

江西融入长三角旅游一体化策略研究

■毛丽娟 夏杰长 谢伟伟

随着区域一体化的提出与不断实践,区域旅游一体化也日益受到重视,区域旅游一体化是实现区域经济协调发展的重要途径。从地方政府视角出发,提出了地区旅游融入区域旅游一体化的“四步法”,即按照分析主体地区旅游发展阶段、分析主体地区旅游资源比较优势、识别融入区域旅游一体化瓶颈和确定融合路径来制定地区旅游融入区域旅游一体化的具体路径和政策,以确保融入的一致性和有效性。以江西旅游融入长三角一体化为例,通过对江西旅游发展阶段、比较优势和融入瓶颈的分析,提出旅游相关规划一体化、旅游产品开发一体化、旅游招商引资一体化、旅游营销推介一体化、旅游交通一体化、文化和旅游治理一体化等政策建议。

[关键词] 区域旅游一体化;江西旅游;旅游资源比较优势

[中图分类号] F59 [文献标识码] A [文章编号] 1004-518X(2024)03-0059-09

[基金项目] 国家社会科学基金青年项目“数字经济时代文化和旅游融合发展的机制创新与实现路径研究”(20CGL023)

毛丽娟,中国社会科学院生态文明研究所助理研究员、博士后。(北京 100006)

夏杰长,中国社会科学院财经战略研究院研究员。(北京 100006)

谢伟伟,中国宏观经济研究院国土开发与地区经济研究所助理研究员。(北京 100012)

一、问题的提出

我国幅员辽阔,不同地区之间要素禀赋差异巨大,地区之间的发展存在较大差异,不平衡不充分的问题较为明显。为了减少区域间差异,最终实现共同富裕的目标,我国在不同阶段根据区域差异实际情况提出了不同的区域协调发展战略。随着市场化程度不断加深,区域间的经济联系日益紧密,商品和要素配置效率的提高需要将自由市场的范围扩大。跨省级行政区域的经济合作开始不断加强,京津冀、长三角、珠三角、成渝地区的区域一体化发展都陆续提出并实践。随着区域一体化的提出与不断实践,区域旅游一体化也日益受到重视。在国家统筹层面,《“十三五”旅游业发展规划》强调要做强跨区域旅游城市群,以优化空间格局。在区域协调发展层面,《国务院关于深化泛珠三角区域合作的指导意见》(2016年)提出通过建设无障碍旅游区来推动区域旅游一

体化发展;《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》(2019年)强调要推动长三角文化旅游合作发展以将长三角建设成为世界知名旅游目的地;四川和重庆基于成渝双城经济圈签订《成渝地区文化和旅游公共服务协同发展合作协议(2020—2025年)》(2021年)以推动成渝地区文化和旅游的协同发展。

其中,长三角是我国最早提出旅游一体化发展思路的区域,这是由于长三角区域尽管旅游资源丰富,但其旅游发展一开始也存在明显的空间集聚特征,不利于区域总体旅游业的均衡发展。随着旅游一体化的实施与推进,长三角地区的旅游产业空间分布呈现出旅游规模区域差异逐渐缩小且空间分布日趋均衡。本研究通过计算长三角地区旅游基尼系数^①验证了长三角地区旅游产业发展确实呈现区域差异逐渐缩小、空间分布逐渐均衡的特征。所选取的城市范围是根据2019年《长江三角洲一体化发展规划纲要》所定义的长三角城市包括三省一市全域41座城市(1个直辖市和40个地级市)。基尼系数越大表示长三角旅游业发展越不均衡。长三角地区旅游基尼系数呈不断下降的趋势,这表明长三角地区的旅游业发展呈现越来越均衡的特点。长三角地区旅游产业发展日趋均衡得益于长三角地区不断深化的区域旅游融合发展和区域间旅游合作体制机制的建立,推动区域旅游的良好互动和协调发展。

