
文旅产业的地域根植性

——以成都市龙泉驿区洛带镇为例

陈晓敏 袁波 张海熔 刘倩文 秦朗¹

摘要：文章以成都市龙泉驿区洛带镇为例，从产业的文化根植、经济根植、制度根植以及社会根植四个维度，对洛带客家文化及文旅产业的发展做了详细的调研，以探索文旅产业发展的内在机理和发展规律，为地方增强文旅产业地域根植性、促进产业发展作参考。

关键词：文旅产业；发展；成都

中图分类号：G124

文献标识码：A

文章编号：1008-5947（2019）01-0091-06

文旅产业是近年来一个新兴的产业，从理论上讲它是文化与旅游两个产业的结合，具体涵义指以文化资源为凭借、以旅游设施为条件，向旅游者提供旅行游览服务的综合性产业。^[1]

文旅产业包括历史遗迹、建筑、民族艺术、宗教等内容，是一种关联性高、涉及面广、辐射性强、带动性强、具有活力的综合性产业。尤其是低碳经济时代，文旅产业作为“绿色朝阳产业”对促进整个国民经济的发展升级和结构转型有着重要意义。但因文旅产业是个新兴产业，纵观国内城镇文旅产业的发展，还存在产业缺乏特色、同质化严重、业态不丰、看点少、消费点少、景区经营模式粗放留不住游客等普遍性的问题。究其问题的根源就在于文旅产业根植性不够，例如城镇对文化内涵缺乏深度挖掘、包装不够，对特色产品的开发创新不强，导致文化旅游产品体系尚未形成，文旅产品缺乏创意等。本文以成都市龙泉驿区洛带镇为例，从产业的文化根植、经济根植、制度根植以及社会根植四个维度，对洛带客家文化及文旅产业的发展做了详细调研，以探索文旅产业发展的内在机理和发展规律，从而为地方增强文旅产业地域根植性、促进产业发展作参考。

一、相关理论

（一）根植性涵义根植性，故名思议就是扎根、植入本土的意思。经济学意义上，产业的地域根植性实际上就是指产业与本

¹收稿日期：2018-12-30

作者简介：陈晓敏，中共龙泉驿区委党校讲师，研究方向：社会与文化；

袁波，洛带古镇景区管理委员会主任助理，博士，研究方向：公共政策、社会治理；

张海熔，洛带客家文化研究院副院长，研究方向：客家文化；

刘倩文，洛带客家文化研究院办公室主任，研究方向：客家文化；

秦朗，中共龙泉驿区委党校讲师，研究方向：区域经济。（四川成都 610100）

土经济、社会、文化等诸多因素高度粘合，进一步实现产业的本土化、集群化，反映的是产业对区域的依赖和融合程度。对于文旅企业，没有地域根植性则会出现内在动力不足、创新能力不强、地区特色不明显、文旅产品低端等问题。

（二）产业根植的要素

综合各学者观点及结合产业发展的具体要素，从更广范围和更高层面来讲，笔者比较认可将产业的根植划分为经济根植、制度根植、社会根植以及文化根植四个维度。

1. 经济根植性。企业在作投资决策时，经济根植是其考虑的首要因素。经济根植主要是指区位优势，如自然资源禀赋、劳动力成本、知识积累、市场规模和潜力、技术创新等诸多方面。区位优势关系到企业的生产成本和交易成本，优越的区位优势包括便利的交通运输条件、当地的人力资源情况、市场引力等。

2. 制度根植性。制度根植性主要是指正式和非正式制度对产业集聚的形成及发展的影响。完善的制度可以提供良好的投资环境，降低产业集聚的行为成本、沟通成本和交易成本。正式的制度由政府政策、法律规定构成，主要是指显在的明文规定的具有操作性的制度。

3. 社会根植性。社会根植主要指企业与当地社会的深度嵌入，尤其是产业内外部环境的紧密联系，最终在当地形成产业集群。从产业经济学角度来讲，集群是一个产业发展的高级形态。产业集聚由众多经济主体组成，它包括相互关联的企业、供应商、金融机构、政府、顾客、中介机构、研发机构、行业协会等等。产业不仅实现在空间上的集聚，内部亦形成完整的产业链条和各种复杂网络，由此促进信息的流通、知识的外溢，减少交易成本，增强创新能力，提高竞争力。

