

DOI:10.13216/j.cnki.upcjess.2019.05.0015

文旅深度融合的内在机理、基本模式与 产业开发逻辑

张胜冰

(中国海洋大学 文学与新闻传播学院, 山东 青岛 266100)

摘要: 文旅融合是当下的热门话题,影响着我国文化产业和旅游产业的发展方式。文旅融合的关键是深度融合,不能简单地把两者叠加在一起,而是要通过系统内部的耦合关系促成两者在系统要素上密切关联,产生化学反应。文旅融合的基本模式有原生态文化保护型模式、文化资源开发利用型模式、IP延伸授权型模式、“文化+科技”的娱乐型模式和“文化+地产”的休闲度假型模式等。要做到深度融合,就要遵循注重要素融入、秉承生活真实性、坚持创新性转化、尊重文化发展规律等原则,使其成为文旅融合的产业开发逻辑。

关键词: 文旅深度融合; 内在机理; 融合模式; 产业开发逻辑

中图分类号: G124 **文献标识码:** A **文章编号:** 1673-5595(2019)05-0094-06

文化产业与旅游业融合发展是我国文化产业发展的重要方式,也是政府鼓励的发展方向。在各级政府制定的文化产业发展规划中,文旅融合受到了特别重视。从内在属性来看,文化与旅游存在着相互融合、彼此促进的关系。早在2009年8月,原文化部会同国家旅游局出台了《关于促进文化与旅游融合发展的指导意见》,2014年8月,文化部又会同财政部出台了《关于推动特色文化产业发展的指导意见》,指出要“加快特色文化产业与旅游等相关产业的融合发展,提升产品品质,丰富产品形态,延伸产品链条,拓展特色文化产业发展空间”。2018年3月,文化部与国家旅游局完成机构合并,组成文化和旅游部,文旅融合模式在国家层面受到重视和肯定。本文主要就文化产业与旅游业如何达到深度融合进行探讨,阐述它们融合的内在机理、基本模式及产业开发逻辑。论述中主要以我国文旅融合为例,并适当结合国外的实例进行分析。

一、文旅融合的内在机理与本质要求

文旅融合是当下的热门话题,影响着我国文化产业和旅游产业的发展方式,受到广泛关注。文化

产业与其他产业的不同在于,它与许多相关产业存在着交叉渗透,与旅游业的交叉渗透更为明显。文化产业的特点在于“跨界”性,它跨越了多个行业的边界,这就为产业融合带来了可能。反过来看,许多产业能够与文化产业融合,也是因为其自身包含许多文化要素和特质,其活动具有文化属性,与文化有密切联系,由此形成的产业也必然带有文化的性质。美国学者丹尼尔·马托认为,“所有产业都是文化的”^[1],这个看法虽然比较笼统和宽泛,但也不无道理。“所有产业都是文化的”,应该理解为所有产业中都包含文化要素,因为人是产业的主体,人的创造活动受到文化观念的影响,从这个意义上讲,所有产业都是文化的,都与文化产业有关。

通常来说,人们是按照对文化的固定理解来理解文化产业的,是就其狭义而言的。狭义的文化主要包括文化内容行业,如音乐、舞蹈、文学、绘画、影视、动漫、游戏等,涵盖了文学、艺术诸领域。在现代社会,随着创意经济的兴起,文化产业的范围其实已经不再局限于狭义文化的范畴,而是包括了许多与文化创意密切相关的新兴领域,这些领域甚至延伸

收稿日期: 2019-08-29

基金项目: 教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(19JZD036)

作者简介: 张胜冰(1957—),男,山东邹平人,中国海洋大学文学与新闻传播学院教授,博士,博士生导师,国家文化产业研究中心副主任,研究方向为文化产业、城市文化等。

