

2023中国情报学年会



面向中国式现代化的文旅融合模式分析与评价研究

论文作者：钱明辉，李胡蓉（汇报人），孟廷廷

汇报日期：2023年7月12日

面向中国式现代化的文旅融合模式分析与评价研究



研究基础

- 研究背景
- 概念界定
- 融合模式



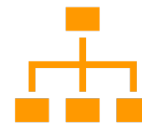
数据方法

- 数据来源
- 研究方法



结果分析

- 概况分析
- 融合深度
- 融合丰富度



结论启示

- 研究结论
- 政策启示

1

研究基础

01

政策导向

- **中国式现代化**包含着文化的现代化，具有深厚的文化内涵，需要全面立体的**文化**支撑；也包含着人的现代化，作为人的生活方式和生产活动，**旅游**也是中国式现代化的重要体现，**文化和旅游**在实现中国式现代化中发挥着重要作用。
- 党的二十大报告指出要“实施国家文化数字化战略”“坚持**以文塑旅、以旅塑文**，推进**文化和旅游深度融合**发展”，文旅融合不仅是推进我国经济发展和社会进步的重要战略规划，也是促进我国文化产业全面转型的重要抓手。

02

价值意义

- 文旅产业的**高质量发展**离不开**文化产业和旅游产业的融合**。在政策引导下，文化遗产可以得到更大程度的保护、开发和利用，待业问题也能得到较大程度的解决，从而实现旅游多样化和文化高认同感，带动地区的经济增长。
- 因此，在中国式现代化背景下，开展文化旅游融合（以下简称“**文旅融合**”）程度与融合水平的探索，对推进文化旅游产业融合发展具有重要指导意义。

