

旅游目的地建设中的神话IP利用

□ 张 骏

典型人物、典型情节、典型环境是文学典型性最重要的体现。从这三个维度着眼审视中国传统神话,在旅游目的地建设中充分挖掘、利用神话IP,具有理论价值和实践指导意义

近期,随着《黑神话:悟空》《哪吒之魔童闹海》《封神第二部:战火西岐》等传统神话题材游戏、影视作品火爆出圈,一股文旅深度融合的新潮流备受关注。山西推出“跟着悟空游山西”主题活动,成功将线上流量转化为线下旅游热度。四川宜宾、天津河西等地凭借哪吒行宫、陈塘庄等哪吒文化地标,成为文旅热潮中的受益者。这些现象充分说明,中国传统神话不仅是民族文化的重要载体,也是文旅融合发展的优质资源。丰富的叙事性、瑰丽的想象力、深厚的文化内涵以及广泛的受众基础,使神话在旅游目的地建设中具有独特价值。

中国传统神话是民间文学的重要组成部分,典型性是文学作品的灵魂,而典型人物、典型情节、典型环境是文学典型性最重要的体现。从这三个维度着眼审视中国传统神话,在旅游目的地建设中充分挖掘、利用神话IP,具有理论价值和实践指导意义。

神话典型人物和旅游目的地形象塑造

典型人物是中国传统神话表达的核心,也是其引人入胜的关键。对神话中典型人物资源的有效开发,可以更好地赋能旅游目的地的形象塑造。凝聚文化认同,提炼旅游目的地精神内涵。神话中的典型人物作为中华民族共同的文化记忆,是凝聚文化认同的关键性符号,体现共同的文化价值观。旅游目的地建设可以通过结合相关神话人物,提炼出正向的目的地精神内涵,梳理出目的地形象塑造的主题内核。比如,哪吒的正义不屈和成长精神在《哪吒之魔童闹海》中被重新诠释,这种精神与地方文化的结合,对目的地形象的优化塑造具有重要价值。挖掘神话中的典型人物,加强对旅游目的地精神内涵的诠释,对内可以增强文化归属感,提升旅游吸引力,铸牢中华民族共同体意识,对外可以展现民族形象,讲好中国故事,推动跨境旅游发展。提供情绪价值,提升旅游目的地吸引力。当代旅游者看重精神消费,注重情感体验,关注情绪价值,而神话典型人物往往蕴含着强烈的情感张力,具有以情动人的感染性,能够激发游客的情感共鸣。比如,“宋城

千古情”旅游演艺中生动呈现了白娘子与许仙的神话故事,通过唯美画面和震撼表达,展现了爱情的悲欢离合,促进了旅游者对杭州目的地形象的情感投入。在目的地形象塑造过程中,可以有意识地通过神话人物架构起目的地与游客之间的情感连接,引导游客形成从理解神话情节到共情神话人物,再到情绪投射至目的地的过程,更好地满足游客情感体验、情绪释放、心灵慰藉、自我疗愈的需求。

强化符号标识,构建旅游目的地感知体系。神话人物作为文学符号和文化标识,具有极高的辨识度与传播力。通过人物符号标识的强化,旅游目的地可以构建起独特的感知体系,提升其在游客心中的形象识别度。在目的地形象塑造中,要关注形象识别与行为识别的统一。比如,河南新郑作为“黄帝故里”,通过黄帝雕像、文化广场等文化地标,强化了黄帝作为中华民族始祖的形象;通过举办黄帝祭典等活动,强化了行为识别,使游客在参与过程中感受到中华民族的凝聚力,对目的地形象也有了更加鲜明的感知。强化神话人物符号标识的运用,还可以促进文旅产业链的延伸,实现跨区域与跨行业的多元化联动传播效应。比如,成都依托《哪吒之魔童闹海》的影响力,开发了一系列哪吒主题文创产品。

