

文旅融合背景下南京博物院旅游贡献度研究

南京博物院

【摘要】：在文旅融合的背景下，如何正确合理地认识、测算、评估博物馆对地方旅游业发展的贡献度，在目前博物馆和旅游两个行业的研究中都处于空白。南京博物院对于南京市旅游的贡献可以从旅游经济贡献度、旅游形象贡献度、旅游社会福利贡献度这三个维度分析。2018 年南京博物院为南京市带来了约 16.19 亿元的旅游收入，对 GDP 的综合贡献为 26.956 亿元；带动了数千个就业岗位；南京博物院对南京旅游知名度、南京旅游形象的总体美誉度皆有较大贡献，在 24 家主要景区中排名第二；南京博物院社会贡献的市场价值如今也达到近 4 亿元。

【关键词】：文旅融合 数据分析 博物馆博物馆评估 南京博物院 旅游贡献度

【中图分类号】：G260 **【文献标识码】：**A

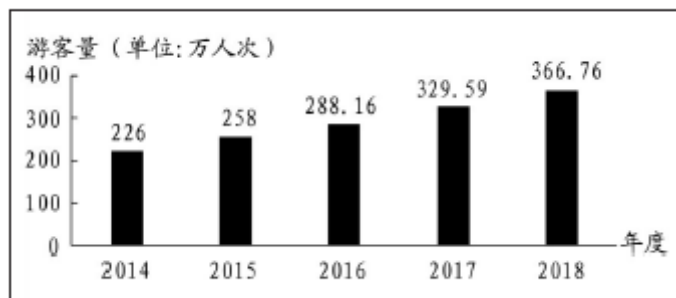
长期以来，博物馆在公共文化服务中发挥着重要的作用。自 2008 年我国公立博物馆实行免费开放以来，博物馆的参观人数逐年递增，有的博物馆已成火爆的文化休闲之地。据统计，2014 年我国博物馆的参观流量为 7 亿人次，至 2018 年已经突破 10.44 亿人次，全国博物馆总数也达到 5354 家^[1]，社会效益日益明显。在文旅融合的背景下，博物馆在我国 5A、4A 级景区名单中已经占有相当比重，但博物馆的参观者中，究竟有多少人是文化旅游者，有多少人已经将博物馆理解为旅游目的地？也就是说，博物馆在发挥社会效益的同时，是否也存在有较大的旅游贡献度（即经济效益）？博物馆为文旅融合所作的贡献，是否应该体现在开展创造性劳动以吸引更多的外地旅游者？带着这些问题，我们以南京博物院为例开展了博物馆旅游贡献度研究，希望研究结论能为博物馆事业的更好发展提供有益的帮助。

本研究以南京博物院 2014—2018 年数据，从旅游经济贡献度、旅游形象贡献度、旅游社会福利贡献度三个方面，对南京博物院对于南京城市的旅游贡献，进行了深入的定性、定量研究，并探索了相关的评估方法和路径，以期为全国博物馆认识、测算、评估其对地方旅游发展的贡献度提供参考。

一、分析数据的来源

随着南京博物院新馆开放后展览、服务、环境的提升，南京博物院成为国家一级博物馆、中央地方共建的国家级博物馆，2014 年又荣获“全国最具创新力博物馆”“国家 4A 级旅游景区”的称号。随之观众人数有了较大的增长，游客接待量也逐年攀升，成为南京的新文化地标、公共文化服务文明单位和旅游的热点景区，在南京旅游业中的地位也日益重要。根据国家政策要求，南京博物院对公众免费开放，大量的游客并没有给馆方带来直接的旅游收入，其对旅游业的贡献是隐性的。因此，合理测算评估南京博物院对南京旅游的贡献度，是正确评价南京博物院两个效益的重要内容，也是显现公益性事业单位在旅游事业发展中的地位和作用的重要内容，是文旅融合发展的题中之义。

本研究的测算与评估基于以下三类数据：一是对游客问卷抽样调查，收集一手数据（本次研究通过在南京博物院设置问卷调查二维码链接，让游客自行扫描填写，调查时间为 2019 年 7 月 3—16 日，共获得问卷 800 份，经审核，其中有效问卷 720 份，总有效率为 90%，获得了参观南京博物院的游客本次出游的相关信息）；二是使用南京博物院、南京市统计局、南京市文化和旅游局发布的各项权威统计数据；三是结合各类互联网所采集的大数据，以及这些数据中涉及的对南京博物院的正负评价。通过对综合数据开展多角度分析，确保此次评估结论客观有效。以下的结论未曾收入对南京博物院公共服务和社会效益的评价，仅对旅游经济贡献度评估。评估报告由南京博物院邀请南京尔目旅游规划设计研究所共同完成。



图一//南京博物院 2014—2018 年旅游接待量

(数据来源: 南京博物院的统计数据)

二、南京博物院旅游经济贡献度评估

1. 经济贡献度评估测算的关键问题

旅游者在一次旅游过程中的花费是多样的, 包括餐饮、住宿、交通、游览、购物、娱乐等。但一般认为, 对我国现阶段大部分旅游目的地而言, 旅游者出游的主要目的是游览, 而餐饮、住宿、交通、购物、娱乐等消费是被带动的消费, 是旅游景区对区域旅游目的地的贡献, 即旅游景区的外部性。

关于定量评估旅游景区对旅游目的地旅游经济的贡献, 国内外的相关研究成果较少, 并且多集中于大型风景名胜区的研究, 该区域内的旅游经济总量即可视为该景区的外部经济效益。然而当某旅游目的地存在多个旅游景区时, 到访的旅游者对这些旅游景区的选择较为复杂。如何测算其中某一景区对区域旅游经济的贡献, 相关研究成果极少, 原因在于多个景区的贡献如何分配尚没有较为公认的合理计算模型, 这既在理论上存在薄弱环节, 也是实践操作中较为棘手的问题。

因此, 测算南京博物院对南京旅游的经济贡献, 其关键问题为南京博物院的游客在南京旅游过程中, 有多少花费可以看作由南京博物院贡献。

2. 经济贡献度的评估测算方法

游览南京博物院的游客可分为两类。一是仅游览南京博物院的游客, 其在南京旅游整个过程中的所有花费即为南京博物院对南京旅游经济的贡献。一般而言, 仅游览南京博物院的游客比例较低, 且基本为南京本地居民。而在问卷调查中, 本地居民陪同外地亲朋好友前来的比例较高。因此, 在对南京博物院的旅游经济贡献评估测算时, 不再对南京本地居民和外地游客进行区分。二是游览多个景区的游客, 要求分析仅相关于南京博物院对南京旅游经济的贡献, 须对这类游客在南京旅游整个过程中的所有花费合理分列。本研究采用两种方法: 第一种方法为时间分成法, 第二种方法为空间分成法, 两种方法均为相对比较客观的方法。

3. 经济贡献度的评估测算结果

(1) 南京博物院旅游接待概况

五年来, 南京博物院的游客接待量逐年增长, 2014 年接待游客 226 万人次, 2018 年接待量达 366.76 万人次 (图一)。

问卷调查显示：游客在南京博物院的参观时间为人均 3 小时 20 分钟，在南京的停留时间为人均 2.58 天，在南京游览的景区数为人均 6.69 个，在南京的总花费人均 2542.91 元。其中，外地游客花费人均 2600.38 元，但南京本地居民旅游花费也较高，人均 1923.44 元（图二）。如前所述，本分析不对南京本地居民和外地游客区分，因此在全部游客的花费构成中：餐饮花费人均 562.39 元，住宿花费人均 792.62 元，市内交通花费人均 214.13 元，门票花费人均 237.64 元，购物花费人均 495.91 元，娱乐和其他花费人均 240.21 元（图二）。

