

常熟文体旅融合发展的现状、问题与对策

蔡瑞林 黄铭晖 唐雨佳¹

【摘要】 文体旅融合是县域经济高质量发展的内在要求，是优秀文化传承创新的重要手段，也是满足文化消费升级需求的有力支撑。本文总结了常熟文体旅融合发展的主要举措、发展机制和发展模式，指出了存在的关键问题，据此提出“打造文体旅特色品牌、发展壮大文体旅产业、拓展文体旅融合路径、建设公共文体旅体系、依靠科技驱动融合发展”五点对策建议。

【关键词】 常熟 产业融合 文化消费 文体旅融合

文体旅是地区竞争力的构成部分。苏州的实践表明：加快文体旅融合发展，有助于把独特的资源优势转化为强劲的区域竞争优势。^[1]当前，常熟正以“十四五”规划为新起点，以高质量发展为指引，坚持“文化提炼品牌、体育打造形象、旅游彰显特色”的发展理念，通过“多产相融、多业并举、多点开花”的业态融合路径，打造“江南文化名城、休闲度假福地”。因此，本文从文体旅融合视角，探讨推进常熟文体旅产业融合发展对策，谋求“1+1>2”的产业溢出效应。

一、常熟文体旅融合发展的现实意义与主要举措

（一）常熟文体旅融合发展的现实意义

常熟文体旅融合的意义主要体现在以下三个方面：

一是文体旅融合是常熟经济高质量发展的内在要求。文化、体育、旅游具有资源消耗低、带动系数大、综合效益好的产业特征。^[2]常熟推进文体旅融合发展，有助于提高资源相互利用率和产业重合度，盘活存量资源、优化资源配置、提升供给体系，助推常熟经济新旧动能转换。

二是文体旅融合是常熟优秀文化传承创新的重要手段。常熟拥有翁同龢故居、曾朴故居、庞薰琹故居、王淦昌故居、闾庆堂贾宅、乐贤堂徐宅等众多名人故居，也保留着海虞茶叶、碧溪土布、徐市羊肉等民俗文化，更是拥有“古琴之乡”的美誉。地域文化的保护、挖掘和传承需要载体，将传统常熟人文精神与文化基因植入现代消费，有助于实现常熟在工业化、城镇化过程中“看得见山，望得见水，记得住乡愁”。

三是文体旅融合是满足消费升级需求的有力支撑。文体旅融合创造新供给、满足新需求，已经成为拉动消费水平和消费质量的新引擎；常熟从供给侧持续发力，推出特色鲜明、高品质的文体旅融合产品，积极扩大文体旅优质供给和有效供给，增强人民群众的获得感和幸福感。

（二）常熟文体旅融合发展的主要举措

一是提炼特色，强调品牌引领。常熟唱响沙家浜“红色游”、做强绿水青山“绿色游”、拓展康养娱乐“蓝色游”、扮靓长江“彩色游”，打造丰富多彩的“四色”精品旅游，提升全域旅游品质。

¹基金项目：常熟市科协学会服务科技创新能力提升计划项目“加快常熟文体旅融合发展研究”研究成果

二是业态融合，丰富产品体系。首先是文化+旅游，开展古城旧居修复，展现千年古城传统风情，发挥历史文化效应；其次是农业+旅游，深挖古镇、古村文旅资源潜力，做强蒋巷村、虞山人家、红豆山庄等乡村旅游项目；再次是工业+旅游，建设隆力奇养生小镇、波司登工业旅游示范点；最后是体育+旅游，打造山地户外、昆承湖水上田园、体育中心体育综合体等主题运动基地。

三是强化宣传，凸显城市形象。首先是媒体营销有广度，营造“全媒传播、全位展示”的新效应；其次是云端营销有高度，借助大型活动、高端会议，开展全媒体营销；最后是活动营销有热度，通过节庆活动策划，提升客户参与，丰富夜间旅游产品和夜间消费内容。

二、常熟文体旅融合发展的机制和模式

（一）常熟文体旅融合发展的机制

常熟文体旅融合发展的促进机制，大致包括以下五个方面：

首先是资源共享机制。文化、体育、旅游产业具有空间依赖性，常熟一方面要促进自然资源、遗产资源、文物资源、基础设施、公共服务平台等有形资源和区域品牌等无形资源的共享；另一方面要促进文创产品、运动项目、文体设施、景区景点、传统民俗、赛事节会等产业资源和文化资源的共享。

其次是要素渗透机制。要素渗透是融合的纽带，就常熟而言，要促进虞山文化、沙家浜文化、休闲体育、非物质文化遗产等知识产权的内容渗透；此外，文化的传承离不开科技的翅膀，常熟需要积极探索利用大数据、人工智能、虚拟现实等现代技术，对文体旅价值链进行垂直整合，创新数字版权交易、收益分配方式、用户付费机制等商业模式，提高产业链协同效率。

