

河南文旅文创融合战略的关键：内涵、问题与路径

实施“文旅文创融合战略”，体现了河南省对文化强国建设的主动担当、主动服务和主动作为。在已培育的文旅文创品牌基础上，河南要大力塑造“行走河南·读懂中国”品牌，开创文旅文创融合新局面，在文旅文创融合新赛道上持续“出圈”出彩。

□ 张野

党的十九届五中全会明确提出到2035年建成文化强国的远景目标，并强调在“十四五”时期推进社会主义文化强国建设。河南是中华文明的重要发祥地，是中国历史文化全景式集中展示地，是“读懂中国”的文化旅游目的地。2021年10月，河南省委第十一次代表大会正式提出实施“文旅文创融合战略”，这既是落实习近平总书记关于文化和旅游工作重要论述和指示批示精神的重要战略，也是新时期河南建设文化旅游强省和实现文化崛起的重要战略，体现了河南省对文化强国建设的主动担当、主动服务和主动作为。

一、文旅文创融合战略的关键内涵

文旅文创融合战略，是以文化创意引领文化和旅游融合，以文化创意融入文化旅游产业发展的重要战略。这一战略坚持“以文塑旅、以旅彰文”的原则，以文化创意和科技创新为引领，以文化和旅游融合为核心，以文旅和相关产业融合为延展，推动文化和旅游融合高质量发展。

第一，坚持“以文塑旅、以旅彰文”的原则。实施文旅文创融合战略，要把握好文化和旅游的关系，坚持“以文塑旅、以旅彰文”。实施文旅文创融合战略，是对“以文塑旅、以旅彰文”原则的运用，也是对“以文塑旅、以旅彰文”理念的践行。

第二，以文化创意和科技创新为引领。文化创意和科技创新是文化和旅游发展的重要驱动力。近年来，河南省文化、旅游与科技不断融合，文化创意与科技创新产生“化学反应”，不仅带来文化和旅游领域的新变化，也为社会经济发展注入了新动能。河南省以文化创意和科技创新引领文旅发展，不断壮大以创意为内核的文化产业和以创意为引领的旅游产业，积极适应当前文旅发展的大趋势。

第三，以文化和旅游融合为核心。当前，河南省文化和旅游理念正在如火如荼开展，文化和旅游在理念、职能、资源、业态、产品、市场、渠道、服务、交流等方面的融合逐步走向深入。以文化和旅游融合为核心，河南省将不断推动文化和旅游创新发展，形成富有特色的全链条文旅新业态，打造中华文化传承创新中心和世界文化旅游胜地。

第四，以文旅和相关产业融合为延展。文旅产业是创造美好生活的幸福产业，也是投入产出效益高、发展潜力大、成长性好的朝阳产业。文旅产业涉及面广，与其他产业关联度高，文旅+农业、文旅+工业、文旅+商业、文旅+交通业、文旅+大健康、文旅+大教育等领域具有广阔的产业融合发展空间。文旅和相关产业融合发展，可以推动河南省经济结构优化升级，加快

构建高质量的现代产业体系。

二、文旅文创融合面临的关键问题

河南实施文旅文创融合战略既面临社会主义文化强国建设、乡村振兴、黄河流域生态保护与高质量发展等一系列重要机遇，也面临一系列现实中的关键问题。

第一，体制机制问题。《河南省“十四五”文化旅游融合发展规划》指出，河南省文物和文化资源、旅游资源的一体化管理机制未形成，文物建筑开放、大遗址保护利用与人民群众的期待还有差距，文艺院团、博物馆等激励机制不健全。此外，区县层面的文旅文创管理机构尚不健全，一些景区的多头管理问题仍然存在，文旅文创统计和评估体系还未形成，文物利用和转化的开放机制有待建立，文创知识产权保护和文化贸易保障机制尚待完善。河南省实施文旅文创融合，就是在体制机制方面大胆改革创新，突破体制机制对文旅文创融合发展的束缚。

