

江西旅游文化创意产业发展对策研究*¹

周燕¹ 刘文辉¹ 邬志萍²

(1. 南昌工程学院工商管理学院

2. 江西省艺术剧院)

【摘要】：伴随旅游经济的快速增长和创意产业的蓬勃发展，带有创意的新颖旅游形式不仅逐年增加，而且旅游与文化创意产业的结合也有力推动了当地经济与社会的发展。江西的旅游资源丰富，要适应本省旅游业的长远发展要求，就应整合起这两大类别的产业。在文化创意这样的综合背景下，本文探讨了江西旅游文化创意产业可用的发展对策，以便增加江西旅游文化创意产业的多层级效益。

【关键词】：江西旅游，文化创意产业，发展对策

旅游与文化创意产业的互通与彼此促进，既能提升旅游业固有的文化内涵，展现其特有的资源优势，又能带动两大产业自身的优化与升级，是当今经济与社会发展的必然趋势。江西省的旅游产业应协同文化创意产业，在有机结合的路径下构建出特有的增值框架。

一、江西旅游文化创意产业概述

创意产业，类似于现有的文化创意产业，通用指称即创意产业。然而在北京等地区，惯用的是文化产业这样的定义。旅游框架下的文化创意产业，整合了既有的旅游业与现有的文化创意产业，它归属于延展情形下的旅游文化创意。即是将已有的创意要素，汇集进旅游业以内，延伸旅游的产业链，促进旅游业的可持续长远发展。

具体而言，江西的旅游文化创意产业具有以下几大特点：

1. 发展态势的凸显。当前江西旅游业的发展面临着激烈的竞争。其旅游业传统的资源优势，如名山古迹的旅游吸引力正在逐渐减弱，而文化创意产业的引入，不仅增添了特有的创意效应，还带来旅游业急需的新吸引力，更有效弥补了原有江西省旅游产业发展的不足，两大行业相互促进的发展态势凸显。

2. 现有实力的整合。江西省的旅游业具有起步早、发展态势好等优势。在行业激烈竞争的背景下，旅游框架下的文化创意产业，归属于新颖的独有模式。比对旧有的发展模式，作为融入了文化创意要素的旅游业，展现出明显的附加增值效果。这样的旅游业，既为游客创设出时尚的独有旅游潮流，又能供应各种类的文化产品。当前经由两大产业现有实力的整合，旅游业的竞争力正在逐步提升，文化创意产业的内在发展驱动力也被激发了出来。

¹ 基金项目：2012 年度江西省艺术规划课题（课题编号：YG2012074）。

作者简介：周燕（1980-），女，江西南昌人，讲师，从事旅游经济、旅游产业与旅游管理研究。刘文辉（1968-），男，江西南昌人，教授，从事产业经济和企业管理研究；邬志萍（1972-），女，江西南昌人，舞台技术员，从事文化产业管理研究。

3. 综合性旅游区的构建。最近几年，各种类别的旅游区都在摸索提升其综合功能的可行性路径，致力于构建新颖的区域内旅游模式，以便提高现有的行业竞争能力。江西省也在积极大胆改造原有的旅游业发展模式，将旅游与文化创意有针对性的结合起来，不断增加新产品，打造不同功能的综合性旅游区，以便延展既有的旅游产业链。

二、江西旅游文化创意产业发展现状的分析

旅游文化创意产业是新兴的朝阳产业，这样的新颖产业融合了旅游和文化创意的特点与优势，发展这项产业，能改革原有的行业经济增长方式，构建起旅游文化创意框架下的产业体系。江西省把这一产业归入战略产业以内，这就凸显了产业发展的目标与侧重点。然而，由于缺失深厚的产业根基，且省内的综合经济增长方式欠发达，造成该产业在发展过程中出现多样的问题。因此，我们既要肯定现有的产业发展成效，也要正视产业发展中隐藏的弊病。

1. 获取的产业成效。首先，省内的旅游文化创意行业增长速度很快，一直积极赶超发达省份；其次，这种产业结构正在被优化，其中所涵盖的产业附加值都显现出递增态势；再次，省内大力推动旅游文化创意产业发展也属于新亮点，其产业比重在省内经济发展总值中也一直稳步增长。各大中小型旅游企业在逐年发展壮大，也进一步带动了旅游文化创意产业的快速发展。这些要素的存在都促进了文化创意和旅游行业的快速融合与发展。

