

**编者按:**随着2018年文化和旅游部的组建,文化和旅游融合发展开启了新篇章,新时代我国文化和旅游产业发展势头迅猛。近年来,国务院和国家有关部门连续出台数个政策文件和相关措施,推动文化和旅游融合走向深度。

6月11日,文化和旅游部办公厅、国家发展改革委办公厅印发《关于开展全国乡村旅游重点村名录建设工作的通知》,将在全国遴选一批符合文化和旅游发展方向、资源开发和产品建设水平高、具有典型示范和带动引领作用的乡村(含行政村和自然村),启动全国乡村旅游重点村名录建设工作。

7月26日,文化和旅游部办公厅、中国农业银行办公室联合印发《关于金融支持全国乡村旅游重点村建设的通知》,为全面落实《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》,将通过加大信贷投放、推进产品创新、强化政策保

障、推动产业升级、延伸服务渠道、开展综合服务、促进乡村消费共八项措施,加快推进全国乡村旅游重点村建设,促进乡村文化和旅游产业提质升级。

8月23日,国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》,顺应文化和旅游消费提质转型升级新趋势,深化文化和旅游领域供给侧结构性改革,从供需两端发力,不断激发文化和旅游消费潜力。

在业内人士看来,利好的政策环境、巨大的消费潜力、新兴技术的发展等因素,无论是对国家旅游产业的整体发展,还是对促进各个地区的经济社会发展都产生了重要作用,让文化和旅游产业迎来前所未有的历史新机遇。本报特邀业内专家深度剖析和阐述文化和旅游产业发展趋势、方向、路径,以飨读者。

## 把握五个发展 抓住四个重点

祁述裕

促进文旅深度融合,实现文化和旅游高质量发展要把握集聚发展、特色发展、品牌化发展、数字化发展和区域协调发展5个方面。

集聚发展,要尽可能汇集文化和旅游要素,开发丰富多样的文化和旅游业态,发挥产业聚合效应;特色发展,要着眼于利用好当地文化和旅游资源,做到差异化发展;品牌化发展,强调要从简单的资源展示向重视知识产权、品牌培育等无形资产的价值开发等转化,实现增值效应;数字化发展,要善于运用现代科技对文化和旅游资源赋能,丰富文化和旅游业态和表现形式;区域协调发展,要善于整合不同区域资源,做到优势互补,实现共同发展。

要真正实现文化和旅游高质量发展,应抓住发挥当地文化资源优势、创新文旅融合方式、探索文旅消费思路、借力现代科技4个重点。

在发挥当地文化资源优势方面,一是发挥当地特色资源和特色产业的带动作用;二是发掘景区(点)旅游资源的文化内涵;三是发掘文化遗产资源的当代价值。

在创新文旅融合方式方面,创造新的文化和旅游吸引物尤为重要。一是构筑文化场景,如北京798艺术区、艺术乌镇等成为新兴目的地;二是引入新的文化元素,如四川成都的城市舞台,让街头艺人用艺术表演丰富城市文化体验;三是善用影视、流行音乐等大众文艺提升城市关注度。

在探索文旅消费思路方面,促进文旅消费是推动文旅高质量发展的重要内容,各地在创建国家文化消费试点城市过程中进行了有价值的探索。以浙江省宁波市创建国家文化消费试点城市为例,其在促进文旅消费方面有5个特点:一是坚持以市场为导向,支持民营文化企业唱主角;二是产业与事业融合,结合当地特点,举办具有特色的公共文化和民俗文化活动;三是供给创造需求,大力完善基础设施,丰富文化活动;四是注重线上线下联动,如线上预约,线下消费等;五是符号消费带动实物消费。

在借力现代科技方面,利用现代科技促进文旅融合前景广阔。甘肃敦煌通过借力现代科技,创建数字敦煌,将敦煌的艺术和文化魅力在更大的时空范围中展示和传播,其在海外巡展也培育了大批旅游消费群体。

[作者系中央党校(国家行政学院)文史部创新工程首席专家]

## 以乡村为载体 促进文旅融合

席建超

目前,我国最大的发展不平衡是城乡发展不平衡,最大的发展不充分是农村发展不充分,现阶段的乡村振兴战略具有很强的阶段性,其“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的目标,客观要求建立与我国经济社会发展阶段相匹配的乡村发展模式。