4. 文化根植性。文化是历史的积淀，有什么样的历史传统必然产生相应的文化以及相应的经济、社会结构，进而生长出本土产业，如广东顺德陈村镇因为拥有上千年的种花历史，所以形成了闻名于世的花卉产业集群；浙江义乌人的货郎担精神造就了全国最大的小商品市场等。文化根植既有广义的根植，也有狭义的根植。广义上的文化根植与经济、社会、制度等要素密切相关，是与当地人们生产生活息息相关。而狭义文化根植主要是指意识文化形态或精神层面的东西，如企业家精神、人们的价值理念等。

（三）根植性要素之间的影响机理

经济、制度、社会与文化这几个要素是相互渗透、相互影响而不可分割的。在经济根植上，企业在考虑成本与产出时，自然会考虑到原材料是否易取、劳动力是否充足、市场前景是否好、政府的政策是否优惠、人文环境、社会治安是否够好等，那就包含了制度、社会、文化三个层面；而在制度根植时，除了正式制度，又会涉及到民风民俗、民规民约等非正式制度方面，必然与当地社会、文化有所牵连；同时，社会与文化更是你中有我，我中有你，相互渗透的。总的来说，这四个要素是既分开又有密切联系的一个有机整体，其中任何一个要素的变化都可能影响其它方面的根植性，从而影响整个产业的根植。

二、洛带镇文旅产业发展的根植性经验做法

洛带镇位于成都以东 15 公里，面积 43 平方公里，居住人口 3 万余人中 85% 为客家人，是西部最大也是唯一的客家古镇，也是全国首批重点小城镇、“中国历史文化名镇”、“国家文化产业示范基地”、“国家生态乡镇”、“全国最具人文底蕴古镇”。城镇综合实力位于全省乡镇经济发展综合评价百强乡镇第八位，文旅产业综合实力位列全省前茅。洛带文旅产业的发展是与其努力根植本土文化特色——客家文化分不开的，其文旅发展大致历经了三个阶段：

1. 调整转向期。从 1999 到 2004 年，龙泉驿区委区政府作出了洛带由纯农业向旅游业转型的产业调整。洛带古镇集中精力

挖掘客家文化，打响中国西部客家第一镇。一是对如何利用客家人聚居民俗文化的特点发展特色旅游经济进行了研究，明确了发展以客家文化为特色的文旅产业目标；二是举办客家系列活动，增强客家人之间的亲情与友情，吸引国内外的客家人前来投资考察、观光旅游。三是出台政策制度，成立了洛带古镇开发建设领导小组，编制《总体策划及实施方案》，由此拉开了古镇文旅产业开发的序幕。

2. 成长发展期。从 2005 年的世界客属恳亲大会，到 2015 年，洛带古镇的硬件得到了质的提升。修旧如旧，保留古镇原有风貌。以主办国际性盛会“世界客属第 20 届恳亲大会”为契机，对千年老街、会馆牌坊、楼堂庙宇等进行修缮，保留原汁原味的古建筑、空间结构，古镇整体面貌得到巨大提升，洛带也因此一炮而响。扩大规模，充分挖掘自然资源。针对古镇人文资源丰富、自然资源欠缺问题，充分打造了位于洛带古镇东的三峨山、燃灯古寺以及玉带湖人工水库，丰富发展了文旅资源。提档升级，强力推动高端项目建设。针对古镇商业化过重、业态低端等问题，修建博客小镇、艺库等大型文旅产业项目，引进了集艺术鉴赏、创作、交易、休闲观光、酒店、会所为一体的优质高端业态，为古镇注入新的内涵和活力。

3. 转型升级期。2015 年以后，洛带古镇将客家文化与洛带旅游做精做细，实现洛带古镇的转型发展，在千镇一面的古镇发展中确立自身更加鲜明的特色。在“世界的洛带、永远的客家”基础上，龙泉驿区着眼古镇旅游资源不丰、环境不优、商业化过重、业态偏低端等问题，提出了“湿地古镇·艺术洛带”的定位，大力实施“文化兴镇、产业强镇”战略，继续在中国博客小镇、中国艺库、围口美食文化城、洛水湿地公园等重大项目上做精做细，不断引进优质业态进入，打造宝胜以客家文化为主的乡村旅游产业，全面促进文旅产业提档升级，初步形成文旅产业集群。即以古街为核心的客家文化产业群，以博客小镇、艺库为主的新兴博览、文创产业群，以洛水湿地、宝胜客家村落为主的乡村旅游观光产业群。

