
文化旅游与文化创意产业融合发展研究

——以南充都京丝绸文化产业园为例¹

何芙蓉

(西华师范大学, 四川 南充 637009)

【摘要】随着我国大众旅游从传统观光的单一形式转变为休闲体验的复合形式,越来越多的旅游者在意识形态的促发下开始追求身体与精神上的双重旅游,身处创意经济时代的旅游产业,面对传统生产方式向智慧产业转型升级的历史契机,与其他行业的融合发展已经成为一种必然趋势。文化旅游与文化创意产业存在融合发展的可行性和必要性,其融合发展模式主要包括调整产业功能、划分空间结构、营造创意氛围、优化游览路线、注重融资配套。

【关键词】文化旅游;文化创意产业;融合发展

【中图分类号】F327

【文献标识码】A

1 前言

文化资源作为一类特殊的旅游资源类型,由于其深藏的科学文化价值难以在短时间内被旅游者所认知,导致观赏性较弱的文化公园、文化类景点长期无法逃离市场态度冷淡的困局,使得文化旅游的发展受限制。

文化创意产业是知识密集型产业的集合体,欧洲在文化创意产业发展上一直处于强势地位,在英国、美国、日本等老牌制造业发达国家,文化创意产业已成为其经济发展的支柱产业,增加值均超过 GDP 的 8%,虽然各国对文化创意产业的称谓不同,但在内涵上文化创意产业是创意产业的延伸,与文化产业概念不同的是文化创意产业更多地强调产品和服务的创意,而不是单一文化符号的规模复制⁸。联合国教科文组织认为文化创意产业包含文化产品、文化服务与智能产权三项内容。随着我国产业结构从中国制造向中国创造转型,在日本、新加坡等周边邻国的带动下,文化创意产业园区建设进入了高速增长期,关于文化创意产业的理论研究与我国创意产业的发展实践基本同步,沈山从艺术授权经营的角度提出了发展文化创意产业的重要性,同一时期的郭少棠等介绍了香港等地区文化创意产业发展的状况。厉无畏分析了上海发展文化创意产业的有利条件,认为集群化、规模性、互动性是文化创意产业发展的内在要求。

旅游归根到底是一种异质文化体验的经济活动,它依赖于文化的区域内富集,因为旅游具有较强的灵活性和体验性,更易

¹ 收稿日期 2017-07-07

基金项目 南充市社会科学研究“十二五”规划 2015 年度青年课题“南充旅游产业与文化创意产业融合发展研究”(编号:NC2015C023)。

作者简介 何芙蓉(1988—),女,四川通江人,硕士,助教,研究方向:旅游规划、景区管理。

于被旅游消费者接受，所以在文化创意产业和旅游业融合发展的双’重政策推动下，旅游业将贯穿于文化创意产业的各个环节，在创意产业集群的园区建设中起到举足轻重的引导作用，而以旅游为消费主导的产业融合发展也将作为一种主流模式，成为文化创意产业园区财富积累的突破口和增长点。

2 融合发展的必要性与可行性分析

2.1 必要性

2.1.1 文化创意产业是文化旅游发展问题的解决途径。文化旅游与文化创意产业的融合发展是转变文化旅游发展困境的一剂强心针。文化创意产业园对文化元素的提炼与创意化运用提升了文化旅游核心竞争力；以文化创意产业园的经济发展模式缓解文化旅游发展中的受市场冷落、经济效益低下等问题，既可以满足旅游者消费需求，又可以成为文化旅游可持续发展的困境出路，所以文化旅游自身困境是促使管理主体寻求文化旅游与文化创意产业融合发展的内在原因。

2.1.2 文化创意产业是旅游发展的光明前景。文化创意产业在我国发展迅速，它在体验互动、创意消费、资金投入、符号凝视方面与旅游产业有着天然联系。按照现有的创意产业分类，文化旅游既能与文化创意产业的景区管理、休闲娱乐类别形成内部交叉融合，又能与其他产业类别结合产生优势互补的效应。文化创意产业经济增长特点适合旅游业的长远发展，能够改善旅游企业生存的环境压力，所以文化创意产业的竞争优势是文化旅游与文化创意产业融合发展的外在动因。

