

西部地区文旅融合的典型模式和优化路径

高清明 陈明¹

【摘要】：基于产业要素和融合方式两个维度对西部地区文旅融合模式进行分析，并结合具体案例对西部地区文旅融合的典型模式进行比较分析，研究表明：西部地区文旅融合存在知识互补、知识替代、产品互补、产品替代、市场互补、市场替代等六种典型模式，每一种模式的使用范围、路径的复杂性、融合效果、可推广性均有所不同；西部地区的特殊性造成了文旅产业开放程度较低、文旅资产的通用性有限、文旅融合成果同质化严重、文旅产业集中度不高、文旅产业规制变革不够彻底等问题，影响了文旅融合效益提升。鉴于此，应提升文旅创新能力，开展试点示范，培育龙头企业，坚持文化保护和开发相统一，加强人才队伍建设，深化体制机制改革，以促进西部地区文化与旅游的深度融合。

【关键词】：西部地区 文旅融合 典型模式 优化路径

【中图分类号】 F590 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1006-012X(2022)-04-0058(08)

党的十八大以来，推进文旅融合成为推动我国文化产业和旅游产业高质量发展、更好地满足人民群众美好生活需要的战略之一。文旅融合助推着新业态、新模式、新产品大量涌现，对于推动西部地区文旅资源开发和文旅产业重构具有重要意义。^[1]本文在借鉴已有研究成果的基础上，基于自组织理论、制度经济学有关理论等对西部地区文旅融合的内在逻辑和类型进行研究，并结合实践案例对文旅融合的典型模式进行比较分析，进而提出西部地区文旅融合的优化路径。

一、文献述评

国内外学者一致认为，文旅融合有利于提升旅游目的地吸引力，增强旅游业竞争力。但国外学者对于文旅融合的研究主要集中在讨论文化产业与旅游产业融合所产生的具体产业形态，包括遗产旅游、创意聚落旅游、旅游节事活动、博物馆旅游等；^[2]国内学者有关文旅融合类型的研究成果更为丰富，涉及西部地区文旅融合类型的研究也较多，主要从文旅融合结果、融合策略、融合路径以及融合过程中的主导力量对融合模式进行分析。

1. 基于结果的文旅融合模式研究

所谓文旅融合结果，一般是指文化产业和旅游产业融合后的具体成果，包括新业态、新模式、新产品等。^[3]鉴于文旅融合机制的复杂性，学者们重点关注文旅融合的结果并从具体结果来对文旅融合的类型进行分类。如，陶丽萍和徐自立(2019)将其分为休闲型、奇异型、修学型、理想型、发展型五大类。^[4]黄细嘉和周青(2012)提出了开发型、体验型、再现型、创造型四类融合模式。^[5]张胜冰(2019)认为，文旅融合不是两者叠加而是要通过内部的耦合来实现，其基本模式有原生态文化保护型模式、文化资源开发利用型模式、IP 延伸授权型模式、“文化+科技”的娱乐型模式和“文化+地产”的休闲度假型模式等五种。^[6]袁俊和刘建徽(2011)认为，文旅融合除了有“文化产业园区”“影视基地”“主题公园”等常见业态模式外，还有基于价值链环节的旅游新产品模式、新型旅游营销模式和文化产业景点化模式。^[7]这种分类将文旅融合视为不同业态之间扬长避短、相互渗透、提高文化产业和旅游产业效率和竞争力的过程。但从因果关系来看，由于存在多因一果、一因多果的情况，因而这种分类不利于厘清文

¹作者简介：高清明，博士研究生，四川大学旅游学院，四川成都 610065；陈明，编辑，四川省社会科学院产业经济研究所，四川成都 610071

基金项目：四川省社会科学规划普及项目“民族地区文旅融合发展百村百例”(SC19KP013)

