

优质旅游视角下沈阳文旅融合发展路径探析

郭慧萍, 吴佩烨

(沈阳师范大学旅游管理学院, 辽宁 沈阳 110034)

摘要: 文旅融合发展已经成为衡量一个地区旅游发展水平的重要标准之一。沈阳作为国家历史文化名城具有得天独厚的文旅资源优势。本文基于优质旅游视角, 在对沈阳文旅融合发展现状及问题进行分析的基础上, 提出建立沈阳文旅资源数字化平台、推动沈阳文化遗产旅游智慧化建设、提升旅游产品文化内涵等加快沈阳文旅融合发展路径, 旨在为沈阳文旅融合实践提供一定参考, 进一步提升沈阳城市文化影响力。

关键词: 沈阳; 优质旅游; 文旅融合; 路径

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2021.23.003

文化是旅游的灵魂, 旅游是文化的载体, 文旅融合已成为必然趋势。只有充分重视旅游产品的文化性, 展示文化特色, 提高文化品位和文化含量, 才能吸引旅游者, 从而促进旅游业蓬勃发展。同时, 旅游有助于文化的传播与活化利用, 有利于文化的传承与发扬。近年来, 旅游市场的竞争已逐步演化为旅游产品文化的较量, 各旅游目的地视旅游文化为发展旅游业的战略资源和竞争资本, 竞相打出文化品牌。文旅融合发展已经成为衡量一个地区旅游发展水平的重要标准之一。沈阳素有“一朝发祥地, 两代帝王都”之称。同时, 沈阳又是中国最重要的以装备制造为主的重工业基地, 有着“共和国长子”和“东方鲁尔”的美誉, 具有曾经创造 100 多个“新中国第一”的传奇工业历史, 与周边城市相比, 沈阳兼具历史文化底蕴以及工业文明优势。突出的资源禀赋和外部环境优势为沈阳文旅融合发展提供了得天独厚的条件。如何充分利用这一优势, 深化沈阳文旅融合发展, 将文旅资源优势转化为产业优势, 进一步提升城市文化的影响力, 无疑是一个需要着力探讨的课题。

1 沈阳文化与旅游融合发展现状及问题

1.1 沈阳文化与旅游融合发展现状

沈阳是国家历史文化名城, 有 2300 年建城史, 全市已登记文物遗存 1100 余处, 其中国家级文物保护单位 10 处, 省级文物保护单位 29 处, 市级文物保护单位 21 处。东北大鼓、谭振山口头文学等 4 个项目入选国家级第一批非物质文化遗产代表作名录。

近年来, 沈阳积极推动文旅融合发展, 《沈阳市旅游发展总体规划(2015-2020 年)》对沈阳未来五年旅游发展作出了定位和规划, 其中涉及到文化与旅游融合发展的项目, 包括盛京皇城文化旅游景区、皇姑舍利塔盛京碑林公园、辽宁省科技馆、辽宁省博物馆、莫子山公园、沈阳故宫、盛京艺术中心、传奇梦工厂主题乐园、东陵文化遗址公园等, 规划的实施将大大加快沈阳文旅的融合发展。在政府的积极推动和各方面的努力下, 沈阳文旅融合取得了一定成效。

1.1.1 打造了一批文化旅游品牌项目

开发了一批具有较高文化品位的产品, 包括清文化系列产品, 工业文化系列产品、各种民俗文化系列产品等, 产生了一定的社会影响力, 也提高了旅游产品的吸引力和市场竞争力。如一宫两陵、清代一条街, 北市场民族特色街, 张氏帅府、“九一八纪念馆”等, 目前正大力推进皇城地区改造建设, 将皇城地区打造成集遗产保护、文化旅游、商业服务等多功能于一体、具有独特魅力的标志性历史文化街区。

1.1.2 形成了若干文化创意产业园区

除了 1905 文化创意产业园、浑南动漫基地外, 棋盘山开发区依

托投资 100 亿元的中南卡通城、中欧文化创意研究院、国际多媒体产业园、泗水科技城、路虎文化创意园、飞利浦产业园、出版传媒产业园等重点项目的建设和完善, 逐步形成具备一定研发能力的文化创意产业带。

