

# A Survey of Status of Administrative Division Names (Geographical Names) in Nationwide Newspapers and Periodicals

Xiuyun Wang

School of Chinese Language and Literature, Hubei University, Wuhan Hubei

Email: wangxy861@163.com

Received: Nov. 6<sup>th</sup>, 2019; accepted: Nov. 27<sup>th</sup>, 2019; published: Dec. 9<sup>th</sup>, 2019

---

## Abstract

The existence of the name of administrative division in the newspaper name can reflect many characteristics of the political, economic, historical, cultural and social development concept of an administrative division. This article adopts the research paradigm of "Digital Humanities", and examines the numbers of names of 34 provincial-level administrative division, 28 provincial capital, and 307 prefecture-level division respectively in the names database of the national newspapers and periodicals. We investigate something by combining these numbers and national ranking situation with the factors of relevant administrative political status, GDP ranking, historical and cultural resources and regional spirit. This study points out that the frequency of political name appearing in the newspaper name is positively related to the political, economic, regional, historical and cultural environment of this administrative division. The name of the administrative division is a business card of the administrative division. The name of the newspaper and periodical is an important way and carrier to send this card. The promotion of administrative division name contains great economic social and cultural value. All administrative divisions should strengthen the promotion and advertisement consciousness of their political divisions. They should consider two problems: one is the promotion of their administrative name, and the other is the resulting political image, economic and social development and regional spirit cultivation, inheritance, carrying forward.

## Keywords

Digital Humanities, Names of Newspapers and Periodicals, Name of Political District, Geographical Names

---

# 全国报刊名称中政区名(地名)的存在状况考察

王秀云

文章引用: 王秀云. 全国报刊名称中政区名(地名)的存在状况考察[J]. 现代语言学, 2019, 7(6): 931-939.

DOI: 10.12677/ml.2019.76122

湖北大学文学院, 湖北 武汉  
Email: wangxy861@163.com

收稿日期: 2019年11月6日; 录用日期: 2019年11月27日; 发布日期: 2019年12月9日

## 摘要

一个政区的报刊数量及政区名在报刊名称中的存在状况, 能够反映一个政区的政治、经济、文化、社会发展等方面的诸多特征。文章采用“数字人文”的研究范式, 考察全国34个省级、28个省会级、307个地级政区名在《全国报刊名称数据库》中出现的频次, 并将这些数字及其全国排名状况跟相关政区的政治地位、GDP排名、历史文化资源、地域精神等因素结合起来, 挖掘数字蕴涵的人文信息。政区名在报刊名称中的出现次数, 一般跟这个政区的政治、经济、地域历史文化环境等因素成正相关关系。政区名是政区的名片, 报刊名称是发送这张名片的重要路径和载体。通过报刊名称来宣传推广政区名具有极大的经济社会文化价值, 不同级别的政区都应该增强宣传推广各自政区名的广告意识, 都应该考虑各自政区名的宣传推广与政区形象塑造、经济社会发展、地域精神培育传承和发扬等的关系问题。

## 关键词

数字人文, 报刊名称, 政区名, 地名

Copyright © 2019 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

像“北京、上海、襄阳”等名称, 既是行政区域名(本文简称“政区名”), 也是地域名(本文简称“地名”)。而所谓地域, 通常是指一定的地域空间, 是自然要素与人文因素共同作用形成的综合体。地域一般具有区域性、人文性和系统性等特征[1]。因此, 地域之名即是地名, “凡具有社会性的, 标记着占据一定地域空间地名的名称, 皆可认作地名。”[2] (p57)政区原本就具有很强的地域性, 地名用作政区名也是情理之中的事情。一般而言, 政区名就是地名, 具有行政区划性质的地名就是政区名。二者是同一套符号承担两种功能的关系。对于兼具行政区域和地域指称功能的政区名和地名来说, 政区名就是地名, 地名就是政区名, 二者是同一个地方的不同叫法。政区名(地名)是一个地方的政治经济名片, 也是文化与故乡的名片[3], 是这个地方广告化传播的最关键要素。地名文化更是全人类的共同财富[4]。一个地方名称的广告化推广意识和程度, 反映着一个地方的政治、经济、文化、社会等多方面的状况, 是一个地方是否具有活力和影响力的综合体现。借助于行政的力量, 可让地名得到更广泛的传播, 地名本身蕴涵的文化和历史也得以发扬光大, 有助于推进和加强社会主义精神文明建设, 增强人们热爱家乡、热爱故土、热爱祖国的自豪感和自信心。