早期长三角地区的旅游合作更多是小范围、低层次的旅游合作,通常由旅游企业或非政府组织来推动,这样的旅游合作是不稳定的且合作领域有限。自2003年长三角城市在杭州第一次发布《长江三角洲旅游城市合作宣言》,长三角区域旅游进入由政府政策引导和市场主导的区域旅游合作阶段,将长三角区域旅游一体化推向高层次旅游合作阶段。2010年,国务院正式批准实施的《长江三角洲地区区域规划》提出了长江三角洲旅游发展总目标以及两省一市具体旅游发展定位。为了进一步推动长三角区域旅游合作,2011年至2014年长三角地区先后签署实施了《沪苏浙皖旅游一体化合作框架协议》《共同推进长三角休闲度假旅游产业发展合作协议》《长三角地区率先实现旅游一体化行动纲领》等一系列纲领性文件。2019年,中共中央、国务院印发《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》(下文简称《规划纲要》)提出要进一步深化长三角地区的旅游合作,统筹利用旅游资源,推动长三角地区旅游市场和旅游服务一体化发展。《规划纲要》更加注重区域旅游一体化发展,将长三角区域旅游一体化推向更高层次的旅游合作阶段,旅游发展呈现多产业参与、主体多元化、综合协调机制等特点。随着长三角地区区域旅游一体化不断深化,旅游客源互引互送的合作增多,长三角地区区域旅游空间分布更加均衡和合理,区域内部城市之间旅游相互作用加强,同时与周边区域的旅游相互联系也进一步得到加强。

基于长三角地区区域旅游一体化发展所取得的成果,我国区域旅游一体化研究进展如何?作为被区域一体化外的非核心城市应该如何制定发展政策以更好更快地融入区域旅游一体化中,缩小与区域内城市的旅游发展差距,并获得区域内的旅游溢出效应?

二、区域旅游一体化的相关研究与逻辑框架

(一)区域旅游一体化的相关研究

区域一体化是指区域间达成共同发展的战略性协议,通过完善一定区域范围内的政府体制、产业布局等,消除不同地区间的行政壁垒,促进生产要素和产品在区域间自由流动,最终建立起一体化市场^[1],最终实现区域均衡发展。在区域经济一体化的大框架下,推动区域旅游一体化发展,并最终实现区域内旅游产业的均衡发展和共同增长。区域旅游一体化是指地区间形成旅游联

盟,通过完善区域旅游联动机制消除区域间行政壁垒,建立起一体化的旅游大市场。^[2]当前关于区域旅游一体化的研究主要包括区域旅游一体化效应以及如何实现区域旅游一体化。前者的研究出发点是在于论证区域旅游一体化的必要性,而后者则是讨论如何实现区域旅游一体化发展。

区域旅游一体化效应主要是从旅游者、旅游企业和地方政府视角来讨论。对旅游者而言,首先,区域旅游一体化所塑造的旅游形象提升了旅游吸引力,旅游者在该旅游区域的可选择性增加,从而提高了旅游效用、增加旅游流量。其次,从短期来看,由于区域内旅游要素自由流动的障碍被消除,随着旅游交通成本、旅游产品价格的降低,旅游总成本降低,旅游效用得到了提高;从长期来看,旅游总成本的降低扩大了旅游需求,该旅游需求既包括本地效应也包括转移效应。对旅游企业而言,首先,区域旅游一体化从行政体制上消除了旅游要素自由流动的障碍,降低了旅游产品价格,引来更多的旅游需求、更大的旅游产业规模。因此,旅游企业可以通过降低生产成本、增加产出获得旅游产业集聚效益。第二,区域旅游一体化后,旅游要素市场的大统一消除了地区之间劳动力、资本、技术和管理经验等要素在区域间自由流动的障碍,提高区域内旅游要素的配置效率和使用效率。第三,区域旅游一体化后,旅游企业所面临的市场竞争范围扩大,促使旅游企业通过对旅游产品、旅游服务不断改革创新来提高自身竞争力,推动着区域内旅游企业良性竞争和旅游产业良性发展。对地方政府而言,区域旅游一体化意味着旅游形象的统一,越多高等级、高影响力的旅游目的地集合在一起,提高了地区旅游的影响力和号召力。同时,区域旅游一体化能提高与外区域开展旅游合作时的话语权。为了实现区域旅游一体化、消除区域内旅游产业自由发展的行政障碍、保证旅游要素自由流动,区域内通过顶层设计成立一体化机构来协同发展区域内旅游产业,减少了一体化前各地区各自为战而产生的冗余工作量,从而减少了政府行政费用的支出。区域旅游一体化后,区域内地方经济增长可以同时获得本地旅游发展所带来的增长效应和临近地区旅游业发展所带来的溢出效应。^[3]赵磊等认为旅游发展是通过旅游流在空间扩散、区域间基础设施共享及知识溢出对经济增长产生溢出效应的。^[4]方叶林等运用空间杜宾模型计算出长三角一体化既能推动本地旅游经济的发展,又能对周边地区的旅游经济产生溢出效应,其中本地效应大于溢出效应。^[5]谢露露等则讨论了长三角旅游一体化对经济增长的空间溢出效应,相邻城市之间地理距离越小空间溢出效应越高。^[6]

