

文旅产业融合发展的路径研究

■ 山西省文化旅游投资控股集团有限公司 朱建民

摘要：对文化与旅游产业融合发展的深入探究，对于促进文化旅游产业的和谐共进、推动产业链条的拓展与优化、提升文化旅游产品的创新力与市场竞争力、实现经济效益与社会效益的双重提升具有重要意义。本文旨在通过解析文旅产业融合发展的理论内涵，归纳出文化与旅游产业融合发展的具体模式，并在此基础上，明确文旅产业融合发展的实践路径，旨在为产业发展提供价值参考。

关键词：文旅融合，产业发展，路径研究

一、研究价值与重要意义

(一) 研究背景

党的十八大以来，习近平总书记多次深切阐述了文化自信的重要性。党的十九大报告中，习近平总书记明确指出推动中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展。党的二十大报告中这一理念得到了进一步的深化，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。”习近平总书记在2024年5月17日全国旅发大会上的重要指示，指出建设旅游强国的总体目标和坚持三大原则、五对统筹关系和五条发展路径。二十届三中全会提出“优化旅游服务和旅游产品供给机制”，从优化旅游环境、提升服务质量、丰富旅游产品、打造世界级旅游核心吸引物等方面入手，同时注重可持续发展，与生态环保、文化传承和社会责任结合。当前，我国经济社会发展正处于“文化赋能、旅游带动、文化经济一体化”的关键节点，文旅融合高质量发展将成为引领消费升级的主战场。

当前，文化旅游业已发展成为国民经济增长的新引擎、新动能，作为战略性支柱产业，也正在成为具有时代特征的民生产业和幸福产业。山西省作为一个拥有深厚历史文化底蕴和独特自然风光的地区，正面临着如何高效整合其丰富的文旅资源，推动文旅文创的深度结合，从而实现高质量发展的重大挑战。在上述政策背景下，山西省委、省政府为加快推动文旅产业的高质量发展作出一系列战略部署。《山西省国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确指出，实施文化强省战略，铸铸发展软实力，改革文化体制，打造中国文化遗产展示示范区，到2035年全面建成文化强省。通过进一步强化对文旅产业发展的系统谋划和科学布局，确立了建设新时代文化强省的总体目标，更好的丰富文化产品与服务供给，着力完善现代旅游产业体系，与人民共享改革发展成果，增强人民群众的幸福感和获得感，提升人民群众的文化素质，增强文化自信，不断提升旅游整体实力和竞争力。如何推进文旅文创深度融合就显示尤为重要。

(二) 研究价值

文化产业和旅游产业的融合是伴随体验经济时代发展而需要大力推进的一种产业演化模式或范例。从两个产业的范围、功能和意义来说，两大产业融合可以用“科学革命”这一词语来描述。目前，我国正经历从生产社会向消费社会的转变，文化产业和旅游产业也正在发生根本性的变化。

1. 理论价值

(1) 进一步丰富产业经济理论

由于文化产业和旅游产业的融合系统相对而言要复杂得多，从时空角度和内在产业关联角度来说，文化产业和旅游产业融合的研究范围要超越两大产业本身，因此，其研究更加具有典型性、代表性和普适性。深入探究文化产业与旅游产业融合的内部机制，可以从无形之中揭示不同产业与企业之间的相互作用关系，进而系统地建立产业融合的理论框架，为产业融合理论的进一步发展提供理论支撑。此外，对文化和旅游产业融合发展的研究，亦可扩大当前产业经济理论研究的边界，将多种性质、不同领域以及跨时空的产业与企业关系并入产业经济理论研究的视野之中，从而推动产业经济理论体系的完善。然而，尽管产业融合在实践领域呈现出蓬勃的发展态势，学术界对于该领域的深层理论问题的探讨仍显不足，这与实践的发展热潮形成了鲜明对比。为采取更加有力的政策和措施推动两大产业的融合和创新发展，正确认识和准确把握文化产业和旅游产业融合的本质和规律十分必要。

