

红色文化资源、旅游吸引与地区经济发展

谭 娜, 万金城, 程振强

(上海立信会计金融学院 国际经贸学院, 上海 201209)

摘 要:基于中国 2000—2018 年地市级行政单位面板数据,实证考察红色文化资源对地区经济发展的影响,并着重剖析旅游业在其中的渠道性作用。一般情况下红色文化资源对地区经济发展的提升作用有限,但当其形成集聚优势或比较优势时,这一拉动作用明显增强。当将旅游业的渠道作用分离出来后发现,红色文化资源之所以对地区经济发展的带动作用有限,是因为其在旅游吸引上普遍存在“引流不引财”的问题。当红色文化资源形成集聚优势或比较优势后,才能产生“引流又引财”的旅游吸引力,进而带动地区经济发展。进一步机制检验表明,红色文化资源如果能与其他旅游资源融合发展,并予以良好的文化制度环境支撑,则有望提升自身旅游吸引力并有效带动地区经济发展。研究结果为红色文化资源的经济价值提供了经验性证据,并为各地因地制宜利用红色文化资源优势增强旅游吸引力、带动地区经济发展提供了切实可行的路径指导。

关键词:红色文化资源;旅游;经济发展;文旅融合

中图分类号:F59

文献标识码:A

文章编号:1005-0566(2022)01-0076-11

Red Cultural Resources, Tourism Attraction and Regional Economic Development

TAN Na, WAN Jincheng, CHENG Zhenqiang

(School of International Economics and Trade, Shanghai Lixin University of Accounting and Finance, Shanghai 201209, China)

Abstract: Based on the panel data of prefecture-level administrative units in China from 2000 to 2018, this paper empirically examines the impact of red cultural resources on regional economic development, and analyzes the channel role of tourism in this process. On the whole, red cultural resources have limited effect on the promotion of regional economic development. However, when the agglomeration advantage or comparative advantage is formed, the pulling effect is obviously enhanced. When we separate the function of tourism channels, we find that the overall driving effect of red cultural resources on regional economic development is limited, because red cultural resources generally have the problem of “draining but not attracting money” in tourism attraction. But when the red cultural resources form the agglomeration advantage, they can “draining and attracting money”. Further mechanism test shows that if red cultural resources can be integrated with other tourism resources and supported by a good cultural system environment, it is expected to achieve “draining and attracting money”, and then effectively drive the regional economic development. This study provides empirical evidence for the economic value of red cultural resources, and provides practical path guidance for each region to promote high-quality tourism development and drive regional economic growth by taking advantage of its local red cultural resources.

Key words: red cultural resources; tourism; economic development; cultural and tourism integration

收稿日期:2021-07-16 修回日期:2021-10-10

基金项目:国家自然科学基金面上项目“城市创意产业空间集聚知识网络协同及复杂系统模型研究”(71874027);国家自然科学基金青年项目“数字文化产业创新生态系统价值共创研究:动因、机制与演化”(72104137)。

作者简介:谭娜(1983—),女,山西长治人,博士,上海立信会计金融学院副教授,研究方向为文化经济与旅游经济。通信作者:程振强。

红色旅游是在中国共产党革命和建设时期形成的历史遗产基础上展开的一种旅游活动。据中国文化与旅游部发布的数据,2020 年中国红色旅游出游人数超过 1 亿人次,“十三五”期间,红色旅游出游人数稳定增长,在国内旅游市场中维持在 11% 以上的市场份额^①。而旅游业对地区经济发展的拉动作用已得到多方证实,特别在发展中国家,旅游业的迅速发展对当地制造业的溢出效应^[1]以及对农村贫困广度、深度和强度的减缓效应被逐步验证^[2]。故众多红色文化资源丰富,但农业人口比重高、低收入人群数量多的革命老区将红色旅游视为拉动当地经济发展的重要动力之一^②。但是,当前很多红色旅游地存在游客人数增长虽快,但相应的旅游收入却增长缓慢的问题。如以“红军遗迹”“地震遗址”为特色的四川绵阳市北川县旅游接待人数每年保持 10% ~ 25% 的增长,但人均消费额却没有大的变化^③。那么,红色旅游是否能真正成为地区经济发展的动力? 如果作用有限,其背后的原因是什么? 这些问题的解决将为各地合理利用红色文化资源、增强旅游吸引力、弘扬革命文化、带动地区经济发展提供重要的决策依据。

红色旅游具有较强的政府主导发展倾向^[3]。为了指导全国红色旅游实践,中共中央办公厅、国务院办公厅依据各地红色文化资源分布情况,于 2004 年、2011 年及 2016 年陆续发布三期《全国红色旅游发展规划纲要》(下文简称“《纲要》”),共评选出红色旅游经典景区 300 处^④。这为我们解决以上问题提供了绝佳样本。故本文将此数据信息匹配到中国 2000—2018 年地市级行政单位面板数据中,实证考察红色文化资源对地区经济发展的影响,并着重剖析了旅游业在其中的渠道性作用。

本文可能的边际贡献在于:首次实证检验了红色文化资源对地区经济发展的影响,并着重剖析了旅游业在其中的渠道性作用。研究发现,在一般情况下红色文化资源在旅游吸引上普遍存在“引流不引财”的问题,这可能也是造成红色文化资源带动地区经济发展作用有限的主要原因之一。而红色文化资源集聚优势或比较优势的形成,以及有效的文旅融合则有望解决这一问题。本文的研究结果不仅为红色文化资源的经济价值提供了经验性证据,对当前红色旅游的实证性研究文献形成了有效补充,并为各地因地制宜的利用自身红色文化资源推动旅游业高质量发展,带动地区经济增长提供了切实可行的路径指导。

本文的内容安排是:第一部分在回顾相关文献基础上给出本文的研究设计;第二部分展示了基准回归结果,并初步从红色文化资源的集聚优势、比较优势两方面对基准回归结果进行进一步分析;第三部分是渠道与机制检验;第四部分是稳健性分析;第五部分是结论与启示。