到工业、农业、商业、旅游业和人们的日常生活,使得文化产业与许多行业产生交叉融合,这其实反映出文化产业与其他相关产业具有耦合关系,这是它们能够实现融合的内在机理。

耦合指两个或两个以上的系统或运行方式之间存在紧密配合和相互影响。^[2]耦合也是一种交叉渗透关系,你中有我,我中有你,彼此关联。文化与旅游存在着突出的耦合关系,它们更容易交叉渗透,形成紧密的联系。从文旅融合的机理来看,文化产业与旅游业是通过两个行业系统内部的各子系统或要素之间产生的相互作用和相互耦合,并借助系统内部和外部动力机制的推动作用,来促成两大产业要素实现整合和渗透,达到产业融合的效果。

文化与旅游两个行业的关联性很强,这是它们能融合的产业基础。这个关联性首先是系统要素的关联。文化产业与旅游业虽是两个不同的行业,但它们都具有突出的文化属性。文化产业着眼于文化内容的提供和相关硬件的生产和服务。从旅游业来看,旅游体验中离不开文化的参与,吸引游客的东西除了自然风光外,更重要的是不同文化带来的魅力,这就需要在旅游中提供更多的文化元素。一方面要在文化资源中保留传统文化记忆,使人们沉浸在厚重的历史感中;另一方面要有文化创新追求,让人体验到文化创新的力量和新奇。因此,旅游如果失去了文化元素就很难发展,会变得没有生命力;没有生命力也就没有了吸引力。英国诺丁汉特伦特大学文化资源管理专业教授迈拉·沙克利在论述旅游的文化意义时说道:“大多数遗产地都成为了其国家文化旅游的吸引物。有些如英国的巨石阵、埃及的金字塔、中国的长城等,在很大程度上成为了一个国家的象征,并得到了全世界的公认。……对旅游者来说,到世界遗产地去旅游,是一种明智的经历。可以说,大多数到这里来的游客,都是对文化遗产感兴趣的人,虽然他们对该遗产地的知识了解甚少。”^[3]

文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体,这是文化产业和旅游业融合发展的本质要求。这充分说明,文化要借助旅游扩大影响,旅游要靠文化来拉动,它们是相互离不开的,把文化和旅游融为一体,可以形成以文化促进旅游、以旅游带动文化的新格局。在我国很多地方的文化产业实践中,“文化+旅游”已成为最常见的运作模式,也是占比最大的门类。在世界许多国家的文化产业中,“文化+旅游”也很常见,文旅融合同样受到重视。美国迪士尼乐园、环球影城等产业模式,都是文旅融合的著名范例,它们借助于强大的影视文化IP即知识产权这一

原创内容,把它移植和延伸到旅游业中,极大地提升了旅游的附加值,使得文化资源开发由一次性开发变成多次性开发和深度开发,从而有效提高了文化资源的利用率和效率。

文旅融合是在“跨界”中实现的,这既是一种共赢关系和共享关系,也是一种双向互动和相互渗透的过程。文旅融合从不同层面展开,可以是要素融合、资本融合、市场融合、技术融合、平台融合等等。通过融合,既促进了二者自身发展,提升了产业能力,扩大了产业范围和领域,又带动了相关产业的发展,取得最大化价值和最优化效果,也实现了资源配置的效率。正因为文化产业与旅游业融合发展符合国家战略需要,从而被赋予了更深刻的内涵,国家从顶层设计上为文化产业与旅游业融合提供政策支持,各级政府也纷纷出台了有关文化产业与旅游业融合发展的指导意见,鼓励和推动跨界融合,这些都为促进文化产业与旅游业融合发展提供了有利的政策环境和制度保障,因此,文化产业与旅游业的融合发展成为我国文化产业发展的路径选择。

二、文旅融合的基本模式及存在的问题

文化产业与旅游业融合会催生出许多新模式与新业态,对这些新模式、新业态进行分析研究有助于探索文旅融合的方式和路径,认清文旅融合的规律和性质,把握文旅融合的趋势和方向,这对于文化产业发展来说意义重大。

