

文化和旅游的关系网络及其融合路径研究

陆明明 石培华¹

(南开大学 旅游与服务学院, 天津 300350)

【摘要】:为破解文化和旅游融合发展过程中的困难和挑战,借鉴共生理论、社会互动理论和互惠规范理论,构建了文化和旅游“共生—共建—共享”的关系网络,并进一步从政府、企业和旅游者角度提出文旅融合发展路径,最终构建了文化和旅游在理念、职能、产业、市场、服务和交流方面的六大融合矩阵。

【关键词】:文旅融合 融合路径

【中图分类号】:F590-05 **【文献标志码】**:A **【文章编号】**:1005-8141(2021)03-0340-09

党的十九届四中全会通过的《中共中央关于坚持和完善中国特色社会主义制度推进国家治理体系和治理能力现代化若干重大问题的决定》明确提出“完善文化和旅游融合发展体制机制”,首次将文化和旅游融合发展纳入国家制度体系建设的战略高度来进行定位和统筹谋划^[1]。因此,在文化和旅游复杂多样的关系中,找到文旅融合路径,更精准地推进文化和旅游融合,刻画两者的关系,是一个重要的研究方向。

“文旅融合的主要路径”作为一个基于实践问题的应用性研究命题或范畴,与其他基础理论研究相比,一个突出的特点就是它既是一个理论问题,也是一个实践问题;既是理论探索的过程,更是实践行动的结果。充分认识、科学厘清文化与旅游的关系网络,明晰不同主体实现文旅融合的有效路径,系统阐述文化与旅游融合路径矩阵,对文旅融合现状进行问题诊断,从而提出对策建议,既是学术界必须回答的理论元命题,也是推动文化和旅游实现深度融合、真融合、巧融合,实现文旅产业高质量发展的必然要求与根本途径。本文将文旅融合放置于国家现代化治理的时代进程中重新审视,通过梳理总结文化和旅游融合发展面临的困难和挑战,分层分类构建文化和旅游的关系网络,进而探究文旅融合发展路径,构建文旅融合路径矩阵,从而回答“为什么融”、解决“融什么”、提出“怎么融”三大问题,以期为文化和旅游的提质、增效和升级提供决策参考。

1 相关综述

1.1 文化和旅游的关系

1966年,联合国教科文组织(UNESCO)发表了Cultural Tourism:the Unexploited Treasure of Economic Development一文,标志着文化旅游开始被关注^[2]。1977年,“文化旅游”这一概念首次被美国学者罗伯特·麦金托什和夏希肯特·格波特提出,此后学术界开始了对文化与旅游两者关系的探讨^[3]。就文化和旅游的关系而言,西方学术界在20世纪90年代就提出了文化和旅游之间究竟是合作伙伴,还是竞争对手的思考,因为“对保护有益的未必对旅游有益,对旅游有益的却极少是对保护有益的”^[4]。国内关于文化和旅游的关系的认识最早由经济学家于光远提出,他认为“旅游本身就是一种文化生活”,“旅游业是带有很强文化性的

¹**基金项目**:文化和旅游部专业研究生重点研究扶持项目(编号:WLCY2019-002)的阶段性研究成果;2019年度文化艺术和旅游研究项目(编号:19DY17)。

作者简介:陆明明(1988-),女,黑龙江省哈尔滨人,博士研究生,研究方向为文旅融合、健康旅游、旅游教育。
石培华(1969-),男,贵州省长顺人,教授,博士生导师,现代旅游业发展省部共建协同创新中心主任,全国旅游管理专业研究生教育指导委员会副主任,研究方向为旅游规划与政策、旅游创新管理、文旅融合、全域旅游、红色旅游。

经济事业,也是带有很强经济性的文化事业”^[5]。而后,多位学者探讨了文化和旅游的相互影响和相互作用关系^[6,7],并有学者总结出“旅游具有文化性质”^[8]。

随着近几年文旅融合理论和实践的发展,文化与旅游的关系可归纳为以下几种代表性观点:“灵魂载体说”、“诗和远方说”、“资源市场说”、“魅力活力说”等。不论是哪种观点,可以确定的是,文旅融合并非简单的相加,而是深度的相融。文化与旅游有融合的基础,也有各自的优势与差异。通常来说,旅游是有市场缺内涵,文化是有内涵缺市场。文化和旅游不应有主次之分,而应在正确处理好两者关系的前提下,寻求两者的互补与整合。值得注意的是,文化和旅游不能机械地互补,也不能生硬地整合,两者是相伴相生、同兴同融、不可分割的。文化和旅游融合发展应最大限度地发挥两者的优势,补全劣势,充分利用文化的“灵魂”作用和旅游的“载体”作用,最终服务于“人民日益增长的美好生活需要”。

1.2 文旅融合的发展路径

从现有文献和研究成果来看,学者大多围绕文旅融合机理、模式和路径等展开研究。尽管部分学者对融合发展路径进行了探索,但主要还停留在某个地域^[9]、业态^[10]、个案^[11]或相对宽泛的宏观分析^[12],对文化和旅游融合的路径研究基础薄弱、内容零散,缺乏理论支撑,缺乏分层、分类的系统分析。研究方法看,从定性研究为主逐渐向定性定量研究相结合发展。总体来说,文旅融合路径的研究整体上滞后于火热发展的文旅融合实践,研究碎片化特征明显,缺少系统化和集成性的标志性成果,成为当前研究亟待破解的问题。