（2）南京博物院的旅游经济贡献评估

2018 年，南京博物院旅游接待量为 366.76 万人次，根据前文统计的游客在南京人均花费 2542.91 元计算，则南京博物院的游客在南京的总花费为 93.26 亿元。

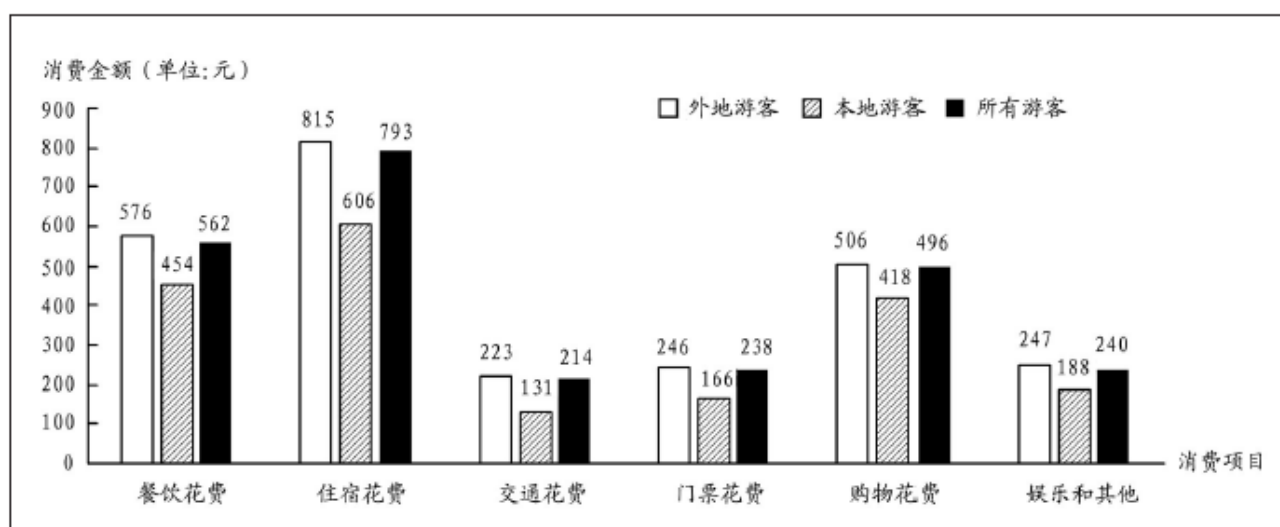
首先根据时间分成法，可计算出南京博物院对游客花费的贡献占比为 19.77%，则 2018 年南京博物院为南京带动的旅游收入为 18.44 亿元。

而根据空间分成法，可计算出南京博物院对游客花费的贡献占比为 14.95%，则 2018 年南京博物院为南京带动的旅游收入为 13.94 亿元。

4. 评估结论

综合两种评估方法，取其平均值，则可认为 2018 年南京博物院为南京市带动了约 16.19 亿元的旅游收入，其中餐饮收入为 3.58 亿元，住宿收入为 5.05 亿元，市内交通收入为 1.36 亿元，旅游门票收入为 1.51 亿元，旅游购物收入为 3.16 亿元，休闲娱乐及其他行业收入为 1.53 亿元（图三）。

根据江苏省旅游业的发展情况测算^[2]，旅游业的收入和旅游增加值的比例约为 1:0.4478，即旅游业每收入 1 元，可以创造 0.4478 元的 GDP；而根据全国旅游业的发展情况测算^[3]，旅游收入和对 GDP 的综合贡献比例约为 1:1.665。则 2018 年南京博物院带动了 16.19 亿元的旅游收入，带动了 7.250 亿元的 GDP，对 GDP 的综合贡献为 26.956 亿元。



图二//南京博物院游客在南京的旅游花费构成

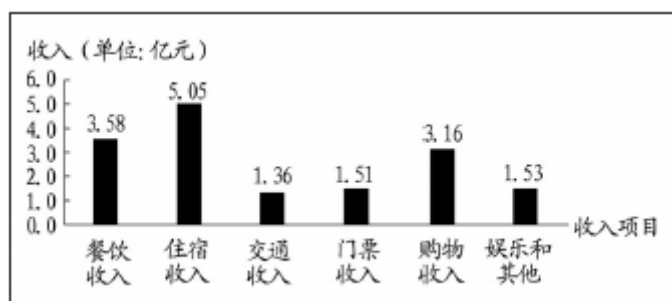
(数据来源: 游客问卷抽样调查)

全国旅游业发展基本情况表明, 全国旅游业每收入 21 万元, 可创造 1 个直接就业和 1.8 个间接就业岗位; 而根据江苏省旅游业统计数据测算^[4], 全省旅游业每创收 90 万元, 能创造 1 个直接就业和 3.5 个间接就业岗位。假设南京旅游业效率比全省平均值更高, 每创收 120 万元可创造 1 个直接就业和 3.5 个间接就业, 则 2018 年南京博物院带动了 1349 个直接就业岗位和 4722 个间接就业岗位。

三、南京博物院旅游形象贡献评估

1. 旅游形象贡献度测算的关键问题和难点

评估博物馆对所在城市旅游形象的贡献, 例如南京博物院对南京旅游形象的贡献, 关键在于明确南京市和南京博物院的形象构成指标, 以及对两者的旅游形象定量评价, 而其难点在于如何在有限的资料基础上合理分析。