神话典型情节和旅游目的地产品开发

中国传统神话往往具有以小见大、见微知著,反映生活本质和规律,同时又跌宕起伏的典型情节。基于神话典型情节,通过现代技术与文化创意手段,可以开发更具代入感和参与性的旅游体验产品。

以叙事为线索,设计主题旅游线路。神话作品的叙事往往紧凑明快,注重结构的完整、线索的贯通和因果关系的合理,为主题旅游线路的设计提供了广泛而优质的资源。比如,四川以哪吒传说为线索,结合地方文化资源,推出了“跟着哪吒游四川”主题旅游线路,串联起金光洞、哪吒洞、南广古镇等与哪吒传说紧密相关的地点,增强了游客对哪吒文化的感知。在主题旅游线路设计过程中,一方面,要注重线路逻辑的自洽性,避免

生硬的附会。另一方面,也要对神话叙事进行合理取舍,注重线路的可达性和游客的体验感。

以母题为抓手,打造互动参与项目。母题是文学创作的重要概念,是反复出现并贯穿始终的题材和情节模式,往往具有普遍性和深刻性,而且跨越时空,为不同历史时期的人们所共同关注。在旅游产品开发中,可以神话母题为抓手,打造具有互动性、参与性的体验式文旅项目,通过现代科技实现神话的当代重述,达成人们在神话中的“在场”。比如,南京文化艺术中心的光影艺术展《寻迹之山海经》以《山海经》“奔月”“补天”等母题为抓手,借助图像识别、虚拟现实等数字技术,实现游客与虚拟角色的互动,赋予传统神话新的生命力。

以故事为依托,创新现代文旅演艺。中国传统神话故事多具备丰富的悬念、强烈的冲突、意外的转折和明显的地域文化特点。以《西游记》为代表的成熟章回体神话小说多采用嵌套式结构,既能分解为若干独立的小故事,又环环相扣,形成完整的故事体系。这些特征都与文旅演艺的脚本需求十分契合,为创新现代文旅演艺提供了源头活水。比如,陕西岐山周文化景区结合《封神演义》中“凤鸣岐山”的故事,推出实景演艺,通过光影技术与舞台表演,展现神话的波澜壮阔。以神话故事为依托的现代文旅演艺开发应注重故事性与沉浸感的结合,在有限的表演时间内,选择最具代表性的故事情节,通过全息投影等现代舞台技术,结合目的地景观资源,增强观众的文化感知和视觉体验。

神话典型环境和旅游目的地场景营造

神话中,为典型人物塑造和典型情节推进提供特定背景、条件和氛围的自然环境、人文环境和带有隐喻性的象征环境,构成了典型环境。旅游目的地可以从神话典型环境的分析入手,营造具有景观性、沉浸性、文化性的旅游场景,增强目的地吸引力。

结合神话自然环境特征,营造景观性游览场景。神话中的自然环境不仅具有独特的审美特征,也是远古人类对自然现象幻想与敬畏的体现,往

往充满神秘、神圣的氛围。这种氛围感的营造,能够为旅游目的地游览场景的景观建设提供有益借鉴。比如,新疆天山天池景区以西王母神话为核心,在保护生态环境的前提下,通过景观打造,将神话中的自然环境特征映射在景区中,使雪山、湖泊、森林被赋予了神话色彩,更显得超凡脱俗。游览场景的营造要善于通过景观设计,综合利用植物造景、音乐背景等营造神话环境的氛围感,展现奇幻景象。

结合神话人文环境特征,营造沉浸式体验场景。神话中的人文环境,如宫殿、祭祀场所、部落聚居地等,既是我国人民丰富想象力的产物,也能够不同程度地在现实生活中找到灵感来源。这些人文环境依托的原型,可以通过沉浸式体验场景的营造,引领游客更好地感知神话所表达的中华优秀传统文化的美学意涵。比如,作为《黑神话:悟空》的取景地,山西隰县小西天景区邀请游客与身着战甲的“孙悟空”开展互动,引导游客在悬塑彩绘艺术和古代建筑文化中更好地感受神话的魅力。在此类场景的营造过程中,还可以通过实景搭建、光影技术等方式,进一步提升场景的沉浸感,并配备专业导览和讲解,生动诠释神话人文环境与现实场景的关联。