一、理论框架与研究设计

(一)文献回顾与理论框架

文化资源的经济增长效应主要体现在其对旅游业发展的带动上,加之在现代旅游中,人们正在越来越多地追求一些独特性的文化体验,故文化旅游作为旅游业的一种高级形式,成为旅游业高质量发展的重要动力之一。文化旅游不同于普通大众旅游,是基于文化动机而产生的对“异质”事物的瞬间消费。红色旅游是指以中国革命纪念地、纪念物及其承载的革命精神为吸引物,组织接待旅游者进行参观游览,学习革命历史知识、接受革命传统教育和振奋精神、放松身心、增加阅历的旅游活动^⑤。从形式上看,红色旅游、共产主义遗

① “文化和旅游部:今年红色旅游出游人数超 1 亿人次”,央视网新闻, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1686320427863851841&wfr=spider&for=pc>。

② “中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加大脱贫攻坚力度支持革命老区开发建设的指导意见》”,2016-02-01, www.gov.cn。

③ “县域文旅业成长的烦恼怎么破?”,四川日报,2020-11-24, https://www.sohu.com/a/433866021_100014880。

④ “关于印发全国红色旅游经典景区名录的通知”,国家发展改革委,2016-12-30, https://www.ndrc.gov.cn/xxgk/zcfb/tz/201612/t20161230_962839.html。

⑤ “2004—2010 年全国红色旅游发展规划纲要”,中共中央办公厅、国务院办公厅,2011-12-19, <http://www.scio.gov.cn/>。

产旅游和黑色旅游都属于遗产旅游^[4]。从功能属性上看,红色旅游的核心属性为政治属性,而经济属性和社会属性为附加属性^[5]。故绝大多数关于红色旅游的研究多围绕其政治教育成效及其驱动力等进行^[6-7]。随着三期《纲要》的政策推进,红色旅游助推地区脱贫攻坚和城乡一体化发展的经济效应逐步突出。2016 年印发的《关于加大脱贫攻坚力度支持革命老区开发建设的指导意见》明确指出,要支持老区建设红色旅游经典景区,加强旅游品牌推介,着力开发红色旅游产品,切实改善老区人民生活水平。因而,红色旅游的经济效应研究越来越多地受到重视。

梳理红色旅游经济效应的相关研究发现,红色旅游的经济效应、产业融合、精准扶贫等经济效应已被初步证实,但绝大多数为案例性研究或定性描述性研究,定量分析偏少^[8]。通过一些典型地区的调研分析发现,红色旅游资源不仅具有一般旅游资源的特征,还具有革命精神的无形性、多种旅游业态的伴生性特征^[9]。在红色文化品牌效益的影响下^[10],通过促进其与地方旅游及文化产业的融合发展^[11],红色旅游可以在一定程度上提升地区财政收入、就业竞争力及人们生活质量,特别是对一些老少边穷的革命老区经济发展具有助推作用^[12-14]。但同时也有研究发现,红色旅游虽有助于提升地方游客量,但在实践过程中仍存在农户参与困难^[15],对地方旅游业发展及经济收入的实际贡献度并不明显等问题^[16]。国外研究也认同红色旅游是中国用于推动国家经济增长,并在年轻一代中弘扬共产主义意识的重要方式^[17],但目前无论是中文还是英文研究文献都非常稀缺^[18]。

回顾相关文献可以看到,绝大多数文献都将红色旅游看作一个整体进行研究。红色旅游从本质上看属于文化旅游的一种,归根到底是以红色文化资源吸引游客前来,以其住宿、相关消费行为拉动当地经济发展的一种文化经济现象。然而,众所周知旅游业支持经济发展的前提是旅游资源、旅游设施以及旅游服务三大要素齐全优化。

因此,旅游资源可能有助于吸引游客前往,但旅游人数的增加不一定带来相应的旅游收入增加。基于此,本文将红色旅游的概念解构为“红色文化资源”与“旅游吸引”两部分。其中,旅游吸引不仅是指旅游人数的吸引,更重要的是游客带来的消费、产业溢出等引致的旅游收入增加,即“引流又引财”。基于以上分析,我们构建了本文的理论框架(如图 1 所示),即旅游吸引不仅包括对旅游人流的吸引,而且包括对旅游收入的拉动,两者只有相辅相成才能有效带动地区经济发展。否则,其拉动地区经济发展的成效则不明显。为了验证以上理论假设,本文尝试利用中国三期《纲要》所公布的红色景区数据代理红色文化资源丰富程度,在 2000—2018 年中国地市级行政单位面板数据基础上对红色文化资源、旅游吸引及地区经济发展三者间的关系进行实证分析与相关机制检验。

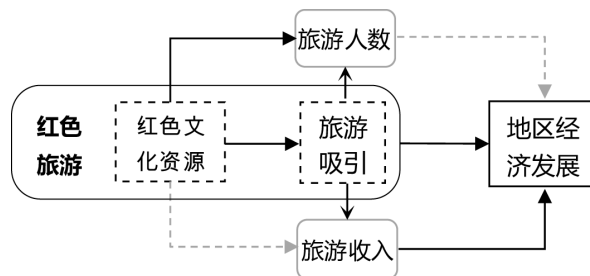


图 1 理论框架

(二) 研究设计与数据说明

首先,为了验证红色文化资源对地区经济发展的影响,构建了以下基准模型进行实证检验:

$$Development_{ij} = \beta_0 + \beta_1 Red_{ij} + \beta_2 Controls_{ij} + \varepsilon \quad (1)$$

其中: $Development_{ij}$ 为被解释变量,表示*i*地区第*j*年的经济发展水平,本文分别选用地区人均GDP、城镇居民人均收入水平和农村居民人均收入水平3个指标来代理; Red_{ij} 为核心解释变量,即地区红色文化资源丰富程度,选用*i*地区第*j*年是否有入选中国红色旅游经典景区的虚拟变量代理; $Controls_{ij}$ 表示其他控制变量,涵盖开放程度、交通、文化教育以及信息技术等多方面影响因素。 ε 为误差项。