1.1.3 逐步培育一批工业文化旅游品牌

作为老工业基地, 沈阳逐步建成了中国工业博物馆、铸造博物馆、工人村生活馆、蒸汽机车博物馆、铁西人物馆等工业遗产展示系列, 成为沈阳独特的工业文化景观, 丰富了沈阳历史文化名城的内涵。铸造博物馆和工人村生活馆先后被评为国家 AAA 级和 AA 级文化景点, 省市文物保护单位。中国工业博物馆是全国爱国主义教育基地, 国家 AAAA 级景区, 省级文化保护单位。

1.1.4 出现一批特色文化旅游节庆活动

沈阳是东北最大城市, 区位优势明显, 近年来打造了东北文博大会, 沈阳古玩艺术品博览会, 世界自然与文化遗产博览会, 家居装饰文化节, 东北亚工艺美术博览会等, 提高了沈阳城市吸引力。

1.2 沈阳文旅融合发展存在的问题

1.2.1 融合形式单一

沈阳文旅融合大都局限于某一个层面, 缺乏深度开发和挖掘, 要素整合不够, 产业链条短, 食、住、行、购环节融合度低, 导致产品结构单一, 文化内涵挖掘不够, 形式单一, 一些文旅产品设计陈旧老化, 缺乏创意, 层次低, 特色和创新不足。

1.2.2 缺乏融合品牌产品

尽管文化资源条件优越, 但丰富的文物资源、自然人文旅游资源及民俗文化资源还没有得到充分的开发利用, 有的未得到有效保护, 产品知名度不够, 缺乏文旅融合品牌项目支撑, 文化与旅游融合产品认知度和影响力还有待提高。

1.2.3 融合不足

从总体看, 目前沈阳文旅融合发展不足, 文化旅游资源开发特色不鲜明, 产品缺乏吸引力。如中国工业博物馆旅游者较少, 1905 创意产业园平时游客数量也不多, 只有举办活动时吸引大批游客, 但活动频率不高, 如犀牛市集每季一次。

2 加快沈阳文化与旅游融合发展路径

2.1 建立沈阳文旅资源数字化平台, 推动沈阳文化旅游智慧化建设

近年来, 伴随着互联网技术、VR 技术的飞速发展, 数字文旅在我国迎来了发展的黄金时期。以百度百科数字博物馆为例, 从 2012 年 1 月 4 日正式上线到 2018 年 5 月, 百度百科数字博物馆全面升级, 正式更名为百度百科博物馆计划, 在过去的六年时间里, 包括中

表 1 沈阳市代表性文化遗产资源

| | |
|--------|--|
| 清文化 | 沈阳故宫博物馆、沈阳清福陵、沈阳清昭陵 |
| 红色文化 | 沈阳“九一八”历史博物馆、周恩来少年读书旧址、中共满洲省委旧址 |
| 民国文化 | 张氏帅府、沈阳金融博物馆 |
| 工业文化 | 中国工业博物馆、铁西工人村、沈阳 1905 文化创意园区、沈阳沈飞航空博览园 |
| 关东民俗文化 | 老北市场、奉天落子、谭振山民间故事、二人转、剪纸、大秧歌、特色饮食文化 |

国国家博物馆、中国园林博物馆等 200 余家博物馆完成了其数字化进程。因此沈阳在文旅融合中应当提供数字化平台和智慧化平台,让数字化文化遗产和实物型文化遗产保护利用相辅相成共同发展。沈阳文旅资源按照主题分类有清文化、民国文化、工业文化、红色文化、关东民俗文化等,应对其进行系统化整理,分门别类,建立名录体系,制定科学合理的保护利用规划。在建设内容上可以采用遗产的数字化保护、静态(动态)遗产的数字化展示、传播方式和交互方式的数字化建设等,打造全方位的沈阳文化遗产数字化平台和体系,通过立体 flash、虚拟漫游、高空俯瞰等多种方式,全景展示文化遗产,可以极大丰富用户的感官体验。将虚拟旅游技术应用于历史文化遗迹,通过现场再现当年情景,为游客们带来沉浸式的良好体验,提高文化资源的开发利用价值。

