

民族地区县域文旅产业发展路在何方

本报记者 刘海红

民族地区的农村、牧区承载的传统文化特色鲜明、内涵丰富,既是少数民族优秀传统文化之源,也是民族地区乡村振兴不可或缺的内源性潜力和后盾,是推动民族地区经济社会发展的根基。在文旅融合加速发展的进程中,如何将资源植入当地旅游、推动民族地区县域文旅产业发展?日前,中国社会科学院民族学与人类学研究所发布《民族地区县域文旅产业发展指标(2017—2018年)》(简称“发展指标”)并举办“民族地区县域文旅产业70年研讨会”,来自研究机构、高校、基层文旅部门等单位的专家学者,围绕文旅产业与扶贫、县域旅游资源融合、少数民族文旅产业发展的特殊性、边境文旅产业等主题展开讨论,为县域文旅产业发展建言献策。

摸清家底——规模小 水平低 发展难

当下,文化产业发展水平已成为衡量一个民族、一个国家综合竞争力的重要指标之一。在我国,各民族独特的传统文化成为多彩中国的重要组成部分,但民族地区县(市、旗)的文化产业发展短板在短期内较难突破。

作为中国社会科学院A类创新课题“中华民族传统文化创造性转化和创新性发展研究”的重要成果,“发展指标”抽取内蒙古、广西、宁夏、西藏、青海等16个省区市的71个民族自治县(市、旗),通过专题、问卷调查等多种形式测算得出结果。结论显示,民族地区县域文旅产业发展总

体水平偏低、产业规模较小,带动县域经济发展的能力不强。

“民族地区县域文化产业大都依托传统文化,相关企业规模小,生产方式传统,拓展市场很困难。”“发展指标”课题主要负责人、中国社会科学院民族学与人类学研究所研究员丁赛介绍,将文化基因融入旅游,通过发展旅游业来扩大知名度是目前民族地区县域文旅融合发展的重点。“旅游业发展水平受限于民族地区的基础设施和服务水平,在71个民族自治县(市、旗)中,指数表现比较突出的县域都有两个特征,一是机场、高铁、高速公路等交通基础设施良好,二是相关部门的关注度高、支持力度大。”她说。

找准问题——挑战与机遇并存

近年来,文旅企业规模化、规模化发展,文化演艺等各类主题秀异彩纷呈,主题乐园数量和质量均在提高……针对这些现象,学术界已开展相关指标体系研究。“但对县域特别是民族地区县域文旅产业发展的指标体系研究成果还未出现,中国社会科学院民族学与人类学研究所作为民族研究的‘国家队’,理应主动承担责任、有所作为。”中国社会科学院民族学与人类学研究所党委书记方勇介绍,希望通过该“发展指标”体现民族地区县域文旅产业的发展现状与特点,找到不同民族地区县域文旅产业发展的差距及原因,进而促进民族地区经济社会快速发展,推动民族地区广大群众脱贫致富。

随着文化和旅游消费日渐成为满足人民群众精神需求的重要途径,民族地区因其独特的文化和自然景观成为越来越多游客的旅游目的地,民族地区文旅产业也迎来前所未有的发展蓝海。

中央民族大学体育学院教授方征认为,发展民族地区旅游要把握文旅行业发展趋势,当前的旅游方式呈现出三个“转变”:一是由观赏式向体验式转变,游山玩水已不足以满足游客的需求,融入目的地与当地一起活动、体验当地文化和风土人情的方式越来越受欢迎;二是由旅行式向度假式转变,比起吃、住、行、游、购、娱的旅行方式,如今人们更青睐休闲、度假、交友、养老式旅游,民族地区优越的生态环境和独特的民族文化是吸引游客的有利条件;三是从散客式向集体式转变,与家人、朋友或有共同兴趣爱好团体集体出游的方式开始被广泛接受,这无疑能给民族地区旅游带来可观的客流量,但县域文旅产业发展也面临怎么接待、如何应对等挑战,这是值得文旅领域工作者特别是基层文旅工作者思考的问题。

在中央民族大学经济学院教授罗莉看来,当前民族地区文旅产业发展存在的难点和痛点突出体现在:产业发展水平与当地文化资源的丰富程度不匹配;产业发展规模小,市场体系不健全;缺乏资金、技术、人才等要素支撑,相关从业人员思想保守,缺乏现代企业发展理念;宣传推广力度不够,文化产品影响力不大。“民族地区县(市、旗)的独特文化魅力需要产业化、品牌化、市场化,这是新时代促进文旅产业发展的必要过程和趋势。”罗莉说。