1. 地区经济发展水平

很多经典文献中一般以人均 GDP 衡量地区经济发展水平^[19]。改革开放以来,中国经济保持快速增长,人民生活水平显著提高,但是绝大多数年份的城乡居民收入增长速度慢于 GDP 增长速度,两者的累积差距不断扩大。党的十九大以来强调在经济增长的同时应实现居民收入同步增长。可见,居民收入增长是衡量经济发展质量的一个重要方面^[20]。故我们进一步选用人均收入水平作为地区经济发展的衡量指标。另外,中国是典型的城乡二元经济结构,城镇居民收入与农村居民人均之间存在一定的差异。综上所述,分别选用了地区人均 GDP、城镇居民人均收入水平和农村居民人均收入水平 3 个指标来代理地区经济发展水平。

2. 红色文化资源

2004 年、2011 年及 2016 年发布的《纲要》体现了中国红色旅游发展方向和路径的总体部署。其中,2004 年一期纲要评选出红色旅游景区 100 处,2011 年二期纲要新增 130 处,2016 年三期纲要新增 52 处新景区,同时有 70 处景点补入第一、二期名录的相关景区,最终形成 300 处红色旅游经典景区名录^①。依据各红色景区所在地以及入选年份,将此数据与地市级面板数据项匹配,构造核心解释变量 Red_{ij} 用于代理地区红色文化资源发展水平,即地区 i 第 j 年如有红色景区被列入规划名录,则 $Red_{ij} = 1$,否则 $Red_{ij} = 0$ 。另外,由于名录中很多红色景区是由一系列景点组合而成,如广西壮族自治区的左右江红色旅游系列景区,包括百色市红七军军部旧址,乐业县红七军和红八军会师地旧址等 7 个相关联的红色景点。显然,系列红色景区与单个红色景区所代表的红色文化资源集聚程

度不同,为了加以区分,我们依据地区 i 第 j 年是否有系列红色景区构建了另一个核心解释变量 Red_X_{ij} 用于衡量红色文化资源集聚程度。

3. 其他控制变量

虽然本文采用固定效应模型,已较好地控制了样本个体差异。但为了尽量减轻估计中可能存在的遗漏变量偏误,在模型中仍进一步控制了城市层面其他可能影响经济发展的一些特征变量 ($Controls_{ij}$)。参照经济增长理论的经典论述及已有文献,控制变量主要包括以下几个方面:①资本投入是索罗经济增长模型中最重要的因素,从这个层面出发,结合数据可得性,本文控制了固定资产投资额 (fix);②王小鲁等 (2005)^[21] 认为,经济增长的相关因素,如引进外资程度等开放经济程度也是影响地区收入差距的重要因素,据此我们进一步控制了货物进出口总额 ($open$)、外商直接投资额实际使用额 (fdi) 两个变量;③有研究表明交通基础设施的完善缩小了地区经济的不平衡^[22],故以民用汽车拥有量 (car) 来衡量交通基础设施;④姚先国等 (2008)^[23] 认为文化氛围与教育水平是地方经济发展的软约束,基于此我们选用公共图书馆数量 ($book$)、普通高等学校在校学生数 ($student$) 对此加以控制;⑤现代通信技术的快速发展无疑也是经济发展的重要动力,因此我们进一步控制了移动电话数量 ($phone$) 以减轻技术的影响。

本文采用的样本为中国 337 个地市级行政单位^② 2000—2018 年间的面板数据,所用数据来自 2000 年至 2019 年的《中国区域统计年鉴》。另外,所有与价格相关的变量均以 2000 年为基年进行了平减,极端值数据经过 1% 缩尾处理。各个变量的含义及描述性统计见表 1。

① 全国红色旅游经典景区名录公布 300 处景区入选,2016-12-29,中新网, <https://www.chinanews.com/cj/2016/12-29/8108816.shtml>。

② 包括 333 个地市级行政单位和 4 个直辖市,数据不包括港澳台地区。由于历年来中国的行政区划多有变动,本文所取样本统一以 2018 年行政区划为准,期间新增的一些城市,如海南省三沙市、儋州市等,以及撤销的城市如巢湖市等,在后续数据分析中由于数据不全被自动算作缺失,不影响计量结果。

表 1 变量解释及描述性统计

变量名	变量取值	均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量					
<i>gdp</i>	人均地区生产总值(元)	20790.69	17467.57	2402	89272.47
<i>chengzhen</i>	城镇居民人均可支配收入(元)	11765.56	5310.19	4522.04	29577.77
<i>nongcun</i>	农村居民人均纯收入(元)	4428.84	2567.15	1147.16	13484.28
核心解释变量					
<i>Red_{ij}</i>	i 地区第 j 年有红色经典景区 = 1, 否则 = 0	0.31	0.47	0	1
<i>Red_X_{ij}</i>	i 地区第 j 年有系列红色经典景区 = 1, 否则 = 0	0.13	0.34	0	1
其他控制变量					
<i>fix</i>	全社会固定资产投资额(亿元)	735.43	1091.75	7.8	5938.4
<i>open</i>	货物进出口总额(万美元)	408021.2	1287031	99.46	9444287
<i>fdi</i>	外商直接投资额实际使用额(万美元)	36895.88	75539.88	19.65	464306.8
<i>car</i>	民用汽车拥有量(辆)	279048.6	407091.4	6027	2359200
<i>book</i>	公共图书馆数量(个)	8.36	4.41	1	25
<i>student</i>	普通高等学校在校学生数(万人)	6.2	11.82	0.05	69.34
<i>phone</i>	移动电话用户数(万户)	244.02	289.8	4.2	1629.1

