

[文章编号] 1009-3729(2012)04-0090-04

# 河南省文化产业与旅游产业融合 发展中存在的问题及对策

周桂英

(郑州轻工业学院 经济与管理学院, 河南 郑州 450002)

**[摘要]** 河南省文化产业与旅游产业具有共生性,相互依存、相互促进,它们的深度融合对河南省实现文化强省和旅游立省的战略目标、实现经济发展方式的转变具有深远的意义。然而,在河南省文化产业与旅游产业的融合发展中仍存在着诸如管理体制不合理、文化产业化程度低、旅游产品内涵不丰富、文化旅游产品缺乏创意等问题。要实现两者的深度融合,需要创新管理体制和工作机制、加快文化部门的产业化发展、挖掘旅游产品的文化内涵、增强项目的创意策划等。

**[关键词]** 文化产业;旅游产业;中原经济区;融合发展

**[中图分类号]** F592.6;G124 **[文献标志码]** A **[DOI]** 10.3969/j.issn.1009-3729.2012.04.020

要加快中原经济区建设,实现河南省经济发展方式的转变,文化产业与旅游产业的融合发展大有作为。河南省是一个拥有姓氏文化、文字文化、功夫文化、根亲祖地文化等丰富文化资源的文化大省,同时也是一个古迹遍布、交通便利的旅游大省,但并非文化强省和旅游强省。因此,探索文化产业与旅游产业的融合发展对策,对河南省实现“文化强省和旅游立省”的战略目标具有重大的现实意义。

## 一、产业融合理论的研究回顾

产业融合已经成为一种趋势,正逐渐改变着传统产业,推进产业结构的调整和产业边界的模糊化。产业融合发展的动力是追求效益的最大化,技术创新和技术融合则起着催化剂的作用。当前,产业融合作为一种经济现象,已引发学界的广泛关注和研究。

### 1. 对产业融合的界定

国外最早对产业融合的研究源于数字技术的出现而导致的产业之间的交叉。1978年,麻省理工学院的 Nicholas Negroponte 用3个重叠的圆圈来描述计算、印刷和广播三者的技术边界,认为3个圆圈的交叉处将是成长最快、创新最多的领域。<sup>[1]</sup> 1980年

代, Yoffie 等<sup>[2-4]</sup> 学者从不同视角对产业融合的涵义进行了界定。根据欧洲委员会“绿皮书”(Green Paper)的定义,融合是指产业联盟与合并、技术网络平台和市场的融合<sup>[5]</sup>。国内学者也从不同的角度给出了产业融合的定义。厉无畏<sup>[6]</sup>认为,产业融合是指不同产业或同一产业内的不同行业相互渗透、相互交叉,最终融为一体,逐步形成新产业的动态发展过程。高新技术及其产业的发展是产业融合的强大助推器,1+1>2的生产效率和经济效益则是产业融合的高能发动机。马健综合了国内外学者对产业融合的研究,提出产业融合是“由于技术进步和放松管制,发生在产业边界和交叉处的技术融合,改变了原有产业产品的特征和市场需求,导致产业的企业之间竞争合作关系发生改变,从而导致产业界限的淡化甚至重划产业界”<sup>[7]</sup>。

### 2. 产业融合的方式和程度

厉无畏等<sup>[6,8,9]</sup>认为,产业融合有不同的方式,但都能促成整个产业结构的升级,并构建出融合型的新产业体系。产业融合主要形式有三种:一是渗透融合,即高新技术向其他产业渗透,形成新的产业;二是延伸融合,即通过产业间的延伸和互补,实现产业间的融合;三是重组融合,即原本各自独立的

[收稿日期] 2012-04-20

[基金项目] 河南省人民政府决策研究招标课题(2011B911)