面向未来——从“民族唱”到“唱民族”

民族地区县域文旅产业在弘扬民族精神、增强文化自信、增进民族认同、促进民族交融、发展民族经济、提高生活水平等方面具有非常重要的作用,而丰富的民族传统文化则是民族地区打造区域性文旅产业的巨大资源优势,比如彝族火把节、壮族“三月三”等。

据介绍,广西南宁2018年“三月三民歌节”期间共接待海内外游客228.54万人次,实现旅游总消费19.32亿元;地铁线网客流量达345.5万人次,铁路部门运送旅客283.3万人次,南宁机场运送游客21.4万人次。

说到民歌,中央民族大学中国少数民族语言文学学院院长钟进文说,歌曲《裕固族姑娘就是我》诞生时只是甘肃地区“明花草原”一群裕固族姑娘减轻劳作之苦、宣泄情感的自我表达,但经过传唱之后,逐步得到整个族群的认同并传承下来。如今,新创作的歌舞剧《裕固族姑娘就是我》走出了大山,将古老裕固族的生产、生活场景以歌曲、舞蹈的形式展示出来,引导观众体验裕固族的民俗民情,吸引着一批又一批远道而来的客人。

业界人士认为,在新时代的召唤下,在文旅融合的大背景下,在有限的基础设施条件下,民族地区县(市、旗)的传统文化应像《裕固族姑娘就是我》,从“民族唱”到“唱民族”,让民族文化符号走出深山、走向全国、走向世界,进而成为一个民族文化品牌,这也正是对民族地区文化资源转换为文化资本的一种有效探索。



河北省饶阳县华日青铜文化产业园成立于20世纪90年代,经过20余年的发展,形成了以设计生产各类雕塑艺术品为主的现代文化产业园。近年来,该产业园在传统青铜雕塑文化中注入时尚元素,并和清华美院、中央美院等院校合作,促进园区产、学、研一体化发展,雕塑产品远销美国、日本、德国、瑞典等地。

图为饶阳县华日青铜文化产业园工人在精修青铜雕塑。
新华社记者 李晓果 摄

产业融合赋能 激发文旅消费潜力

本报记者 赵若姝

随着文旅不断融合发展,产业增加值占GDP比重升高,公众对文化和旅游的消费需求也在升级。站在新一轮产业转型升级的节点上,文旅消费的发展趋势,提质方式以及深层次潜力激发等热点话题持续受到关注。在刚刚结束的第二届中国国际进口博览会上,国家对外文化贸易基地(上海)和中国对外文化集团共同举办了“中国文旅产品国际营销年会·文化和旅游消费国际合作论坛”。作为第二届进博会官方配套活动,本届年会聚焦文化和旅游消费,通过主题演讲、专题对话、经验分享以及项目推介等形式,探讨文旅消费的发展方向,为推动文旅融合,提升与扩大文旅产业融合背景下的国际合作与市场拓展提供思路。

产业融合赋能文旅消费

今年8月,国务院办公厅印发的《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》指出,促进产业融合发展是激发文化和旅游消费潜力的举措之一。此次论坛上,产业融合发展正是与会嘉宾关注的热点。

在今年进博会上走红的一艘豪华邮轮折射出文化和旅游消费市场的变迁。这艘邮轮造价超过10亿美元,将于2021年下水并部署中国母港,为中外游客提供全年母港邮轮航线。“邮轮旅游是休闲度假的高端旅游业态,是中国旅游业蓬勃发展中出现的新业态。”皇家加勒比游轮亚洲区主席刘滔楠表示,中国邮轮市场从2009

年的几万人增长到现在的300多万人,经历了爆发式成长,未来,邮轮旅游将是文化和旅游消费的一个重要发展方向。当消费升级遇上冬奥会,冰雪旅游开辟了另一片蓝海。赢盛体育发展(上海)有限公司创始人罗娜认为,2022年将在北京举办的冬奥会给中国冰雪旅游发展带来了崭新机遇。“这种将旅游和体育、文化等相互融合的新模式,使传统旅游变得更有创意、更有魅力,多方面满足了人们的旅游需求,也引导着人们的旅游消费倾向。”罗娜说。

中国对外文化集团有限公司董事、副总经理王晨表示,文旅融合为文化和旅游消费的提质升级提供了无限的想象空间,要“能融则融,宜融尽融”。

科技发展提升消费便捷度

当今世界正处于新一轮科技革命和产业变革孕育、兴起期,以5G、8K、人工智能、虚拟现实等为代表的新技术持续突破,这将给文化和旅游消费领域带来哪些改变?