从实践上看,各级政府加强重视和积极谋划文旅融合发展问题,并把开展文旅工作写入文化和旅游厅2020年工作要点和“十四五”文化和旅游融合发展规划中。如,2019年12月29日,江苏省文化和旅游厅召开厅系统务虚会,谋划2020年重点工作和“十四五”发展,围绕推进文旅高质量发展,强调了要强化融合意识,把牢“融”的方向,把握“融”的规律,拓展“融”的路径;2020年1月17日,四川省文化和旅游工作会议提出,要着力推动文化旅游真融合、深融合;浙江、河北、湖北、湖南、内蒙古等多个省份也陆续在“十四五”文旅规划中在顶层设计和具体实践方面不断探索与持续创新。然而,尽管文旅融合发展已是必然趋势,但政府、学术界和相关业界仍然缺少对其模式、规律、路径的全面、系统与深入研究。在具体实践中,单本位传统思想仍然存在,“重文轻旅”、“合而不融”等现象层出不穷,同时出现了比如旅游产品文化内涵淡薄、文旅项目重复投资建设、文旅产品严重同质化、缺乏国际竞争力等问题,严重阻碍了文旅融合发展。

2 文化和旅游的关系网络

“融什么”是文旅融合不可逾越的第二个基本问题。本文通过创新构建文化和旅游关系网络,以解决文旅融合“融什么”这一困惑。文化和旅游的关系可被归纳为3个依次递进的发展层次:第一个层次是理念融合,理念融合建立了文旅融合的共生关系;第二个层次是职能融合,职能融合保证了文化和旅游融合在行动上的共建关系;第三个层次是产业、市场、服务、交流融合,这4个方面的融合是文旅融合结果上的共享关系。“理念—行动—结果”3个层次建立了文旅融合关系网络,体现了从共生到共建,再到共享的文旅融合发展过程。在文旅融合关系网络中,“共生—共建—共享”是一种实际上的递进关系,共生是文旅融合的基础,共建是文旅融合行动上的关键,共享是文旅融合结果的体现(图1)。

2.1 理念融合构建共生关系网络

共生理论是处理“人与社会”、“自然与环境”、“自然与社会”等相互关系的重要工具,强调在一定的共生环境中,在共生单元之间具有某种共生关系,近年来被广泛应用于旅游研究中。文化和旅游具有天然的共生关系,在文旅融合发展中,文化和旅游的共生关系是保证融合进程稳定、持续的基本条件。“灵魂载体说”更是对文化和旅游共生关系的直接体现,文化是旅游的靈魂,旅游是文化的载体,充分体现了文化和旅游理念上的共生和依赖。文化和旅游的共生关系包含3个层面:一是文化和旅游的理念共生;二是文化产业和旅游产业的理念共生;三是文化事业和旅游事业的理念共生。文化和旅游的共生关系促进文化和旅游真融合、

深度融合。文化和旅游依托各自的理念优势(包括文化的保护传承理念、精品作品理念、事业和公共服务理念、传播核心价值观理念,旅游的市场理念、产品理念、“+”理念、全域旅游理念)相互融合,形成一个完整的文旅融合理念体系,最终达到“以文促旅、以旅彰文”的目的,用理念为文旅融合赋能。

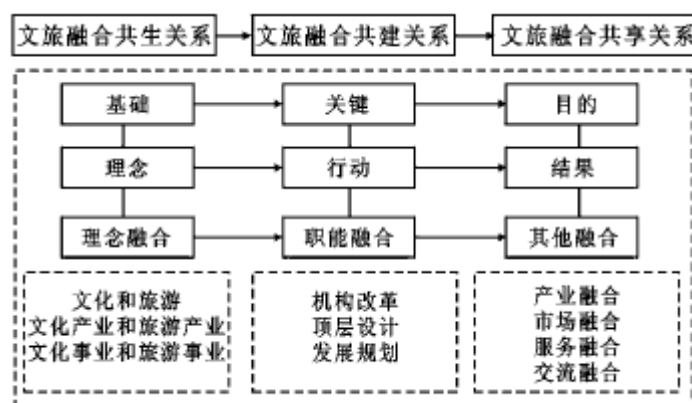


图1 文化和旅游关系网络

2.2 职能融合构建共建关系网络

共建关系可以用社会互动理论予以解释。有学者认为,合作与竞争、互助与冲突、交换与掠夺是社会互动的3种基本方式^[13]。在文旅融合过程中,各级政府通过职能融合,构建文化和旅游的共建关系网络。具体来说,各级政府主要通过3种方式体现:机构改革、顶层设计、规划制定。首先,各省级政府已经陆续完成机构改革,文旅融合正式步入新时代。2018年3月13日,国务院机构改革,原国家旅游局与原文化部合并,组建文化和旅游部。随后,各省级政府相继宣布挂牌成立文化和旅游厅(委)。2018年9月29日,海南省第一个宣布挂牌成立旅游和文化广电体育厅,而后31个省份陆续完成了文化和旅游机构改革。其次,各地文化和旅游厅陆续编制了《职能配置、内设机构和人员编制规定》(“三定”方案),进一步明确和理清政府机构在文化和旅游行业中的作用和影响,职能融合作用凸显。第三,各省份文化和旅游单位陆续制定发布发展规划,加强顶层设计,如广东省文化和旅游厅印发的《粤港澳大湾区发展规划纲要》、江西省文化和旅游厅印发的《江西省旅游产业高质量发展三年行动计划(2019—2021年)》、湖南省文化和旅游厅印发的《湖南省现代公共文化服务体系建设三年行动计划》等,文化和旅游职能融合进一步加强。

2.3 其他融合构建共享关系网络

文旅融合的共享关系以互惠规范为基础。美国学者帕特南指出,规范分为“均衡的互惠规范”和“普遍的互惠规范”两种类型。顾名思义,“均衡的互惠规范”是一种等价交换;“普遍的互惠规范”创造出一种强大的凝聚力,使人们形成一种共同愿景,从而促进组织发展。该理论同样适用于文旅融合的现实实践。显而易见,文旅融合更强调“普遍的互惠规范”,结果上体现在文化和旅游的产业、市场、服务和交流进一步融合。具体来说,主要包括以下4个方面:一是产业融合。文旅综合体成为开发重点,节庆演艺产品如火如荼发展,文创产品成为传播载体,影视拍摄地成为优势选择,红色旅游发展前景广阔,“场景体验”成为文旅新增长点等。二是市场融合。国民旅游消费需求旺盛,我国旅游行业投资规模不断扩大。三是服务融合。不断完善文化公共服务体系,旅游公共服务体系初步建立。四是交流融合。中华优秀传统文化成为向世界讲好中国故事的重要载体,出境游客成为中国文明和文化的重要传播者。最终,在结果上,以文旅融合视角实现经济效益和社会效益双丰收,承接新时代赋予文化和旅游高质量发展的新使命。