[作者简介] 周桂英(1966—),女,河南省新乡市人,郑州轻工业学院副教授,主要研究方向:跨文化。

产品或服务通过重组完全融为一体的整合过程。

马健<sup>[10]</sup>提出,根据融合后对原有产业的替代程度的不同,可将融合程度分为三种类型:一是完全融合,指通过融合,新产业逐渐替代原来产业,使原来产业不断缩小,直至最后完全消失;二是部分融合,指融合后的新产业部分地替代了原来产业的市场需求,与原来的产业之间形成替代且互补的关系;三是虚假融合,指融合只是发生在产业内部,没有发生在产业的边界处,融合后的产业不能替代原来产业的市场需求。

通过以上文献回顾可以看出,现有的产业融合研究涉及文化产业与旅游产业融合者很少,结合河南省省情的就更是凤毛麟角了。本文拟从文化产业与旅游产业融合的理据出发,通过对河南省文化产业与旅游产业融合发展的现状进行分析,提出促进河南省文化产业与旅游产业融合发展的对策。

## 二、文化产业与旅游产业融合的理论依据

### 1. 文化与旅游相互依存、相互促进

文化与旅游之间存在密切联系,两者相辅相成、相互促进。旅游的灵魂和魅力在于文化,文化通过旅游这一载体得到传播和弘扬,文化与旅游的融合构成了不同地区的旅游特色,且可以产生叠加放大的蝴蝶效应,旅游使文化更富活力,文化使旅游更具吸引力。旅游以文化为底蕴,丰富的文化资源既可以拓展旅游的发展空间,又能够呈现不同地域的民俗风情和旅游特色,提升旅游的文化品位。它不仅可以使游客摆脱社会角色的束缚,缓解工作上的压力,身心得到放松和调理,而且能满足游客对精神文化的需求,使游客在旅游中获得文化享受和精神愉悦。文化以旅游为重要载体,旅游景点是不同地域、不同民族游客的集散地,是各类文化得以传播和弘扬的重要场所。因此,挖掘保护文化资源,让地下的文化走上来、书本的文化走出来、死的文化活起来、静的文化动起来,通过旅游这一载体加深游客对不同地域文化的认识 and 了解,有利于促进文化的发掘、传承与繁荣。

### 2. 文化产业与旅游产业具有共生性

文化产业与旅游产业能够相互促进,共同发展。一方面,文化产业促进旅游产业的发展。对文化内涵的挖掘可以使旅游资源的品位得到提升、旅游的精神文化内涵得到丰富、旅游产品的差异性得到增强,对于旅游业的转型升级和旅游产业竞争力的提升具有极大的促进作用。另一方面,旅游业助推文化产业的发展。优化升级后的旅游业以文化产业为

依托,活力进一步增强,市场空间得到进一步拓展,经济效益和社会效益得到体现,可为文化产业的发展提供巨大的市场空间和资金支持,从而促进文化产业向纵深发展,实现文化产业的市场化、规模化、高科技化和精品化发展。

## 三、河南省文化产业与旅游产业融合发展中存在的问题

与丰富的文化旅游资源优势 and 当前日益增长的市场需求相比,河南省文化产业与旅游产业的融合还不够深入,仍存在着诸多问题。

### 1. 现行管理体制不合理

体制问题是制约河南省文化、旅游产业融合发展的一大障碍。河南省的文化旅游资源分属于多个政府部门管理,且分属不同的行政区域管理。<sup>[11]</sup>这种条块分割、多头管理的体制造成各个部门各自为政,各自建立相对独立但又不够完善的文化旅游景观营运体系。如文化部门管理的娱乐休闲场所和文化场馆、文物部门利用自身掌握的文物资源建立的文物保护单位和博物馆、宗教部门管理的宗教庙宇、园林部门管理的主题公园、林业部门管理的自然保护区和森林公园、水利部门管理的水利风景区、旅游部门管理的风景区和度假区等,未能进行有效整合,纯文化元素或纯旅游元素较多,文化元素未能渗入旅游元素,旅游元素未能彰显文化底蕴,二者未能进行有效融合,无法形成极具吸引力的优质文化旅游资源,有的甚至存在着行业保护和地方保护的现象,严重束缚了文化、旅游产业的融合发展。

