

【农村社会发展】

乡村振兴背景下乡村旅游与文化产业 协同发展研究

耿松涛^{1,2}, 张伸阳¹

(1.海南大学 旅游学院,海南 海口 570228;2.新疆财经大学 旅游学院,新疆 乌鲁木齐 830012)

摘 要:党的十九大报告提出脱贫攻坚任务以及乡村振兴战略。在全面推进乡村振兴的背景下,如何发挥文化资源优势,发展特色产业,实现农业强、农村美、农民富的目标至关重要。当前乡村旅游发展需要审视文化要素,把主题形象、产业发展与产品供给有机统一起来,以打造差异化、特色化的乡村文化旅游发展模式为目标。文章以海南为案例,提出发展乡村旅游时将文化资源符号化与舞台化的主题形象塑造过程;通过对政府主导下的多主体合作模式的分析,指出文化产业发展在乡村旅游发展中的重要作用;讨论面向旅游需求转换背景下,如何使乡村旅游产品摆脱单一的农业景观凝视而走向复合的文化休闲度假产品供给。乡村旅游与文化产业协同发展要注重文化的符号化与舞台化、乡村的品牌化与形象化、产品业态的多样化与精致化等,同时要实现村民在旅游发展中获益和乡村旅游产业可持续发展。

关键词:文旅融合;乡村振兴;旅游扶贫;文化产业

中图分类号:F327 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-7465(2021)02-0044-09

一、引言

党的十九大报告指出,要坚持农业农村优先发展,按照产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的总要求,建立健全城乡融合发展体制机制和政策体系,加快推进农业农村现代化^[1]。2020 年 3 月 6 日,习近平总书记在决战决胜脱贫攻坚座谈会上强调,要继续推进全面脱贫与乡村振兴有效衔接^[2]。基于全面推进乡村振兴的背景下,本文从乡村旅游与文化产业协同发展的视角出发,研究文化和旅游发展间的关系,以期加深对相关问题的认识。

2018 年文化和旅游部组建,进一步推动了乡村旅游发展对文化要素的关注。2018 年 4 月 13 日,习近平总书记在庆祝海南建省办经济特区 30 周年大会上宣布,党中央决定支持海南全岛建设自由贸易试验区,支持海南逐步探索、稳步推进中国特色自由贸易港建设^[3]。随即,《中共中央国务院关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》发布,指明海南要建设成为国际旅游消费中心^[4]。在新的机遇之下,海南的乡村旅游是如何与文化产业融合的,需要在实践分析之上总结出理论观点,以进一步指导实践。

文旅融合的趋势与自贸港建设的背景对海南的乡村旅游发展意义重大,本文选取海南的乡村旅游发展实践为分析基础,阐明乡村振兴亟须突破文化产业开发模式的僵化、产品形态单一,以及村民经济收益来源狭窄的瓶颈。从乡村振兴文化基础层面看,文旅融合要解决当前乡村旅

收稿日期:2020-07-29

基金项目:海南省自然科学基金面上项目“资本与技术驱动下的海南旅游创新业态发展研究”(718MS035);
海南省基础与应用基础研究计划(自然科学领域)高层次人才项目“国际旅游消费中心建设背景下海南城市旅游效率时空演化格局、过程及驱动机制研究”(2019RC153)

作者简介:耿松涛,男,海南大学旅游学院教授,博士生导师,新疆财经大学天池特聘教授;张伸阳,男,海南大学旅游学院博士生。

游产品文化底蕴不足的问题;从乡村旅游文化产品的类型角度看,要摆脱传统的农业观光型旅游,走上文化型、复合型的乡村旅游产业发展之路。因此,在文旅融合的背景下,乡村旅游振兴应更加注重培育文化旅游新业态,助推乡村旅游经济可持续发展。通过构建乡村旅游与文化产业协同发展模式,从文化的符号化与舞台化产品开发、文化产业创新与多主体的合作模式,以及乡村文化旅游休闲度假的产品升级 3 个层面推动乡村振兴。在对策层面,本文总结出乡村旅游发展应利用文化资源,发展特色差异化的乡村旅游产业,开发面向休闲度假市场的乡村旅游产品,提升乡村旅游品质与品位。