从演化发展阶段来看,区域旅游一体化发展可以分为四个阶段。第一阶段,区域内旅游需求增加,给主要旅游景区带来规模经济效应,降低生产成本。第二阶段,旅游企业形成空间集聚效应,使得区域内旅游产品和服务更为完善,如形成更为成熟的旅游小镇或旅游线路。形成集聚效应的旅游目的地意味着该旅游目的地成为一个成熟的旅游目的地,能带来稳定的客流量。旅游企业因此获得由旅游企业集聚所带来的溢出效应,提高旅游旅游企业收益。第三阶段,区域旅游一体化发展到本阶段,旅游产业开始与其他产业融合发展,共同构成多元化的城市经济。第四阶段,当集聚效应发展到超过旅游目的地的旅游承载力时,区域旅游一体化可能会出现集聚不经济的情况,降低旅游企业收益。^[7]

如何实现区域旅游一体化发展的讨论主要是从国外区域旅游一体化发展经验、区域旅游一体化理论这两个视角来讨论。发达国家在推动区域旅游一体化发展中获得了很多成功经验,戴斌和黄璜研究发现,发达国家区域旅游一体化的策略首先是建立“旅游合作联盟”来不定期协调旅游发展制度和政策,在此基础上建立“一体化旅游区”,以常设合作机构和稳定制度的方式保障区域旅游一体化的推进。^[2]以欧盟区域旅游一体化为例,“欧洲文化通道”(European Cultural Routes)项目将分散在欧盟各国的文化遗产资源整合以打造不同主题的跨国文化遗产旅游产品;通过打造统一

的品牌形象来扩大旅游产品影响力,并给予相应的政策和资金支持^[8];同时,欧盟成立旅游咨询委员会,并将旅游管理机构逐渐独立出来以不断规范欧盟旅游一体化发展。冯学钢详细介绍了欧盟旅游一体化的演替、政策目标和发展模式,基于此,从机制建设和制度建设角度对长三角旅游一体化发展提出对策建议。^[9]区域旅游一体化理论方面,王永刚等基于不完全合作博弈模型,从理性约束、利益转移和集体谈判等方面分析各行政区之间的利益博弈过程,并提出一套利益协调机制以改善区域旅游一体化过程中“非制度化协调”的状态。^[10]邹光勇等基于Salop圆周城市模型和两阶段博弈法探讨了区域旅游一体化的合作方式和实现条件。^[1]戴斌和黄璜运用新经济地理学理论研究了区域旅游一体化效益的产生机制,并总结了区域旅游一体化的五种主要模式,认为政府应该针对区域旅游一体化的不同发展阶段制定恰当的一体化政策。^[2]

我国区域旅游一体化的实践对象多是长三角区域。靳诚等运用趋同分析计算出长三角旅游一体化进程中的边界效应,发现长三角地区的行政边界对区域旅游一体化趋势存在一定的阻碍作用,但总体呈现区域旅游一体化发展的趋势。^[11]长三角区域旅游一体化的发展阶段从事件推动型合作转变为常态化合作机制需要来自政府的制度、机制调控力和来自市场的自由驱动力。^[12-13]王兆峰和王凯等分别运用双重差分模型实证发现长三角区域一体化政策和长江经济带区域一体化政策施行均有利于区域内旅游经济的发展。^[14-15]