我国幅员辽阔, 政区名(“政区名”也指“地名”, 下文一般不再标注)数量众多, 也是政区和地域的最显性、最直接的标记。当今大数据时代, 人文科学研究正在向以数据为驱动的新型研究模式转型, 形成所谓“数字人文”研究新范式[5], 大大拓展了人文科学研究的深度、广度和效度。本文基于这一思路, 考察众多政区名在报刊名称中的存在数量, 借以考察地方行政者和社会团体在报刊名称中进行政区名广

告化传播的意识和程度，阐释这种广告化传播的意识和程度跟当地的政治、经济、文化等的形象、地位和活力之间的关系。

本研究使用的数据来自全国邮政发行的报刊目录。该目录数据库信息每年更新一次，具体包括 14 类信息，分别是：报刊代号、报刊名称、刊期种类、出版日期、发报刊局、级别、零售单价、订阅单价、月价、季价、半年价、全年价、报刊种类、产品分类等信息。我们综合了 2015、2016 和 2017 年的报刊目录，只考察其中的“报刊名称”信息，利用 excel 对报刊名称去重，最终得到一个包含 21,811 个报刊名称的数据库。

本文以 21,811 种报刊名称中的“政区名(地名)”为具体考察对象，从“数字人文”研究的新视角出发，统计分析全国 34 个省级、28 个省会级、307 个地级(非省会级)政区名在全部报刊名称中出现的次数，利用社会语言学、文化语言学、语言经济学的相关理论，解释不同政区名出现的次数差异及相关政区在全国政治、经济、文化和社会发展中的流行度、知名度、形象、地位、自我广告意识和影响力等，最终为相关政区的多角度全面发展提供一个可资借鉴的生长点。

## 2. 语料统计的基本方法和相关情况说明

我国 34 个省级政区名，包括自治区、直辖市、特别行政区名称，有全称和简称两种表述，其中简称又分为单字、双字或三字简称。比如“湖北省”是全称，既可简称为双字的“湖北”，也可简称为单字的“鄂”；“内蒙古自治区”既可简称为三字“内蒙古”，也可简称为双字的“内蒙”，还可简称为单字的“蒙”；“贵州省”既可简称为双字的“贵州”，也可简称为单字的“贵、黔”。本文统计分析省级政区名时，检索词一律采用简称，并且对单字、双字和三字简称全部进行统计，都算作同一个地名。例如，《京郊时报》《京剧白丑脸谱集萃》《学生英语报(七年级京教版)》等报刊名称均认为是含有“北京”这一地名的报刊名称。

在统计地级政区名时，也以简称为检索词。比如“武汉市”是全称，既可简称为“武汉”，也可简称为“汉”；“呼和浩特市”是全称，既可简称为“呼和浩特”，也可简称为“呼市”。至于地级市的别称，比如“武汉”的别称是“江城”，吉林市也被称为“江城”或“北国江城”，重庆的别称是“山城”，“广州”的别称是“羊城”，等等，我们认为它们更像一个独特历史文化的符号，具有独特的广告效应，跟原有的本称区别较大，它们的符号个性和独立性更强。但是，从本文研究的目的来看，城市的别称及别称的数目多少，恰好可以说明该地名的流行度、知名度、形象地位、自我广告意识、历史文化厚度及综合影响力等。因此，我们也统计地级政区的别称出现次数，一并计入相关数据。但是，根据我们的统计，城市别称出现在报刊名称中的，只有广州的两个别称“羊城”和“花城”，分别出现在《羊城体育报》、《羊城晚报》和《花城》中。

“吉林市”(吉林)是吉林省的一个地级市，和吉林省同名，“海南州”(海南)是青海省的一个地级州，和海南省同名。我们对含有“吉林”的全部 59 个报刊名称逐个辨别核实，最终确定 2 个名称为地级市的“吉林”；也对含有“海南”的全部 20 个报刊名逐个核实，最终确定 2 个名称为地级市的“海南”。

## 3. 全国各级政区名在报刊名称中的数据与分析

### (一) 全国 34 个省级政区名的数据与分析

在全国 34 个省级政区中，“上海”在报刊名称中出现的频次最高，“澳门”最低，“内蒙古/四川”“山西/广东”“广西/湖南”“陕西/江西”“西藏/甘肃”这 5 组中每组的两个省级政区名出现频次相同。详细数据见表 1。

**Table 1.** Data of the names of 34 provincial governments in newspapers and magazines  
**表 1.** 全国 34 个省级行政区名在报刊名称中的数据

