
江西旅游文化产业集群路径依赖与选择¹

吴海

(南昌师范学院旅游与经管学院, 江西南昌 330032)

【摘要】文化是旅游的灵魂, 旅游是文化的载体。江西是旅游文化资源大省, 必须将资源优势转化成市场优势, 抢抓机遇, 选择有效的文化产业集群化发展路径, 促进江西整体经济全面发展。

【关键词】旅游 文化产业 集群 路径 **【中图分类号】**G124 **【文献标识码】**A

随着我国居民旅游消费需求的飞速增长和旅游市场消费的大升级, 全民旅游时代已经来临。文化产业作为一种知识密集型绿色产业, 低资源消耗、高附加价值、综合效益好, 在当前经济和社会发展中的战略地位显著。江西是旅游文化资源大省——物华天宝, 人杰地灵, 拥有深厚的文化底蕴和丰富多彩的旅游资源。因此, 必须从战略高度将江西的旅游产业和文化产业集群发展, 有效促进江西旅游业和文化业的产业结构转型、升级并带动江西整体经济全面发展。

产业集群是指在一定区域范围内, 以市场为导向, 以中小企业为载体, 依靠地理空间上的聚集和企业之间的联系, 实现规模效应和聚集效应, 借以降低生产和交易成本, 形成竞争优势。习近平同志在党的十九大报告中强调, 促进我国产业迈向全球价值链中高端, 培育若干世界级先进制造业集群。

要解决在旅游产业和文化产业上各自的发展难题, 必须将资源优势转化成市场优势, 将文化以旅游的形式表现、传承、丰富和保护, 在文化产业与旅游产业的深度融合基础上, 充分利用好产业集群这一利剑, 对旅游文化产业进行结构调整和产业升级。

1 江西旅游文化产业集群发展的优势

《2018 上半年江西旅游市场大数据分析报告》中显示, 截至 2018 上半年江西旅游产业发展取得良好成绩, 江西人出游和国内外到访客人约 3.3 亿人次, 增长 19.4%, 旅游总收入 3420.5 亿元, 增长 26.6%, 旅游人次、旅游总收入均保持较高幅度的增速。全省旅游业对第三产业增加值的拉动率为 7.44%, 对餐饮业的贡献率为 89%, 对社会消费品零售的贡献率超过 10%。

江西既是儒学文化、禅宗文化、道教文化、书院文化的发源之地, 又是历史名贤的荟萃之地、农业文明的发轫之地, 更是红色文化的摇篮之地。江西历史文化璀璨, 旅游文化产业集群发展优势十分明显。

1.1 绿色旅游资源得天独厚

目前, 江西已建成国家森林公园 46 处, 国家级森林公园 44 处, 国家湿地公园 28 处, 国家级自然保护区 14 处; 森林覆盖率稳定在 63.1%, 位居全国第二。江西是生态资源大省, 绿色山水旅游资源概括起来就是“一湖清水, 三颗明珠, 四大世界遗产,

¹收稿日期 2018-09-14

基金项目 本文系江西省文化厅文化艺术规划课题“江西旅游文化产业集群路径依赖与选择”(编号: YG2017336)。

作者简介 吴海(1973—), 女, 江西余人, 南昌师范学院旅游与经管学院, 副教授, 研究方向: 应用经济。

六座名山，一个最美乡村”。一湖即鄱阳湖——中国最大的淡水湖，三颗明珠——庐山西海柘林湖、新余仙女湖、赣州陡水湖，四大世界物质遗产——九江庐山、上饶三清山、鹰潭龙虎山、弋阳龟峰，六座名山——萍乡的武功山、宜春的明月山、安远的三百山、金溪的大觉山、上饶的灵山、靖安的三爪仑和最美乡村婺源。

1.2 红色旅游文化内涵丰富

江西是红色文化的发源地，红色旅游享誉海内外，有中国红色摇篮之誉。江西革命教育基地众多，革命旧址、故居及纪念建筑物数量多且分布广，保存完整，登记在册的革命旧址旧址就有 1500 多处。江西的红旅游文化资源概括起来就是“四大摇篮一条小道”。中国革命根据地——井冈山，被称为中国革命的摇篮；八一起义英雄城——南昌，被称为人民军队的摇篮；赣南红色故都、中华苏维埃共和国临时中央政府所在地——瑞金，被称为人民共和国的摇篮；中国工人运动发源地——安源，被称为中国工人运动的摇篮；“一小道”即中国改革开放总设计师从这里走出的“小平小道”。这些都是我国革命传统教育、爱国主义教育以及现代革命史研究的重要基地。

