

文章编号:1674-8107(2016)05-0076-05

江西省文化产业与旅游产业融合发展的 模式与对策研究

厉敏萍,卢 平,胡 峤

(井冈山大学商学院,江西 吉安 343009)

摘 要: 文化产业与旅游产业的融合是产业结构转型升级的必然要求,也是人民群众生活水平日益提高条件下消费诉求的必然表现。从文化产业与旅游产业之间的耦合性出发,通过分析江西省两大产业融合发展的基础,认为江西省的文化产业与旅游产业可采用资源整合、市场共拓、技术渗透、功能互补的融合发展模式,并通过政府支持以构建融入环境,坚持市场导向以融合产业要素,加强人才培养以建立高效团队,因地制宜以突出地域特色等策略,促进江西两大产业融合发展。

关键词: 文化产业;旅游产业;融合发展

中图分类号: F590

文献标识码: A

DOI:10.3969/j.issn.1674-8107.2016.05.013

产业融合是技术变革、扩散过程中自发产生的一种新现象,本质上是一种创新,目前在全球范围内发展态势十分迅猛。^[1]产业融合产生了新的产业发展模式,由此带动经济发展。从宏观层面分析,产业融合符合国家转型发展战略,是实现国家“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”目标的主要手段;从微观层面分析,产业融合是实现撬动发展杠杆、升级产业层级的主要路径与突破口。

文化产业与旅游产业的融合是实现江西发展升级、旅游强省战略的重要抓手、小康提速的重要途径、绿色崛起的重要依托。如何使江西省作为旅游资源大省变为旅游强省,江西省委、省政府高位推动产业融合。2012 年 10 月颁布的《江西省 2013-2015 年文化改革发展规划纲要》,2013 年 10 月颁布的《关于推进旅游强省建设的意见》,明确提出要加强旅游与文化两大产业融合。2015 年 2 月,江西省委、省政府在婺源召开全省旅游产业发展大会,鹿心社省长将“加强产业对接,推动文

化与旅游融合发展、推动城乡建设与旅游融合发展、促进旅游跨界融合发展,进一步推动旅游融合发展”作为全省旅游六项重点工作之一。然而,江西省作为旅游资源大省,要实现旅游强省建设目标,还须作出巨大的努力。因此,研究文化产业与旅游产业相融合的现实基础及模式,并提出可行性建议,对于江西省打造旅游发展的“江西模式”、创造旅游发展的“江西速度”具有十分重要的意义。

一、文化产业与旅游产业的各自边界以及耦合性分析

1. 文化产业与旅游产业的界定

文化产业是指专门提供文化产品或者为生产和经营文化产品提供物质设备和智力服务的行业或部门。究其本质,文化产业是一种经济行为,在客观上可以满足群众多样化的文化需求,以及促进文化的繁荣与发展。^[2]文化产业所包含的主要

收稿日期:2016-07-10

基金项目:江西省艺术规划项目“基于区域视角的旅游产业与文化产业融合发展研究”(项目编号:YG2014142)

作者简介:1.厉敏萍(1966-),女,山东五莲人,教授,主要从事区域经济研究。

2.卢 平(1993-),男,江西宜春人,本科生。

3.胡 峤(1993-),女,江西永新人,本科生。

部门有印刷出版业、广播影视业、新闻业、艺术创作等产业。从构成要素分析,文化产业主要是由文化资源、文化产品及文化市场组成的一个庞大的系统。其中,将文化资源变成大众喜闻乐见的文化产品所需要的技术支持,形成了文化产业的技术边界;通过各种文化产品展现不同的文化内容,构成了文化产业的产品边界;为文化产品提供价值实现的文化消费市场,筑起了文化产业的市场边界。