(2) 推进文化产业和旅游产业理论融合

产业融合的起源可以追溯到数字技术的产生，该技术引发了产业界限的模糊化。早期的学术研究主要视产业融合为一个局限于技术领域的现象。然而事实上，产业融合涵盖了更广泛的领域，包括服务模式、商业模式、产品设计以及产业链的运作方式等，这揭示了基于更广泛的社会经济背景进行的理论研究具有更强的普遍性和实用性。因此，产业融合不仅是技术层面的挑战，而且是一种跨多个领域的综合性新兴模式。

在文化产业与旅游产业融合的过程中，从自然融合的早期阶段到依托创意与技术的深度融合中期阶段，再到后期的广泛扩散阶段，该过程展现了遵循特定内在发展逻辑和外在融合特性的客观现象。尽管关于这两个产业融合的研究成果已经在动因、范围、影响及形式等方面取得了一定程度的积累，但对于融合的具体机制、路径、模式及价值链的探索仍显零散且缺乏系统化。这些细节对于深入理解产业融合深层含义、指导产业发展策略及制定科学的产业政策具有重要意义。基于此，未

来的研究工作应当专注于这些领域，致力于构建一个系统化的理论框架，以促进文化产业与旅游产业的有效融合。

2. 实践价值

文化产业与旅游产业融合研究的核心价值，不仅体现在理论层面的创新性与战略性，更在于其对于两大产业整体发展模式的实际指导性与实用性。

(1) 优化企业实践与产业政策制定

文化产业与旅游产业的深度融合，广泛涉及服务、商业模式、社会运作、创意产业、业态更新、新型业态、组织运营管理以及市场多角度审视等多个层面。在当前社会经济背景下，鉴于文化旅游企业及相关管理部门对融合过程内在规律认知的局限，不少企业和机构在应对挑战与机遇时，往往难以制定科学合理的战略规划或决策，或表现出明显的迟疑不决，进而错失发展良机。因此，对文化产业与旅游产业融合机制、路径、模式及价值链增值机理的系统研究，可为企业提供理论支撑，助力其优化资源配置、改进运营效能、精准对接市场需求，推动产品与运营模式的升级与重构，提升发展质量，释放经济文化潜力。同时，这也将促进政府制定更加契合产业发展现状与趋势的政策，加速两大产业结构的融合与升级，增强我国文化旅游企业与产业的国际竞争力，提升国家软实力。

(2) 助力传统文化的保护与传承

在经济全球化背景下，国家间的竞争已逐渐转向以信息技术、知识产权及文化等软实力为核心的综合国力较量。文化产业与旅游产业的融合，不仅催生了具有地域传统文化特色的旅游产品，还通过文化旅游消费促进了文化的传播与传承。此外，融合过程中的资本运营实现了传统文化的价值转化，提升了文化传承者的文化自信与认同。面对过去传统文化资源被忽视、融合理念与技术滞后导致的民族文化流失问题，文化产业与旅游产业的融合提供了一种有效的文化保护途径，有助于获取后天的文化产权，并通过文化旅游产品的输出，在“文化原产地”创造显著的经济与社会效益，从而提升文化竞争力。

(3) 应对产业环境变化的理论指导

文化企业与旅游企业均置身于动态变化的产业环境中，该环境受多重因素影响，任何一方面的变化均可能引发产业环境的波动，进而影响企业的经营模式与产品形态。因此，企业需具备超前性、开放性与自觉性的思维，对经营模式与产品形态进行融合创新，以适应产业环境的变化与挑战，确保企业的稳健发展。为实现文化产业与旅游产业融合发展的新突破，需采用全面细致的分析方法，从多维度审视现实与实践、理论与实践、需求与供给以及政府与市场之间的关系。这种全方位、多层次的有助于明确融合发展的理论基础、战略目标、内部驱动力、互动环节及促进策略，为两大产业的深度融合与高质量发展提供有力指导。

二、理论内涵

(一) 文化产业内涵的界定

在国民经济行业分类系统中，一个行业或产业被定义为一群从事相同或相似经济活动的组织或单位的总和。这种分类方式有助于统一对经济活动的理解和管理，使其标准化。在国际语境中，这些分类通常被称为“industry”，而在我国，学者往往将其翻译成“产业”，但其实际意义却与我国的“行业”相对应。在中国的语境下，使用“产业”一词时，往往更加侧重于强调该产业的经营性质或者经营规模的大小，这与国际上的用法略有差异，体现了本土化的理解和应用。

