

改革开放 40 年: 中国文化旅游融合发展的价值与趋势

把多勋

(西北师范大学 旅游学院, 兰州 730070)

提 要: 改革开放 40 年以来, 中国的文化发展、文化与旅游融合发展与中国波澜壮阔的现代化进程同步, 经过了几个重要发展阶段, 获得了巨大发展成就。中国文化和旅游产业从尝试融合、局部融合和浅表层次融合到全面深入融合发展, 使文化与旅游融合发展成为同质共生、同舟共济和同体共赢的发展, 不仅成为结构优化、动能转换和新发展方式的重要产业载体, 而且成为传播社会主义核心价值观、推动中国文化软实力提升、中国文化“走出去”和大国外交的重要渠道。40 年以来, 中国文化和旅游融合发展大大提高了中国文化影响力、传播力和竞争力, 空前提高了国人的文化自信, 并获得了国际社会对中国文化的普遍认同和尊重。文化旅游产业作为中国旅游业逻辑的、历史的起点, 业已成为现代服务业中的支柱产业和国民经济的优势和先导产业。中国文化与旅游融合发展作为中国文化发展独特和有优势的发展模式有着广阔的发展前景, 将进一步推动社会主义文化强国的实现, 大力助推与中国现代化发展进程适配的文化发展与全球层面上的中国文化认同, 也将越来越坚实地夯实和丰富中国文化旅游产业发展的基础和内涵, 必将成为新时代我国社会主义开放经济体系的重要组成部分。

关 键 词: 改革开放; 文化旅游融合; 文化价值; 产业价值; 趋势

中图分类号: F592.7 文献标识码: A 文章编号: 1003-3637(2018)05-0010-11

DOI:10.15891/j.cnki.cn62-1093/c.2018.05.005

一、中国文化与旅游融合发展的历程: 时代命题与伟大实践

20 世纪 70 年代末, 中国结束了长达十年的“文革”, 启动了波澜壮阔的改革开放伟大实践, 经过 40 年艰苦卓绝的发展, 造就了具有全球意义的“中国奇迹”和“中国模式”, 并一跃成为全球第二大经济体, 获得了政治、经济、社会、文化以及人的各方面的巨大成就。在这一发展过程中, 文化的发展嵌入整个中国现代化进程中, 成为中国在 21 世纪“大国崛起”的重要组成部分。在 40 年的文化发展进程中, 文化与旅游的融合发展成为中国文化发展的一个独特而有价值的文化现象和产业现象, 这一融合发展进程甚至在很大程度上引领了中国文化基于市场化走向的改革的重要发展, 也造就了在中国传统经济结构框架下的新型文化旅游经济体量。纵观中国改革开放 40 年文化与旅游融合发展里程, 我们可以将中国文化发展、文化与旅游融合发展形成的文化旅游产业发展大致分为四个重要的发展阶段。应当指出, 中国文化发展以及文化旅游产业的发展并不是孤立的文化和产业

发展, 它是中国特色社会主义理论和实践的重要组成部分; 同时, 中国特色社会主义市场经济的运行和经济社会的进步和发展无不体现着中国共产党对这一宏伟进程的领导。无不体现着政府主导和市场作为资源配置基本方式推动中国特色社会主义文化发展这一显著“中国模式”。因此, 40 年来的中国文化发展——尤其是中国文化与旅游的融合发展——是与党和政府在改革开放进程中每一个重要阶段的文化发展和旅游产业发展路线和政策紧密关联的。

(一) 中国文化和旅游融合发展的探索期 (1978—1992)

1978 年, 中国启动了拨乱反正和改革开放的历史性时期, 与中国全方位改革开放和发展进程同步, 也启动了中国文化及相关产业在新的历史时期的新发展, 在这一时期, 作为中国改革开放“总设计师”的邓小平同志应当说也是中国文化发展和旅游发展的“总设计师”。在改革开放初期, 邓小平同志就指出“文化也是一门行业, 一个领域, 这个领域是为劳动者服务的行业。随着生产的发展, 精神方面的需要就增

大了”^[1]。“我们继承文化成果使之体现时代精神,符合今天需要,有助于解决改革中出现的种种问题;我们不是颂古非今、崇洋媚外,更不是把它当古玩藏之于密室,供人欣赏,而是为了建设有中国特色的社会主义现代化事业。”^[2]嗣后,在多个会议和场合谈到文化旅游产业的发展对构建我国社会主义市场经济体系、发展社会主义社会的生产力、改善人民生活 and 增强综合国力方面的巨大作用。他谈到旅游业是改革开放大格局的组成部分,发展旅游业,一是为了加快当时国民经济“掉头”。二是为了建立现代经济结构。关于建立现代经济结构,他说“我们发展的领域要很好地研究一下,还有很多领域没有开辟,比如说旅游事业。要研究一下资本主义国家的社会结构,有些领域我们现在是没有的。我们现在的结构是工农业技术落后的结构,现代化以后,这个结构肯定就不行了,构成比例肯定要变化。生产率提高了,就逼着我们改变结构的比例。”^[3]邓小平明确提出旅游是综合产业,会开发和带动多个行业。1979年7月15日的“黄山谈话”一般被认为是邓小平同志旅游经济思想的一次系统讲话,在这次谈话中他指出“要把旅游业当作国民经济的一个重要产业来发展,要突出地搞,加快地搞;提出要从整体上谋划旅游业的发展,把旅游业作为一个综合性的行业来搞,包括城市建设规划、道路交通、文化产品等都要考虑进去;提出要解放思想,打破僵化,大胆改革”,“提出搞旅游关键是搞好服务,第一位的是提高服务质量和水平;提出要通过旅游达到富民的目的,使人民群众的生活尽快好起来;提出要重视保护旅游资源,搞好绿化,治理污染,美化环境等等”^[4]。“黄山谈话”最根本之处在于邓小平同志倡导发展旅游业并且为中国旅游产业定性、定方向、定目标;最不易之处在于具体论及旅游产业自身规律中几乎所有主要问题,是一个系统的旅游经济思想。其深刻之处在于论的是旅游,考虑的是中国改革开放的全局,体现的是中国特色社会主义思想的精神实质。邓小平发展旅游业的认识不是孤立和突兀的,其旅游经济思想形成过程与改革开放的总体设计密切相关,与其对社会主义市场经济的改革探索密切相关,与其对国民经济的战略考虑和经济统筹协调发展的思维方式密切相关^[5]。从1979年开始,中国的旅游产业开始起步和探索,在改革开放前沿的东部地区文化旅游产业开始迅速发展,逐渐成为区域经济发展的重要产业部门;中西部传统文化资源特别丰厚和悠久的历史部分区域,也很快实现了从传统“外事接待