在中译语通科技股份有限公司CEO于洋看来,科技正成为文化和旅游消费繁荣发展的新动能和新增长点。“多语言交流困难、跨语言大数据处理能力不足、多语种文旅舆情数据聚合分析能力弱,是当前文化和旅游消费的几大痛点,用科技硬件产品打破交流障碍、提升跨语言大数据入境文旅服务能力、打造舆情分析大数据

平台,将是一个全新的解决思路。”于洋说。

中国银联商业服务事业部总经理邵阔认为,推动实施移动支付便民示范工程,把文化消费嵌入各类消费场所是文化和旅游消费转型升级的解决思路之一。为此,中国银联开展了建设支付便民示范工程,优化文旅行业支付受理环境,促进文旅银行卡消费、推进金融服务文旅产业发展等工作,目前已经在600多个4A级以上景区、1200个品牌旅行社等相关场景为消费者提供银行卡和移动支付服务。

“在5G时代,文化产品将以‘5G+UHD(超高清)+XR(扩展现实)’为展现形态,为文旅消费提供全景沉浸式体验。”咪咕文化科技有限公司战略新兴单元战略合作部总监邓永鑫表示,未来公司还将基于用户互动需求、沉浸需求和多场景内容需求的不断提升,以科技手段立体化、多层次、多角度地展示文化产业和旅游业的核心文化价值。

国际合作丰富文旅产品供给

文化和旅游是我国新一轮高水平开放的重要领域,随着国际交流合作日益密切,我国文化旅游市场加大开放、文旅消费走向国际的新局面正在形成。此次年会邀请了来自中国、日本、阿塞拜疆、伊朗、南非、丹麦、瑞典、保加利亚、英国、美国、加拿大等国贵宾,从优化消费环境,丰富文化和旅游产品、服务供给等方面分享

了各自的宝贵经验。

来自日本的艺术总监、策展人北川富朗在艺术与乡村振兴协同发展方面有丰富的经验。20世纪后半期的日本,城市化、老龄化问题突出,山区地带因人口减少、农业凋敝,与城市的差距越来越大。2000年,北川富朗在越后妻有地区策划举办了以艺术作品创作为中心的“大地艺术节”,通过艺术家发现当地资源、协同创作艺术作品,来打造团体旅游型艺术节,带动区域振兴。如今,每届艺术节期间到访当地的游客量已接近50万。这种融合文化与旅游、推动地区发展的形式也被联合国旅游组织列入旅游可持续发展的全球范例。

“中国游客越来越追求深度体验,对旅行有更多的文化需求。”南非旅游局亚太区首席代表曼苏尔·穆罕默德认为,要打造更多拥有沉浸式文化体验的旅游产品,引导形成旅游消费习惯,同时开展合作助力旅游实现转型升级,推动社会经济发展。北京文化产业发展离不开京津冀协同发展的好气候和大环境,离不开三地文化产业的优势互补和互利共赢。推介会上,来自北京市东城区、天津市河东区、河北省张家口市的8个重点项目进行了路演推介,现场还设置展览展示区,以展板和视频等方式展示推介了三地数十家重要文创项目(企业)。(张婧)

11月18日,四川省文化和旅游资源普查首批试点县(兴文县)成果新闻通气会在成都召开。至此,为期3个月的四川省文化和旅游资源普查首批试点县(兴文县)顺利结束,为四川省全面开展文化和旅游资源普查工作提供了样本,也为全国文化和旅游资源普查工作探索积累了经验。据悉,从2019年1月开始至2020年6月,四川计划用一年半时间完成全省文化和旅游资源的普查任务。

摸清家底 促进产业发展富民增收

首批试点、四川省宜宾市兴文县8镇4乡1300余平方公里的资源普查,最终形成了近10万字的《四川省文化和旅游资源普查工作手册》和10万余字、100余张图片的《兴文县文化和旅游资源普查报告》。

据记者了解,此次普查共查明该县的文化资源4个大类902个(含古籍、传统器乐乐种、非物质文化遗产、文物),其中国家级1个、省级5个、市级36个、县级541个,旅游资源1003个(含8个大类25个亚类98个基本类型),其中三、四、五优良级资源397个(五级10个、四级35个、三级352个),占比39.6%。