乡村作为我国传统文化的重要载体,是中华五千年农耕文明的根脉所在。据统计,我国80%的传统文化保存在乡村,这些村落占据着全国约40%的人口及基本所有贫困人口。基于国家乡村振兴战略需求,推进乡村地区文化和旅游融合是文旅融合最具有现实需求和现实基础的领域。以乡村为载体,通过传统文化与旅游产业导入,实现“三农”问题与文化旅游发展相互融合、相互促进,构建一种新型复合型乡村社会经济发展模式。乡村文化和旅游融合,对乡村振兴而言,既是一种“外向服务”乡村产业跨越发展的模式,“就地转化”农民本土就业模式,也是一种“自发自觉”市场化乡土文化保护传承模式和“共建共享”的高级乡村治理模式。

在过去40年的发展中,乡村旅游领域中文化和旅游在市场层面融合程度不断提高,创新发展了各种融合模式,但这种融合更多的是一种自发融合过程。在文化和旅游部门成立后,这种过程由“自发”变成了“自觉”,需要以丰富人民群众文化和旅游服务供给为根本,通过整合现有文化、旅游资源创建项目,打造公共文化旅游服务品牌,搭建文化旅游深度融合发展平台,着力探索文旅融合新路径,供给文旅融合新产品、创建文旅融合新示范,塑造新的乡村文化旅游形象,为促进乡村振兴贡献文化和旅游力量。

从现有各地实践看,湖北省《推进文旅融合 助力乡村振兴三年行动计划(2019—2022)》有很强的借鉴意义和价值。通过树立10个“荆楚文旅名县”、20个“荆楚文旅名镇”、50个“荆楚文旅名村”、10个“荆楚文旅名街”等品牌,加强组织领导,制定标准规范引领,给予适当补助政策支撑,举办节庆活动,加强宣传推广,湖北省把乡村文化和旅游融合变成地方政府实现乡村振兴的重要工作,文化和旅游部门的工作抓手。

[作者系中国科学院地理科学与资源研究所研究员]

本版统筹:马霞 执行采访:马霞 李静 裴秋菊

# 借力政策「东风」

# 产业「百花齐放」

## 供给侧改革要品质先行

厉新建

作为国民经济的重要组成部分,旅游领域的供给侧改革也需要质量提升先行。为满足人们对美好生活的新期待,旅游供给侧改革必须紧紧围绕品质提升下功夫。

首先,品质先行重在改变思想观念。尽管我国旅游业在2018年已形成了55亿人次、旅游总收入5.97万亿元的规模,但总体上,仍处于大众旅游正日益兴起的阶段,低价旅游产品仍将有不小的市场。在这种情况下,旅游供给侧改革如果不重视品牌建设和品质发展,依旧原地踏步,旅游行业就不会有未来。增强百姓幸福感,虽然降低景区门票价格有意义,但人们更应关注景区服务是否优质、管理是否高效、产品是否创新、景区质价是否相符。

其次,品质先行重在找准痛点。发展入境旅游、平衡旅游服务贸易、发展旅游新业态、激活夜间消费等都是当前旅游供给侧改革的重点。这些领域的高质量发展有赖于活存量、优增量、加变量、强能量,有赖于找准其痛点。比如,入境旅游不仅要改善签证便

利性,还要重建和优化入境旅游供给体系,让入境旅游产品能够进入国外主流旅游厂商产品目录和“货架”;自驾游的发展,不仅是建设房车营地、露营地,而是将目的地产品进行自驾场景的适应性改造,建立和优化目的地供应和导航软件之间的无缝对接和智能推荐;夜经济的高质量发展,也不仅是亮化、景观化的问题,而是解决好夜经济发展中“旺丁不旺财”,“亮起来”与“花起来”及夜间消费与日间消费的关系等问题。只有找准痛点,高质量发展才有方向,品质先行才真正可行。

最后,品质先行重在文旅融合。旅游作为五大幸福产业之首,给人们带去快乐是其最重要的目标之一。只有通过文化和旅游的有机融合,让人们关注到“旅游故事”背后的文化内涵。旅游供给侧改革不仅应该向游客提供他们“想要”的服务,也应该向游客提供可以涵养生命、使他们人生更有意义所需要的产品,或许这才是“读万卷书、行万里路”真正的涵义。

[作者系北京第二外国语学院教授]