旅游产业是指旅游行业或与旅游行业密切相关并为其提供文化、信息、人力、物力、财力、智力等物质或非物质服务与支持的行业或部门,^[3]是由旅游资源、旅游产品和旅游市场构成的有机整体。自然景观、传统人文、社会经济文化等旅游资源,必须经过一定的技术开发手段,才能转化成特定的旅游产品,这便是旅游产业的技术边界。通过技术加工制作形成的各种旅游产品,构成旅游产业的产品边界。旅游产品在旅游消费市场获得价值认可,实现经济利益的最终目标,形成了旅游产业的市场边界。

2. 文化产业与旅游产业的耦合性

“耦合性”一词源于计算机术语,指各模块之间的联系程度。文化产业与旅游产业能够实现融合,是因为它们内部本身具有耦合性。旅游行为不单单是一种经济生活,更是一种文化生活;旅游业不但是经济事业,更是文化事业。^[4]一方面文化产业与旅游产业边界交叉,文化资源中包含着丰富的旅游资源,人文旅游资源的开发和鉴赏往往需要文化解读才具魅力。同时,现代旅游产业或消费者的旅游经济活动或多或少包含着文化的因素,故此旅游产业一旦离开了文化,就相当于人没了灵魂;另一方面,旅游业的发展有利于文化交流和传播,为文化资源的开发利用提供广阔的市场,丰富了文化内涵,创新了文化产业发展模式。总而言之,文化产业与旅游产业是互相依存、互相促进,只有在融合中,才可能实现“1+1>2”的效果。

二、江西文化产业与旅游产业融合的基础

产业融合要具备一定的融合基础。正是基于资源、产业、市场、技术所具有的耦合性天然存在于文化产业和旅游产业之中,相互融合便具现

实性。

1. 产业融合的资源基础

江西素有“物华天宝、人杰地灵”的美誉,拥有着丰富的文化和旅游资源。在自然风光旅游资源方面,有秀甲天下的九江庐山、道教祖庭鹰潭龙虎山、峰林奇观上饶三清山、植物王国宜春明月山、奇山伴草甸萍乡武功山、革命摇篮井冈山。在传统人文景观方面,有名闻中外的景德镇古窑、“英雄城”南昌的滕王阁和万寿宫,“宋城”赣州的古城墙和通天岩以及49个省级古色古香的历史文化古村。在文化资源方面,有道教文化、陶瓷文化、书院文化、茶文化、王阳明理学、庐陵文化、客家文化、红色革命文化以及绚丽多彩的传统民风民俗。尤其是江西作为革命圣地,红土地上见证中国共产党早期革命活动,有八一起义纪念馆、井冈山革命博物馆、中华苏维埃纪念园等爱国主义教育基地,展现了红色文化的魅力。

自古以来,江西人才辈出,拥有众多的历史名人,有田园派诗人代表陶渊明,享誉海内外的著名画家“八大山人”朱耷,留下千古绝唱“人生自古谁无死,留取丹心照汗青”的民族英雄文天祥,名列“唐宋八大家”的欧阳修、曾巩,在十一世纪开启轰轰烈烈改革的王安石,杰出书法家黄庭坚等等。这些历史文化遗产,是一份珍贵的文化财富。综上所述,江西省文化和旅游资源存量巨大,相互之间联系密切,有很好的可塑性,为两大产业融合提供了资源基础。

2. 产业融合的现实基础

为实现旅游强省战略,江西省委、省政府出台了一系列优惠政策,为两大产业融合奠定了坚实的产业基础。根据江西旅游政务网公布的数据(参见表1)显示,2014年江西省接待游客总数31306.15万人,比上年增长25.18%;旅游总收入2649.70亿元,比上年增长39.75%。其中,接待国内游客31134.47万人次,同比增长25.31%;国内旅游收入2615.17亿元,同比增长40.33%。入境游客171.68万人次,同比增长4.93%。旅游外汇收入55686.7万美元,同比增长6.05%。这充分表明江西省旅游业具有良好的发展前景。江西省旅游业产生的显著的经济效益,以及与日俱增的国际游客,为打造“旅游江西模式”奠定了坚实的基础。