旅融合的内在过程。

2. 基于策略的文旅融合模式研究

在文旅活动中，策略是对外部环境变化的一种适应行为，是能够观察和预测的。作为一种技术层面的操作方式，具体策略能够使文旅融合变成一种可以实践的商业活动。如，张海燕和王忠云(2013)将文旅融合的类型分为文化旅游圈融合运作模式、项目开发融合运营模式、文化旅游节庆与会展推广模式、文化旅游产品创新吸引模式。^[8]但大多数学者从产业要素和产业环节出发对文旅融合的模式进行分类，包括资源融合、产品融合、市场融合、功能融合、技术融合、服务融合、组织融合。^[9]基于策略的分类方式本质上是 将文旅融合当成一种商业创意或组织创新，此种意蕴下文旅融合就是创造新的文旅产品。但策略的实践性特征并不强调其内在逻辑的一致性，无法保证按照同一标准对文旅融合模式进行划分，并难以准确地界定不同文旅融合类型的内涵和外延。

3. 基于路径的文旅融合模式研究

路径与策略类似，但前者更关注融合过程本身的规律性，而后者关注的则是主体的行为。基于融合路径的分类强调同一类型文旅融合机制的一致性。如，王玲(2017)将文旅融合的路径分为集约化、以区域资源优势为导向、创新现有文化旅游产品、开发文化产品项目和以市场为导向五种模式。^[10]刘敬华(2017)提出动静结合活化遗产、拆分元素根植生活、引进科技重组产品、“互联网+”模式优化四种文旅融合路径。^[11]但越来越多的学者将产业融合视为要素渗透的过程，并据此将其分为延伸型、重组型、渗透型、一体化等类型。^[12]基于融合路径的类型划分主要关注文旅融合的内在逻辑和机制，强调文化产业和旅游产业之间的相同或相异属性的互补性，这种互补性是文旅融合的前提基础。但这种划分标准较为单一，也存在随机性，不同研究者之间很难以达成一致。

4. 基于主导力量的文旅融合模式研究

不少学者在讨论文旅融合时倾向于从二者关系的角度来对其进行分类，认为在文旅融合过程中有主有从，既有可能是以旅游产业为主导，也可能由文化产业为主导。^[13]以文化产业为主导的文旅融合又可以具体分为三种类型，包括文化产业交叉式融合模式、文化产品嵌入式融合模式、文化符号渗入式融合模式。^[1]显然，这种分类方式承认文化和旅游产业之间存在一定的差异，这种差异是市场认可的差异，正是由于这种差异存在，文旅融合必然存在以一方为主导的问题。但如果仅仅将主导力量分为文化和旅游两种，这种分类方式显得简单随意。

表 1 学术界关于文旅融合模式的研究

分类标准	主要形式
融合结果	休闲型、奇异型、修学型、理想型、发展型、开发型、体验型、再现型、创造型等
融合策略	资源融合、产品融合、市场融合、功能融合、技术融合、服务融合、组织融合等
融合路径	延伸型、重组型、渗透型、一体化等
主导力量	旅游业主导、主导倾向不突出和文化产业主导等

总体来看，我国学术界和实务界关于文旅融合模式的研究成果较为丰富。但相关研究多为经验性总结，类型分析框架的内在逻辑尚不严密，分类标准单一，理论的严谨性与实践的指导性均有待进一步提升。本文将针对上述问题对文旅融合模式分类理论

进行简要梳理，使西部地区文旅融合模式分析建立在更为统一的理论基础之上，并通过对典型案例梳理，加深对不同文旅融合类型内涵特征的理解，为西部地区文旅融合实践提供借鉴。

二、西部地区文旅融合的典型模式

作为经济活动形式，西部地区文旅融合是有据可循的产品、业态、商业模式创新过程，但在不同的主体、要素、目标等内外条件影响下，文旅融合的内在逻辑和表现形式均不完全相同，各种模式的适用范围、效果、可推广性也有所差异。

1. 西部地区文旅融合模式构建

西部地区文旅融合是地方文化要素和旅游要素相互渗透融合的过程，资源类型和融合方式是决定文旅融合模式的关键。文化产业和旅游产业之所以能够彼此融合，其根本原因是由于文化产业和旅游产业都具有自组织特性的系统。根据耗散理论，作为一种自组织，文化产业和旅游产业本身都具有“熵增”的特点，即从有序向无序演化的趋势。只有保持文化产业和旅游产业的开放性，与外部环境进行充分交流，才能促使负熵流入产业并抵消正熵的影响，推动产业从无序向有序演化。^[15] 文旅融合本质上是主动打破文化产业和旅游产业平衡态，促使负熵流入产业、推动两个产业不断演化适应新环境的过程。

