
江西旅游文化资源特征及开发探析

熊文平

【摘要】：文化是旅游发展的灵魂。目前江西旅游产品的开发层次低，与江西旅游文化资源丰富、特色鲜明的地位极不相称；因此，开发旅游文化资源将极大地推动江西旅游发展。文章在分析江西旅游文化资源特征的基础上，提出发展思路和五大基本对策和措施。

【关键词】：江西，旅游文化资源，开发，措施

一、江西旅游文化资源的特征

（一）历史悠久、资源丰富

江西素有“物华天宝，人杰地灵”之美誉。江西拥有世界文化景观 1 处、国家级历史文化名城 3 座，拥有国家文物保护单位 24 处 95 个点、省级文物保护单位 258 处^[1]。景德镇瓷都、滕王阁名楼、龙虎山道教、白鹿洞书院、樟树药都等文化积淀深厚，具有悠久历史。临川文化、庐陵文化、客家文化区域色彩浓厚，魅力独特。丰富的文化资源成为江西发展旅游文化得天独厚的优势。

（二）品质精良、独具特色

江西旅游文化资源有四个方面独具特色：一是红色文化。江西是最重要、最著名的革命老区。“中国革命摇篮”——井冈山、“人民军队摇篮”——南昌、“共和国摇篮”——瑞金、“中国工人运动摇篮”——安源等在中国乃至世界现代革命史上都占有重要地位，是当代进行革命思想教育的重要基地。二是生态文化。江西生态良好，山水如画，形成了众多的名胜景观。全省森林覆盖率达 60.05%，有 2 处世界自然遗产（庐山、三清山）、2 处世界地质公园（庐山、龙虎山）、8 个国家级自然保护区、11 个国家级风景名胜、39 个国家级森林公园^[2]。三是名人文化。江西人才辈出，如“中国十一世纪的改革家”王安石，“唐宋八大家”欧阳修、曾巩、王安石，理学大师朱熹，“东方莎士比亚”汤显祖，民族英雄文天祥，著名科学家宋应星，“中国铁路之父”詹天佑等群星灿烂。四是陶瓷文化。江西景德镇制瓷历史悠久，两千多年来，通过美轮美奂的陶瓷艺术、精湛卓越的制瓷工艺，凝聚成了丰厚悠久的陶瓷文化内涵，已达到“白如玉、明如镜、薄如纸、声如磬”的艺术境界，因“天下瓷器所聚”而成为全国陶瓷中心，在中国乃至世界上逐渐确立了“瓷都”的历史地位^[3]。

二、发掘和展示文化内涵的基本思路

（一）优化整合，突出主体形象特色

文化是旅游的灵魂，没有文化的旅游就没有魅力，站在旅游的角度看，抓住文化就抓住了核心价值^[4]。文化可以起优化整合作用，能使某一区域优化整合为一个整体形象而与其他区域相区别，从而突出主体形象特色。文化的优势在内涵。因此，我们要深入挖掘文化内涵，发挥文化的优化整合作用，为旅游开发服务。江西文化遗址和景点在空间上呈现出明显的“大分散、小集中”的特点。我们就必须从文学、历史学、艺术和社会学等方面组织专门机构、专门研究专家，从现存的史料、文学作品、故事典籍、书画作品、民俗艺术等载体着手，下功夫对分散的旅游景点进行挖掘、概括、提炼、升华，抽象出反映区域特色的文化主题，再从文化主题着手，将这些分散的景点进行特色配置，有效地优化整合，做到虽景点分散但反映的文化主题突出。

同时，还要对文化主题拓展相关的文化内容，使其文化形象更加生动饱满。优化整合不但表现在景区景点上，而且还需要旅游部门和城建、交通、园林等其他相关部门的通力合作、互动发展，共同提升江西旅游形象。