表 1 2014 年江西省旅游产业发展情况

	累计	比上年增长(%)
接待旅客总数(万人)	31306.15	25.18
国内旅客(万人)	31134.47	25.31
入境旅客(万人)	171.68	4.93
旅游总收入(亿元)	2649.70	39.75
国内旅游收入(亿元)	2615.17	40.33
旅游外汇收入(万美元)	55686.7	6.05

(数据来源:根据江西旅游政务网旅游统计公布数据整理)

与此同时,江西省文化及与文化相关产业发展迅猛,尤其是印刷和出版业发展在全国名列前茅。根据江西省统计局数据显示,2014 年江西省文化产业主营业务收入 2 061 亿元,首次突破 2 000 亿大关,比上年增长 15.6%;文化产业增加值 580 亿元,占全省生产总值的 3.7%,比上年提高 0.2 个百分点;全省文化产业增速 15.6%,高出生产总值增速 5.9 个百分点。由此可见,文化产业作为“朝阳产业”,在江西经济中的地位越来越凸显,已呈现出强劲的发展活力。在产业发展进程中,产业边界越来越模糊、产业相互渗透态势加剧。产业融合成为优化产业结构的重要途径,文化产业和旅游产业融合发展正是产业转型发展要求。

3. 产业融合的市场基础

随着人们生活水平的提高,追求更高的生活质量成为消费者必然的选择,文化产品、旅游产品需求弹性大,城镇居民在文教娱乐、旅游服务等方面的消费支出在消费总量中的占比呈现上升趋势,为文化产业和旅游产业融合发展提供了深厚的市场基础(见表 2)。

表 2 2010—2012 年江西省城镇居民消费支出情况

项目 年份	城镇居民家 庭人均现金 消费支出 (元)	城镇居民家 庭人均文教 娱乐服务 消费支出(元)	占比(%)
2010 年	10618.7	1179.9	11.1
2011 年	11747.2	1429.3	12.2
2012 年	12775.7	1687.3	13.2

(数据来源:根据国家统计局人民生活指标相关数据整理)

在改变消费结构同时,人们的消费理念也在更新,朝着享受性消费转型。产品只是一个待发生的服务,服务则是实际上的产品。单纯的文化或旅游消费远不能满足人们多样化的需求,客观上要求产业不断创新。传统的观光旅游业态依旧保持快速发展,而民俗风情游、文化遗址游、人文景观游等旅游新业态的发展势头也异常迅猛。纯粹的文化产品通常抽象性程度高,只有具备专业知识修养的游客才能体验文化的深邃,但对普通的游客吸引力有限,从而限制了文化市场的受众范围。可见,将文化产业与旅游产业融合也是文化产业发展的必然要求。

4. 产业融合的技术基础

产业融合归根到底是创新,而创新要以一定的技术支持为条件。技术创新的溢出效应构成了产业融合的推力,是产业融合发展的催化剂。缺乏技术支持,产业融合就失去了搭建产业连接的纽带。现代信息技术为文化产业和旅游产业融合创新提供了有利条件。利用现代信息技术,文化和旅游产业便可以在资源整合、产品开发、市场推广等环节上顺利地展开融合。如将网络信息技术、文化产品生产技术等引进旅游业,可以创新文化和旅游的宣传及营销方式,降低旅游企业的交易成本,加快文化及旅游产业电子商务化推进进程,催生文化旅游产业等新兴业态。^[5]

三、江西文化产业与旅游产业的融合模式

在确立文化产业与旅游产业的融合模式进程中,既要考虑各自产业的资源禀赋、技术基础以及功能特点等,更要注重资源的地域性、产业的根植性,探索出适应江西实际的产业融合的模式。

1. 资源整合模式

消费者多样化的消费需求仅仅依靠单一的文化产品和旅游产品是难以满足的,可以通过彰显文化和旅游各自的资源优势,利用两大产业交叉边界寻找契合点进行资源整合,创建产业发展新业态。文化产业极具内涵的资源,可以填补旅游产业资源单一的景观游的不足;有着比文化产业更宽阔的展示平台的旅游产业,能使文化产品消费有更多的消费群体。将具有相似文化背景的文化资源和旅游资源进行整合,可以实现两大产业发