文旅能够融合的直接原因在于二者的资产通用性。威廉姆斯认为，资产专用性会影响交易成本。^[16] 如果将文旅融合过程视为一种交易过程，则文化产业和旅游产业资产的专用性越强，二者之间的交易成本就越高，就越难以实现融合；相反，资产的通用性越强，则越容易融合发展。在文旅融合研究中，学者们关注的文旅领域通用性较强的实物资产和知识资产有三类：知识，即与文化或旅游相关的技术、经验、常识等知识，如展览展示、市场营销等专业知识；产品，即文化和旅游产品，如舞蹈、博物馆、食品等特色文化或旅游产品；市场，即文化市场和旅游市场。另一些学者则关注产业融合的方式，即具有通用性的资源是以何种方式渗透至另一种产业体系中，并增强另一种产业体系的某种功能。目前，学术界一般将文旅融合方式分为替代型和互补型。所谓替代型融合，是指具备了某些类似特性的文化产业和旅游产业的知识、产品和市场在一定的条件下相互替代，进而更好地满足市场需求；所谓互补型融合，是指在同一标准前提下，文化产业和旅游产业的知识、产品和市场相互补充，形成更有利于产业发展的新要素。

基于上述认识，目前既有学者从资源类型来划分西部地区文旅融合模式，也有学者从融合方式来划分，但无论哪种划分方式都显得维度单一、不够全面。为此，本文整合上述两种分类方式进行综合分类。基于 2 种融合方式和 3 种资源类型可以得到 2×3 文旅融合类型分析矩阵，矩阵的横列由资源维度构成，纵列由方式维度构成，横列和纵列交叉构成 6 个空间，每一个空间代表了一个文旅融合的类型，即 6 种文旅融合典型模式（见表 2）：知识互补模式、知识替代模式、产品互补模式、产品替代模式、市场互补模式、市场替代模式。每一种模式都由“要素+方式”构成，表示通过特定的融合方式某种要素能够在文旅融合中发挥何种作用。

表 2 西部地区文旅融合典型模式

	知识	产品	市场
互补型	知识互补模式	产品互补模式	市场互补模式
替代型	知识替代模式	产品替代模式	市场替代模式

2. 西部地区文旅融合典型模式分析

知识互补模式。所谓知识互补，是指为了更好地推动文化产业和旅游产业发展，积极推动两种产业利用彼此的技术、经验、常识等开发资源、创新产品、开拓市场，形成同时有利于文化和旅游发展的新业态。知识互补模式在各种规模的文化产业和旅游产业实践中均可实行，如玉龙雪山是国家级风景名胜区、5A 级景区、国家地质公园，是典型的自然风光旅游区。但为了增加玉龙雪山文化特色，在旅游线路上分别建设了东巴谷、东巴万神园、东巴王国等景点，集中展示纳西族的文化特色。后者是典型的文化产业开发模式，即通过文化园等形式集中展示某种文化生态，如东巴谷生态民族村通过收集和整理各少数民族特有的工具、用具、器皿、语言、文字、歌舞，向游客科普纳西特有的民族饮食和传统民俗节庆活动；玉龙雪山的旅游业开发思维为纳西族文化走向世界提供了新的路径，而纳西族文化保护和成果展示则成为旅游业发展的重要资源，二者相互补充、相得益彰。