部门”向“旅游经济部门”的转型发展。当然,这一时期中国文化旅游发展基本处在探索文化旅游产业发展规律、学习国外先进国家和地区文化旅游发展经验以及初步形成我国文化旅游发展基本产业体系的阶段,文化旅游产业发展对经济社会的进步和发展正在逐渐产生影响,其产业地位和增长与发展贡献尚不显著。但是,这一阶段作为我国未来文化和旅游融合发展的探索期和基本战略的定位期,对未来中国文化旅游产业的迅速发展产生了深远影响。

(二) 中国文化和旅游融合发展的成长期 (1992—2011)

1992年10月,中国共产党第十四次全国代表大会在北京召开,江泽民同志作了题为《加快改革开放和现代化建设步伐,夺取有中国特色社会主义事业的更大胜利》的报告,报告明确指出,我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制,将社会主义基本制度和市场经济结合起来,充分发挥市场在资源配置中的基础性作用^[6]。由此,中国改革开放事业和现代化进程进入一个崭新的发展阶段,中国文化发展和文化旅游融合发展旋即在市场经济体制逻辑和邓小平有中国特色社会主义思想的双重支撑和引领下开始迅速成长和发展。中国共产党第三代领导集体全面继承并发展了马克思主义、毛泽东思想及邓小平有中国特色社会主义思想体系中文化发展和旅游发展的重要观点和论述,全面启动和实施了在社会主义市场经济体制基础上的中国文化发展和文化旅游发展。2001年12月,江泽民同志就指出“只有建设面向现代化、面向世界、面向未来的,民族的、科学的、大众的社会主义先进文化,才能满足人民日益增长的精神文化需要,不断促进人民思想道德素质和科学文化素质的提高,也才能为发展经济、发展先进生产力指引正确的方向,提供强大的智力支持。”^[7]在对现代旅游业发展的认识上,江泽民同志一直认为,我国幅员辽阔、历史悠久,具有发展旅游经济的资源优势,特别是西藏等西部地区,旅游经济大有可为。他在多次论述中用“得天独厚”这个词语评价我国丰富的旅游资源。在对江西、西藏、陕西、甘肃等多个省(自治区)的考察中和会议上,江泽民同志也一直认为我国西部地区潜藏着丰富的旅游资源,应当将发展旅游产业置于经济社会的整体战略中考虑。2000年8月21日,他在山西省考察时讲到“山西历史文化悠久,有着‘地上文物宝库’之称,要充分利用这一得天独厚的资源,大力发展旅游业,使旅游业成为优势产业。”在这一发展

阶段, 中国文化发展和旅游发展获得了长足的进步, 文化和旅游融合发展的规模和水平显著提高; 文化旅游融合后的文化旅游产业业态成为我国尤其是中西部地区旅游产业发展的基本业态; 文化旅游产业体系初步形成; 为文化旅游产业提供支撑的基础设施建设水平大幅提高; 中国文化在以文化旅游产业为主要线索的产业发展进程中的全球影响力和传播力开始形成; 通过文化旅游产业的发展初步形成国内旅游、出境旅游和入境旅游三大市场结构。可以说, 这一阶段, 通过中国文化与旅游向纵深的深度融合, 中国文化与旅游融合发展的基本格局业已形成, 文化旅游产业已成为三次产业中重要的现代服务业和国民经济中的优势产业或龙头企业。

(三) 中国文化和旅游融合发展的快速发展期 (2011—2017)

文化发展最具有里程碑意义的当推党的十七届六中全会, 全会提出《中共中央关于深化文化体制改革, 推动社会主义文化大发展大繁荣的若干重大问题的决定》。《决定》首次提出“推动文化产业与旅游、体育、信息、物流、建筑等相关产业融合发展, 增强相关产业文化含量, 延伸文化产业链, 提升附加值”, “推进文化科技创新。科技创新是文化发展的重要引擎。要发挥文化和科技相互促进的作用, 深入实施科技带动战略, 增强自主创新能力”^[8]。这是在党的重要文件中对文化和旅游、科技等融合发展最明确和系统性的阐述。党的十七届六中全会首次提出建设社会主义文化强国, 大力发展文化事业和文化产业, 首次系统地阐述了文化和旅游、科技等融合发展是中国特色社会主义文化发展和文化旅游产业发展的主要方向。党的十八大以来, 以习近平同志为核心的党中央领导人则将社会主义文化发展提到前所未有的新高度, 业已成为习近平新时代中国特色社会主义思想理论体系中的重要组成部分。从党的十七届六中全会及党的十八大以来, 中国文化事业和文化产业获得了长足的进步和发展, 文化事业发展惠及广大人民群众, 极大丰富了城乡人民精神文化需求和幸福尺度, 文化产业迅猛发展, 已成为我国第三产业和现代服务业的优势产业和战略性新兴产业, 文化和旅游进一步向广度和深度融合, 文化已嵌入观光旅游、乡村旅游、体验旅游、休闲度假旅游以及入境旅游等业态发展中, 同时, 各种衍生发展的新型旅游方式也无不与中国传统优秀文化和现代文化相嫁接, 使中国文化旅游产业以中国文化为深刻底蕴和丰富内涵, 成为

名副其实的“内容经济”, 在这一时期, 文化产业和文化旅游产业增长速度远高于第三产业和整体经济的平均增长速度, 大力助推了我国经济增长和充分就业, 并以其强大的产业影响、辐射和带动力, 发挥着战略性新兴产业的产业功能和作用。在这一时期, 文化旅游融合发展进一步向深度发展, 文化旅游相互赋能, 在科技的强大支撑下迅速衍生众多新型文旅产业业态; 文化旅游产品创新速度迅速提高, 已成为满足国内旅游消费者刚需的基本方式; 国内部分区域已形成了以文化旅游产业为先导产业或支柱产业的新型产业结构; 文化旅游品牌发展和品牌影响力在进一步提高, 已形成一批有全球影响力的文化旅游 IP; 中国已成为全球第四大旅游目的地国家, 文化旅游业已成为中国文化“走出去”“请进来”和国际文化交流的重要依托性产业。

(四) 中国文化和旅游融合发展的全面发展期 (2017—)

习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会中作的《决胜全面建成小康社会, 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利》的政治报告中又一次提出“推动文化事业和文化产业发展, 满足人民过上美好生活的新时代”; “要深化文化体制改革, 完善管理体制, 加快构建把社会效益放在首位, 社会效益和经济效益相统一的体制机制”; 要“健全现代文化产业体系和市场体系, 创建生产经营机制, 完善文化经济政策, 培育新型文化业态”, 庄严宣称“当代中国共产党和中国人民应该而且一定能够担负起新的文化使命, 在实践创造中进行文化创造, 在历史进步中实现文化进步”^[9]。这标志着中国文化产业的发展, 文化与相关产业融合发展已全面进入新时代中国特色社会主义的战略架构中, 成为全面建成小康社会, 实现两个一百年奋斗目标和中华民族伟大复兴的“中国梦”的重要组成部分, 成为实现供给侧结构性改革、促进经济转型升级发展的重要产业抓手, 成为惠及民生, 解决新时代“人民对美好生活的需求和发展不平衡不充分”基本矛盾的重要战略; 成为构建新开放经济体系, 提高我国文化软实力和国际影响力的重要途径。以习近平总书记为核心的新一代中国共产党领导集体全面继承了改革开放以来党的一系列文化发展与文化旅游融合发展的基本路线和大政方针, 习近平总书记对我国文化与旅游融合发展的战略是一以贯之的, 文化与旅游融合发展的思想业已成为习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分。首先, 文