中国文化产业与西方文化产业不同,中国文化产业始终离不开政府的引导,文旅融合发展是在政府的积极推动下展开的,通过这种方式提升文化产业作为国民经济的支柱性产业的地位,既带动了文化产业的发展,也带动了旅游业的发展,增加了游客旅游中的文化获得感、满足感和求知欲,延长旅游时间,拓展旅游空间。为了更好地促进文化与旅游的融合发展,我国在政府机构改革上进行了大胆尝试,把过去单列的文化部和国家旅游局进行整合,这不仅仅是管理职能的改变,更重要的是推动彼此间的深度融合。这种做法是世界文化产业强国的重要经验,如韩国把与文化产业密切相关的部门整合在一起,涉及文化(culture)、体育(sports)和观光(tour),组成了带有产业融合特征的综合管理部门——文化、体育和观光部,这显然是从产业融合的现实需要出发而进行的主动改变。我国新组建的文化和旅游部,也是为了更好地适应文旅融合发展的现实需要而作出的积极调整。

就我国而言,推动文化产业与旅游业融合发展要符合中国的国情,走出自己的路子,形成自身特有

的模式。我国是一个资源大国,各种资源十分丰富,包括文化资源在内,可以形成资源型产业。因此,我国文旅融合就要充分发挥各种资源的优势,把不同的资源加以整合和发掘利用,达到“一源多用”,从而带动更多的产业发展。从国内外文化产业与旅游业融合发展来看,其基本模式有原生态文化保护型模式、文化资源开发利用型模式、IP 延伸授权型模式、“文化+科技”的娱乐型模式、“文化+地产”的休闲度假型模式等等。

(一)原生态文化保护型模式

原生态文化保护型文旅融合模式在世界各地都可以见到,但相对而言,欧洲国家的文旅融合中这种模式更为常见,也更受重视。这种模式注重的是文化资源本身的价值和意义,不主张过分开发文化资源,而是主张少开发甚至完全不开发,以便把文化资源的完整性与真实性展现出来,因此,在文旅融合中特别强调文化资源保护的意义,反对破坏、曲解和滥用文化资源的开发行为,也反对为了追逐经济利益而进行的商业性开发和过度开发。我们看到,欧洲许多国家完整地保留下了大量的古老建筑、街区、教堂、修道院、歌剧院、城堡、庭院等文化遗产,这些遗产反而成为国家最重要的旅游资源吸引着来自世界各地的观光客。正如英国学者约翰·厄里(John Urry)在其《观光客的凝视》(*The Tourist Gaze*)一书中指出的,旅游观光的意义在于“旅游时能够看到特定的符号,例如典型的英国村庄、典型的美国摩天大楼、典型的德国露天啤酒屋,以及典型的法国城堡等等。这样的‘观’光模式意味着,所有的观光客都称得上是‘符号学家’(semioticians)。他们不断地解读,把地标、风景全当作各种预设想法的意符,或者来自于各类旅行广告或旅游报道里的符号”^[4]。

这说明,旅游是一种文化体验活动,不是一般的“走马观花”那么简单,游客在进行旅游观光的过过程中通过他们所看到的各种文化符号在不断地对他们内心中曾经预设过的文化想象进行解读还原,这个过程就是体验文化符号所蕴含的价值和意义的过程。文化价值是促使游客长途跋涉前往旅游观光地的重要吸引因素,这也说明旅游中一定要有文化元素的参与,要包含深刻的文化体验。浙江乌镇是中国众多古镇中的代表,其文化意义就在于它作为江南水乡古村落文化遗存在现代社会中被完整地保存下来,虽然它很偏远,交通也不便,但游客还是愿意不辞辛苦前去观光体验,其根源就在于原生态文化的魅力所带来的巨大吸引力。但我国很多地方对这种原生态文化资源的保护还不够重视,不愿意投入