知识替代模式。知识替代，是指文化产业和旅游产业发展的思路、理念、技术、经验、常识等被新的知识所取代、形成新的产品的过程。知识替代模式往往在以某种知识指导特定资源开发或保护无效的情况下发生，需要新的知识体系对其进行重新评估、开发和推广。如，四川理县的桃坪羌寨有着世界上保存最完整的羌族古建筑群，被誉为“神秘东方古堡”。这里原本是个单纯的传统村落，但 5·12 汶川特大地震后，当地抓住灾后重建机遇建设“古堡新寨”，打造成老区文化旅游，新区集休闲旅游、食宿和娱乐为一体的羌寨景区，推动形成文旅结合、农旅互动格局，为千年的羌寨找到了一条可持续发展的道路。在文旅融合的趋势下，西部地区的文化资源只有适合旅游产业发展逻辑的，才能获得优先的支持。

产品互补模式。产品互补，是指延伸文化产品或旅游产品功能，使其成为适用于旅游产业或文化产业，或者同时适合两种产业。如，西部地区文化产品和旅游产品融合的典型代表应数《印象·刘三姐》，它是文化产品和旅游产品完美融合的产物。从宏观来看，《印象·刘三姐》既是一部成功的以民族文化为基础的音乐大典，一个成功的文化产品；又是一个成功的旅游产品，是桂林旅游产业的重要吸引物；从微观来看，文化产品不仅凭借着旅游资源提升了品味格调，而且依托旅游市场扩大了影响力；另一方面，依托地方文化的全新演绎，以山水为特色的旅游产品极大地丰富了内涵，提升了吸引力。

产品替代模式。产品替代，就是文化产品和旅游产品彼此替代，产品替代往往在文化产业或旅游产业发展出现瓶颈的情况下发生，相关产业亟需新的产品来刺激需求、提振市场。文化产品或旅游产品均为难得的资源，文化或旅游实践中很少有哪一种旅游产品或文化产品真正彻底被取代。如，云南大理双廊古镇本是青铜文化、洱海文明与大理文明的发祥地之一，以历史文化闻名。但随着生态旅游的兴起，双廊古镇却将生态环境变成了“金饭碗”，让“绿水青山”变成了“金山银山”，凭借自身的自然风光成为网红打卡地，赢得了“大理风光在苍洱，苍洱风光在双廊”的盛誉。在双廊古镇，文化产品已经被自然景观和乡村休闲等旅游产品所取代，不再是当地唯一的目标吸引力。

市场互补模式。市场互补，是指文化市场和旅游市场相互融合、彼此支持，前提是文化产品和旅游产品消费者的统一。市场互补是文旅融合的最终目标，也是经济效益最好的实现形式，通过市场融合扩大文化市场和旅游市场的规模。市场互补往往是某个具有影响力的旅游产品或文化产品带动其他产品消费的过程。如，北川羌城旅游区由北川地震遗址区、北川地震纪念馆、吉娜羌寨等景点组成，从产业属性来看，北川地震遗址、北川地震纪念馆等属于旅游产品，而北川羌族民俗博物馆、吉娜羌寨则是文化产品，两者市场不同。通过文旅融合，文化产品成为重要的旅游吸引物，吉娜羌寨也成为重要的景区，二者融合形成了更大的文旅市场。

市场替代模式。市场替代，并不意味着用一个市场取代另一个市场，而是某种产品的主要市场发生变化，原来次要的市场变成了主要的市场。在文化产业和旅游产业融合过程中，最常见的是旅游市场取代文化市场，成为文化产品的市场。如，四川黑水县羊茸·哈德本是“大九寨”旅游环线上的一个民族聚居区，旅游开发之时的市场定位是文化旅游市场，目标游客是那些对民族文化感兴趣的游客，因而村落建设和环境旅游开发时特别强调民族风情。但随着旅游产业深入发展，良好生态环境地位日益凸显，因而市场开拓对象发生了极大变化，关注的不再是文化旅游市场而是生态休闲旅游市场。现在的羊茸·哈德对外宣传内容已发生巨大变化，成为奶子沟八十里彩林区精品景点“落叶松林”中心区，是“天然氧吧彩色森林”、康养圣地。市场替代是伴随着文化产品或旅游产品的功能变化而发生的，随着产品功能的延伸、转换或渗透，其目标市场也会转移或扩大。