化关乎自信,在“四个自信”中具有基础性和决定性作用。2016年11月13日,《在中国文联十大,中国作协九大开幕式上的讲话》中,习近平总书记指出:“文化自信是更基础、更广泛、更深沉的自信,是更基本、更深沉、更持久的力量。”^[10]其次,习近平总书记高度强调文化发展对提高文化软实力的重要作用和影响。2014年10月15日,习近平总书记《在文艺工作座谈会上的讲话》中指出“一部小说、一篇散文、一首诗、一幅画、一张照片、一部电影、一部电视剧、一曲音乐,都能给外国人了解中国提供一个独特的视角,都能以各自的魅力去吸引人、感染人、打动人。京剧、民乐、书法、国画等都是我国文化瑰宝,都是外国人了解中国的重要途径。”^[11]在强调大力发展文化产业的同时,总书记特别指出文化建设和发展关乎软实力建设,而软实力提升除了文化本体建设之外,文化传播方式的优化和改进则是文化软实力提升的重要途径。再次,习近平总书记特别强调要充分挖掘和整理中国传统优秀文化,强调文化发展和相关产业业态发展的融合是未来中国优秀文化发展的重要方向。他指出“要系统梳理传统文化资源,让收藏在故宫里的文物、陈列在广阔大地上的遗产、书写在古籍里的文字都活起来。”^[12]最后,习近平总书记在高度强调文化体制机制改革,增强社会主义核心价值观教育与公共文化事业发展的同时,对文化产业及其相关产业融合发展提出了更高的要求。他指出,“旅游是综合性产业,是推动经济发展的重要动力”^[13]。2015年12月20日,习近平总书记《在中央城市工作会议上的讲话》中指出“要保护前人留下来的文化遗产,包括文物古迹、历史文化名城、名镇、名村,历史街区、历史建筑、工业遗产,以及非物质文化遗产,不能搞‘拆真古迹,建假古董’那样的蠢事。既要保护古代建筑,也要保护现代建筑;既要保护单体建筑,也要保护街巷街区、城镇格局;既要保护精品建筑,也要保护具有浓厚乡土气息的民居及具有地方特色的民俗。”^[14]明确指出文化发展的重要前提是“保护”,要在保护中发展,发展中保护。

在相应的旅游产业发展层面上,习近平总书记对“厕所革命”、全域旅游、文化旅游等多次作出重要批示。2016年在宁夏考察工作时指出“发展全域旅游,方向是对的,要坚持走下去”。从20世纪90年代以来,习近平总书记就旅游业的产业定位、综合功能、发展理念、发展边界、发展宗旨、发展路径、发展模式、旅游与文化传播、旅游外交等多次重要批示,形成了旅

游创新发展、协调发展、特色发展、开放发展、共享发展和融合发展的系列理念,一直指导着中国文化旅游产业的改革发展。

综上所述,改革开放40年以来,我国文化旅游产业发展的战略性支柱地位更加巩固。据原国家旅游局统计,中国文化旅游业对国民经济的综合贡献和社会就业综合贡献均超过10%,高于世界平均水平,旅游产业社会综合效益更加凸现,2017年我国人均出游已达3.7次。其中入境旅游人数1.39亿人次,平均增长1.4%;出境旅游市场1.29亿人次,平均增长9.17%^[15]。中国已成为全球规模最大的文化旅游经济体,旅游成为衡量现代生活水平的重要指标,成为传承和传播中国文化,弘扬社会主义核心价值观,提升国民素质,促进社会进步的重要渠道。尤其难能可贵的是,通过出入境旅游的发展,以及我国举办的首届世界旅游发展大会,遍布全球的中国文化日活动以及一系列中国与其他国家的旅游年活动等,文化旅游融合程度更加紧密,文化“搭”旅游快车,大幅实现了中国文化“走出去”,大大提升了中国文化的国际影响力和文化软实力,并且助推了我国大国外交、“一带一路”和“人类命运共同体”的构建。中国文化旅游产业已经以成熟的、有特色优势的和指向未来的战略姿态,在中国现代化进程和实现中华民族伟大复兴“中国梦”的进程中扮演越来越重要的角色。

二、中国文化与旅游融合发展的机理:中国经验与中国价值

改革开放40年以来,中国的文化发展与旅游产业发展应当是相辅相成、互为表里和同一进程的发展。一方面,随着改革开放进程的推进,我国在社会生产力和经济建设取得重大进步的同时,文化作为综合国力的重要组成部分在同步成长与发展;另一方面,现代旅游产业作为文化发展的重要产业载体和主体发展方式,借助于积淀深厚、历史悠久的中华优秀传统文化复兴、开放体系下新型文化体系的融合以及中国特色社会主义新文化的衍生等途径,也获得了为世人瞩目的长足的发展。40年以来,我国的文化发展是文化与旅游融合进程中的发展,我国的旅游产业也是在文化与旅游融合进程中获得了文化发展至关重要的支撑,从而造就了具有“双轮驱动”效应的文化旅游发展绩效与成就。

(一) 文化与旅游融合下的文化价值发展

第一,以构建社会主义市场经济体制,进而驱动中国社会全面进步与发展的“市场化”价值取向的改

革造就了前所未有的“中国奇迹”。在这一进程中,作为社会生产力和社会全面发展的结果是基本沿着市场作为社会资源利用和配置基本方式实现的,那么,文化作为一国在高速发展中的“精神”生产力,它的发展又是如何实现的?如果说市场化改革造就了从 50 年代初已初露端倪、初具规模的旅游业,那么,我国文化“外显”和发展则自然“搭”上旅游业这一“产业快车”,获得了经由市场化和产业化进程的新的表达和新的发展。现代旅游业的根据是社会进步和发展一般进程,当一国和一个区域经济增长和财富收入达到一定水平,恩格尔系数下降及消费者个人可任意支配收入较为富裕后的一般消费进程,以及由这一不以人的意志为转移的消费进程所形成和决定的一般需求和市场规模,而这一切的形成都基于人们对“异质”文化的向往、崇敬、学习和知晓等一系列基于文化体验和个体价值实现需求。中国在“十三五”时期已成为全球第一大旅游客源国和第四大旅游目的地,如此巨大的基于旅游的人口流动已成为文化交流传播的前所未有的现象,极大地外显和传播了中国优秀文化,其实质是在市场化和产业化条件下中国文化的新发展。