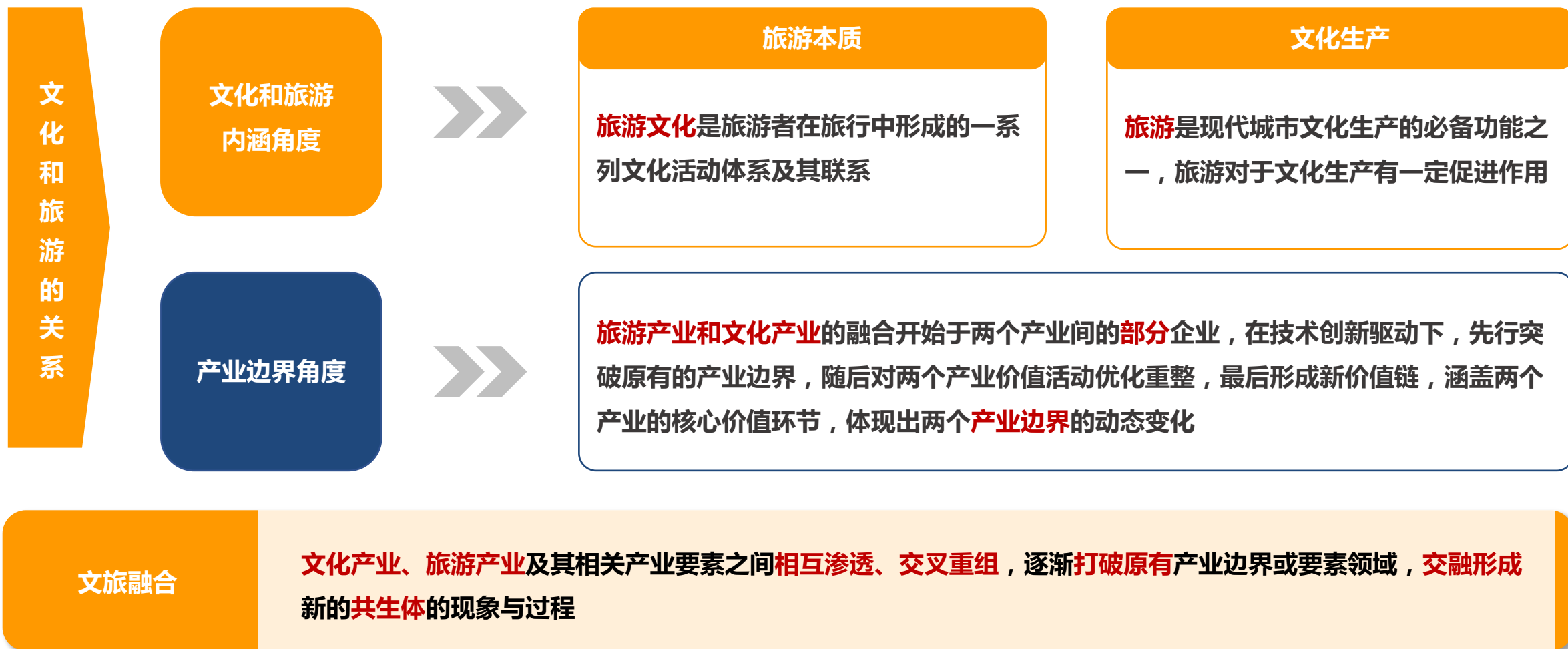
03

可能创新

- 对案例数据进行**编码**后采用**聚类分析法**提炼出七种文旅融合模式，而以往研究中多采用**归纳法、演绎法**等进行梳理，研究人员的主观判断较强；
- 以在线旅游市场途牛网的文本内容从更完整的视角分析和讨论我国文旅融合发展的水平，而以往研究中多采用**统计年鉴数据**，数据**调研周期较长**，无法反映当下的文旅融合情况；
- 采用**文本挖掘**方法，在融合模式基础上构建文旅融合度评价指标对文旅融合度进行测算，相对**客观地**反映了文本数据的**内在特性**，以期客观揭示各地区融合程度和融合特点，指导文化产业和旅游产业的深度融合发展。

1.2 概念界定

国外早在20世纪70年代就开始研究文化和旅游的融合，文化体验不单纯是旅游目的，而是相互依存的关系：旅游即文化（Richards,2001）



已有研究对文旅融合模式的划分呈现出以下共同点

问题导向的模式探索

- 模式划分的核心在于**解决单个或一类具体问题**，即如何实现文旅融合和融合效应最大化等问题，多以**具体区域**的实际问题探索适合的融合模式

基于一定框架进行模式归纳

- 模式的归纳基于融合产品的**类型、产业链的融合形式、实践的客观存在**等
- 明确分析框架后从**资源、技术、市场、产品和营销**五大环节进行模式**归纳**

基于实践案例进行模式总结

- 基于**实例分析**提炼的融合模式更富有生命力，这是对具体情境的总结，模式的效应存在一定偶然性，但具备较好的操作基础

已有研究多采用**主观性归纳**提炼文旅融合模式，缺少**系统性、客观性**的模式分析

本文基于**客观存在**的案例文本采用**聚类法**从文化产业和旅游产业的资源融合、技术融合、产品融合、功能融合和创意融合等方面对文旅融合的模式进行**识别**，最终提炼出**七种模式**：**娱乐体验型、游览整合型、休闲综合型、传播优化型、功能附属型、创意设计型、内容开发型**

2

数据方法



案例数据

- 依据“**国家文化消费试点城市名单**”（截止2020年中）的**45个**城市（北京市、天津市、上海市、南京市、宁波市等），从各城市的**文化和旅游局官网**搜索“**文旅融合**”找到合适的案例，如果信息较少则查询其他网站信息进行丰富。
- 为保证样本量的充足与聚类效果，本文选取**200多个**案例，平均每个城市选择**4-5个**案例进行多维度解析