3. 西部地区文旅融合典型模式的对比分析

根据西部地区文旅融合实践的需要，以下分别从适用范围、融合路径、融合效果、可推广性四个角度来比较分析上述典型模式的主要特征。

从适用范围来看，六种模式均适用于西部地区的所有旅游类型和文化产业领域。但具体而言，知识互补模式、知识替代模式主要是理念和技术方面的推广应用，因而适用范围最宽；产品互补模式、产品替代模式既适用于旅游和文化产品也适用于旅游和文化商品，既适用于目的地吸引物也适用于具体的用于出售的小商品，但不适用于市场主体运营等；市场互补模式、市场替代模式则更多地针对规模较大的旅游和文化产品市场，适用范围最窄。

从融合路径来看，每一种模式的内在动力和具体方式并不完全一致，其中最复杂的应属于知识互补模式、知识替代模式，因为这两种模式意味着新的知识系统的引入，不仅涉及到产品的开发还涉及到经营理念和管理方式的变化；产品互补模式、产品替代模式是较为常见的模式，特别是前者在西部地区的旅游业实践中随处可见；市场互补模式、市场替代模式的复杂性处于二者之间，与知识互补模式、知识替代模式相比，其任务较为单纯，但与产品互补模式、产品替代模式相比，需满足不同的消费者需求，开拓不同的细分市场，难度要大得多。

从融合效果来看，虽然理论上所有的融合模式都将产生新产品、新业态，有力推动旅游业发展，但实践中不同模式的融合效果却不完全相同。总体来看，产品互补模式、产品替代模式在实践中应用是最成功的，无论是文化和旅游产品还是应用均有成功案例；知识互补模式、知识替代模式应用也较为普遍，但成功案例并不突出，成效也很难衡量；市场互补模式、市场替代模式往往是自发形成的，很难建立起“行动——效果”关联。

从可推广性来看，虽然六种模式的适用范围、复杂性和有效性不同，可推广性也并不相同(见表 3),但由于不同的地区、不同文化和旅游资源、不同的文旅项目、不同的产业规模面临的问题不同，只要能够做到因地制宜、因事制宜，各种模式都能够促进文旅融合发展，因而在可推广性上都有一定的潜力。

表 3 西部地区文旅融合典型模式之比较

	适用范围	融合路径	融合效果	可推广性
知识互补模式	范围最宽	最复杂	效果一般	较高
知识替代模式	范围最宽	最复杂	效果一般	较高
产品互补模式	范围较宽	较复杂	效果明显	较高
产品替代模式	范围较宽	较复杂	效果明显	较高
市场互补模式	范围较窄	较简单	效果难以评价	较高
市场替代模式	范围较窄	较简单	效果难以评价	较高

三、西部地区文旅融合面临的现实困境

文旅融合是新时代西部地区旅游产业高质量发展的创新性实践，也是西部地区文化和旅游可持续发展的内在要求。但受制于自然、经济、社会、文化等环境影响，西部地区文旅融合的效果并不理想，主要表现在以下几个方面。

1. 西部地区文化和旅游产业系统的开放程度较低

文化产业和旅游产业均是一种具有一定结合功能并且能够自我演化的自组织。与其他自组织一样，文化和旅游产业也是一种耗散结构，只有通过不停地与外界交换物质和能量，才能始终保持产业体系在时间上、空间上或功能上的有序状态。在这种情况下，文化产业和旅游产业融合将会成为一种非常自然而理性的选择，通过文旅融合提升彼此的竞争力，从而使二者能够持续向更加有效的状态演进。实现上述过程的前提是文化产业和旅游产业应具有高度的开放性，即产业内部的要素能够自由与外部环境、其他产业进行互动，促进技术扩散、产品替代或互补以及企业间的良性竞争与合作等。