第二,改革开放 40 年的伟大成就不但在某种程度和水平上,“动态”地证明中国道路、理论与制度的巨大作用,也造就了中国人前所未有的道路、理论和制度自信。在文化和旅游融合发展中,国内旅游,尤其是出境和入境旅游的发展,无不在人的流动中充实和裹挟着丰富的中国文化内容和因素;在物质文化外显层面上,以入境旅游的文化价值体现得最为充分;在非物质文化层面上,出境旅游则更多地体现着中国道路、中国制度、中国理论、中国模式和中国价值,这一切都集中地表达为我们对自己新时代中国特色社会主义文化的越来越深厚、越来越坚定和越来越持久的自信上,又反过来成为创造在世界体系内和全球话语中重要体量的中国当代文化创造上。当然,在这一文化经由与旅游产业融合发展进程上,我们在弘扬和传播我国优秀传统文化的同时,也通过“文明互鉴”学习着世界上其他国家和民族的先进文化,在同步地通过文化的碰撞和交流“提升”和“优化”着我们的文化,成为屹立于世界东方,为世人所尊重和崇敬的文化。

第三,如果说改革开放造就的我国在现代化进程中物质生产力是“硬实力”的话,那么,同步地,支撑着物质生产力发展的价值体系、制度体系和理论体系

为核心的整体文化体系就是一国发展的“软实力”。自 20 世纪 80 年代美国学者约瑟夫·奈提出这一概念以后,“软实力”迅速风靡全球,成为衡量一个国家(组织、个体)发展水平的重要概念^[16]。显然,我国由于经济增长和社会发展特殊的“追赶效应”以及“文化外显”与“文化与经济发展互适”的特殊追求,文化借助于旅游业发展形成文化软实力成为特定时期中国文化的特征。除了国家层面和民间层面而非产业化的文化建设与交流外,借助于旅游产业发展提升和优化文化价值及内容既具有现实的产业和市场合理,又具有历史和本体的文化与价值合理:在市场化体系下,可以造就追求理性的利益最大化的市场主体,唯有将其生产的文化产品打造得越纯粹和“原汁原味”,才能获得同样越来越成熟和理性的消费者的青睐和追求,这样便实现了文化旅游的文化价值和产业价值的“双赢”,使民族文化既得以有效保护传承,又得以最大限度实现文化的经济价值,造就了文化软实力得以张扬和形成的体制与市场基础。当然,在 40 年的文化发展和旅游产业发展的“共振”中,我们也曾为文化软实力借助于市场机制的提升和发展付出了较大的代价,但这一代价随着社会主义市场经济体制的进一步确立和规范,我们对文化发展的“理性自觉”正在迅速被纠正和补偿。

第四,40 年以来,我们一直在追求与中国经济社会发展与中国作为一个崛起的大国相适配的具有全球意义的国际认可和推崇,这一探索也是艰辛的、波折的和不平坦的。在宏观层面上,习近平总书记提出的“一带一路”倡议和建设进程、新型中国“大国外交”政策及其效应、“人类命运共同体”^[17]的建构等使世界更好地了解了中国,世界上许多友好国家逐步融入中国主张的世界各国共同成长和发展的新型体系中。于民间层面,我们也启动并实施了许多年有成效的民间文化交流和传播的有价值活动,比如说孔子学院、在不同国家尤其是西方国家的“中国文化年”等,获得了越来越多国家和地区政府人民对中国文化和中国的认可,但不可忽视的是,文化旅游产业的发展恐怕在建构与我国的整体发展适配的文化发展方面是首当其冲的产业举措,是我们在国际舞台上的“经济搭台、文化唱戏”,文化与旅游融合发展的国际效应更加明显和强大。基于文化传播的文化旅游产业发展,尤其是跨境旅游发展在建构与我国经济发展相适配的文化发展方面,尤其具有直接文化消费、文化旅游产品购买、近距离文化亲近及深度文化了解等其他

文化传播方式不具备的优势。可以预料,随着我国文化旅游尤其是出入境旅游更大规模的发展,一定会在产业层面上大大缩小经济与文化适配的差距,推动适合我国整体发展的全球文化认同和文化发展。

第五,在近40年的文化产业与旅游产业融合发展中,我们更重视区域在不同发展条件下的文化发展,这也是由中国文化发展的特殊性所决定的。李克强总理说“中国仍然是世界上最大的发展中国家,发展不平衡、不协调和不可持续问题依然突出。”^[18]从全国看,中国地大物博、人口众多、文化差异巨大;各个区域文化发展的资源、条件和形式有重大差异;文化旅游产业发展不平衡。必须通过有中国特色的区域文化产业发展战略,才能充分发挥各地区比较优势,全面提升国家的文化软实力。40年来,在区域文化发展上,以基本形成的长三角、珠三角、京津冀等地区为代表的国际化大都市文化旅游产业发展模式;以北京、上海、重庆、成都等为代表的工商业强市和专业街镇文旅产业发展模式;以许多“共和国长子型”区域为代表的工业资源型和资源枯竭型地区文旅产业发展模式;以一些生态发展条件良好的区域为代表的生态功能型文旅产业发展模式;以广袤的民族地区为代表的民族文化文旅产业发展模式等^[19]。囿于我国不同区域、东中西不同经济地带在经济社会的发展差距,在广大的中西部尤其是西部地区,文化产业发展的基本业态主要是文化旅游产业,研究表明,西部地区的西藏自治区、甘肃省、陕西省等文化旅游产业业态增加值要占到文化产业60%以上和旅游业的80%以上,整个国家文化产业发展和文化与旅游融合发展的区域分工和合作格局业已形成,极大地推动了我国区域文化与旅游融合发展的程度和水平,并显著地支撑和助推着西部地区的结构优化、经济发展和社会发展。

(二) 文化与旅游融合发展下的产业价值发展

第一,在我国文化和旅游融合发展的进程中,有两个基本的判断,一是“文化是旅游的灵魂,旅游是文化的重要载体”,二是文化旅游是旅游产业的基本产业业态,也是旅游产业历史和逻辑出发点^[20]。从我国现代旅游业衍生的角度讲,中国作为世界文明体系中的主要国家,“四大文明古国”中文化脉络传承的最好的国家和民族,没有文化作为核心内容和价值的旅游是无法想象的,同时文化如果不以旅游业为载体实现保护传承、传播外显和价值提升也是不可能的;另外,从我国旅游业发展的历史和逻辑序列看,在近

20年旅游业成为国民经济序列中的独立产业始,其业态经历了“观光旅游—旅游与相关产业融合发展后的体验旅游—休闲度假旅游—建立在文化创意产业基础上的沉浸式深度体验旅游”等几个重要发展阶段,从这一发展的历史次序和逻辑上不难看出,文化始终不仅是我国旅游产业发展的主要支撑和核心内容,而且是我国旅游产业发展的历史和逻辑的起点,中国现代旅游产业是建构在中华民族具有悠久历史和多元体系的文化基础之上的;中华民族文化的价值决定了旅游产业的产业价值;文化的内涵决定了旅游产业的产业和产品内涵;文化的走势决定了旅游产业发展的总体趋势。