图三//2018 年南京博物院的南京旅游经济贡献

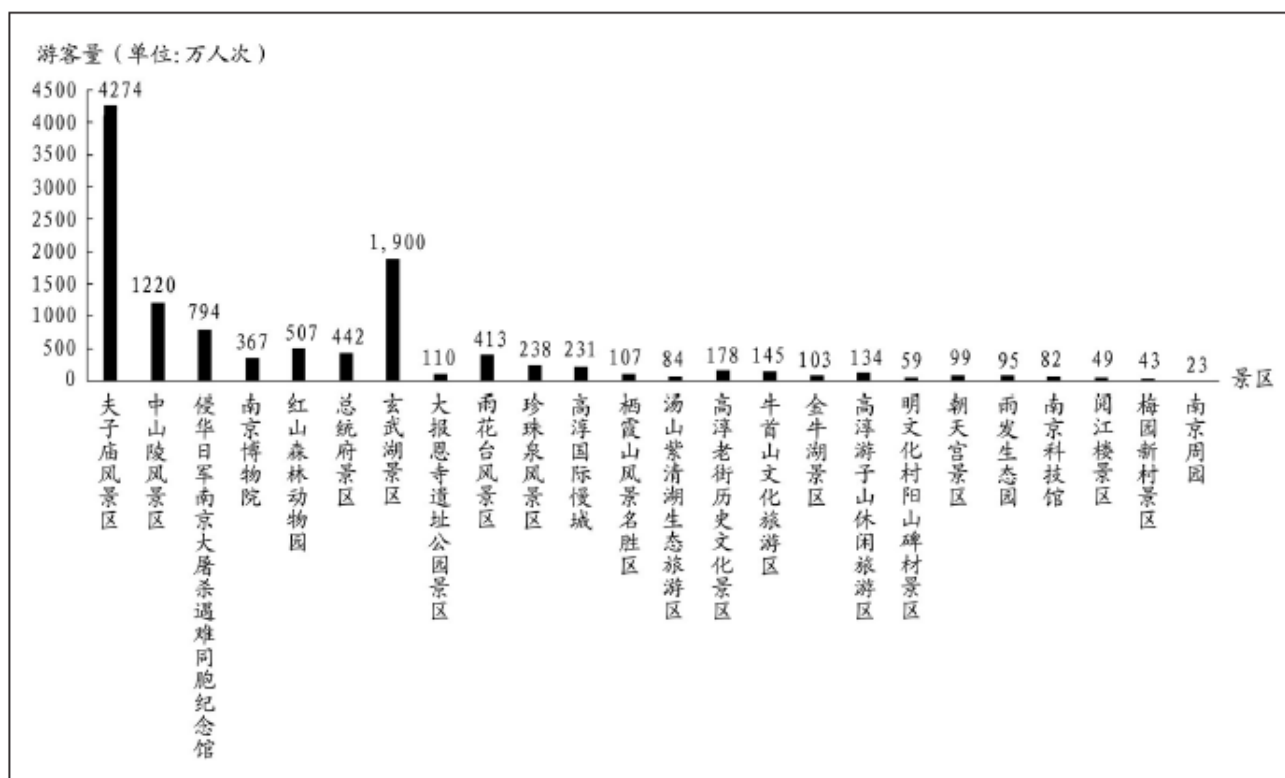
2. 旅游形象贡献度的评估测算方法

(1) 旅游形象的构成来源

旅游地形象是旅游者对旅游地持有的感知、信念或印象的总和, 旅游地的知名度和美誉度是形象测量的重要内容。而国内外学者则使用不同的名称来刻画形象的组成成分: 依描述形象衍生时间顺序, 有原生形象、引致形象、复合形象; 依描述形象的不同方面, 有认知形象、情感形象和意动形象。所有这些成分构成了旅游地总体形象。而如何定量分析旅游地的形象是目前研究的薄弱环节, 如何测算某一景区对区域旅游形象的贡献尚为空白。

南京市旅游目的地的形象是旅游者对南京市持有的感知、信念或印象的总和。一方面, 旅游者包括潜在的旅游者和到访的旅游者; 另一方面, 对南京市的感知、信念或印象, 来源于南京旅游业各子系统, 如旅游吸引物、旅游接待设施、旅游从业人员等。

截至 2018 年底, 南京市共有国家等级旅游景区 53 家, 其中 5A 级景区 2 家, 4A 级景区 22 家; 另有国家、省级旅游度假区 4 家, 省星级乡村旅游区 66 家。其中 4A 级以上的 24 家景区 2018 年的总接待量已达 1.17 亿人次 (图四), 而南京市旅游总接待量为 1.34 亿人次。考虑到数据的可获得性以及代表性, 本研究认为可选择这 24 家景区作为南京旅游形象的主要构成来源进行分析。



图四//南京市 2018 年主要景区接待人数

(数据来源: 南京市文化和旅游局《南京市主要景区接待情况统计》)

(2) 旅游形象的测度指标

综合学界的研究成果, 旅游地形象的形成过程可以分为原生形象、引致形象、复合形象三个阶段^[5]。原生形象即原生层面的形象, 是报纸报道、杂志文章、电视报道和其他非旅游专门信息资源报道的结果^[6]; 潜在旅游者通过搜索旅游地相关信息提炼出的形象为引致形象^[7]; 旅游者访问选择的旅游地后, 通过实际体验对前期的原生形象、引致形象进行修改和深化, 形成的更复杂的形象, 则为复合形象^[8], 并通过旅游者的满意度表现出来。

知名度和美誉度是定量评价旅游地形象常用的重要指标, 其中原生形象和引致形象与旅游地知名度相关, 复合形象则表现为旅游地的美誉度。

(3) 旅游形象贡献的评估测算方法

随着互联网的迅速发展, 各项互联网大数据与传统数据有较高的相关性, 获取的成本相对较低, 可以选择适当的指标在一定程度上反映旅游目的地和旅游景区的原生形象、引致形象、复合形象。

本研究选用百度搜索结果的网页数量占比计算南京博物院对南京旅游原生形象的贡献度, 选用百度搜索指数占比计算对南京旅游引致形象的贡献度, 而结合对原生形象、引致形象的贡献度, 可以评估对南京旅游知名度的贡献。网络口碑 (internet word of mouth) 可反映旅游者的满意度, 本研究以互联网旅游者对景区的评分大数据为基础, 分别使用游客接待量和百度搜索指数