文化和旅游关系网络的构建体现了文旅融合的理论创新,成为文旅融合“融什么”研究中的一般性分析和文旅融合创新的一种新的分析视角。

3 文化和旅游的融合路径

文旅融合终究要落脚于“怎么融”。文旅融合是一个系统工程,需要旅游者、政府和企业共同参与到文化产业和旅游产业的发展中,从而推动文化产业和旅游产业在理念、职能、产业、市场、服务和交流等方面实现融合(图 2)。在文旅融合过程之中,政府扮演着引导者、监管者、服务者的角色,重点要解决好“促进什么”、“怎么促进”两个核心问题,主要解决职能融合、市场融合、服务融合和交流融合;企业则是文旅产品和服务的供给者和文旅融合的市场主体,要重点聚焦“生产什么”和“怎么生产”两个核心问题,主要处理好理念融合和产业融合;而从旅游者角度看文旅融合的路径,要围绕“消费什么”、“怎么消费”两个核心问题展开,旅游产品是旅游者的重要关注点。

3.1 吸收优秀理念,推动精神价值统一

吸收文化在保护传承、事业和公共服务、传播核心价值观等方面的优秀理念:保护传承理念是文化的第一优秀理念。通过发掘传承优秀文化,把旅游变成文化的舞台、教育的课堂,打造让文化活起来的文旅产品。依托民宿文化发展民宿旅游,依托乡村文化发展乡村旅游,依托革命文化发展红色旅游,依托民族文化发展民族风情旅游,依托中华优秀传统文化发展研学旅游,依托文化遗产资源发展遗产旅游,让民间工艺、乡村文化、革命传统、民族文化、传统文化等物质文化遗产和非物质文化遗产“活”起来。2020 年“文化和自然遗产日”来临之际,恭王府博物馆于 6 月 13 日至 14 日推出王府文化系列云活动,在为广大观众提供两场融昆曲古琴表演于古建园林之中的视听盛宴的同时,起到了保护、传承、弘扬中华优秀传统文化的作用^[14]。吸收文化的事业和公共服务理念,要坚持政府主导,以全民为服务对象,推进旅游惠民工程、文化服务设施转化利用工程和旅游公共服务设施文化提升工程三大工程,加强旅游公共基础设施建设,加快建立覆盖城乡、惠及全民的旅游公共服务体系。根据国家文物局发布的统计数据,从博物馆举办主体来看,截止到目前,文物部门所属国有博物馆共计 3825 家,约占全国博物馆总数的 69.11%;非国有博物馆共计 1710 家,约占全国博物馆总数的 30.89%。国家文物局统计数据还显示,我国博物馆事业呈现出良好发展态势,“博物馆热”发展成为社会文化的一种时尚潮流而备受追捧,“博物馆+”的跨界融合模式推动文旅融合高质量发展。2019 年,我国博物馆全年共举办展览 2.86 万个、教育活动 33.46 万场,接待观众 12.27 亿人次,比 2018 年增加了 1 亿多人次^[15]。2020 年,全国博物馆在抗击疫情期间打造了 2000 多个线上展厅,实现了超过 50 亿人次的浏览量,社会效益的溢出作用十分突出^[16]。吸收文化的传播核心价值观理念,要将旅游与历史文化资源和中国优秀传统文化相结合,与民间传统、风俗习惯、手工艺技术等非物质文化遗产相结合,与烈士陵园、革命旧址、军区使馆等红色文化相结合,展现中国文化的核心理念,塑造文化旅游品牌形象,传承弘扬红色精神。截至 2018 年末,我国共有红色旅游经典景区 428 处,红色旅游累计游客超过 70 亿人次,年均增长超过 16%,其中青少年游客高达 50 亿人次,在传播核心价值观方面起着不可替代的重要作用。