二、实证结果分析

(一)基准回归:红色文化资源与地区经济发展

本文采用 *stata* 16.1 软件进行计量分析。为了减轻异方差问题,实证分析中对连续性变量均取对数处理。为了尽量控制各地其他因素的差异,采用固定效应模型对式(1)进行检验,基准回归结果见表 2。由此可以看到,红色旅游资源对当地农村居民收入的增长有显著的正向拉动作用。这一结论在很多地区已得到验证。如以毛泽东故居和纪念馆闻名的湖南省韶山市,在红色旅游支柱产业带动下,农民人均可支配收入 10 年间年均增长率达 10% 以上,成为韶山历史上农民收入增长最快的时期^①。但是,从计量结果来看,当地是否有红色旅游资源对其所在地区人均 GDP 的增长和城镇居民收入水平的增加没有显著影响。这一结论初步反映了红色文化资源在城镇居民收

入提升及地区经济总体发展上作用实际尚不明显的基本事实。为了探寻其背后的原因,下面从红色文化资源的集聚优势和比较优势两个方面进一步检验。

(二)解释变量替换:红色文化资源集聚优势与地区经济发展

实际上,在 2016 年整合形成的 300 处红色经典景区名录中,约有 30% 为系列性红色景区,即一处红色景区由多个相关红色景点组合而成。如在四川、贵州、云南、甘肃、宁夏等地均有长征红色旅游系列景区,且每个长征系列景区都涉及多个城市多个景点。显然,系列红色景区 *Red_X_{ij}* 与红色景区 *Red_{ij}* 所代表的红色文化资源丰富程度有所差别。相比单一红色景区来说,系列性红色景区往往具有更大的规模,可能更易形成品牌效应并收到更大的效益。故我们将基准回归中的解释变量 *Red_{ij}* 替换为 *Red_X_{ij}*,并依据模型(1)再次进行回归分析,结果见表 3。可以发现,*Red_X_{ij}* 对地区人均 GDP 和城镇与农村居民收入增长均呈现显著的正向影响。从影响系数来看,系列性红色景区数量每增加 1 个百分点,当地的人均 GDP、城镇居民人均可支配收入和农村人均纯收入将分别上升约 4.6、1.6 和 2.2 个百分点。这说明,如果红色文化资源能形成集聚优势,将在地区经济发展及城乡收入增长上表现出明显的推动作用。

表 2 基准回归结果

FE	(1)	(2)	(3)
	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun
<i>Red_{ij}</i>	-0.00842 (0.0165)	0.00465 (0.00643)	0.0200** (0.00927)
控制变量	YES	YES	YES
常数项	7.299*** (0.124)	8.203*** (0.0487)	6.943*** (0.0701)
<i>N</i>	2824	2774	2730
adj. <i>R</i> ²	0.602	0.647	0.681

注:括号中为 t 值,*、**、*** 分别表示 10%、5%、1% 的水平上显著。下同。

① 红色韶山大数据:十年旅游收入十倍“换新天”,2015-03-13, <http://moment.rednet.cn/rednetcms/news/liveNews/20150313/57476.html>.

表3 红色文化资源集聚优势的检验

FE	(1)	(2)	(3)
	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun
Red_X_{ij}	0.0464 **	0.0164 **	0.0219 *
	(0.0200)	(0.00784)	(0.0114)
控制变量	YES	YES	YES
常数项	7.279 ***	8.200 ***	6.946 ***
	(0.124)	(0.0486)	(0.0701)
N	2824	2774	2730
adj. R^2	0.603	0.648	0.681

(三)异质性检验:红色文化资源比较优势与地区经济发展

红色旅游景点是中国革命历史文化遗产的反映。从时空分布来看,目前的红色文化遗存以新民主主义革命时期为主,包括建党、土地革命战争、长征、抗日救国和解放战争等重要历史时期^[24]。历史的渊源造就了这些地区红色文化资源比较优势的形成,而这些地区绝大部分被划为“革命老区”。有研究表明,红色旅游是很多革命老区城镇化建设、人们生活质量提升以及经济发展的重要动力^[25]。那么,这些在红色文化传承上具有天然比较优势的地区,其红色旅游资源的经济拉动效应是否更明显?故依据模型(1)按照革命老区面积占全省面积是否超过一半分样本进行异质性检验。计量结果发现在老区面积占比较高的地区,不仅系列红色景区(Red_X_{ij})的经济拉动效应显著,红色景区(Red_{ij})的经济拉动效应也相比总样本明显增强(见表4)。进一步对革命老区面积占全省面积一半以下的样本进行检验, Red_{ij} 和 Red_X_{ij} 的系数则均不再显著。这一结果说明在红色文化传统越深厚、红色文化资源具有比较优势的地区,其对当地经济发展和收入增加的拉动效果更明显。

表4 革命老区面积超50%样本回归结果

FE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun
Red_{ij}	0.0393 **	0.0242 ***	0.0323 ***			
	(0.0178)	(0.00708)	(0.00948)			
Red_X_{ij}				0.0781 ***	0.0425 ***	0.0302 ***
				(0.0202)	(0.00804)	(0.0109)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES
常数项	7.088 ***	8.146 ***	6.595 ***	7.067 ***	8.137 ***	6.600 ***
	(0.147)	(0.0580)	(0.0780)	(0.147)	(0.0577)	(0.0781)
N	1627	1603	1554	1627	1603	1554
adj. R^2	0.683	0.735	0.772	0.685	0.737	0.772

这也从另一个侧面进一步说明,红色文化资源拉动地区经济发展的重要前提是资源的集聚优势明显。

三、渠道与机制

以上检验表明,一般情况下红色文化资源对农村收入增长有一定影响,但在地区经济总体发展和城镇收入增长的拉动上效果有限。但红色文化资源如果形成集聚优势或者比较优势,则能更有效地带动地区经济与城乡收入增长。那么,以上结论背后的深层原因是什么?红色文化资源之所以能带动地区经济发展,主要是通过将一些革命历史遗迹进行保护和建设形成红色景区,吸引各地游客前往参观学习。但是,游客的到来不等于收入的增加。由于红色景区门票一般采取免费制,故景区必须通过丰富文化旅游内容来延长游客游览时间,提高过夜旅客人数,促进住宿餐饮等配套产业的发展,有效增加当地居民收入,拉动地区人均生产总值的上升。这实际上也是一般文化旅游业高质量发展的重要机制所在^[26]。但事实上,很多红色景区缺乏具有吸引力的体验项目,旅游产品开发还处于表层阶段,导致游客停留时间短、过夜游客人数少、人均旅游花费低的问题突出,旅游产品“多而不强”的特征明显。如四川省北川县的典型案例。游客一到北川就去国家地震遗址博物馆、老县城地震遗址区免费参观,参观完吃了饭只能离开,因为没有其他项目可体验^①。由此可以推断,红色文化资源之所以对地区经济发展的拉动效果相对有限,主要原因是其对旅游收入的拉动效果不明显,即在旅游吸引上存在“引流不引财”的问题。