加权计算各景区对南京市旅游复合形象的正面贡献总量和负面贡献总量，从而进一步计算南京博物院对南京市旅游美誉度的贡献度。

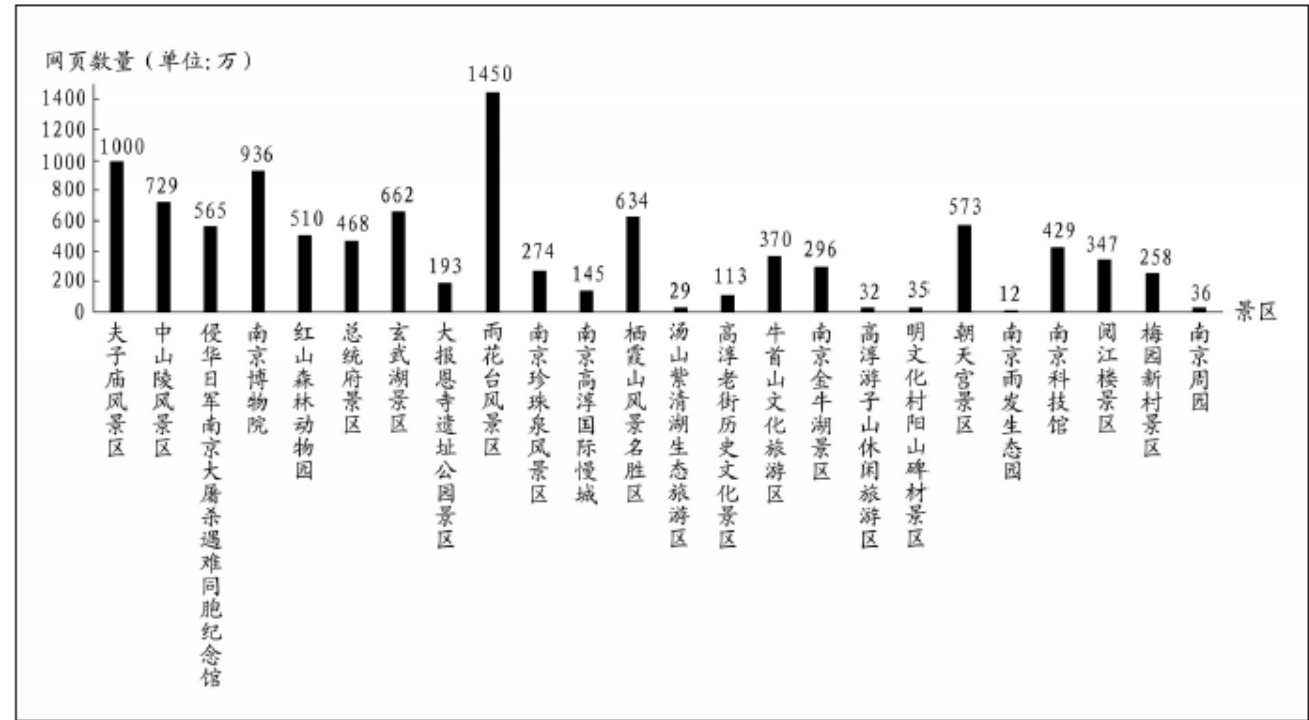
3. 旅游形象贡献度测算结果

(1) 对南京旅游知名度的贡献

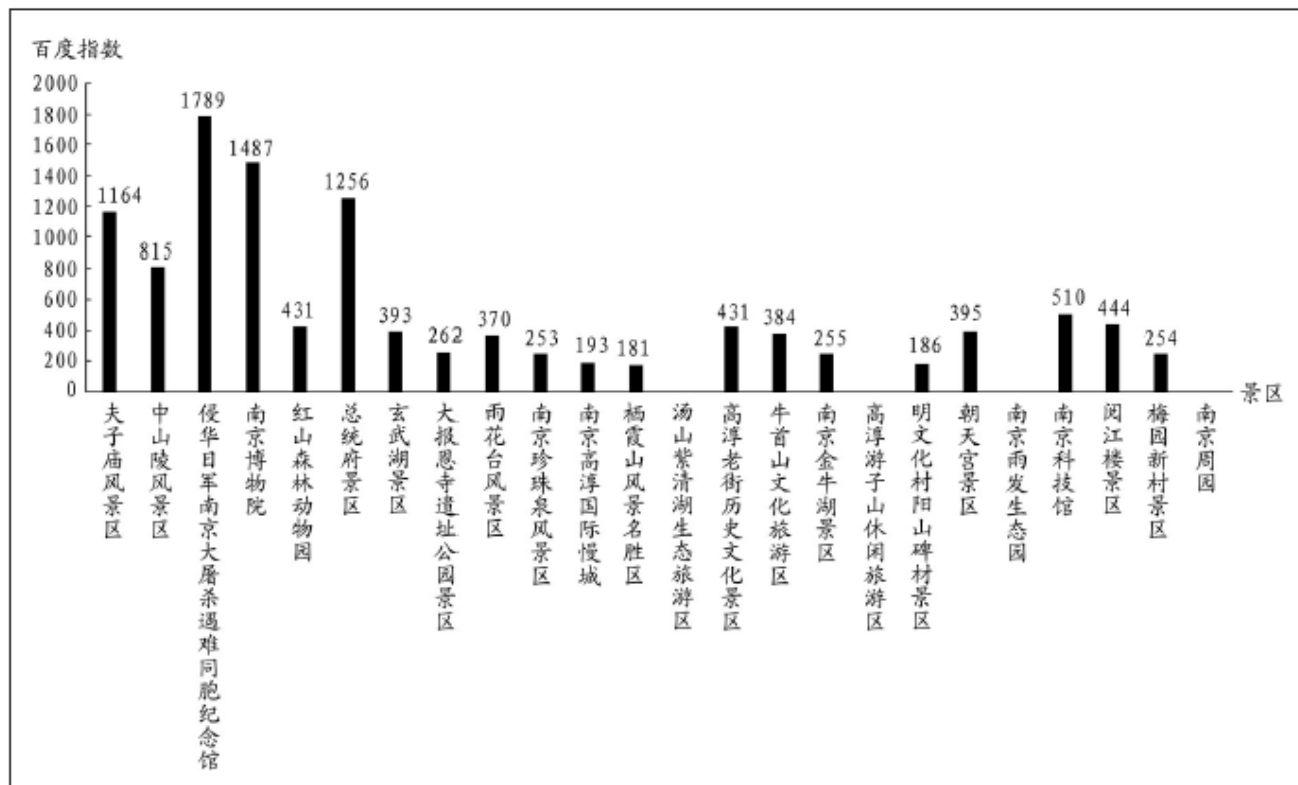
课题组对南京市 24 家主要景区的网页数量以及其他各等级旅游吸引物的网页数统计，网页总数达到 1.145 亿个，百度指数合计为 13253。经计算，南京博物院对南京旅游原生形象的贡献度为 8.11%，排名第三；南京博物院对南京旅游引致形象的贡献度为 11.22%，排名第二（图五一图七）。因此，南京博物院对南京旅游原生形象和引致形象的贡献度平均值为 9.67%，即南京博物院对南京旅游知名度的贡献约为 9.67%，排名第一。

(2) 对旅游美誉度的贡献

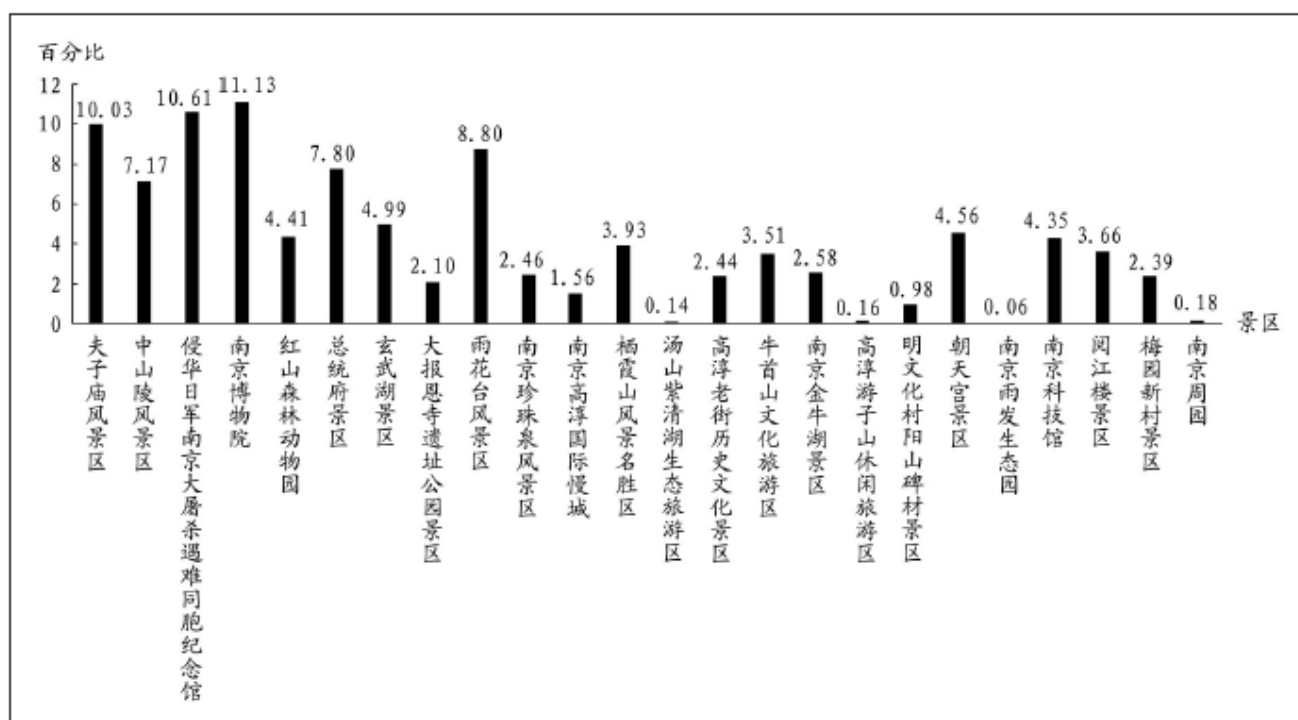
本研究对南京市 24 家主要景区在“大众点评网”和“携程旅行网”上的用户评分结果统计。“大众点评网”使用 10 分制，“携程旅行网”使用 5 分制，为便于比较，均转换为百分制。结果显示，“大众点评网”上各景区的评分相差较大，分值在 60~98，南京博物院的评分为 93 分，排在所有景区的第四位；“携程旅行网”上各景区评分相差相对较小，分值在 82~94，其中南京博物院和其他 6 个景区并列第一，为 94 分（图八）。