再者，江西省提出了科学的总体发展理念，在旅游文化创意产业发展过程中，既接纳了带有科学性的行业发展体系，又明确了旅游文化创意产业必需的发展路径，即行业要注重其自身的可持续长远发展，把旅游环境下的生态因素融入到特有的文化创意框架中。无论是旅游或是文化创意方面采用的各项举措都应有助于其独有资源的可持续利用，避免资源破坏的弊病，当前整体行业的发展前景都呈现出一片大好态势。

2. 要回避的弊病。通过近些年的发展，省内旅游业取得了较大进步，其原有的基础设施和接待能力都有了很大的改善与提高。然而，旅游与文化创意相结合的产业发展中就出现了行业发展过于注重短期内能获取的经济成效，而没能更好的整合现有的旅游业与关联着的文化创意及其他相关产业的问题。

再如，省内旅游景区的数目不少，但是综合性的文化创意内涵还没能深度引入，各大旅游景区推出的旅游产品与其他省份推出的产品也十分相似。因而，游客在接受旅游的各项服务过程中很难在短时间内感受到当地文化具有的感染价值。实际上，游客在游玩时更想体验到新颖的独特感受。若能让游客感受到文化氛围的熏陶，再加上创意营造的旅游模式，整个行业发展的潜力就能显现出来。由此可见，要着手去整合相关文化创意要素，把文化创意得来的新颖内涵，融入到现有的旅游行业发展中，才能将原有的、静态架构下的旅游资源，调和并重设出新颖的、动态架构下的优质旅游资源，旅游文化创意产业才能在未来取得更长远的发展。

三、江西旅游文化创意产业发展问题的分析

从总体看，旅游文化创意产业发展还没能有序进行，整体开发程度较为落后，专业人士对这一新兴产业的认知程度也不高，常把旅游行业与文化创意行业割裂开来，没能把握好新兴产业的经济发展时机，没能构建起其特有的产业集群，总的来说，产业存在的问题有以下几个方面：

1. 政府扶持力度偏弱。省内还缺少带有行业属性的规范性制度约束，与旅游文化创意产业相关的企业还仍然依照自身原有的行业发展规则，依循自己觉得适宜的发展步伐，去推动现有的旅游文化创意产业发展，企业在没有共识的状态下不利于省内新兴产业的推广。江西省的旅游文化创意产业离不开政府的支持，但就目前而言，政府在提供资金支持、供应贴息、特有的融资担保等政策扶持方面还显得不够充足和有力。此外，政府在旅游文化创意产业发展方向的引导和关注度上还亟待加强，政府在主导策划具有独特性的旅游文化创意类活动，打造特有的行业品牌方面还大有文章可做。再有，政府在协助各层面的旅游文

化创意营销，促进行业项目的长远发展方面还做的不够。旅游文化创意产业如果缺少了政府的有力协助与指引，就不能很好的将已有的行业资源优势进行整合，并找到能从整体上实现行业发展成效的最佳路径。行业长远发展不能仅凭自身的主观能动性，要与政府协同作战，才能取得未来发展的双赢效果。

2. 产业内互通交流不足。处在旅游文化创意产业发展上下游的每一家企业，还缺少互通的交流平台，没有在一个总体协调发展框架下的产业发展。旅游文化创意产业横跨旅游业和文化创意产业，在两大行业融合发展的过程中还存在针对性结合不强，各自为战，不重视整体产业发展的规模效应，在产业的发展共性和特性上缺乏更合适的切入点，长远发展目标与规划也不够清晰，产业内的交流与互通有一定的局限性。

由此，就会出现文化创意类企业若找到了可用的旅游热点，只会零星地拿来运用，缺少与旅游类企业的综合开发过程。与此同时，旅游类企业也只顾及自己的行业增长成绩，而没能适时将旅游业特有的定位及资源优势与文化创意有机结合。作为一项综合性很强的旅游文化创意产业，这种现象对于推动旅游市场与文化创意市场的快速发展及产业自身的长期发展都是十分不利的。

3. 旅游产品缺乏文化创意。一般而言，旅游行业推出的文化创意产品种类越多，对于带动当地旅游业的发展很有帮助。带有文化创意元素的旅游产品，可以吸引住游客，把现有的旅游资源，变成行业能获取的经济资源。然而，从目前江西旅游文化创意产业的发展来看，产业开发欠缺对于新颖旅游文化创意产品的认知，还没能把多样的文化创意资源与旅游产品资源有机的结合起来。