第二，人才支撑问题。从人口流动来看，河南省是全国净流出人口最多的省份。据第七次全国人口普查数据显示，2020年河南省净流出人口达1483万人，主要流向广东、浙江、江苏、上海等地。从学历层次来看，河南省每10万人拥有大专及以上学历人口为11744人，低于全国的平均水平。从高层次人才来看，河南省开设艺术学类、文化产业管理、旅游管理类等专业的高等院校数量有限，硕士和博士学位授权点及招生数量较少，博士后流动站数量及在站人员数量也较少，高校和科研机构入选国家高层次人才的数量较低，这都制约了全省文旅文创的发展。河南省文旅文创融合尤其面临着文化创意人才、数字文旅人才、文旅运营人才、文旅行政管理人才缺乏的问题，文旅人才培养机制还不够健全，高校和研究机构人才的作用未能得到充分发挥，文旅文创人才支撑明显不足。河南省亟需营造文旅人才成长环境，尤其要发挥高校对文旅文创人才队伍建设的引领作用，尽快制定和实施文旅文创人才培养计划。

第三，市场主体问题。河南省文旅文创融合面临着市场主体不强的问题，缺乏头部文化旅游企业，文化旅游投资运营集团数量有限，实力不够雄厚。例如，河南省没有1家主板上市文旅企业，进入中国旅游集团20强、中国文化企业30强的企业数量很少。河南省的高成长性文化旅游企业数量偏少，中小文化旅游企业培育不足。大规模文化旅游投资尚有较大提升空间，知名文化旅游品牌仍需进一步引入。本土文化旅游企业亟需发展壮大，并在“走出去”的过程中实现出彩。实施文旅文创融合战略，离不开市场主体力量的发挥，也必须激活市场主体的能动性，在培育和引进市场

主体的过程中壮大文旅主力军，加快形成支撑文旅文创融合的“旗舰劲旅”。当前，新冠肺炎疫情对河南省文旅文创市场产生了巨大冲击，许多文旅文创市场主体面临着前所未有的压力。“市场主体是经济的力量载体，保市场主体就是保社会生产力。”只有千方百计保住和壮大文旅文创市场主体，才能为文旅文创融合发展积蓄基本力量。

第四，空间布局问题。河南省文旅文创融合面临着空间布局不平衡的问题。从城乡文旅文创空间来看，河南省文旅文创融合主要集中在城市，而乡村文旅文创存在明显短板。近年来，河南开展省级乡村旅游特色村和乡村旅游创客示范基地遴选，把发展民宿作为发展乡村旅游的战略举措进行强力推进，开展“黄河非遗点亮老家河南”全国大学生乡村振兴创意大赛等活动，这都是弥补乡村文旅文创短板的积极尝试。今年4月，文化和旅游部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局、国家开发银行联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》，提出统筹县城城镇和村庄规划建设，通盘考虑土地利用、历史文化传承、产业发展、人居环境整治和生态保护，合理规划布局乡村文化和旅游发展空间。无疑，优化乡村文旅文创空间是河南省面临的重要任务。从城市文旅文创空间来看，河南省文旅文创融合集中在郑汴洛等历史文化名城，其他城市尤其是县城城市还存在不足。今年3月，河南省发改委发布《河南省经济体制改革专项小组关于公布河南省民营经济示范城市试点名单的通知》，确定郑州市中原区等20个县(市、区)为河南省民营经济示范城市试点。而文旅文创产业在这些民营经济示范城市中所占的经济比重还比较小，这从一个侧面反映出河南省县城城市的文旅文创还比较薄弱。从历史文化空间来看，文旅文创融合多布局在古城和古镇，在古村、古居、古关、古道等历史文化空间还发展不够。河南省实施文旅文创融合战略，要进一步发挥文旅文创重点区域的带动作用，加快优化文旅文创的空间布局。

第五，内容生产问题。河南省具有十分丰厚的历史文化资源，如有世界文化遗产5项、国家级非遗项目125项、中国大古都4座、国家历史文化名城8个、中国历史文化名镇10个、中国历史文化名村9个、国家级传统村落205个、全国乡村旅游重点村38个。河南省相当大一部分文化遗产具有较高的知名度，但还缺乏文化IP转化，未能实现优质文化内容生产。尽管以河南博物院为代表的一些文化单位正在积极尝试文物资源向内容生产转化，但仍有大量收藏在博物馆里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字还没有“活起来”。由于从文化资源到文化内容的创意转化存在明显不足，与广大人民群众生活的贴切度不够，造成河南厚重文化未能充