2.1.3 文化旅游创意产业融合政策推动。文化创意产业的发展需要国家给予创意人才和文化企业基础设施和信息服务支持，我国的经济表现出明显的“政策经济”特点，国家的政策导向会对文化创意产业园的发展产生明显的影响，2014 年 3 月国务院围绕文化创意产业出台了“关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见”，明确指出要“提升旅游发展的文化内涵，以旅游扩大文化的传播消费”。针对文化创意产业出台的一系列保障促进措施，成为文化旅游创意产业融合发展的政策推动。

2.2 可行性

文化旅游与文化创意产业融合发展有其内在的多种原因，在满足产业融合的必要条件后，其融合发展“势在必行”，以产业融合的形式呈现给创意阶层和旅游者。

2.2.1 景观美学的转化。文化旅游资源与其他观光类的自然景观不同点在于它的“内在美”需要通过文化提炼转达给旅游者，而文化解说作为一种媒介手段，常以不同的形态出现。文化创意产业的新闻出版、广播电视、网络服务类别都是文化旅游资源转化可以利用的载体。从实物到虚拟产品，文化景观借助创意文化焕发活力，文化创意产业的形象表达将文化景观这本文化天书用现代语言翻译给旅游者。在构建美学欣赏方面，文化旅游与文化创意产业融合符合旅游者的消费心理，是可行的旅游发展路径。

2.2 产业属性融合。文化包容并蓄，其广泛的融合性以致文化创意产业可以通过与各行各业相互渗透，将技术、文化、制造和服务融为一体，如文化创意产业与农业的结合创造出了科技休闲农业的概念；文化创意产业与工业“携手”，改变了废旧工厂的命运，混搭出了新的城市主题文化综合体。而旅游过程是对各种社会活动要素的组合，涉及到国民经济各个行业，所以旅游产业本身也具有很强的产业融合性，可以与多种产业结合。

文化旅游是旅游产业中的一种具体类别，是文化资源与旅游活动的交叉组合，它继承了旅游业的融合性，又具有文化创意产业的创意性，可以看出文化旅游在产业属性上与文化创意产业融合发展是可行的。

2.2.3 文化价值衍生。文化旅游的核心在于文化内涵的绵延持久，文化创意产业园的核心竞争力是日新月异的创意文化，在文化旅游与文化创意产业融合发展的过程中，连接文化资源与人类活动的桥梁必然是形象化的主题文化。如都京丝绸文化产业园可以挖掘的文化衍生品有三类：一类是具有符号象征性的实物产品，如丝绸老厂房、纺丝工具等；一类是在设定文化氛围中提供的体验服务项目，如丝绸小火车、六合嘉陵老码头等；还有一类是通过艺术手法对文化内涵理解进行的文化演绎。挖掘有关丝绸的民谣、歌曲、谚语、典故、习俗及历史文化内涵并在想象创作之上编排舞剧、文艺演出，多为展示丝绸文化，丰富旅游产品。

衍生产品的文化价值提升了目的地的旅游吸引力，反之，对文化创意产品和服务的技术、资金投入提高了衍生产品的使用价值，从而让旅游者更乐于接受区域文化内涵，增强文化竞争力，从文化资源的商品转化角度来说，文化旅游与文化创意产业园融合发展是具有经济基础的。