第二,中国优秀传统文化、民族文化、现代文化为旅游产业赋能,造就了我国文化旅游产业在全球文化旅游格局中的独特气质。“民族文化的价值自觉,即对民族文化价值的正确体认和定位,对于文化自觉的是极为关键的一环,它事关文化发展的方向、品质和意义。”^[21]在中国历史发展长河中,我们形成了“一体多元”的中国区域文化、丰富多彩的民族文化和走向现代文明进程中的现代文化这三大文化源流和体系。在三大文化源流下又形成了众多内涵迥异、不同特质的文化“支流”和“涓流”,如中国区域文化中的岭南文化、江浙文化、海派文化、燕赵文化、三秦文化、巴蜀文化、陇右文化等。民族文化中的汉民族文化、藏民族文化、伊斯兰文化、西南少数民族文化、傣家文化、朝鲜族文化等,现代文化中的现代创意文化、影视文化、演艺文化、现代科技文化、游戏动漫文化等。这些优秀的中国文化为旅游产业发展“赋能”,形成了我国文化旅游产业发展中百花齐放、精彩纷呈的文化旅游产业发展气象,也造就了众多在国内旅游市场尤其是入境旅游市场中有强大竞争力和可持续发展潜质的品牌文化旅游目的地。在经济社会发达的东部地区,一般与其经济发展相适应,文化旅游产业成为产业结构和体系中不可或缺的重要产业,可以说,40年,尤其是近20年中国旅游业的发展最重要的动能来自于中国文化,造就了中国文化旅游业的产业规模 and 水平,并以独特的、具有鲜明的东方特质和悠久历史文化价值的形象为世人所瞩目。

第三,40年以来,我们一直在探索我国优秀文化得以保护、传承和可持续发展的路径。以市场化、产业化和全球化为特征的改革开放确实也在一定阶段、一定程度上造成了我国优秀文化在以经济发展为基本目标和发展进程中的弱化,譬如一些优秀文化遗产

和遗存人为遭到破坏、一些非物质文化遗产传承的中断,以及在文化发展中一些优秀文化本真状态的失真和扭曲等。但是,随着社会主义市场经济体制的规范和法治化进程,随着在改革和发展中我们对自己优秀传统文化保护传承意识和理念的理性自觉,随着科学技术的进步和发展对文化在“保护中发展”、在“发展中保护”的越来越有力的支撑,我们探索了一条“政府-产业-企业”并经由市场机制形成的“三位一体”的有机的文化保护传承和文化发展的有效机制。这一机制通过文化和旅游融合发展得到良好的实现,越来越多的地方政府、产业层面和文化旅游市场主体认识到,只有越来越好的保护和传承,才会有越来越好的文旅产业发展;只有越来越有规模和规范的文旅产业发展,才会反哺文化的保护与传承,使我们优秀的民族文化得以永远存续下去。这一“双向良性互动”的文化与旅游保护与发展机制是我国文化旅游产业发展获得的宝贵经验,并将持续优化,支撑我国文化旅游产业价值的提升和“走出去”“请进来”战略。

第四,中国在纵向意义上有悠久的历史积淀、横向意义上有差异的多元文化结构为文化与旅游的融合发展及文化旅游产业规模的形成提供了独特的发展条件和环境。中国是有着 5000 年文明史的文化古国,在广袤的华夏大地上,留下了年代久远、丰厚且多元的物质文化和非物质文化遗产。在民族文化的形成和发展过程中,又形成了许多的文化源流和不同的区域文化、民族文化和经由“分合”和“融合”后的多元文化,在地理学意义上又有着相当大的文化跨度和文化差异。这种纵向时间意义的文化悠久丰厚和横向空间意义上的文化多元共生是文化和旅游融合发展的重要条件。在文化旅游产业发展过程中,文化的这种历史久远性和空间差异性造成了中国有着世界上最大的文化旅游市场和产业规模,它的文化交流程度甚至高于欧美范围内的跨境旅游。因为中国国内区域文化差异度甚至高于欧美国家之间的文化差异度,从而造就了蓬勃发展的中国国内旅游市场及相应的产业规模和价值;同时,也造就了世界上第一大旅游客源市场规模和第四大旅游目的地入境市场规模。有理由相信,只要文化能够在发展中得到更有效的保护和传承,在保护和传承中文化资源能够更好、更多地融入旅游产业发展中,中国文化旅游产业便一直可以成为现代服务业和跨境服务贸易中重要的支柱产业,持续地放大产业价值和文化价值。

第五,在中国文化与旅游融合发展进程中,伴随

着文化旅游产业的纵深发展,文化旅游国内、国际消费市场的发展和中华文化符号越来越鲜明的文化旅游产业品牌的形成与发展,又衍生出了越来越丰富和多元的文化旅游产业形态。譬如横向意义上的中国不同区域、不同民族和不同产业融合下的区域旅游、民族旅游、产业旅游、红色旅游、体育旅游、乡村旅游等;纵向体验意义上的观光旅游、休闲旅游、度假旅游、深度体验旅游、沉浸式体验旅游等不同的旅游业态;与经济社会发展、收入水平和闲暇时间提升相关联的组团旅游、自由游、自驾游、背包客旅游,越来越具有个性且与“优质旅游”关联的“定制旅游”以及“说走就走”的即时旅游等。同时,不同区域又根据区域文化资源特色优势和文化旅游产业理论运行的阶段性,形成了不同区域文化和不同旅游产业在方式和阶段上的不同的有机融合,又形成中国不同区域文化旅游融合发展的区域类型和特色。2017 年,我国平均经济增长 6.9% 的同时,旅游经济增速 15.9%,远远高于整体经济增长速度^[22]。需要特别提及的是,中国文化与旅游产业融合发展提高了国人的消费水平,优化了消费结构,使文化旅游业成为“五大幸福产业”之首,显著地提高了中国人民的福利水平和幸福程度。旅游消费过程造就的旅游教育也是提高国民素质的重要途径,成为中国人以“活的文化载体”融入世界文明体系的重要环节和途径。

三、中国文化与旅游融合发展的愿景: 发展要义与未来趋势

(一) 中国文化与旅游融合发展必将在建设社会主义文化强国、提升国家文化软实力方面发挥重要作用

随着我国社会主义现代化建设的发展、改革开放的进程和中华民族屹立于世界民族之林,必然伴随着中国社会主义先进文化的发展和中华优秀传统文化与价值体系为世界所认同与尊重,也必然伴随着中国文化成为世界先进文化和优秀文化体系中最有价值 and 份量的民族文化。必须高度关注到在市场化、产业化、现代化和全球化进程中我国优秀文化的发展方式和表达方式,必须将建设社会主义文化强国的目标与现代文化旅游产业体系紧密结合,有机联系,使文化与旅游融合而形成的文化产业和文化旅游产业发展成为建设中国特色社会主义文化强国和提高中国文化在全球的影响力、感召力和竞争力的重要产业途径。随着文化与旅游产业向广度、深度的进一步融合,必然逻辑地和历史的以产业发展为载体,实现建设社会