案例来自政府网站，具备较强的权威性，城市覆盖范围广，具备较强的代表性，基本能够代表当前文旅融合的发展现状



测评数据

- **来源网站**：**途牛网**
- **选择依据**：途牛网具备用户**规模大**、**旅游产品丰富**、**产品描述详细**等优势
- **爬取规则**：按照不同地区爬取途牛网中旅游产品的数据，包括“**产品名称**”、“**推荐行程**（详细的旅游路线）”两块内容
- **获取结果**：获得**31个省份**（港澳台除外）**24190**条记录

途牛网数据不同于各省份文化和旅游厅（局）官网的信息，更能凸显市场偏好

已有研究中存在两方面不足

一方面

- 基于产业融合测度加以改良的测算方法，其在**文旅融合水平测算的适用性上**仍存在较大的提升空间；
- **灰色关联分析法**无法真实反映产业间的融合水平；**投入产出法**中常用的单向投入系数不能够较为准确地揭示两个产业间的融合状况；**生产力模型法**多以间接指标反映融合潜力；
- **赫芬达尔指数**以专利数据分析为主，其数据要求特点未必适合以农业为基础的三产融合测算；**层次分析法**受个体主观因素影响过重；**融合度模型法**更适合评价复杂系统之间的相互关系；**耦合协调度模型**未考虑评价指标间的重叠性。

另一方面

- 已有研究中对文旅融合测度的数据多以**统计年鉴数据**进行测度，这部分数据中**没有直接针对文旅融合的统计口径**，并且大范围统计数据具有**凸显的时间滞后性**，当年的统计年鉴报告往往是前一年数据。

本文采用**文本挖掘法**对文旅融合度进行测量

2.2 研究方法

- 本文首先通过“5W1H分析法”对案例文本进行编码，在此基础上使用**聚类分析法**对编码内容进行模式分类，随后采用**文本挖掘方法**分析数据结果，构建文旅融合的评价指标获得我国各地区的文旅融合度测算结果