分彰显其文化价值和消费吸引力。实施文旅文创融合战略重在优质内容生产，必须要面对和解决影响内容生产的一系列问题。

第六，品牌产品问题。品牌产品是文旅文创融合发展的生命线。当前，文旅文创市场正在从“产品消费”转向“品牌消费”，从“消费者品牌”转向“粉丝品牌”。文旅文创市场竞争越来越体现为品牌产品之间的竞争及其对粉丝的竞争。目前，河南省已培育一定数量的文旅文创品牌，如以“郑汴洛”为代表的国际文化旅游目的地，以少林寺、龙门石窟等为代表的遗产旅游，以云台山为代表的生态文化旅游，以清明上河园、建业电影小镇等为代表的主题公园，以《禅宗少林·音乐大典》《大宋·东京梦华》《只有河南·戏剧幻城》等为代表的旅游演艺，以河南卫视“奇妙游”系列为代表的文创节目，以新郑黄帝故里拜祖大典、焦作国际太极拳大赛、洛阳牡丹文化节、开封菊花文化节等为代表的节会，以河南博物院为代表的博物馆旅游，以云上的院子、灵泉仙境等为代表的高端民宿，以豫游纪为代表的文创商品等。但是，河南省的文旅文创品牌产品还是相对较少，文化旅游产品普遍存在同质化、低品质开发的问题，缺乏文化内涵丰富、文化创意突出、贴近生活需求、旅游吸引力强、社会认可度高、粉丝量超高的产品，缺少能够在国内外打得出、打得响、打得久的品牌产品和企业。实施文旅文创融合战略就是要不断推出一系列品牌产品，在文旅市场抢占优势地位。实施文旅文创融合战略要进一步重视打造品牌产品，不断提升河南省文旅文创的核心竞争力。

三、实施文旅文创融合战略的关键路径

河南省在文旅文创融合发展方面有优质资源，有产业基础，有发展动力，有发展前景。河南省要持续落实文旅文创融合战略，塑造“行走河南·读懂中国”品牌，开创文旅文创融合新局面，在文旅文创融合新赛道上持续“出圈”出彩。

第一，顶层设计与具体方案相结合。实施文旅文创融合战略既要有顶层设计，又要有具体方案，两者结合才能使文旅文创融合战略做到“顶天立地”。为推进文旅文创融合战略的落地实施，河南省委、省政府印发了《实施文旅文创融合战略工作方案》，明确实施全域旅游主题形象塑造推广、国际级黄河文化旅游带建设、休闲康养基地建设、全链条文创产业培育、文旅文创“旗舰劲旅”打造等工程，河南省文化和旅游厅组织编制了《河南省“十四五”文化和旅游融合发展规划》《河南省黄河文化保护传承弘扬规划》《黄河国家文化公园(河南段)建设保护规划》等规划。下一步，各地应出台不同层级的实施方案，将文旅文创融合战略落实到具体区域、具体部门、具体项

□ 林文凯 邹勇文 刘芬芳 王婷

为适应“扩大内需、刺激消费”的新形势，充分发挥旅游在拉动经济增长和促进居民消费中的积极作用，南昌市立足文旅融合发展新阶段，适时升级推出了“南昌文旅一卡通”。这不仅为南昌积极应对疫情防控常态化背景下旅游市场变化的一项重要举措，也是南昌市“惠民惠企”的一项重要民生工程。“南昌文旅一卡通”的推出，不仅让全民共享了文旅融合的发展成果，也充分展示了南昌文旅产业的新业态和新形象，推动了南昌文旅消费市场复苏，拉动了本地文旅消费，释放了本地文旅市场活力，取得了热烈的社会反响，提升了南昌文旅产业的社会、经济及民生效益。

一、基本情况

2013年，为整合南昌市及周边地区旅游资源，推动南昌都市圈旅游产业转型升级，南昌市推出了“南昌旅游一卡通”。2021年7月，为更好地发挥文旅产业在构建“双循环”新发展格局中扩大内需、提升居民消费的重要作用，南昌市通过千万元财政资金直接补贴南昌市民文化和旅游消费，强势升级“南昌旅游一卡通”为“南昌文旅一卡通”。

