

# 基于RMP理论的池州市旅游产品创新发展研究

王雯雯, 陆 苗

池州学院旅游与历史文化学院, 安徽 池州

收稿日期: 2025年6月9日; 录用日期: 2025年7月9日; 发布日期: 2025年7月24日

## 摘 要

近些年来, 池州旅游业不断发展, 但其产品单一, 旅游产品与当地特有文化资源融合不深, 目前以旅游观光为主, 游客重游率也不高, 需要对旅游业潜力深度挖掘。本文利用RMP分析法来分析当下池州产品、资源和市场三个方面, 从而进一步来推进池州旅游业和经济的发展。研究发现, 目前池州相关旅游服务配套设施不完善, 大大增加旅游的不便利, 并且旅游特色产品研发不够, 知名度不高, 无法吸引游客和留住游客, 应该完善当地的旅游基础设施, 积极融入长三角旅游圈, 并且强化旅游营销, 打响池州旅游品牌, 形成自己的旅游特色。

## 关键词

池州市, 旅游资源, 旅游产业, 旅游产品

## Research on the Innovation and Development of Tourism Products in Chizhou Based on RMP Theory

Wenwen Wang, Miao Lu

School of Tourism, History and Culture, Chizhou University, Chizhou Anhui

Received: Jun. 9<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jul. 9<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 24<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

In recent years, Chizhou tourism industry has been developing continuously, but its products are single, tourism products and local unique cultural resources are not deeply integrated, the current tourism is mainly based on tourism, tourists repeat rate is not high, need to tap the depth of tourism potential. In this paper, RMP analysis method to analyze the current Chizhou products, resources

and markets, so as to further promote the development of tourism and economy in Chizhou. The study found that the current Chizhou related tourism services facilities are not perfect, greatly increasing the inconvenience of tourism, and tourism product research and development is not enough, visibility is not high, unable to attract tourists and retain tourists, should improve the local tourism infrastructure, actively integrate into the Yangtze River Delta tourism circle, and strengthen tourism marketing, Chizhou began to form its own tourism brand.

## Keywords

Chizhou City, Tourism Resources, Tourism Industry, Tourist Products

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

## 1. 引言

当下“旅游经济”越来越被重视,而池州市也在积极开发九华山、牯牛降、杏花村等优质自然和人文资源,不断积极探索旅游带动经济发展的新模式。然而,当下池州市旅游产业是以传统观光为主,并且产品单一、未能充分将本地特色的文化资源与旅游产品融合,从而出现游客重游率不高,当地的旅游发展潜力尚未充分释放。本研究基于 RMP 理论(资源-市场-产品),将会进行系统的分析池州市旅游资源、客源市场需求及产品开发现状,并且深度挖掘其旅游经济潜力,并提出产品体系优化策略,旨在推动池州市旅游产业从单一观光向多元化、体验化升级,助力池州旅游经济的可持续发展[1]。

## 2. RMP 分析概述

于 1981 年由清华大学黄志澄教授提出的 RMP 分析模式,是以产品(Product)为核心,结合资源(Resource)和市场(Market)的全面的分析方法[2]。该理论强调资源、市场和产品三要素之间的联动关系,通过系统评估和动态调整,从而制定科学合理的发展策略,并可以广泛应用于旅游规划、区域开发和可持续发展等领域。在旅游资源的研究中,RMP 分析在优化资源配置、精准匹配市场需求和指导产品创新方面有推动作用,并未推动产业升级提供帮助。

## 3. 池州市乡村旅游的 RMP 分析

### (一) R 性(资源)分析

#### 1) 池州市旅游资源分析

池州市位于安徽省西南部,总面积 8272 平方公里,辖内有三县一区。东接铜陵市、芜湖市,南邻黄山市,西望庐山,区位优势显著。池州市属暖湿性亚热带季风气候,四季分明,境内江河水系发达,森林覆盖率极高,是中国第一个生态经济示范区,是安徽省旅游资源最集中、品质最高的“两山一湖”(黄山、九华山、太平湖)区域的重要组成部分。池州是泛“长三角”地区的“后花园”,自然环境优美,有着优良的生态环境,人文景观丰富,是理想的旅游休闲度假胜地[3][4]。

池州市依山傍水,人杰地灵,文化底蕴深厚,是省级历史文化名城,被誉为“千载诗人地”。从民俗方面来看,池州市民俗众多,有着丰富的传统并富有本地特色的民俗文化,该市有着深厚的文化底蕴和鲜明的文化特色,如东至花灯、九华山庙会列入了国家非物质文化遗产名录[5]。根据最新的国际旅游资源分类标准,对池州市旅游资源进行了分类,具体分类结果如表 1 所示