结合神话象征环境特征,营造文化式休闲场景。中国传统神话中构建的许多典型环境,比如昆仑、雷池、蓬莱、灵山等,不仅是具体的地理空间,更带有隐喻性,蕴含着丰富的文化象征意义。目的地在开发神话资源时,要善于诠释和运用这类象征性环境,营造出具有文化意蕴的文旅休闲场景。比如,武汉黄鹤楼景区通过激光投影、前景纱屏、高压水雾等技术,再现了辛氏沽酒、仙子起舞、黄鹤腾飞等传说,将神话的象征环境与现代休闲体验相结合,以名楼隐喻的仙文化为切入点,打造“夜上黄鹤楼”文化休闲场景。此类文旅场景的打造需要从意象角度出发,将神话的象征环境转化为具体的场景设计,融入隐喻性文化符号,实现对神话场景的“还原”与“对话”,达成游客“真实”与“幻想”的统一。

(作者单位:南京旅游职业学院)

旅游业高质量发展应具备如下特征:开放竞争的环境、持续注重动态能力建设、不断激发融合创新活力。旅游业高质量发展要坚持以人民为中心、以人的全面发展为依归,要突出在治理体系和治理能力现代化基础上高质量推动文化和旅游的真融合、旅游和各行业的深度融合;不仅是旅游产品高质量、旅游服务高质量,还应该包含产业机制高质量、产业要素高质量、产业效益高质量、产业环境高质量、制度环境高质量等多方面。旅游业高质量发展是政府、企业、行业 and 消费者互促共生、协同推进的结果;不仅要带给游客情绪价值,让游客觉得有意思,也要带给游客认知价值,让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美,让游客觉得有意义;不仅来自旅游业的供给侧结构性改革,在需求牵引供给、供给创造需求的高水平动态平衡中发挥突出作用,也来自不断优化发展政策和制度环境。要加快完善旅游业发展的体制机制,以高质量的制度供给推动旅游业高质量发展行稳致远。

从产业的角度看

从产业的角度看,旅游业高质量发展主要体现在产业结构、产业要素、产业效益等方面。

旅游业高质量发展的成效,需要综合考量产业的结构组成、要素分配与效益管理等方面。

一是以统筹协调为导向,推动产业生态均衡化。通过优化大中小旅游企业结构,均衡国内外产业链发展、优化各层级协同机制,将产业资源转化为产业优势,形成大企业(或平台企业)与中小企业协同共生的产业生态。

二是把握智慧旅游浪潮,推动产业要素外延化。着重关注劳动力、土地、资本、技术之外的数据要素潜力发挥,创造旅游新场景、新业态、新产品,从而以数据要素、数字科技更好地赋能产业发展,不断提升旅游业的创新活力和国际竞争力。

三是基于旅游业的综合性产业特征,推动产业效益复合化。高质量的旅游业发展要注重经济利益、文化价值与生态保护之间的协调均衡。在入境旅游发展上,要注意处理好外汇收入与文化传播之间的关系。在国内旅游发展上,要注意处理好旅游收入与以文化人之间的关系。在出境旅游发展上,要注意处理好外汇支出与全球视野之间的关系。