主要步骤



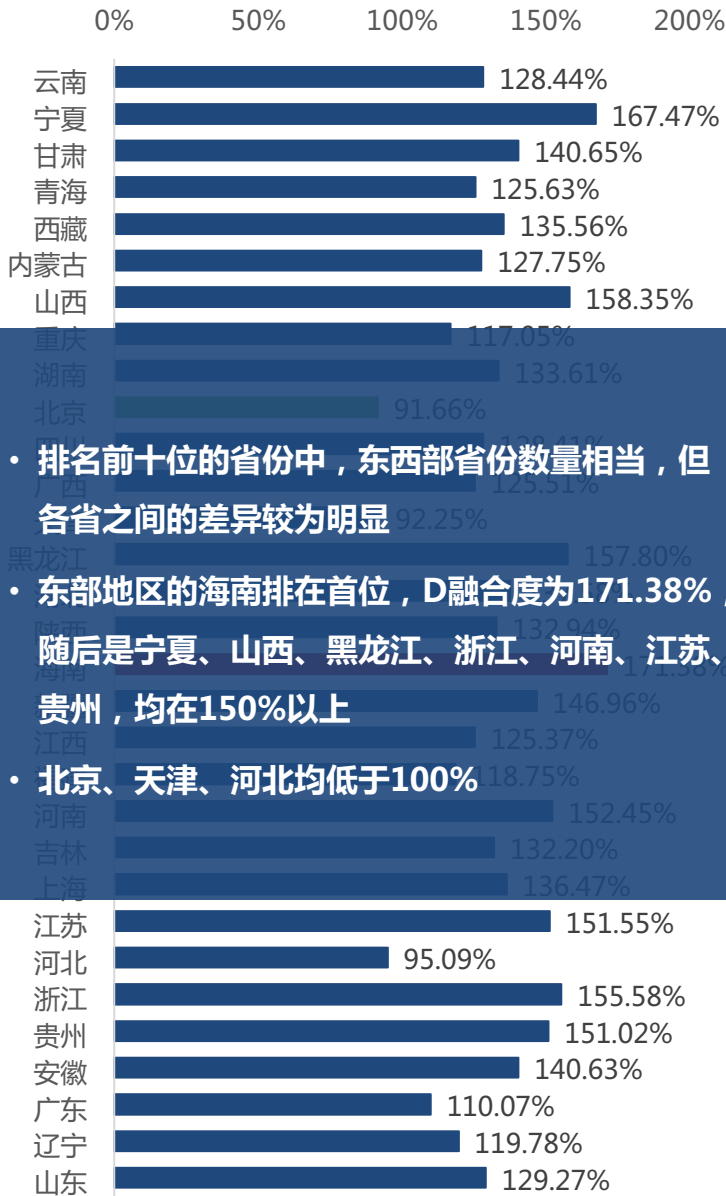
3

结果分析

各省份的W融合度分布



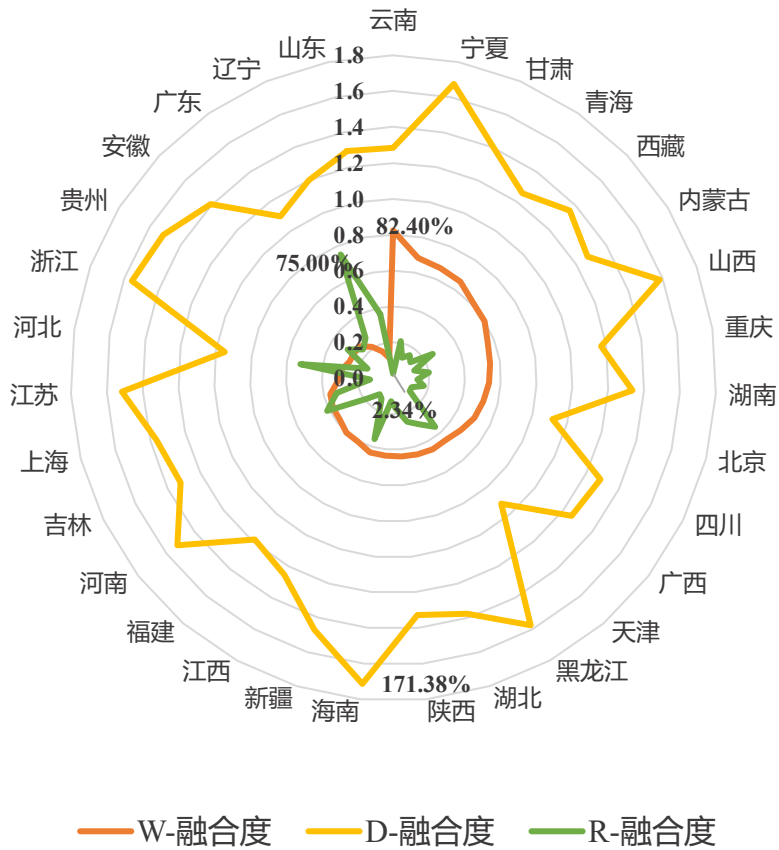
各省份的D融合度分布



各省份的R融合度分布

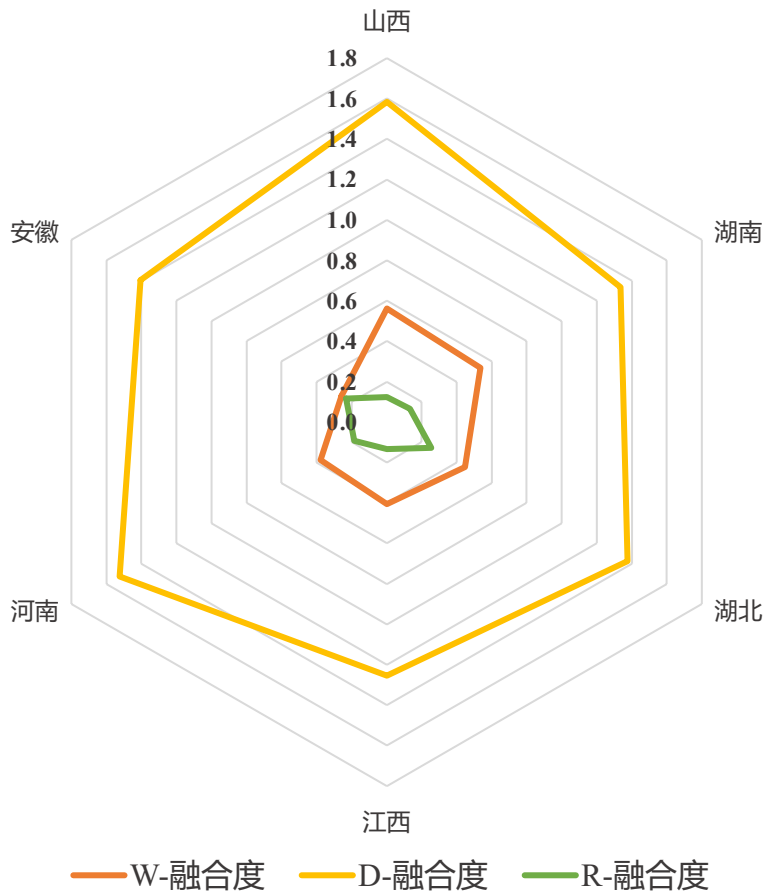


全国各省



西部地区W高、R低，东部地区R高、W低，中部地区的W、D和R多处于中等偏下水平

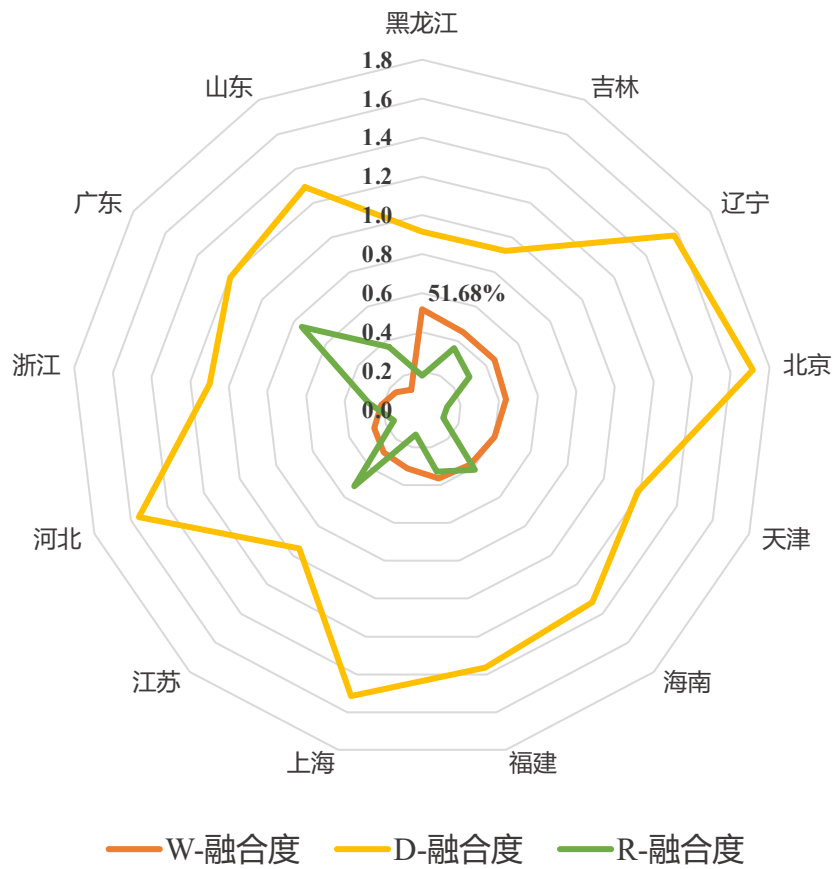
中部地区各省



中部地区共有六个省份，R较低，均在26.00%以下，三分之二的省份W和D较低（排名在第10位后）