3 融合发展模式构建

3.1 调整产业功能

文化旅游与文化创意产业园的融合使得原本的产业园要承载更复杂的产业功能，从创意产业发展的角度来说，一个成熟的园区需要提供全产业链的配套服务，即前期的研发投入、中期的定制生产、后期的产权金融服务，其中试验性的定制生产功能正在随着 3D 打印技术的革新而逐渐弱化。从旅游产业主导的角度来说，融合后的文化旅游创意产业园必须依赖旅游活动六要素的整合，并在实现观光游览功能的基础上，加强科普教育和参与体验的效果。科普功能由文化旅游的属性决定，是这类产业园区的特殊功能，为此相应的新闻出版、历史文化解说服务要融入园区的功能建设中，也就是说文化创意产业的功能要精简，要能与旅游活动的开展产生功能互补。通过对现有文化创意旅游产业园的资料整理，可以提取到一些促进产业园发展的重要功能，主要有文化交流功能、创意激发功能、商业配套功能、休闲娱乐功能和金融服务功能。即使对产业功能进行了划分，但在空间组合上园区的产业功能还是表现为交叉互融的形态。

3.2 划分空间结构

我国的文化创意产业园多是核心—边缘的结构，而文化旅游创意产业园是文化旅游与文化创意产业的融合结果，产业融合发展模式因为融入了大量的旅游服务产业，并且这些业态形式在园区消费中起主导作用，所以其空间结构在核心—边缘的基础上应该发生变形，即形成“服务中心+功能组团”的紧密聚集式空间结构。这种组合方式的特点在于中心区能最大限度地起到资源调控作用，各组团通过向内聚集进行紧密沟通的同时能够保持自身功能的相对独立性。

这种空间结构划分对于园区产业融合发展来说，一是能通过中心服务区连接各功能分区，集中资源优势，二是能建立完整的导视系统，将旅游者分流到各功能区，满足游客多元化的消费需求，三是能确保艺术创作和产业研发在相对静谧的环境中进行，而不受旅游活动带来的嘈杂影响。

3.3 营造创意氛围

文化创意产业园之所以是独特的，具有旅游吸引力的，是因为每个园区都有不同的文化特质，这种特质的形成源于创意氛围的营造。关于创意氛围（Creative milieu）的具体含义，英国学者 Calnagni 认为创意氛围或者译成创意情境，是非正式社会在协同作用过程形成的外部形象和内部“归属感”，可见创意氛围既能对外产生视觉作用力，又能对内产生凝聚力。在文化创意产业园区中创意氛围的形成主要是通过艺术氛围、文化氛围和休闲氛围来体现的，在营造手法上需要结合多种艺术形式加以烘托。

3.3.1 艺术氛围的抽象表达。艺术是人类对自然与社会环境最真实的感悟，所以具有很强的感染力，能激发人们的创作欲望；艺术又是对文化最抽象的表达，是凝聚创作者价值观的形象语言，作为文化创意产业的核心产业，艺术气息无所不在地流动于产业园区的建筑韵律中，流露在街角巷尾的橱窗小品内，对于创意阶层来说，追求艺术之美是赖以生存的生活态度，而对于旅游者来说，艺术欣赏是最值得炫耀的个人价值体现。

文化旅游创意产业园的艺术氛围是景观小品、建筑色彩、光电效果、创意符号、游客情态相互作用形成的综合感知，艺术的语汇表达可以有多种方式。如装置艺术从废弃的物品中捕捉创意灵感，赋予钢铁、胶管以新的生命。这种艺术手法特别适用于都京这样的旧工厂改造文化创意产业园中，铁皮花盆、水管大门既是装置艺术品，又具有环境美化的功能，它们大量地出现在旅游者的游记照片中，成为一种颇有乐趣的形象记忆。此外，地景艺术、波普艺术、涂鸦艺术、行为艺术也常用于艺术氛围的营造中。如都京丝绸文化产业园六合集团的老工厂，均可以实现地景艺术、涂鸦艺术的展现，而行为艺术的融入成为文化旅游创意产业园区流动的风景，可打造主题路秀、文化展览等方式来展现艺术气息。

3.3.2 文化氛围的符号凝视。文化的主要特征是符号与象征意义，文化旅游创意产业园的定位落于文化，文化氛围的营造是重点。要让旅游者短时间内体验一种文化魅力，大包围、纯文字解说的方法缺少感染力，所以需要设定一个文化主题来统一整个园区的感官形象。文化氛围的营造实质上是对文化主题化包装的过程，对文化元素的判断和提取关系到文化氛围是否和谐，是否能起到符号凝视的作用。

