

# 江苏省地域文化与 旅游协同开发研究

[胡小海 宿爱云 秦卫杰 杨红英 张丽芬]

江苏以文化昌盛闻名全国,历代名人辈出,文化资源丰富。昆曲、苏州园林和明孝陵已被联合国教科文组织列为世界文化保护遗产。全省已拥有国家级历史文化名城10座,地面文物点近万处,其中全国重点文物保护单位119处。江苏馆藏文物数量多、级别高,其中尤以古代青铜器、玉器、瓷器、字画等占主要内容。江苏丰厚的文化资源为文化旅游的发展奠定了坚实的基础,文化与旅游融合发展有助于推动江苏文化遗产的传承和保护,扩大江苏文化的影响,提升江苏软实力,促进社会和谐发展。

## 一、深入挖掘地域文化内涵,加大文化资源开发力度

江苏省历史悠久,文化资源丰富,根据研究,江苏省13地市中,有7个为旅游发展滞后型城市,旅游经济发展指数落后于区域文化资源丰裕度指数,大部分地区文化资源尚未得到有效的开发利用,没有形成区域文化资源的旅游经济效应。因此加大文化资源的开发力度,是这些地区实现区域文化与旅游经济协同发展的首要任务。对于南京、无锡等旅游优先型城市来说,通过挖掘文化内涵,进行旅游产品的文化渗透,提升文化旅游产品品位,是保持当前文化旅游产品持续吸引力的主要途径;对于

自然资源主导的旅游优先型城市——盐城市,应通过湿地生态旅游的发展带动当地文化资源的开发,通过自然、文化的有效组合,增强区域旅游吸引力,提升区域旅游竞争力。

深入挖掘地域文化内涵是各地区文化旅游产品开发的重要环节,是文化旅游产品差异化竞争的重要手段,也是文化旅游产品核心竞争力的源泉。江苏省历史悠久,各地区在历史演进形成了各具特色的文化类型,为旅游产品的文化挖掘提供了基础。地域文化的挖掘是在分析地方文脉的基础上确定文化旅游产品的开发方向和主题格调,明确定位并围绕主题进行内容组织,进而通过产品形式加以体现,并不断

## 难点解析

丰富文化内涵,进行创造性的升级改造。其本质在于对文化资源进行概括、发掘、升华后通过物化、创新,实现更深层次的整合,将文化内涵渗透、表现在旅游产品的各个层面,形成特色品牌,强化旅游吸引力和市场竞争力。江苏文化多元,且特色鲜明,各地区在旅游产品开发过程中应充分立足于自身的文化优势,创新文化表现形式,将文化渗透到旅游产品的各个环节当中。如徐州两汉文化鲜明,汉文化的挖掘不应仅停留在汉墓的展示,而更应深入挖掘两汉时期的历史文化,民俗文化,建筑文化,名人文化、军事文化等,借助于高科技的场景重现,舞台演艺等方式进行文化的多样化展示,通过设计文化形象,举办汉文化节庆活动,引导旅游者从不同侧面认知旅游产品的文化内涵。

### 二、依托先进科学技术水平,加大文化旅游产品创新

创新是文化旅游产业发展的重要推动力,是资源相对匮乏地区旅游产业发展的有效途径,也是文化厚重地区文化旅游产品多样化开发的重要手段。当前江苏省旅游产品结构总体来说相对单一,徐州等一些城市的旅游产品还是以观光型旅游产品为主,同质化程度严重,替代性较强,产品开发缺少创意,大多数产品只有一次性消费价值,缺乏持续的市场竞争能力。随着旅游产业的不断转型发展,现有的旅游产品结构肯定已不能适应市场需求,因此依托先进的科学技术水平,充分发挥产品创意能力,加大文化旅游产品的创新开发力度成为增强各地区旅游核心竞争力的重要手段。