(一)旅游业的渠道作用

为了验证旅游业在红色文化资源带动地区经济发展中的渠道作用,并剖析红色文化资源对旅游人数与旅游收入的不同影响,分别选用国内游客数量($arri_dom$)、国内旅游收入($income_dom$)、国际游客数量($arri_inter$)以及国际旅游收入($income_inter$)作为衡量一个地区旅游业发展的代

① “县域文旅业成长的烦恼怎么破?”,四川日报,2020-11-24, https://www.sohu.com/a/433866021_100014880。

理变量,并将其作为被解释变量进行回归分析,结果如表 5 所示。表 5 中的 *panle A* 为总样本回归结果,*panel B* 为老区面积大于 50% 样本回归结果。由此可以看出,在总样本回归中, Red_{ij} 除了对国内旅游人数有显著的正向拉动作用外,对国内外旅游收入增加和国际旅游人数增加均无明显拉动效果。但 Red_X_{ij} 对当地国内外旅游人数的吸引及旅游收入的增加均有显著的正向影响。老区面积大于 50% 样本回归分析显示了类似的结果,但相比总样本来说 Red_{ij} 和 Red_X_{ij} 的系数均略有增加,并且 Red_{ij} 对国际旅游收入增长的影响系数变显著。这证实一般情况下,红色文化资源在对旅游发

展的影响上确实存在“引流不引财”的问题,但在红色文化资源形成集聚优势或比较优势后将“既引流又引财”。这说明集聚性红色文化资源可能更有效提升游客的停留时间,进而带来住宿、餐饮等旅游收入增加,达到不仅吸引人流,而且增加旅游收入的效果。在红色文化资源具有比较优势且又具有集聚优势的地区,其引流又引财的旅游吸引效果最明显。

检验国内外旅游人数和收入与地区经济发展与收入增长的关系进一步发现,相比旅游收入和国际旅游人数来说,国内旅游人数的增加对地区经济发展的拉动效应最不明显(见表 6)。但一般

表 5 旅游业的渠道作用检验

FE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	lnarri_dom	lnincome_dom	lnarri_inter	lnincome_inter	lnarri_dom	lnincome_dom	lnarri_inter	lnincome_inter
<i>Panel A</i> 总样本								
Red_{ij}	0.0545 **	0.00365	0.0286	0.0519				
	(0.0225)	(0.0249)	(0.0597)	(0.0627)				
Red_X_{ij}					0.0814 ***	0.0676 **	0.280 ***	0.347 ***
					(0.0275)	(0.0304)	(0.0723)	(0.0760)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
常数项	4.103 ***	9.255 ***	-7.228 ***	-2.293 ***	4.104 ***	9.236 ***	-7.315 ***	-2.388 ***
	(0.182)	(0.201)	(0.484)	(0.509)	(0.182)	(0.201)	(0.483)	(0.507)
N	2491	2486	2496	2495	2491	2486	2496	2495
adj. R^2	0.697	0.741	0.587	0.618	0.698	0.741	0.590	0.621
<i>Panel B</i> 革命老区面积 > 50% 样本								
Red_{ij}	0.0569 **	0.0213	0.0690	0.199 ***				
	(0.0252)	(0.0260)	(0.0667)	(0.0654)				
Red_X_{ij}					0.103 ***	0.0991 ***	0.332 ***	0.469 ***
					(0.0286)	(0.0296)	(0.0751)	(0.0735)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
常数项	3.438 ***	8.826 ***	-3.431 ***	1.321 **	3.410 ***	8.768 ***	-3.641 ***	1.124 *
	(0.228)	(0.235)	(0.603)	(0.591)	(0.227)	(0.234)	(0.599)	(0.585)
N	1457	1456	1459	1466	1457	1456	1459	1466
adj. R^2	0.742	0.790	0.597	0.672	0.743	0.791	0.603	0.679

表 6 旅游发展对地区经济增长的影响

FE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
	lngdp	lngdp	lngdp	lngdp	lnchengzhen	lnchengzhen	lnchengzhen	lnchengzhen	lnnongcun	lnnongcun	lnnongcun	lnnongcun
$lnarri_dom$	-0.0275 **				0.0247 ***				-0.00432			
	(0.0128)				(0.00502)				(0.00716)			
$lnincome_dom$		0.0382 ***				0.0468 ***				0.0264 ***		
		(0.0113)				(0.00440)				(0.00632)		
$lnarri_inter$			0.0161 ***				0.0184 ***				0.00440 *	
			(0.00443)				(0.00171)				(0.00249)	
$lnincome_inter$				0.0268 ***				0.0211 ***				0.0129 ***
				(0.00428)				(0.00164)				(0.00238)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
常数项	7.408 ***	6.921 ***	7.384 ***	7.293 ***	8.097 ***	7.766 ***	8.320 ***	8.228 ***	6.970 ***	6.716 ***	6.967 ***	6.948 ***
	(0.135)	(0.163)	(0.127)	(0.124)	(0.0528)	(0.0636)	(0.0489)	(0.0472)	(0.0759)	(0.0918)	(0.0716)	(0.0691)
N	2796	2714	2789	2780	2746	2671	2739	2745	2703	2628	2695	2702
adj. R^2	0.602	0.603	0.606	0.613	0.650	0.664	0.665	0.670	0.681	0.684	0.685	0.693