省级行政区名(34 个)	出现次数	出现频率(%)
上海	198	0.9078
江苏	191	0.8757
北京	154	0.7061
新疆	120	0.5502
山东	111	0.5089
河北	100	0.4585
河南	84	0.3851
内蒙古/四川	82	0.3760
福建	81	0.3714
山西/广东	80	0.3668
广西/湖南	77	0.3530
浙江	74	0.3393
湖北	67	0.3072
天津	63	0.2888
安徽	59	0.2705
吉林	57	0.2613
云南	55	0.2522
黑龙江	54	0.2476
辽宁	51	0.2339
重庆	50	0.2292
贵州	49	0.2247
陕西/江西	46	0.2109
青海	40	0.1834
西藏/甘肃	36	0.1651
台湾	23	0.1055
海南	19	0.0871
香港	17	0.0779
宁夏	16	0.0734
澳门	5	0.0229

表 1 呈现的主要现象、问题和启示有 9 点:

1) “江浙沪”合称并举的观念,在报刊名称中存在不和谐的因素,原因是浙江出现的次数太少、排名太低。上海在报刊名称中出现的次数最多,高达 198 次,知名度最高。江苏出现的次数达到 191 次,知名度和上海相差无几。二者属于知名度最高的第一梯队。按理说,同属于沿海省份的浙江,应该和上海、江苏一样,位居第一梯队,具有同样的报刊名称知名度才对,但是“浙江”只出现了 74 次,和同处于沿海一条线的上海、江苏相差太大。这使得已成定式而且颇为流行的两省一市组合(江浙沪)出现了不和谐的因素。浙江只有 74 次的低出现率,甚至也违背了历史上“江浙并举”的狭义文化地域概念,同时也打破了由江浙沪构成的“长江三角洲”经济带的完整概念。我们知道,长江三角洲是中国的第一大经济

区,中国综合实力最强的经济中心、亚太地区重要的国际门户、全球重要的先进制造业基地、中国率先跻身世界级城市群的地区。北京大学中国企业史研究室主任吴晓波说:“据不完全统计,2009年,江浙沪三地GDP总和首次超过1万亿美元,成为全球第十一大经济体。”[6]总之,从“江浙沪”作为政区名在报刊名称中出现次数的差异,无法很好地解释在地理、文化、性格、语言、经济等各方面都高度相似的“江浙沪”,为什么“浙江”没有和“上海、江苏”一样,也在自己的报刊名称中大范围推广自己的名字。

2)“北上广”的合称并举观念,在报刊名称中存在很不和谐的因素,原因是北京出现154次,上海出现198次,二者相差很大;省会城市“广州”(见表2)在报刊名称中出现24次,低于上海和北京十万八千里。即使把广州出现的24次和广东出现的80次合并,一共也才104次,也远远低于上海和北京。出版报刊是一个地方自我展示的文化载体,广州(广东)在报刊名称中较低的知名度说明广州(广东)是不善于自我文化宣传的地区。

3)四个直辖市“京津沪渝”也出现了两极分化,天津(63次)和重庆(50次)两个直辖市都处于位置较低的同个梯队,这和北京、上海差距很大。可见,尽管四个政区都是直辖市,但在很多方面尤其是城市名片的自我广告化意识方面,四者还是有差距的。

4)东北三省“黑吉辽”,分别在报刊名称中出现54、57和51次,都处于50次左右的梯队,具有极大的相似性。2016年全国31个省的GDP总量排名中[7],黑吉辽分别位居21、22和14名,但是总量位居14名的辽宁却出现了负增长,是全国31个省中唯一的一个负增长的省份,负增长率2.5%,而且在GDP的增速排名中,黑吉辽的位置分别是29、25和31名,也是垫底的。

5)西南三省“云贵川”,分别在报刊名称中出现55、49和82次,这也符合人们的一般认知和观感,云南和贵州基本处于同一梯队,四川省的整体实力明显高于云南和贵州,整体认知观感较高。2016年全国31个省的GDP总量排名中,四川位居第6位,明显高于位居23名和25名的云南和贵州。

6)西北三省“陕甘宁”,分别在报刊名称中出现46、36和16次。这种次数递减状况和西北三省在2016年的GDP总量排名中的位次递减也是相似性的。2016年,陕甘宁三省的GDP总量分别位居全国31省的第15、27和29位。其中,宁夏在报刊名称中的出现次数和GDP总量都是垫底的。

