

# 破解文旅“两张皮” 打造“形神兼备”的文旅融合

◎ 记者 贾露 通讯员 汤佳怡 王晓明



近年,各地把文旅融合作为重要抓手,大力发展乡村旅游。然而,“有说头没看头,有看头没玩头”这句话却戳中了现今许多文旅产品的痛点,一部分旅游产品不仅没“看头”没“玩头”,甚至连“说头”都没有,亦或是没故事,没风景,没内容……景区村的“外壳”即便建得再美,如果文化和旅游还是“两张皮”,也终究难逃被冷落的结局。

文化是旅游的灵魂,而旅游是文化的载体,文旅融合不仅承载着一方山水的历史文脉,更蕴含着产业发展的无限可能,不能只一味把“文旅融合”作标签。

文旅融合“两张皮”现象大体表现为两种现象。从内容层面看,历史文化的输入、输出显得过于随性,勉强地捆绑只会让人感觉索然无味;从技术层面看,文化输出端口未有精细加工不说,甚至还出现许多“张冠李戴”“文不对题”的现象,令人捧腹的同时也颇感无奈。

眼下,各类纪念馆、陈列馆如雨后春笋般涌现,而“粗制滥造”和“无中生有”的案例却是不胜枚举。纪念馆、陈列馆这样的场所,本是展示、活化历史文化的主要阵地和有效途径。许多地方的文化资源极其丰富,文化内涵也是极其深厚,但对于如何更好的把文化资源转化为旅游产品,提升文化的体验性,依然找不到合适的抓手,深度融合的项目少之又少。

把可以说的变成可以看的,把可以看的变成可以玩的,把历史文化实实在在地转化成可看可玩的旅游产品,这是文旅融合的大事要事,也是摆在文旅从业者面前的大难题。



文化是旅游的灵魂,而旅游是文化的载体,文旅融合并非简单地相加,文旅融合归根结底是要实现产业的落地。其核心是把文化作为旅游的资源,把旅游作为文化的市场,让历史文化与现代文明循着人文的脉络开花、结果。

文化和旅游唯有实现互为支撑、相互促进,才是真正实现了深度相融。终而实现两大产业的转型升级。那么,如何以文促旅,给旅游增内涵;以旅彰文,让文化活起来?文化和旅游如何深度融合,创造发展新格局?

首先,要规避“千村一古街、万村纪念馆”等同质化现象,遵循市场规律,依据当地的历史文化资源提炼出具有吸引力的IP属性,打造个性化的文创产品。随着文旅产业的发展,旅游产品

的开发越来越依赖于当地资源的开发,文旅产品的开发也越来越趋向于创意性和体验性。不难发现,那些独具特色,拥有丰富体验感的文旅产品和目的地总能留住人们的脚步。要迎合不断变化的市场,就需要深度挖掘当地的历史文化资源和精髓,“因地制宜、因时制宜”地进行产品设计和文化植入,打造出特色的、个性的文旅产品。如古街、纪念馆等大型产品,要兼顾内涵和亮点。大到建筑设计与布局,小到文创产品、讲解词的“梗点”打造,都要最大限度地放大其主题属性,依循历史文化的脉络,形成相辅相成、由形到意的文旅体验,人们不仅可以用眼看,还可以用心感受更为深层的内涵。

此外,文旅融合“两张皮”现象也从另一个侧面也反映了,懂得现阶段文化和旅游产

业特点及市场需求的实践创意型策划人才的短缺。而其根源是缺乏全面的教学环境来培养人才。据悉,作为文旅融合的前沿阵地,国内各文旅学院的专业分类设置方面基本上还是文归文,旅归旅,文旅融合的教案依然匮乏。从人才培养的源头方面看,教师队伍的文旅融合的实践能力仍有待提升,分配到行业管理或旅游公司的旅游专业的大学生,其专业素养和文创等综合能力依然欠缺。

文旅院校须可以尝试打破固有的课程架构,加强校企合作,与当地的旅游企业、景区、酒店构建实训基地,同时深入了解市场及行业对旅游人才的实际需求,构建融合型的课程新体系。以文旅融合的思路进行课程设计的同时,引入“研学旅行策划与管理”等新业态证书标准,为培养“融合型高技能人才”注入动力。