情况下红色文化资源恰恰普遍存在“引流不引财”的问题,所以一些红色景区虽然能大量吸引国内游客前往,但由于其对旅游收入增长和国际游客的吸引效果不佳,因而无法有效拉动地区经济水平与收入的上升。同样地,当红色文化资源形成集聚优势或具有比较优势时,其不仅能吸引人流,更重要的是其能有效带动国内外旅游收入增长,进而有效促进地区经济和收入增长。

(二)文旅融合机制

由以上检验可知,旅游业高质量发展的渠道作用是以红色文化资源带动地区经济与收入增长的关键所在。那么,接下来的关键问题即是如何解决在一般情况下红色文化资源存在的“引流不引财”问题,特别是一些没有条件形成系列性景区的地区如何实现“引流又引财”?归根到底,红色旅游是文化旅游的一种特殊形式,文旅融合机制应在红色旅游中具有普遍适用性。已有研究表明,有效的“文旅融合”机制发挥不仅需要传统旅游景区资源的支撑,而且需要强有力的制度保障。中国部分城市实施的文化体制改革激发了市场活力,能够有效地促进文旅融合并带动当地旅游业发展^[26]。因此,我们认为丰富的旅游资源基础和优良的文化制度环境是文旅融合机制发生作用的关键所在,也是解决红色文化资源“引流不引财”问题的可能途径。

基于此,以某地区是否有“世界遗产(包括文化遗产和自然遗产)”或“国家风景名胜区”或“国家级5A级景区”构建了地区其他旅游资源(*tourism_resource*)^①指标,以某地“是否进行文化体制改革”(CulReform)代理文化制度环境。首先,在以上旅游业的渠道检验基础上,引入“红色景区×其他旅游资源”(Red_{ij}×*tourism_resource*)交叉项,结果如表7所示。交叉项对于国外旅游人数与收入的影响系数均显著为正。这说明如果当地有较丰富的其他旅游资源支撑,红色文化资源将对当地入境

游及收入产生更积极的带动作用。事实上,之前的研究也表明,相较于一些本土文化景点,国际入境游客一般倾向于首先前往国家级风景名胜区游览^[27]。其他旅游资源对红色景区的支撑作用可能得益于此。进一步地,在以上检验的基础上引入“红色景区×其他旅游资源×文化制度环境”(Red_{ij}×*tourism_resource*×CulReform)三重交叉项(见表8)。可以看到,三重交叉项的系数均为正,其中第二列通过1%水平的显著性检验。这一结果说明,红色文化资源对当地旅游业的带动作用,不仅取决于其他旅游资源基础的丰富程度,很大程度上还取决于当地文化制度环境的完善程度。特别是在良好的文旅融合环境下,以红色文化资源带动国内旅游收入的增长效果更佳。

表7 其他旅游资源的支撑作用

FE	(1)	(2)	(3)	(4)
	lnarri_ domestic	lnincome_ domestic	lnarri_ international	lnincome_ international
Red _{ij} × <i>tourism_resource</i>	0.0363 (0.0422)	-0.0127 (0.0469)	0.265 ** (0.113)	0.247 ** (0.119)
控制变量	YES	YES	YES	YES
常数项	4.080 *** (0.177)	9.217 *** (0.197)	-7.240 *** (0.477)	-2.309 *** (0.502)
N	2491	2486	2496	2495
adj. R ²	0.715	0.754	0.601	0.630

表8 文旅融合机制检验

FE	(1)	(2)	(3)	(4)
	lnarri_ domestic	lnincome_ domestic	lnarri_ international	lnincome_ international
Red _{ij} × <i>tourism_resource</i> × <i>culreform</i>	0.0302 (0.0888)	0.259 *** (0.0980)	0.263 (0.235)	0.186 (0.248)
控制变量	YES	YES	YES	YES
常数项	4.088 *** (0.178)	9.290 *** (0.197)	-6.992 *** (0.473)	-2.036 *** (0.500)
N	2491	2486	2496	2495
adj. R ²	0.716	0.757	0.614	0.639

四、稳健性分析

本文通过实证检验发现一般情况下红色文化资源对地区经济与城镇收入增长效果有限,但当红色文化资源形成集聚优势或具有比较优势时,其经济增长的拉动效果变得显著。这一统计显著

①“世界遗产”是一项由联合国发起、联合国教育科学文化组织负责执行的国际公约建制,截至2019年7月,中国已有55项世界文化和自然遗产列入世界遗产名录;“国家风景名胜区”由中国国务院批准公布,自1982年起截至2017年年底共公布了9批244处;“国家级5A级景区”为中国旅游景区最高等级,截至2020年11月9日,国家文化和旅游部共确定了281个国家5A级旅游风景区。某地某年如果有其中任何一类旅游资源的命名,*tourism_resource*取值为1,否则为0。

性是否只是出于红色文化资源集聚优势的代理变量 Red_X_{ij} 存在的某些随机因素? 或是否出于用于表示红色文化资源比较优势的革命老区样本选择问题? 本文针对这两个可能的偏误针对性进行了稳健性检验。

(一) 安慰剂检验

首先, 本文构造了一个与 Red_X_{ij} 相反的变量 $Red_X_{ij}^*$ 进行安慰剂检验。 $Red_X_{ij}^*$ 的构造方法为将原先是红色景区, 但不是系列性红色景区的样本赋值为 1, 其他则为 0, 即将原先红色景区中非系列性红色景区的样本与系列红色景区样本调换。如果原检验相对稳健, 则 $Red_X_{ij}^*$ 对地区经济发展的影响应不显著。安慰剂检验结果列于表 9。第(1)列—第(3)列为总样本回归结果, 第(4)列—第(6)列为革命老区面积占比超过 50% 的样本回归结果。可以看到, $Red_X_{ij}^*$ 对因变量的影响系数均不再显著, 与前述回归结果基本相反。这反向说明原检验结果相对稳健。

