

智库圆桌(第53期·总262期)

## 推进文旅深度融合发展

党的十八大以来,我国文化和旅游事业取得历史性成就,各地推进文旅深度融合举措频出。党的二十大报告提出,“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合发展”。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出,“健全文化和旅游深度融合发展体制机制”。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。

## 多层次融合孕育产业发展新机遇

文旅融合的是什么?为产业发展带来哪些机遇?



黎耀奇(中山大学旅游学院教授):文化元素丰富旅游产品供给,旅游元素释放文化产业经济价值,文旅深度融合有助于更好实现文化繁荣和旅游发展相互促进、相得益彰。

党中央高度重视文旅融合发展。2009年,原文化部、国家旅游局发布《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》,通过建立部门间协作机制,推进文化与旅游结合发展,此后相关政策陆续出台。2018年,第十三届全国人民代表大会第一次会议批准组建文化和旅游部,文旅融合在体制机制上迈出实质性一步。党的十九届五中全会通过的“十四五”规划建议提出,“推动文化和旅游融合发展,建设一批富有文化底蕴的世界级旅游景区和度假区”。党的二十大报告对繁荣发展文化事业和文化产业作出重要部署,提出“推进文化和旅游深度融合发展”。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》提出,“健全文化和旅游深度融合发展体制机制”,为文旅领域进一步全面深化改革提供了根本遵循。

文旅融合不仅是文化产业和旅游产业的简单叠加,而且要在理念、机制、资源三个层面实现协同,达到“1+1>2”的效果。

## 立足特色探索以文塑旅以旅兴文

以文塑旅,各地形成了哪些典型模式?存在哪些难点?



王青亦(中国传媒大学文化产业管理学院副院长):文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。随着文旅融合的深入推进,各地探索并形成了一些以文塑旅的典型经验做法。

资源转化模式。文旅融合发展的优势,在于文化资源的独特性和真实性。通过文化资源的产业化和商品化,促进文物和非物质文化遗产的活化和利用,将静态的物质资本转化为能够被人们感受和体验的文化资本,从而提升文化产业的旅游价值,赋予旅游产业文化内涵。从珍宝无数的博物馆到历史悠久的建筑群,故宫不仅是文化资源的荟萃之地,更是一个取之不尽的文化创意宝库。故宫博物院基于故宫IP开发的文创产品种类繁多,涵盖了从日常用品到高端收藏品的各个领域,文创等综合性收入已超过门票收入,实现由门票经济向综合消费经济发展方式的转变,释放了发展新动能。

科技赋能模式。数字技术在创新文旅产品表现形式,推动文旅资源数字化存储与共享、便捷游客收集信息与出行决策、旅游景区智慧化运维等方面展现出巨大潜能。其带来文化内容和旅游产业呈现方式和体验感受的颠覆性改变,拉近了游客源地和目的地之间的时空距离,丰富了旅游产品供给,提升了游客体验,便利了文物管理。敦煌研究院利用虚拟现实、增强现实和交互现实等科技,打造了“数字敦煌”系统工程,将历史文化内容转化为海量数字化资源,实现30个洞窟全景漫游和相应的全景漫游节目全球共享,带动了敦煌文化的传播,吸引更多游客走进莫高窟。此外,莫高窟数字展示中心为游客提供《千年莫高》等沉浸式数字体验节目,使莫高窟参观模式由单一洞窟参观转变为虚拟文化产品与洞窟实景体验相

一是宏观层面的理念融合。我国文化和旅游兼具产业和事业的双重属性。推动文化发展的目的是满足人民群众日益增长的精神文化生活需要,不断丰富人民的精神世界、增强人民的精神力量,事业属性更强,公益性突出。旅游具有满足人民群众美好生活需要、增加就业、拉动内需等功能,产业属性更强,以市场导向为主。二者虽有不同,但均强调满足人民期待。因而,需确立以人民需求为导向的理念,积极适应当代消费需求和审美追求,打造具有中国特色、中国风格、中国气派的文化和旅游产品。

二是中观层面的机制融合。文化和旅游的双重属性要求在文旅融合过程中,既要充分发挥市场在文旅资源配置中的决定性作用,又要更好发挥政府在优化规划布局、公共服务、营商环境等方面的重要作用,形成政府搭台、企业唱戏、群众受益的发展模式。同时,健全文化和旅游融合发展的统筹协调机制,提高政策精准性协调性有效性,打破行政壁垒与区域壁垒,推动文化和旅游发展要素在区域间顺畅流动,以各类文化旅游带为依托加快形成统一的文旅大市场。