Table 1. Distribution of tourism resources in Chizhou  
表 1. 池州旅游资源分布情况

| 指标主类          |         | 资源总类型数 |      | 旅游资源类型数 |      | 资源类型所占比例 |      | 资源单<br>体总数 | 单体占总<br>数比例 |
|---------------|---------|--------|------|---------|------|----------|------|------------|-------------|
|               |         | 亚类     | 基本类型 | 亚类      | 基本类型 | 亚类       | 基本类型 |            |             |
| 自然<br>资源<br>类 | 地文景观    | 5      | 37   | 2       | 3    |          |      | 14         |             |
|               | 水域景观    | 6      | 15   | 3       | 3    |          |      | 6          |             |
|               | 生物景观    | 4      | 11   | 2       | 2    | 53%      | 14%  | 4          | 40%         |
|               | 天气与气候景观 | 2      | 8    | 2       | 2    |          |      | 2          |             |
|               | 小计      | 17     | 71   | 9       | 10   |          |      | 26         |             |
| 人文<br>资源<br>类 | 遗产遗迹    | 2      | 12   | 2       | 2    |          |      | 4          |             |
|               | 建筑与设施   | 7      | 49   | 7       | 15   |          |      | 25         |             |
|               | 旅游商品    | 1      | 7    | 1       | 3    | 86%      | 29%  | 4          | 60%         |
|               | 人文景区    | 4      | 16   | 2       | 4    |          |      | 6          |             |
|               | 小计      | 14     | 84   | 12      | 24   |          |      | 39         |             |
| 合计            | 8       | 31     | 155  | 21      | 34   | 68%      | 22%  | 65         | 100%        |

2) 池州资源开发现状

近年来，池州积极开发着本土丰富的自然与人文的旅游资源，现已形成了以“名山、秀水、富硒地、好空气”为核心的旅游品牌，并借助高铁开通、文旅融合、全域旅游等策略，实现了旅游业的快速发展。池州借助高铁等交通的发展，从而推出“大黄山”自由行、“大九华”观光游、“大池州”康养游等高铁旅游线路，并联合黄山、宣城、安庆等市打造“高铁+”主题线路，推动区域旅游资源共享。2024 年“五一”假期，池州接待游客 403.9 万人次，同比增长 43.63%，旅游收入 29.92 亿元，同比增长 85.89%。并积极进行文旅融合与创新业态，在雉仙镇融合雉文化与徽派建筑，成为夜游新地标，试营业期间单日接待超 5000 人，而大王洞全息影像、瞬息魔方等数字技术项目增强游客体验，池州旅游资源开发已形成“高铁 + 文旅”“生态 + 康养”“文化 + 科技”的多元化格局，全域旅游体系逐步完善。未来，池州将继续深化大黄山区域协作，推动文旅产业向高品质、国际化方向发展。但池州旅游市场上的同质的旅游产品过多，缺乏创意，池州深度开发程度还不够深，因此池州市的旅游开发尚处在初级阶段。[6]

(二) M 性(市场)分析

1) 客源市场空间结构

池州市旅游客源地域空间结构呈现近域性特征。池州市本地及省内作为基础客源市场，是池州市旅游最稳定与最直接的客源市场。池州旅游总体客源市场集中，主要是安徽及周边省份。省内旅游市场以皖南市场为基础，游客主要来源于合肥市场；其他省外市场则主要来自长三角市场，京津冀市场、成渝市场、华中市场有零星分布，国内市场需要进一步开拓。池州已经初步形成全域化的多层次、多样化市场；以国内市场为主，国际化水平比较低，入境游客少，旅游外汇收入少；总体上游客停留时间较短，人均消费较少；在国内市场中，区域化游客占比较重，长途游客占比少；在旅游主题吸引上，宗教旅游占比大，其他产品吸引力不足；在旅游空间活动上，以九华山为主，没有全域化覆盖到其他区域。

2) 潜在市场的挖掘

池州交通格局在不断优化，合福高铁、宁安高铁将黄山、池州、铜陵等皖南城市的旅游资源进行了整合，并通过合蚌客运专线的纽带作用，可以为皖南带来更多的客流，从而推动黄山高铁旅游经济黄金