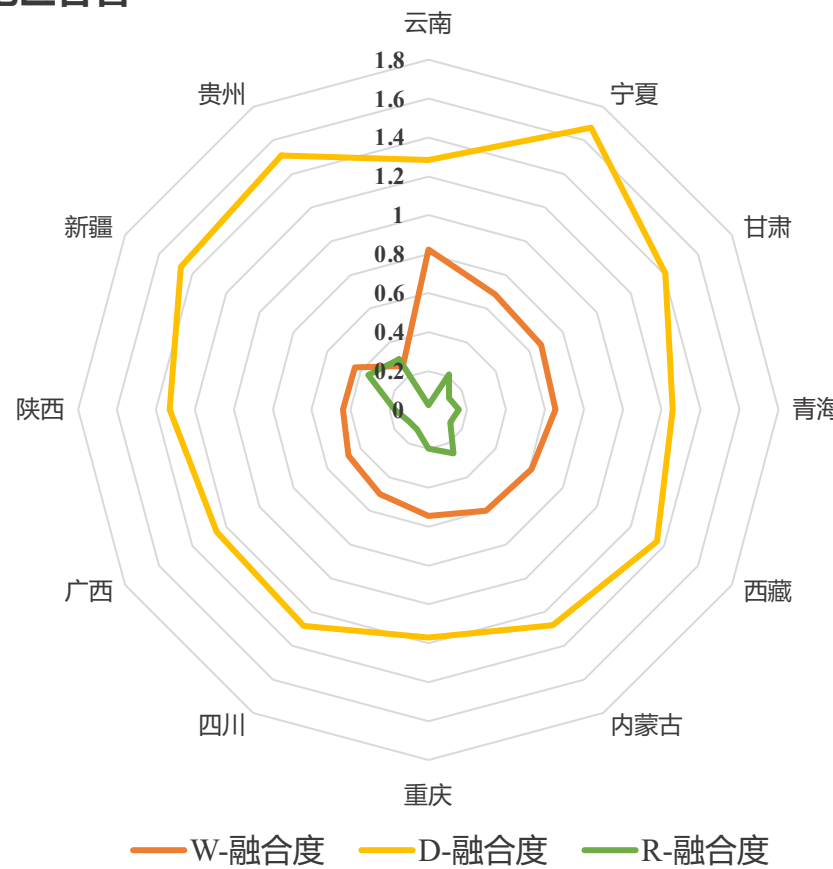
3.1 文旅融合概况分析

东部地区各省



- 东部地区各省份的W较低，均在52.00%以下，但R较高，十三个省份中有八个省份R在25%以上且排名均居于前十位，多数省份的D较低，十三个省份中有六个排名在第25位以后，四个排名前10位，三个排名第13~18位

西部地区各省



- 西部地区各省份的W较高，除四川、广西、陕西、新疆和贵州外，其余8个省份均在52.00%以上，但R较低，12个省份中有9个均在25.00%以下且排名均在第14位及以后，多数省份D也较低，12个省份中有8个排名在第14位及以后，4个排名前10

3.2 文旅融合深度分析

- 三十一个省份以**内容开发型模式**和**休闲综合型模式**为主，两种模式的D融合度占比累积超过**60.00%**的有**二十三个**省份（海南、宁夏等），剩余八个省份的占比之和也在45.00%~60.00%之间，由此可见，**内容开发型和休闲综合型**两种模式是当前在线旅游市场中文旅融合的**典型路径和模式**，**创意设计型、功能附属型和传播优化型模式**的融合程度较**深**但由于融合路径**复杂**，目前在线旅游市场中这几种模式**占比较低**

01

宁夏、浙江、江苏、山西、贵州、新疆、安徽和甘肃这十个省份的D融合度排名均在前**11位**，其内容开发型、休闲综合型占比之和均超**70.00%**。这两种融合模式能生成新的综合型产品和旅游产品业态，**融合难度较高，融合程度较深**