这样的现状只能造成当前的旅游文化创意产业停留在短视发展的状态内，只能看到那些浅层次的旅游资源，企业也只会把这类资源配上带有营销属性的文化称谓，不能找到旅游产品所需的文化创意元素，因此，未来的产业发展也会受到很大的制约。

4. 缺少必备的旅游文化创意人才。旅游文化创意产业是归属于文化创意框架下的新兴旅游经济发展形式。这种新兴的经济发展路径需要产业充足的专业人才储备与支持。不论何种旅游文化创意资源，在初始阶段都不会成为更有经济价值的商品，要经由专业人士有针对性的开发，才能赋予资源独特的吸引力，提升资源原有的商业经济价值。然而，在江西旅游文化创意产业大力发展的同时，却缺少大量优秀的旅游文化创意专业人才。人才配备不足将严重影响产业的长远可持续发展，产业的未来发展规划与规模也将受到很大的影响，需要防患于未然。

四、江西旅游文化创意产业发展对策的探讨

当下旅游文化创意产业内的需求缺口很大，这为江西省提供了有利的产业发展时机。从促进产业快速发展的角度出发，江西省要着力去达到如下目标：改造现有的旅游文化创意产业体制，建构规范市场；产业发展体系应予以稳固，保持带有特色、涵盖旅游文化创意内涵的特有体系；在中部之内，江西省应着力打造成新兴的旅游文化创意产业强省，拓展现有的产业发展规模，并注重规模产生的最佳效益，提升产业的附加值效果，促进产业布局的合理化发展。因而，可以从以下几个方面着手去大力发展：

1. 加大政府扶持力度。首先是金额层面内的扶持。政府应着力去关注与旅游文化创意产业相关的各个企业，用足够的资金去增强产业含有的旅游文化创意特性。例如：规模偏小的企业，常常需要获取足额的融资资金，往往由于没能寻找到可用的融资途径而很难提升现有的行业竞争力。这时，政府应协助这样的企业，帮助拓展融资渠道。

其次是指导层面内的扶持。从现状看，江西省内的旅游文化创意产业还存在散乱发展的现象，没能整合好相关的有利资源。若此时政府能加强现有的指导力度，那么该产业就可以更好的打造出具有独特性的旅游文化创意品牌。

再次是营销层面内的扶持。政府应大力推进多样的营销企划，拓展营销渠道，依托多种宣传媒介，帮助相关企业改变陈旧的营销思路，带动旅游文化创意项目类的创新与特色开发，让外省游客感受到江西旅游文化创意产业的亮点。

再者，政府要构建出总体发展规划的理念。要结合本省已有的区域优势，以及当下旅游文化创意产业的特点，制订出中长期的发展对策。一方面增加自身的有效投入，另一方面也要转变思路，尽力帮助企业去打开市场，吸纳足量的民间资金，进一步促进省内的产业经济发展。

2. 促进产业内的互通交流。开发带有旅游文化创意的特色产品，能在现有旅游业与文化创意产业间搭建起相互协调的发展平台。旅游文化创意产品的开发状态及营销情况都关系着产品能否带来显著的经济成效。江西省的旅游文化创意产业存在内部交流与互通不足的问题，为不影响产业的未来发展，则应该在总体框架下开发旅游文化创意产品，而相关企业也应结合整体发展理念制定明确的长期目标与规划，注重产业规模，扩大能够互赢共利的有效合作途径，发掘新颖的产出点，把文化创意与旅游有机的结合起来，促进整体产业的经济增长，以便产业发展上下游的各类企业都能在一个和谐经济环境氛围中发展壮大，这样才能带动产业的经济增值，并突破旧有的发展模式。

由此，江西省的旅游文化创意产业发展要体现出明显的规模及经济成效优势，就应该有自己的特色定位，以便将旅游类及文化创意类资源较好的加以整合。比如可将政府与相关企业进行合作，举办旅游文化演出、打造旅游文化主题公园、打造旅游文化街区、举办旅游文化节庆活动等方式，把能被开发的那些旅游资源，融入进新颖的文化创意中，从而提高旅游文化创意产业的整体产值。江西是一个文化与旅游资源丰富的省份，特色资源所含有的经济价值在产业融合的过程中正在逐步体现，只有不断加强交流与经验积累，坚持走活资源创新之路，合理可持续对各类资源进行综合性保护，产业未来发展之路才会越走越好。