展的双赢。一方面,文化资源如传统技艺、民风民俗和民间艺术等可以借助旅游产业受众广的大平台得以保护和传播,使文化产业的创意空间和发展空间得以拓宽,为游客所认知。另一方面,旅游产业融入了文化元素,可为旅游注入新的活力,进一步丰富旅游产品的内涵和扩大产业外延,改造和提升传统旅游景观,吸引更多的游客前来观赏,使旅游收入不断增加。2008年景德镇在杭州举行的陶瓷文化展、2014年中国鄱阳湖国际生态文化节中的江西饮食文化展、2015年在郑州举行的赣南客家文化展等,可谓是文化资源与旅游资源深入整合的经典范例,不仅达到了文化交流与传承的目的,也带来了巨大的经济效益。

2. 市场共拓模式

旅游业发展带动了与之密切相关的文化产业的发展,巨大的市场消费潜能成为文化产业与旅游产业相融的有效路径。^[6]这种以项目合作、结构合并等形式来促进文化产业与旅游产业价值环节的对接而发展起来的方式就是市场共拓融合模式。这种模式实现了市场资源的充分利用和潜在的客户被挖掘,形成了产业之间互利共赢的局面,井冈山风景区建设便是例证。自景区建设之始,相关部门在着力旅游开发的同时,注重文化传承、观光休闲和文化旅游共建。景区内拥有杜鹃山、龙潭、五指峰等自然风光外,还加入了红色课堂、以井冈山斗争为题材的多样化的艺术展演等丰富的红色文化元素,形成了歌舞娱乐、文化演出、电影等八大文化市场;创建了井冈山斗争全景画馆、大型实景演出《井冈山》舞蹈史诗、大井领袖峰、黄洋界保卫战再现4D动感影院等一大批红色文化品牌和红色旅游场馆。与江西电视台共同打造的“红歌会”,在全国范围内掀起了唱红歌的热潮,如今的“中国红歌会”已成为江西文化品牌的一面旗帜。

3. 技术渗透模式

信息技术的支持在文化产业、旅游产业的发展中起着关键性的作用。缺乏技术的支持,再好的创意也无法付诸实践。文化产业的技术主要是指文化产品创作方法,而旅游产业的技术是资源开发技术。要实现文化产业和旅游产业的融合发展,关键是要实现文化创作方法和资源开发技术的有机融合,破除两者之间的技术壁垒。只有推动文化

产业与数字技术、互联网和电子信息技术等现代高新技术的融合,将文化产品与旅游业联系在一起,使文化产业与旅游产业共赢发展。例如,江西的明月山景区进行了《砸游记》和《咱们穿越吧》、青原区富田组织了《爸爸去哪儿》等户外真人秀电视拍摄任务,不仅制作出了优秀的文化作品,更提高了旅游景区在全国甚至世界的知名度。

4. 功能互补模式

产业都有自己特定的功能和运行机制。当其功能为旅游产业所运用,便构成了与旅游产品在功能上的融合点。^[7]文化产业的主要功能是经济功能、政治功能和社会功能。其中的社会功能包括:一是娱乐功能,文化产业具有满足大众放松身心、活动肌体、交流情感的作用;二是审美功能,人们消费的文化产品中蕴含着美学内涵,人们可从中得到精神的愉悦和心灵的陶冶。旅游产业提供的产品或服务主要是满足人们休闲养身、陶冶情操的需要,但其产品缺乏丰富的精神内涵,体验冲击感不强。而文化产品具备丰厚的精神内涵,起到陶冶消费者的情操,提高消费者的文化素养、道德水平、科学知识水平,全面改善生活质量的功效,弥补了旅游产品功能上的不足。