目前关于区域旅游一体化的研究,更多是从区域旅游一体化主体视角来讨论的,包括探讨区域旅游一体化的影响效应以及从理论和实证角度探讨区域旅游一体化应该如何实现。但是讨论区域内非核心城市的旅游产业如何融入现有旅游一体化区域则很少有人讨论,本研究重点探讨地区旅游融入区域旅游一体化的逻辑框架并以江西融入长三角区域旅游一体化为例,详细阐释融入区域旅游一体化的具体应用。

(二)地区旅游融入区域旅游一体化逻辑框架

旅游业作为地方空间品质的一部分,它的发展能够提升空间品质。在数字化、信息化时代,人才流动和对区位的选择与物理距离之间的关系逐渐变弱,更大程度取决于空间品质。一个城市的空间品质越高,包括公共服务水平越高、旅游吸引力越大,人才越倾向于流向该城市。人才的集聚能够给城市带来知识的溢出,进而推动区域经济增长。^[16]对地区旅游业发展而言,如果想要扩大旅游产业规模、提升旅游吸引力,融入区域旅游一体化是非常有必要的。首先,地区旅游产业只有融入区域旅游一体化中,才有降低旅行成本的可能,扩大本地旅游需求获得“旅游本地效应”。其次,地区旅游产业融入区域旅游一体化中,通过融入统一旅游大品牌形象中来提升地方旅游影响力,扩大区域内和区域外旅游需求而获得“旅游溢出效应”;通过降低旅游要素在区域内自由流动的障碍,促进旅游产业集聚,推动地方旅游经济增长。因此,本部分提出地区旅游如何融入区域旅游一体化的一般逻辑框架。

分析框架主要分为四步:

第一步,分析主体地区的旅游发展阶段。主体地区旅游要融入区域旅游一体化,首先需要梳理清楚自身旅游产业发展情况。充分了解本体旅游产业的发展情况是对地区旅游资源禀赋结构分析的重要前提。通过梳理,可以充分理解地区旅游融入区域旅游一体化的必要性。

第二步,分析主体地区旅游资源禀赋结构,充分比较该地区旅游资源与大区域之间的异同,以及与大区域文化和旅游之间的脉络关系。梳理与区域旅游资源的异同、与区域文化的脉络关联是地区旅游能否和在多大程度上融入区域旅游一体化的大前提。通过梳理,可以充分知悉地区旅游融入区域旅游一体化的可能性、方向性和相对比较优势。基于此,地方政府可以有针对性地制

定主动融入区域旅游一体化的策略。

第三步,识别主体地区旅游融入区域旅游一体化存在的瓶颈。对主体地区旅游发展阶段、旅游资源禀赋,以及与大区域文化和旅游脉络关系等予以充分梳理后,识别制约地区旅游融入区域旅游一体化的瓶颈。在融合过程中可能存在的瓶颈包括:基础设施不完善,交通成本高,在不考虑其他制约因素的情况下,区域间旅游产业要素无法实现充分的自由流动,更无法实现充分的融合;区域内地方政府在接纳新地区融入过程中,不可避免地存在地方保护、地区分割问题,导致地区旅游难以与区域内旅游形成产业协同。只有确定了融入区域旅游一体化的约束瓶颈,地方政府才能够因势利导、制定适宜的融入策略。

第四步,确定地区旅游的融合路径。确定包括自身旅游产品转型升级,旅游品牌升级与融入,本地和区域内旅游企业、旅游资金的融合发展,以及提升旅游公共服务等方面的融合路径,从而更好地对融入区域旅游一体化。

三、江西旅游融入长三角一体化的分析

旅游业具有产业链条长、资源消耗低、综合效益高的特点,是重要产业和富民产业,更是新时代美好生活的必备。长三角地区既是巨大的客源地市场,又是高水平旅游目的地。融入长三角区域旅游一体化可以获得区域旅游溢出效应,推动地区旅游经济发展。本研究以江西为例,按照地区旅游融入区域旅游一体化的“四步法”理论,阐述江西如何基于自身比较优势融入长三角地区,推动江西旅游产业的蓬勃发展。