1.3 古色旅游文化产业前景广阔

“一方水土养一方人”，江西自古以来人才辈出，无数文人墨客在此留下千古名篇，大力提升了江西的文化吸引力，江西已成为知名文化旅游目的地之一。江西拥有 125 个中国传统村落、116 个省级以上历史文化名村名镇等。例如千年瓷都景德镇，千年宋城（赣州）、千年药都（樟树），千年名楼滕王阁、浔阳楼、郁孤台、八境台；汤显祖故里抚州、才子之乡临川……同时，江西还拥有独特的赣文化、药文化（“药不到樟树不齐、药不过樟树不灵”）；书院文化（千年书院——白鹿洞书院、鹅湖书院、白鹭洲书院）；客家文化（世界最大的客家人聚居地——赣州）以及婺源茶俗、鄱阳湖渔俗、景德镇窑俗以及锁呐、彩灯、傩舞、山歌等丰富的民俗风情，为江西的古色旅游文化产业带来无穷的发展原动力。

此外，在交通方面，江西又与上海、江苏、浙江、福建、广东等沿海发达地区联系紧密，往来密切，是连接中部地区与沿海省市的重要战略支点。江西省十分巧妙地将省内的旅游资源和文化资源相整合并集群发展，形成了如环鄱阳湖生态旅游区、赣中南苏区红色旅游集群发展共荣圈等全方位、多层次、一体化的旅游文化产业集群，大大提高了现有旅游文化资源的开发和利用效率。

2 江西旅游文化产业集群发展面临的问题

2.1 经济相对薄弱，旅游文化产业集聚度不高

江西经济发展水平相对较弱，旅游与文化交融结合程度不够，旅游与各个产业、社会的各个层面之间的相互渗透、促进不强，旅游文化产业门类中缺乏带动性强、规模体量大的龙头企业，难以构建成熟的大规模旅游文化产业集聚区，文化产业集聚度不高。

2.2 相关配套服务和设施不到位，旅游产业链条单一

江西的旅游产品基本仍以资源型、观光型产品为主，一些地方还严重依赖“门票经济”反映地方特色的旅游产品匮乏，专题游、度假游和特种旅游等项目开发不足，旅游活动单一，游客的娱乐性、参与性、体验性不强，与现代化、产业化、市场化、国际化的要求相去甚远，难以满足旅游市场日渐多元化和个性化的旅游需求。

有些景区景点缺乏高水平的发展规划，交通、给排水、厕所、索道等配套设施薄弱，住宿、餐饮、购物、休闲场所档次不高。有的旅游产品仍处低水平开发，难以形成鲜明特色。旅游产业链条单一，缺乏市场竞争力。

2.3 体制监管不健全，行业之间缺乏联动机制

旅游主管部门难以对全省旅游业实行强有力的统筹管理，加之一些风景区大多实行属地化管理，重开发、轻保护，行业之间缺乏联动协作、各自为政；以经营代替或挤压管理，问责机制不到位，管理散、乱、杂，甚至出现了诸如“一山多治”的怪现象。这些都严重影响旅游文化产业的保护与开发。

2.4 品牌意识淡薄

江西虽然旅游资源丰富，但境外游客总量太少，在全国排名仍然靠后。与旅游产业发达地区相比，江西的旅游产业缺乏“大旅游”“大市场”的理念，重接待，轻形象，有些地方和景区的品牌还未打造出来，有的则是变来变去，影响了品牌效应和宣传效果。江西旅游业创品牌、名牌的进程缓慢，品牌知名度低，品质参差不齐，品种单一，同质化严重。此外，旅游文化产品的研发、生产、销售彼此脱节，各自独立，尚难形成完整的旅游文化产业链。能将旅游资源和文化理念通过营销手段整合成一个品牌推广出去的旅游企业还很少，更难与其他地区的旅游文化品牌形成竞争之势。这些问题，制约了江西的文化旅游产业发展空间，延缓了发展势头，严重影响了江西旅游文化产业向更高层次发展。

2.5 投融资渠道和模式单一

旅游文化产业前期资金规模投入较大，产业市场需求具有不确定性、预期收益难评估，回收期偏长，加上信用等级等因素，致使许多金融机构对文化产业的资金投入仍存颇多顾虑，积极性普遍不高。一方面，当前江西的文化旅游产业仍以政府为主导，基础设施建设等主要依靠各级政府资金，在利用银行贷款和吸收社会民间资本方面还很不够。其次，社会民间资本投资渠道不畅且多集中在房地产业，对文化产业关注较小。因此，江西旅游文化产业集群缺乏多元资金支持，难以整合优化区域性要素资源，制约了江西旅游文化产业集群的发展。