2.2 提升沈阳旅游产品文化内涵

提升旅游产品的文化内涵就是通过发掘利用区域文化元素,对旅游产品进行开发设计、形象塑造、品牌打造的过程。沈阳独一无二的抗战文化、清文化、内涵丰富的工业文化等代表性的文化资源开发利用价值较高,文旅融合发展的潜力较大。应以沈阳独具特色的清文化、民国文化、抗战文化、关东民俗文化、世界遗产文化等项目为核心,强化旅游产业和文化产业的融合发展。首先,进一步打造提升现有的一宫两陵、“九一八纪念馆”等一批沈阳特色的文化旅游品牌系列,精心打造更多文化创意园、休闲街区、爱国主题教育基地等。其次对沈阳区域文化,特别是清文化、工业文化、关东民俗文化等,对属于这些文化的建筑、雕刻、绘画等物质形式的文化表象进行包装策划,提炼其核心要素,并以此为载体,通过语言文字、音乐舞蹈、音像、动漫、工艺品等各种形式进行深度开发。对于非物质形态的文化表象,如口头传说和表述、表演艺术、风俗礼仪、饮食习惯等通过各种生动新颖的艺术形式、灵活多样的经营模式等进行活化利用,融入旅游路线、项目、主题设计中加以表达,提升产品的文化性。如开发特色餐饮、文化主题住宿、工业遗产劳动体验等多种产品形式,使游客更加直观的参与到活动中去,强化体验性。进行市场调研,深刻了解游客的需求,寻找市场空白区域,有针对性地开发出多元化的旅游纪念品和文旅衍生品,建立复合式、多重式的旅游产品结构,提高产品质量,丰富产品种类,创新的旅游产品可提高游客满意度和忠诚度,更有助于提高经济效益。

2.3 深化管理体制机制改革,大力培育文化旅游市场主体

目前沈阳文化遗产景区和文化场馆大都属于事业编制,包括一宫两陵、中国工业博物馆等。这些景区一部分采用公益性事业单位管理模式,不收门票,完全依靠政府财政拨款,人员为固定编制,另一部分采取经营性事业单位管理模式,主要依靠门票收入,自收自支,人员为固定编制与临时用工相结合。现阶段,营销手段和文化产品盈利方式都满足不了运营成本,应深化事业型景区管理体制改革,建立市场化的景区管理运营机制。应成立景区运营管理公司,承担景区的建设和经营管理,对景区实行企业化管理,市场化运营。同时,改革人事与收入分配制度,引入竞争机制,择优上岗,能上能下,实行绩效薪酬。对国有企业型景区管理体制进行改革,明晰产权,合

理划分权责,完善现代企业制度,精简机构,裁撤冗员,建立现代企业用人机制,实行全员劳动合同制,健全竞争激励机制,推行竞争上岗,双向选择,公开向社会招聘考录,实行年度绩效考核及末位淘汰制等。应深化收入分配制度改革,打破人员学历和身份界限,根据不同岗位的任职要求确定收入层级,调整收入结构,增加收入中与绩效挂钩部分的权重,对企业中层以上管理者试行年薪制。同时,建立量化的考评体系,减少和消除人为因素影响。通过完善用人机制和收入分配制度,激发企业活力,调动员工的积极性。

2.4 调整营销策划思路,拓宽宣传推广的渠道

通过深入市场调查,调整营销策划思路,拓宽宣传推广的渠道,吸引更多消费者前来。要提炼出当地自然和人文环境中独特的卖点,制作出既切合沈阳特色又朗朗上口的文旅营销宣传口号,达到良好的广告效果,打响知名度,并且利用新媒体方式,与多家媒体协商合作,包括电视台、微信、微博等,广泛撒网,必要时更要借助政府的产业扶持政策和产品推广,达到事半功倍的良好效果,文化旅游产品的生产和出售都会比较顺利,对于政府和旅游经营商来讲也是双赢的抉择。争取树立文化旅游品牌,逐步扩大市场份额,提高知名度,让文化旅游成为沈阳旅游的金字招牌,加大旅游吸引力,逐步扩大目标客户群,拓展市场规模,争取更大的市场空间。

参考文献

- [1]王德刚.优质旅游的根本是内涵式发展[N].中国旅游报,2018.
- [2]王成志.新时代我国发展优质旅游的必然性与关键问题研究[J].旅游学刊,2018,33(10):5-7.
- [3]杨振之.新时代文化与旅游的融合发展[N].中国旅游报,2019.
- [4]宁岩鹏,贾周圣.推动文化产业与旅游产业融合发展的思考[J].文化学刊,2019(02):91-93.
- [5]柳楠,王慧.文旅融合背景下沈阳市文旅资源赋存特点及价值评价初探[J].旅游纵览,2020(10):112-115.
- [6]刘春雷,李娜.关于沈阳旅游业创新发展的对策研究——文化认同视域下提升沈阳清文化旅游品牌竞争力研究[J].美与时代(上),2017(11):34-36.