但在西部地区，旅游产业往往从自然景观开发开始，且开发时间远远早于文化产业，因而造成了文化产业和旅游产业发展失衡。一方面，由于西部地区文化产业发展相对滞后，旅游产业独自形成了较为系统且相对封闭的系统；另一方面，由于西部地区旅游业开发多从观光旅游开始，这种旅游模式与当地联系并不紧密，造成了旅游产业与当地文化并未深度融合。此外，由于西部地区市场规模有限，旅游产业和文化产业的内部和外部竞争的激烈程度有限。因此，西部地区文化和旅游产业的开放性有限，造成了两个产业系统始终处于较为平衡的状态，即熵增的速度要远远慢于其他地区或熵增的结果并不明显，在很少遭遇明显的外部扰动的情况下，通过融合求得更好发展的内在动力不强。

2. 西部地区文旅资产的通用性有限

文化产业和旅游产业均可以被视为由不同比例的实物资产和知识资产构成的资产体系。文旅融合的过程可以被视为文化或旅游资产的替代过程或结合过程，而实现资产替代或结合的前提是资产通用。总体来看，无论是学术界还是实务界均认为文化产业和旅游产业的资产具有较强的通用性，二者属性相似、共生互补，具有极强的关联性和耦合度。如，很多历史文化遗产本身就是旅游吸引物，而很多旅游业也为文化产业发展壮大提供了良好的舞台。特别是在大城市中，文化产业和旅游产业之间界限并不总是很清晰，文化资源和旅游资源往往是相伴相随的。

但在西部地区，文化资产和旅游的通用性并不如理论上那么明显，造成这一局面的原因有两个方面：一方面，在现代化文化冲击下，西部地区文化被视为地方居民的精神归属，与地方融为一体，十分神圣，容不得任何改变或变异，发展文化事业的首要任务是保护和传承。种种正式或非正式的规则限制，使得文化资产通用性大大降低。另一方面，在社会资源十分匮乏的情况下，西部地区旅游开发活动往往由外来资本支撑，虽然能够带来实际的经济效益，但这一过程中需要保护本地特色文化不被同化。由于观念和制度的障碍，西部地区的文化资产和旅游资产通用性有限，文旅融合的物质基础较为薄弱。

3. 西部地区文旅融合成果同质化竞争严重

推动文旅融合是基于这样的假设：文旅融合能够促进新产品、新业态、新模式开发，改变文化产业、旅游产业发展曲线乃至某一区域的经济增长曲线。但从实践来看，西部地区文旅融合并未催生大量的新产品、新业态、新模式，相反带有强 IP 属性的文化和旅游产品和品牌匮乏，同质化产品大量涌现。特别是由于知识产权保护不足，模仿之风盛行，西部地区旅游和文化融合的结果多数为看民族歌舞、住老房子、吃农家饭等，形式大同小异，独创性产品极少，地域特色不明显，游客认知度不高。

激烈的同质化竞争造成了文旅融合经济效益的下降。一方面，由于创新能力较弱，且知识产权保护能力有限，影响了西部地区通过深度融合创造特色文旅产品的积极性；另一方面，高度雷同的文旅产品大量出现，不可避免地造成了文旅市场的饱和，进而极大地影响了文旅融合的边际效益。同质化竞争的根本原因在于，西部地区既缺乏对文化产业和旅游的生产、经营、管理所需要的现代经营管理能力，又缺乏旅游和文化创新所需要的科学技术手段，还缺乏熟悉文旅产业以及文化和科技的专业人才。

4. 西部地区文旅产业集中度不高

适当提升文旅产业集中度，有利于将外部交易转变为内部交易，降低交易成本，稳定文旅产品质量，提升创新能力。为此，在推进文旅融合的实践中，各地均将提高产业集中度、培育具有生态控制力的龙头企业作为目标。在大城市，提升文旅产业集中度最常见的方式就是推动重点企业沿产业链进行纵向整合，或根据产业、产品、市场的相关性推动企业横向联合，近年来各地纷纷成立的文旅集团等即是这种思路的体现。

由于西部地区文化产业和旅游产业承担着特殊的经济和社会使命，发展过程中催生了一系列的小微文旅企业，企业核心业务都较为独立，行业属性、产品内涵、行业边界均不相同，文旅企业整合做强面临的挑战要远远大于目标较为单一、主体更加多元的其他区域。龙头企业缺乏，无法把文旅融合从企业间的合作变成企业内部资源整合，不仅无法节约融合成本，而且无法为新产品、新业态创造提供稳定、持续的支持。