资金去加以保护。有的为了发展和拉动经济,把真实的原生态文化遗址和遗产拆除掉或是进行商业性开发和改造,导致原生态文化受到不同程度的破坏。

(二)文化资源开发利用型模式

文化资源的开发利用是发展文化产业的重要途径,也是促进文旅融合的重要手段。很多文旅融合模式是通过文化资源开发利用形成的,这既带动了文化产业发展,也带动了旅游业发展,因此,这种模式在我国被运用得较多,不少地方都热衷于通过文化资源开发打造文旅产品,不惜投入巨额资金兴建很多文旅项目。如深圳最早的四大主题公园——世界之窗、锦绣中华、中华民俗村和欢乐谷,都属于基于文化资源而开发的文旅融合产品,分别由港中旅和华侨城集团出资建造,采用简单的微缩手法模仿和复制世界各国著名文化遗产,但由于缺乏深度融合,因而无法让人深刻地感受文化资源自身的魅力和价值,属于粗浅型的文化旅游开发项目,对游客的吸引力也就变得越来越差,以至于到了后期游客寥寥。这类文旅融合开发模式在我国比较常见,出现大量的跟风模仿之作,如北京的世界之窗、长沙的世界之窗等,甚至像江苏江阴华西村这样的乡镇,为了发展旅游业,也不惜耗费巨资打造了很多所谓“世界文化遗产项目”,其目的都在于拉动当地的旅游业。

文旅融合不能简单理解为人为地去打造文化,只要添加某些文化符号就有了文化意义和价值。文化总是离不开特定的场所和空间,文化意义的产生也是在特定的场所和空间中实现的,而人为打造的文化项目缺少的正是这一点,这注定了它没有多大的文化价值。浙江横店是国家5A级旅游景区,也是国家文化产业创新试验区,文旅融合成为其主要发展模式,但如果没有国内最大的影视拍摄基地这块金字招牌,没有影视产业作为支撑,横店文旅城就是一堆毫无生命的建筑物,因为它通过人为打造的方式建造的仿古建造群,属于文化资源的粗浅开发,很多模仿横店但没有影视业作为支撑的文旅城之所以会萧条,原因正在于此。当然,文化资源开发利用型也有许多成功案例。如山东台儿庄,它在古城原址基础上通过对原有文化资源的再生性开发,使古城重现原貌;波兰华沙王宫也是在原址和废墟基础上精心重建的工程。

(三)IP 延伸授权型模式

IP 延伸授权型文旅融合模式强调的是 IP 即知识产权的原创价值,由一个超级 IP 延伸出许多个授权型衍生产品形式,通过提升文化的附加值促进文

旅深度融合,延长产业链,构建基于IP的生态链。美国迪士尼乐园、环球影城等产品,成为文化产业与旅游业融合发展的经典模式,它们都借助于母公司强大的影视IP这一原创内容资源,把它移植和延伸到旅游业中,旅游业成为IP延伸的有效载体,使得文化资源开发由一次性开发变成多次性开发,极大提高了文化资源的利用率。我国各地出现的许多类似项目,目的也是为了促进文旅融合、提升产业附加值,但由于缺乏强大的原创IP的支撑,大都属于粗制滥造的模仿之作,不具有自主知识产权,也没经过合法授权,虽热闹一时,但难以持久,结果是虽耗资巨大,但取得的效益却不佳。

IP延伸授权型模式还出现在其他文旅融合领域,如动漫产业,其延伸产品广泛分布在众多行业。动漫产业的盈利模式并不仅仅是产品本身,而是围绕着与动漫产业相关的大量衍生产品、周边产品和授权产品,这些产品分布在主题公园、游乐园、影视娱乐等文旅项目中,构成庞大的产业链。在动漫产业发达的国家,70%~80%的利润是由这些相关的周边产品带来的。因此,人们也把动漫产业称作“小产品、大产业”,它可以通过授权形式形成许多相关产品的开发,其产业链非常长,涵盖的行业非常多,并且和制造业密切联系在一起。