从企业的角度看

从企业的角度看,旅游业高质量发展主要体现在自生能力、内生动力和创新活力的持续提升上。

企业是旅游业高质量发展的源动力。在旅游发展过程中,旅游企业是否能够盈利、是否拥有适应国际化发展的竞争力、能否形成品牌影响力都是重要的考量因素。

一方面,旅游业高质量发展要求企业具备自我发展和适应市场变化的自生能力,通过加强资源整合优化运营效率、把握市场需求变化提高适应能力、延伸产业链条拓展业务领域等方式,增强企业自身的生存、发展、抗风险和盈利能力。另一方面,高质量的旅游企业要做到以确定的自生能力应对不确定性和外部风险,在明确自身发展目标与方向的基础上,构建科学的内部激励机制和独特的企业文化体系,从而形成组织共识、凝聚团队力量、激发内生动力。创新活力是旅游企业发展的能量源泉,企业要积极引入前沿信息技术与智能化设备等科技要素,探索新业态与新模式,从而更好地应对市场与环境变化。

旅游业高质量发展需要遵循自身规律,要充分认识到提高旅游经济韧性的重要性。旅游企业有盈利,才能持续推动行业发展。旅游企业有国际竞争力,才能真正走向国际市场,旅游业才能在利用国内和国际两个市场中高质量发展。旅游企业有品牌影响力,才能有市场号召力、行业引领力,才能整体上提升旅游业发展的质量和水平。

从游客的角度看

从游客的角度看,旅游业高质量发展就是能够满足他们对美好生活的新时期,让他们体验舒心、消费放心。

游客是旅游业高质量发展的参与者,游客体验舒心、消费放心、认知悦心、文化润心,是旅游业高质量发展的题中应有之义。

一是体验舒心与消费放心。旅游业的发展和转型一直以来都与旅游者的需求密切相关,游客的满意度、发展率和口碑传播是评价旅游业高质量发展程度的关键指标。一方面,只有把旅游环境建设好、旅游设施完善好、旅游产品开发好、旅游业态发展好、旅游场景塑造好,才能真正满足游客的核心诉求。另一方面,激发旅游消费潜力、完善旅游消费体制机制、打通旅游消费

从四个角度看旅游业高质量发展

□ 厉新建 张赛楠 张孟然

难点堵点,是实现旅游业高质量发展的核心要义。只有消费环境友好、市场监管透明、保障机制有力,才能赢得游客的信任与口碑,让游客放心消费。

二是认知悦心与文化润心。一方面,旅游是丰富见识、增进学识、提高认知、重塑自我的重要方式,旅游业高质量发展有助于促进旅游者个人的高质量发展,以认知提升实现悦心悦己。另一方面,要在旅游业发展中培养高质量的旅游者。高质量的旅游者首先是文明的旅游者,自觉遵守文明旅游行为规范;其次是具备欣赏水平的旅游者,愿意为服务付费,在选择旅游产品时不盲从、不以价格高低为唯一选择标准、有品质要求和追求;再次是有爱心的旅游者,除了获得消费满足外,还会尝试通过旅游的方式去理解另一种文化;最后是愿意分享体验的旅游者。此外,只有文旅融合有深度、旅游服务有温度、市场匹配有精度、文化传播有效度,才能通过旅游发展带动个人素质的提升。

从居民的角度看

从居民的角度看,旅游业高质量发展就是能够给他们的生活带来更多的获得感、满足感、幸福感。

游客抵达的诗和远方恰恰是旅游目的地居民的家乡。旅游业高质量发展要注重保障当地居民的利益,致力于推动社区发展与旅游发展的良性互动。

一是以社区参与激发旅游业高质量发展的内生生活力。当地居民是旅游业发展重要的利益主体,而且很多旅游空间往往与居民生活区毗邻甚至嵌入其中,社区居民参与旅游业高质量发展的重要参与力量。尤其是在地域特色鲜明的民族地区,居民的生活方式、生活状态本身就是旅游核心吸引物之一。引导居民参与旅游发展,有助于营造和谐旅游氛围,也有助于提升居民的经济收入和生活水平。首先是通过合理的激励促进措施和利益协调措施,提高社区居民的参与意愿。其次是通过教育培训、能人带动等方式,提高社区居民的参与能力。再次是完善社区居民的参与条件。只有参与环境友好、制度保障完善、利益关切合理,社区居民才能积极参与到旅游业发展中来。

