

# 从打造区域品牌角度浅谈雅安文旅发展

杨开慧

(四川师范大学, 四川 成都 610000)

**摘要:** 随着时代的发展, 经济水平的不断提高, 人们对美好生活的不断追求从基本物质所需提升到更高精神层次领域的追崇, 人们的休闲娱乐意识不断提高。其中, 外出旅游作为越来越多人选择的生活休闲方式, 对旅游产业的发展起到极高的刺激, 同时也需要对旅游产业进行不断的升级与转型以跟随时代的前进步伐。一个区域的文旅发展若是分离开来就如同一盘散沙, 没有一个地区内在的集中精神力量体现, 走出这一地区, 世界之大, 雷同的文化, 相似的旅游地, 数不胜数。反之, 若是一个区域集中力量打造属于自己区域特色的文旅产业, 无论是走到这一区域的哪个地方, 接触哪个范畴, 都是有深的地方文化特色的烙印, 那便会给受众带来印象深刻的氛围感受, 影响深刻。另一方面, 集中打造区域文旅特色品牌, 会使此区域的文旅产业方向更趋一致的目标与方向, 在保持总体向前的共性发展中带有各自的文化特色。

文化作为人类精神文明的结晶, 中华民族拥有几千年的优秀历史文化长河, 在发展的历程中随着历史的发展不断更迭浮沉, 正是需要我们大力复兴的步伐。在以文化强国为引导的这条道路上, 旅游产业的发展也从最基本的游玩娱乐上升到情感价值的升华, 在旅游中融入文化的力量将会焕发无限的空间可能性。品牌作为企业的核心竞争力, 区域品牌则是在一定的地理范围内形成的综合力量聚集区。品牌的影响力在旅游文化产业中也占据及其重要的作用,

然而在当今的旅游发展中, 针对集中打造区域性品牌文化的旅游业建设方案少之又少。此文章以雅安文化旅游为立足点, 雅安旅游业发展虽呈日趋上升之势, 但仍缺少整体竞争力, 因此, 针对此现状, 将从整合雅安市地理范围内众多旅游资源, 并融入文化资源方面进行整体文旅区域打造, 以打造区域品牌的角度探索文化和旅游的总体发展潜力的可能性, 以文化促进旅游产业, 以旅游产业带动文化复兴。

雅安, 一个拥有“雨城”“川西咽喉”“西藏门户”“民族走廊”之称, 一个拥有熊猫文化、茶马古道文化、红军文化、女祸补天等他优秀传统文化及非遗文化的地方。在这些优秀的文化中孕育出了雅安这一得天独厚的原始自然生态区及众多人文景观结合的5A级旅游景区。

然而, 雅安的文旅资源存在各地经济发展不平衡, 没有统一的文旅产业链, 没有创新一致的进行规划, 整体布局散落各地。因此, 想要更好的利用这独特的旅游资源及文化资源, 打造雅安区域性文化旅游品牌不失为一个重要的范畴。

主要从以下几个步骤对文章进行梳理:

## 一、整合雅安市内及周边知名文化及探索知名旅游区域

### (一) 天然生态环境优良

雅安具有先天的生态环境优势, 位于四川盆地和青藏高原的过度地带, 是现代中心城市与原始自然生态区的结合过渡地

带, 全年降雨丰富, 植被繁多, 森林覆盖率为全省第一, 四面环山, 空气质量优良, 具有“天府之肺”“天然氧吧”之称, 是适合生态健康养生的一大圣地。

## (二) 人文旅游资源丰富

雅安作为熊猫的发源地, 是中国最大的熊猫保护研究中心, 有知名度较高的雅安碧峰峡旅游胜地。也是世界茶文化之源地, 有较为出名的藏茶、蒙顶山茶文化旅游资源。有极具特色的“三雅”文化, 雅雨、雅女、雅雨。是古南方丝绸之路的门户和必经之路, 有红色文化、丝绸文化相辅相成。同时, 作为汉文化与民族文化结合过渡地带, 有丰富多彩的藏羌彝文化等其他少数民族特色文化, 同时有荣经黑砂等非物质文化遗产及等其他优秀传统文化。古代为青衣羌国, 秦置严道县(含今荣经、雨城区)属蜀郡。西汉增置徙县(今天全)、旄牛县(今汉源)、青衣县(今名山、芦山)。三国蜀汉置汉嘉郡, 西魏置蒙山郡, 隋代以后改置雅州。清置雅安府, 辛亥革命后初属四川第十七行政督察区, 后为西康省第二行政督察区。共和国初期为西康省雅安专区, 1955年西康省被撤销后归四川省为专区, 后改地区, 2000年改为省属地级市

## 二、打造雅安区域特色文旅品牌

### (一) 因地制宜进行区域品牌建设

区域品牌的打造不同于单独某一品牌的创建, 需要考虑到一定区域的实际情况, 受此地的政治、经济、文化等多方面的实际情况所影响, 在这里谈论的文旅发展便要结合雅安的实际地理位置、气候条件、人文资源情况等方面的实际因素进行考虑。