文化产业作为一种特殊的产业形态，其核心在于文化的商业化表达，包括文化产品和服务的生产、流通与销售。这些文化产品和服务既可以是物质形态的，如书籍、艺术品等，也可以是非物质形态的，如演出、展览等。但值得注意的是，并非所有的文化形态都适合产业化。只有那些具有商业潜力，能够在市场找到其商业价值和定位的文化艺术产品或服务，才能成为文化产业经营的对象。这一过程涉及对文化产品市场潜力的评估，以及如何将非营利性的文化内容转化为能够带来经济收益的产业项目的策略。

文化产品根据其市场中的竞争性质和排他性质，可以分为三大类：公共性文化产品、竞争性文化产品和混合性文化产品。公共性文化产品特指那些在消费时不涉及竞争，也不会因为一个人的消费而减少他人消费机会的产品，如公园、图书馆提供的服务。这类产品往往被视为纯公共物品。相对应的，竞争性文化产品则在消费过程中具有明显的竞争性和排他性，如电影票、图书等，这类产品的消费需要通过市场竞争完成。而混合性文化产品则介于两者之间，它们在某些方面可能展现出竞争性，在另一些方面则可能更接近公共性产品，这类产品的特点是既需要考虑市场竞争也需要考虑社会效益。

随着2004年《文化及相关产业分类》的制定，以及随后文化体制改革的深入，对于文化单位公益性与经营性的区分变得更加明确。早期由于文化体制改革刚刚起步，很难准确区分单位的性质，而现在随着改革的不断深化和两次全国经济普查的进行，已能够利用是否执行企业会计制度这一标准来明确经营性文化产业单位和公益性文化事业单位。这一变化标志着我国对于文化产业与文化事业的分类和管理达到了一个新的水平。《文

化及相关产业分类(2018)》进一步明确了“文化及相关产业”的概念，旨在为文化体制改革和文化产业的发展提供更加准确和科学的统计支持。这一新的分类标准不仅基于最新的国民经济行业分类，还考虑了与联合国教科文组织《2009年联合国教科文组织文化统计框架》的衔接，确保了定义的准确性和分类的科学性，为文化产业的发展奠定了坚实的基础。

从文化产业价值链的角度，可以将文化产业细分为很多种。该分类方法覆盖了文化产品和服务的创造、生产、流通到销售的全过程，同时也包括了文化设施和文化中介与咨询等相关服务。这样的分类方法构成了一个垂直的体系，使得我们可以更加深入地理解文化产业内部各个环节之间的联系和相互作用，以及这些环节如何共同作用于文化产业的整体发展。对文化产业价值链的分析，不仅可以看到各个环节在产业链中的位置和作用，还可以观察到产业链的完整性、各环节之间的协同效应以及在整个过程中价值如何被创造、累积和增值的过程。此外，这种分类方式还强调了文化产业的市场化特征，体现了文化产业在市场经济中的地位和作用，以及文化产品和服务在市场上的流通和竞争状态，从而为分析和提升文化产业的竞争力提供了重要的视角。

(二) 旅游产业的内涵界定

在产业经济学领域，关于旅游业是否构成一个独立产业的讨论一直颇为激烈，并引起了广泛的关注和讨论。尽管观点多样，但国内众多学者达成了一项共识，即旅游业确实是一个独立的产业领域。这一结论并非空穴来风，而是基于对旅游业内各个组成部分的深入分析和理解。专家在界定旅游产业的过程中提出了多种观点，这些观点从不同的维度揭示了旅游产业的复杂性和多元性。

一方面其中一部分专家强调，旅游产业不仅仅是单一的服务或产品，而是包括了满足旅游过程中游客对食宿、交通、娱乐等多方面需求的各类企业和部门的综合体；另一方面，一些专家则认为旅游产业实际上由多个相互关联的子产业组成形成了一个产业群。还有专家从旅游活动的本质出发，提出旅游产业应当被定义为一个以旅游活动为中心，围绕旅游活动提供直接或间接服务的行业和企业集合。这种定义不仅包括了直接提供旅游服务的企业，如旅行社、酒店等，也涵盖了为旅游活动提供辅助支持的其他行业，如文化、体育、交通等。