主义文化发展、建设社会主义文化强国的目标,使文化软实力成为中国特色社会主义综合实力不断提升的核心支撑。

(二) 中国文化与旅游融合发展将成为文化“请进来”和“走出去”战略的重要传播途径

中国特色社会主义文化发展涵盖了文化建设、文化创新、文化发展以及文化传播等各个方面,在文化发展系统工程中,文化传播尤其具有非常重要的地位,习近平总书记在多个场合都谈到要“讲好中国故事”^[23],现代文化旅游产业体系及其运行方式是“讲好中国故事”最基础、最简捷、最有效率和最具传播力的产业途径和方式。随着文化与旅游融合的发展,同时根据文化旅游产业的发展规律,一方面,跨境文化旅游在整个旅游体量中的占比将会越来越高,无论是跨境旅游中的出境旅游还是入境旅游,其实质都是异质文化和文明之间的融通及交流;另一方面,跨境文化旅游中的入境旅游发展速度将会越来越快。随着中国的发展和国际地位的迅速提升及相应的中国文化感召力和影响力的扩大,必然产生越来越庞大的中国入境旅游市场,中国作为入境旅游目的地国家的重要性将会大大提升,入境文化旅游将成为文化“走出去”战略实践中的重要环节。

(三) 中国文化与旅游融合发展是“一带一路”建设的题中应有之义

古老的丝绸之路本来就是古代中西文化、经贸、人文、社会等交流的最重要通道,也是旅游产业最早的产业形态,萌芽的重要区域^[24]。随着具有全球意义的国家“一带一路”建设的发展,“一带一路”也必将成为东西文化旅游发展的重要空间,文化旅游融合发展则将成为我国“一带一路”产业发展中既具有产业价值,又具有在“五通”中的“民心相通”中发挥更重要作用的不可替代的文化功能,又反过来助推政策沟通、设施联通、贸易畅通和资金融通。“在‘一带一路’倡议的实施过程中,旅游是必不可少的文化融合剂、人心凝聚剂、经济催化剂,是实现‘五通’的先行领域。”^[25]目前在“一带一路”框架下文化旅游发展的重要障碍在——排除,“中蒙俄文化旅游长廊”“长安——天山廊道”以及“河西走廊国际文化旅游廊道”等建设都在实质性推进。道路交通设施建设正在迅速推进,已经建成蒙内铁路、亚吉铁路等境外铁路,助推实现了中老、中泰等跨境铁路开工建设。公路方面,推动中巴经济走廊两大公路、中俄黑河公路桥等重大基础设施的开工建设。海运方面,国家参与建设

希腊比利埃夫斯港、斯里兰卡汉班托塔港和巴基斯坦瓜达尔港等34个国家42个港口的建设和经营。“中欧班列”开行突破9000列,国际通道客货运输线开通356条,增加国际航线403条,与沿线43个国家实现直航,每周约4500个直航航班^[26]。交通的连通可以直接带动基于“一带一路”的文化旅游发展,必将成为我国文化与旅游融合发展的一个新的亮点。

(四) 中国文化与旅游融合发展必然以“讲好中国故事”为基本的文化发展主线

我们要充分发挥好现代旅游业这一重要产业载体的文化传播与价值传播功能,讲好中国文化。现代文化旅游产业作为三次产业中的现代经济部门,有别于其他产业的一个重要特征是其产业价值的多重性,作为基本的经济产业具有巨大的正外部性,即在实现一国或一个区域产业经济价值的同时会带来巨大的诸如意识形态、价值影响、文化价值信息对称与传播、本体文化价值升值与作为文化活的载体的人的发展等一系列衍生价值。在这一过程中,关于一国或一个区域主流价值体系和文化的传播功能最为强大,它通过文化消费过程又大大提升了对目的地国家文化的接受程度和正确认知水平,在所有产业的文化传播功能方面,无出其右者。目前,在以“讲好中国故事”为主线的文化传播中,我国优秀文化已越来越为世界上大多数国家和人民所认识、认同和尊重,但还是存在与我国大国地位不相适应的文化认同问题。未来文化旅游产业可以而且应该主动承载“讲好中国故事”的文化承载与传播功能,最大可能发挥好文化与旅游融合发展过程中的产业的综合功能,使其成为“讲好中国故事”的基本渠道。

(五) 中国文化与旅游融合发展将越来越多地依赖于科技创新的支撑

在现代社会的发展中,科技创新居于至关重要的地位,人类自工业革命始,国与国之间的发展竞争基本主要取决于科技创新的水平和实力。全球在当代文化旅游产业发展中的内容支撑、动能转换及市场形成也无不与科技创新水平紧密相关。科技创新水平决定文化旅游产业的竞争力和可持续发展潜力,其决定因素是传统文化的产业化和现代表达、科技渗透与文化内涵的深度挖掘以及文化的跨界发展、科技创新加速文化表达的迭代,进而造就文化旅游业态与产品的迭代。在文化借助于科技创新日新月异发展的今天,文化旅游产业发展的水平与区域和国际竞争力根本取决于科技支撑水平,进而决定了谁能据有未来的

文化旅游消费市场 执文化旅游消费市场之牛耳。在全球文化旅游市场上,美国、日本、法国、德国等国家及中华人民共和国香港特别行政区强大的文化影响力和文化旅游发展水平在根本上取决于其同样强大的科技创新水平和文化与科技融合发展水平;在我国文化旅游产业发展规模和水平处于前列的上海、北京、广东、浙江等省(直辖市),同样也有着很高的科技创新水平。我们必须高度注意到全球文化旅游消费偏好的市场的飞速发展与结构分化,不单在实体经济和其他产业体系中加强科技创新的作用,还要在战略上高度重视科技创新在文化与旅游融合发展领域以及现代服务业诸多领域中的决定性作用,推动我国具有全球意义的价值体系和文化体系与现代旅游业在科技创新层面上更高水平、更有效率和符合全球视野中不同民族人民可接受方式的创新发展。文化强国也是文化旅游强国,更是文化与旅游融合的科技强国,它一定是我国未来文化与旅游融合发展的必然选择。