(一)江西旅游发展阶段

江西旅游产业发展高歌猛进,对全省经济发展及综合实力都有十分显著的影响,2023年“五一”期间,全省累计接待游客5160.45万人次,同比增长129.02%,恢复至2019年同期的129.59%,实现旅游收入276.12亿元,同比增长115.65%,恢复至2019年同期115.39%。旅游人次和收入均创历史新高。江西大力实施旅游扶贫工程,通过旅游就业、农产品销售、临时用工、经营性收入、资产入股等方式,带动全省数以百万计的人口吃上了旅游饭。全省乡村旅游在“十三五”期间帮助19万建档立卡贫困人口脱了贫,实现了用旅游来精准扶贫,江西的乡村旅游发展真正实现了“美了乡村、富了村民”。从江西与长三角的地理区位来看,江西上饶、景德镇和九江毗邻长三角地区的浙江省和安徽省,其中上饶市与长三角地区在地理位置上更近,且上饶的高等级旅游资源在江西范围内算是最多的。然而结合旅游收入、旅游人数数据来看,上饶、九江和景德镇的旅游资源虽然很丰富,其旅游收入和旅游人数在整个江西不是最靠前的。这表明江西旅游发展还不够充分和均衡,融入长三角区域旅游一体化十分必要。

(二)旅游禀赋结构和比较优势分析

江西省位于我国东南部地区、长江中下游南岸,地理环境以丘陵和山地为主,拥有丰富的旅游资源禀赋。全省森林面积近60%,有着庐山、龙虎山、三清山、井冈山等著名国家风景名胜。江西还拥有我国第一大淡水湖——鄱阳湖,该湖被称为候鸟的王国,动植物资源非常的丰富。丰厚的文化底蕴也造就了全国闻名的文化景观,如滕王阁、中国道教第一山龙虎山、世界文化遗产重点保护区景德镇,以及徽州文化代表之一——婺源县等。从国家A级景区数量来看,截至2023年,江西有5A级景区14家、4A级景区213家,数量在全国位于前列;从文化遗产来看,江西有两处世界文化遗产,分别是位于九江的庐山国家公园和位于上饶的武夷山^②。此外,江西红色文化旅游资源

也十分丰富,目前共有3个5A级红色旅游景区,16个4A级红色旅游景区,以及11个全国红色旅游系列经典景区。^③江西有70%左右的旅游资源都集中在乡村地区,且乡村旅游的市场份额占整个江西的50%。

制度禀赋方面,为了推动江西省旅游产业的发展,江西省政府以及各级地方政府积极出台支持政策和进行体制机制改革。江西是全国第一个完成省级、市级和县级三级的旅游局改成旅游发展委的省份,同时也是全国范围内较早实现省、市、县三级文化和旅游主管机构职能调整的省份,这为江西破除文化和旅游产业融合发展的体制机制障碍提供了有力支持和帮助。江西各级文旅部门通过推动减税降费政策落实、协调金融机构对文旅企业的融资帮扶,使文旅企业能够应对挑战并抓住机遇加快复苏。此外,还大力推动景区管理体制的改革以激发旅游业发展活力,并积极开展景区旅游资源承包经营权转让清理工作,指导帮扶经营不善的景区摆脱困境。

文化脉络联系方面,长三角文化由吴越文化、徽州文化和海派文化而成。其中徽州文化是长三角区域文化的重要分支,与长三角文化同根同源、一脉相承,而徽州文化中的一府六县包括安徽省黄山市的四县和安徽省宣城市绩溪县,以及江西上饶市婺源县。此外,九江、景德镇与安徽毗邻,上饶与安徽省、浙江省毗邻,甚至在上饶存在一种方言与杭州话极其类似。这均表明江西在文化上与长三角文化多有渊源,是长三角文化中不可或缺的一部分,这对江西融入长三角一体化在区域内更为合理和更容易被接受。