结合,提升了文旅资源的配置效率,莫高窟单日游客最大承载量由3000人次增加到6000人次。

产业协同模式。文化产业附加值高、创新性与融合性强,旅游产业的消费体验性、产业带动力强。二者有各自的产业发展规律和逻辑,只有寻求文化产业和旅游产业价值链的契合点,加强产业发展的协同、引导和培育,推动建立多层次的产业合作机制,研发新产品、培育新业态,丰富优质文旅产品供给,才能发挥文化对旅游的促进作用。大唐不夜城以盛唐文化为主线,推出不倒翁小姐姐、诗仙李白、盛唐密盒等系列网红产品,打造出文创、零售、非遗、潮品等丰富业态,建构出一个可体验、可娱乐的文旅新场景。在每年超亿人次客流带动下,实现了餐饮、演艺、影视、服饰等多个产业协同发展。

当前,以文塑旅、以旅兴文还存在一些堵点、难点待破解。一是文化吸引力不足。部分地区历史悠久,文旅资源丰富但未得到充分挖掘,仍是守着一座山、一片湖、一群房打造传统旅游观光产品,缺乏独特文化内涵。二是文旅产品开发手段匮乏。部分地区地域文化特色鲜明,但未能找到适合的旅游表达形式,文旅产品体验性、互动性、趣味性弱,与市场需求脱节,文化活化难、变现难。三是产业协同程度较低。部分地区的文化和旅游产业集群缺乏协同发展,导致资源无法得到有效整合和优化配置,同时对其他产业带动作用有限。

应继续总结并推广特色发展模式,提升以文塑旅的整体效能。强化文化资源储备,开展区域文化资源普查,深入挖掘历史文化成果,准确提炼地域文化内核,科学定位其时代价值。开发特色文化品牌,探索“文旅+科技”“文旅+教育”“文旅+体育”等融合发展模式,实现创意、产品与市场相衔接,丰富旅游业态与消费场景,增强产品吸引力,拓展旅游发展空间。跨区域、跨产业打通文旅产业链和供应链,加强文旅产业和一产、二产、三产的多元融合,延长产业链,提升价值链。

三是微观层面的资源融合。文旅融合是兼具文化属性和旅游属性的资源在供给侧和需求侧的融合发展。各地文旅实践证明,文化遗产、文博场馆等文化资源经科学开发利用能够成为极具市场吸引力的旅游资源,而旅游则对文化资源的活化、传播大有裨益。应着力开发文化资源的旅游价值和旅游资源的价值。

文旅深度融合为文旅产业的高质量发展带来新机遇。盘活文旅资源。中华文明五千年历史为我们留下了无数文化瑰宝和丰富旅游资源,但以往因缺乏系统观念、市场意识、人才资金等,部分地区文旅资源仍处于分散管理、低水平开发乃至“休眠”的状态。文旅融合下,全域旅游格局的构建能够对区域内旅游景区、相关产业、生态环境、公共服务等经济社会资源要素进行有机整合、系统优化、深度开发。

升级文旅产业。旅游通过基于市场需求的内容塑造,释放文化要素的市场价值,拉动文化消费,推动文化产业的内驱式发展。而文化通过赋予旅游产品文化特色,有助于实现差异化定位,避免同质化竞争。文旅深度融合推动文旅产业链附加值更高的“微笑曲线”两端加速发展。

繁荣文旅市场。文旅深度融合打破了原有的产业边界,实现资源要素之间的重组和交融,促进经营主体发展与商业供给创新,催生新产品和新业态。尤其是科技要素的引入为文旅融合带来新的动力,依托数字技术实现文化展现多维化、游玩体验沉浸式、旅游出行便捷化,市场中的多样性与个性化需求得以满足,市场活力也将进一步释放。

2024年上半年

全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入

64961亿元

比上年同期增长7.5%

国内出游人次

27.25亿

同比增长14.3%

国内游客出游总花费

2.73万亿元

同比增长19.0%



## 彰显文化守护传承作用



近年来,传统文化、革命文化等通过旅游活起来、火起来的案例屡见不鲜,其背后有何规律经验可循?