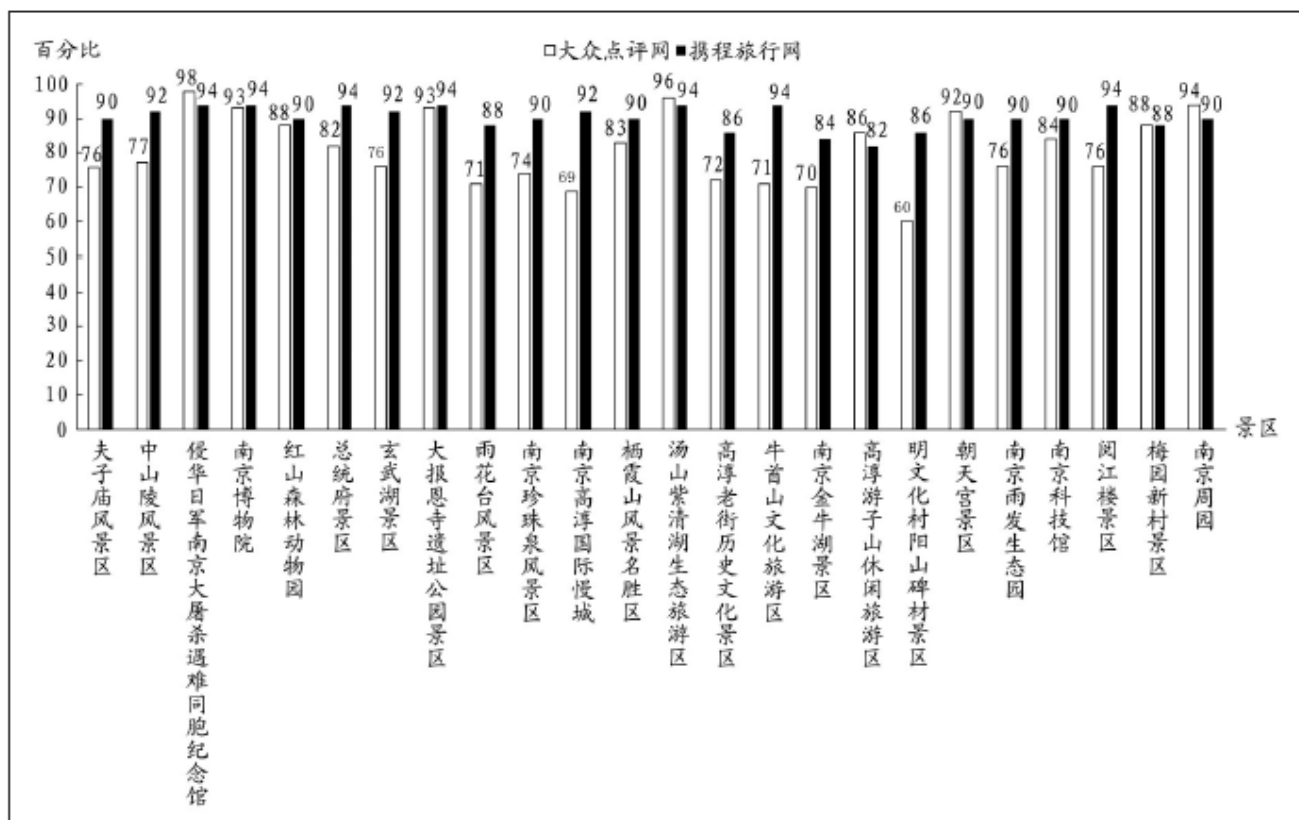
图五//南京市主要景区的网页数量



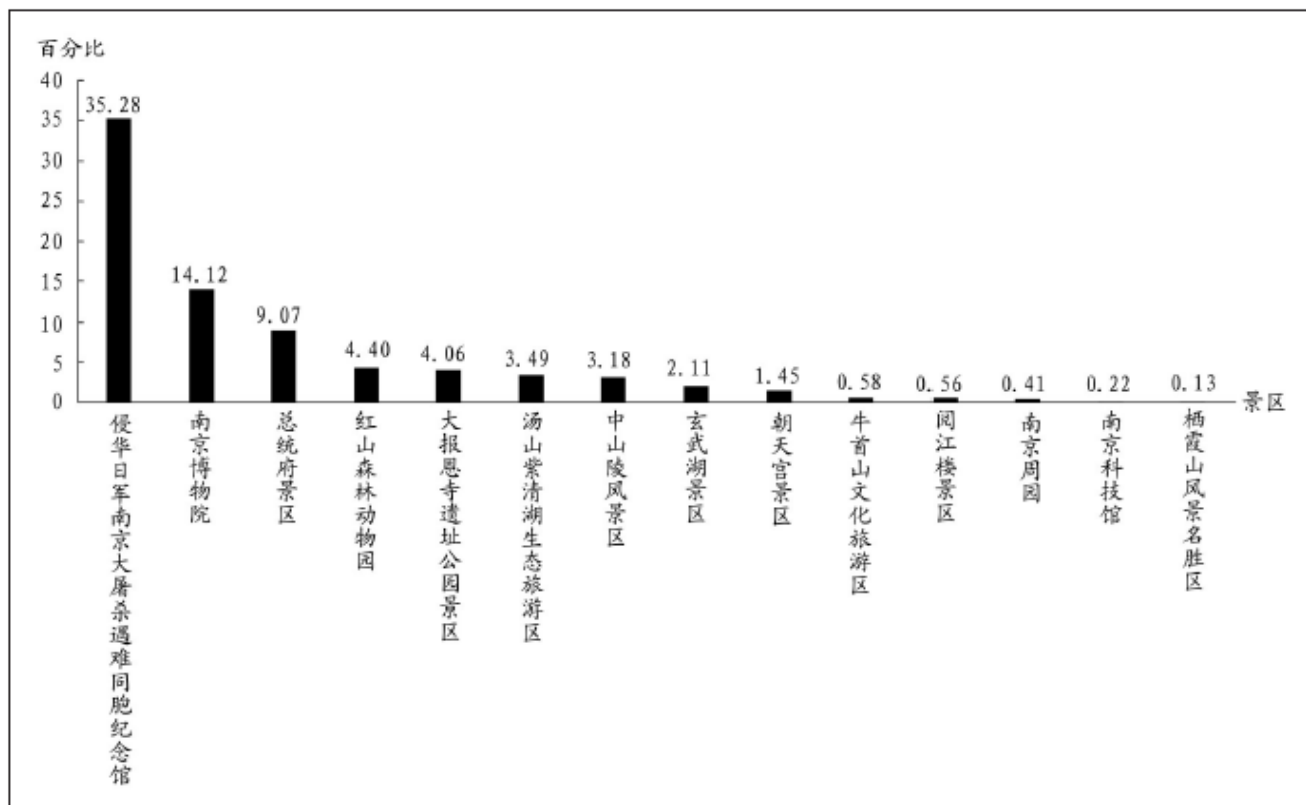
图六//南京市主要景区的百度搜索指数



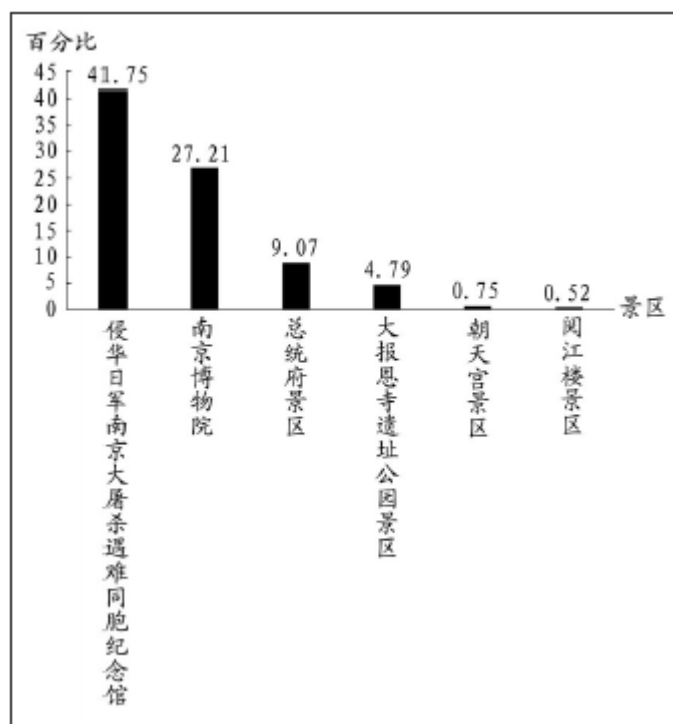
图七//南京市主要景区的网页数和百度搜索指数的平均占比



图八//南京市主要景区网络口碑



图九//对南京旅游复合形象正面贡献的主要景区



图一〇//对南京旅游互联网复合形象正面贡献的主要景区

使用游客接待量加权计算的结果表明，南京博物院对南京旅游复合形象的正面贡献为 14.12%，在南京 24 个主要景区中排名第二（图九）。而使用百度搜索指数加权计算的结果则显示，南京博物院对南京旅游互联网复合形象的正面贡献为 27.21%，在南京 24 个主要景区中排名仍为第二（图一〇）。

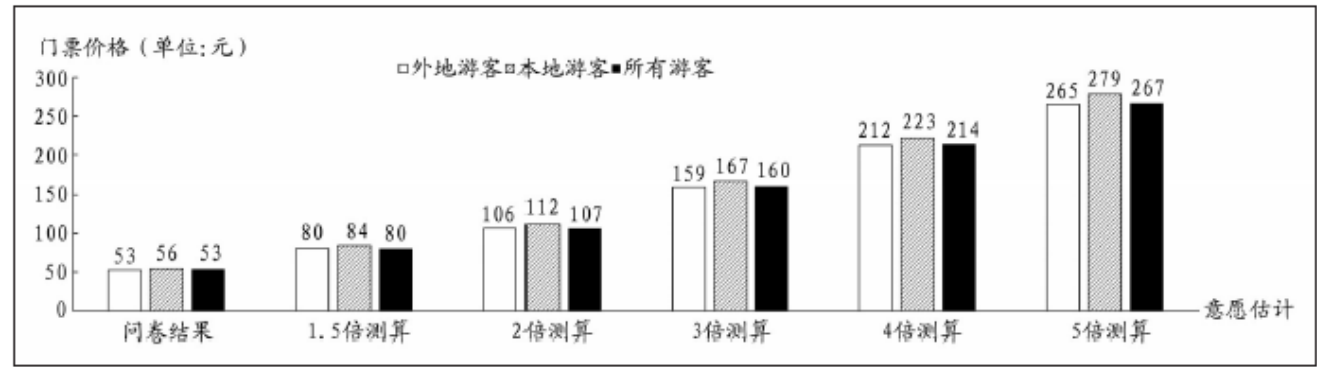
4. 评估结论

综合以上分析结果，可知南京博物院对南京旅游知名度的贡献为 9.67%，在 24 家主要景区中排名第一；对南京旅游形象的总体美誉度贡献约为 14.12%，对南京旅游形象的网络美誉度贡献约为 27.21%，两项美誉度排名均为第二。