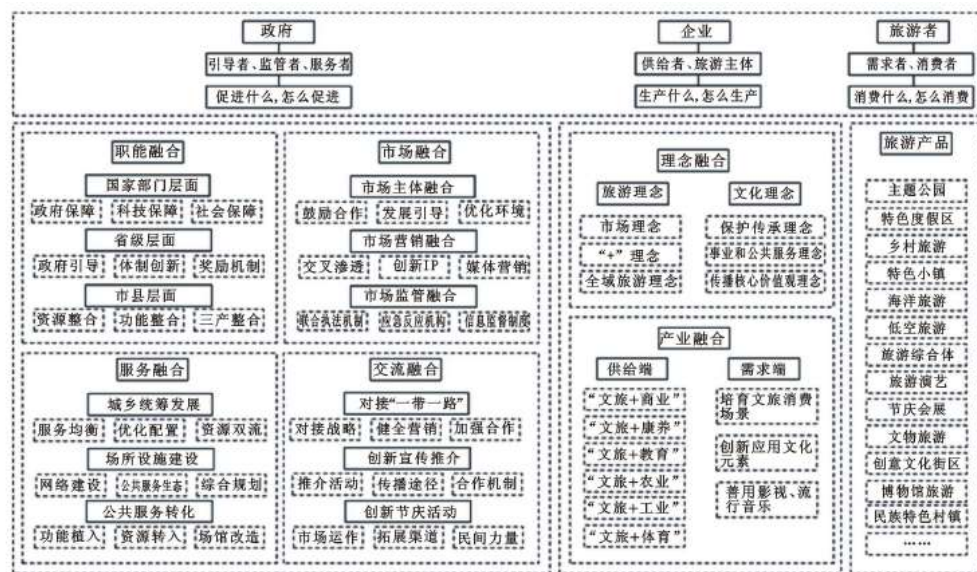


图 2 文化和旅游融合矩阵

借鉴旅游的市场理念、“+”理念、全域旅游理念:市场理念要求加大对近程休闲度假和文娱型市场的推广,开发针对家庭周末休闲度假、情侣休闲娱乐、青少年知识教育等休闲度假产品;打造旅游企业品牌,构建核心品牌价值,树立品牌形象和主题定位,挖掘重游消费者,建立品牌优势;打造特色旅游节庆活动,构建集展示、营销等功能为一体的综合性平台。2020年7月,同程旅行发布的《2020 国内避暑游趋势报告》显示,受疫情影响,避暑市场需求方面,休闲度假逐渐取代观光成为避暑游的重要出游动机,尤其是以家庭为单位的避暑游。迪士尼以其梦幻王国的品牌代表着世界主题乐园的最高水平,构建了强大的品牌优势。哈尔滨市在每年冬季传统的冰灯游园会的基础上创办“哈尔滨国际冰雪节”,并逐步发展成为世界性的冰雪盛会,成功打造特色旅游节庆活动,成为向世界传播冰雪文化的平台。借鉴“旅游+”理念,要加大文化旅游与工业、农业、牧业、林业、体育、中医药等产业的融合力度,形成综合新产能;推进“文化+旅游+新的生活方式”,包括“文旅+交通”、“文旅+休闲度假”、“文旅+研学”、“文旅+购物”、“文旅+新型养老”、“文旅+健康养生”等,大力培育文旅融合新产品、新业态;完善“文化+旅游要素”,构建集吃、住、行、游、购、娱为一体的开放的旅游综合体,比如广东珠海海泉湾度假区、“大美丽洲”旅游综合体、杭州南宋御街旅游综合体等集多功能、多业态的旅游集聚区。借鉴全域旅游理念,要以省市县为单位,选择文化、文物、旅游等资源密集区,优先开展文化和旅游融合发展试点探索,各地制定出台《文化和旅游融合发展示范区评定标准》,打造文化和旅游融合发展示范区;通过创意提升区域文化表现形式,营造集观光游览、场景体验、休闲娱乐、商业活动等多功能于一体的全时空、全链条、常态化的文化旅游空间,打造成为区域资源有机整合、产业融合发展、社会共建共享的全域旅游发展模式;在谋划布局上突出全域旅游,实现文化旅游产品全域优化、文化旅游线路全域统筹、文化旅游品牌全域整合、文化旅游市场全域营销,着力营造全区域覆盖、全领域互动、全社会参与的联动机制。截至2019年9月,我国共有71家创建单位被认定为首批国家全域旅游示范区。有学者系统梳理总结了全域旅游6大发展模式,即综合型的全域旅游、龙头景区依托型的全域旅游、都市功能区依托型的全域旅游、特色城镇和美丽乡村依托型的全域旅游、特色产业依托型的全域旅游、生态功能区依托型的全域旅游^[17],为打造文旅全域旅游发展模式提供了有力参考。河南云台山、四川九寨沟、贵州荔波、四川峨眉山、贵州黄果树、重庆武隆、湖南张家界、辽宁大连、福建厦门、浙江桐庐、南京江宁区、北京昌平区等都是全域旅游的优秀案例,可作为借鉴。

3.2 完善体制机制,坚持分层分类融合

通过形成3个保障,促进文旅部与其他部门文旅职能的融合推进:①强化政府保障。建立工作协调机制,统筹文旅及相关产业的规划衔接、政策支持、引资招商、项目建设、推广宣传等方面工作,推动文旅职能互促发展;引导文化和旅游产业资源开发,打造精品产品;扩大对外文化交流格局,提升我国文化的国际影响力和竞争力;打造结构科学、梯次鲜明、业务精湛、凝心聚力的文化旅游干部队伍,完善文旅干部知识储备,提升相关工作技能,为文旅干部队伍建设制定规划;不断加强制度建设,为文旅融合发展提供根本保证。②强化科技保障。运用现代信息技术不断提升旅游领域的数字化水平,形成科技保障。支持在相关产业进行技术创新,推动实现技术层面的融合发展,并在项目研发、场景体验、营销推广等领域广泛应用;支持传统文旅龙头企业打造平台生态,以数字化、网络化、智能化为技术支点,实现文旅产品综合化服务、互动化传播、沉浸式体验;强化智慧景区建设,发展基于5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容^[18]。③强化社会保障。一是积极引导民间资本参与文旅资源开发。依托各地资源实际,整合特色文化资源和旅游产品,推动资本对接资源,促进民间资本和民间资源的活化,激发民众自主创新创业,推动文旅产品个性化发展。二是加快人才培养和人才融合。包括文化管理人才、旅游管理人才、艺术创作人才、市场营销人才的培养,以及文化和旅游管理人才的融合、艺术创作与市场营销人才的融合,把相关人才“对接”在一起,提供人才支撑。三是充分调动民间力量参与文旅融合。激活民间力量,唤醒民众的保护意识,注重活态传承和生产性保护,实现文旅产品的生活化和共享化。如调动民间艺术家激活民间艺术力量,调动民间博物馆实现“没有围墙的博物馆”,鼓励民间收藏界、名人团队进行交易交流、志愿服务等。

完善体制机制,促进省级层面的文旅职能融合:①坚持政府引导。充分发挥政府在政策法规上的引导作用,制定和完善推动文旅融合发展的相关产业政策,扶持两大产业融合发展的地方法规体系,实施与两大产业政策相衔接的文化和旅游产业发展政策。②做好产业规划指导。全面梳理省级层面的文化和旅游资源,制定产业融合发展总体规划,明确市场定位,落实发展总体目标和阶段任务,为全省发展文旅产业提供切实指导;优化提升和丰富文旅产品供给,开展文化惠民活动,提供群众参与度高的文化服务;开展文化旅游精品建设,着力提升旅游产品的技术水平和文化内涵,优化游客场景体验;加强文化旅游新业态建设,依托已有资源,