### 2. 文化产业化程度低

一直以来文化都被当成一种事业而不是作为一种产业。河南省文化业还没有进入真正的产业化时代,文化产业在很大程度上还停留在计划经济阶段,市场经济文化产业成分还不够。河南省缺少的是把丰富的文化宝藏开发“变现”为产业化的经济运作,至今河南省没有培育出在国内、国际市场颇具竞争力的知名文化产品、大的文化产业集团和强的文化产业。文化部门多数是各级政府部门管辖下的国有事业单位;即使有的成立了公司,其实际的管理体制仍是非市场化的事业性质。更多的文化旅游资源特别是非物质文化遗产资源仍然保持其原始的无形性,甚至丝毫没有进行产品和产业化开发,无法投入市场,这就造成了文化资源的巨大浪费。如果不加快文化产业化的步伐,不仅会有更多河南的“花木兰”、“恐龙蛋”成为别人创造财富的资源,而且中原文化宝藏都可能变成全国乃至全世界文化淘金者的掘宝地。

### 3. 旅游产品内涵不丰富

在旅游产品开发中,文化与旅游脱节的现象比较突出。河南省文化、旅游部门仅从各自的角度出发考虑问题,缺乏互动与互促,文化部门只研究文化产品、旅游企业只研究旅游,对旅游产品的深层文化价值挖掘得不够深,没有体现出中原深厚的文化内涵,作为旅游灵魂和核心的文化没有得到突出体现,文化资源的价值没有得到最大限度的开发利用,缺乏在全省有名、在全国有影响的富有中原特色的文化旅游产品。目前河南省的旅游产品大多还是依托自然资源开发的自然景区,既无法与南方的自然风光相比,又缺少文化元素的融入,景点“有景无文”的现象比较突出。尽管河南省的文化资源较为丰富,且不少已成为旅游景点,但由于对文化内涵的挖掘与开发不够,有文化无市场的现象也很突出。

### 4. 文化旅游产品缺乏创意

近年来,河南省出现了一些有创意的优秀文化旅游产品,如《禅宗少林·音乐大典》和《大宋·东京梦华》等。《禅宗少林·音乐大典》是以嵩山少林佛教禅宗文化为背景,利用现代科技打造出来的创意性文化旅游产品。演出规模宏大,音画一体,近600人的禅武演绎、僧侣的现场唱诵给人以极大的震撼。《大宋·东京梦华》是一个大型水上实景演出。演出采用高科技手段打造出梦幻般的效果,婉约的景致、浪漫的旋律、宏大的场面、华丽的视觉场景,使人仿佛置身于900多年前的那个鼎盛王朝。两个项目的成功证明了文化旅游产品离不开好的创意。不过,这样成功的范例太少。河南省有圣贤文化、古都文化、姓氏文化、寻根文化、武术文化等厚重和多元的文化资源,但河南省直观地展示地域特色、反映文化旅游资源的高层次创意项目匮乏:缺乏把文化遗产等一些“死”的东西转变为游客喜闻乐见、愿意体验的“活”的产品的创意,缺乏对文化进行产品转化的包装和创意,缺乏在文物保护法、风景名胜区保护条例等法规下做好地域文化保护与开发的创意。

## 四、加快河南省文化与旅游产业融合发展的对策

### 1. 创新管理体制和工作机制

首先,应改革文化与旅游产业融合发展的管理体制。文化产业与旅游产业的融合发展需要有科学合理的管理体制,而目前的条块分割、政出多门的管理体制不仅不能促进两种产业的融合发展,还与此目标相抵触。因此,相关政府部门应高屋建瓴,以发展“大文化、大旅游、大产业、大市场”的魄力,改革