二是以社区共享实现旅游业高质量发展的和谐共赢。旅游业发展对当地居民的生活环境、就业机会和文化传承等方面都会产生深远影响。因此,必须考虑到旅游目的地的居民的利益。只有旅游业发展成果能够被当地居民所共享、助力当地居民坚定文化自信,最终实现共赢发展,才是旅游业高质量发展。首先是空间共享。旅游者和目的地居民处于同一空间环境,只有做到旅游场域与生活场域的彼此尊重、有界限与无形界限的恰当划分,才能更好地营造主客共享空间。其次是利益共享。旅游业高质量发展要兼顾旅游者、社区居民、旅游企业等多主体的差异化利益诉求和协同化利益锚点。为此,要建立合理的利益协同、共享与分配机制,尤其是确保社区居民在旅游发展过程中有获得、有收益、有满足、有幸福。再次是文化共享。旅游业的发展会带来文化的交流、融合,要塑造多元文化的共生生态,促进文旅深度融合。

(注:本文系国家社科基金重大项目“文旅高质量发展融合发展研究”[24&ZD213]的阶段性成果)

(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)

新时期旅游职业教育体制机制改革创新思考

□ 郎富平

我国高等职业教育建设与发展已近30年,在促进人才培养、产业转型、地方发展等方面作出了巨大贡献。旅游职业教育伴随着文旅产业的发展壮大,在专业设置、区域布局、人才培养、行业服务、共同富裕、国际交流等领域亦取得了显著成绩。在中国式现代化进程中,助力文化强国、旅游强国与教育强国建设,已经成为新时期旅游职业教育的新使命。在全国文旅行业产品业态快速迭代、技术应用不断创新、多元产业深度融合、品质要求持续提高的背景下,旅游职业教育应锚定“育训并举、产教融合、科教融汇”目标,以破解体制机制瓶颈为抓手,聚焦“五金”(金专业、金课程、金教材、金师资、金基地),探索服务区域经济与文旅行业高质量发展的新路径。

破立并举:以产教融合体制机制改革提升发展动能

新时期旅游职业教育要深化产教融合,构建教育与产业协同发展的新生态。重点要突破校企合作“校热企冷”、产教融合“形合神散”的痛点,构建“三链融合”的新机制。

一是重构治理链,夯实产教融合共同体与市域联合体。各地应做实做大文旅行业产教融合共同体,联合国家级旅游度假区或国家级文化产业示范园区,设置市域联合体,创新设置县域产业学院与企业产业学院、协同创新中心、教师企业实践基地与培训基地、师资发展共同体、技能大师工作室、博士工作站、师生工作坊等项目载体,合理设置集“产学研训赛创”于一体的建设项目,创新日常运行机制。

二是打通利益链,探索“项目制”合作模式。以横向课题、技术研发、

员工培训、管理输出等为载体,将文旅企业需求转化为可量化、可分配的合作项目。旅游类专业可以重点聚焦市属或县属文旅类、康养类、商贸类国有企业,通过空间运营、产品研发、营销推广、落地实施等联合运营模式,形成学校、企业、师生“利益共享、责任共担”的长效机制。

三是整合资源链,建设数字产教融合平台。依托职业院校信息化优势,基于产教融合共同体与市域联合体的,搭建集专产匹配分析、生产性实践实训等功能于一体的产教融合大数据平台,实时对接企业技术、培训需求,实现人力资源、课程资源、空间资源、实训设备及实践实训项目的跨区域、跨主体共享。

创新驱动:以科研成果认定体系改革赋能科教融汇

新时期旅游职业教育要推动职业教育与科技创新深度融合。职业院校旅游类专业尤其要打破传统科研评价“重论文轻应用”“重专利轻转换”的桎梏,构建“三化一体”的科研成果评价与转化体系。