通过文旅产业不断地植根洛带客家文化厚土，景区影响力不断扩大。与中央电视台《记住乡愁》和《美丽中国行》栏目合作制作景区纪录片，《西望成都》《千年客韵》《长江》《百镇建设行动》等专题节目纷纷到洛带实地取景，景区知名度得到大幅提升。景区年接待游客已达 600 万人次，累计实现旅游总收入约 50 亿元。

（三）洛带文旅产业发展经验启示

洛带文旅产业的根植是一个由文化作为核心，牵引触发制度、经济和社会不断根植的过程；反过来，制度、经济和社会的根植又进一步促进客家文化的拓展和丰富；同时，制度、经济和社会根植又相互作用，逐级递进促发。

1. 文化根植与制度、经济和社会根植作用机理沉淀千年的客家文化让洛带散发出了独特而天然的魅力，其崇文重教、敬祖尊亲、耕读传家等核心价值观念，独特的会馆建筑，丰富的客家美食及清明祭祖、火龙节和水龙节等系列民俗活动，构成了洛带宝贵的文化资源，为洛带的文旅产业发展奠定了坚实基础。

在 20 世纪 90 年代至 21 世纪初期，洛带镇丰富的客家文化资源，引发了当地和上级党委政府的关注，改变了洛带镇产业发展定位，由农业产业转向文化旅游产业。文旅产业的相关制度逐渐嵌入洛带客家文化，挖掘、开发客家文化的系列政策制度相继出台，同时成立了洛带古镇开发建设领导小组，统筹古镇开发、建设及发展中重大问题的决策，协调各方面关系，为洛带文旅产业提供制度性保障。与此同时，客家物质文化资源（美食、建筑、文物等）进一步促进文旅产业经济的根植，与客家文化相关联的美食产业、博物馆展览、文物艺术品拍卖，以及独特的建筑群落应运而生；客家民间社团（如客家文化艺术团、客家文化研究院等）、客家文化论坛活动、客家系列民俗活动等进一步再现和丰富，促进了文旅产业的社会根植。

反过来，洛带文旅产业的制度、经济和社会三方面的根植，又进一步促进了客家文化的丰富和拓展，编撰了系列旅游文宣产品，创作了系列传统剧目，举办了系列文艺演出，举办了系列国际画展，开展了系列客家文化国际交流互动，研究了一系列课题等，进一步拓展了客家文化。

2. 制度、经济、社会根植的作用机理经济根植提供了动力，促进产业发展嵌入客家文化，根植于客家文化。如出台《洛带镇城镇建设总体规划修编》、《成都洛带文化产业园规划》一系列制度和政策文件后，洛带镇基础设施建设进一步完善，古镇风貌进一步提升；古镇旅游资源进一步丰富，充分打造了位于洛带古镇东的三峨山、燃灯古寺、玉带湖人工水库、金龙长城等景点；高端业态项目进一步落户，投资 20 亿修建了集川西、闽南、晋派、海派、徽派 5 大建筑风格于一体的商业综合体博客小镇，投资近 10 亿建成了艺库，打造了艺术粮仓、美街与醉街等集艺术鉴赏、创作、交易、休闲观光、酒店、会所为一体的高档商业楼；建成了 240 亩洛水湿地公园；引进了近 50 家优质高端业态，其标志性建筑——西部客家博物馆已开放接纳游客，高端文化商业街区已形成。经济的根植为社会根植提供了基础性保障，促成了一系列客家文化社会组织的诞生，如客家文化研究院、客家美食协会、洛带镇供销社组织、客家生态农产品合作社等；促进了一系列活动论坛的举办；以艺库为中心的文创基地，建立了大学生孵化园、国家级文化产业示范基地、省级文创示范中心及部分高校的实践基地，形成了培育、收藏、包装、拍卖销售完整的产业链条，实现了社会的良好根植，社会资本得以增长。而社会根植又促进制度的进一步完善和创新，并实行景区网格化管理，进一步保障了文旅产业的健康有序发展。

制度的根植进一步促进社会根植的升级，如成立了洛带镇古镇景区管理委员会，并设园区综合党委，加入天府古镇联盟、合作社组织联盟等，从而凝聚了更大的产业发展力量；同时，举办了规格更高、规模更大、影响力更广、范围更宽的大型论坛和会议，如海峡两岸客家文化高峰论坛、客家文化旅游发展论坛、全国大学生航模大赛、汽车财经论坛、四川特色小镇论坛等。随着社会根植的不断深化，进一步助推经济产业的发展，带动招商引资，促进重大文旅项目落户洛带，如“928”青少年项目营地、博客小镇二期、湿地二期、中国艺库二期工程项目，进一步引进了如香樟小院等几十家优质业态。