### (二) 主导产业进行集聚效益

在区域性的品牌打造中需要找寻此片区最具影响力及优势的旅游资源同相关的文化资源进行集中力量打造建设。在众多人文资源中, 最具优势及影响力等无疑是熊猫资源及茶

文化资源。

### 1. 熊猫资源

近年来刮起等熊猫热风潮,使越来越多人对熊猫痴迷不已,无论是国内外,都受到一大批狂热粉丝的追捧,而在中国的对外交往中,则扮演着“友谊大使”,以熊猫资源作为主导产业推进雅安整体文旅发展无疑是一个最佳的选择。以熊猫作为主导产业进行区域文旅产业品牌打造需要集中力量打造独具雅安特色的熊猫文化,以熊猫文化作为品牌主导吸引游客走进雅安,感受雅安的其他优秀文化,使珍贵的熊猫资源及其他优秀的文旅文化资源在雅安整体经济发展中能发挥作用。

### 2. 茶文化资源

雅安作为茶文化的发源地,其茶文化在历史悠久,生态有机等方面极具优势,蒙顶山茶在古时作为贡茶地位参与政治、经济生活,葬茶作为藏区主要茶来源,不仅起到了经济价值的作用,一定程度上更具有政治效益,现存有茶马古道、蒙顶山茶区等这样独具特色的地方文化,若是集中力量打造茶马古道文化走廊、蒙顶山茶文化旅游产业、藏茶这一茶文化区域品牌,再辐射到周边各类文旅资源形成雅安区域的文旅品牌打造,也可形成一个统一的文化旅游产业链。引导人们了解茶文化的起源、发展,了解生态有机茶的优势,一方面对旅游产业起到助推作用,更大程度上带动雅安茶产业品牌深入人心。2008年6月,雅安藏茶传统制作技艺被列入第二批国家级非物质文化遗产保护名录。2019年,“雅安藏茶”品牌评估价值达18.61亿元,居全国黑茶第3位。

以上主导产业以熊猫文化及茶文化作为产业主导,通过建设一批具有地方特色文化具有影响力、竞争力的区域文旅品牌,充分发挥区域品牌在推动文旅产业经济发展的更快转型。

### (三) 政府重视进行推动

作为5a级旅游城市,旅游产业雅安经济实力大增长做出了极大的贡献度,这更加需要相关主管部门及政府充分发挥引导和推动作用。从最初区域品牌构思形成到后期的打造运营,领导级都要在宏观上起着调配作用。充分发挥雅安文旅资源的区域特色、文化底蕴及更生层次的文旅潜力,提高区域整体知名度及影响力,推动雅安文旅产业的更好发展,以此更好推动雅安整体经济、文化的发展。

### 三、整合资源融入更方力量

区域文旅品牌打造并非简单容易的宣传即可,需要融入更方面的力量集中进行打造:

#### (一) 注重历史与文化融入

一方面,就上文提到的各方优秀文化资源作为旅游产业的内在软实力,助力旅游产业的发展,使之焕发本土优秀文化的精神力量。另一方面雅安自古以来就秉承中华传统优秀如孝敬

父母、家庭和睦等优秀文化,现多地仍存有各种节孝牌坊。这都是一个城市在历史中积淀下来的无形的智慧与资产。在文旅发展的打造中,在品牌文化注入传统文化的力量,在无形中对人的思想观念会起到很好的引导作用。

#### (二) 注重科技与创新融入

特别是疫情过后,大家会发现线上、智能的发展迅速,云端观赏,云端互动等线上形式的开展,这也将是今后社会不断发展进步的一大趋势。今后的旅游产业不能固步自封保持传统的操作,应时刻融入互联网时代的快速步伐,线上线下一齐发展,利用互联网时代大数据的优势,极力打造创新性区域品牌,走创新,新时代的文旅产业路线。

#### (三) 注重多元化发展

当今人们的享受需求不再是单一的观赏需要,一个品牌的成功之处不仅仅在于企业的标志上,当今社会更加注重多元化、多方位的多感官体验。无论是旅游产业还是其他产业,让受众参与互动能达到最佳的消费体验。在文旅区域品牌的打造中,不仅仅是视觉上的感受,更是多感官融入品牌打造,极力推出有趣味的活动形式,与当地的居民、生活产生交集,能将受众直接融入感受到当地的人文氛围中,这无疑能是一次美好有意义的体验。

文旅区域品牌打造并非一朝一夕之事,品牌的成功除了表面的吸睛,更需要时间的打磨,一步步沉淀出属于雅安区域独具特色的文旅品牌与产业链,需要人民、企业、相关部门、政府等多方全力配合,共同朝着一致的目标前去。同时,在文旅产业的发展过程中,我们要谨记优秀传统文化的精髓与意义,要时刻保持不以牺牲环境为代价换来物质的价值,永驻历史的长河,拥抱文化的遗存,谨记自然的保护……都是我们需要永葆的初心。

### 参考文献:

- [1] 邢立国. 区域品牌打造的意义与方法 [J]. 品牌与标准化, 2018 (03): 22-24.
- [2] 王家瑞. 雅安市旅游产业回归分析预测研究 [J]. 北方经贸, 2019 (01): 157-160.
- [3] 姜庆. 雅安市生态康养旅游 SWOT 分析及发展策略探讨 [J]. 中国管理信息化, 2020, 23 (10): 158-159.
- [4] 张嘉俊. 产业链视角下政府在“雅安藏茶”区域品牌建设中的作用 [J]. 中国商论, 2019 (17): 181-182.