

文旅融合视角下地方旅游经济提质升级研究

乔丽霞

山东众智慧谷信息咨询有限公司, 中国·山东 济南 250014

【摘要】文旅融合成了新时代促进地方旅游经济高质量发展的主要动力。目前我国的文旅消费正在发生着年轻化、体验化、数字化、自驾化的趋势,但是地方上还存在着文化挖掘不够深入、浅层融合现象普遍、网红流量难以转化为留量、智慧化程度不高、品牌辨识度低等问题。本文以文旅发展新态势为立足点,系统论述文旅融合推动地方旅游升级的内在机理,剖析现实困境,从文化活化、业态革新、数智加持、品牌IP、制度保障这五个方面给出改善办法,给地方旅游经济提升质量赋予学理参照和操作方向。

【关键词】文旅融合; 地方旅游; 提质升级; 高质量发展; 数智赋能

1 引言

当前我国文旅产业由规模扩张转向提质增效,融合模式迈入深层次发展阶段。国家接连发布相关扶持政策,文旅消费呈现博物馆、露营、夜游等多元热潮,青年成为消费主力,沉浸式体验类产品愈发受青睐。但地方文旅普遍存在同质化建设、文化挖掘浅显、产业链不完善、数字化水平与专业人才不足等问题,普遍面临客流充足而经济效益偏低的困境。基于政策与市场现状剖析文旅融合赋能地方经济升级的机理与路径,具备较高的理论与实践价值。

2 文旅融合助推地方旅游经济提质升级的内在机理

2.1 文化活化赋能:从资源存量到价值增量

文化是旅游的灵魂,也是地方旅游不可复制的核心竞争力。国家要求系统开展文化遗产普查、挖掘地域文化内涵、提高文物游、考古游、博物馆游质量。文旅融合依靠活态传承、场景再造、故事化表达把静态的文化资源转变成可以体验、可以消费、可以传播的文旅产品,达成从资源存量到价值增量的转变,改善产品的辨识度和溢价能力,从根子上削减同质化竞争。

2.2 业态跨界延伸:从门票经济到全域消费

文旅融合冲破产业界限,促使文旅+农业、康养、研学、体育、文创、夜间经济、自驾露营等各类业态深度融合。多业态融合可以拉长停留时间、扩大二次消费、平滑淡旺季波动,促使地方旅游由单一门票经济向综合消费经济、体验经济、情感经济转变,明显提高产业综合收益和抗风险能力。

2.3 数智技术驱动:从传统运营到精准治理

人工智能、大数据、VR/AR、直播新媒体等技术正在重新塑造文旅生产、传播、消费的全过程。智慧景区、无感通行、大数据客流监测、新媒体矩阵营销、线上云游成了标配。数智化促使地方文旅由经验型决策向数据型决策转变,由粗放式经营向精细化经营转变,由被动式服务向主动式服务转变,提升运营效率、游客体验、服务精准度,给文旅高质量发展赋予技术支撑^[1]。

2.4 品牌IP引领:从流量引流到留量沉淀

在网红效应周期性衰减、注意力经济竞争加剧的环境下,IP化、特色化、差异化成了地方文旅破圈的关键。2025年以后,全国各地纷纷创建城市文旅IP、文化主题IP、非遗IP、节庆IP,用内容化、故事化、情感化的传播方式来塑造出具有高辨识度、强记忆点、高忠诚度的文旅品牌。品牌IP可以将短期的流量变成长期的留量、复购率和口碑传播,从而提高市场的竞争力以及可持续发展的能力。

3 文旅融合视角下地方旅游经济发展的最新突出问题

3.1 文化挖掘浅表化,活态传承不足

大多数地区对于历史文脉、非遗技艺、民俗故事、红色文化等的挖掘比较浅薄,只停留在符号堆砌、静态陈列、标语化展示的水平上。非遗体验大多只是简单的表演,缺少沉浸式的工坊、手作体验、活态传承场景;文物资源利用率低,考古游、博物馆游、文物主题游径开发滞后;文化表达与当代生活相脱离,无法打动年轻人,造成有资源无产品、有产品无体验、有体验无记忆^[2]。

3.2 业态同质化内卷,融合层次偏低

地方文旅开发同质化竞争、千篇一律的问题仍然存在,仿古街区、网红打卡点、乡村民宿、亲子乐园的重复建设非常普遍,低水平的重复建设造成区域内耗、价格战、利润下滑。文旅加起来只是表面的叠加,并没有将研学课程化、康养医疗化、文创设计感、夜间经济内容和自驾露营配套都做好。产业融合重形式轻内容、重硬件轻软件、重流量轻转化,不能形成差异化竞争优势。