王学斌(中央党校(国家行政学院)文史教研部教授):中华文化延续着我们国家和民族的精神血脉,旅游是发展经济、增加就业的有效手段和提高人民生活水平的重要产业。在推动文旅融合发展过程中,要注重发挥旅游的文化守护传承作用。

文化赋予旅游丰富的内涵与产品供给,推动体验更新与消费升级;旅游提升文化的参与性,促进文化传播,并带来资金、政策等支持,推动文化保护传承利用工作迈上新台阶。以旅彰文能够通过旅游产业发挥文化资源的社会价值和经济效益,对其进行活化利用和生产性保护。

近年来,各地文旅融合实践探索不断创新,以旅彰文成效初显。

第一,谋求文化的具象化、有形化呈现。旅游是文化传播的载体,能够将留存于记忆中、书本上、掌故里的文化遗产资源转化为喜闻乐见、可感可触的产品。绍兴古城发挥鲁迅故里优势,利用三味书屋、鲁迅故居、百草园等

文旅融合是文化和旅游业发展的必然趋势和内在要求,也是建设文化强国和旅游强国的必由之路。党的十八大以来,我国文化和旅游事业取得历史性成就、发生历史性变革。我国文旅市场持续繁荣。“十三五”期间,全国文化及相关产业增加值占同期国内生产总值比重从4.14%上升到4.43%。旅游业对国民经济的综合贡献超过10%,全国A级旅游景区带动综合就业超过1000万人。2024年上半年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入64961亿元,比上年同期增长7.5%。国内出游人次27.25亿,同比增长14.3%,国内游客出游总花费2.73万亿元,同比增长19.0%。文旅融合发展的新模式和新业态不断涌现,上海CityWalk、贵州“村BA”“村超”、丽水“村晚”等轮番出圈。文旅产业成为经济增长新动力、新引擎。

我国文旅资源丰富,世界遗产总数59项,居世界前列,是世界上拥有世界遗产类别最齐全的国家之一。如何用好文化资源赋能旅游发展,让文化遗产活在当下仍是文旅融合亟需解决的问题。具体而言,存在文化重保护与旅游重开发的理念冲突,以及文化的旅游表达困难。

推动文化遗产整体性保护与相融性利用是解决文旅融合中保护和开发理念冲突的重要途径。文化遗产是生态、生产、生活空间的叠加体,需要对自然环境、历史遗迹、社区发展进行整体性保护,避免因单纯对文化遗产的修缮与保护,忽略了周边环境的重要作用,致使众多文化遗产丧失了原有“栖息地”。

同时,在开发利用时要注意相融性,既要保证自身结构和内容的完整,也要顾及遗产本体和所在环境的主辅相宜、空间共生。保留历史文脉,避免遗产再开发利用的过度商业化。近期入选《世界遗产名录》的“北京中轴线”,注重对传统格局、空间肌理、历史风貌、文化生态、景观环境整体性保护,强化展示阐释的整体性,突出遗产构成要素展示的个性,积极探索活化利用手段,让文物和文化遗产活起来。

把文化注入旅游产品,打造消费场景是优化文化旅游表达的重要手段。先有场景后有消费成为当代文旅消费趋势。场景的打造能够促进厚重的文化与历史以时尚方式呈现,加速文化市场价值的实现和旅游场景的迭代,培育和壮大消

核心景点对国人的深刻影响,对鲁迅文学作品中的物、景进行IP化开发。同时,通过开办鲁迅文化主题展、“跟着课本游绍兴”主题研学、“大师对话”国际学术交流等多种活动,实现了“从故居到故里,从景点到景区”的全域文化繁荣探索,推动了鲁迅精神的广泛传播与鲜活普及。

第二,探索对本土性、在地化文化的创新布局与时代代表。旅游开发涉及文物保护、旧址复建、文娛项目开发等内容,必然伴随对地域文化重新梳理与挖掘。旅游引入了游客视角与审美体验,促进地域文化在市场需求导向下的全新建构。依托隋唐洛阳城遗址的丰富考古成果,洛阳复建明堂、天堂、定鼎门等建筑群落,融入多彩的民间艺术表演、特色美食、主题灯光秀等元素,营造出古今辉映的浓厚氛围。同时,配合当地大力发展的汉服旅拍产业,洛阳吸引了大批年轻人前来感受传统文化。当地文旅产业不仅有历史厚度,更有时代温度,促进了老城焕新、古都再生。