现阶段文化旅游产品创新大致包括

“无中生有”和“借题发挥”两种路径模式。“无中生有”是指根据旅游市场的需求特征,创新开发与本地区地域文化无关的文化旅游产品,如无锡三国城和水浒城,常州中华恐龙园以及环球动漫嬉戏谷等主题娱乐公园的开发;“借题发挥”是指立足当地的历史文化,结合现代市场需求,运用新的技术和方法,创造文化旅游产品形式,如常州春秋乐园依托淹城遗址的春秋文化开发现代娱乐产品。江苏省各地区文化资源基础不一,徐州等一些地区文化资源较好,但文化较为厚重,对于大众旅游者吸引力不强,应通过创新开发的方式使文化活化,融入趣味性,增加参与体验性;常州等地区市场需求旺盛,但可供开发的潜力资源较少,往往需要通过创新引入文化资源的方式开发旅游产品。总体来说,各地区在旅游产品创新过程中应坚持以下几个原则:①市场导向原则。旅游产品的设计与开发,必须以旅游者的需求为中心,符合旅游产品的发展趋势,满足游客的需求变化;②注重特色,突出主题原则。主题与特色是旅游产品的灵魂,是旅游吸引力的主要源泉和市场竞争的核心。旅游产品的设计与开发,要根据资源特色、市场需求、区位和环境条件的综合分析,确定主题和特色;③科技武装原则。旅游产品的创新开发要充分融入现代科技元素,恰当运用声、光、电以及计算机数字化等现代高科技手段,烘托旅游产品的文化氛围,积极引入和创新开发先进的娱乐设施,使旅游者获得刺激新奇的文化体验。

### 三、协调文化开发保护关系,实现旅游文化反哺效应

文化保护与旅游开发是一个相辅相成

的良性循环系统,但一些地区在文化资源开发中往往误入歧途,出现重开发轻保护,重商业经济轻文化保护等现象。因此在旅游开发过程中,文化部门应与旅游部门紧密配合,严格把关,依法保护文化旅游资源。对珍贵文物要实行严格管理,防止过度开发,不合理修缮及疏于防范而造成的毁损现象;要遵循适度开发、按序开发原则,通过一系列监督管理措施,确保文化旅游资源的永续利用;注重旅游经济对区域文化的反哺效应,实现旅游与文化协调发展。在具体开发过程中,可以采取如下措施:①保护第一,适度开发。对不可再生的文化旅游资源务必在“抢救第一,保护第一”的前提下,适度开发成旅游产品;要严格保护其周边的生态环境和文化环境,控制开发规模和利用方式。在保护中开发、在利用中保护,是文化资源得以永续利用的基本前提,开发旅游项目、设计旅游活动,应当充分考虑文化资源的承载能力,加强游客管理,合理控制环境容量,加大文物保护宣传力度,防止因游客量过多或人为破坏而造成的文化资源损坏。江苏省境内有10座历史文化名城,文化资源较为集中,各地区应形成较为完善的文化资源保护管理体系,对文化资源的保护和开发进行全面监管;②原真性开发。在文化资源的开发过程中,应尊重和保持历史文化资源的原真面貌和原始内涵,将区域优秀的文化资源原汁原味的展示给旅游者,防止因过分追求商业利益而造成内容或形式上的商业化、舞台化和庸俗化,从而使游客缺乏文化遗产的原真性体验,难以满足其旅游需求。特别是江南水乡古镇的开发,应控制其商业化发展和蔓延,保持其小桥流水人家的古镇风貌;③完善文化保护体系。与