升级产品,着力开发度假休闲游、场景体验游、温泉养生游、乡村民宿游等产品,提升旅游者的消费需求。③创新管理体制。一是推动文化产业与旅游产业管理体制变革,建立协调、高效、互促的文旅产业管理体制,组建文化旅游产业集团,逐步建立起富有活力、符合市场经济规律的文化旅游管理体制;建立健全重大节假日文化旅游工作统筹协调机制,积极履行监管职责,分工协作,做好突发事件处置等应急预案和处置工作,预防特重大事故发生。各类文旅活动运营机构应承担和履行主体责任,组建应急救援团队,积极主动进行隐患排查等工作。二是完善考核奖励机制。加大督查考核力度,持续关注重大项目建设进程,推进旅游示范区创建等重点工作。三是强化对国有景区、文旅产业园区的考核激励和动态管理,提升省级文旅产业发展能力和相关辐射带动作用。四是完善重大文旅品牌创建、文艺精品创作等方面奖励扶持机制,尤其加大对省级重大文旅品牌创建的奖励补助。

整合各类要素,促进市县层面文旅职能融合:①资源整合。依托市县地区自然资源和文化资源,融合历史文化要素。在做好保护市县历史文化资源工作的基础上,深度挖掘历史文化资源,开发红色旅游等产品,加强场景体验建设。一是融合山水文化要素,开发与保护并重,进一步挖掘山水文化内涵,加大基础设施建设投入,打造精品景区;二是融合民俗文化要素,将科技元素融入民俗文化中,打造新型民俗形式,同时确保做好民俗文化的保护措施;三是融合节庆文化要素,打造特色节庆主题,提高节庆活动群众的积极性和参与度,注重培育节庆品牌;四是融合饮食文化要素,创新开发当地特色美食,打造饮食文化展示平台,丰富传播途径,加大宣传力度;五是融合名人文化要素,依托古代名人成立文化研究会,挖掘文化内涵,或依托现代名人开发著名人物到访地点,邀请名人宣讲,提高旅游地知名度和影响力^[19]。②功能整合。市县社区居民的生产生活需求问题是文化旅游景区打造和项目设计前要思量的第一要义。衡量地区旅游业成熟度的重要标志之一即该地区文旅公共服务体系建设是否完善。历史文化街区、古寨村落、宗庙祠堂、桥梁街道等设施天然兼具公共服务功能,在文旅融合发展过程中,要加强功能建设,带动旅游服务水平升级,坚持打造宜居宜游的旅游目的地与价值共创和谐发展空间。③“三产”整合。一是与第一产业融合,发展农业采摘、乡村旅游、休闲观光游等,开展乡村旅游精品示范工程、乡村旅游扶贫带动工程、乡村旅游业态培育工程、乡村旅游后备箱工程、乡村旅游电商推进工程、百万乡村旅游创客工程等。二是与第二产业融合,发展工业旅游、场景体验游等。创建全国工业旅游示范点、产业品牌示范区,推动旅游户外用品、特色食品、美容保健品等融合发展;打造工业博物馆和体验馆(含住宿、餐饮、体验式教育),改善土地资源利用和城镇风貌;鼓励企业利用工业园区、工业展示区等因地制宜发展工业旅游;建设旅游商品研发中心、工业旅游商品设计中心,强化上下游产业项目支撑,鼓励企业创新设计特色创意旅游商品,满足旅游者的个性化定制需求。三是与第三产业融合,发展旅游演艺、影视旅游、会展旅游等,加强旅游与交通运输、旅游与信息技术、旅游与租赁商务、旅游与教育娱乐等融合。如,2018年春节西安向世界发出“西安年、最中国”的网上邀请策划,让众多游客对“醉中国的西安年”产生了向往,勾起了新年逛西安的欲望。

3.3 创新产业供给,打造融合产品体系

供给端持续发力,打造产业体系和产品体系:①“文旅+教育”,创新研学旅行产品。依托传统文化、民族文化、红色文化等资源,结合各年级学生特点,在内容设计、场景体验等具体操作层面开发多种类型的研学项目。在各级政府支持引导下,打造研学旅行基地和研学户外营地,建设依托文化遗产资源的研学旅行示范基地,依托自然山水资源的生态保护研学旅行示范基地,依托中国红色文化的爱国主义研学旅行示范基地,依托乡村振兴的现代农业研学旅行示范基地,依托航空航天工业的高科技研学旅行示范基地等^[20]。②“文旅+商业”,打造文旅商融合产品体系。依托特色街区和历史、休闲、时尚、创意等文化,建设一批品牌文旅商业街、美食街,打造文旅商贸精品项目和文商旅综合体,形成文化旅游生活综合服务体系;积极承办国际旅游会议,大力发展会展商务旅游;开设淘宝、京东等电子商务平台的文旅产品专卖店,打造文旅产品专属线上购物平台。③“文旅+农业”,创新乡村旅游产品。将文旅产业与乡村振兴、脱贫攻坚结合起来,打造特色农业。依托特色农业园区、旅游名镇名村等,打造田园综合体、休闲农庄和采摘园,提高农业综合收益;进一步挖掘农村文化资源,培育乡村游、休闲游、体验游等融合业态,打造乡村民宿、牧场生活、森林游乐、花卉婚庆、渔乐体验、景观种植、特色美食、农产品购物等旅游产品。④“文旅+工业”,发展工业旅游产品。依托城市或企业的工业优势,利用旧工厂、工业遗产等资源,打造工业旅游产品,壮大融合产业规模;改造废旧厂房,建设工业博物馆、文化创意园区等工业旅游新模式,打造集工艺品购物、工业体验、娱乐休闲于一体的创新文化聚集区;依托现存工业园区,建设企业展览馆、游客体验区、品牌体验馆、创意生活馆、教育基地等旅游项目,提高企业知名度,增加旅游收入。⑤“文旅+康养”,发展康养文旅产品。适应市场需求,发展文旅康养产业,打造温泉康养社区、中医药健康旅游产业示范园区、生态休闲康养社区等项目;进一步研究文旅康养产品,依托康养产业的自身特性,做好相应配套服务设施建设,提升服务水平。⑥“文旅+体育”,创新体育旅游产品。积极