四、南京博物院旅游社会福利贡献度评估

1. 旅游社会福利贡献测算思路

自 2008 年 2 月 8 日起，南京博物院全面免费开放，为游客节约了开支，所节约的花费即为博物馆为公民提供的福利，也是南京博物院的观赏游憩功能相对应的市场价值。虽然南京博物院提供解说等相关收费旅游服务，但在巨大的游客量面前可以忽略不计。因此本研究的关键在于评估南京博物院合理的门票价格，在确定较为合理的门票价格后，即依此测算南京博物院免费开放后的旅游社会福利市场价值和潜力总价值。



图一一//游客对南京博物院门票的“名义意愿支付”和“真实意愿支付”价格测算

2. 门票价格评估方法

本研究主要采取两种方法估算南京博物院的门票的市场价格，分别为意愿支付法（Willingness to Pay, WTP）和对比参照法。

(1) 意愿支付法（WTP）

本研究对于南京博物院的门票价格评估采用的是意愿调查评价法（Contingent Valuation Method, CVM）中的意愿支付法。CVM 是一种用征询问题答案的方式来诱导出人们对被评价对象的偏好，是典型的陈述偏好法。通过对模拟市场的调查，辨明人们对于资源环境等公共物品和服务的偏好，引发出受访者对其的支付意愿或者对其损失的接受补偿意愿（Willingness to Accept, WTA）。本研究主要采用问卷调查获取数据。