近年来，在官媒新闻播报、地推强力渗透、短信群发告知、微信推文与短视频推送等宣传方式助推下，“南昌文旅一卡通”的发行规模和产业效应持续向好。“南昌文旅一卡通”每张120元，面向全国公开发售，2021年，“南昌文旅一卡通”发行量达37.02

“南昌文旅一卡通”的经验、成效与启示

万张，同比上升17.7%；一卡通会员旅游人次超过140万，近5年累计为加盟景区引流500万以上旅游人次；为加盟景区及文化企业带来超过3500万元的旅游收入，带动南昌市文旅消费近10亿元。

二、取得成效

(一)市民受益，乐享政府惠民福利。一是畅行加盟旅游景区。截至2021年底，“南昌文旅一卡通”加盟景区已达47家，加盟景区门票价值合计2900多元。加盟景区既包括滕王阁、融创乐园等南昌市内景区景点，亦包括瑞金共和国摇篮、庐山三叠泉、乐平钟金等一众省内景区，涵盖范围包括南昌、九江、宜春、抚州、赣州、上饶等多个设区市。二是畅享合作文企优惠补贴。“南昌文旅一卡通”升级后，其合作商家由景区景点拓展到演艺、书店、影院等数十家文化企业。持卡用户可在南昌市内多家指定影院享受免费观影，也可进入滕王阁、新中原大剧院等，免费观赏大型实景演出《寻梦滕王阁》及地方特色演艺，亦可使用消费券在加盟书店享受30元购书补贴。

(二)景区受益，共享百万会员客流。一是发挥了引流效应。2021年，“南昌文旅一卡通”累计为47家加盟景区引流142.54万人次，其中超过20万人次的有1家(南昌动物园)，引流人次超过10万的景区有5家(南昌动物园、怪石岭、天香园、摩天轮和滕王

阁)。二是带动了二次消费。2021年，“南昌文旅一卡通”为滕王阁景区引流10.11万人次，在带来229万元门票收入的同时，更带动了“滕王阁雪糕”等文创产品销量的提升；为南昌怪石岭景区引流13.59万人次，占其接待总人次近三分之一，并为其带来262万元的二消收入。

(三)文企受益，专享千万补贴资金。为配合、支持“南昌文旅一卡通”项目，南昌市从市文化旅游发展专项资金中分两个年度安排1000万元资金用于补贴加盟文化企业。从资金补贴完成情况来看，2021年“南昌文旅一卡通”共计为23家加盟文化企业完成资金补贴，补助人次达14.44万，补贴金额达822.71万元。其中，补贴演艺类企业2家，人次6.32万，金额460.68万元；补贴书店12家，人次2.70万，金额77.73万元；补贴影院9家，人次5.41万，金额162.30万元。

三、经验总结

(一)在“新”字上下功夫，把握文旅新风向。在文化和旅游融合发展新时代，市民和游客的核心诉求正从美丽风景转向美好生活。在此背景下，为拓展文旅消费新空间，激发居民文旅消费热情，南昌市适时推出了“南昌文旅一卡通”。其发行不仅让市民景区门票减免、文旅产品优惠及系列特色活动等惠民举措，让市民一年花120元就能畅游南昌及省内众多景

“南昌文旅一卡通”在丰富多元的文旅项目和活动中获得全新的体验，释放了高涨的文旅消费热情和旺盛的文旅消费潜力。

(二)在“全”字上下功夫，扩大景区覆盖面。一是“级别全”，一卡通涵盖景区既有滕王阁这样的5A级景区，又有叶坪、红井、通天岩、凤凰沟等十数家4A级景区，更有一众3A级景区；二是“资源全”，一卡通景区覆盖面既包括滕王阁、白鹿洞书院等人文类景区，又有《寻梦滕王阁》这样的演艺类项目，还有叶坪、红井等红色旅游景区，安义古村、凤凰沟、婺源理坑等乡村旅游资源，更有庐山三叠泉、通天岩、厚田沙漠等地质地貌景观；三是“业态全”，加盟景区拥有“旅游+特色小镇”“旅游+观光农业”“旅游+演艺”“旅游+康养”等诸多旅游业态；四是“范围全”，一卡通加盟景区不仅包括了大部分南昌本市的文旅景区，其覆盖面亦涵盖了九江、宜春、上饶、抚州、赣州等多个设区市的景区景点。