(二) 营造氛围，创新文化内涵表现形式

除了要挖掘出文化内涵，还要从多个方面来显示文化内涵和主体形象，使其更加鲜明，从而使游客更好感知，更好地吸引游客。因此，必须通过合适的形式和载体营造氛围，更好地反映和体现文化内涵。这样不仅能更好地促进旅游发展，还能促进文化本身的发展。第一，把文化渗透到旅游各要素，使游客感受到与文化主题相融合的气氛。例如井冈山将红色文化渗透到旅游“吃、住、行、游、购、娱”等要素中，推出了以唱一首井冈山革命歌谣、听一堂革命传统教育课、走一段红军走过的小路、吃一餐红军套餐、祭扫一次革命烈士墓、看一场红色旅游经典歌舞为内容的红色旅游“六个一”工程，从而提高了井冈山旅游的文化含量，丰富了游客的文化体验^[5]。第二，利用节庆、民俗等活动，营造鲜活新奇的文化氛围。通过这种氛围的动态激活，使这些有形、有声、有色的具象事物让游客亲身感知。例如：要切实办好龙虎山国际道教文化旅游节、景德镇国际陶瓷艺术节、红色旅游博览会等活动，使这些活动集表演性、民俗性、群众性、参与性于一体，让游客能够亲身感知这些鲜活的文化。第三，通过雕塑、建筑等实体充分彰显文化内涵。雕塑，可以丰富旅游文化内涵，极具历史研究和艺术观赏价值，甚至有一些可以成为城市地标形象。通过民俗一条街、文化商业步行街的建设来拓宽和优化城市的文化实体空间。我们还可以在历史事件、名人、名篇和影视作品上做文章，建设具有文化品味的主题公园和亭、台、楼、阁等建筑。第四，建设影视拍摄基地，拍摄更多反映江西文化的影视作品。通过影视作品来反映当地文化的内涵，对外传播当地文化，带来巨大的文化传播效应。江西生态良好，山水如画，文化底蕴深厚，为建设影视城提供了得天独厚的条件。影视城的建设，可以使江西的美景和人文频频在镜头前光顾和表现，是传播地方文化极佳途径，也使影视旅游成为当地旅游的特色，带动旅游的发展。

三、江西旅游文化发展的战略措施

(一) 整合优化，构建整体开发新格局

旅游文化资源开发的核心是整合文化要素，把散点化的旅游文化因子“聚合”成特色突出、内容丰富、主题鲜明的文化旅游产品^[6]。我们要发挥文化对旅游开发有“点化”和“整合”的功能，把一种文化理念贯穿于分散的景点，做到“景散意连”，使旅游资源得到深度开发，使旅游开发发挥整体效应^[7]。第一，点上：开展江西文化因子专项旅游。江西应根据各景点的实际情况，遵循“文化-品牌、名牌-产品”开展专项旅游。例如：我们应着力开发以革命圣地为依托的红色文化、以名山名湖名城风景名胜为依托的山水文化、以道教佛教圣地为依托的宗教文化、以瓷都景德镇为依托的陶瓷文化、以庐山为重点的会议文化等专项旅游精品。第二，线上：构筑江西文化精品线路。例如：应精心打造红色经典旅游线、生态观光线、名人故里旅游线、山湖瓷乡旅游线等旅游精品线路。第三，面上：加强区域合作。要进一步重视与周边省市的旅游合作，积极打造赣湘鄂、中部六省、闽粤赣等旅游区域协作圈，主动融进“泛珠三角”和“海峡西岸”经济合作圈。在合作区内旅游实施资源共享、信息互通、客源互送、品牌同塑、联合促销等活动，努力实现优势互补、效益共享、相互促进、共同提升的联动效应，真正实现“大旅游、大市场、大产业、大发展”的新格局。

(二) 大力宣传，突出地方文化特色

充分利用广播、电影、电视、网络、书籍、报纸、杂志等宣传媒体，大力宣传和推广江西旅游文化形象，形成强大的、多方位的视听效应，提升江西旅游形象和影响力。首先，塑造整体旅游形象，大力宣传促销。由于江西省地域文化呈现多元化特点，因而在旅游宣传促销中要进行地域旅游文化资源整合，形成整体形象。在旅游文化资源整合过程中应围绕知名度高的旅游景区和旅游品牌，抓住地域文化中最本质的内容，对地域文化特点进行深入研究和发掘。只有这样，才能使江西旅游整体形象更突出和鲜明。各地应联合宣传促销，将江西整体旅游形象作为广告，在各大媒体大力进行宣传，使之成为江西形象的靓丽名片。其次，突出江西文化特色，打造江西文化演艺品牌。借鉴“印象·刘三姐”、“云南·印象”等大型演出的成功经验，积

极鼓励江西文化创作，高标准策划江西文化演艺品牌，突出鲜明的民族文化和地域文化特色，满足旅游者“求新、求知、求乐”的愿望和需求，产生强大的吸引力，形成强大的市场竞争力，不仅能迅速提升旅游城市和企业品质，其本身也形成新的旅游吸引力。再次，完善旅游解说系统，培养高素质导游人员。导游人员是传播文化的使者，用自己个性化的语言及表达方式，把旅游点的深层次文化底蕴传播给旅游者，努力给游客以知识、乐趣和美的享受。因此，要高度重视旅游形象宣传第一线，设置完善的江西文化旅游解说系统，培养一批有素质、熟悉江西地域文化的导游人员。