创新文化产业与旅游产业的管理体制,构建协调、统一、高效和共促发展的旅游文化产业管理新体制,为文化产业和旅游产业的融合发展提供体制保障。

其次,建立文化产业与旅游产业融合发展的新机制。建立常态化的合作协调机制,实行“联席会议制度”,调动省直和各地方相关部门的资源,加强相关部门之间的合作,形成“政府主导、文化旅游部门主管、相关部门联动、社会参与”的旅游与文化产业融合发展机制,定期召开联席会议,及时解决融合发展过程中的各类问题,特别是在制定《河南省旅游发展总体规划》时,要将文化资源的挖掘、研究、开发、利用与旅游产业发展一同规划、部署、安排,引导文化旅游企业进行合理的开发建设;建立产业融合的企业主体机制,以特色鲜明的文化旅游企业 and 企业集团为主,组建一批文化旅游产业集团,按照现代企业管理制度的要求实施市场化运作;完善产业融合的投融资机制,推进条件成熟的文化旅游企业上市融资,放宽市场准入的要求,允许民间资本进入。

### 2. 加快文化部门的产业化发展

文化产业化是文化与旅游融合发展的关键环节。2009年以来河南省推出的8个文化改革试验区的文化单位的改革已经初见成效:比如登封市、浚县已全面完成影剧院、电影公司、剧团等单位的改制,开封歌舞剧院、淮阳人民剧院、宝丰县影剧院和剧团的改制也正在稳步推进。镇平县整合县剧团、剧管会的优势资源,成立了县民间文化艺术演艺公司。昔日的“艺术天骄”逐渐融入市场。这些文化单位的破冰之举对河南省的文化产业化发展起到了积极推动作用。河南省其他各地、市也都积极行动起来推进文化单位产业化。只有这样,文化产业与旅游产业才能够站在同一个平台上,更好更快地实现产业的深度融合。另外,文化领域长期靠各级财政拨款,资金来源渠道单一,运营机制不灵活。因此,建立多元化的文化产业投融资平台,筹集文化产业发展资金,有利于吸引民营资本参与文化产业的发展,能够加快文化的市场化、产业化进程。要重点发展影视广播、新闻出版、演艺娱乐、动漫游戏、文化创意等文化产业,扶持具有中原文化特色的重大文化项目,打造全国知名的文化产业集团和文化产业基地。

### 3. 挖掘旅游产品的文化内涵,打造文化旅游精品

开封市清明上河园的成功运作充分展现了利用并挖掘历史文化内涵的效果。这个文化旅游项目给游人“一朝步入画卷,一日梦回千年”的感觉:汴河上千帆竞发,百舸争流;河边的汴京古城集市繁忙,

熙熙攘攘;城门楼、街景、河道、虹桥、店铺、码头、船坊等一应俱全,游客可以走进那里的酒楼、当铺、茶肆去体味当年汴京人的繁华生活,也可以观赏到汴绣、官瓷、年画等现场制作,欣赏荟集民间的游艺、杂耍和盘鼓表演,还可以亲身体验神课算命、博彩、斗鸡、斗狗等京都风情。清明上河园极大地拉动了河南省旅游经济的发展。

河南省的文化旅游资源普遍具有较高的历史价值和文化价值,且不少文化旅游资源极具特色禀赋,打造为旅游精品的潜力巨大。文化部门应深度挖掘历史文化资源的内涵来精心打造文化旅游品牌,培育具有中原风貌、时代特征和国际影响力的文化品牌,建设中原历史文化旅游区、黄河文化旅游带和南水北调中线生态文化旅游带等重点文化旅游景区和精品旅游线路;打造旅游演艺品牌,充分利用河南省戏曲、杂技、武术等优势资源,努力打造出诸如《风中少林》等能够展示中原文化特色且具有国际影响力的演艺品牌,丰富河南省旅游业的文化内涵;打造古都文化旅游品牌,以郑州、洛阳、开封、安阳四大古都龙头,以遍布全省的古迹文物为依托,挖掘其历史文化内涵,以历史人物或历史事件为原型,设计形式新颖的旅游活动,并逐步形成精品品牌;河南省的姓氏文化源远流长,百家姓中有73个兴起于河南,还有诸多名人故里,应利用名人(姓氏)节会文化发展文化旅游,打造名人(姓氏)节会文化旅游品牌。