(三) 识别江西旅游融入长三角旅游一体化的瓶颈

在分析了江西旅游资源禀赋结构和比较优势后,还需要识别融入可能存在的瓶颈。具体来说,江西旅游产业融入存在如下瓶颈。

第一,旅游业呈现总量比较小、旅游品牌影响力比较弱等特点。尽管江西旅游资源非常丰富,但旅游总收入仍低于江苏、浙江等省,存在旅游资源和旅游发展情况不相匹配的问题,江西的旅游产业仍有提升的空间。第二,旅游企业规模比较小,对旅游业发展的推动力较小。从数量和收入来看,无论是5A级酒店数量还是旅行社旅游业务收入在全国排名均较为靠后。从旅游从业人员的情况来看,无论是星级饭店从业人员、旅行社从业人员还是A级景区固定从业人员在全国排名也相对靠后。这反映了江西旅游企业由于规模偏小,无法给旅游业发展带来充足的动力。第三,与长三角地区的旅游交通一体化仍待加强。江西的常态地貌类型以山地和丘陵为主,这样的地形在一定程度上限制了旅游交通便利度。江西旅游公共服务仍然比较欠缺,尤其是与长三角地区相连接的公共交通服务。江西与长三角地区的旅游交通需要进一步加强,以缩短江西与长三角之间的旅游距离。第四,景区体制改革仍需再进一步加强。目前在旅游景区开发过程中存在受到区域行政管辖限制的情况,如涉及跨区域景区开发。其结果是各个市县在旅游景区的开发利用上较少沟通,景区无法统一规划、统一品牌、统一营销,造成的影响是旅游景区的开发层次较低,无法形成较大的旅游品牌效应。第五,与长三角地区的跨区域旅游圈、旅游路线开发与推广仍待加强。尽管目前已有皖赣国家级徽州文化生态保护区、浙皖闽赣国家生态旅游协作区和衢黄南饶“联盟花园”等跨区域国家级战略平台,但与江西相关的跨区域旅游圈建设仍然不够成熟。相较而言,长三角地区黄山和江西婺源的跨区域旅游路线更为大家所熟知,地理区位更毗邻江西的衢州与上饶的景区联动较少。这表明江西与长三角毗邻省份的跨区域旅游圈、旅游线路的开发和推广仍需加强。

(四) 江西旅游融入长三角旅游一体化路径

一要做好旅游相关规划的衔接。目前江西上饶市已出台《“十四五”时期上饶市对接融入长三角一体化发展规划》《上饶对接融入长三角G60科创走廊发展规划》等规划,提出从空间格局、交

通运输、区域旅游、产业协同、生态环境、公共服务共建共享等六个方面对接融入长三角的路径和行动计划。江西仍需要从省级层面由上至下统筹规划,突破不同级别、不同区域旅游部门之间的沟通瓶颈,搭建沟通平台,实现江西旅游融入长三角地区在省级区域合作框架下不断下沉政策,将宏观顶层设计最终转变为微观落地实施。突出资源共享、优势互补、协同并进,推进各类旅游发展规划的编制出台,提升江西旅游资源的协同发展,推动旅游产业规划与长三角文化和旅游产业一体化有机衔接。

二是旅游产品开发一体化。首先要充分挖掘江西与长三角地区的文化渊源。有了文化认同感,必然会缩短长三角地区与江西人民的心理距离感,让江西融入长三角一体化更为合理和更容易被区域内其他城市所接受。其次是丰富富有文化内涵的旅游产品。文化与旅游具有天然的耦合性,旅游为文化传播提供了载体,文化为旅游提供了精神内核。江西拥有优质的旅游资源和深厚的文化底蕴,应充分利用江西的名山、名水、名人等特色人文资源,加强与新媒体宣传合作,讲好、传播好江西文化与长三角文化一体的故事。依托皖赣国家级徽州文化生态保护区、浙皖闽赣国家生态旅游协作区和衢黄南饶“联盟花园”等国家级战略平台,在重要旅游目的地举办大型比赛、会议、节事等,围绕江西与长三角文化渊源主题开发多种文化旅游路线,提升江西文化和江西文化与长三角文化一脉相承关系的影响力。最后是推出面向长三角地区的旅游产品。深度结合长三角地区旅游者的旅游出行偏好,联合本地旅行社设计与长三角地区具有差异化的精品旅游产品路线。整合区域优质文旅资源,串点成线、连线成面,联合旅行社和线上旅游平台设计跨区域精品旅游路线,将江西旅游与长三角毗邻地区紧密联系在一起,增加跨省旅游景区的联动和跨区域大旅游圈的知名度,实现跨区域大旅游圈的旅游者互引互送。