再次是业态耦合机制。一方面，文化、体育、旅游市场主体通过跨业并购、竞争合作，实现多元业态聚集；另一方面，文化、体育、旅游产业链相互横向拓展、纵向延伸，打破产业边界交叉重组，催生新的产品、服务和业态。

然后是市场叠加机制。文化、体育、旅游消费具有关联性，通过产业价值链的延伸寻求利益契合点，创造新的消费市场；例如常熟着力打造“虞歌畅晚”夜间经济品牌，逐步形成琴川塔弄、古里知识旅游街区等夜间文旅消费聚集区。

最后是规制创新机制。主要体现在两个方面：其一是管理并合、加强协同，破除部门管理的条块分割；其二是政策整合，增强文体旅产业交叉准入的政策弹性，消除融合的制度梗阻，形成共存融合的竞争秩序。

（二）常熟文体旅融合发展的主要模式

文体旅产业融合的显性表征是旅游产品体系更加丰富、旅游消费空间不断拓展、旅游业转型升级得到促进，隐性表征是文体旅供给质量提升和供给结构优化。文化为旅游提供内容产品和创意思维，旅游为文化提供传播渠道和产业转化的途径；文化为体育提供精神内涵和传播平台，体育为文化提供消费市场和素材来源；体育为旅游提供内容资源和客源市场，旅游为体育提供服务支撑和资源利用途径。^[3]文体旅融合主要有一体化发展、产业重组、产业延伸、产业渗透四种模式。

无论哪种文体旅融合模式，其可持续推进需要同时具备三个前提条件，才能形成稳健的社会关系网络结构^[4]：一是文体旅资源要素的时空耦合，二是融合业态能够满足消费升级需求，三是文体旅产业形成利益共同点和市场契合点。

三、常熟文体旅融合发展存在的问题

一是文体旅融合开发模式雷同。与周边的宜兴、绍兴等县域文体旅融合发展相比，常熟的文体旅融合开发模式存在跟风模仿的问题。常熟文体旅项目融合形式相似、模式雷同，无法发挥地方特色，形成“四处大炼钢，质量难保证”的局面，整体发展效果低于预期。比如铁黄沙生态岛、海虞镇铜官山、平巷里万亩花海观光园等项目，受自然气候和季节影响，淡旺季差异巨大，旅游吸引力降低，在娱乐、餐饮设施及服务方面配套落后，游客停留时间短，旅游功能难以拓展。在区域特色方面，常熟传统的文化元素（尤其是吴文化）的原生性体现不足，文体旅融合难以烙上常熟印记，没有很好突出文体旅融合赋能，塑造“江南文化”的常熟品牌。

二是文体旅融合发展水平有待提高。除了沙家浜、尚湖、虞山等依据资源禀赋开发的文体旅项目，常熟文体旅融合的产品数量较少，且多以自发形成的产品为主。融合项目以空间等硬件资源共享为主要特征，文体旅所依托的自然资源与规划、发展改革、农业农村等职能部门之间工作协同性比较低，产业融合项目整体呈现同质化、低水平、小规模等特点。目前，常熟缺乏文体旅大项目带动，处于粗放式经营的初级阶段，产业资源释放不足，市场主体活力激发不够。此外，常熟文体旅产业结构具有的核心项目少，劳动密集型加工或代加工产业项目多，数字类、科技类、创意类新兴产业项目少，仍然需要优化文体旅产业结构布局，进一步增加新业态、新模式、新产品、新服务的比重，契合年轻消费者的需求演化趋势。

三是文体旅公共服务有待优化提升。尽管近三年，常熟安排涉旅财政资金 20.4 亿元，完善全域旅游设施及服务体系，优化发展环境。但是，与周边县市相比，常熟文体旅硬件设施建设整体较为落后。以乡镇文体活动中心建设为例，常熟的平均实用面积为 2000 平方米，仅为昆山、张家港等地同类场所平均面积的 1/10 左右。此外，虽然常熟保留着大量的名人故居、博物馆、美术馆、文化馆、体育馆等文体旅载体，但建筑体量和服务效能方面还需要加大固定资产投入，与吴江、吴中等地区差距明显。常熟的文体旅在数字化、网络化、智能化产品和服务方面仍然短缺，需要进一步借助科技提升文体旅的创新发展。

四、常熟文体旅融合发展的对策建议

（一）打造文体旅特色品牌

一是挖掘常熟文化资源价值。依托常熟山水文化资源和吴文化独特优势，实施“文化+”创新发展战略，持续提升“江南文化”品牌内涵，抓住长三角一体化战略契机，以文体旅赋能经济、提升城市能级为抓手，加强与苏州、上海等周边城市的联动，力争常熟文体旅融合发展进入长三角经济圈第一方阵。二是打造常熟休闲体育品牌。推进体育场地设施建设、赛事规格提升、体医融合发展、体育企业孵化、城市体育品牌营销、产业服务平台六大工程，重点建设环湖、沿河城市慢行系统，合理优化户外运动项目布局。三是做好文体旅品牌宣传推广工作。以加强常熟特色文化宣传推广工作为基础，持续推动文创产品开发力度，加强旅游品牌推介工作，整合产品和活动资源，结合线上线下渠道，多措并举做好文体旅品牌宣传推广工作。