四、江西文化产业与旅游产业融合发展的具体对策

要实现文化产业和旅游产业的融合发展,需要政府的政策支持,更需要市场主体通力合作。

1. 政府支持,构建融合环境

文化产业与旅游产业的融合发展,需要政府的顶层设计。首先,在制度上实现变迁。当前江西处于社会经济的快速发展与变革时期,制度变迁与产业发展不匹配,文化产业与旅游产业的融合还处在较封闭的体系中,出现了错位管理、多头管理、监管真空等问题,制度障碍严重地阻碍了文化产业与旅游产业的融合创新发展。以武功山、明月山开发为例,武功山、明月山位于宜春、吉安、萍乡三市交界地带,三市政府为追求本体利益最大化,各自出台开发方案和开发模式,无法形成合力,严重阻碍了武功山、明月山文化旅游产业的发展。为此,要求政府深化管理体制,制定符合产业发展要求的更科学的监督管理制度,实现统一监管,跨界治理,规范市场,发挥市场对资源的支配作

用,才能使改革红利释放,产业融合有序;其次,在资金税收方面给予保障。江西文化产业与旅游产业的融合还处在初级阶段,产业融合机制尚未形成,需要政府在资金信贷、税收减免、贷款担保等方面给予支持。

2. 市场导向,融合产业要素

江西文化产业与旅游产业的融合最终要落实到产业要素的融合。在资源层面,将人文、历史、艺术等文化资源和旅游资源融合,能提升旅游产品的多样性和拓展产业链,提高旅游产品附加值,并使文化得到保护和传承。在技术层面,两大产业都有各自的专业领域和核心技术,将两大产业的核心技术进行改良和融合,可以延伸产业范围,优化组织形态,创新运行模式^[8],促进文化产业与旅游产业的深度融合。在产品层面,文化产品和旅游产品边界有一定的重合,将文化产品和旅游产品深度融合,优势互补,创造出人民群众喜闻乐见、有益身心健康的优秀作品。如《中国红歌会》,该产品同时具有文化元素和旅游基因,成功地促进了江西文化产业与旅游产业的融合,推动了文化旅游产业的发展。

3. 人才培养,建立高效团队

产业要发展,人才队伍是关键,高素质的人才就是高效团队的基石。产业融合也意味着对产业人才提出了更高的要求,呼唤大量既懂旅游又知识丰富的复合型人才。江西地处中东部,经济基础相对薄弱,人才短缺制约着江西的发展。鉴于外地高素质人才难以引入,在人才培养上可对本土人才进行靶向培养。结合江西教育现状,大力整合高校

和社会教育资源,在高校加强文化产业和旅游产业学科的建设,鼓励高校增设与文化和旅游相关的双学位,引导和鼓励大学生攻读双学位。同时注重产研结合,一方面文化产业和旅游产业相关企业要提供机会,让员工进入高校培训,交叉学习;另一方面高校学生也要开辟途径进入企业实习,熟悉文化产业与旅游产业一线的工作。

4. 因地制宜,突出地域特色

文化产业与旅游产业的融合发展,要求创新更具特色、更富内涵的文化旅游产品。江西自古以来就是文化大省,把江西底蕴深厚的文化融入旅游,将极大地促进江西文化旅游产业的繁荣。龙虎山“道教文化节”,集道教朝圣、旅游观光、经贸洽谈和民俗采风为一体,是国内唯一以道教文化为主题的盛大旅游节,享誉海内外;宜春明月山的“月亮文化节”已经成为文化旅游盛事;经典互联网营销“宜春,一座叫‘春’的城市”成功让宜春的气候宜人、环境优美变成了靓丽的城市名片;万载的“烟花文化节”,吸引来了大量游客和花炮客户,带动了万载烟花产业的发展。在江西这块红色的热土上,拥有革命摇篮井冈山、红色故都瑞金、英雄城南昌等红色旅游资源,利用红色资源开展的红色培训已成为全国文化旅游产业融合发展的典范。

总之,在经济新常态下,江西的文化创意产业、旅游产业的增长出现加速增长态势,表明产业融合产生了良性互动,带动了江西出版、影视、交通、餐饮等行业的发展。我们相信,文化产业与旅游产业融合发展将会成为“十三五”期间江西经济增长的新引擎。