三是旅游招商引资一体化。统筹梳理文旅招商项目,实时更新招商项目库,开展招商中介、以商引商、推介会招商,推介江西文化旅游投资项目,加强“江西风景独好”的品牌形象。引导江西和长三角地区金融机构、政府基金和各类融资平台在不增加地方政府隐性债务的前提下,对符合条件的文化和旅游项目加大支持力度,鼓励风险投资基金、私募股权基金等积极参与文化和旅游项目开发建设。邀请长三角文旅企业来赣承接或联合运营旅游景区,既学习长三角文旅企业先进的管理理念,同时进一步深化江西和长三角文旅融合。此外,积极推动江西各地方政府、文旅企业到长三角地区投资旅游产业,以进一步了解长三角地区的旅游发展动向、发展细节,做到融入长三角地区。确保政策和服务的落实,为企业提供全流程、一站式服务,优化江西文旅产业投融资环境,做好吸引长三角地区企业来赣投资的准备工作。

四是旅游营销推介一体化。积极参加和联动举办长三角地区形式多样的旅游节事活动,提升江西文旅的传播力、吸引力和影响力。加强与长三角地区的文旅联系与合作,以达到相互引流提升影响力。主动加入长三角旅游合作组织,保持与长三角城市之间的资源共享、信息互通、客源互送。以联合促销的形式,加强区域合作,利用跨省区旅游资源的差异性和互补性,依托赣皖浙三省山水相连、习俗相近、人缘相亲、文化相融,区位交通紧密相连,借势打造跨省区旅游的精华旅游线路和旅游品牌,谋划徽州文化旅游圈、三省四山旅游圈、浙南旅游圈、泛长三角世界遗产旅游圈等跨区域大旅游圈的整体推介和互相推介、互引客流。通过跨区域大旅游圈的整体推介将江西旅游与长三角毗邻地区紧密联系在一起。

五是旅游交通一体化。可及性是旅游中十分重要的一环,江西需要从两个层面来做好旅游交通基础设施融入长三角旅游一体化中。第一个层面是推动重点景区“便捷通高速”工程,完善机场、高铁站到主要景区公共交通的无缝衔接。第二个层面是加快省内省际航空、高铁、高速网络的

构建,实现旅游者可以快速进入江西的重要旅游目的地。依托长三角高速铁路网络优势,以上海、南京、杭州、合肥和南昌为中心,提高江西旅游可及性、改善交通区域优势,将长三角乃至全国的客流引向江西,同时也把江西的旅游推向长三角甚至全国。规划建设江西与长三角地区的航空、高铁和公路旅游专线,合理增加现有跨区域旅游路线的航班次数和高铁趟数。

六是文化和旅游治理一体化。对跨区域旅游景区进行体制机制的改革,捋顺管理体制,形成一个从全省统一调度的管理体制,而非各市县各自为政的管理体制。这有利于旅游景区的统一规划、统一品牌、统一门票、同一线路、统一标准和统一营销,从而扩大旅游景区的品牌效应,提升对江西旅游产业的贡献。加强与长三角文化和旅游市场监管服务的互通与融合,加快推进“1+3+N”旅游市场综合监管体制改革。与长三角地区统一区域旅游诚信“红黑名单”标准和奖惩措施,共同营造市场化、法治化、国际化的文旅产业营商环境,净化文化和旅游市场。

