州“飞山文化旅游”为例[J].贵州民族研究,2014,35(10):141-144.
- [33]宋立中,谭申.复合型文化遗产旅游产品开发路径分析——以福建马尾船政文化为例[J].旅游学刊,2012,27(10):93-101.
- [34]窦开龙.民族文化旅游者行为模式系统分析[J].统计与决策,2013(13):105-108.
- [35]王亚欣,李泽锋.西藏藏传佛教文化旅游游客的动机和满意度研究[J].经济管理,2013,35(04):125-132.
- [36]胡浩,李瑞,胡瑞山,周丽君.中小文化旅游城市市域范围客源潜力分析——基于旅游支撑力视角[J].干旱区资源与环境,2014,28(06):183-188.
- [37]吴兴帜.文化旅游与遗产保护的平衡点探究[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2014,35(07):133-137.
- [38]谭晓静.共生与共赢:海南国际旅游岛背景下的民族文化保护与旅游开发研究[J].黑龙江民族丛刊,2012(03):61-65.
- [39]宋增文,周建明,所萌,王茜.文化生态保护实验区文化生态旅游发展研究——以热贡文化生态保护实验区为例[J].中国人口·资源与环境,2013,23(S1):128-131.
- [40]张春霞.边疆文化旅游开发与文化安全[J].广西民族研究,2010(02):185-191.
- [41]李立,朱海霞,权东计.后疫情时期的遗址保护和文化旅游产业发展策略研究——以黄河流域陕西段为例[J].中国软科学,2020(S1):101-106.
- [42]郑憩.加快推进数字文旅产业高质量发展[J].宏观经济管理,2020(12):63-68.
- [43]刘洋,肖远平.数字文旅产业的逻辑与转型——来自贵州的经验与启示[J].理论月刊,2020(04):104-110.
- [44]王开泳,张鹏岩,丁旭生.黄河流域旅游经济的时空分异与R/S分析[J].地理科学,2014,34(03):295-301.
- [45]周晓艳,郝慧迪,叶信岳,秦雅雯,马秀馨.黄河流域区域经济差异的时空动态分析[J].人文地理,2016,31(05):119-125.

- [46]任保平,张倩.黄河流域高质量发展的战略设计及其支撑体系构建[J].改革,2019(10):26-34.
- [47]金凤君.黄河流域生态保护与高质量发展的协调推进策略[J].改革,2019(11):33-39.
- [48]安树伟,李瑞鹏.黄河流域高质量发展的内涵与推进方略[J].改革,2020(01):76-86.
- [49]全俄经济区划委员会.苏联经济区划问题[M].北极:商务印书馆,1961,82.
- [50]魏后凯.现代区域经济学[M].北京:经济管理出版社,2011,3-21.
- [51]张华初,李永杰.中国旅游业产业关联的定量分析[J].旅游学刊,2007(04):15-19.
- [52]王克岭,刘佳,张扬楣.文化旅游产业链治理模式研究[J].企业经济,2012,31(12):124-127.
- [53]李亚娟,陈田,王婧.黔东南州旅游吸引物空间结构研究[J].资源科学,2013,35(04):858-867.
- [54]翁钢民,李凌雁.中国旅游与文化产业融合发展的耦合协调度及空间相关分析[J].经济地理,2016,36(01):178-185.
- [55]赵传松,任建兰,陈延斌,刘凯.全域旅游背景下中国省域旅游产业与区域发展时空耦合及驱动力[J].中国人口·资源与环境,2018,28(03):149-159.
- [56]刘安乐,杨承玥,明庆忠,张红梅,陆保一.中国文化产业与旅游产业协调态势及其驱动力[J].经济地理,2020,40(06):203-213.
- [57]侯兵,周晓倩.长三角地区文化产业与旅游产业融合态势测度与评价[J].经济地理,2015,35(11):211-217.
- [58]苏建军,孙根年,王丽芳.1982年以来中国旅游业对第三产业的关联带动性分析[J].地理科学进展,2011,30(08):1047-1055.
- [59]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(05):76-80.
- [60]周礼,蒋金亮.长三角城市旅游竞争力综合评价及其空间分异[J].经济地理,2015,35(01):173-179.
- [61]赵传松.中国旅游产业与三次产业融合及时空演化[J].经济问题探索,2019(10):165-174.
- [62]卞显红,王苏洁.交通系统在旅游目的地发展中的作用探析[J].安徽大学学报,2003(06):132-138.
- [63]张广海,赵金金.我国交通基础设施对区域旅游经济发展影响的空间计量研究[J].经济管理,2015,37(07):116-126.
- [64]徐杰,魏敏,杨翼飞.中国旅游产业升级水平的测度分析[J].统计与决策,2021,37(06):130-133.
- [65]孙剑锋,李世泰,纪晓萌,秦伟山,王富喜.山东省文化资源与旅游产业协调发展评价与优化[J].经济地理,2019,39(08):207-215.
- [66]罗光华.“互联网+”背景下文化创意乡村旅游产业发展及升级对策研究——以贵州省为例[J].中国农业资源与区划,2016,37(11):231-236.
- [67]丁焯.基于旅游产业转型升级下的旅游品牌推广策略[J].社会科学家,2017(11):95-99.
- [68]张鹏岩,张倩倩,杨丹,秦明周.中原城市群核心—外围经济联系潜力与地缘经济关系类型分析[J].河南大学学报(自然科学版),2015,45(05):562-568.
- [69]朱伟利.刍议黄河文化的内涵与传播[J].新闻爱好者,2020(01):32-35.
- [70]苗长虹,张佰发.黄河流域高质量发展分区分级分类调控策略研究[J].经济地理,2021,41(10):143-153.

后记

时光荏苒，岁月如梭，转眼间我与兰财的7年之缘将尽，心中不免感慨。回首过去，往事依然历历在目。在即将毕业的时刻，除了对校园生活的眷恋，更多的是对在兰财的所遇、所知、所得的感谢。

首先要感谢的就是我的导师—王娟娟老师，在此，我要向我的导师致以最崇高的敬意，感谢王老师这7年来对我的鼓励和指导。无论是在课堂上，对于自身的严格要求和对学术一丝不苟；还是在生活中，对于学生无微不至的关怀，无不体现着王老师严谨求实的学术素养和高尚的师德。研究生三年来，从小论文写作，到参与课题项目，再到毕业论文的撰写，王老师都给予了我无私的指导，使我的综合能力有了巨大的提高。今后，我将继续以王老师为榜样，继续保持积极向上、勇于实践、乐于助人的生活态度，不负老师对我的期望。

其次要感谢的就是我的家人，如果没有家人的支持，一切都将成空。千言万语不足以表达我对家人的感谢，我能做的就是在今后的生活、工作和学习中继续努力，成为他们心中的真正的骄傲。当然，所有经济学院的老师在这7年来对我的帮助我也将铭记于心，不敢忘记。感谢老师们对我的培养，对我的关心。老师们传授的知识都将伴随我的一生，使我终身受益。同时，也要感谢我的同学、师兄、师姐、师弟、师妹们，正因为你们的欢声笑语，我的生活更多了几缕阳光，愿你们的未来星光闪耀，愿你们目光所及之处皆为美好。

最后，回望过去，流年似水；展望未来，全力以赴！