3. 开发独特的旅游文化创意产品。江西旅游文化创意产业正处在积极发展的态势中。旅游者对其发展要求也在逐年提高，旅游者也期待着能感受到不同层面上提供的旅游文化创意产品所带来的深入体验。为使旅游与文化创意更好的结合起来，就应大力打造带有文化创意的旅游产品，在旅游产品开发中适时融入独特的文化创意构思，从而体现出旅游文化创意产品的独特性与吸引力。

江西省的旅游文化创意产品在开发中还需要当地政府与企业间的密切合作。政府在其中主要起指导性的作用，旅游文化创意产业中所涉及的相关企业，如文化创意类企业、旅游企业等，则可以互相吸纳彼此的特色资源，找到实效显著的企业合作模式，同时企业间也要进行相互的优势互补，将旅游与文化创意之间的最佳契合点加以最大化利用。这样一来，旅游文化创意产品从开发之初就营造出了浓重的竞争氛围，旅游产品与文化创意结合的是否紧密将直接影响企业产品的经济收益。因此，在开发独特的旅游文化创意产品这一层面上，相关企业要积极发挥其主观能动性，尽力打造特色性强、新颖度高的旅游文化创意产品。

此外，开发独特的旅游文化创意产品还需要将各地区的独有民俗风情、文化风貌、稀缺旅游资源进行合理保护，提高其利用的持久性。对于创意的知识产品保护也要做好长期的法制规划，提高法律认识，保障企业的合法权益不受侵害。

4. 积极培育旅游文化创意人才。文化创意产业与旅游业的有机结合成为了新的产业经济增速方式。这种新兴的旅游文化创意产业在各种资源优化组合的过程中对于专业人才的配备都提出了非常高的要求。任何种类的文化资源，在没有与创意和旅游相结合的情况下，都不会成为更有价值的市场经济商品，只有经由创意和旅游等路径才会附加资源带有的商业化价值。由此可见，产业发展需要有专业人士着手去探索最适宜的发展路径，最佳路径的选择需要依赖专业人才的专业素养和高水平业务能力，培育出善于经营这一产业的、带有奋斗精神的专业后备人才显得十分必要。因而，可以通过与各学校相关专业的合作，大力推进学校与有关企业的产学研结合，开设关联课程等多种方式，形成多层次框架下的、带有全面性发展的培育机制，积极培育出高素质的旅游文化创意设计人员、文化创意领域内的经纪人、旅游市场营销领域内的营销人员等专业性很强的人才，促进产业的未来发展。

五、结语

融和态势下的旅游业发展，带有新颖的文化创意要素，能促进旅游文化创意产业的发展与提升。文化创意，一方面吸引住游客，催生出各类别的新颖行业及关联服务。另一方面，在居民收入逐年递增的前提下，发展更高层次的旅游文化创意，将更有助于延展旅游与文化创意相结合中体现的复合属性。同时未来要注重培养这两大领域需要的高端人才，才能不断推动旅游文化创意产业的快速进步与长远发展。

参考文献：

- [1] 王伟伟. 加快中国文化创意产业发展研究[D]. 辽宁大学, 2012 (06) .
- [2] 张望. 中国文化创意产业发展模式研究[D]. 南京大学, 2011 (05) .
- [3] 吴悦. 北京文化创意产业发展模式研究[D]. 首都经济贸易大学, 2011 (05) .
- [4] 王丽, 王芳, 丁红娟. 南京市旅游文化创意产业发展的瓶颈与对策[J]. 科技创新导报, 2011 (11) .
- [5] 李萌. 基于文化创意视角的上海文化旅游研究[D]. 复旦大学, 2011 (04) .
- [6] 刘利成. 支持文化创意产业发展的财政政策研究[D]. 财政部财政科学研究所, 2011 (06) .
- [7] 赵立禄, 段文军, 牛洪霞. 桂林旅游文化创意产业发展研究[J]. 市场论坛, 2010 (07) .
- [8] 尹贻梅, 鲁明勇. 民族地区旅游业与创意产业耦合发展研究——以张家界为例[J]. 旅游学刊, 2009 (03) .
- [9] 王三银. 南京文化创意产业发展模式研究[D]. 南京航空航天大学, 2009 (03) .
- [10] 刘成. 文化创意园区旅游运营模式研究[D]. 成都理工大学, 2012 (05) .