(六) 中国文化与旅游融合发展必将注重品牌建设 构建具有中国文化精神的独立 IP

纵观全球现代文化产业和文化旅游产业发展的历程,文化品牌和产业品牌发展应当是当今文化发展最重要的特质之一。全球最具有文化旅游产业竞争力的国家和地区。同样也是文化品牌价值最大、文化品牌数量最多和文化品牌衍生速度最快的国家和地区。以文化 IP(Intellectual property)为标志的文化品牌发展业已延伸到了文化旅游产业,成为大幅提升文化旅游产业和产品竞争力的重要手段。同时,2014 年被称为中国的 IP 元年,IP 概念最早诞生于戏剧产业,之后在泛娱乐文化产业链中延伸,并且迅速与影视、传媒、动漫及旅游等跨界融合,旋即成为中国文化发展中最具影响力的“粉丝经济”。在文化与旅游融合发展中,无论是全球视野还是中国市场,随着经济增长、社会发展与中产阶级的迅速崛起,对具有个性的、独特优势的 and 真正有文化原创性的文化旅游产品的需求正在替代传统的、共性的、同质的和文化的浅表表达的文化旅游产品的需求,这种变化对应的一定是分化的、分众的和分异的多元化文化消费时代。近年来,我国文化旅游市场上已经有腾讯、华强、宋城演艺及华侨城等一大批具有独立 IP 的知名文旅企业组织,代表了未来中国文化与旅游融合发展的方向。在中国文化和中国文化旅游产业与产品逐渐融入世界的当下,在注重有竞争力的大型文旅企业组织培育和

科技创新支撑的同时,我们必须更加注重有强烈中国文化色彩、性质和元素的文旅 IP 的独创与打造,无论在“走出去”的文化旅游产品输出还是“请进来”的文化旅游入境,都有迭代的、有竞争力和可持续的文化旅游 IP 为基本平台和产业载体,大大提升中国文化旅游市场中的跨境尤其是入境市场规模和比重,推动我国成为有全球价值的文化旅游强国。

(七) 中国文化与旅游融合发展正在面向世界、面向未来 打造“目的地——客源地”系统的升级版

中国文化旅游产业的发展肇始于改革开放,成为独立于产业体系的发展也已有 20 余年历史,在文化旅游产业体系中最基本的“目的地——客源地”系统建设中,中国业已经过“传统景区——国内游客”“传统景区——国内、国际游客”“多元景区——国内、国际游客”等几个重要的发展阶段。目前,在“全域旅游”和“优质旅游”战略和理念框架下,正在向“全域、优质旅游目的地——全球游客”的新系统转型发展。这一转型发展体现在目的地上更加重视中国优秀文化内涵注入、打造游客与当地居民共享空间、城乡和区域一体发展及多要素文化旅游共生发展;体现在客源地上则更加重视中国文化旅游目的地构建的全球市场打造、“中国文化为核、全球标准为形”的“中体西用式”游客观览与服务体系建设、针对不同客源市场的文化旅游 IP 的形成,以及加强在“一带一路”建设中的境外旅游客源市场的营销与建设等。总之,在文化旅游产业的“目的地——客源地”系统的发展中,中国未来的建设方向一定会更加重视与国际一般文化旅游产业标准的接轨;中国优秀文化一定是产业和产品迭代发展中的“不变之魂”;随着经济社会的全面进步与发展,更重视文化与旅游的“城乡融合”“区域融合”“产业融合”“景城融合”“资源融合”和“要素融合”,打造空间尺度更大的文化旅游目的地。目前,我国文化旅游发展正在“全域旅游”和“优质旅游”新型发展理念下全面转型升级,全域旅游是优质旅游实现的文化旅游战略,而优质旅游则是我国文化旅游业与国际文化旅游业接轨和新型产业发展阶段,其实质都是构建全新的“目的地——客源地”产业体系。新型的“目的地——客源地”文化旅游系统的升级版一定会成为未来中国文化与旅游融合发展的强大产业体系支撑。

(八) 中国文化与旅游融合发展必将在乡村振兴和区域协调发展战略中扮演重要角色

习近平总书记十九大报告中指出,要“构建现

代农业产业体系、生产体系、经营体系”,要“促进农村一二三产业融合发展,支持和鼓励农民就业创业,拓宽增收渠道”;要“建立更加有效的区域协调发展新机制”^[9]。中国发展的关键在乡村均衡发展,主阵地也在乡村,难点也在乡村,而传统乡村社会是中国文化的“富矿”,是文化旅游融合发展的核心空间。近年来,文化旅游发展要素向乡村社会的涌入,“特色小镇”“田园综合体”“特色村落”“乡间客栈与民宿”和“美丽乡村”的建设使得传统乡村社会越来越成为国内旅游和入境旅游重要的目的地,正在迅速消解城乡发展的藩篱和鸿沟,在我国乡村振兴战略中发挥着越来越重要的作用;中国发展的重点在于区域协调发展,主阵地在中西部地区,难点也在中西部地区。地域辽阔的中西部地区经济社会欠发达,但其恰恰是中国文化和中华文明的发祥地,也是宝源地。“西北五省区拥有广阔的经济腹地和战略纵深,并在资源禀赋、要素成本和地理区位等方面具有明显的优势。”^[27]我国中西部许多地区在发展中“反弹琵琶”,依据区域独特区位、资源及产业比较优势大力发展文化旅游产业,已成为支撑区域经济社会发展的战略性龙头产业或支柱产业,已有相当多的中西部地区文化旅游产值超过GDP8%的比重,文化旅游业增长速度远高于本地区经济平均增长速度和文化旅游业全国平均增长速度,大大推动了经济社会进步和发展,在缩小东西部发展差距和协调发展方面功不可没。

(九) 中国文化与旅游融合发展将助力中国经济结构优化、动能转换和高质量发展

对迅速发展和走向世界舞台的中国而言,在不断的结构优化、发展方式转变和科技与制度创新过程中推动增长和发展,当是一个永恒的命题;在这一过程中,革故鼎新和推陈出新的产业与产品变迁与创新也是发展中的中国的常态。当前,在供给侧结构性改革及“三去一降一补”的结构调整和改革中,同时伴随着我国整体经济结构的动态优化;在传统发展和增长优势逐渐弱化、创新引领新的增长的过程中,同时伴随着具有创新和替代特质的新型产业涌现;在从高速增长到高质量增长的同步,也同时伴随着战略性新兴产业的产业替代和发展替代。从文化产业产值看,2017年实现营收91950亿元,同比增长10.8%;文化产业进出口总额1265.1亿美元,同比增长11.1%;从旅游产业看,2017年国内旅游总收入50001亿元,同比增长12.8%;入境旅游总人数2.7亿人次,同比增长3.7%;全年实现旅游收入54000亿元,同比增长

15.1%;初步测算全年全国旅游业对GDP的综合贡献913000亿元,占GDP总量11.04%;旅游直接就业2825万人,占全国就业总人口3.63%,间接就业7990万人,占全国就业总人口10.28%^[15]。据国家统计局的分析,2017年中国经济增长6.9%,一、二、三产业分别增长3.9%、6.1%、8.0%^[22],文化产业和文化旅游业的产值增长速度远远高于经济平均增长速度,也高于第三产业的增长速度,对GDP的贡献越来越高。文化旅游产业以其环境友好与资源节约的“两型”特质,文化发展与产业发展的“双赢”特质,充分释放内需和满足外需的“双需”特质,扩大国内旅游市场和满足入境旅游市场的“双市”特质,满足我国优秀文化“走出去”和“请进来”的“双向”特质等必然成为我国结构调整和动能转化中首选的战略性新型服务业。