7)中部六省“豫、晋、湘、鄂、皖、赣”,分别在报刊名称中出现84、80、77、67、59和46次。2016年,与中部六省相应的GDP总量全国31省的排名分别是第5名、24、9、7、13和17名。如果排除山西省,那么中部五省“河南、湖南、湖北、安徽、江西”无论在报刊名称中出现的次数还是GDP的总量排名,都具有正相关关系,即政区名在报刊名称中出现次数越高的省,其GDP的总量排名也越高。从这个角度而言,“中部五省”之间的共性比“中部六省”更高。

8)新疆、内蒙古和西藏在报刊名称中出现的次数分别是120、82和36次。这其中的原因值得深思,尤其是新疆,位居全部34个省级政区名的第4位,但其2016年的GDP总量排名却低居26位。这是一个很奇特的现象,一时还不好解释。根据笔者的统计分析可知,导致此种状况的一个可以肯定的原因是,这些自治区的报刊一般都是多语种的,同一份报刊,可以有维吾尔语、汉语、蒙古语、哈萨克语、藏语等多种版本同时发行,导致数据库中的报刊名数据重复。比如新疆的《新疆畜牧业》杂志,就有维文、汉文、蒙文和哈文版等四种。

9)“港澳台”出现频次较低主要是因为这三地出版发行的报刊很多都不在数据库中,无法统计具体数据。后续我们将完善“港澳台”报刊名称数据,按照“数字人文”的范式全面深入研究,为政区发展提供参考。

## (二) 全国28个省会级政区名的数据与分析

在全国28个省会级政区中,“武汉”在报刊名称中出现频次最高,“呼和浩特/海口/台北”并列最

低，“成都/长春”“太原/杭州”“昆明/合肥/长沙”“贵阳/石家庄”“南宁/银川”“呼和浩特/海口/台北”这6组中每组的省会级政区名出现频次相同。详细数据见表2。

**Table 2.** Data of the names of 28 provincial capitals in the name of newspapers and magazines  
**表 2.** 全国 28 个省会级政区名在报刊名称中的数据

省会级政区名(28 个)	出现次数
武汉	50
南京	47
西安	30
沈阳	29
哈尔滨	26
广州	24
郑州	22
兰州	18
成都/长春	16
南昌	14
太原/杭州	10
昆明/合肥/长沙	9
济南	8
贵阳/石家庄	7
乌鲁木齐	6
福州	5
拉萨	3
南宁/银川	2
西宁	1
呼和浩特/海口/台北	0

表 2 呈现的主要现象、问题和启示有 3 点：

1) 尽管武汉和上海、北京还有很大差距，但武汉在报刊名称中出现 50 次，位居省会城市之首，紧跟四个省级直辖市之后，而且跟省级直辖市重庆同位，也和天津相差不大。这种状况也为“大武汉”的历史美称提供了一个支撑和佐证。我们知道，民国初年，孙中山先生在《建国方略》里说：“武汉应略如纽约、伦敦之大”。1911 年辛亥首义成功，孙中山先生称“武昌一呼，四方响应”。1938 年武汉会战时期，全国各地响起“保卫大武汉”的口号，武汉影响之大可见一斑。20 世纪初期，武汉一度成为中国仅次于上海的第二大城市，“大武汉”与“大上海”交相辉映，成为中国历史上唯一两座曾被冠以“大”的都市。

2) 我国 10 个省会副省级城市“武汉、南京、西安、沈阳、哈尔滨、广州、成都、长春、杭州、济南”，只有前 6 个在报刊名称中出现次数顺次排在全部省会城市的前 6 名，而非副省级城市的省会“郑州”和“兰州”却位居“成都、长春、杭州、济南”之前。在一般的认知观感上，副省级省会“杭州”的名气似乎更大一些，但其却排在了非副省级的南昌之后，也和太原同位。副省级省会“济南”在 10 个副省级省会中的位次是最后的，也排在了非副省级省会“昆明、合肥、长沙”之后。就笔者的认知观感而言，“杭州、济南”都是名声在外的副省级省会城市，那里的人们应该更懂得借助于报刊名称来推广

自己的城市名片，结果这两个政区名在报刊名称中出现的次数却只在 10 次和 8 次，实在有些低。

3) 全国 28 个省会城市中，尽管武汉和南京在报刊名称中出现的次数稍高，但笔者整体上感觉这些政区名的出现次数都偏低，“海口”甚至为 0 次，“西宁、银川”也仅有 2 次。这些现象值得当地政府和民间机构团体在出版发行报刊时思考。

