

为文化添翼 为旅游铸魂

——促进文化和旅游产业深度融合(上)

乡村露营、红色文化目的地、影视小镇、虚拟沉浸式场景等旅游形式成为市场“新宠”，丰富而独特的感官体验令人印象深刻，业态创新、数字技术仿佛让中华文明“活”了起来，游客在休闲中享受到了文化之美和精神之悦。文化是旅游产业升级转型的核心资源，旅游是展示传播文化的重要载体。《“十四五”文化和旅游发展规划》提出，坚持以文塑旅、以旅彰文。本期智库圆桌邀请专家共同探讨如何更好将文化内容、符号、故事融入旅游各个环节，为推动文旅深度融合、创新发展建言献策。

智库圆桌 (第二十三期)	嘉 宾	北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院院长	邹统钎
		北京联合大学旅游学院旅游管理系主任	孙业红
		浙江外国语学院文化和旅游学院副教授	蒋 艳
		中国旅游研究院入境旅游项目主管	刘祥艳
主持人		经济日报社编委、中国经济趋势研究院院长	孙世芳

融合趋于表面深度远远不够

主持人：在旅游中适宜地融入文化元素，可以提升旅游项目生命力，促进旅游业可持续发展，可以更好满足人们精神文化需求，增强文化自信。我国文化与旅游产业融合现状如何，还存在哪些问题？

孙业红：文旅融合战略自2018年提出以来，已成为我国文化和旅游产业发展的共识。文旅融合一直强调“宜融则融，能融尽融”，然而，在旅游产品和项目的具体开发过程中，仍然存在片面理解问题。

一方面，融合趋于表面。很多旅游产品和项目缺乏对于文化内涵的深入理解，仅将文化作为一个符号简单附加到旅游产品中，起博眼球的作用，无法实现传播文化内涵的目的。比如，一些乡村旅游项目，由于不恰当地植入外来文化，破坏了游客对于美丽乡村的印象，更谈不上传播我国历史悠久的农耕文明，不利于旅游目的地的可持续发展。文化根植于生活，和人们生活的方方面面紧密相连。因此，要提倡旅游发展主客共享理念，只有充分尊重本地居民的生活文化和利益诉求，才能更好地将本土文化自然地传递给游客，建立游客和目的地之间长久的联系。

另一方面，文旅融合过程中，传统文化的传承与创新关系尚未理顺。当前，旅游市场受效益驱动，屈从旅游者的口味，对传统文化、民俗进行快餐式、连锁式开发，久而久之，容易引发传统文化的弱化、同质化等问题。平衡传统文化的传承与创新，要重视发掘传统文化精华，尊重文化内核，不能无限创新，远离文化根基；同时也要加强传承中的创新，尤其注重把传统文化和现代人的生活相结合，走出文化固化的误区。

刘祥艳：当前，我国文旅融合尚处于初级阶段，融合深度远远不够。已有的文旅融合项目集中体现为文化和旅游资源的共用共享，例如将文化遗产用于旅游开发，对特色文化内容挖掘不够，缺少精品项目。此外，推动文旅深度融合缺乏复合型专业人才支撑。比如，文化领域人才容易忽略市场需求，开发出的产品、项目缺乏商业活力。又比如，在生态环境脆弱地区，文旅融合发展还需要掌握生态保护知识的专业人才参与。

蒋艳：文化发展具有滞后性。近年来，我国的文化产业发展迅速，但较之应有的经济体量，仍有差距。一个直观感受是，当前文化旅游产品和项目的文化品位不够高，审美相对缺乏，部分旅游景观设计缺乏美感，对国宝级文物进行毁灭式修复的现象仍然时有发生。文化和审美的培育是个过程。建议加强文化和美学教育来提升大众对文化和美的感知，同时着重培养可以创造美的人才。

打造内涵与形式共美的新业态

主持人：新业态不断涌现是文旅融合活力迸发的重要表现之一。相比传统旅游方式，新业态围绕特定文化主题进行情感设计、氛围设计和活动设计，注重更好地满足游客个性化、体验性需求。未来，如何进一步加快文旅融合的新业态创新？

刘祥艳：旅游演艺是近来相对较成熟的文旅融合新业态样式。令游客记忆深刻的作品不仅有“又见”系列、“印象”系列等大型实景演出，还有在景区中巧妙植入的“小而美”的演艺活动。比如，苏州园林将昆曲、苏剧、评弹、舞剑等各类传统艺术表演融入园林景观，成功烘托了景区的文化氛围，丰富游客体验。

下一步，促进文化旅游新业态发展，建议不断改善政策环境，降低新业态的进入门槛，对有利于农村就业和美丽乡村建设的乡村文化旅游业态，可适当在用地、税收、信贷贷款等方面给予政策扶持。此外，建议加强复合型人才培养。为高校人文历史或艺术专业的学生提供商科和旅游管理方面的课程及实践机会；同时，通过课程和实践活动，提升旅游专业学生在人文、历史及美学方面的修养。

孙业红：一种创新新业态出现初期，往往对游客具有很强的吸引力，但如果这种创新缺乏对地方文化的深刻理解，缺少对精神内涵的深度挖掘，或者游客对于创新认可度不高，其生命力就不会持久。目前，旅游演艺、遗产旅游等许多创新形式深受游客喜爱，即使不是严肃的文化游

数字技术引领融合走向深远

主持人：当越来越多游客是“一部手机走天下”的互联网原住民，数字技术逐步成为推动文旅要素资源深度融合、产品服务创新的核心力量。当前，有哪些数据技术运用的尝试？效果如何？

邹统钎：放眼全球，文化的数字化拓展，诸如动漫化、游戏化、影视化，正在加速促进文化的旅游产品化。墨西哥正在尝试应用新技术开发新体验，利用数据技术来提升文化旅游产品的附加值，促销文化遗产与周边产品。我国云南省以数字技术为手段，文化数字化为切入口，推出“一部手机游云南”智慧平台，以数字技术创新旅游服务、管理、营销和体验，推动互联网、云计算、大数据、人工智能同文化旅游实体经济深度融合。

数字技术促进文旅融合主要有两条重要路径：第一，数字技术辅助文旅融合产品的沉浸式体验。文化的可视性生产是游客体验文化的基础。并非所有文化都具有可

建设世界级文化旅游目的地

主持人：《“十四五”文化和旅游发展规划》提到，要建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区，应当如何发力？

邹统钎：打造世界级的旅游景区和旅游度假区需要有世界级的文化基因、世界级的旅游度假资源与世界级的服务。建设不能遍地开花，应该选择具有突出的普遍价值、国家文化标志意义或者杰出休闲度假价值的地方，比如世界遗产地、国家公园、国家文化公园、国家级风景名胜区、国家历史文化名城、国家旅游度假区等。此外，高质量的旅游景点需要一流旅游服务作为配套，可以借鉴迪士尼、地中海俱乐部、巴厘岛等景点经验，推动服务更加国际化、精细化、便利化、个性化和智慧化。其中，国际化服务既要符合国际标准，又要突出地方特色，还要满足游客个性化需要。在我国成为世界第一出境旅游国的今天，要将中国的服务标准与国际标准接轨，也要在国际标准中体现更多的中国元素。

孙业红：我国打造了不少A级景区、国家级度假区的品牌，受到社会广泛认可。在已有的基础上建设世界级旅游景区和度假区，可以从两个关键点入手。第一，从产品到服务，向世界顶尖的景区和度假区看齐。第二，充分将当地文化要素融入景区和度假区的建设中。像美国的夏威夷、墨西哥的坎昆等世界知名度度假区，除了在基础设