西方自下而上的遗产保护体系不同,我国文化遗产保护是一个自上而下的行政管理过程,缺乏公众的广泛参与,因此在旅游开发过程中,应加大对文化保护的宣传教育,提高旅游地居民的文化保护意识,通过设立遗产保护日和举办文化保护活动,积极引导全社会力量参与到文化资源保护中来,形成较为完善的政府监管、全民参与的文化资源的保护体系;④创新文化保护方式。在文化保护过程中,要充分引入和利用先进的保护技术和方法,通过科技手段加强文化资源的保护。在非物质文化遗产保护过程中,通过创新内容和形式,将游客喜闻乐见的内容融入其中,如苏州评弹、扬州评话等以现代故事和题材为主要内容进行创作,将非遗充分融入现代人的生活,从而形成新的市场吸引力,促进非物质文化遗产的传承和创新;⑤建立文化资源保护基金。旅游依托文化,更要反哺文化。旅游经济收益应更多的投向文化的保护和发展上,促进旅游发展和文化保护的良性循环。应建立旅游发展的文化补偿机制,对文化遗产地实行有偿开发和有偿经营制度,通过制度保障的方式,确保旅游经营收入中的一部分用于文化资源的修复、保护和传承。同时全面拓展文化保护筹资渠道,积极争取政府专项保护资金和社会公益资金。

#### 四、强化政府产业主导作用,制定相关产业扶持政策

政府主导是区域文化旅游产品开发的重要驱动力之一,是推动区域文化产业和旅游产业发展的主要力量。因此强化政府的主导作用,形成强有力的组织领导和工作推进机制,协调相关部门统一行动,构

建“政府主导、市场运作、业主开发”的产业发展思路,是实现江苏区域文化与旅游经济协同发展的重要保障。江苏省是著名的文化大省,各地市丰富的文化资源为旅游发展提供了强大的资源基础,具有文化旅游发展的天然优势。各地区政府部门要把旅游产业放在国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业的重要地位,通过旅游规划、招商引资、产品促销、市场监管、政策扶持等方式,支持和引导旅游产业的快速发展。文化发展,旅游先行,旅游经济的发展对文化又有较好的反哺作用,在苏州、南京、无锡、常州等旅游经济发达地区,地方政府不仅要引导旅游盈利资金用于文化保护,确保地域文化资源的保护和传承,还要充分利用旅游产业的带动效应,鼓励和引导旅游业与文化演艺,动漫影视,文化出版,文化娱乐等文化产业融合发展,从而带动区域文化产业的繁荣发展。文化管理部门和旅游管理部门应紧密配合,积极发挥其行政管理职能,着力于规范企业行为和市场秩序,协调内外各方关系,为文化企业和旅游企业结合发展提供较好的政策环境。旅游部门应联合文化部门开展文化旅游资源普查工作,制定系统科学的文化资源旅游开发规划,积极引导资金进行项目开发,并监督实施情况;同时组织对外宣传促销,抓行业服务质量和旅游安全、人才培养、信息交流、统计工作等。

政策支持是引导产业发展的有效途径。通过减免税费、简化审批手续、土地转让等方面的优惠政策,重点引导资金投向文化旅游开发,促进旅游企业向文化产业融合发展,使文化旅游产业结构向更合理、更均衡的方向发展,带动文化产业的发展繁荣。具体可采取如下政策:①积极的融

资政策。充分发挥资本市场的积极作用,多方面推动文化旅游业的产业化进程。在产业发展过程中,应摒弃地方保护主义的利益理念,选择各种有利的政策措施,吸引多种经济成份资金进入;可以采取股票上市、项目融资、股权置换、产业投资基金等多种方式在资本市场上进行融资;②优惠的税收政策。制定优惠的税收政策,调动文化旅游开发主体的积极性,鼓励内外资开发文化旅游项目,提倡文化旅游的文化反哺效应,文化旅游企业所得税可实行先征后退,作为文化保护基金,用于文化资源的保护和传承;③优惠的土地政策。加大对旅游项目用地政策的扶持力度,年度土地供应要适当增加旅游发展用地,对重大旅游项目要在用地上给予支持;④人才吸引政策。与江苏省内相关旅游院校建立长效合作机制,加快培养旅游人才,实施优惠的人才引进政策,引进高层次文化旅游人才。