(四)“文化+科技”的娱乐型模式

“文化+科技”是当今世界发展的重要潮流和趋势,许多文化产业强国都非常重视科技对文化的支撑作用。美国以视听产品为代表的文化产业是典型的“文化+科技”的模式,由于科技含量高、视听效果突出,使得市场竞争力很强。再如韩国,作为世界文化产业强国,原先是主打文化内容的,把文化产业看作内容产业,后来越来越强调通过科技来支撑文化内容,提出把CT产业作为未来文化产业发展的战略引领。CT是英文“culture technology”的简称,指的是“文化+科技”。韩国希望今后文化产业与科技高度融合,以提高产品竞争力、提升产业附加值,由此形成“韩流”新的国际竞争力。因此CT产业也被人们看作“新韩流”的发端和肇始,由此孕育出基于“文化+科技”的数字文化产业等新业态和新模式。韩国在《文化产业振兴基本法》中也相应增加了与文化科技有关的内容条款,这是韩国在政策层面上首次把文化科技(CT)纳入国家有关法律体系框架。^[5]

近年来我国也强调要通过文化科技创新加快文旅融合的进程,推动文化产业向高质量、高效益发展,通过实施文化科技创新工程促进文化产业发展

方式的转变,改变文旅产品中科技含量不足、业态水平不高、资源开发利用粗浅的状况。目前,越来越多的文旅融合模式与互联网、数字技术、大数据、物联网、人工智能、音视频、VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)、CR(影像现实)等现代科技紧密结合,带来文化娱乐的新体验和新感受,很多主题公园里不再是传统的游乐设施和游玩项目,而是通过文化科技的介入,增加许多互动体验、虚拟现实、全景影像、仿真游戏等等,拉近了游客与现实场景的距离,给游客带来观赏性、刺激性和趣味性。华强集团的方特模式、长隆集团的长隆模式、华侨城集团的欢乐谷模式,还有万达的“汉秀”“青秀”模式等,成为这方面的代表,它从根本上提升了文旅融合的核心竞争力。

但同时也要看到,“文化+科技”的娱乐型模式也暴露出许多问题,许多高科技娱乐产品自身的文化内容比较贫乏,缺乏思想深度,其更多借助的是技术优势,内容却较为单薄,经不起推敲,只好靠科技和特效来炫耀,这在许多旅游景区或主题公园之类的娱乐产品中表现得较为突出。科技是手段,不是目的,科技是为文化内容服务的,应该把着力点放在文化内容的挖掘上。

(五)“文化+地产”的休闲度假型模式

文化和地产的结合是我国各地出现的一种独具特色的文旅融合模式,主要为休闲度假产品,既有旅游度假功能,也有文化休闲功能,如深圳东部华侨城、杭州休闲博览园、万达文旅城、恒大文化旅游城、海南观澜湖华谊电影公社等,还有很多以洋名命名的项目,如泰晤士小镇、奥地利小镇、香榭丽舍小镇等,这些“文化+地产”项目大都由房地产企业主导开发建设。

将文化融入地产中,可以起到相互带动作用,实现文化和地产双赢,有其积极的一面。首先,依托地产商开发建设文化产业项目,可以为文化产业发展提供强大资金支持,解决文化产业发展中的资金难题,推动文化产业重大项目落地。在消费经济时代,人们对文化生活的要求越来越高,文化建设尤其是重大项目投资仅仅靠政府来解决会加重政府的财政负担,不利于文化产业的长期发展,也会影响到民生工程。房地产企业具有资金优势,它们对投资文化产业有一定积极性,但也有商业利益的考虑。出于拿地和与政府搞好关系的考量,它们对投资文化产业项目往往表现出较大的热情。政府可以通过招投标方式,选择符合资质和条件的房地产企业投资文化产业项目,在土地出让金方面给予一定优惠。从

长期来看,这样做有利于推动文化产业发展,有利于促进文旅融合。其次,企业通过投资文化产业项目,促进文化产业与地产业的融合发展,有助于提升地产业的附加值,这对房企也是有利的。文化是产品附加值的内在元素,没有文化元素融入其中,地产项目就成了一堆没有生命的钢筋水泥,而将文化元素融入其中,可以有效提升地产的价值,达到与文化的共赢。