一是评价标准多元化。探索将横向课题经费、专利转化收益、行业标准制定、社会培训规模等纳入科研评价体系。例如,专业教师在文旅领域的咨询报告被各级地方政府采纳,可等效于相应级别的期刊论文;指导学生获国家级或国际级技能大赛奖项,可纳入科研绩效加分或奖励。

二是成果转化场景化。聚焦文旅产业的重点消费场景与岗位要求,设立各个专业领域的应用技术研究院或工作坊,如智慧旅游体验场景、非遗数字化保护与传承、适老化场景改造等方向,推动科研成果直接服务产业

升级与地方应用。

三是科教融汇常态化。实施“科研反哺教学”计划,既要求教师将最新研究成果转化为教学案例,实训项目,又鼓励探索中国特色学徒制,以大师工作室、师生工作坊或师生服务团队等形式,为文旅行业企业开展产品研发、专利转换、市场开拓、管理咨询等提供支持。

激励导向:以二级院系薪酬绩效改革激发内生动力

新时期旅游职业教育要以深化院校内部治理改革为契机,充分释放二级院系或专业的办学活力。尤其是应以二级院系薪酬绩效分配为突破口,构建“三层级”的激励机制。

一是差异化考核,突出“贡献度”导向。探索将二级学院或专业(课程)教研室分为“教学主导型”“产教融合型”“科研服务型”“创新创业型”等类型,设置差异化KPI。例如,部分院系可重点考核企业订单班比例,部分院系可重点考核创新创业比例、文旅实体运营收入、专利转换收入。

二是动态化分配,强化“多劳多得”原则。推行“基础绩效+增值绩效”模式,将文旅行业捐赠或共营收入、社会培训收益的合理部分划归二级院系自主分配。在多数学校总成绩尚未突破的情况下,各个二级院系可根据实际绩效、标志性成果等核心指标,实行差异化拨款制度,激发二级院系的主体意识与责任意识。

三是长效化培育,实施“金师资”成长计划。探索设立“双师型”教师发展分类评价体系和“双师型”教师发展基金,对获得全国技术能手、省级工匠等荣誉及在横向课题研究、专利

转换成果等方面取得突破的教师给予奖励,并在职称评审中开辟“绿色通道”。

聚焦“五金”:以新基建夯实高质量发展根基

新时期旅游职业教育要跳出教育的“小逻辑”,融入服务地方、服务行业企业的“大逻辑”,依托深度产教融合,重点围绕“五金”,全面实现旅游类专业性的整体性飞跃。

一是围绕金专业,打造“旅游+”专业群生态。各个旅游类专业应紧扣地方发展及文旅产业的实际需求,重点针对文旅产业链中高端,精准匹配文旅产业集群化发展。例如,浙江旅游职业学院对接浙江高水平文化强省旅游强省建设需求,重点建设酒店管理与数字化运营专业群、智慧养老服务与管理专业群,同步培育交通商贸、文传艺术、数字技术等周边专业群。

二是围绕金课程与金教材,构建“岗课赛证”融通体系。例如,浙江旅游职业学院联合宋城演艺、乌镇旅业等行业龙头企业或深度合作企业,坚持育训并举,共同开发活页式教材与工作手册式教材。

三是围绕金基地,建设“虚实融合”的实践实训体系。以旅游类专业为代表的新闻科,应坚持“虚实结合,以实为先”,既要高标准建设现代旅游的虚拟仿真实训基地或智慧旅游实训基地,又要充分营造优良的校园氛围。例如,浙江旅游职业学院在建设国家级虚拟仿真实训基地的同时,创新建设校园景区(研学基地)、酒店、咖啡吧等系列生产性实训基地,全面推进校外生产型与创新创业型实践实训基地的建设。

(作者单位:浙江旅游职业学院)