参 考 文 献

- [1] 卢福财,吴昌南.产业经济学[M].上海:复旦大学出版社,2013.
- [2] 于洁.文化产业与旅游产业[J].旅游学刊,2007,(10).
- [3] 马勇,周霄.WTO与中国旅游产业发展新论[M].北京:科学出版社,2003.
- [4] 于光远.旅游与文化[J].瞭望周刊,1986,(3).
- [5] 王朝辉.产业融合拓展旅游发展空间的路径与策略[J].旅游学刊,2001,(6).
- [6] 徐虹,范青.我国旅游产业融合的障碍因素及其竞争力提升策略研究[J].旅游科学,2008,(4).
- [7] 麻学峰,张世兵,龙茂兴.旅游产业融合路径分析[J].经济地理,2010,(4).
- [8] 姜永常.旅游产业融合发展的动力、机制与策略研究[J].哈尔滨商业大学学报,2013,(4).

(下转第102页)

合后完成意义建构。通过考察,还发现除隐喻机制意外,经济原则、凸显和百科知识等要素在网络新词形成的意义建构过程中也都发挥着重要作用。

五、结语

文章运用认知语言学的概念整合理论,对基于隐喻机制形成的网络新词语进行穷尽性考察。

基于封闭语料分析发现,基于隐喻机制形成的网络新词主要借助语音隐喻、非拟人隐喻和拟人隐喻等方式串联概念整合网络的多个空间,并最终完成新的意义建构。隐喻机制在网络新词意义建构过程中的作用关键,但形式多样。同时,通过概念整合理论的应用,文章也进一步证明了该理论对隐喻机制和意义建构的强大解释力。

参 考 文 献

- [1] 尤晓刚. 网络新词语形成的认知机制分析[J]. 衡阳师范学院学报, 2016, (4).
- [2] Lakoff, G. & Johnson, M. *Metaphors we live by*[M]. Chicago: University of Chicago Press, 1980.
- [3] Kvecses, Z. *Metaphor*[M]. Oxford: OUP, 2002.
- [4] Fónagy, I. Why Iconicity[A]. In M. N?nny & O. Fischer (Eds.). *Form miming meaning——Iconicity in language and literature*[C]. Amsterdam: John Benjamins, 1999.
- [5] 李弘. 语音隐喻初探[J]. 四川外语学院学报, 2005, (3).
- [6] Fauconnier, G. & Turner, M. *The way we think*[M]. New York: Basic Books, 2002.

Meaning Construction of Metaphor-based Cyber-formed Words

YOU Xiao-gang^{1,2}

(*School of Foreign Languages, Henan University, Kaifeng 475001, China;*

School of Foreign Languages, AUFU, Bengbu 233030, China)

Abstract: This paper contains an exhaustive investigation of metaphor-based cyber-formed words in the light of conceptual integration theory in cognitive linguistics. On basis of the closed corpus analysis, it is found that meaning construction of such words is realized through serial integration of multiple cyber spaces via sound metaphor, non-personal metaphor and personal metaphor.

Key words: metaphorical mechanism; cyber-formed words; conceptual integration theory; meaning-making

(责任编辑:刘伙根,庄暨军)

(上接第 80 页)

A Study of the Mode and Counterstrategies for Integrated Development of Cultural and Tourist Industries

--With a case study of Jiangxi Province

LI Min-ping Lu Ping Hu Qiao

(*School of Commerce, Jinggangshan University, Ji'an 343009, China)*

Abstract: The integration of cultural and tourist industries is an inevitable requirement for industrial upgrades and a demand from mass people with higher lives. With a case study of Jiangxi province and based on the coupling possibility between the industries, this paper analyzes the basis and mode for such integration, and puts forward countermeasures in terms of governmental guidance, market direction, talent development and local features.

Key words: cultural industry; tourist industry; integrated development

(责任编辑:刘伙根,庄暨军)