### (三) 全国 307 个地级政区名的数据与分析

在全国 307 个地级政区中，“衡水”的出现频次最高，“乌海”等 106 个并列最低，频次均为零。详细数据见表 3。

**Table 3.** Specific data of 307 prefecture level (non provincial capital level) government district names in newspaper names  
**表 3.** 全国 307 个地级(非省会级)政区名在报刊名称中的具体数据

地级政区名(307 个)	出现次数
衡水	42
青岛	36
伊犁	24
深圳	21
大连/苏州	14
扬州	13
宁波/延边	12
厦门	11
汕头	10
黄冈	9
延安/喀什	8
牡丹江/温州/中山(3 个)	7
徐州/常州/南通/大理/吐鲁番/和田(6 个)	6
大同/齐齐哈尔/佳木斯/大庆/信阳/咸宁/桂林/凉山/宝鸡/哈密/克孜勒苏(11 个)	5
包头/赤峰/唐山/邯郸/承德/泉州/烟台/十堰/湘潭/佛山/乐山/巴音郭楞(12 个)	4
呼伦贝尔/黑河/无锡/盐城/铜陵/安庆/宁德/九江/景德镇/淄博/潍坊/新乡/柳州/绵阳/阿坝/阿克苏/阿勒泰/博尔塔拉(18 个)	3
锡林郭勒/鞍山/长治/吕梁/邢台/吉林/白山/伊春/连云港/绍兴/嘉兴/蚌埠/淮南/淮北/宿州/滁州/莆田/三明/宜春/上饶/萍乡/济宁/滨州/聊城/菏泽/开封/洛阳/安阳/焦作/商丘/南阳/荆州/襄阳/邵阳/岳阳/常德/湛江/内江/遵义/普洱/楚雄/红河/黔南/日喀则/昌都/林芝/山南/那曲/阿里/商洛/天水/海南/黄南/昌吉/塔城(55 个)	2
鄂尔多斯/丹东/辽阳/晋城/忻州/晋中/运城/保定/张家口/沧州/廊坊/通化/白城/鸡西/绥化/镇江/泰州/湖州/金华/台州/丽水/芜湖/黄山/阜阳/池州/漳州/龙岩/新余/枣庄/泰安/德州/临沂/平顶山/濮阳/许昌/漯河/三门峡/周口/荆门/随州/衡阳/张家界/益阳/娄底/永州/怀化/珠海/韶关/肇庆/江门/茂名/惠州/清远/东莞/梧州/贺州/玉林/百色/河池/钦州/攀枝花/泸州/宜宾/雅安/六盘水/铜仁/毕节/安顺/昭通/曲靖/玉溪/保山/临沧/德宏/文山/渭南/安康/榆林/陇南/海东/果洛/克拉玛依(82 个)	1
乌海/通辽/乌兰察布/巴彦淖尔/兴安/阿拉善/抚顺/本溪/锦州/营口/阜新/盘锦/铁岭/朝阳/葫芦岛/阳泉/朔州/临汾/秦皇岛/四平/辽源/松原/鹤岗/双鸭山/七台河/大兴安岭/淮安/宿迁/衢州/舟山/马鞍山/六安/宣城/亳州/南平/赣州/吉安/抚州/鹰潭/东营/威海/日照/莱芜/鹤壁/驻马店/黄石/宜昌/鄂州/孝感/株洲/郴州/梅州/汕尾/河源/阳江/潮州/揭阳/云浮/北海/崇左/来宾/防城港/贵港/三亚/三沙/儋州/自贡/德阳/广元/遂宁/资阳/南充/达州/广安/巴中/眉山/丽江/甘南/临夏/迪庆/怒江/黔西南/西双版纳/黔东南/甘孜/湘西/恩施/铜川/咸阳/汉中/嘉峪关/金昌/白银/酒泉/张掖/武威/定西/平凉/庆阳/玉树/海西/海北/石嘴山/吴忠/固原/中卫(106 个)	0

表 3 呈现的主要现象、问题和启示有 3 点：

1) 我国 5 个计划单列副省级城市“青岛、深圳、大连、宁波、厦门”在 307 个地级政区名中的排名

整体靠前,不愧是计划单列的副省级城市。其中,非省会城市青岛出现36次,超越了28个省会城市中的26个,仅次于武汉和南京;非省会城市深圳出现21次,超越了28个省会城市中的21个;非省会城市大连出现14次、宁波出现12次、厦门出现11次,均超越了28个省会城市中的17个,其中大连和省会城市南昌位次相同。总之,笔者认为,和省会城市相比,5个计划单列的副省级非省会城市具有较强的自我宣传推广意识,这些政区名作为城市名片,更多地出现在当地办的报刊名称之中,对各自政区(地区)起到了较好的形象塑造、宣传推广作用。