旅游是一种复杂的、综合性的活动，它需要依托政策环境、交通设施、人力资源、资金投入、服务设施等众多行业的辅助和支撑。从供给和需求的角度出发，旅游产业包括了旅游吸引力、旅游活动、交通方式、旅游设施、服务质量以及相关的基础设施和促销活动等多个方面的要素，这些要素共同作用，满足着国内外游客的旅游需求。

综上所述，旅游产业可以被定义为一个以旅游资源和服务为基础，面向旅游市场，旨在为旅游者提供便利条件并满足其在旅游过程中的各种商品和服务需求的综合性产业。

(三) 文化产业和旅游产业的关系

1. 共性

尽管文化产业和旅游产业在产业发展阶段、资源配置方式、价值生成模式等方面存在很多不同，但就本质而言，两者都属于情感产业、内容产业、创意产业。

根据文化产业和旅游产业的要素特征和活动表现看，文化产业和旅游产业具有以下共性特征。两者均被划分为第三产业的一部分，它们提供的关键产品都是服务。当游客参与旅游或文化活动时，他们追求的通常不是实物商品的购买，而是体验一种文化或心理上的活动，或进行信息的交流。在整个过程中，他们接受的主要是服务性质的产品，并且评估这些服务产品的质量大多依赖于个人的主观感受。这两个领域都被认为是综合性的产业，依赖于多个行业部门的协作支持。文化资源的价值可以转化为旅游资源，反之，旅游资源在一定程度上也构成了文化资源的一部分。这种互为依存的关系不仅促进了两者的发展，也强化了它们在第三产业中的地位。

2. 差异

文化产业和旅游产业的差异，表现为以下几个方面。

产生的原因不同：文化产业的产生是因为文化心理和价值认同的需要，文化活动促进文化的交流。相较之下，旅游产业的兴起，则是应对人们生活层次提升后对新鲜体验的需求，通过探索与原生活环境不同的地方来实现对身心状态的调适与优化。

资源依托上的区别：文化活动的展开主要依赖于文化产业和大众市场的支持，这两者为文化活动提供了丰富的资源和宽广的发展空间。旅游活动则主要依赖于旅游资源的支撑，包括自然景观和人文景观等，旅游资源为旅游活动的开展提供了基础。

主要服务对象的不同：从服务对象来看，文化产业主要是为社区及其成员提供服务，旨在满足社区内部的文化需求和促进文化发展。而旅游产业则以游客为主要服务对象，致力于为其提供全面的旅游服务和体验。

服务内容上的区别：在服务内容方面，文化产业着重于提供包括参观、游览在内的文化体验服务，旨在丰富人们的生活和提升文化素养。对比之下，旅游业

则提供包括餐饮、住宿、交通、娱乐等在内的综合服务，通过销售旅游线路或部分服务满足游客的多样化需求。

关联产业的差异：文化活动的成功举办，需要来自保险、酒店业、城市建设、室内装饰、礼仪服务、广告业、交通及观光等行业的协作和配合，这些行业共同构成了文化活动顺利进行的基础。而旅游业的发展，则涉及旅行社、饭店、景点、交通等多个部门的紧密合作，这些部门共同为旅游业的稳健发展提供了支持。

3. 联系

随着新业态的涌现和融合发展，文化产业和旅游产业间的边界越来越模糊，文化产业和旅游产业的联系越来越紧密。

文化产业与旅游产业之间存在着相互支撑的关系。通过旅游，文化得以广泛传播，旅游是传承与发扬文化的关键平台，而文化的注入则使得旅游更具吸引力。从本质上讲，旅游活动是一种充满文化内涵的活动，不论是消费者的旅游消费还是经营者的旅游经营，均浸透着浓厚的文化元素。对于旅游者而言，其旅游消费的本质是对文化的追求和体验，整个旅行过程本质上是寻找、购买、体验及消费文化的过程；对旅游经营者来说，他们不仅负责挖掘和生产文化产品，经营和销售文化产品，而且还致力于创新和推广当地文化。因此，旅游业的发展，无论是从广义还是狭义来看，都需要与文化产业紧密结合，这样才能吸引游客并实现可持续发展。此外，将文化作为旅游发展的指导方向，是确保旅游业发展方向明确且健康长远的关键。旅游的发展，根本上是由文化推动的，缺乏文化的发展和观念的更新，将无法激发人们对旅游的兴趣，从而不会产生旅游活动。