发展区域的形成。并且南京、上海、浙江等长三角地区经济发达城市常作为重点客源市场，与池州距离较近、交通也方便，而且这些地区游客的文化水平和可支配收入高、出游率高，与池州之间往来密切，对池州市旅游的感知度也比较高。池州未来以皖南旅游市场为基础,省内市场为核心，壮大长三角市场，大力发掘京津冀、珠三角、华中、成渝等国内主要市场，并且积极拓展除日韩、港澳台、南亚、东南亚以外的其他国际市场，形成国际化旅游市场体系[7]。

**(三) P 性(产品)分析**

**1) 池州市已有的旅游产品**

池州市有着丰富的自然与人文旅游资源，并且也开发了多样化的旅游产品，涵盖文化体验、研学旅游、生态观光、康养度假等多个旅游领域。现在池州的旅游产品形成了“名山祈福、秀水休闲、富硒康养、诗路文化”四大核心体系，又通过高铁联动(如池黄高铁)、数字文旅(如“游池州”智慧平台)等创新手段提升体验。未来，池州将继续深化“大黄山”区域协作，推动旅游产品向国际化、高品质方向发展。以下是对池州的旅游产品的分类，具体分类结果如表 2 所示。

**Table 2.** Tourism products of Chizhou  
**表 2.** 池州市旅游产品

| 种类    | 名称                                    |
|-------|---------------------------------------|
| 生态观光类 | 九华山风景区、牯牛降景区、秋浦河百里画廊、平天湖风景区、升金湖国际重要湿地 |
| 文化体验类 | 杏花村文化旅游区、秀山门博物馆、太白吉市雉仙镇               |
| 康养度假类 | 石台富硒康养游、莲峰云海健康养老基地、九华黄精康养综合体          |
| 研学旅游类 | 星空之城天文研学基地、茶文化研学、秋浦河世路研学、华龙洞考古遗址公园    |
| 休闲娱乐类 | 大王洞西游幻境、蓬莱仙洞唐风诗楼露营地、平天湖路亚基地、怪潭漂流      |
| 美食旅游类 | 九华素斋、贵池小粳、石台晒餐、干煸泥鳅                   |
| 节庆活动类 | 杏花村文化旅游节、石台茶叶节、九华花海文化节                |

**4. 池州旅游产品的不足**

**(一) 池州相关旅游服务配套设施不完善，旅游不便利**

目前，贵池区旅游交通体系存在显著短板。出行方式以短途客运和少量旅游环线为主，国省干线尚未全面覆盖重要城镇与景区，“最后一公里”交通不畅成为部分乡村旅游发展的梗阻。部分乡村缺乏串联周边景点的专线，导致景区间联系松散，难以形成联动效应。尽管政府已着手改善，但区域内外交通不便的现状短期内仍难以彻底扭转。作为以周边省市短途游客为主的乡村旅游目的地，自驾游成为主流出行方式，这对城镇道路建设提出更高要求，亟需拓宽升级现有道路，提升路网通达性。然而，乡村道路狭窄、停车位稀缺等基础设施局限，在节假日旅游高峰期矛盾尤为突出。面对自驾游车辆集中涌入，乡村接待能力面临严峻考验，一旦应对不当，极易引发游客挤占公共空间、扰乱交通秩序等问题，严重影响游客体验与旅游品牌形象。

**(二) 旅游特色产品研发不够，知名度不高**

贵池区的产品开发仍停留在初级阶段，多是对现有物资的简单加工包装，缺乏具有市场竞争力的创新品牌和深加工产品，难以彰显地域特色。同质化竞争激烈、文化内涵不足的问题突出，旅游产品与景点间关联性弱，常出现“景品脱节”现象，严重制约文化价值向经济价值的转化。尽管当地政府积极推动改善，但产品创新与品牌培育仍面临诸多挑战。且游客对大部分非遗的认知度不高，本地游

客的认知度高于外地游客。傩戏、青阳腔、东至花灯等国家级非遗项目政府在大力宣传,但许多特色非遗只是在当地小范围流传,而外界流传度低,目前没有充分发挥非遗资源对于文旅融合的独特价值[8]。