但“文化+地产”模式弊端也很明显,其负面作用不容忽视。有些开发商打着文化的旗号从政府拿到大量低价土地,而实际上是借文化之名在“圈地”,文化成为地产的陪衬物。很多地方大肆兴建度假型特色小镇,投资商很多都是地产商,他们搞的所谓“文化”不过是对文化符号的廉价模仿和复制而已,其形式大于内容,文化成为没有真实内涵的空壳。先建房子、卖楼,后搞文化,成为许多文化地产的开发逻辑和商业模式。地产商首先要确保资金的回笼,因而很多项目最后沦为房地产。因此,对于“文化+地产”模式来说,政府首先要发挥好监管职能,加强引导,科学规划,不能只顾眼前利益而忽视了长远文化建设需要,应该为文化地产把握好方向,使其朝着健康方向发展。

三、文旅深度融合的原则与产业开发逻辑

文旅融合的过程也是产业开发的过程,开发的目的是促进文旅更好地实现深度融合。文旅深度融合应遵循什么样的原则?应按照怎样的开发逻辑实现文旅深度融合?本文就此提出以下看法。

一是注重要素融入的原则。真正的融合指的是具有相互关联的系统内部要素之间的交融和契合,也就是要素的融入。没有要素的融入就难以达到深度融合,其融合就只是流于表面和形式。就像文化制造商品,如果只是在产品的表层和外观添加一些文化符号,这种融合并不是深度融合,只是简单肤浅的文化元素的移植、添加或嫁接,而没有深入到骨子里,没有产生化学反应。深度融合要求从文旅产品的创意开始思考如何把文化元素和文化内涵注入其中,让文化成为旅游业的生命线。目前,越来越多的文旅融合注重把文化要素融入其中,深入挖掘产品的文化内涵,突出文化在文旅融合中的重要性。把文化要素融入其中,关键是要把文化内容作为融合的重点,突出文化内容属性。但我国许多主题公园缺少有价值的文化内容的融入,很多都是对文化的简单模仿抄袭,让游客体会不到文化的真正魅力。这样的融合不是深度融合,只是表面关联,因为游客体会不到文化的深层意义,看到的多是廉价模仿。

另外,许多主题公园存在过度商业化开发现象,旅游景区到处充斥着闹哄哄的叫卖声和商业气氛,难以让人静下心来体验文化。西方学者提出要“观光绅士化”。所谓“观光绅士化”,就是要让游客能够静下心来去体验文化的内涵和魅力,只有置身于特定的“文化场域”中才能理解文化包含的意义。

二是秉承生活真实性的原则。秉承生活真实性原则指的是产业开发要依托真实的文化资源和背景,在真实的文化资源的基础上进行再生性开发,而不是人为地去打造假的东西,造成文化失真。真实的文化资源是在特定历史条件下和文化空间中形成的具有文化遗产属性的东西,对文化旅游来说价值重大,是文旅深度融合的关键,也是可持续发展的重要资源。凡是文旅融合做得好的国家和地区,都非常重视对真实性文化资源的利用,对其开发也是建立在对真实性文化资源的保护上,强调保护、再生和活化,而不是拆旧建新、弃真用假,用打造的方式来建。我国很多旅游景区都存在这个问题,对真实性文化资源往往不够重视,相反却热衷于打造和开发,使得旅游景区失去了吸引力。开发要注重再生性开发、原生性开发,恢复真实性文化资源的魅力和价值,即使重建也要按照文化的原空间、原尺度、原状态、原方式、原历史传承的原则进行,不能随意篡改,更不能推倒重来,这应该成为文旅深度融合首先要遵循的产业开发逻辑。