3.3 网红流量难转留量,消费结构失衡

2025年开始多地出现网红打卡热、人均消费低、热度衰减快的现象。全国数据显示,2025年国内人均消费同比有小幅下降,部分网红城市全年人均消费仍低于2019年。核心问题就是消费场景单一、产业链条短、二次消费少、服务配套差,游客大多只是拍照打卡而走,不能形成深度体验、情感共鸣、复购消费,流量没有转化为高质量的经济收益。

3.4 智慧文旅建设滞后,数智赋能不足

基层地区缺少智慧化基础设施,数字化运营能力较低。大多数景区的线上预约、智能导览、客流监测、无感通行、智能安防没有实现全覆盖,文旅大数据平台缺乏,不能准确分析客源画像、消费行为和市场趋势,新媒体营销碎片化、内容同质化、直播转化率低,没有形成全媒体传播矩阵,数字技术与文化体验、产品创新、服务升级融合不够深入,数字藏品、虚拟人导览、VR沉浸式体验等新业态应用较少。

3.5 品牌IP辨识度弱,专业人才紧缺

地方文旅品牌定位不清、IP形象不明、传播零散,缺少有全国影响力的中心IP和标杆项目。文旅宣传重节庆活动、轻内容深耕,重短期引流、轻长期运营,不能形成持续的品牌声量和用户忠诚度。文旅策划、文创设计、IP运营、新媒体传播、数字化管理、涉外服务等复合型人才严重缺乏,目前的从业人员创新能力、市场思维、数字素养欠缺,不能适应文旅深度融合和高质量发展的需要^[3]。

4 文旅融合视角下地方旅游经济提质升级的优化路径

4.1 深耕在地文化,推动资源活化与现代表达

对全域的文化资源进行普查,整理出历史文脉、非遗技艺、民俗故事、红色文化、工业遗产、乡土文化等各方面内容,创建起资源数据库以及价值评价体系。

推进文化活态传承,创建非遗工坊、传习所、体验基

地,推出非遗手作、民俗演绎、传统节日庆等沉浸式产品,塑造文物主题游径、考古体验、博物馆奇妙夜等新型文化旅游产品。

加强文化现代表达,提炼出地域文化符号、IP形象、故事体系,把文化元素融入到景区场景、民宿设计、文创产品、餐饮美食、服务礼仪中,实现传统文化年轻化表达、在地文化差异化呈现。

4.2 创新多元业态,构建“文旅+”融合生态

推进文旅和乡村振兴融合发展,发展田园观光、农事体验、精品民宿、乡村文创、乡土美食,打造小而美、小而精、小而特的乡村文旅新场景。

推进文旅+研学康养,创建标准化研学基地、红色教育基地、非遗体验营地,创建自然教育、文化传承、劳动实践课程,依托生态资源发展森林康养、温泉度假、中医药养生、旅居养老产品。

推进文旅+夜间经济、自驾露营,创建夜游街区、实景演艺、灯光秀、夜市美食、24小时书店等夜间消费场景,改善自驾营地、房车驿站、充电桩、应急救援、休憩服务设施,契合大众化、自驾化、常态化出游需求。

推进文旅+文创、数字内容的融合发展,开发出具有本地文化特色的文创产品、数字藏品、虚拟人导览、VR沉浸式体验等文旅+文创+数字内容产品,延长消费链,提高产品的附加值^[4]。

4.3 强化数智赋能,提升精准运营与服务体验

完善智慧文旅基础设施,即线上预约、智能导览、无感通行、客流实时监测、智能安防、线上投诉处理全覆盖,提高游客便捷度和满意度。

搭建文旅大数据平台,把客源数据、消费数据、运营数据、舆情数据整合起来,准确预测市场走向,改善产品供应,实施精准营销,细致管理,贴心服务。

创建新媒体传播矩阵,运营短视频、直播、微信公众号、小红书、抖音、B站、视频号、微博等平台,打造在地文化内容、沉浸式体验、网红打卡点、文旅好物、人物故事、节庆活动爆款内容,重视情感共鸣、视觉冲击、故事叙事、互动参与,提高品牌曝光度、美誉度和转化率,建立私域流量池,开展粉丝运营、会员体系、社群互动、复购激励,把公域流量转化为私域留量。

推进数字技术的广泛应用,开发出线上云游、虚拟展

厅、数字藏品、AI导游、VR/AR沉浸式体验、元宇宙景区等新的文旅产品,创建起新的消费场景,加强体验感、趣味性和吸引力;利用AI大数据分析游客喜好,达成个性化的产品推荐、个性化的线路规划、个性化的服务推送,改善游客的满意程度和忠诚度。