由洛带文旅产业发展经验可以得出，文旅产业有效有序的发展离不开地域根植性，地域根植的核心在于与当地文化的深度融合，即文化根植。而文化根植又深度影响经济、制度和社会等方面的根植，后三者又反作用于文化根植，形成文化为核心，制度、经济和社会为外环，双向流动，双向影响。当它们保持一种良好的动态平衡时，就能促进文旅产业健康长效发展。

三、洛带镇文旅产业根植过程中存在的问题

（一）产业群之间缺乏深度联系，经济根植不强

具体表现在：新兴文创产业与客家文化融入不够，新区与古街人气反差大。在着眼古镇业态低端、商业化过重的基础上引进了中国艺库、文轩广场、囡口文化美食城等文旅项目，这些项目的确使古镇得以提档升级，也提升了人气，但经调查发现，游客基本还是集中在古街一条街，对于新型高端大气上档次的文旅项目更多的是走马观花式的看看，产生不了什么消费。究其原因在于新兴文创产业与本土客家文化的融入性不够。人们到古镇旅游，除了休闲观光、体验当地独特的风土人情，更多的唤起过去的美好回忆，寄托一种乡愁情结在里面。由此，人们更愿意流连忘返于古色古香古韵十足的古街，不愿花过多时间逗留在与古镇格调不搭的现代化的高大上的文旅产业项目。洛带最初是因为客家这张名片而享誉世界的，因此，游客更多的是对具有本土特色的客家建筑、美食、民俗等有着浓厚的兴趣，从而勾起思乡忆往的情愫，对于数量庞大的客家人群体尤其如此。基于客家文化产品本身过于单一，从而引进新的文创项目，让古镇更加开放、多元化发展，这不得不说是洛带镇立足现实，着眼长远之计。但是我们更应该考虑的是怎样让新兴的产业项目融入本土文化，使其具有更强的地域根植性，这样才能做大做强以客家文化为中心的文旅产业集群。目前，当地政府在“客家古镇、文旅强镇、双创新镇”这一目标引领下，引导企业在其建筑风格、产品设计、包装上面融入了客家文化元素，比如博客小镇，较好地融入了客家人五次大迁徙途中建筑风格，艺库的产品印上客家人的风土人情等，尽管如此，这只是形式上的植入，还没有真正融入到客家文化的精髓，不能让游客真正体验到其中的特色文化内涵。新文旅产业与传统文旅产业之间没有进行深度有机融合，由此造成了新修区域与古街人气盛衰的反差。

（二）现有的制度设计缺乏系统性，政策合力不够，制度根植不强

洛带文旅产业缺乏顶层设计，没有长远的发展计划，制度缺乏保障，政策碎片化导致政策合力不够。首先，洛带文旅产业

扶持政策碎片化现象不仅表现在政策的制定过程、实施过程、监督过程、评估过程等一系列政策过程中，而且还表现在各个政策的制度设计和规定中，具有多面性特点。如政策制定主体、服务内容的碎片化，以及政策行政组织及其职能设置的碎片化。其次，洛带文旅产业扶持政策碎片化表现出非衔接性，政策种类繁多，对业态扶持的政策至少有 6 项。碎片化的特点就表现在各种政策间的分隔、独立与交叉、重复的矛盾形态中，缺乏内在的衔接，同一政策领域多种规范并存。如各个政策有自己的职能机构、政策内容及政策运行模式等，不同政策间处于封闭、独立的状态，政策职能边界无法有效的衔接，政策内容上连续性、联系性较差，政策的协作能力缺失。再次，政策碎片化在整体上表现出分散、无序的形态。政策的分散形态体现在多个方面，如政策制定主体众多，尽管都是由党委政府统一发文，但通常情况下都是由不同的部门起草，提交党政会议研究决定，无统一的政策制定机构，政策受益对象人以优质业态最为突出，政策的执行和评估机构职能分散，没有专门、权威的执行和评估机构，尚未形成合力等。此外，各个相关政策间缺少适度的沟通、协作、规范机制，政策具有随意性，特别是各相关政策部门的职责边界定位模糊不清，全局分散无序，缺乏系统有效的政策设置。