(三)在“惠”字上下功夫，提升市民受益感。作为一项重要的“文化惠民”工程和推进落实“我为群众办实事”重要的实践行动之一，“南昌文旅一卡通”从最初的免费旅游、到补贴图书再到免费观看电影、演艺……持续推出的系列有关文旅领域的消费券补贴、景区门票减免、文旅产品优惠及系列特色活动等惠民举措，让市民一年花120元就能畅游南昌及省内众多景

目、具体人员，做到科学设计与精准施策的紧密结合。

第二，智库建设与人才培养相结合。组织知名专家团队既要发挥智库作用，又要注重人才培养。目前，河南省已谋划建设文旅文创产业的高端智库，组建河南文旅文创融合实验室、文旅文创融合发展数字中心、文旅与科技融合实验室、考古旅游研究中心等。接下来，在实施文旅文创融合战略中应发挥高校和科研机构的力量，组织知名专家团队加强文旅智库建设，强化文旅人才培养和培训。其一，加强县城城市和乡村的文旅智库建设，引导更多专家学者把论文写在县城城市和乡村的大地上；其二，培育和支持建设一批文旅文创产业学院，培育更多拥有本科和高职高专学历的文旅文创人才；其三，鼓励高校艺术和设计类、旅游管理类、文化产业管理等专业深入文旅文创实践，在对接帮扶、社会实践、专业实习、创业就业等方面予以鼓励支持；其四，加强对本土文旅文创人才的培育和培训，注重发挥文化和旅游能人、产业带头人、非物质文化遗产代表性传承人、工艺美术师、民间艺人等的领头作用。通过鼓励加强校企产学研合作，为河南省培养更多适合文旅文创融合需求的研发型、管理型和应用型人才。

第三，场景营造与内容生产相结合。文旅文创融合既要有原真场景、模拟场景、虚构场景、虚拟仿真场景等多样化场景，又要有图文、影像、音频、演艺、实物、景观、活动等多样化内容。《唐宫夜宴》“奇妙游”系列节目、《只有河南·戏剧幻城》《一路有戏》等已经有所尝试，在强化场景营造与内容生产的过程中赢得了良好口碑。在实施文旅文创融合战略中，应树立精品意识和品牌导向，加强场景营造与内容生产的结合，以可观、可感、可触、可动的形式，增加参观者、学习者、体验者、分享者的沉浸感和愉悦感，注重培育面向未来的粉丝群体。例如，在河南省正在推进建设的黄河国家文化公园重点建设区中，黄河国家博物馆、大河村国家考古遗址公园、黄河悬河文化展示馆、黄河流域非物质文化遗产保护展示中心、汉魏洛阳城遗址博物馆、二里头国家考古遗址公园、殷墟遗址博物馆等文化空间应充分融入文化创意和科技创新，活化黄河文化元素，打造具有文化内容吸引力的文化场景，打破黄河文化以往给人的沉重甚至刻板的印象。

第四，文化作品与文旅产品相结合。文旅文创融合既要有面向公共文化服务的文化作品，也要有面向旅游休闲者的文旅产品。一方面，要围绕“老家河南”“天下黄河”“华夏古都”“中国功夫”等IP，推出系列性文化作品和文旅产品，以作品和产品塑造文化品牌，扩大文化影响力。另一方面，要紧扣社会主义核心价值观的发展和人民群众的美好生活需求，不断推出喜