3 江西省旅游文化产业集群的路径依赖与选择

3.1 发展战略路径

习近平总书记指出，建设社会主义文化强国是实现中华民族伟大复兴的基础和前提。党的十九大提出了建设社会主义文化强国的奋斗目标，强调坚持文化自信、推动社会主义文化繁荣兴盛，为旅游文化产业的建设与发展指明了方向，明确了路径。

文化产业与旅游产业集群发展是历史的必然趋势，也是江西提高本省经济实力、文化实力、综合实力的必由之路。2013年以来江西相继出台《关于推进旅游强省建设的意见》《关于全面推进全域旅游发展的意见》，作出主动适应经济发展新常态的战略选择，提出发展全域旅游、加强文化与旅游的深度融合，彰显江西特色优势、打造美丽中国“江西样板”的战略发展方向，实现旅游强省、文化强省的战略发展目标。

3.2 旅游文化产业集群的路径选择

3.2.1 整合旅游和文化资源，构建旅游文化产业集聚区

江西可以充分发挥自身优势，围绕绿色山水生态旅游、红色摇篮文化旅游、古色厚土乡村文化三大主题对旅游资源进行整合，勾画“大带小，长引短，宽分窄，点线面”的旅游画卷。“大与小”是指景点的等级和价值，“大”即精品线路中的世界文化遗产或国家级以上旅游景点，“小”点指地域性的文化旅游景点；“长引短”是指景点的可进入性和景点价值，长线指处于交通主干线上或者价值较高的景点的旅游线路，反之即指短线；“宽与窄”主要是以旅游景点与旅游线路结合形成的旅游网络的大

小。因此旅游的规划整合实际上就是对“点、线、面”的整合。点的选择至关重要，是整合的基础。在具体整合过程中，我们将几条精品线路中价值较高的景点作为大点，形成南昌、庐山、三清山、龙虎山、井冈山、武功山、瑞金和三百山等八大旅游产业集群经济圈；将大点结合的线路构建起长线，使各个独立的旅游产业集群之间形成有机的关联与协调配合，形成如革命传统教育旅游线（南昌—井冈山—瑞金）、名山瓷都文化旅游线（南昌—庐山—景德镇）、名山道教文化旅游线（南昌—龙虎山—三清山）等旅游文化特色路线，并将这三条老牌旅游线打造成世界知名、国内一流、辐射全省发展的精品龙头线路。同时加大海昏侯国遗址公园、篁岭、羊狮慕等新开发景区的品牌创建力度；打造桃花源、太乙村、古蜀地等一批区位优势明显和开发潜力巨大的旅游空白点。此外开发其他辅助旅游线路，如名山、茶乡、瓷都生态旅游线（三清山—婺源—景德镇）、候鸟保护区旅游线（南昌—鄱阳湖—吴城）、革命传统教育旅游线（赣州—瑞金—兴国）等。甚至还可以联动周边省份景区，与湖南张家界、安徽黄山、福建武夷山等加以连接，深度参与“长江中游国际黄金旅游圈协同推进“闽浙皖赣国家东部生态旅游实验区”建设，打造精品旅游文化集群产业共荣圈。因此，在规划时以大点为基础和中心，结合同级大点成为长线和面，整合同类文化内相似或者互补的小点资源，形成一个个以中心为辐射点的小圈，最终形成“大带小，小促大”的旅游文化产业集聚区。

3.2.2 以文化旅游产业为核心，完善相关产业的发展体系

旅游业是吃、住、行、游、购、娱六方面的产业集群。旅游化产业集群不仅有利于自身的发展，而且能够有效地带动旅游餐饮业、公共服务业、交通运输业、文化工艺品制造业等多个产业的发展。以“三清山—景德镇—婺源”旅游圈为例，该旅游文化产业经济圈充分利用了“道教名山三清山”、“中国最美乡村—婺源”和“千年瓷都—景德镇”三地在地理空间上的聚集优势，使游客在领略婺源、三清山秀丽迷人的自然风光的同时，关注景德镇古法制瓷这一传承千年的非物质文化遗产，大大促进了景德镇制瓷业和当地其它手工业的发展。与此同时，婺源、三清山的等地也大力开展文化旅游项目，凭借自身独特的徽商文化、道教文化吸引了不少影视娱乐业的关注和投资。这不仅为当地带来了切实可观的经济收益，而且提升了地区知名度，许多游客慕名来取景地游览观光，又促进了当地旅游业、餐饮业、交通运输业等行业的发展，形成了良性循环。此外，为了满足游客日益多元化、个性化的旅游需求，当地在不破坏原有自然景观和人文特征的基础上，开发出度假游、乡村游、文化体验游等众多旅游项目，鼓励当地百姓在家中开办民宿，制作特色手工艺品，为游客进行讲解介绍，从而提升了当地百姓的生活水平，使外出务工人员回到家乡，更有利于原有民间习俗文化的保护与传承，可谓一箭双雕。因此要不断完善相关产业的发展体系，延长产业链，完整产业链关联度，建设文化产业集聚区，强化文化与旅游、文化与科技、文化旅游与城市建设的深度融合，并使其相得益彰。