都京丝绸文化产业园是“丝路源点”，内有百年六合、嘉美印染等丝纺名企，南充丝绸文化源远流长，资源丰富。故都京丝绸文化旅游创意产业园的核心文化就是丝绸，围绕蚕桑丝绸技术、生产工具、蚕丝文物和丝绸产品等丝绸物质文化，以农桑政策、丝绸赋税、丝绸交易等方面的各种规章制度为代表的丝绸制度文化旅游，提取丝绸文化元素，运用于园区景观设计、小品打造之中。

3.3.3 休闲氛围的情感营造。文化旅游创意产业园与原来的文化创意产业园区还有一个显著的区别在于整个园区内充满了浓郁的休闲娱乐氛围，而这种氛围的产生正是基于大量公共交互空间而存在的。在这种活跃的氛围中，人们不用为还没看到的风景买票，更不用因为身份背景而受到歧视，即使是落魄的音乐流浪者，还有眼神犀利的乞丐都能成为创意来源的一部分。如果说艺术馆与文化墙是创意结果的展览厅，那么无拘无束的休闲空间就是随时上演“创意神话”的加工厂。都京丝绸文化产业园内可通过构建消费者交流、互动的交往空间来实现旅游活动的休闲，打造主题路秀、休闲活动等体验式项目让旅游者与他人交流，体验丝绸文化，提升休闲氛围。

3.4 优化游览动线

文化旅游创意产业园的游览动线优化主要分为两个方面，一是旅游者空间移动的线路一是旅游者选择的交通方式。

在旅游者游览的线路选择上，主要是从实现旅游功能的角度来设计规划的，更注重旅游活动开展流畅性和便捷性，与旅游消费、旅游活动空间相结合，一般按照环线的方式组织内部交通。在出行工具的选用方面，鉴于文化旅游资源的休闲游憩功能，文化旅游创意产业园更倾向于公共交通的出行方式，倡导低碳环保的出行理念。如国际推行的慢行“绿道”系统，既充当了道路与功能区的绿化缓冲，又是旅游者亲近自然和实践环境教育的有效手段。这些线性基间串联起了整个园区的各个组团，成为内部交通的重要组成部分。如都京丝绸文化产业园内开发的小火车游览，便是将工业旅游资源运用于旅游游览之中。

3.5 注重融资配套

文化旅游创意产业园不是单纯的旅游景区，也不是普通意义上的产业园，而是一种新兴模式的经济综合体。文化创意产业的资本种类和存在形态与传统工业资本略有不同，其中货币资本、人力资本、技术资本、信息资本、知识产权资本是核心资本。

其次,由于旅游活动的介入,文化遗址和其他旅游吸引物也作为特殊资本类型参与到市场竞争中。为了促进当地经济发展,将资本优势

转化为市场优势,园区管理主体必须建立多元化的融资策略来平衡金融风险,主要包括内源融资和外源融资两大类。在内源融资方面,包括地方财政投入、园区创意发展基金、股权融资(包括固态资本入股、技术创意入股)等方面,其中的园区创意发展基金是目前很多园区为支持创意研发前期投入设立的专项资金;在外源融资方面,包括民营资本、国企资本、天使投资、外币基金、银行借贷、文化产品众筹平台等。

参考文献

- [1] 喻静,林孔团. 浅析文化创意产业相关概念 [J]. 经济研究导刊, 2012(30).
- [2] 沈山. 论文化创意产业与艺术授权经营 [J]. 经济前沿, 2004(12).
- [3] 郭少棠. 香港与内地文化创意产业的渊源与转化[J] 中国文化产业评论, 2004(01).
- [4] 厉无畏, 于雪梅. 关于上海文化创意产业基地发展的思考 [J]. 上海经济研究, 2005(08).