建设城市骑行公园、绿道、各类运动基地等,满足游客对体育运动的需求,承办高规格体育活动;依托各地气候条件、地理位置、经济发展水平等,发展特色旅游,打造体育旅游精品项目,开发马拉松、越野跑、露营、林地探险、攀岩、滑雪等项目。

需求端满足消费,打造优质文化产品和旅游产品:①培育文旅消费场景。坚持以满足旅游者需求为目标,开展旅游客源地需求调研,提升服务质量;建设文旅消费体验新场景,强化地域文化体验旅游^[21];积极适应游客在不同年龄、不同职业特征、不同消费水平、不同选择偏好、不同出行方式、不同旅游季节等方面的新需要,打造文旅产品新供给;进一步释放旅游消费潜力,推动文化旅游与教育、体育、休闲等民生事业融合发展。如,将游客划分为老年、中年、青年3个群体,在供给侧分别将其与康养、体育、教育相结合,培育发展康养旅游、体育旅游、研学旅行等新业态、新产品。②创新应用文化元素。如,贵州花溪夜郎谷石头艺术基地结合当地特殊地貌与现代科技,运用VR、AR等技术手段创新打造用石头搭建的魔幻石头城;成都市开启街头艺术表演项目,采用为街头艺人搭建城市舞台的形式,培育和释放旅游消费潜力。截至2019年底,成都街头演出点位达60个,艺人表演场次超过3000场,吸引观众200余万人次^[22]。这种街头艺术表演展现了成都的多元文化形象,也丰富了游客的城市旅游体验。③运用影视、流行音乐等元素提升城市关注度。2019年热播电视剧《都挺好》将影视取景地苏州同德里小巷打造成为众多游客的打卡地;《私奔丽江》《我在丽江等你》《去大理》等以云南丽江、大理为背景的乡村音乐和摇滚乐,为丽江、大理增加了意蕴和魅力。

3.4 优化市场环境,促进市场主体融合

加强互动,推动市场主体融合:①加强发展引导。推动文旅企业在发展定位、产品生产、营销推广等各个环节贯穿产业融合发展理念,推进文化产品的旅游转化和旅游产品的文化衍生,发展形成产业融合的内生动力。②鼓励对接合作。鼓励文化企业、机构与旅游企业、机构合作,支持文旅企业、机构内容和载体、产品和服务上相互渗透贯通,推动形成一批文旅融合发展、具有较强竞争力的领军企业、骨干企业。③优化营商环境。深化“放管服”改革,进一步优化文旅企业审批政务服务环境,为相关企业提供行业发展形势、政府政策导向、市场监管思路等资讯,尤其后疫情时期,努力为文旅企业发展争取资金。如,上海的“东方明珠”电视塔已成为上海旅游业的“掌上明珠”,杭州和青岛等城市的灯光秀已转化成为所在城市的标志性景观;国内各个景区中的大型旅游演艺,如“印象系列”、“又见系列”、“千古情系列”等大型旅游演艺演化已成为常态化演出,这些都是市场主体通过对接合作进而融合发展的典型代表。

打造品牌,促进市场营销融合:①推动文化和旅游产业营销方式交叉渗透。创新旅游产品的销售模式和文化产品的消费方式,推进市场化运作、资本化运营、品牌化整合,为文旅融合发展提供持续市场推力。②创新文旅融合IP体系。建设旅游目的地IP创新体系,依托现有成熟IP带动区域未成熟目的地IP,通过IP植入和构建,延伸旅游目的IP价值。③进行媒体营销。通过与湖南卫视、浙江卫视等娱乐媒体,抖音、快手等短视频媒介,网红、KOL(意见领袖)等自媒体的跨界合作,借助媒体平台吸引游客关注,提升游客对旅游品牌认知。通过文化媒体跨界旅游营销,利用电视和网络的综艺娱乐节目、手机短视频传播等所产生的高流量和传播力,带动区域旅游发展。如,综艺节目《爸爸去哪儿》极大地带动了作为取景地之一的云南省文山壮族苗族自治州丘北县的旅游业发展;2019年,西安大唐不夜城景区“真人不倒翁”火遍抖音,点赞量高达612万次,吸引了众多游客前来体验观看。短视频已成为驱动西安旅游经济的新推手。

优化环境,促进市场监管融合:①建立文旅市场联合执法机制。落实《关于进一步深化文化市场综合执法改革的意见》《关于深化文化市场综合行政执法改革的指导意见》,规范文化和旅游市场投诉处理流程,联合各执法部门形成合力,推动执法队伍整合到位,加大文旅市场秩序整治力度,依法打击违法违规行为。②建立文旅市场应急反应机制。制定文旅系统突发事件应急预案,督导文化市场、旅游景区等场所建立突发事件应急反应机制。③建立文旅市场信息监督员制度。依据各地实际情况,建议在市县乡地区组织选任文化市场信息监督员,打造监管模式网格化、义务监督全员化、监督领域全面化的文旅市场监管体系。

3.5 统筹城乡发展,加强服务空间建设

城乡统筹发展:推进城乡文旅公共服务均衡发展,把城乡文旅公共服务均衡发展纳入国民经济和社会发展规划及城乡规

划,推进城市提质扩容工程、卫生和交通等领域专项整治工程、城乡结合部美化亮化硬化工程、重点区域绿化工程、节能减排工程,打造新型农村示范社区、美丽乡村建设工程等;优化城乡公共文化资源配置,利用文博展览车、流动舞台车等可移动设施设备,积极开展“流动”的文化服务,让乡村居民不出家门就能收获文化体验,与城市共享优质公共文化资源,打通公共文化服务“最后一公里”;进行“区—地区—街乡—社区(村)”4级公共文化服务网络建设,打造“15分钟文化服务圈”。建立城乡公共文化资源双向流动机制,积极开展“文化进农村”活动,助力乡村振兴,组织优质文艺作品和公共文化产品走进乡村。合作搭建“农民文化进城市”平台,进一步挖掘乡村特色文化资源,将节庆文艺演出、非物质文化遗产和传统技艺演出等乡村艺术走进城市社区。