3.2.3 加强宣传和营销，打造旅游文化产业品牌

互联网时代，“好酒也怕巷子深”，再好的产品如果没有进行 F 的营销和推广也会大打折扣。要激发游客对江西的著名山川和厚重文化的深入了解，必须加强旅游文化宣传，开展国际化营销。)11 年的《走遍中国·精彩江西》，引起了社会对江西旅游的广泛?注。同年推出“江西风景独好”，2012 年“博动江西”，2013 年“showE 江西”等旅游品牌宣传营销活动，也大大提升了江西的知名度和!誉度，给江西旅游市场带来明显成效。2017 年在南昌拍摄的电、《建军大业》使得江西的红色旅游文化在国内掀起了一股浪潮；改我们终将逝去的青春》《欢乐颂》《庐山恋》等青春情感片使得 3 数文艺爱好者对婺源和庐山心生向往；《西游记》、《水浒传》分 J 在庐山和龙虎山取景，勾起游客对童年的回忆……除此之外，自体时代，还应不断创新旅游营销手段，充分利用新媒体平台，加!各门户网站和主要旅游网站的宣传推广，使用微信、微博、手机 PP、微电影、微视频等各种新兴媒体，突出宣传江西以陶瓷、茶”等为重点的全球性文化符号，依托江西独特的历史文化、宗教文化和教育教材资源，培育一批如古色文化、禅宗文化、红色文化、^文化等彰显江西特色、深受国际认同的知名旅游文化产业品牌。

3.2.4 扩大市场主体，创新旅游文化产业投融资渠道

目前，在江西的旅游文化产业集群发展中，政府仍是第一主力但在旅游文化产业集群发展中，若仅仅依靠政府，是远远不够的，因此必须创新投融资渠道，以市场方式推动江西旅游文化产业发展。

首先，要强化政府投入的引导性作用，通过“引进项目”和引进资金”，为江西文化企业搭建综合融资服务平台。其次要创新政府与金融机构的合作空间，通过设立文化企业信贷融资风险补偿基金，分担风险；政府财政与商业银行等金融机构联动，利用差异化的优势资源实现文化产业上下游投融资合作。最后还要加强本土旅游文化企业自身建设，以产业聚集区形式实现优势互补，促进技术创新和市场拓展，还可通过上市，增强企业的融资能力。此外还可设立产业基金，鼓励民间投资，支持众筹、众创等融资方式，鼓励广大青年学生投身旅游，创业致富。

3.2.5 解放思想，推进文化产业人才队伍建设。

旅游文化产业发展的竞争归根结底就是人才的竞争，要推动江西旅游文化产业实现快速健康发展，需进一步解放思想，加强人才队伍建设。

一方面，解放思想，树立大江西的人才理念，加快推进文化产业人才培养与合作项目。依托大专院校和社会科研机构，举办推进旅游文化产业集群高级研讨班、高级管理人才研修班，促进全省旅游文化产业队伍素质的整体提升；还可与国内外优秀企业合作，培养具有区域性特色的适应文化产业市场需求的技术管理和营销经纪人才。此外，创造良好的人才环境，吸引海内外有创新理念的，文化产业人才到江西就业、创业，构建高层次江西旅游文化产业发展的才智库。另一方面，建立健全旅游文化产业创作群体和领军人物的保护和挖掘机制。加大培养保护传承度，通过财政、税收等各种优惠政策对文化区内以传统生产技艺谋生的艺人，给予一定的经济资助和相应的荣誉。同时，注重民间艺术大师，营造良好的推崇传承人、尊重民族文化的社会环境，不断壮大本地区旅游文化产业人才队伍。

参考文献

- [1] 任加彬. 广西左江文化旅游产业集聚发展的思考 [J]. 沿海企业与科技, 2016(03).
- [2] 方世川, 陈满满. 百色红色旅游文化产业集群发展研究 [J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2017(05).
- [3] 吴海. 江西发展旅游业的思考 [J]. 科技创新导报, 2016(35).