表 9 安慰剂检验

FE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	总样本			革命老区面积 > 50% 样本		
	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun
$Red_X_{ij}^*$	-0.0552 *** (0.0194)	-0.00877 (0.00755)	0.00763 (0.0109)	-0.0310 (0.0215)	-0.0120 (0.00852)	0.0137 (0.0115)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES
常数项	7.301 *** (0.124)	8.207 *** (0.0486)	6.951 *** (0.0701)	7.120 *** (0.147)	8.164 *** (0.0580)	6.616 *** (0.0780)
N	2824	2774	2730	1627	1603	1554
adj. R^2	0.603	0.648	0.681	0.682	0.733	0.771

(二) 样本的变换

在异质性检验中, 选用革命老区占比面积超过 50% 样本检验红色文化资源比较优势的影响。这里依据新民主主义时期的主要历史特征, 以某地是否属于长征路线城市, 革命根据地数量以及革命老区数量构造新变量 $Red_culture$ ^①, 从数量角度衡量某地是否具有红色文化资源比较优势。以此样本再次进行异质性检验, 结果如表 10 所示。结果与前表 4 的异质性检验结果基本相似, 系数及显著性略有差异。说明前述检验结果稳健。

表 10 变换样本检验

FE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun	lngdp	lnchengzhen	lnnongcun
Red_{ij}	0.0222 (0.0224)	0.0231 ** (0.00949)	0.0491 *** (0.0134)			
Red_X_{ij}				0.0863 *** (0.0245)	0.0441 *** (0.0104)	0.0367 ** (0.0150)
控制变量	YES	YES	YES	YES	YES	YES
常数项	7.593 *** (0.188)	7.985 *** (0.0791)	7.009 *** (0.112)	7.524 *** (0.186)	7.968 *** (0.0784)	7.033 *** (0.112)
N	928	897	847	928	897	847
adj. R^2	0.742	0.814	0.778	0.745	0.817	0.775

五、结论与启示

2021 年是中国共产党建党 100 周年, “十四五”的开局之年, 进一步加强红色革命文化的传承与弘扬是建设社会主义文化强国的重要一环。本文基于中国 2000—2018 年地市级行政单位面板数据, 以中国政府 2004 年、2011 年及 2016 年陆续发布的三期《全国红色旅游发展规划纲要》所评选的红色旅游经典景区数据代理地方红色文化资源发展水平, 实证考察了红色文化资源对地区经济发展的影响, 并着重剖析了旅游业在其中的渠道性作用。研究发现, 在一般情况下红色文化资源对农村收入增长有带动作用, 但对地区经济总体发展和城镇居民收入提升作用有限。但是, 当红色文化资源形成集聚优势或比较优势时, 其对地区经济发展及城乡收入增长的带动作用明显变强。为了剖析其背后的原因, 将旅游业的渠道作用分离出来进行机制检验, 结果表明在一般情况下红色文化资源之所以对地区经济发展的带动作用有限, 归根到底是因为红色文化资源虽然能吸引国内游客前往, 但对相应的旅游收入增长的带动, 以及对国际游客的吸引效果不佳, 因而无法有效拉动地区经济水平与收入的上升, 即单一红色文化资源在旅游吸引上普遍存在“引流不引财”的问题。当红色文化资源具有集聚优势或比较优势时, 才能形成“引流又引财”的旅游吸引力, 进而有效带动地区经济发展。最后, 本文进一步从文旅融合机制的视角探讨了解决一般情况下红色文化

① $Red_culture$ 具体取值方法为: 某地区同时满足 3 个条件, 即革命根据地数量超过均值 (2.6), 革命老区数量超过均值 (56), 又为长征路线地区, 则 $Red_culture = 1$, 否则为 0。这一取值方式主要从数量角度进行红色文化资源比较优势的衡量, 与前文采用革命老区占比面积超过 50% 的取值方式互为补充。

资源旅游吸引力不足问题的可能途径,机制检验表明红色文化资源如果能与其他旅游资源融合发展,并予以良好文化制度环境的支撑,则有望在旅游吸引上实现“引流又引财”,进而有效带动地区经济发展。基于以上研究发现,我们将前文的理论框架图(见图1)进行拓展完善(见图2)。

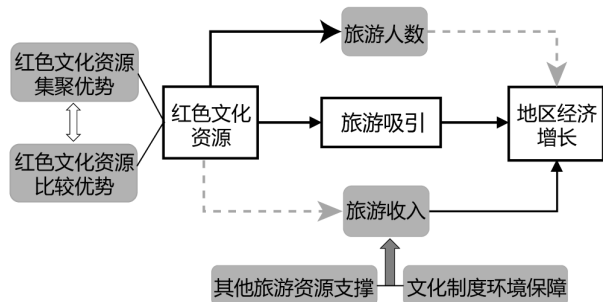


图2 理论框架拓展

本文的研究具有一定理论意义。红色旅游是一种特有的文化旅游现象,现有研究绝大多数为定性的案例研究,研究关注点也主要聚焦于红色旅游的政治与社会功能,鲜有针对红色旅游经济效益探讨的实证性研究成果。本文首次运用文化经济学的研究思想和方法,将红色旅游概念解构为“红色文化资源”和“旅游吸引”两部分,明确了红色文化资源、旅游吸引与经济发展三者之间的关联性。其中,旅游业的高质量发展是以红色文化资源有效拉动地区经济发展的重要渠道,并且旅游人数和旅游收入的渠道作用效果不同。故以红色文化资源拉动地区经济发展的关键是在红色资源集聚优势和比较优势基础上,加强其与其他旅游资源的融合联动,并辅以优良的文化制度环境机制配合。

本文的研究也具有重要的政策含义。第一,红色文化资源带动地区经济发展的程度与当地红色文化资源的集聚程度密切相关。所以,各地在推进红色文化旅游工作中,特别是红色旅游资源丰富的地区,应加大系列性红色文化资源的建设工作力度,打造特色突出的地方性红色文化品牌,利用品牌效应和规模效应吸引人,留住人,进而带