(三) 开发旅游商品，产生良好经济效益

特色鲜明的旅游商品不仅易被旅游者认知，是旅游景区最好的广告，而且能够带来很好的经济效益。首先，建立旅游工艺品研发中心。建立研发中心，通过高端的研发人才和众多能工巧匠的共同努力，充分挖掘旅游商品的内在价值、文化和个性，大力开发特色产品。其次，建设一批文化、科技含量高的旅游商品生产基地。要充分发挥科技、市场优势及深厚的历史文化优势，大力弘扬传统工艺，建设一批文化、科技含量高的旅游商品生产基地，重点开发陶器、工艺瓷器、脱胎漆器、木雕竹编、毛笔砚台等民间工艺品和江西字画、名优土特产品。再次，可根据江西旅游重点景区的划分，树立与景区同名的旅游商品品牌。如三清山旅游区其旅游商品可树立“三清山牌”等。利用这些有一定影响力的景点“以大带小”来带动江西旅游商品的知名度，实现旅游商品生产的系列化。最后，建设大型的旅游商品集散中心。通过这个中心使江西的精美旅游商品行销全国，走向世界。

(四) 打好名人牌，发挥名人效应

江西人才辈出，群星灿烂。这些名人闻名中外，旅游文化背景广阔，人、事、物相联系，旅游文化品位很高，具有一定的垄断性^[8]。要打好名人牌，发挥名人效应。名人效应的发挥能更好地提高江西旅游知名度。一是加大名人遗迹的保护力度，加强对名人事迹的整理和名人文化的研究。加强与国内外大专院校、研究机构的合作与交流，举办学术研讨会，有效提高名人文化研究的水平，充分挖掘名人文化内涵和人文价值。二是借助名人效应，举办一些国际性、全国性文艺赛事和节庆活动，拍摄在全国有影响力的名人影视作品。三是将名人文化运用在城市建设中，使名人文化与城市建设相融合，增强城市的文化气息。开发建设名人纪念馆博物馆、具有名人神韵和名人事迹的雕塑、名人陵园、名人文化广场等物质载体，用名人的姓名为一些广场、公园、道路、文化体育场馆命名，彰显名人文化，使它们可视、可感，扩大名人文化的旅游功能和旅游容量，从而吸引更多游客。四是开发、推出名人文化旅游专线，形成规模效应，进行产品包装，搞好“组合营销”。江西的名人旅游资源虽然丰富，但空间分布上相对比较分散，难以形成规模效应与聚集效应。在旅游开发中，可进行景点优化组合，开辟“江西名人文化旅游专线”，进行产品包装，搞好组合营销。五是开发研制名人文化旅游商品。可出版发行名人音像制品、事迹图书，可设计含有名人或名人事迹精美图案的纪念品、发行纪念章、纪念币、便于携带的名人半身或全身的铜像等。

(五) 以文化为魂，实现市政建设与旅游开发一体化

以赣文化为灵魂，将市政建设与旅游开发相结合，从而实现市政建设与旅游开发一体化、商旅互动发展的新格局。一方面，创造视觉效果。视觉设计的目的是使一切初到江西的游客，首先在视觉上产生对江西良好的“第一印象”，在机场、车站、码头等“城门”要建设标志性文化设施和蕴涵宗教文化、赣文化特色的大型雕塑，使人一进江西就能体会到具有浓郁特色的江西文化风味^[9]。另一方面，从城市规划着手，整合城市综合优势。就南昌市而言，全面整合城市综合优势宜从以下几方面着手：一是市政建设与建筑风格，应根据历史基础分街区突出特色，凸显城市空间的设计特色。二是城市绿化应多种大树，尤其是老城区应多种代表江西风格的树种，园林、广场的设计应注重与周围文化底蕴相协调。三是城市“窗口”区，展示鲜花遍地、绿草成茵的形象；同时突出现代化气息，利用电子屏幕展示南昌市城市信息和新风貌。四是增强旅游景点品位，从项目设计到表现手法注入赣文化，积极营造赣文化氛围，并显现旅游创意和动静结合。五是把旅游意识融入中心商业区、特色商业街、商城规划设计中，融购物、休闲于一体并选择特定地方营造立体步行休闲消费区。

参考文献：

-
- [1] 俞晓军. 崛起中的江西文化产业[EB/OL]. 江西文化厅网, 2010-06.
- [2] 鄱阳湖生态经济区规划新闻发布会[EB/OL]. 大江网, 2010-01.
- [3] 李向明. 景德镇陶瓷历史旅游文化资源及深度开发[J]. 江西财经大学学报, 2003, (6).
- [4] 邵琪伟. 促进旅游文化产业全面发展[N]. 中国旅游报, 2007-09-01.
- [5] 王晓峰. 全力推动井冈山旅游业实现可持续发展[J]. 江西政报, 2006, 20(18).
- [6] 谭白英. 系统发掘武汉旅游业文化内涵的战略思考[J]. 武汉大学学报(社会科学版), 2002, 55(3).
- [7] 马晓冬, 翟仁祥. 论旅游文化资源及其开发——以苏北地区为例[J]. 人文地理, 2001, 16(6).
- [8] 郑耀星. 打名人文化牌, 加大两岸“五缘”旅游吸引力[J]. 经济地理, 2003, 23(1).
- [9] 彭欢首. 长沙市旅游文化发展战略初探[J]. 旅游学刊, 1998, (3).