(十) 中国文化与旅游融合发展将成为构建开放型经济体系的重要产业途径

2015年9月,中共中央、国务院印发《关于构建开放型经济新体制的若干意见》^[28],全面提出新时期构建开放型经济新体制的目标体系和重大举措;习近平总书记在党的十九大报告中指出,“要推动形成全面开放新格局”,“要以‘一带一路’建设为重点,坚持‘引进来’和‘走出去’并重,遵循共商共建共享原则,加强创新能力开放合作,形成海陆内外联动、东西双向互给的开发格局。拓展对外贸易,培育贸易新业态新模式,推进贸易强国建设”。现代文化旅游产业是天然的、典型的开放型产业,在发达的旅游经济体中,出入境旅游服务贸易要占到整个旅游总收入的一半以上,是实现服务贸易价值的重要产业途径。我国文化旅游产业经过了过去20年的飞速发展,外向型旅游服务贸易产值在全部旅游总产值中已约有9.5%的比重,但距离发达旅游经济体的平均值还有很大差距。可以预料,随着中国经济的整体增长和开放型经济体系的逐步建立,我国外向型旅游服务贸易在全部外向型服务贸易和文化旅游产值中的比重一定会大幅提升,以全面助推我国在21世纪和“一带一路”建设中构建现代开放型经济体系战略的实施,这一趋势是不可逆转的。

2013年8月,习近平总书记在中央政治局的集体学习会上指出,“实践发展永无止境,解放思想永无止境,停顿和倒退没有出路,改革开放只有进行时,没有完成时”。在党的十九大报告中指出,“改革开放是当代中国发展进步的必由之路,是实现中国梦的必由之路。我们要以庆祝改革开放40周年为契机,逢山

开路 遇水架桥 将改革进行到底”。中国文化与旅游融合发展形成的中国文化旅游产业得益于宝贵的改革开放,从无到有,从小到大,从弱到强,从国内到全球,业已成为中国现代服务业中最具有优势和前景广阔的新型产业,成为国民经济中的优势产业和支柱产业;并且天然地承载着传播中国文化、“讲好中国故事”、提升中国文化软实力、实现大国外交和国与国之间人民相亲以及服务于我国综合国力提升的重大使命。国运兴则文化兴,文化兴则文化旅游产业兴,我们有理由相信,中国文化与旅游融合发展的进程和中国文化旅游产业一定有着广阔的发展前景。

参考文献:

[1]邓小平. 1978年8月19日听取文化部清查运动和工作情况汇报时的谈话[M]//邓小平年谱(1975—1997). 北京:人民出版社, 2004: 361.

[2]邓小平文选: 第2卷[M]. 北京:人民出版社, 1994: 208.

[3]邓小平年谱(1975—1997) [M]. 北京:人民出版社, 2004: 296.

[4]杜一力. 在再学邓小平论旅游——邓小平理论30周年研讨会上的发言. [EB/OL]. (2012-09-14) [2018-02-24]. http://fashion.ifeng.com/travel/news/tourism/detail_2012_09/14/17616630_0.shtml 2012.9.14.

[5]邓小平论旅游[M]. 北京:中央文献出版社, 2000: 9.

[6]江泽民. 加快改革开放和现代化建设步伐, 夺取有中国特色社会主义事业的更大胜利[M]. 北京:人民出版社, 1992.

[7]林振平. 建设三个面向的、民族的科学的大众的社会主义文化必须把握的几个重大问题[J]. 发展研究, 2004(8): 61-64.

[8]胡锦涛. 中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定[M]. 北京:人民出版社, 2011.

[9]习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[M]. 人民出版社, 2017.

[10]习近平. 在中国文联十大、中国作协九大开幕式上的讲话(2016年11月30日) [M]. 北京:人民出版社, 2016: 6.

[11]习近平. 在文艺工作座谈会上的讲话[M]//十八大以来重要文献选编. 北京:中央文献出版社, 2016: 134.

[12]习近平. 在中共中央政治局第十二次集体学习时强调. 建设社会主义文化强国着力提高国家文化软实力[M]//习近平关于社会主义文化建设论述摘编, 2017: 34-35.

[13]习近平. 在俄罗斯“中国旅游年”开幕式上的致辞[EB/OL]. (2013-03-23) [2018-04-18]. http://www.gov.cn/lhdh/2013-03/23/content_2360500.htm 2013.3.

[14]习近平. 在中央城市工作会议上的讲话[N]. 人民日报, 2015-12-23(1).

[15]李金早. 2018年全国旅游工作报告——《以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导 奋力迈向我国优质旅游发展新时代》[EB/OL]. (2018-01-09) [2018-04-21]. http://travel.china.com.cn/txt/2018-01/09/content_50205965.htm 2018-01-09.

[16]蒋英州, 叶娟丽. 对约瑟夫·奈“软实力”概念的解读[J]. 政治学研究, 2009(5): 114-124.

[17]习近平. 共同构建人类命运共同体——在联合国日内瓦总部的演讲[N]. 人民日报, 2017-12-23(1).

[18]李克强. 政府工作报告——2018年第十三届全国人民代表大会第一次会议讲话[N]. 人民日报, 2018-03-23(1).

[19]花建. 论文化产业与旅游联动发展的五大模式[J]. 东岳论丛, 2011, 32(4): 98-102.

[20]把多勋, 彭睿娟, 程容. 文脉视角下的区域旅游产业可持续发展研究[J]. 兰州大学学报(社会科学版), 2007, 35(1): 119-125.

[21]路宪民. 全球化时代的民族文化自觉[J]. 西北师大学报(社会科学版), 2016, 53(5): 13-21.

[22]国家统计局. 中华人民共和国2017年国民经济和社会发展统计公报[J]. 中国统计, 2018(3): 7-20.

[23]学习习近平总书记8·19重要讲话[M]. 北京:人民出版社, 2013: 24.

[24]宋海岩, 吴凯, 李仲广. 旅游经济学[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2010.

[25]杜志雄, 宋瑞. “一带一路”倡议与我国城市旅游经济发展——以嘉峪关市为例[J]. 甘肃社会科学, 2018(3): 103-108.

[26]王天津. 实施“一带一路”倡议 创建对外开放新格局[J]. 国家治理, 2018(20).

[27]成学真, 岳松毅. 西北五省区金融集聚与产业结构升级关系的实证研究[J]. 西北师大学报(社会科学版), 2016, 53(6): 41-47.

[28]中共中央国务院关于构建开放型经济新体制的若干意见[N]. 人民日报, 2015-09-18(1).

作者简介: 把多勋(1964—), 男, 甘肃永登人, 西北师范大学旅游学院院长, 兼任甘肃省旅游发展研究院(执行)院长, 甘肃省文化产业与新型文化业态重大社科研究中心主任, 教授。

责任编辑: 巨虹; 校对: 暮雪