“磨刀不误砍柴工。”兴文县委书记张健说,尽管当地文旅资源丰富,但由于对家底认知不清晰,无法更好地利用这些资源,这次普查给当地带来很多“新发现、新认识、新标准”。数据显示,通过此次普查,兴文县新发现文化资源77个,其中首次发现了古籍类资源以及42项非物质文化遗产新线索;新发现、新认定旅游资源480个,其中三、四、五优良级资源154个。

通过专家的梳理发现,兴文县文化资源以彝人和苗族文化最为独特,苗族民俗、苗医苗药、手工技艺、樊人铜鼓、樊人悬棺等均为漫长的樊苗历史文化所孕育,极具特色;当地自然旅游资源丰富,主打喀斯特地貌、山岳、峡谷、瀑布跌水、康养气候等地。张健认为,明确家底,找到突破点,科学有序地开发,将有助于当地找到文旅产业发展促进富民增收的路径。

先行先试 首创“223344”普查工作模式

为推动四川文化和旅游资源充分绽放自然生态之美、多彩人文之韵,今年以来,四川省启动了全省文化和旅游资源普查。四川省文化和旅游厅二级巡视员吕志军表示,要建设文化强省和旅游强省,必须首先摸清全省资源家底,用全新的资源观和价值观重新认识和发现四川省文化和旅游资源,“这是一项事关四川长远发展的大计”。

今年1月,文化和旅游部将四川省确定为全国旅游资源普查唯一试点省,要求四川创新工作方法,建立长效机制,在扎实做好旅游资源普查的同时加大对文化资源的普查力度,促进文化和旅游融合发展,为全国文化和旅游资源普查工作探索积累经验,贡献力量。

先行先试、探索创新,为了给全国提供可借鉴的文化和旅游资源普查经验和模式,四川省组建了省市县三级3支队伍,在宜宾市兴文县率先启动了首批试点,目前包括成都市都江堰市、乐山市峨眉山市等7个县(市、区)的第二批试点工作正在推进中。按照计划,到2020年6月,四川将完成全省21个市(州)183个县(市、区)的文化和旅游资源普查工作。

据了解,此次普查对象分为文化资源和旅游资源两大部分,其中,文化资源包括古籍、美术馆藏品、地方戏曲剧种、传统器乐乐种、非物质文化遗产、文物六大类,旅游资源分为地文景观、水域景观、生物景观、气象与气候景观、建筑与设施、历史遗迹、旅游商品(文创产品)、人文活动八大类。

用脚步丈量、用图文和视频记录,此次普查不仅摸清了家底,还总结了兴文“223344”普查工作模式,为四川及全国今后的普查提供了借鉴和参考。据介绍,“223344”普查工作模式具体指:在普查对象上,明确为文化和旅游2类资源;在普查方式上,统筹调查、普查2种方式有机结合;在普查组织上,建立行政、技术、专家3支队伍;在普查进度上,分为前期筹备、普查调查、成果编制3个阶段;在普查方法上,用好“查、找、问、议”4字要诀;在普查成果的运用上,着力推动加快智慧文旅全域发展、加快文旅经济开放合作、加快文旅科技教育发展、加快构建文旅发展格局4个方面的转化。

第七届京津冀文化创意产业合作项目推介会举办

本报讯 11月14日,第七届京津冀文化创意产业合作及项目推介会在北京举办。北京市、天津市和河北省三地文化产业主管部门相关负责人,主宾城区北京市东城区、天津市河东区、河北省张家口市文化产业发展主管部门负责人,以及京津冀50余家文创企业代表,部分金融投资机构代表等200余人参会。

本届推介会以“开放·合作·交流·发展”为主题,以推动京津冀文创项目合作对接为目标,旨在为京津冀文化产业搭建交流平台,努力促进项目资源、文创技术、人才培养等方面的互利共享。数据显示,今年1月至9月,北京市规模以上文化企业收入合计8875.8亿元,同比增长7.8%。北京文化产业发展离不开京津冀协同发展的好气候和大环境,离不开三地文化产业的优势互补和互利共赢。推介会上,来自北京市东城区、天津市河东区、河北省张家口市的8个重点项目进行了路演推介,现场还设置展览展示区,以展板和视频等方式展示推介了三地数十家重要文创项目(企业)。(张婧)