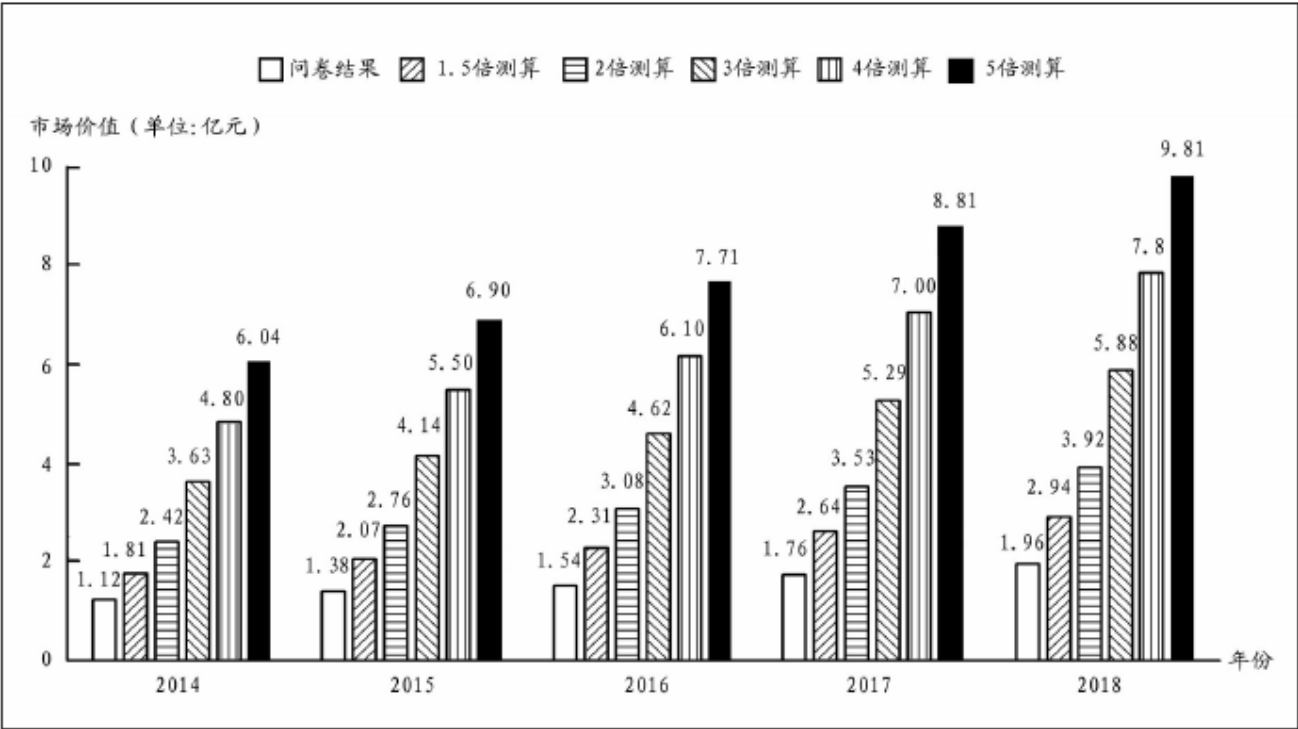
(2) 对比参照法

对比参考我国 A 级景区以及南京市重点景区的门票价格，以确定合理的南京博物院门票价格。

3. WTP 法的评估结果

(1) 南京博物院的门票价格估算

问卷调查结果表明，游客参观南京博物院愿意支付的门票价格为 53.48 元。结合本研究的实际情况，对游客的“真实支付意愿”进行较为合理的推测，其值应该在“名义支付意愿”的 1~5 倍，故分别选择 1.5 倍、2 倍、3 倍、4 倍、5 倍进行估计，则相应为 80.22 元、106.96 元、160.44 元、213.92 元和 267.40 元（图一一）。本研究取较为保守的估计，则南京博物院的门票价格应为 106.96 元。



图一二//基于 WTP 的 2014—2018 南京博物院旅游社会福利市场价值评估

(2) 南京博物院旅游社会福利贡献评估

根据 WTP 测算的南京博物院门票价格以及历年的南京博物院游客接待量，可以测算出不同场景下 2014—2018 年南京博物院旅游社会福利市场价值（图一二）。根据游客的“名义支付意愿”，2014—2018 年南京博物院旅游社会福利市场价值由 1.21 亿元增加到 1.96 亿元；而选择较为保守的估计，“真实支付意愿”场景下，2014—2018 年南京博物院旅游社会福利市场价值分别为 2.42 亿元、2.76 亿元、3.08 亿元、3.53 亿元、3.92 亿元。

4. 对比参照法的评估结果

（1）国内 5A 级景区门票价格

据《2017 年中国旅游景区发展报告》统计，全国 A 级景区 10806 家，其中，5A 级景区（246 家）平均门票价为 96 元，4A 级景区（3021 家）平均门票价为 50 元，3A 级景区（4077 家）平均门票价仅为 20 元^[9]。

由于南京博物院现为 4A 级景区，但作为国家一级博物馆，其旅游资源价值不亚于部分 5A 级景区，其门票价格应在 80 元左右，即高于我国 4A 级景区门票价格的平均数，低于我国 5A 级景区门票价格的平均数，接近我国 5A 级景区门票价格的中位数。

（2）南京市重点景区门票价格

南京现有 2 家 5A 级景区，21 家 4A 级景区。由于国家政策，相当部分景区或核心景点对公众免费开放。而在收费的 5A 和 4A 级景区景点中，大报恩寺遗址公园的门票价格最高，达到 120 元；其他对南京博物院门票价格有较大参考价值的有瞻园（太平天国历史博物馆），门票价格白天 30 元，夜间 70 元；旅游资源性质较为接近的总统府景区门票价格为 40 元；与南京博物院名称接近、被很多游客混淆的南京市博物馆（朝天宫景区），门票价格也为 25 元。

另外相对传统的老牌景区，近年来新建景区获批的门票价格相对较高，如大报恩寺遗址公园于 2015 年 12 月开园，门票价格 85 元；牛首山文化旅游区于 2015 年 10 月开园，门票价格 88 元；中国科举博物馆于 2014 年 8 月正式开放，门票价格 45 元。

根据以上分析，参考南京相关传统景区门票价格，经过政府批准定价的南京博物院门票价格应在 40~70 元，而参考南京新建相关景区门票价格，则应在 60~120 元。综合两者则应在 80 元左右，即高于传统景区门票价格，在新建景区中门票价格略低。

（3）南京博物院的门票价格估算

综合以上比较分析结果，在假设国家不实施博物馆免费开放政策，同时其他政策不变的条件下，政府定价的南京博物院门票价格应在 80 元左右。

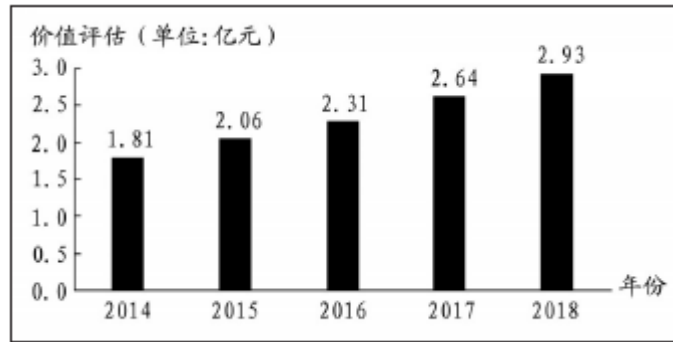
在国有景区经营管理要“充分体现社会效益”的指导思想下，在“我国的景区门票价格水平普遍偏高”的舆论影响下，国家发展和改革委员会屡次发文要求国有景区限价、降价。自 1996 年至今，国家发展和改革委员会（包括原国家计划委员会）或联合其他委办局先后下发的与景区门票价格有关的管理文件达 12 个。但有学者认为我国目前重点国有景区门票价格并不高，而是偏低^[10]；另有学者认为我国以低价门票或免费作为体现公平和公益的唯一手段并不合理^[11]。因此，在当前政策环境下，国有重点景区的门票政府定价不能反映市场需求的价格水平，从而不能反映该景区创造的真正价值和贡献。

（4）南京博物院社会福利贡献评估

根据上述研究结果，即南京博物院门票的政府定价为 80 元，在政府定价的情境下，测算南京博物院社会福利贡献的市场价值，则 2014—2018 年分别为 1.81 亿元、2.06 亿元、2.31 亿元、2.64 亿元、2.93 亿元（图一三）。

5. 评估结论

本研究使用意愿支付法和比较参照法，分析游客“名义支付意愿”、游客“真实支付意愿”、政府定价三种情境下南京博物院的门票价格，分别为 53.48 元、106.96 元、80 元。在此基础上，根据南京博物院历年游客接待量和总接待能力，保守估计 2014—2018 年南京博物院社会福利贡献的市场价值（图一四）。