02

河南、海南和黑龙江三个省份的融合深度排名分别为第**6、1、4位**，内容开发型和休闲综合型模式占比之和在**58.00%~61.00%**，但河南在功能附属型模式下占比最高，海南和黑龙江在创意设计型模式下占比位居前2位，**融合途径复杂、融合程度较深**

03

湖北、西藏、上海、湖南、陕西和山东六个省份的D融合度排名在第**12~18位**，其内容开发型和休闲综合型模式占比之和在**65.00%~70.00%**之间，其余5种模式占比不高且较分散，因而其**融合深度适中**

04

四川、云南、内蒙古、青海、广西、江西和辽宁七个省份的D融合度排名在第**19~25位**，其内容开发型和休闲综合型模式占比之和在**60.00%~65.00%**之间，其余5种融合模式的占比以游览整合型、娱乐综合型等**融合程度较低**的模式为主

05

福建、重庆、广东、河北、北京和天津这六个省份的融合深度排名均在第**25位**以后，其内容开发型和休闲综合型模式占比之和均**低于60.00%**，而在游览整合型、娱乐综合型、传播优化型模式下的排名靠前，但**融合程度适中**

3.3 文旅融合丰富度分析

融合丰富度（R融合度）

$$R = \frac{a}{b}$$

R 表示文旅融合丰富度， a 表示文旅融合型旅游产品包含的文化元素种类数（简称文旅融合型文化元素种类数）， b 表示文旅融合型旅游产品数

- ▶ 文旅融合型文化元素种类数主要通过前文构建的文化类词典对各地区旅游产品进行识别
- ▶ 统计各地区文旅融合型旅游产品中涉及的文化元素种类来判断，文化元素种类数越多则表明该地区文旅融合开发和挖掘的文化元素更到位
- ▶ 而文旅融合型旅游产品数在不同地区差异较大，例如云南的文旅融合型旅游产品数远大于其他省市

- ▶ 本文将针对文旅融合的旅游产品数进行分档，再获得分档后每档融合丰富度的平均值。如果该省份的融合丰富度低于对应档下的平均值，则表示文化元素开发程度待提升
- ▶ 针对文旅融合的文化种类数，本文选取2018年各省份实现旅游总收入排名来进行分档，获得每档文化种类数的平均值

根据文旅融合型旅游产品数对各省份分为五档

- ▶ 第一档为云南，其文旅融合型旅游产品数为4864
- ▶ 第二档位文旅融合型旅游产品数为500~800
- ▶ 第三档位文旅融合型旅游产品数为300~500
- ▶ 第四档位文旅融合型旅游产品数为100~300
- ▶ 第五档位文旅融合型旅游产品数为0~100，
- ▶ 各档的R融合度平均值为2.34%、11.49%、14.85%、23.12%、48.18%。

3.3 文旅融合丰富度分析

- 江苏、福建、甘肃、海南、青海、西藏、江西、山西、河南、宁夏、天津、吉林和山东这十三个省份都低于对应档位的平均值，其中西藏、江西、山西、天津、山东这五个省份差距最大（比均值低9个以上百分点），需要加大现有旅游产品融合文化元素的开发程度，提供更多文旅融合型旅游产品以提升文旅融合的丰富性
- 根据各省份旅游总收入排名对其分为三档，第一档位为收入排名第1~10位，第二档位为收入排名第11~20位，第三档位为收入排名第21~31位，各档位的文旅融合型文化元素种类数平均值为55、46、40
- 云南融合的文化元素种类最多有114种，第二名是四川85种，北京、陕西、重庆、广东、浙江、广西文化元素种类在60-80之间，江苏、湖北、黑龙江等共十一个省份的文化元素种类数在40-60之间，其他十二个省份都在40种以下，最少的为山东，仅有19种
- 对比各档位平均值后可以看出，山东、贵州、江西、河南、河北、安徽、山西、福建、辽宁、吉林、天津、西藏和宁夏这十三个省份都低于相应档位的平均值，其中山东、河南、辽宁、江西四个地区与对应的平均值相差显著，均在20种以上，这几个地区需要加大力度挖掘可用的文化资源