#### 4. 增强项目的创意策划

创意就是具有新颖性和创造性的想法。文化与旅游融合的项目越来越依赖于创意策划,只要创意新颖独特,项目就能够取得良好的经济效益。通过创意策划,开发出体验、手工、表演等人工旅游活动,向游客提供具有知识性、艺术性和趣味性的旅游产品,使游客不仅是文化旅游产品的旁观者,更是参与者、体验者,使项目达到增强吸引力、拉动消费的效果。

创意能够赋予旅游业以灵魂和风采,让旅游业插上腾飞的翅膀。河南省人文资源在全国首屈一指,比如安阳的马氏庄园,在规模和文化内涵上并不逊色于乔家大院;马丕瑶之女马青霞,与秋瑾齐名,有“南秋北马”之称,孙中山还曾为其题写“天下为公”的牌匾;尧山大佛如果创意好,可能会像乐山大佛一样有名,成为火爆景点;太极文化、恐龙文化等也独具价值。但这些文化旅游景点在国内的知名度都不高,究其原因还是创意缺乏。因此,要大力发展文化创意产业,通过对文化资源的包装、演绎等,以演艺、摄影、节会等诸多表现形式,使抽象的文化形象

化、零碎的文化系统化、高雅的文化通俗化、精英的文化大众化,从而加快文化产业与旅游产业融合的步伐。

## 五、结语

促进文化产业与旅游产业的融合发展是加快中原经济区建设的需要,是实现河南省经济社会可持续发展的必然选择。各级政府应从科学发展的高度出发,加快转变经济发展方式,积极采取措施促进文化产业与旅游产业在企业层面、产品层面、市场层面等方面的全面融合,实现资源的优化整合,延长产业链条,提升文化和旅游产业生产力,将文化旅游产业培育成河南省新的经济增长点,并使其逐步成为河南省的支柱产业之一。

### [参 考 文 献]

- [1] Brand Stewart. The Media Lab: Inventing the Future at MIT [M]. New York: Viking Press, 1987: 78.
- [2] Yoffie D B. Competing in the Age of Digital Convergence [C]. Boston: The President and Fellows of Harvard Press, 1997: 25.
- [3] Greenstein S, Khanna T. "What does industry mean?" [C] // Competing in the age of digital convergence. Boston: The President and Fellows of Harvard Press, 1997: 102.
- [4] Malhotra A. Firm strategy in converging industries: An investigation of US commercial bank response to US commercial investment banking convergence [D]. Maryland: Maryland University, 1999: 13.
- [5] European Commission. Green paper on the convergence of telecommunications, media and information technology sectors and the implications for regulation [EB/OL]. (2006-05-12 [2010-10-05]). [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/internet/124165\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/internet/124165_en.htm).
- [6] 厉无畏, 王慧敏. 产业发展的趋势研判与理性思考 [J]. 中国工业经济, 2002(4): 5.
- [7] 马健. 产业融合论 [M]. 南京: 南京大学出版社, 2006: 4.
- [8] 陈柳钦. 产业融合的发展动因、演进方式及其效应分析 [J]. 西华大学学报: 哲学社会科学版, 2007(6): 71.
- [9] 郑明亮. 产业融合模式下的中小企业竞争战略选择 [J]. 潍坊学院学报, 2007(3): 95.
- [10] 马健. 产业融合识别的理论探讨 [J]. 社会科学辑刊, 2005(3): 86.
- [11] 杨宏恩, 田晓燕. 河南省文化产业发展的的问题与对策探讨——基于旅游强省的视角 [J]. 河南财政税务高等专科学校学报, 2010(3): 50.