

不足,旅游产品缺乏文化特色,旅游产品要素配置不合理,不少细节有待优化。以上问题的存在与文化旅游资源开发不够直接相关。不同于传统旅游行业,文旅融合需要大量的资金投入,开发时间较长、培育期长、回报慢,旅游企业多选择对自然旅游资源进行开发,导致海南文化旅游资源开发不足,难以满足游客深层次的文化旅游体验需求。

海南文旅深度融合的路径建议

文旅融合作为将文化、旅游产业及相关要素相互渗透、交叉整合重组的现象与过程,其融合效应不是简单的要素叠加,而是“1+1>2”的有机融合渗透和资源重组。在当前旅游行业快速恢复阶段,国际旅游消费中心的建设更要以文化丰富旅游内涵、提升旅游层次、增强旅游魅力,以旅游传承交流文化、带动文化产业、促进文化繁荣的良好格局,并有构建海南新型文旅产业体系。

首先是需求侧。文旅融合产品要嵌入到海南这一旅游目的地的社会文化语境当中,必须充分挖掘海南东坡文化、黎苗文化、海上丝绸之路文化、琼崖红色文化、华侨文化等一系列独有的文化要素,掌握游客和居民的需求,在开发、保护和营销过程中不断对旅游产品进行修正和校订,积极响应游客和当地居民文化需求。同时海南的文旅融合又不能一味地迎合甚至取悦旅游者,避免用程式化、流俗的文化创意来迎合市场,要让厚重的文化和历史通过时尚的方式

表达出来,构建可持续的供求动态适配机制,通过供给端的创新引导需求端的消费。既提供市场“想要”的产品满足市场的需求,也提供市场“需要”的产品引导市场的消费,凸显海南的文化旅游特色,使游客从中获得认知、情感体验以及对海南的认同感,实现主客双赢。

其次是供给侧。海南文旅融合发展需要利用全域旅游示范省的优势,指导更多市县尽快实现创建全域旅游示范区要求,运用文旅融合的发展思维赋能乡村振兴,实现全域文旅产业合理布局定位、区域协同发展,在产业交叉融合的实践中拓展全域旅游服务容量,丰富服务门类,将旅游产品供给模式向体验、休闲、度假复合型产品转型升级,在全域旅游发展中实现文旅融合和培育高端旅游产品业态。同时,以保护和弘扬海南优秀传统文化、为自贸港建设注入更多文化软实力为目标,将地方文化元素、文化形式有效转化为老百姓喜闻乐见的特色商旅资源,包括开发特色文化创意产品、打造经典文化演艺品牌、举办文化旅游主题活动等,提升海南旅游产品的品质、文化内涵。

最后是路径上。2023年海南省政府工作报告提出,将深入推动全域旅游与文化体育、健康医疗等深度融合,持续做好高端购物、医疗、教育“三篇境外消费回流文章”,以中国国际消费品博览会为平台打造永不落幕的全球消费时尚展示引领地。海南的文旅深度融合,一是要在内容上注重传承弘

扬优秀传统文化,旅游宣传推介中不仅是凸显海南优质的自然旅游资源,同时注重旅游的人文价值宣传推广,如东坡文化、黎苗文化、华侨文化、琼剧文化等,提升游客对海南旅游的文化认知。二是要品牌上加强融合定位和塑造,文化拥有的资源是“物”,旅游的资源是“人”,“人”和“物”的融合是高质量文旅融合的前提,通过推动影视作品、文学作品、新闻媒体与旅游产业结合,借助知名媒体的平台和优势,使海南文旅融合品牌战略在执行过程中形成广泛的国际国内影响。三是要在渠道上注重通过科技赋能,以文化的创新呈现和在线传播为旅游营销提供新渠道,通过文化融合创新展会、节庆、赛事等方式,推动线上线下消费深度融合,打通“流量变现”的消费“堵点”,提升海南高品质文旅融合旅游目的地影响力,建构在地休闲和文旅消费升级新场景。■

(作者单位:李元,省旅游和文化广电体育厅;王少辉,中国银行海南金融研究院、海南大学旅游管理学院)