4

结论启示

4.1 研究结论

01

通过“5W1H分析法”对案例文本进行编码，并使用**聚类分析法**对编码内容进行聚类后得到**七种文旅融合模式**，结合**途牛网数据**构建七种融合模式词典，随后基于构建的文旅融合度指标，采用**文本挖掘方法**分析途牛网数据，获得我国各地区的文旅融合度测算结果及其特征表现

02

从资源融合、产品融合、技术融合、功能融合等多维度对文旅融合模式进行构建，提炼出**娱乐体验型、游览整合型、休闲综合型、传播优化型、功能附属型、创意设计型、内容开发型**七种模式，体现出文旅融合的**开放性、全面性**特征

03

西部地区文旅融合**广度**高、融合**丰富度**低，**东部地区**文旅融合**丰富度**高、融合**广度**低，**中部地区**各省份的文旅融合**广度、深度和丰富度**多处于**中等偏下**水平

04

不同模式下三十一个省份的文旅融合深度表现趋同，以**内容开发型模式**和**休闲综合型模式**为主，**海南、宁夏**等二十三个省份这两种模式占比累积均超过**60.00%**。由此可见，内容开发型和休闲综合型是当前在线旅游市场中文旅融合的典型路径和模式，这两种融合模式能有效增强文化体验和感知，生成新的综合型产品和旅游产品业态

05

文旅融合丰富度受**文旅融合型文化元素种类数**和**文旅融合型旅游产品数**两个因素影响，文旅融合丰富度呈现**东强西弱**的特点。**江苏、福建、甘肃、海南、青海**等十三个省份未能充分利用和开发这些**文化**将其融合到当地旅游产品中，**山东、贵州、江西、河南、河北**等十三个省份的**文化元素种类数**较少，对当地文化的挖掘和融合力度不够

增加旅游市场中文化旅游产品供应

- 文化能够丰富旅游产品、提升旅游体验、增强旅游获得感。**河北、浙江、广东**等省份文旅融合广度较低，这意味着这些地区在旅游市场中提供的旅游产品，融合文化元素的产品**比例很小**，融合效果欠佳，需要从供应端着手，加大文化旅游产品的**数量**。
- 政府应出台相应的扶持政策，鼓励和引导更多旅游供应主体积极的把**文化元素**加入到**旅游产品**中，以实现更多的文旅融合。

强化文化和旅游的多模态融合

- 积极**发挥**内容开发型和休闲综合型的**带头作用**，强化**技术融合、创意融合、功能融合**等融合类型。
- 比如，与普通的表演走进景区相比，内容开发型模式下的旅游演艺（《沈阳印记》、苏州采风作曲等）等贴近当地文化的融合更深刻，即要考虑到与当地文化的贴合、映射。
- 促进文化与旅游的**技术融合**，不仅要丰富游客的体验方式，如AR、VR等，也要建设**在线文旅服务平台**，形成**多模态**共生的文旅新格局。

推进和合共生的文化和旅游融合

- 当下学术研究和实际市场中，都呈现了文化多元的特点，融合文化范围从传统文化、非物质文化遗产到乡村文化、红色文化、少数民族文化、多彩的地方特色文化如科举文化以及中外文化等。
- 针对文旅融合不足的地区，建议通过**观念创新、思路创新、体制机制创新和方式方法创新**，大力构建全方位、多层次、宽领域的中外文化和旅游交流合作新格局，坚持以文载道、以文传声、以文化人，不断提升中华文化国际影响力，推动中华文明与各国文明平等交流、和合共生。



THANK YOU

请各位老师批评指正~

信息资源管理学院