（三）激发社会力量参与文旅产业发展不够，社会根植不牢

民间社会组织没有有效参与到文旅产业发展中去，尤其没有有效利用客家族群的优势，整合客家资源和力量不够，除了客家联谊会等平台讨论客家文化相关课题外，关于文旅产业的发展研究相对较少，而对洛带文旅产业如何做大做强也停留在探讨层面，对于拉动社会投资，直接参与文旅发展等实质性行动较少。对于已有的客家团体如艺术团等社会组织过于依赖政府扶持，无力直接进入市场，缺乏市场运作经验。除此之外，政府在激发其它社会力量，引入社会资金、技术、人才比较乏力。虽然有来自发达地区的企业家、专业人士前来投资运作，但数量偏少，且效益一般。

（四）传统文脉——客家文化产业链条还未形成，未转化成产业优势，文化根植不深

从市场定位这个角度讲，旅游开发应当特别重视经济效益。目前，从新兴文创产业来看，后劲十足，但是其传统客家文化产品开发却较浅层且低端，难以成产业体系。首先多以修复旧貌和增加商用价值为主，观光居多，能产生经济效益的体验、消费类项目较少。其次，客家本身的产品缺乏深度挖掘、加工和宣传包装。如美食多是生鲜熟食，难以加工带走。除了“伤心凉粉”通过充分挖掘客家文化实现成功营销外，其余皆没有进行深度挖掘包装，因此收益一般。再次，对客家历史文化、风土人情挖掘包装不够，体验性项目太少。虽然有像客家舞龙等享誉国内的民俗活动，但更多的是将其用来增添古镇节日氛围、吸引人气，产生的经济效益并不大，缺乏大型的客家文化项目支撑，如“印象丽江”这样的项目带来较好收益的同时也留住了游客。只有在古镇旅游产品中注入了体验价值，才能使旅游者得到美好、强烈的心理感知，提高游客的旅游质量和满意度，从而进一步提高古镇旅游的经济效益、社会效益和文化效益。目前在洛带能够感受到的多是平面的文化展示，比如几个会馆和博物馆缺少民风民俗的真切体验，缺少对客家文化的感官认知。因此在如何深度挖掘客家文化、开发文旅产品上还存在较大的空间，形成完整的客家文化产业链条还有较长的一段时间。

四、加强文旅产业地域根植性的思考建议——基于洛带案例

（一）深挖本土文化内涵，找到新旧文旅产业的内在结合点，增强产业文化根植性

“不忘本来才能开辟未来，善于继承才能更好创新。”洛带镇深刻明白这点，所以按照中央“传承中华优秀传统文化，增强文化自觉和文化自信”的要求，围绕省委“让优秀传统文化涵养深厚文化自信”的行动指南，按照市委“传承巴蜀文明、发展天府文化，让城市闪耀人文光辉”的战略部署和龙泉驿区委“打造底蕴厚重的客家文化名片”的目标定位，进一步保护、挖掘、传承和创新优秀传统文化。深挖客家文化精神内涵，巩固文旅产业发展根基。客家精神主要体现在“勇于开拓、团结互助、敬祖尊宗、耕读传家”上面，政府应协同专业人士用这些精神来作为整个文旅产业发展的根和魂，例如老街、会馆等建筑体现了客家人团结互助的品质，博客小镇体现了客家人大迁徙勇于开拓这一精神，对于新的艺库、美食城以及后来的文旅项目也应该在精神内涵上给予注入，而不仅是形式上的呼应。由此，用客家文化精髓来统领整个文旅产业发展，使新旧文旅产业群能进行

有机融合，从而实现整个产业集群内外部的紧密衔接，进一步做大做强文旅产业。

（二）深度开发、包装、宣传传统文旅产品，与时俱进完善文化产业链

坚持“挖掘文化资源，带动旅游发展”的思路，在挖掘客家清明祭祖、客家舞龙、客家婚俗等传统民俗项目基础上，首先，针对洛带客家文化具有独特的迁徙性这个特点，结合当前“互联网+时代”与即将占据我们生活重要成分的“人工智能时代”，提出通过筹划一个能够反映客家人迁徙、生存、发展的宣传片及舞台表演剧。通过互联网、公共传媒等平台将洛带独特的客家文化传播出去，通过在洛带的客家文化主题板进行舞台剧表演，更加直观的向游客展示我们洛带的客家文化，既丰富了文旅项目又留住了人。为了迎接即将到来的人工智能时代，我们更应该把古镇文旅建设看得更远，要积极探索出一条人工智能应用到文旅产业中的新模式，并积极推广应用走在这项黑科技的前列，形成独具洛带特色的文旅产业链。其次，为迎合当前城市居民游客向往农耕生活、向往田园生活的心态，建议建设一个以体验客家人生产、生活为主的主题园区或步行道，让游客充分参与，亲身体验农耕劳作的苦与乐，真正做到打造成一个独具特色文化的洛带古镇。最后，挖掘客家文化中一些有商业价值的传统手工艺品，政府牵线搭桥整合社会资源把这些手工艺品的加工方式进行商业化改造，同时扶持相关产业链的发展，例如包装、运输、展示、宣传、销售等。也避免了商品同质化问题。