## 把握文化和旅游发展“关键词”

刘敏

新时代文化和旅游政策的制定呈现出以下几种主基调。

**关键词一:统筹协调**

从宏观层面看,随着文化建设在社会发展中的地位和作用越来越突出,文化与区域经济社会发展的关联性愈发紧密,进一步凸显文化多层次的作用。加强顶层设计,推动完善区域协调新机制,统筹区域和城乡,培育形成新型文化观,构筑跨区域的文化和旅游要素展示、交流、交易平台,实现文化和旅游发展的区域联动,探索以文化和旅游发展带动区域经济社会发展的新模式,参与构筑区域协同发展新格局,是文化和旅游领域持续释放政策红利的重要着力点。

**关键词二:互动融合**

从中观层面看,文化和旅游融合发展仍是未来较长一段时期的主要任务。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的重要载体。文化渗透到旅游,可以促进形成多元化的旅游产品,以“文化+旅游”带动多种业态集聚和融合发展;旅游融入文化元素,以“+文化”增加旅游的体验感和价值感,提升旅游产品吸引力,促进

旅游人群和消费的集聚。未来要大力发展文化创意、乡村旅游、体育旅游、康养旅游、海岛旅游等,加强文化和旅游资源开发与保护、文化和旅游服务体系建设和管理,不断推出典型范例,推广经验做法,并通过设立门槛、制定标准、健全统计、完善配套、金融赋能和立法等政策手段,推动文化和旅游融合驶入良性发展的快车道。

**关键词三:提质升级**

从微观层面看,消费是反映大众获得感及文化和旅游发展状况的晴雨表。扩大和引导文化和旅游消费是当前乃至未来一段时期我国国民经济和社会发展的一项任务。从具体的政策手段看,应主要包括:搭建文化和旅游消费监管服务平台,建立公众参与机制;不断提升文化和旅游消费空间集聚能力,推动“互联网+”文化和旅游消费,培育文化和旅游消费新的空间增长点;结合国家文化消费试点城市建设等工作,探索财政补贴、补税、补贴和惠民消费券、专项债券等扶持政策。

[作者系国家发展和改革委员会社会发展研究所助理研究员]

## 你好,中国文旅的新价值时代

叶一剑

在中国经济转型升级、产业结构调整以及新消费时代到来等综合背景下,中国文化和旅游融合发展的逻辑也与之前有着本质性不同。

面对这种现实和趋势,国家从机构调整、政策发布、资金导向、土地使用等方面作出了一系列适应性改革安排,甚至直接针对全域旅游、乡村旅游、红色旅游等专题领域出台了相关政策,改革呈现出动态博弈的特点。随着市场的不断变化,这些领域的改革还会继续推进和深化。

在市场和企业层面,文化和旅游行业正呈现出前所未有的活跃局面,对文旅资源的认知和发掘更加广泛;对文旅资源进行创意化的价值变现也日趋成熟;文旅领域的创新创业和投资也变得越来越频繁,推动中国文旅企业快速成长;文旅领域的国际并购和资源整合越来越频繁,所并购的资源和品牌越来越主流。

中国文旅的新价值时代已经到来,而且,改变每天都在发生。

首先,变革是如此之迅速、剧烈和具有冲击力,使得分析改革的增量和存量的传统框架界限模糊,这不仅影响新一轮的发展成果,也是决定存量问题化解的根本因素。拥抱变化、适应变化将成为中国文旅产业发展的新常态。

其次,文旅市场已不存在绝对的区域市场的概念和单一的旅游化开发或文化化开发的问题。对任何一个区域的价值变现而言,不仅要吸引游客来当地消费,还要通过文创产品开发以及发达的电子商务和现代物流,获取更大半径的消费市场拓展,在“一进一出”之间建立良好的互动,全域、全时和无边界思考区域文旅产业的创新、转型和发展。

再次,在文旅产业进入快速发展周期和深度变革的背景下,通过文旅产业的发展所激活的资源和地区,较多分布于传统认知中最为边缘、最为遥远甚至是最为贫穷的地区,通过文旅产业的发展,不仅为这些地区找到了新时代可持续发展的产业路径和模式,而且,客观上为国家脱贫攻坚、乡村振兴、绿色发展、生态文明等战略实践提供了抓手和载体。

最后,文旅发展对一个地区的综合价值发挥值得进一步的思考,尤其是通过文旅产业的发展对一个地区和城市所带来的人力资源结构的优化,客观上对推动当地产业结构调整、经济转型升级以及构建现代治理体系等方面的正向价值体现。

[作者系方塘智库创始人]



四川青城山景区内老君阁

云南罗平九龙瀑布 颜国良摄