论 道

文旅融合发展如何从“叠加”走向“质变”

■ 黄凯锋 何一伟

推动文化与旅游融合发展，是以习近平同志为核心的党中央作出的一项战略决策，也是对新时代“人民日益增长的美好生活需要”的积极回应。2018年，国家文化和旅游部成立，为文化和旅游融合发展提供强有力的组织保障，被比喻为“诗和远方”牵手，引起广泛关注。新冠肺炎疫情发生以来，文化和旅游融合发展经受了前所未有的巨大挑战，也孕育着困境中创新的机遇。就在2020年，习近平总书记强调指出：“文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美”，为文化铸魂、文旅融合指明了前进方向。

近年来，上海认真贯彻中央决策部署，坚持中国特色社会主义文化发展道路，全力打响“上海文化”品牌，进一步激活“源头”、做强“码头”，城市软实力显著增强。“十四五”期间，围绕建设“高品质的世界著名旅游城市”目标，上海深化文化旅游融合发展，坚持以文塑旅、以旅彰文，构建文化旅游融合发展新优势，深入推进文化与旅游空间融合、业态融合、服务融合，让市民游客近悦远来，既看得到美丽风景，更感受到美好生活；对标世界一流、对标最高品质，正努力打造体现国际风范、彰显中国元素、具有上海特色的世界著名旅游城市。

导向、产品、管理、人才是实现文旅融合发展的关键要素，从“叠加”走向“质变”是文旅融合发展之道。为此，我们形成如下思考：

【核心观点】

◆实现消费者的合理需求和文旅产品创新创造的良性互动是文旅融合的题中应有之义，这是多方协同形成跨界合力的过程，包括政府部门的引导，相关职能部门的助力，文化旅游行业的市场主体作用以及一批懂文旅的高素质人才加盟。

◆有必要对文旅融合发展规律性认识、推进模式和实践路径开展理论研究，构建文化资源向旅游产品转化的成果评价体系。文化内容多姿多彩，形式多样，哪些“宜融”、哪些“能融”，尊重文化产业自身发展规律，融得自然，融出效益。

◆正确认知、建构完整的文化旅游产业链，打造每一个链条的上、中、下游“融入”节点，在每一个文旅项目的事前、事中、事后各个环节实现精准融入，对文化产业和旅游产业的真正融合尤为重要。

【导向】要从培育践行社会主义核心价值观的高度推动文旅融合

文化与旅游有着天然的关联性，但是改革开放以来已经形成的产业、行业分类客观上使二者存在明显区隔，带有自身的行业特征和市场属性。尽管实践和政策层面快速推进，但由于系统的理论支撑尚待时日，不少地方出现了“融而不合”的假象，甚至短时间难以避免“挂羊头卖狗肉”的现象。“文化和旅游的最大、最佳的连接点究竟在哪里”？破解这类难题就需要各级党委和政府部门率先作为，把文旅融合发展提升到新时代培育践行社会主义核心价值观、满足“人民日益增长的美好生活需要”的高度来认识。

国家文化和旅游部确立了“宜融则融，能融尽融”的原则和理念，相关部门需要跨前一步，对文旅融合开展理论研究、加强顶层设计和政策引导。首先，有必要对文旅融合发展规律性认识、推进模式和实践路径开展理论研究，建立一个规范的、具有可执行性的阶段性目标；其次，需要构建文化资源向旅游产品转化的成果评价体系，文化内容多姿多彩，形式多样，哪些“宜融”、哪些“能融”，要尊重文化产业自身发展规律，融得自然，融出效益；第三，要对新冠疫情常态化防控下的文化旅游资本市场动态进行综合研判，加强对文旅融合产品中的价值内涵进行有效监管，防止违反法律法规、违背公序良俗、宣扬封建迷信、有害青少年身心健康等内容信息的传播。

【产品】科学认识、探索构建完整的文化旅游产业链

文化内涵及其产品在旅游中的体现可以非常丰富，如：非遗、民俗、艺术创作（演艺）、历史遗迹、宗教遗迹、红色遗迹、文创产品等等，全方位、深度融合需要探索构建乃至延伸文化旅游产业链。这方面的工作不仅是文化旅游产业自身发展的客观需要，也是对社会主义市场经济运行规则的尊重，更是发挥党和政府导向作用的着力点。正确认知、建构完整的文化旅游产业链，打造每一个链条的上、中、下游“融入”节点，在每一个文旅项目的事前、事中、事后各个环节实现精准融入，对文化产业和旅游产业的真正融合尤为重要。