第三,强化新质生产力对文化发展的动能。数字技术使旅游产品的信息触达、供求匹配效率得到显著提高,让个性化需求支撑规模化市场,特色化产品形成广泛性影响。中共一大纪念馆发布的“树德里”系列数字文创产品,其虚拟盲盒线上发售的形式,打破传统实物文

## 文旅融合

费新增增长点。同时,将非遗融入消费场景。数字技术新从一种文化演变成成为生活方式和价值观,与现代社会相融并获得市场认可。贵州注重对苗绣、苗族蜡染技艺、侗族大歌、布依族八音坐唱等国家非遗项目的保护传承,实施苗绣保护传承、经营主体提升、产业园区建设等“六大工程”,开发设计一批高质量文创产品,推动非遗在旅游消费中活起来。

另一方面,借助数字化手段打造消费场景。以创意为主导,依托虚拟现实、全息投影、智能交互等技术,构建沉浸式消费体验场景。广西培育“文旅+科技”融合示范品牌,加快旅游资源 and 特色文化的数字化转化、开发,推动景区、文化体验中心、非遗工坊等游览场所开展线上数字化产品体验,拓展了消费空间。

未来,文旅深度融合仍需统筹社会、文化与经济效益,实现文化和旅游的良性互动与可持续发展。

首先,优化文旅融合营商环境。完善政策体系,制定财税支持、土地利用等政策,抓好重大公共基础设施建设,鼓励社会资本参与乡村旅游投资,推动文旅融合项目落地。

其次,发展壮大文旅市场经营主体。引导有条件的文化企业进入旅游市场,推进文化和旅游企业战略性并购重组与规模化、品牌化、网络化经营。推动世界500强和中国500强企业进入文化和旅游领域投资兴业。创建一批国字号产业融合品牌,推动文化和旅游产业链价值链向中高端延伸。

再次,打造文旅新业态。发展“农业+文旅”,实施乡村旅游运营升级计划。发展“工业+文旅”,盘活利用各类工业遗址资源,建设特色产业小镇。发展“教育+文旅”,优化研学旅行产品,打造劳动教育、国防教育等特色文旅教育产业基地。

最后,孵化文旅融合产业集聚区。围绕大型遗产、大型文化空间,聚集具有引领性、支撑性、示范性的标志性项目,打造消费业态新、聚集程度高、区域带动强、品牌影响广的文化和旅游产业融合发展示范区。

(作者系北京第二外国语学院院长助理、中国文化和旅游产业研究院院长)

创产品发售的时空限制,借助全息技术提高产品与受众群体之间的互动性,改变了文化单向传播模式,使红色文化以“潮”的方式走近年轻群体。

第四,打造讲好地方故事的文化舞台。近年来,文化舞台化成为展示地域文化的流行表达方式。通过对地域文化进行文学加工、舞台创作,配合声光电等多种特效,实现真实性与艺术性的有效结合,既满足游客对原汁原味地域文化的追求,也能避免文化呈现形式的单调、乏味,降低了文化欣赏、传播门槛。作为沉浸式旅游演艺代表作的《又见平遥》,以当地镖局家族故事为主线,融入平遥婚俗、饮食、商业等文化元素,通过流动舞台、角色扮演使游客成为剧中人,在沉浸、参与中产生共情、共鸣,充分展现了开拓进取、敬业诚信的经商之道,生动讲述了“晋善晋美”的文化故事。

第五,以旅为媒引才聚才。文化精神的传承、资源的利用、产品的创造均高度依赖人的主观能动性的发挥。规模宏大、素质优良的从业者队伍是文化产业高质量发展的重要保障。旅游产业在带来巨大流量的同时,也为文化带来了关注与发展机会。景德镇陶溪川文创区,通过举办“72人青年艺术家计划”、陶溪川新款发布会、陶溪川空间、陶瓷电影周等各色文旅活动,持续吸引文化产业人才前来旅游考察、献智献策,推动2.4万“景漂创客”创业就业,将陶溪川打造成集文化、旅游、国际交流、双创孵化、教育研学、电商直播、创意集市等多种功能、业态于一体的陶瓷文化创意发展平台,实现了旅游与守护非遗同向而行。