4.4 打造特色IP品牌,实现流量向留量转化

明确文旅品牌定位,从资源禀赋、文化特色、市场需求、区位优势、竞争格局出发,提炼出具有高辨识度、强记忆点、高忠诚度、差异化的区域文旅品牌口号、视觉形象、核心价值和品牌调性,防止定位不清、同质化竞争。

培育核心文旅IP,集中资源打造城市文旅IP、文化主题IP、非遗IP、节庆IP、赛事IP、网红打卡IP、工业遗产IP等,形成标杆项目引领、特色项目支撑、全域联动发展的品牌格局,注重IP人格化、故事化、情感化、场景化运营,让IP有温度、有记忆、有传播力。

创建系统的品牌经营体系,定期开展文旅节庆、文化演出、旅游宣传、文创市集、非遗购物节、赛事活动等线下特色活动来提高品牌的活跃度和影响力,加强跨区域合作、媒体联动、网红达人的合作、KOL的种草、社群传播,不断扩大品牌的影响范围和受众群体,重视口碑的管理、用户的运营、复购的转化、粉丝的沉淀、私域的运营,建立品牌监测、舆情应对、口碑优化机制,把短期的流量转化为长期的留量、用户的忠诚度、持续的消费力、品牌的价值。

4.5 健全人才与制度保障,夯实高质量发展根基

创建复合型人才培养体系,创建校地合作、产教融合、校企共建机制,联合高校和职业院校开设文旅策划、文创设计、IP运营、新媒体传播、数字化管理、入境服务、赛事演艺运营、资本运作等专业,定向培养本土化实用型、创新型人才,定期开展在职培训、行业交流、技能比武、外出考察、专家辅导,提高从业人员专业能力、数字素养、服务意识、创新思维和国际化视野,出台人才引进优惠政策,在住房、子女教育、科研经费、创业扶持等方面给予支持,吸引高端策划、运营、管理、入境服务、资本运作人才到地方文旅专业队伍中来。

健全统筹协调机制,加强文旅、发改、财政、农业、住建、自然资源、市场监管、体育、商务、网信等相关部门的协同工作,建立联席会议制度、联合调研制度、信息共享制度、政策联动制度、联合执法制度,实现统一规划、统一开

发、统一管理、统一营销、统一服务标准,打破部门壁垒和行政分割;建立区域文旅合作机制,打破行政壁垒,推进资源共享、线路互联、市场共拓、品牌共建、客源互送、人才互通,实现优势互补、协同发展、互利共赢。

优化政策和营商环境,增加财政投入、专项基金、融资支持、土地保障等各方面扶持力度,重点扶持文化活化、业态创新、数智赋能、品牌IP、人才引进、基础设施建设等工作,简化审批手续、放宽市场准入、改善营商环境、落实减税降费,吸引社会资本、民间资本、外资投入文旅项目投资建设、业态革新、品牌经营、服务质量提升等各个领域,创建起以政府为引导、市场为主导、社会共同参与、多渠道投入的文旅产业健康、有序、可持续、高质量发展新机制。加强行业监管、完善服务标准、健全诚信体系、严格质量监督、强化安全监管、做好生态保护、传承好文化、规范市场秩序,保障文化遗产安全、生态环境安全、游客人身安全、食品安全、消防安全,促进文旅产业健康发展。

5 结语

文旅融合属于新时代地方旅游经济提质升级的必然要求。2025年开始文旅消费年轻化、体验化、数字化、自驾化的新趋势之下,地方文旅发展要冲破文化浅表、业态雷同、流量难转留量、智慧化滞后、品牌弱小这些障碍。各地要坚持文化为根、创新为魂、数字为翼、品牌为引领、人才为支撑,系统推进文化活化、业态创新、数智赋能、IP塑造和制度保障,不断激发文旅产业内生动力,促进地方旅游经济高质量、可持续、国际化发展。

参考文献:

- [1] 冯学钢,何静.中国式现代化进程中的文旅高质量融合:理论逻辑、关键问题与实践进路[J].华东师范大学学报(哲学社会科学版),2025,57(04):134-146+179-180.
- [2] 刘英基,邹秉坤,韩元军,余超.数字经济赋能文旅融合高质量发展——机理、渠道与经验证据[J].旅游学刊,2023,38(05):28-41.
- [3] 王瑞,袁勤俭.区域文化和旅游产业融合发展的组态路径研究——基于fsQCA方法的探索[J].旅游科学,2025,39(08):38-58.
- [4] 徐彤,张毓利,刘红伟.文旅深度融合发展的水平测度与类型划分——以内蒙古为例[J].国土资源科技管理,2024,41(05):117-130.