一方面，要突出创新创意，将多元多样丰富多彩的文化资源和旅游元素有机整合，充分发挥文化产业、旅游产业的比较优势，提升文旅产品的内涵和品质，创造出更具有市场前景的产品链、影响力和美誉度，推动文化旅游产业链的构建，有效助推文化产业和旅游产业的不断延伸，从而获得更高额的经济效益，促进自身快速发展。另一方面，要综合、全面体现中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的价值追求，举办有新意、有深度、有传承，人民群众喜闻乐见的旅行和文化活动，搭建文化与旅游深度融合的功能性平台，使人们充分享受到特色鲜明、品质服务与优质生态相得益彰的文化旅游产品，增强人民群众获得感、幸福感，以文旅融合的生动实践，讲好中国故事，传播中国精神和中国价值观。

【管理】公共文化服务提质增效助推文旅融合

全国各地正在不断优化公共文化服务体系建设，推动实现设施功能更完善、服务品种更丰富、服务内容更精准、服务主体更多元、服务效能更显著，满足人民群众多样化、品质化、个性化文化需求。但是就目前的实际情况来看，各地发展还不平衡，公共文化服务运行效率还有待提高，不同程度存在“门面样式行政化”、内部服务设施单一、界面对公众不够“友好”、公共旅游服务设施不足等等情况。概括起来就是三个“融合不够”：公共文化服务设施与公共旅游服务设施融合不够、公共文化服务设施自身的服务对象融合不够，公共文化（旅游）服务与文旅产业融合不够。

为此，有必要通过基层公共文化设施“更新与提升计划”、公共空间的文化“微更新”改造，借力各地新时代文明实践中心建设，积极探索公共文化（旅游）服务中的文旅项目社会化运作方式，以公共文化服务的提质增效助推文旅融合发展。一方面可以解决公共文化（旅游）服务的内容供给不足的问题，另一方面也为文化产业相关成果的展现和转化提供空间与平台。优质文旅资源是公共文化（旅游）服务的重要内容，文旅产业本身应该也有延伸融合的投入愿望。当然，具体操作还需要相关职能部门协同推进，把事业的特点和产业的优势充分结合起来。

【人才】以开放包容的心态挖掘文旅融合专门人才

文旅融合专门人才应该是具有文化理想和品味、熟悉旅游行业特点、懂得产业发展状况的复合型人才，包括研究型人才、管理型人才、技能型人才等等。传统意义上的文化人才和旅游人才，核心能力差异很大，文化人才主要着眼于艺术创作，旅游人才更侧重安全服务，两者在文旅融合工作中不可或缺。我国目前旅游人才队伍以技能型人才为主，如旅游线路策划、导游、酒店服务等，文化综合素养略有欠缺。文化人才队伍的综合人文素养较高，但又缺乏旅游执行所应具备的意识和技能，具备从文旅产品打造到周边业态整体运营经验的高端人才更是屈指可数。真正优秀的高素质、实战型、创新型文旅融合专门人才，需要兼具科学观念、人文素养、责任意识、契约精神，执业要求高、培养难度大。

由此可见，文旅融合专门人才的挖掘培养可能需要走政产学研一体化发展的道路，要树立与时俱进、兼容并蓄的人才观和引才观，完善高端研发和管理人才的培育、引进和保障机制。政府部门在重点人才项目及引才计划实施、各类文化人才评选表彰和典范选树等方面，要有意识地把文旅融合专门人才纳入其中，吸引更多的优质人才加入文旅行业；文化和旅游行业要保持开放心态，引导行业内文化人才和旅游人才优势互补，职业资质互认，完善各自的知识技能结构；高校通过教育理念和模式的更新，尝试分层分类培养模式，有条件的双一流院校旅游专业、艺术专业也要拓展跨学科领域，培养研究型、复合型人才，通过目标导向、专业设置、课程设计、实操训练的不断完善，逐渐形成多元化的知识技能培养体系。

自2019年文旅部发布《文化产业促进法（草案征求意见稿）》以来，国家鼓励和支持依托旅游资源创作生产丰富多彩的文化产品，提升旅游的文化内涵，推动文化产业与旅游业的深度融合。文旅融合的理念越来越得到政府、企业和公众的认同与支持。实现消费者的合理需求和文旅产品创新创造的良性互动是文旅融合的题中应有之义，这个意义上的融合不是文化和旅游简单的“叠加”，而是一个多方协同形成跨界合力的过程，包括政府部门的引导，相关职能部门的助力，文化旅游行业的市场主体作用以及一批懂文旅的高素质人才加盟。目标就是要共同推动文旅融合从“叠加”走向“质变”，生产出更多的能满足人民群众对美好生活需要、能践行和弘扬社会主义核心价值观的优质产品，真正展现“中华历史之美、山河之美和文化之美”。