### 五、加快文化旅游品牌建设,培育文化旅游企业集团

当前旅游地竞争已经进入品牌竞争时代,旅游品牌成为现代旅游业核心竞争力的关键,也是旅游产业向文化产业拓展,起到带动效应的基础。从旅游者的旅游动机来看,文化差异性是最重要的催化剂,是激发游客好奇心的“看点”,因此特色成为地方文化旅游品牌的生命,江苏省各地区文化丰富多彩、各具特色,为发展旅游业提供了独特资源,因此在旅游品牌建设过程中要把握地域文化的内核所在,深入挖掘特色文化,培育具有地方特色的文化旅游品牌,并加大宣传力度,扩大品牌影响力。江苏省旅游品牌建设可分为省级旅游品牌、地市级旅游品牌、县级旅游品牌和旅游企业

品牌。各地市旅游管理部门应加强资源整合,项目开发,着力打造区域旅游品牌,旅游企业应不断提升企业实力,增强产品竞争力和市场影响力,打造旅游企业品牌,从而形成区域旅游品牌与旅游企业品牌相互依托、结构稳固的旅游品牌体系。从江苏省现有品牌建设来看,一些地区已基本形成较为完善的品牌体系,如苏州市古典园林品牌、水乡古镇品牌等共同烘托了苏州

“东方水城,天堂苏州”城市旅游品牌,但更多的地区旅游品牌尚不完善,如泰州市近年来旅游景区品牌逐渐形成,但城市旅游品牌知名度不高,南通市旅游景区品牌和城市旅游品牌知名度不高,常州市景区旅游品牌与城市旅游品牌支撑与互动不够,宿迁市景区品牌较少等,因此文化旅游品牌的培育与推广还将是江苏大部分地区旅游发展的重要内容之一。

表1 江苏省13地市旅游品牌

城市	城市旅游品牌	主要品牌旅游景区
南京	博爱之都	中山陵,总统府,明孝陵等
苏州	东方水城,天堂苏州	苏州园林,周庄,同里水乡古镇
无锡	太湖明珠,甜美无锡	太湖鼋头渚,无锡影视基地,灵山景区
常州	中华龙城,江南常州	中华恐龙园,天目湖度假区,春秋淹城景区,环球动漫嬉戏谷
镇江	何处望神州,满眼风光镇江游	金山,焦山,北固山,茅山,南山国家森林公园
扬州	诗话瘦西湖,人文古扬州	瘦西湖,大明寺,扬州古城
泰州	文昌水秀,祥泰之州	凤城河风景区,千岛菜花景区,溱潼古镇
南通	近代历史名城,江海休闲港湾	狼山风景区,濠河风景区,南通博物苑
盐城	东方湿地之都,东方神鹿故乡	大丰麋鹿国家级自然保护区,国家级珍禽自然保护区,海盐历史文化风景区
淮安	伟人故里,运河之都,美食之乡,生态家园	周恩来纪念馆,周恩来故居,铁山寺森林公园,明祖陵,第一山景区
宿迁	生态宿迁,绿色家园	洪泽湖湿地公园
连云港	神奇浪漫之都	花果山风景名胜,连岛旅游度假区,渔湾景区
徐州	楚风汉韵,南雄北秀	徐州汉文化景区,龟山汉墓,云龙湖风景区

旅游产业的持续、快速、健康发展根本在于文化旅游企业的素质和实力。目前江苏旅游业大企业和上市企业数量不多,全国34家旅游上市公司中江苏只有金陵饭店一家。各地区旅游主管部门要针对旅游项目投入大,回报周期长的特点,出台更多有利于旅游企业发展、社会资本参与的政策,在旅游行业培育出一批大型综合性旅游企业集团,提高旅游企业抗风险的能力。对于苏州、无锡等旅游经济发展较好的区域,可以通过引导企业建立现代企业制度,推动企业以多种资产组织形式和经营方式进行改革,扶持诸如灵山景区、周庄古镇景区

等有条件的旅游企业积极争取上市,对于泰州、宿迁等旅游经济发展较为落后的区域,应通过给予资金、土地等政策支持,鼓励省内外、国内外大型企业参与旅游项目投资建设和产品开发,积极扶持旅游企业发展壮大。