动地方经济发展。相反地,如果地区红色文化资源相对单一,则不应过度投资建设。正如习近平总书记所强调“建红色纪念设施要恰当,不要贪大求洋”^[28],保留其红色底色,讲好红色故事,侧重其爱国主义教育功能的发挥。第二,红色文化资源的比较优势也是红色旅游经济效应发挥的重要基础,故发展红色旅游应因地制宜。对红色资源禀赋较好的地区,应进一步加大对当地红色旅游发展的财政支持和政策倾斜,加强红色文化资源与其他旅游资源的联动与互补。更重要的是,在两者融合互动发展中,要注意避免“大而全、多而乱”的问题,应在突出红色文化品牌基础上辅以其他旅游资源的支撑,旅游设施建设要与红色纪念设施相得益彰,避免红色文化品牌优势的削弱。第三,红色旅游经济效应的充分发挥离不开良好的文化市场环境支撑。采取的措施主要包括充分发挥市场的能动性,提升当地居民在红色旅游事业中的参与性,完善红色旅游周边特色餐饮、住宿、交通等配套设施,打造多样性、创新性的红色文化产品,如上海的中共四大纪念馆打造的“四大”盲盒文创产品就是红色文化与潮流文化融合创新的典型代表^①。

参考文献:

- [1] FABER B, GAUBERT C. Tourism and economic development: evidence from Mexico's coastline[J]. American economic review, 2019, 109(6): 2245-93.
- [2] 赵磊,吴媛. 中国旅游业与农村贫困减缓:事实与解释[J]. 南开管理评论,2018, 23(6):144-157.
- [3] ZHAO S N, TIMOTHY D J. Governance of red tourism in China: perspectives on power and guanxi [J]. Tourism management, 2015, 46(2):489-500.
- [4] FYALL A, GARROD B. Heritage tourism: at what price? [J]. Managing leisure, 1998, 3(4):213-228.
- [5] 金鹏,卢东,曾小乔. 中国红色旅游研究评述[J]. 资源开发与市场,2017,33(6):764-768.
- [6] 李文明,敖琼,殷程强,等. 韶山红色旅游地游客亲环境行为的驱动因素与影响机理[J]. 经济地理, 2020(11): 235-242.

① 参见:“青春上海:盲盒、画展、篮球赛……传播红色文化也需要来点斜杠”,上海虹口区政府,2020-09-29, <http://www.shhk.gov.cn/shhk/xwzx>.

- [7] ZUO B, GURSOY D, WALL G. Residents' support for red tourism in China: the moderating effect of central government [J]. *Annals of tourism research*, 2017, 64(5):51-63.
- [8] 谢爱良, 刘佳. 中国红色旅游研究特征与趋势研究——基于科学知识图谱视角[J]. *资源开发与市场*, 2020, 273(5):92-98.
- [9] 黄细嘉, 宋丽娟. 红色旅游资源构成要素与开发因素分析[J]. *南昌大学学报(人文社会科学版)*, 2013, 44(s): 53-59.
- [10] 刘琨. 红色文化的经济价值和品牌效益研究[J]. *人民论坛*, 2012(5):78-79.
- [11] 张泰城, 王伟年. 公益化视域中的红色旅游发展研究[J]. *江西社会科学*, 2014(1):246-251.
- [12] 熊云明, 李松志. 红色旅游扶贫的理论梳理及实践意义[J]. *老区建设*, 2008(14):21-23.
- [13] 许月月, 张英杰. 红色旅游的经济效应研究——以山东省临沂市为例[J]. *旅游市场研究*, 2020(10):152-154.
- [14] 阎友兵, 王琳, 唐峰陵. 红色旅游与革命老区经济社会的协调发展[J]. *湖南科技学院学报*, 2005, 26(10): 198-200.
- [15] 白鹏飞, 卢东宁. 精准扶贫背景下农户参与红色旅游的路径与对策——以陕甘宁革命老区为例[J]. *贵州农业科学*, 2017, 45(7):146-149.
- [16] 龙茂兴, 孙根年, 龙珍付. 遵义红色旅游网络关注度的客流响应研究[J]. *地理与地理信息科学*, 2013, 29(5):102-105.
- [17] LI Y, HU R Y, ZHANG R Z. Red tourism: sustaining communist identity in a rapidly changing China[J]. *Journal of tourism and cultural change*, 2010, 8(1/2): 101-119.
- [18] WALL G, ZHAO N R. China's red tourism: communist heritage, politics and identity in a party-state[J]. *International journal of tourism cities*, 2017, 3(3):305-320.
- [19] 周业安, 章泉. 财政分权、经济增长和波动[J]. *管理世界*, 2008(3):6-15.
- [20] 洪兴建. 中国居民收入增长与经济发展同步的测度方法及其应用[J]. *数量经济技术经济研究*, 2020, 37(11): 157-173.
- [21] 王小鲁, 樊纲. 中国收入差距的走势和影响因素分析[J]. *经济研究*, 2005(10): 24-36.
- [22] 陈梦根, 张帅. 中国地区经济发展不平衡及影响因素研究——基于夜间灯光数据[J]. *统计研究*, 2020, 37(6): 40-54.
- [23] 姚先国, 张海峰. 教育、人力资本与地区经济差异[J]. *经济研究*, 2008(5): 47-57.
- [24] 熊杰, 章锦河, 周晔, 等. 中国红色旅游景点的时空分布特征[J]. *地域研究与开发*, 2018, 180(2):86-91.
- [25] 封伟. 革命老区红色旅游业对城镇化建设的经济效应分析[J]. *农村经济与科技*, 2019, 30(23):97-98.
- [26] 刘瑞明, 毛宇, 亢延锟. 制度松绑, 市场活力激发与旅游经济发展——来自中国文化体制改革的证据[J]. *经济研究*, 2020(1):117-133.
- [27] 谭娜, 黄伟. 文化产业集聚政策带动地区旅游经济增长了吗? ——来自文创园区评选自然实验的证据[J]. *中国软科学*, 2021(1):68-75, 135.
- [28] 习近平. 在河北省阜平县考察扶贫开发工作时的讲话[J]. *新华月报*, 2021(12):5.

(本文责编:王延芳)