5. 西部地区文旅产业规制变革不够彻底

宽松的制度环境是提升文旅融合效益的必要外部条件。放松政府规制，本质上是放松文化资源和旅游资源进入彼此行业的门槛，降低文旅融合的制度性成本，降低企业经营成本。随着文化和旅游产业规制的放松，产业间制度性壁垒降低，各类社会资本加速进入了文旅产品开发、餐饮、住宿等文旅产业链的各个环节，文旅融合的效益和范围明显提升，特别是在城市，文旅融合发展已经极大地影响了城市业态、城市景观和居民生活，加速了全域旅游理念的渗透和实现。

但从西部地区文旅融合的实践来看，文旅产业管理体制改革还不够深入。一方面，西部地区地方政府对文化和旅游发展的定位和期望存在较大差异。地方政府往往更关注文化事业发展，对文化产业的经济社会意义认识不足；另一方面，虽然文化和旅游管理部门已经实现了合并，但文化旅游资源的管理权限仍然分属文物、自然资源、生态环境等不同部门，沟通协调难度较大。即便文旅部门内部，由于职能定位不同对文化和旅游的看法也有差异。因此，切实提升文旅融合效益，必须进一步突破体制机制障碍，让制度成为文旅融合的保障。

四、促进西部地区文旅深度融合的路径选择

综合分析可以看出，西部地区旅游资源丰富、文化特色鲜明，但这些并非文旅融合取得成功的全部条件。要深入推进西部地区文旅融合，应针对西部地区文旅产业基础差、企业规模小、创新能力弱等问题，持续优化文旅融合模式，夯实西部地区文旅融合的基础。

1. 提升西部地区文化和旅游创新能力

西部地区要围绕文化和旅游高质量发展这一核心主题，引导各类市场主体积极开展创意活动，着力推动创新活动和科技应用的融合，注重科技元素在文旅融合中的渗透。优化文化和旅游创新所需要的政策、资金、服务等硬软环境，营造有利于创新的良好氛围。运用新技术对西部地区文旅资源的要素禀赋与内涵加以挖掘整合，促进文旅资源的产业化输出。促进文旅数字化转型，支持运用数字全息、AR/VR、高清视频、5G 等新技术开发不同类型的沉浸式文化旅游产品。支持开发旅游业新兴业态产品，拓展文化旅游融合的产业边界，以产品开发推进以文化为内核的旅游新兴业态培育，提升文化旅游的产品真实体验层级。大力开发兼具地方文化内涵以及观赏和实用价值的文旅商品，创新文旅融合 IP 体系。

2. 开展西部地区文旅融合试点示范

坚持典型带动、试点示范，实施文化旅游融合发展重点工程，制定西部地区文旅融合的重点产品指导目录，组织实施推进体现融合新型文旅场景、新型文旅产品的优质项目，培育高质量新型文旅产品。培育和加快建设一批西部地区重大文旅融合项目，积极总结推广示范项目建设和经营经验。打造西部地区文旅融合品牌，凸显西部地区文化和旅游产业的独特性，持续开展品牌营

销，打造具有全国乃至全球影响力的品牌吸引物，形成一批文旅区域品牌。

3. 培育西部地区文旅龙头企业

充分发挥企业在资源挖掘、项目实施、资本经营、企业管理等方面的主体作用，打造一批能够统筹文化和旅游资源、开发新产品、新业态、新模式的有实力的龙头企业。发挥政府的引导和协调作用，推动西部地区文化旅游企业以资本为纽带跨地域、跨所有制整合资源，实现优势互补、市场共享、强强联合，培育组建一批覆盖旅游投资、旅游经营、文化创意、文化娱乐、影视制作等领域的文化旅游融合骨干企业集团，积极引进、培育一批现代化的文化旅游龙头企业。积极引导企业向康养、体育、研学等新业态方向转变，支持龙头企业集团经营开发文化旅游精品项目和产品 IP。积极支持民营经济和中小微文化旅游企业发展，丰富和发展文化旅游业态。