## 5. 池州市旅游产品创新发展策略

### (一) 完善当地的旅游基础设施,积极融入长三角旅游圈

池州需主动融入长三角旅游圈,强化与区域内城市的衔接融合,借此拓展发展空间,提升在全国及区域旅游网络中的地位,激活旅游业发展动能。同时,打破行政区划壁垒,推进全域旅游建设,通过完善区域交通路网、优化无障碍环境、维护旅游生态等举措,促进资源要素自由流动;深化客源共享、品牌共建、信息互通机制,依托大数据构建高效协同的区域旅游体系与产业链条,实现多方共赢发展。在交通方面,池州市可以开通景区直达大巴,开通一条可以串联池州市所有核心景点的交通线,推广“旅游一卡通”,打造智慧交通,实时查看到景区交通的动态,方便旺季交通疏导以及管理。在景区卫生设施上可以进行厕所革命,增加母婴室和家庭卫生间等。在业态配套设施方面,餐饮企业应规范食品卫生,引入当地老字号品牌和网红品牌。

### (二) 强化旅游营销,打响池州旅游品牌

1) 构建“政府主导、企业协同”的旅游营销体系,整合山水生态与地域文化资源,打造特色旅游品牌。深挖地方特色,举办池州茶文化旅游节、傩戏文化节、红色文化旅游节等主题活动,塑造标志性节庆IP。借助短视频,池州市可以策划有关旅游的挑战赛,邀请一些知名的博主来池州进行打卡宣传,其次依托池州市的资源可以与一些热门综艺合作,邀请他们来池州拍摄,可以增加地区的知名度。除此之外,池州市还可以通过举办马拉松、音乐节、环平天湖或杏花村等地方举办自行车骑行赛。强化区域联动,联合乡村旅游集群,深化与客源地、旅游代理商合作,通过在重点城市举办推介会,推动旅游产品走进社区、校园、企业,全面提升品牌知名度与美誉度。

2) 打破旅游商品同质化困局,推动非遗文化与旅游商品深度融合。在各类手工艺品中融入文化符号,赋予产品独特内涵。立足本土非遗资源,创新开发花灯、绢扇、布鞋、农民画、雕像等多元化文创产品,以创意设计和工艺革新,打造兼具文化价值与市场吸引力的特色商品,可以将池州市文创产品与其他产品进行联名营销,如将平天湖与矿泉水联名、杏花村牧童与游戏动漫联名,其次可以请明星代言推广池州市美丽的自然风光,让非遗文化可感知、可消费,实现文化遗产与旅游经济的双向赋能。

## 6. 结语

池州市旅游资源丰富、旅游资源的种类齐全,地理位置优越,交通便利,靠近长三角经济发达城市,开展乡村旅游具有巨大的发展潜力和广阔的发展前景[9]。池州市应将开发利用价值较大的乡村旅游资源进行有效整合,并针对特定目标市场开发出高质量的乡村旅游产品,形成自己的乡村旅游产品品牌。在消费者注重购物体验的经济环境下,国内的旅游产业快速发展,池州拥有多样的乡村旅游资源,旅游产业要紧跟时代、市场,在研发、生产、销售等层面需要获得政府与社会的支持,除了强调产品的本地文化特色属性,还要分析消费者的需求,不仅能“满足”和“提供”消费,还要争取能“引领”和“提升”消费[7]。

## 基金项目

池州学院 2023 年度大学生创新创业训练计划项目“乡村振兴背景下旅游地居民社区参与影响因素”(SA2500000791)。

## 参考文献

- [1] 武永振. 亳州市旅游产业发展研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2017.
- [2] 筱筱, 郭小雯. 基于 RMP 理论的辽宁省红色研学旅游产品开发研究[J]. 经济研究导刊, 2021(1): 34-36.
- [3] 张文慧. 池州市旅游经济可持续发展路径研究[J]. 美与时代(城市版), 2023(2): 107-109.
- [4] 黄群群, 朱小龙. 安徽省高职高专院校专业设置与区域协调发展研究——基于主体功能区视角[J]. 山东农业工程学院学报, 2015, 32(2): 62-65.
- [5] 吴雯雯, 许信旺, 方宇鹏. 基于大数据视角下池州生态旅游资源评价研究[J]. 安阳师范学院学报, 2021(2): 54-58.
- [6] 李纯. 河北省正定县荣国府智慧景区建设研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 桂林理工大学, 2023.
- [7] 文娟. 全域旅游中市级政府职能研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西大学, 2023.
- [8] 文静. 旅游体验视角下池州市非物质文化遗产的旅游开发模式创新研究[J]. 安阳师范学院学报, 2020(5): 48-53.
- [9] 方金生, 彭海平, 许信旺, 等. 池州市旅游竞争力评价与提升策略[J]. 绿色科技, 2022, 24(17): 201-207.