（作者分别为上海社科院马克思主义学院研究员，上海社科院国民精神与素质研究中心特聘研究员）

智库报告

助推长三角一体化高质量发展，迫切需要智库间共研共议、共商共建，各展所长、发挥合力。《智观天下：长三角区域一体化发展资政报告》汇集了“长三角智库联盟”成员单位近年来的决策咨询研究成果，第一次全景式展示了长三角地区智库发展图景，重点聚焦长三角区域一体化高质量发展，多角度、多层面地分析其中的重点难点问题，研究提出具有针对性、操作性的政策建议。

《上海都市圈发展报告·第一辑 空间结构》由上海全球城市研究院课题组编写。该书以“空间结构”为主题，基于城市化演化逻辑，以世界五大都市圈的形成和发展经验为借鉴，分析中心城市、都市圈和城市群的发展脉络，并阐述三者关系。该系列产品旨在为更大空间范围发展“上海”提供思路；为区域一体化、长三角一体化贡献经验；为构建世界级城市群的核心圈作出解释。

热 点

用电影打造“最上海”的城市IP

■ 陈世瑞

城市空间是电影中故事展开的舞台，观众通过电影这种媒介认识和了解城市的建筑、街区，建立与城市更为深刻的情感联系。当前，上海正在全面提升上海城市软实力，电影艺术应更好地肩负起自身的文化传播和形象塑造责任，打造“最上海”“有故事”的城市IP文化标识。

元旦前后，电影《爱情神话》的热度不断攀升，年轻导演以上海衡复的梧桐深处作为烟火气息书写空间，用沪语演绎上海屋檐下的人文故事，镜头内外洋溢生活气息。

城市空间是电影中故事展开的舞台，观众通过电影这种媒介认识和了解城市的建筑、街区，建立与城市更为深刻的情感联系。当前，上海正在全面提升上海城市软实力，电影艺术应更好地肩负起自身的文化传播和形象塑造责任，打造“最上海”“有故事”的城市IP文化标识。

电影是表现城市软实力的绝佳载体

电影和大都市都是现代文明的产物，电影记录着某个特定时间段里的特定空间，城市电影不仅记录和反映着现代城市生活，同时也影响和塑造着以现代城市为标志的新的文化空间和社会关系，两者通过“记录”与“影响”建构起一种复杂而多元的互动关系。

电影因城而生，因城而变，具有城市性。电影诞生、发展于城市，城市给电影提供了极为丰富的创作空间。凯文·林奇提出的“城市意象”理论认为，道路、边界、区域、节点和标志物构成了“城市意象”，还有学者把方言、文化等存在视作非物质性意象元素，这也是每个城市中区别于其他城市的特别之处。城市因素镌刻在电影作品的镜头画面、情节故事、人物性格中，被赋予主观情思。

电影塑造着城市形象，也是人们理解、感受城市的一个视角窗口。城市空间是电影最为常见的故事舞台，塑造着观众对城市的感知与认识。那些广为流传的经典电影对城市形象的刻画，深刻地引起了人们内心深处的共鸣。即使没有去过罗马，也可以通过伍迪·艾伦的《爱在罗马》，与电影主角一起站在高处俯瞰罗马城，尽情包揽各个历史时期的建筑，融入被称为“永恒之都”的罗马；如果曾经去过巴黎，也可以跟随《午夜巴黎》的男主角，再次漫步塞纳河畔，将真实的场景与自身体验建立起更为深刻的联系；观众就是更多的通过电影这种媒介的描摹与传播，认识和了解伦敦、维也纳、布拉格、西雅图的建筑物、交通等物理设施，更深入的体会被遮蔽的人文艺术理念、伦理精神建构等人文气质。

上海电影已成为上海城市重要文化标识

上海是中国电影的发祥地。早在世界公认的电影正式诞生后的不久，1896年8月11日，法国商人在上海闸北西唐家弄的私家花园——徐园的又一村茶楼，放映了电影，自此，电影与上海结下了不解之缘。在长达50年的时间里，上海成为中国唯一的电影生产基地和消费中心，“上海电影”一度几乎就是中国电影的代名词。