4. 坚持特色文化保护与开发统一

在推动西部地区文旅融合进程中，坚持保护和利用文化遗产资源并举，按照在保护中传承、在传承中发展、在发展中创新的要求，在高度重视实现文旅项目的市场效益的同时，有序有力地抢救、保护、传承、利用、发展特色文化。完善保护机制，制定保护规划，出台保护政策，突出特色民居与文化保护，积极传承、保护非遗技艺，加强对文化遗址的保护。积极推动地方特色文化资源优势转化为经济发展优势，在保持特色文化原真性的前提下，积极将特色文化元素创造性地融入旅游产品开发设计之中，赋予旅游产品更多价值内涵。

5. 建设西部地区文旅人才队伍

充分发挥人才在西部地区文化和旅游产业发展过程中的关键作用，把西部地区文化旅游人才队伍建设纳入国家人才发展计划。切实加快西部地区文旅人才培育基地建设，依托重点旅游和文化高等院校，构建文旅人才教育体系。大力发展旅游职业教育，有针对性地开展西部地区文旅从业人员在职教育，提高文化旅游人力资源规模和水平。以标准化、职业化为目标，着力培训懂市场、善经营、会管理、能创新的专业人才。实行“刚性引进”和“柔性引进”相结合，支持西部地区多元化引进高端文旅人才。

6. 深化西部地区文旅体制机制改革

加强西部地区文旅融合工作的组织领导，切实加强工作协同，形成促进西部地区文旅融合的合力。进一步完善西部地区文旅融合机制，坚决破除文化产业和旅游产业的体制机制壁垒。进一步完善文旅融合政策措施，着力解决文旅融合面临的土地、财税、人才、融资等难题。完善社区参与机制，充分保障居民在文旅融合中的参与权，促进西部地区文旅融合可持续发展。

参考文献:

[1][14]邢启顺. 西南民族文化产业与旅游融合发展模式及其社会文化影响[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2016, (04):122-127.

[2]Tan S K, Kung S F, Luh D B. A Model of 'Creative Experience' in Creative Tourism[J]. Annals of Tourism Research, 2013, 41:153-174

[3]吴倩. 民族地区文化产业与旅游产业的融合发展研究——以贵州省为例[J]. 贵州民族研究, 2012, (06):124-127.

-
- [4]陶丽萍,徐自立.文化与旅游产业融合发展的模式与路径[J].武汉轻工大学学报,2019,(06):85-90.
- [5]黄细嘉,周青.基于产业融合论的旅游与文化产业协调发展对策[J].企业经济,2012,(09):131-133.
- [6]张胜冰.文旅深度融合的内在机理、基本模式与产业开发逻辑[J].中国石油大学学报(社会科学版),2019,(05):94-99.
- [7]袁俊,刘建徽.文化产业与旅游产业互动发展模式研究[J].改革与战略,2011,(05):123-126.
- [8]张海燕,王忠云.旅游产业与文化产业融合运作模式研究[J].山东社会科学,2013,(01):169-172.
- [9]陈艳,贺小荣.文化与旅游产业的耦合协调度研究:模型与实证[J].文化产业研究,2021,(01):376-391.
- [10]王玲.东北地区文化产业与旅游产业融合模式探析[J].现代商贸工业,2017,(26):1-2.
- [11]刘敬华.民族地区非遗旅游转型动力机制及路径研究[J].原生态民族文科学刊,2017,(02):145-149.
- [12]尹华光,姚云贵,杨小沛,等.武陵山片区文化产业与旅游产业融合发展对策研究[J].湖南大学学报(社会科学版),2015,(02):46-51.
- [13]余洁.文化产业与旅游产业[J].旅游学刊,2007,(10):9-10
- [15]湛垦华,沈小峰.普利高津与耗散结构理论[M].西安:陕西科学技术出版社,1982.157-159.
- [16][美]奥利弗·E·威廉姆森著,段毅才,王伟译.资本主义经济制度[M].北京:商务印书馆,2004.81-134.