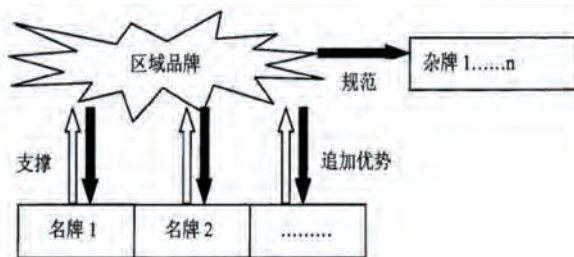


图1 旅游地品牌结构

## 六、拓展文化旅游产业链条,促进文化旅游融合发展

旅游产业的发展能够较好的带动区域文化产业的发展,因此积极拓展旅游产业链条,充分发挥旅游产业的关联带动作用,促进文化产业与旅游产业的融合发展是实现江苏区域文化与旅游经济协同发展的有效路径。在文化产业体系中,旅游业的发展对于文化演艺业、博物馆业、影视出版业、文化娱乐业等具有较好的带动作用,应积极推进旅游产业与这类产业的有效融合。旅游产业与文化产业的融合发展主要有渗透式融合、延伸式融合和拓展式融合三种方式,江苏省各地区在产业发展过程中,应根据自身具体情况,选择有效的融合方式。如南京、苏州、徐州等文化底蕴深厚地区,具有打造旅游文化演艺产业的资源基础,可以通过挖掘自身的文化内涵和文化优势,依托现代舞美技术,结合市场需求进行创作,打造优质的旅游文化演艺产品,在带动文化演艺产业发展的同时增强旅游地或旅游景区的核心吸引力。在苏州、无锡、常州等区内旅游景区知名度较高,发展较为成熟的区域,可以借助于旅游发展积累的品牌和市场,依托景区文化主题开发动漫、游戏、影视、图书及各类衍生品,从而带动相关文化产业的发展。此外,各地区休闲娱乐产品、工艺美术品、博物馆等产品也要主动适应旅游市场的需求,充分利用旅游业发展带来的庞大客源市场。在区域文化与旅游产业融合发展过程中,政府要做好支持引导工作,文化产业要主动对接,充分利用旅游的品牌效应和市场效应,实现文化产业与旅游产业的融合互动发展。

## 七、整合区域文化资源优势,实现区域旅游联动发展

江苏省内区域旅游经济差异较大,文化资源优势整合能够促进区域旅游联动发展,从而带动区域旅游经济的整体提升。江苏省文化资源整合主要包括文化区内整合和文化区外整合。按照本研究分类,江苏省可分为吴文化区、金陵文化区、淮扬文化区、海洋文化区和楚汉文化区五大文化区,各文化区内城市资源特色相近,区位相连,可根据文化区主要文化特色整合串联开发相关文化资源。文化区间旅游经济差异较大是江苏区域旅游差异的主要特征,因此文化区间文化资源整合是区域旅游联动发展的重点,依据江苏省内文化资源总体特色,可重点开发古运河历史文化游、佛教文化游,近代民族工业文化游和非物质文化遗产游等主题文化旅游线路产品,通过旅游线路将各地区文化旅游产品进行有效串联,从而带动各区域旅游经济的整体发展。除线路整合外,江苏省区域旅游的联动发展还应建立有效的合作机制,通过制定区域旅游合作发展政策,用规章制度的形式规划和引导旅游合作行为,为各地区旅游业发展提供一个统一的方向。在实际操作中,可采取一对一帮扶政策,通过省内旅游经济发达地区与欠发达地区的帮扶对接,用旅游发达地区的有效经验指导欠发达地区的旅游发展,同时在省级层面建立区域旅游联合发展协调中枢机构,在产品开发、资源共享、利益分配等方面进行综合调节,保证合作的顺利进行。

(作者单位:江苏理工学院213000)