图一三//基于政府定价的南京博物院社会贡献评估



图一四//不同方法下的南京博物院旅游社会福利市场价值评估结果比较

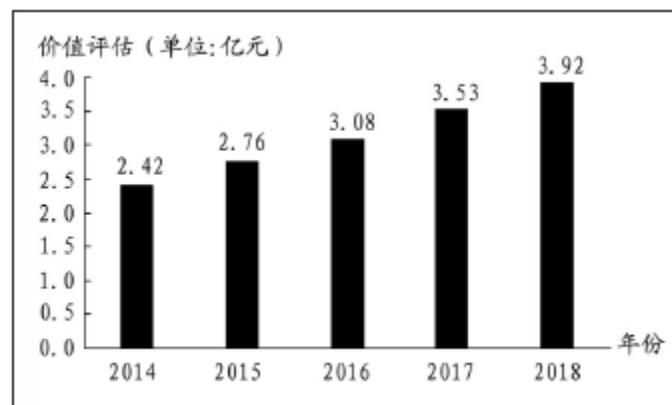
对比以上三种情境的评估结果，发现游客的“名义支付意愿”与“政府定价”较为接近，均因各自的原理导致结果偏小，不能反映真实的南京博物院旅游社会福利贡献，而“真实支付意愿”则相对较为接近真实的市场价值。本研究选择“真实支付意愿”作为可以接受的且偏保守的南京博物院旅游服务市场价值评估结果，即2014—2018年，南京博物院旅游社会福利市场价值分别为2.42亿元、2.76亿元、3.08亿元、3.53亿元、3.92亿元；而由于免费开放，南京博物院此项旅游服务的收入为0元（图一五）。

五、研究结论

本研究主要从旅游经济贡献、旅游形象贡献、旅游社会福利贡献三个方面对南京博物院的旅游贡献度进行了评估，研究结果表明：

1. 旅游经济贡献方面。

2018年南京博物院为南京市带来了约16.19亿元的旅游收入，其中餐饮收入为3.58亿元，住宿收入为5.05亿元，市内交通收入为1.36亿元，旅游购物收入为3.16亿元，休闲娱乐及其他行业收入为1.53亿元。



图一五//南京博物院旅游社会福利市场价值评估结论

2018 年南京博物院带动了 7.25 亿元的 GDP，对 GDP 的综合贡献为 26.956 亿元，带动了 1349 个直接就业岗位和 4722 个间接就业岗位。

2. 旅游形象贡献方面。

南京博物院对南京旅游知名度的贡献为 9.67%，在 24 家主要景区中排名第一；对南京旅游形象的总体美誉度贡献约为 14.12%，对南京旅游形象的网络美誉度贡献约为 27.21%，在 24 家主要景区中排名均为第二。

3. 旅游社会福利贡献方面。

2014—2018 年，南京博物院社会贡献的市场价值分别为 2.42 亿元、2.76 亿元、3.08 亿元、3.53 亿元、3.92 亿元。

根据以上研究结果，我们得出如下结论：博物馆不仅在公共文化服务中公益性明显，具有巨大的社会效益；同时，博物馆在发展过程中所提供的文化旅游内容也具有巨大的经济效益，两者会产生“1+1>2”的效果。要发挥好博物馆在文旅融合中的重要作用，需要政府加大对博物馆的投入力度，而博物馆人则需开展更多的创造性劳动，如举办更多的原创性展览，开展更好的社会教育服务项目，营造更优的博物馆文化环境，让更多的本地观众和外地游客走进博物馆，享受公共文化服务，从而使博物馆为社会提供更多的旅游贡献。

4. 文化と観光との融合を背景とする南京博物院の観光への貢献度について（南京博物院）

要旨：文化と観光との融合を基にして博物館がどのように地方観光業への貢献度を確実に認識し評価するに関する研究は空白だ。南京博物院は観光経済貢献度・観光印象貢献度・観光社会福祉貢献度という三つの面で、南京市観光業への貢献を分析した。2018 年南京博物院は南京市に約 16.20 億元の観光収益をもたらし、GDP への総合貢献度は 26.973 億元に達し、職位を数千個も創った。南京博物院は南京観光知名度と南京観光印象への好印象の向上に大いに貢献した。南京博物院は 24 個の主要な観光地の中に第 2 位になっており、社会貢献の経済価値は今約 4 億元に昇った。

キーワード：文化と観光との融合データ分析博物館博物館評価南京博物院観光貢献度

4. 「문화와관광의융합배경에서본남경박물관의관광기여도에관한연구」(南京博物院)

제요:문화와관광의융합배경에서박물관이지방관광업발전에얼마나정확하고합리적으로기여하는지인식하고, 그것을측정 및평가하는것은현재까지박물관과관광분야에서모두연구가이루어지지않고있다. 남경박물관의남경시관광기여도는관광경제 기여도, 관광이미지기여도, 관광사회복지기여도등세가지방면에서분석할수있다. 2018 년, 남경박물관은남경시의관광수입으로 약 16 억 2 천만원, GDP 에대한종합기여도가약 26 억 9730 만위안으로산출되었으며, 수천개의일자리창출에기여하였다. 남경 박물관은남경관광인지도와남경관광이미지의전반적인명성에크게기여해주요관광지 24 곳중 2 위에올랐고, 남경박물관의사회 공헌도에따른시장가치도 4 억위안에이른다.

핵심어:문화+관광융합, 데이터분석, 박물관, 박물관평가, 남경박물관, 관광기여도

注释:

[1]a. 2018 年博物馆的数量统计详见国家数据官网, [EB/OL][2019-12-20] <http://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>. b. 《国家文物局关于政协十三届全国委员会第二次会议第 0504 号(文化宣传类 053 号)提案答复的函》(文物博函[2019]892 号), 国家文物局官网, [EB/OL][2019-11-21]http://www.sach.gov.cn/art/2019/11/21/art_2237_42997.html.

[2]江苏省旅游局:《2018 年全省旅游工作会议报告:迈入新时代开启新征程高质量推进“水韵江苏”旅游强省建设》, 2018 年 2 月 2 日。

[3]《2018 年旅游市场基本情况》, 文化和旅游部政府门户网站, [EB/OL][2019-02-12]https://www.mct.gov.cn/whzx/whyw/201902/t20190212_837270.htm.

[4]a. 同[3]; b. 江苏省人民政府办公厅:《江苏省“十三五”旅游业发展规划》, [EB/OL][2017-02-07]http://www.jiangsu.gov.cn/art/2017/2/7/art_46144_2545511.html.

[5]P. C Fakeye, J. L. Crompton. Image differences between prospective, first-time, and repeat. Tourists to the Lower Rio Grande Valley. Journal of Travel Research, 1991, 30(2):10-16.

[6]C. A. Gunn. Vacationscape: Designing tourist regions. Bureau of Business Research, The University of Texas at Austin, Austin, Texas, 1972.

[7]a. 同[5]. b. J. L. Crompton. An assessment of image of Mexico as vacation destination and the influence of geographical location upon that image. Journal of Travel Research, 1979, 17(4):18-23.

[8]S. S. Wang. An image study of Oklahoma as an international travel destination. Oklahoma State University, 2003.

[9]中华人民共和国文化和旅游部资源司:《2017 年中国旅游景区发展报告》, 中国旅游出版社 2018 年。

[10]谢彦君:《重点国有景区门票普遍降价的理论依据和实践价值辨析》, 《旅游学刊》2019 年第 7 期。

[11]张凌云:《景区门票价格与门票经济问题的反思》, 《旅游学刊》2019 年第 7 期。