场所设施建设:推进文旅公共服务网络建设,运用互联网、云计算、大数据等技术,丰富文旅公共服务网络资料,强化文旅公共服务数据分析,努力提供较为精准的数字服务。通过设立数字文旅部门,依托数字化信息平台,加强行业统计和经济运行监测,并利用大数据精准识别各种公共服务需求,提高公共服务效率,从而进一步打造智能化服务型政府。以“一部手机游云南”为例,通过依托腾讯智慧平台,将游客与目的地旅游服务相连接,维护了旅游市场秩序,构建了当地旅游市场的诚信体系,提升了云南旅游综合服务能力。打造“文旅公共服务生态圈”。依托各地的旅游资源和人文优势,创新打造文旅公共服务融合示范点,深入推动文旅公共服务供给侧改革,统筹文旅公共服务设施、场馆、资源、服务的管理与利用,推出一批特色优质文旅公共服务体系的载体平台,探索文旅公共服务融合的地区模式;做好文旅公共服务综合规划。统筹地区经济、人口、资源等因素,因地制宜综合考虑进行文旅公共服务场所设施建设;着眼于群众的内在需求和现实可操作性,分类别、多渠道征求意见,有重点、分层次地建造各类文旅公共空间和设施,发挥文旅公共服务优质、均等、共享的实效。

公共服务转化:①将旅游宣传推广功能植入公共文化设施。在公共文化设施内设置旅游咨询台;与旅游企业合作,在各地区文化中心开展“带着图书去旅行”、“解密欧洲”、“星空旅行”等一系列旅游分享活动;集合《公共文化服务保障法》《公共图书馆法》等线上闯关答题、文旅场馆线下互动解谜等寓教于乐的创新方式,吸引更多群众走进公共文化设施和旅游景点。②将公共文化资源转入旅游场所和景区。在酒店、民宿、景区等旅游场所创设公共阅读空间,开展面向公众的惠民文化活动;在游乐园、公园等旅游场所和景区举办讲座、演出、展览、庙会、灯会等活动,推动优质文化和旅游资源的双向转化。③升级改造转化场馆功能。改造升级和新建扩建一批博物馆、图书馆、文化馆、音乐厅、美术馆、影(剧)院等,为民众提供更多更好的文化服务和产品;探索利用乡镇(街道)综合文化站、农村文化礼堂、景区旅游服务中心等场馆,改造成为具有当地文化印记的文旅驿站,集当地历史文化与非遗展示、文旅商品售卖等功能融于一体。

3.6 对接国家战略和倡议,推进交流平台建设

对接“一带一路”倡议,形成文旅交流融合新战:①对接国家战略。积极对接“一带一路”倡议等,通过国际合作拓宽地区发展空间,开展文旅品牌建设工程,进行整合营销与系统推广。携程定制游数据显示,2018年通过携程旅游平台报名前往“一带一路”沿线国家的人数同比增长157%,人均消费7498元。马蜂窝大数据显示,2019年3月,意大利与中国签署共同推进“一带一路”建设的谅解备忘录后,意大利的旅游热度上涨了28%。②健全营销机制。将政府宣传与文旅企业推介、文旅业界推广与大众促销、“走出去”与“请进来”相结合。交通运输部发布的信息显示,2019年4月,中国已与“一带一路”沿线45个国家和地区开通了直飞航班,中国游客“走出去”更加便捷。③加强国际合作。加强与境外主要客源地合作,联合开发一批国际旅游精品线路,拍摄中国旅游宣传片,编制中国旅游手册,采用先进国际营销方式,加强国际合作,传播“中国故事”。世界银行研究院研究结果显示,“一带一路”新建设的交通网络带动沿线国家和地区的外国直接投资总额增加了4.97%,沿线国家之间的国际合作机制不断健全。

创新宣传推介,形成文旅交流融合新途径:①策划推介活动。完善提升文旅品牌标识和品牌体系,精心策划有影响力的文化旅游产品推介活动,创作一批体现地方特点、文化元素、精神面貌的文艺作品。②扩大传播途径。采取请进来踩线、全媒介参与、精准细定位、高密度投放、大活动引爆、全方位互动等形式,通过国内外影视媒体、Youtube和B站等网络平台、Facebook和Twitter等社交媒体等传播途径,不断扩大品牌美誉度和国际影响力。③探索建立长期合作机制。建立报、台、网、微、端等合作媒体和自有平台横向互通的文旅融媒体中心,出台量化考核办法,建立纵向联动的文旅系统宣传信息员队伍,搭建文旅宣传平台,打造融媒体全

渠道推广文旅品牌。2020年1月10日,黑龙江省举办了第十届中俄文化大集,开展国际文旅活动;同时,策划推出《匠人匠心》《航拍龙江》《爱上博物馆》等系列特色推介营销活动,在北上广等城市开展“精准营销”,推动黑龙江文化和旅游形象持续提升^[23]。