（二）发展壮大文体旅产业

一是加强文体旅企业引培工作。要紧紧抓住项目建设这个“牛鼻子”，助推文体旅融合发展“加速跑”；在招引重大项目、落实投资建设的过程中，充分发挥常熟独特的人文资源优势 and 得天独厚的自然生态禀赋；在加强保护性开发利用的同时，加快把历史文化和自然生态资源优势转化为产业发展优势，积极通过项目助推文体商旅深度融合。

二是推进平台载体建设。加快推进产业园区、基地、特色小镇等平台载体建设，通过平台载体集聚工业设计、时尚元素、数字化媒体、国内国际资本等文体旅要素集聚，孵化新型文体旅创业企业，推动时尚创意产业、工业设计产业发展。

三是提升文体旅消费水平。继续拓展方塔步行街、古里文化旅游、尚湖夜公园、蒋巷乡村旅游等文体旅夜经济消费场景，提高消费者参与度，以惠民消费措施为引擎，培育文体旅消费新热点，激发潜在文体旅消费需求。

（三）拓展文体旅融合的路径

一是以赛事资源为核心发展体育旅游。聚焦群众性赛事，兼顾体育竞技赛事，整合常熟空间资源，推动登山、徒步、骑行、路跑、素质拓展等山地户外运动项目普及化，加快皮划艇、漂流、钓鱼、龙舟、桨板等水上项目大众化。

二是以产品创新为核心升级文化旅游。拓展“商、养、学、闲、情、奇”旅游要素，营造体验性消费场景，通过文化、体育、旅游产业价值链的重组延伸，增强景区流量和变现能力。

三是以业态融合为纽带融通文化与体育。适应体验经济和新时代消费文化需求，利用互联网平台和社交媒体平台，通过媒体融合、电子商务、赛事运营、节目内容生产、衍生品开发、体育营销等对赛事 IP 进行全方位开发，带动体育消费和文化消费。

四是以文体旅宣传推进产业融合。加强常熟地方特色文化推广力度。持续挖掘常熟地方历史文化潜力，整合产品和活动资源，积极利用微信、微博、抖音、快手、今日头条等线上渠道，开展知识竞赛、摄影比赛、短视频创作等线下活动，做好文体旅品牌宣传推广工作。

（四）建设公共文体旅体系

一是加强文化保护和繁荣发展。创新文化遗产保护体制，健全物质和非物质文化遗产普查、登记、建档、认定制度，加强文物保护科技支撑，提升文物资源管理水平，提高文化遗产开发利用水平，推动铁琴铜剑等文化遗产整体性保护和可持续发展，夯实文化事业和产业发展根基。

二是完善文体旅设施网络。借鉴溧阳“一号公路”成功经验，推进市级层面统筹规划，推进一批标志性文体旅公共设施建设，以点串线整合乡村资源，完善文体旅设施网络体系，系统提升标识体系。

三是提升文体旅公共服务效能。加快文体旅公共服务与群众需求有效对接，促进文体旅活动向基层和各类人群延伸，不断推动群众文体旅活动的科学化、生活化和品牌化，提高公共文体旅产品供给水平。

（五）依靠科技驱动融合发展

一是推动旅游智慧化发展。持续加强智慧旅游指挥中心建设，做好日常动态监管、可视化管理，整合常熟旅游总入口、智慧旅游“码上游”平台、“阿庆嫂”常熟旅游管家等平台功能，畅通吃、住、行、游、购、娱等全方位旅游服务，打造“一机游常熟”智慧旅游平台。

二是运用科技创新常熟文体旅融合项目推广模式。需要借助多媒体传播，积极探索通过记录片制作、影视拍摄场景、社交媒体、APP 等途径，降低项目推广成本，突破传统媒体的时空限制。

三是运用平台经济创新常熟文体旅融合模式。借助携程、驴妈妈、马蜂窝、智慧苏州等平台，打造内容生成、公众参与、文创产品开发等于一体的集成化平台。

四是依靠科技创新常熟文体旅融合模式。探索景点讲解、快捷支付、客流控制、客户画像、信息采集、经营监管等方面的广泛应用。

参考文献：

-
- [1]蔡瑞林,沈向东.新时代乡村产业融合发展的“苏州模式”[J].中国集体经济,2021,28(10):8-10.
- [2]杨峰.无锡杭州文旅融合发展比较研究——兼谈对杭州的启示[J].江南论坛,2021,10:18-20.
- [3]徐望.基于文化消费心理偏好与习性的营销策略探索[J].江南论坛,2021,9:36-38.
- [4]梁茹,王媛,冯学钢等.文体旅上市企业社会关系网络结构特征分析——同行业与跨行业比较视角[J].旅游学刊,2021,36(10):14-25.