电影是上海都市文化的表征，已经构成一个具有鲜明特点的影像群。一大批以上海为背景的影片，反复描绘上海万花筒式的多元风貌。在早期的影像中，从20世纪二三十年代的《马路天使》到40年代的《万家灯火》《天涯歌女》等，在众多优秀的上海题材影片中，很多有张力的情节都是利用上海建筑本身的特色空间来建构情节、镜头的。上海独特的城市空间为展示丰富复杂生活场景提供了多种叙事可能，电影与上海互为叙事表里，互相交织缠绕，散发着迷人的气息。

上海取景魅力值与日俱增，助力提升上海城市软实力。伴随着城市升级、产业转型，城市空间蕴藏着丰富的戏剧性结构，海派风情十足的衡复风貌保护区，市井烟火浓郁的苏州河畔，以及大量的工业遗存、交通空间重构、老民居微更新都在不断充实上海的外景素材，让电影更有超乎想象的多样性，也赋予了建筑人格化的特征。遍布全城的红色文化气质、浓郁的江南文化气息、富有独特个性的海派文化与电影互为叙事表里，互相交织缠绕。仅2020年以来，《1921》《大城大楼》《革命者》《红船：开天辟地》等多部电影里上海元素频频出现，有着强烈上海生活质感。近年来，跟随剧中人去取景地打卡，成为一种时髦的网络社交方式，上海取景的故事往往与城市中来来往往的人交心，共同勾画着一个充满底蕴与浪漫、欲望和奋斗的上海，让外界更能理解上海城市的品格、气质和魅力。

持续推动上海电影的高质量发展

如今的上海，早已将电影深深刻入了城市的基因，并内化为最重要的城市文化特色。持续推动上海电影的高质量发展，实现其从中国电影的源头、电影作品的码头到电影创作的源头、电影事业的潮头的飞跃，可从以下几方面着力：

一是重磅推出上海青年影人扶持计划，借用电影丰富的影像表现力和大众传播力提升城市软实力。上海具有深厚的电影文化土壤，电影是“能人”经济，要发挥上海国际电影节效应，广发英雄帖，集聚更多优秀青年编剧、策划、制片、摄影等人才与拔尖的表演人才等落户上海，把更多的电影人才从“北漂”“横漂”吸引到上海来“沪漂”，推动上海朝着影视后期制作中心和影视创新策划中心发展。

二是加大扶持低成本电影的力度，通过“低成本电影节”“青年电影制片厂”等这样无门槛的活动和影像比赛占领电影的未来高地。电影发展的核心竞争力是创新和人才，中低成本的城市电影带动起一批有才能的电影创作爱好者，对于当下现实的关注和人文关怀，正在中国电影格局里占据着越来越重要的位置。要搭建一个让青年影人从业余走向专业的平台，为其提供良好的生存条件和发展环境。让能够弘扬城市精神、讲好中国故事、反映人文精神、创新电影美学的原创上海竞相绽放。

三是提升海派文化的叙事能力，打造具有上海识别度的城市文化标识。海派文化是上海文化最集中最典型的表现，是上海城市之魂。一直以来，上海在衣食住行方面形成了熟悉的上海符号。“穿在上海”构成了这个都市有别于其他地方的地域象征。如今，上海时装周已成为中国原创设计发展推广的最优化的交流平台，上海日益彰显全球“时尚会客厅”的特质，成为全球时尚风向“担当”。而“建筑可阅读”“街区可漫步”分别在“住”与“行”方面形成独特的文化标识。上海电影创作的立足点在于本土化，这也是观众的共情点。上海题材电影要把抽象的文化内涵转变为可感知的内容，从主题意蕴、故事结构、叙事策略、人物塑造、情感表达和审美范式等方面，对城市的内在气质进行再创造与再语境化，凸显海派文化的开放性、创新性、多元性、扬弃性与契约精神。

四是以久久为功、善作善成的态度打造具有地域辨识度、人群感知度的城市IP。电影的社会显示度很高，比小说、话剧、戏曲等艺术样式更易于被广泛传播，也更具影响力，在打造城市IP方面应更肩负起文化责任。上海的城市IP应该具有时间与空间连接性，能够与上海既有的历史故事、人物、地理特征发生关联，也可以与上海原有的电影形象，如孙悟空、哪吒、葫芦娃等实现穿越，还可以与世博会的海宝、进博会的进宝甚至上海迪士尼的玩偶一起游上海。