（三）政府搭台，营造环境，引入社会力量参与，激发文旅市场活力

政府搭“台”，只要在平台上，有供需关系，有利润空间，资本自然会注入其中，就会逐利，会去想尽办法做好商品，唱好大戏。政府要做的，就是做好政策的扶持，搭建好市场平台，做好宣传造势，维护好市场的公平，剩下的资本自然会解决。主要做好以下几点：一是思路转变。要从过去政府“独唱”，向社会化经营“大合唱”转变。二是出台社会力量参与文旅产业的扶持政策，放宽准入资格和条件。要积极探索“政府引导、市场运作、社会参与”的文化旅游产业经营模式。探索运用PPP（政府与社会资本合作）、BOT（建设-运营-移交）等形式，鼓励投资主体多元化，从业社会化，搞活投融资体制，引导民间资本进入文化旅游开发市场，使文化旅游资源优势向文化旅游产业优势转化，实现文化遗产保护和文化旅游产业共同繁荣。三是大力整合四川省客家海外联谊会和龙泉驿区客家联谊会，建立客家文旅创意产业园，举办大型国际性客家文旅产业论坛，立足培养客家文化创意高精尖人才，激发更多社会人才投入到客家文旅产业发展中来，实现全面融合创新发展。实现把文化行政管理体制改革推向深化，加快政府职能转变，继续探索将部分政府职能移交给社会组织，推动政府从“办文化”向“管文化”转变、从政府单一主体向全社会广泛参与转变、从政府供给导向向群众需求导向转变、从侧重文化消费向实现价值引领转变。四是政府部门要做好服务和监督角色，引入社会资本方合规经营，合规参与，实现文旅产业健康发展。

（四）顶层设计、科学规划，完善制度体系，为文旅产业发展提供有力保障

一是做好文旅产业发展顶层设计。洛带的各项专项规划要引入现代文化旅游理念，融入特色文化要素。文旅融合发展规划要依据洛带实际和发展需要来制定，城镇化建设要能提升城市规划建设品位，应该把城镇和景区周边的重点区域作为景区来建设；科学规划土地使用及乡村旅游发展，土地使用规划要保障文旅融合发展的开发建设用地需要，新农村建设要与发展乡村旅游和农家乐紧密结合，应该村村有规划，形成城镇体系规划、村庄规划为主要内容的综合性规划体系。同时，为了适应文旅融合市场多样化的需要，根据洛带特有的资源，以弘扬和展示客家文化为主线，培育新型业态的文旅融合产品。二是做好激励政策的系统性设计。政策碎片化的根本原因在于政府管理体系的分散化，政府要调整完善管理体系，将条块分割向全域旅游发展目标体制转变。优化横向部门间的职能配置，统筹协调好各职能部门间的利益关系，使各相关职能部门协调同一、目标一致。洛带政府要遵循“一部多能、权责一致、精简高效、功能匹配”的原则设计，配置好文旅融合发展的管理职能部门。其次，统一设计制定促进文旅产业发展的政策，进一步增加资金投入，设立文旅产业发展专项资金，包括宣传营销、公共设施建设、奖励补助等方面的专项资金，用于全镇文旅资源的保护、市场的开发、企业的扶持、品牌的引进、产品的开发、规划的编制、公共设施建设、人才培养、科学研究、创建奖励、绩效考核等方面，为旅游基础要素等方面提供必需的资金和政策支持。第三，洛带镇政府要主动加大与省、市文旅融合发展规划部门对接协调，使洛带文旅融合发展规划重点规划和项目与省市的投资导向相一

致，争取更多的项目进入省、市相关专项规划。

参考文献：

[1]刘大可. 中国会展业:理论、现状与政策[M]. 北京:中国商务出版社, 2004.