四、研究结论与启示

在全球经济进入新发展阶段,解决发展不平衡不充分问题、推动我国经济实现高质量发展是新形势下促进我国区域协调发展的重要目的。文化和旅游产业现代化是中国式现代化的重要组成部分^[17],区域旅游一体化是实现区域经济协调发展的重要途径。本研究从地方政府视角出发,提出了地区旅游融入区域旅游一体化的“四步法”,即按照分析主体地区旅游发展阶段、分析主体地区旅游资源比较优势、识别融入区域旅游一体化瓶颈和确定融合路径来制定地区旅游融入区域旅游一体化的具体路径和政策,以确保融入的一致性和有效性,通过提高融入效率来推动实现地区旅游快速融入区域旅游一体化。此外,本研究以江西旅游融入长三角一体化为例,通过对江西旅游发展阶段、比较优势和融入瓶颈的分析,认为江西旅游业总体呈现总量比较小、旅游品牌影响力比较弱等特点;江西内旅游企业规模比较小,对旅游业发展的推动力较小;江西与长三角地区的旅游交通一体化仍待加强;江西景区体制改革仍需再进一步加强;江西与长三角地区的跨区域旅游圈、旅游路线的开发与推广仍待加强。基于此,提出旅游相关规划一体化、旅游产品开发一体化、旅游招商引资一体化、旅游营销推介一体化、旅游交通一体化、文化和旅游治理一体化等政策建议。本研究提出基于旅游发展阶段、禀赋结构等比较优势的融入区域旅游一体化战略分析框架,对于推动京津冀、粤港澳、成渝等区域旅游乃至区域经济一体化,皆具有参考价值。

注释:

$$\textcircled{1} G = \frac{I}{2N^2S} \sum_j^N \sum_i^N |S_j - S_i|, \text{其中}, N=41, S_j \text{和} S_i \text{分别表示旅游业在城市} j, k \text{的比重,用各市旅游}$$

总收入占长三角地区所有城市旅游总收入之和的比例, S 表示旅游业在各城市比重的均值。本研究计算了2005年至2019年的基尼系数,呈逐步降低趋势。

②参见《世界文化遗产》(<https://sjfw.mct.gov.cn/site/dataservice/culture>)。

③参见《江西推进旅游业高质量发展》(<https://jx.chinadaily.com.cn/a/202204/20/WS625ff4a3a3101c3ee7ad178c.html>)。

[参考文献]

[1] 邹光勇,刘明宇.区域旅游一体化能实现吗?——基于Salop模型的SPNE研究[J].旅游学

刊,2013,(12).

[2]戴斌,黄璜.区域旅游一体化的理论建构与战略设计——以京津冀为例[J].人文地理,2016,(3).

[3]王良健,袁凤英,何琼峰.针对我国省际旅游业发展与经济增长间关系的空间计量方法应用[J].旅游科学,2010,(2).

[4]赵磊,方成,吴向明.旅游发展、空间溢出与经济增长——来自中国的经验证据[J].旅游学刊,2014,(5).

[5]方叶林,程雪兰,苏雪晴,等.一体化进程对旅游经济的空间溢出效应——以长三角城市群为例[J].地理科学,2021,(9).

[6]谢露露,王雨佳.旅游产业集聚对经济增长的空间溢出效应——来自长三角地区的经验研究[J].上海经济,2018,(4).

[7]Papatheodorou A. *Exploring The Evolution of Tourism Resorts*. *Annals of Tourism Research*, 2004, (1).

[8]Oecd. *OECD Tourism Trends and Policies 2014*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2014.

[9]冯学钢.欧盟一体化及其对中国“长三角”地区旅游业联动发展的启示[J].世界经济研究,2004,(4).

[10]王永刚,李萌.旅游一体化进程中跨行政区利益博弈研究——以长江三角洲地区为例[J].旅游学刊,2011,(1).

[11]靳诚,陆玉麒.区域旅游一体化进程中边界效应的定量化研究——以长江三角洲地区入境旅游为例[J].旅游学刊,2008,(10).

[12]靳诚,徐菁,陆玉麒.长三角区域旅游合作演化动力机制探讨[J].旅游学刊,2006,(12).

[13]王建喜.长三角旅游一体化阻滞与突破[J].资源开发与市场,2013,(10).

[14]王兆峰,张先甜.区域一体化对旅游经济增长影响的机制研究——来自长三角城市群的准自然实验[J].南京师大学报(自然科学版),2023,(1).

[15]王凯,邹楠,甘畅,等.区域一体化政策能否促进城市旅游发展?——基于长江经济带的实证检验[J].旅游科学,2023,(2).

[16]杨开忠,顾芸,董亚宁.空间品质、人才区位与人力资本增长——基于新空间经济学[J].系统工程理论与实践,2021,(12).

[17]宋瑞,宋昌耀,胥英伟.中国式现代化背景下文化和旅游融合发展的五重逻辑与重要议题[J].旅游学刊,2024,(1).

【责任编辑:薛 华】