三是坚持创新性转化的原则。文旅融合要注重在发展中融合、在融合中发展,因此,提供符合现代社会需要和审美意识的文旅融合产品是非常重要的,否则难以持续和做大做强,这就需要进行创新性转化。但创新性转化指的是在传承文化根脉基础上的创新追求,而不是抛开文化根基去一味迎合现代潮流,更不是赶时髦和跟风模仿。创新性转化既要与时俱进,跟上时代发展步伐,又不能陈旧保守,拒斥现代文明,创新性转化是以一种开放的心态看待现实发展变化,把创新追求看作发展的动力和方向,只有这样才能保持永久的生命力。

四是尊重文化发展规律的原则。其一,从人类文化发展历程来看,文化是在特定的历史条件下经过长期积淀而形成的,因此带有特定的意义和内涵。文化重在历史积淀,经历岁月的洗礼,要有历史沧桑感,而不是搞工程那样刻意去打造。刻意打造的文化总是虚假的,没有生命力和吸引力。其二,科学是趋同,文化是存异。文化是千差万别的,不同的民族和国家具有不同的文化,不同的地域也有不同的文化,体现出文化多样性原则,因此,不能按照同一标

准去搞文化建设,更不能提倡文化上与国际接轨,这是违背文化发展规律的。有的城市前几年曾提出一个口号“世界眼光,国际标准,本土优势”,意思是“以世界眼光谋划未来,以国际标准提升工作,以本土优势彰显特色”。这如果用于经济建设和社会发展,没什么问题,但如果用于文化建设,却是不合适的,因为这是违背文化发展规律的做法。其三,要重视文化产业的高风险性,在文旅融合中尤其要警惕这一点。国外有学者认为,文化产业是一个高风险行业,因为受众对文化商品的消费方式具有高度的不确定性和不可预测性,即使投入再多的营销费用,当红作品和表演也可能突然过时。^[6] 文旅融合也充满许多风险和挑战,只有把各种风险充分预估到,才能对未来发展作出正确的预判。

参考文献:

[1] 丹尼尔·马托. 所有产业都是文化的[J]. 中国文化产业

评论,2013(17):94.

[2] 周宏,等. 现代汉语辞海[M]. 北京:光明日报出版社,2003:820.

[3] 迈拉·沙克利. 游客管理:世界文化遗产管理案例分析[M]. 张晓萍,何昌邑,等译. 昆明:云南大学出版社,2004:1.

[4] 约翰·厄里. 观光客的凝视[M]. 叶浩,译. 台北:书林出版有限公司,2007:38.

[5] 张胜冰. 韩国CT产业的发展及对我国的借鉴和启示[G]//管宁,罗昌智. 五大发展理念下文化产业的理论与实践. 福州:福建人民出版社,2018:20.

[6] 大卫·赫斯蒙德夫. 文化产业[M]. 张菲娜,译. 北京:中国人民大学出版社,2007:21.

责任编辑:赵玲

The Internal Mechanism, Basic Model and Industrial Development Logic of the In-depth Integration of Cultural Industries and Tourism

ZHANG Shengbing

(College of Liberal Arts, Journalism and Communication, Ocean University of China, Qingdao, Shandong 266100, China)

Abstract: The integration of cultural industries and tourism is a hot topic at present. It will affect the development mode of China's cultural industries and tourism. The key to the integration of cultural industries and tourism is deep integration. They cannot be simply superimposed together. Instead, efforts shall be made to promote the close relationship between the two factors in the system through the coupling relationship within the system and produce chemical reactions. The basic modes of cultural industries and tourism integration are as follows: original ecological and cultural protection mode, cultural resources development and utilization mode, IP extension and authorization mode, "culture+technology" entertainment mode and "culture+real estate" leisure and vacation mode, etc. To achieve deep integration, we must follow several important principles, such as focusing on the integration of factors, adhering to the authenticity of life, innovative transformation, respecting the rules of cultural development, and making it the industrial development logic of cultural and tourism integration.

Key words: in-depth integration of cultural industries and tourism; internal mechanism; integration mode; industrial development logic