闻乐见的文化作品和文旅产品。实施文旅文创融合战略，要重视设计参观游览线路，将一系列呈现河南文化和代表中国文化的作品和产品进行充分展示。无论是文化作品还是文旅产品，都应重视用创意激活文化基因，促进河南文化、黄河文化、中原文化的传承和发展。其中，要特别重视如下几个方面：其一，用创意激活典籍文字，即将河南域内的典籍文字和中国典籍文字中的河南文化内容进行激活，以故事、诗歌、说唱、动漫、演艺等形式进行呈现，为人民群众提供生动的文化作品和文旅产品。其二，用创意激活文化遗址，即将河南丰富的文化遗址进行创意活化，以创意策展、情景再现、模拟互动、虚拟体验、文创商品等多种方式进行呈现，推出文化符号鲜明、文化特色突出的文化作品和文旅产品。其三，用创意激活线上文旅。文旅文创融合要发挥创意和科技的作用，做好线下与线上的衔接互融，着力推出一批线上线下文化新产品和文旅新产品。着重探索数字收藏、数字博物馆、线上美学空间、线上研学、元宇宙文旅等，不断拓展线上文旅文创融合的新渠道、新方式、新方法。

第五，价值守正与文化创新相结合。文旅文创融合要坚持价值守正，坚守正确政治方向和基本道德立场，把握好社会主义核心价值观对文化内容的引领，展现新时代的精神风貌，遵循文化和旅游发展的客观规律。文旅文创融合还要突出文化内容和形式的创新，在传承和借鉴中推动中华优秀传统文化创造性转化与创新性发展。例如，河南省被列入国家“十四五”时期大遗址名单的大遗址有仰韶村遗址、二里头遗址、偃师商城遗址、郑州商城遗址、汉魏洛阳故城、北宋东京城遗址等16处，还有被列入大运河世界文化遗产项目的回洛仓遗址、含嘉仓遗址、州桥遗址、洛阳故城(含古洛汭铁遗址)等。这些遗址均具有极高的历史文化价值，对其进行考古旅游开发要特别注重价值守正与文化创新相结合，既不能为了愉悦群众而“曲解”历史文化，又不能为了保护文化而“抱残守缺”。再如，河南省建设黄河文化旅游带和大运河文化旅游带，应对黄河和大运河的文化价值进行系统阐释。这就需要黄河和大运河的文化谱系理清清楚，对黄河和大运河的文化基因进行解码，在此基础上才能更好地讲述文化、运用文化、传播文化。如果忽略了价值守正而急于进行文化创新，很容易走上“弯路”。河南省实施文旅文创融合战略要将价值守正与文化创新进行紧密结合，这样才能更好地打造中华文化传承创新中心和世界文化旅游胜地。

(注：本文系河南省哲学社会科学规划项目“河南大运河文化带公共休闲空间再生产研究”[2018CJ074]的阶段性成果。)

(作者单位：河南大学文化产业与旅游管理学院、中国旅游研究院文化旅游研究基地)

府、部门及单位的力量，形成合力，全力支持全省旅游一卡通普及工作。

二是强化联动。要强化文旅联动，将“旅游”一卡通升级为“文旅”一卡通，将旅游景区扩展至文旅景区，将旅游观光上升为文旅消费。要强化区域联动，通过资源和要素互补，推出跨区域型旅游一卡通，打破行政藩篱，助推区域旅游一体化发展。要强化景区联动，鼓励一卡通的加盟主体合作，联动拓展经营空间。

三是树立典型。在江西省范围内遴选一批旅游一卡通项目做得比较好的市县或旅游一卡通项目作为优秀典型，在全省旅发大会上予以表彰和奖励，并将其经验、做法向全省推广，充分发挥这些典型项目的示范引领和带动作用。

四是加强宣传。各地旅游主管部门、宣传部门、新闻单位以及一卡通合作景区应积极配合和主动参与旅游一卡通的宣传推广，充分运用电视、报纸等传统媒体和抖音、快手等新媒体平台，提高旅游一卡通的知名度和影响力，让更多人“知道旅游一卡通、使用旅游一卡通，称赞旅游一卡通”。

五是强化保障。强化政策保障，出台相关政策文件支持各地旅游一卡通工作的开展；强化资金保障，建立旅游一卡通专项资金，鼓励银行等金融机构为旅游一卡通项目提供必要的金融支持；强化信息服务，建立全省旅游一卡通信息平台，实时监测和统计全省旅游一卡通运行情况，提高智慧化管理和服务水平。

(作者单位：江西财经大学，南昌市文化广电新闻出版旅游局)