2)“衡水”在307个地级政区名中位居第一,这蕴涵着很多有价值的人文信息,是特别有启示意义的现象。我们知道,衡水的高中教育发展很好、高考升学率很高、名声很大,尤其是衡水中学的高考辅导材料,全国高中几乎都在购买,出版发行量极大。这个因素直接导致了“衡水”在报刊名称中高频出现。数据显示,“衡水”作为政区名在报刊名称中出现41次,均为衡水中学的高考辅导教材,比如《学苑新报:衡水中学2016~2017学年高三月考卷(理科)》和《衡水金卷:高三一轮复习单元测试卷(文科数学)》等。这说明,报刊名称可以反映一个地区的知名度,地区的知名度也有助于报刊的出版发行。一个政区名在报刊名称中出现的次数多寡,跟该政区名在现实社会中的知名度高低是正相关关系。一个政区的相关部门应该有意识地把政区名体现在报刊名称中,以利于政区的宣传推广和知名度提升。

3)数据显示,政区名出现在报刊名称中的次数在10次以下的地级政区多达296个,占全部307个地级政区的96.4%;其中出现1次的82个,占比26.7%;出现0次的106个,占比34.5%。这说明,全国大多数地级市的政区名广告意识和语言创意产业意识不强,没有深刻领会“广告是语言的广告”蕴涵的经济文化价值。在利用报刊名称推广宣传自己政区的策略上,政区名是大范围缺位的。这就好比印制了一张特别精美的名片,可是名片上却没有主人的名字。这是非常令人遗憾的。

#### 4. 结语

我们知道,报刊名称的拟定是多种因素综合作用的结果,但在行政主导的报刊体制下,一个政区如何借助于报刊名称来宣传推广自己,提高自己的知名度,凝聚自己的城市精神,锻造自己的文化品格[8],却是一个值得思考的问题。因为政区名是一个行政区域的名片,报刊名称是发送这张名片的重要途径和载体。政区名的宣传推广蕴涵着极大的经济社会文化价值,不同级别的政区都应该增强宣传推广各自政区名的广告意识和语言创意产业意识,都应该考虑各自政区名的宣传推广与政区形象塑造、经济社会发展、地域精神培育传承和发扬等的关系问题。

政区名在报刊名称中的存在状况和出现次数,跟这个政区的政治区域地位、经济活力、GDP、地域精神、广告意识、语言创意产业意识、历史文化环境资源等因素关系密切,是一个政区的政治、经济、文化教育和社会发展的晴雨表,是透视一个政区(地区)的一面镜子。政治经济地位较高的政区名,其在报刊名称中出现的次数相对较多,而一些边远地区的政区名,由于该政区的政治经济文化教育等因素在全国不占优势,其在报刊名称中的出现次数也相对较少。总之,报刊名称中政区名(地名)的存在状态蕴涵着丰富的人文信息,值得政府部门和群团组织积极思考和利用。

#### 参考文献

- [1] 郭晓,赵正阳.“精英的泛化”与“大众的崛起”——当代中国艺术教育地域格局观察[J].艺术教育,2012(12):6-13.
- [2] 马永立.试论地名的概念[M]//翁振军,主编.地名学理论探索.邢台市地名委员会(内部资料),1991:57.
- [3] 王庆丽,刘洪双.地名,文化与故乡的名片[N].浙江日报,2015-09-29.
- [4] 刘江伟,姜玲.地名文化是全人类的共同财富[N].光明日报(评论综合),2015-04-24.
- [5] 刘炜,等.面向人文研究的国家数据基础设施建设[J].中国图书馆学报,2016(5):29-39.



- [6] 赵晔娇. 江浙沪 GDP 超 1 万亿美元长三角经济强县集群谋发展[N/OL].  
<http://www.chinanews.com/cj/cj-gncj/news/2010/01-07/2060375.shtml>, 2010-01-07.
- [7] 2016 年 31 省市 GDP 总量及增速排名一览表, 中国城市 GDP 排名 2016 排行[N/OL].  
<http://www.southmoney.com/redianxinwen/201702/1097950.html>, 2017-02-25.
- [8] 陈静, 等. 城市精神, 一座城市的文化品格[N]. 哈尔滨日报, 2005-07-18.