创新节庆活动,形成文旅交流融合新模式:①完善市场化运作机制。把握世界文化发展趋势和国际文化交流形势,了解文旅市场和受众,以企业为主体,以市场为载体,推进政府与其他国家达成务实合作协议。2019年,第四届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会和第九届敦煌行·丝绸之路国际旅游节过程中,甘肃省政府大力推进市场化进程,加快与新加坡投资商合作建设“读者印象街区”项目,与腾讯公司合作开发“一部手机游丝路”项目,与携程旅游合作推进“一部手机游甘肃”项目市场化运营,与尼泊尔第五省合作建设“蓝毗尼文旅田园综合体”项目等。②拓展节庆方式和渠道。借助社会多方力量,学习借鉴多样化的国际多边交流活动,积极拓展节庆文化活动的�新方式、新渠道,通过组织举办重大节庆、重要赛事等活动,讲好中国故事,展现中国魅力。同时,重视文化节庆和文化品牌与国内外文化差异,塑造本土特色文化元素符号,开发各类文创产品,充分发挥节庆品牌效应。③重视吸纳民间文化力量。吸纳民间组织、民营企业等文化力量,拓展文化旅游交流合作领域,开展与世界各地城市的文化旅游交流合作,与具有良好信誉与优秀资质的海外商演合作,将文化艺术展演活动更多地推向国际受众。

4 结论和展望

本文首先梳理了文化和旅游的定义与相互关系,总结了文化和旅游融合发展过程中的困难和挑战,回答了文旅“为什么融”的问题。其次,分层分类、创新构建了具有递进关系的文化和旅游“共生—共建—共享”的关系网络,体现了文旅融合的理论创新,为文旅融合“融什么”研究中的一般性分析和文旅融合创新提供了一种新的分析视角。最后,依托政府、企业和旅游者三大视角提出文旅融合发展路径,系统构建了文化和旅游发展在理念、职能、产业、市场、服务和交流方面的六大融合矩阵,提出了“怎么融”的路径措施。

文旅融合是一个系统工程,深化研究文旅融合发展路径是新时代文化和旅游业高质量发展的新使命。未来文旅融合的研究要紧扣时代主题,结合疫情常态化防控现实,不断探索融合的主要着力点,重视数字科技和场景体验在文旅融合中的重要作用,加强文旅融合发展的实证研究。

参考文献:

- [1]石培华. 研究完善中国特色文旅融合发展体制机制[N]. 中国旅游报, 2019-12-20(003).
- [2]范周. 文旅融合的理论与实践[J]. 人民论坛·学术前沿, 2019, (11): 43-49.
- [3][美]罗伯特·麦金托什, [美]夏希肯特·格波特. 旅游学——要素·实践·基本原理[M]. 蒲红等译. 上海: 上海文化出版社, 1985: 37-56.
- [4][加]Mckercher B, [澳]Cros H. 文化旅游与文化遗产管理[M]. 朱路平译. 天津: 南开大学出版社, 2006: 14.
- [5]于光远. 旅游与文化[J]. 望周刊, 1986, (14): 35-36.
- [6]曹诗图, 沈中印, 刘晗. 论旅游产业和文化产业的互动与整合——以湖北省宜昌市为例[J]. 特区经济, 2005, (10): 188-190.
- [7]孙青, 张捷, 史春云. 文化旅游资源市场潜力评价模型研究[J]. 特区经济, 2007, (2): 191-192.

-
- [8] 申葆嘉. 我的旅游观[J]. 旅游学刊, 2008, (2) : 12-17.
- [9] 山西省社会科学院课题组, 高春平. 山西省黄河文化保护传承与文旅融合路径研究[J]. 经济问题, 2020, (7) : 106-115.
- [10] 周红雁. 公共图书馆文旅融合路径探析[J]. 图书馆工作与研究, 2020, (6) : 23-27, 41.
- [11] 程善兰. 文旅融合视角下苏州历史文化旅游街区的保护与路径探讨[J]. 商业经济研究, 2017, (12) : 135-137.
- [12] 关丽萍, 慕慧洁, 孟庆刚. 文化与旅游融合发展路径研究[J]. 旅游纵览(下半月), 2019, (9) : 28-29.
- [13] 胡荣. 社会互动的类型与方式[J]. 探索, 1993, (6) : 65-69.
- [14] 李珊珊. 非遗进景区:长效机制促长远发展[N]. 中国旅游报, 2020-07-13(003).
- [15] 中华人民共和国中央人民政府. 2019 年我国博物馆接待观众 12.27 亿人次[EB/OL]. (2020-05-18). <http://www.gov.cn/xinwen/2020-05/18/content-5512680.htm>.
- [16] 新华网. 文化和旅游部:春节期间超 50 亿人次在线观展[EB/OL]. (2020-03-19). <http://www.xinhuanet.com/culture/2020-03/19/c-1125733101.htm>.
- [17] 石培华. 全域旅游解读 6:分级联动、分类推动全域旅游示范区创建[EB/OL]. (2016-02-22). <http://www.xinhuanet.com/travel/2016-02/22/c-128739666.htm>.
- [18] 中华人民共和国中央人民政府. 国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见[EB/OL]. (2019-08-23). <http://www.gov.cn/zhengce/content/2019-08/23/content-5423809.htm>.
- [19] 中共桂林市委党校第十二期中青班调研组, 周莉, 傅超香. 深度融合文化要素助推县域旅游发展——以阳朔旅游为视角探讨县域旅游业与文化融合发展的调查报告[J]. 中共桂林市委党校学报, 2013, 13(02) : 34-38.
- [20] 山西省人民政府. 山西省人民政府办公厅关于促进旅游投资和消费的实施意见[EB/OL]. [2016-11-16]. <http://www.shanxi.gov.cn/sxszfxxgk/sxsrmzfczm/sxszfbgt/flfg-7203/bgtgfxwj-7206/201611/t20161116-259938.shtml>.
- [21] 宋增文, 周建明, 郑童. 产业融合背景下北京市昌平区文化旅游发展研究[J]. 资源开发与市场, 2020, 36(12) : 1416-1420.
- [22] 祁述裕. 促进文旅深度融合的四个关键点[N]. 学习时报, 2019-10-04(006).
- [23] 中华人民共和国国务院新闻办公室. 黑龙江举行“重振雄风再出发·龙江这一年”主题系列文化与旅游专场新闻发布会[EB/OL]. (2020-01-10). <http://www.scio.gov.cn/xwfbh/gssxwfbh/xwfbh/heilongjiang/document/1671705/1671705.htm>.