综上所述，旅游与文化在本质上是相一致的，文化产业与旅游产业不仅互为补充，更是紧密相连的。因此，只有将文化产业和旅游产业进行有效的结合，实现两者的深度融合，才能推动文化产业和旅游产业的质量提升，从而促进文化旅游产业的高质量发展。

文化产业和旅游产业之间存在着密切的相互促进关系。从旅游产业的视角出发，文化既是其发展的根本基石，涵盖了人类社会过程中创造的物质和精神财富，也构成了旅游活动的核心内容。旅游不仅带动了文化财富的流通和文化价值的实现，还促进了跨文化的交流与发展，从而丰富了文化的内涵和外延。而从文化的角度看，旅游活动本质上是一种跨文化的交流过程，这一过程不仅可以增进不同文化之间的相互理解和尊重，还能通过旅游带来经济收益，进一步激发文化的创造性和活力，使之更加充满生机。这种文化与旅游的深度融合，不仅提升了消费者的体验质量，而且顺应了消费者需求的多样化和个性化趋势，彰显了文化产业和旅游产业融合发展的深远意义。

(四) 文旅产业融合

文旅融合指的是文化产业和旅游产业之间相互融合、相互融通的过程和结果。这种融合包括但不限于文化资源与旅游资源的整合利用、文化创意产品与旅游产品的联动开发、文化活动与旅游活动的相互衍生和互相促进等方面，旨在发挥文化和旅游产业的协同效应，实现双方产业融合发展、优势互补、共同繁荣。

2. 文化产业与旅游产业融合

在市场需求和技术进步等因素驱动下，文化产业与旅游产业发生交叉和渗透，共同进化为新的产品形态或产业形态的动态过程。旅游业是一项文化性很强的产业。旅游者为了追求文化享受而进行旅游活动，旅游产业只有体现出各种不同的文化特色才能吸引旅游者，从而产生旅游消费。旅游缺乏文化支撑便失去了吸引力，相反，文化在缺少旅游的推动下也会显得缺乏活力。市场是旅游的发展优势所在，而文化的魅力则在于其深厚的内涵。从旅游的角度出发，紧抓文化便是捕捉到了核心价值所在；而从文化的角度出发，紧抓旅游则意味着开拓了广阔的市场前景。文化与旅游产业互相促进，实现共同发展与繁荣。

经济增长和生活水平的提升使得旅游变成现代生活的重要组成部分，已经上升为一种生活时尚。现代人对旅游的追求已经超越了简单的休闲，更多的是寻求文化上的精神满足，这使得旅游不仅仅是走过场，而是一次深入的文化体验和欣赏之旅，文化元素已经深深嵌入到旅游活动的方方面面。因此，高质量的文化与旅游的结合展现出巨大的发展空间。

对于旅游者而言，文化既是其旅行的出发点也是目标所在，文化是旅游景点吸引力的源泉，并且是旅游生产力发展的现实需要。我们在大力发展旅游业的同时，必须从历史文化中汲取有利于当今旅游可持续发展的内容，并最终实现旅游经济与旅游文化的双赢。文化与旅游的深度融合，成为推动旅游经济增长的关键，符合全球经济发展的主流趋势。

文化产业与旅游产业的融合是一个持续动态的系统过程，其核心在于两大产业在融合中的创新发展，体现在文化产业和旅游产业链的解构与重构上，通过这一过程促进文化和旅游产业价值活动的创造与增值。

三、文旅产业融合发展的具体模式

两大产业的融合使得文化产业中的无形要素渗透到旅游产业，从而提升了旅游品质，丰富了旅游内容，与此同时，文化产业也因为旅游产业的开发与发展变得更加富有活力。

(下转D5版)