二、文旅融合与乡村振兴的内在逻辑

(一) 文旅融合的理论背景与现实发展问题

关于旅游与文化的关系问题,学界早在 20 世纪 80 年代便开始讨论,有学者认为旅游的属性是文化活动^[5],旅游的本质是文化属性^[6]。之后,张朝枝^[7]从身份认同的视角诠释文旅融合的关系,并进一步指出文旅融合需要在角色调整、文化培育、增进自信等方面加以努力。傅才武^[8]从文旅本质的角度阐明了文化和旅游的关系是主客体之间的关系,个人的文化消费习惯具有文化认同的象征意义。Palmer^[9]以丘吉尔故居为案例,探讨了文化旅游产品的象征与意义。可以看出,国内外关于文化在旅游中的研究展现了多种视域与不同进路。

2018 年,文化和旅游部组建,进一步提出了文旅融合体制与机制创新等一系列新命题。当前文旅融合是文化产业优化发展以及旅游产业转型升级共同作用的结果,文旅融合对于提升旅游品质,促进旅游产品提质升级,丰富旅游产品文化内涵具有重要作用。关于文旅融合在乡村旅游振兴中的作用,本文从以下维度进行探讨:首先,针对地方文化资源,如何深入挖掘地方特色,开发具有浓郁地方性色彩的乡村旅游;其次,如何在乡村旅游整体形象塑造上更加富有文化色彩,从而打造目的地品牌;最后,乡村文化旅游产品如何实现从单纯的凝视观光走向可参与、可体验的文化旅游项目。文旅融合对于乡村旅游振兴的作用更加凸显,更有利于促进乡村文化的传承与保护;通过乡村旅游的开发,一些传统文化走向舞台化,间接地对传统文化产生传承作用;通过符号化的文化产品开发,促进了传统文化的传承。文旅融合还带动了乡村旅游经济发展,通过创新经营模式,让村民在乡村旅游发展中受益。

(二) 乡村旅游产业发展的内生文化需要

20 世纪 70 年代以来,国外关于乡村旅游的研究多是在多利益主体,包括市场、村民、政府等多主体^[10],共同推动的格局下进行的。乡村旅游发展研究不仅关注农业产业,亦开始转向多产业与多功能的视角^[11]。乡村旅游的产业发展也开始走向目的地品牌形象塑造阶段^[12]。而从文化的角度看,乡村旅游产业亦有助于乡村文化的复兴与发展^[13]。总之,文化因素在乡村旅游研究中的受重视程度愈发提高,旅游产业发展的历程亦是在不断强调文化要素的过程。

因此,国内乡村旅游发展需要对文化因素进行重塑:一方面,从内生驱动力看,旅游者的审美能力在不断提升,旅游者已不再满足于简单的观光游览活动,而是更青睐富有文化内涵的乡村旅游产品;另一方面,当前旅游产品越来越丰富,旅游产品品类也开始走向多样化,如何在众多乡村旅游品牌中脱颖而出,需要寻找差异化发展的优势。因此,要将文化元素注入乡村旅游,因地制宜,着重挖掘地方特色,塑造差异化品牌形象,为乡村旅游发展培育优势。此外,从外在驱动力来看,技术进步愈发明显,从智慧旅游建设到 5G、虚拟现实,科技进步推动了乡村旅游发展与文化创新,同时推动乡村旅游营销不断变革。总而言之,乡村振兴要实现乡村旅游与文化产业的协同发展,要用文化基因再塑造乡村旅游产业。

(三) 乡村旅游与文化产业协同发展的逻辑起点与现实意义

在乡村振兴的背景下,本文直面乡村旅游的诸多现实问题,从乡村旅游与文化产业协同发

展的视角着手进行研究。首先,在乡村文化资源的传承与保护的前提下,以海南乡村独特的黎族、苗族等少数民族文化为基础,分析乡村旅游与文化产业协同发展如何塑造独特的旅游目的地形象。当前许多乡村旅游目的地都缺乏有吸引力的旅游主题,将文化元素注入目的地形象,形成独一无二的品牌魅力,可以在宣传营销时取得竞争优势。其次,旅游业要不断创新业态,利用多主体合作模式,走出一条差异化、特色化发展之路。再次,将文化元素注入乡村旅游,改变传统的观光旅游模式,使旅游者可以参与、学习与体验,让乡村旅游更加具有生机。最后,在充分挖掘文化产业下,实现旅游脱贫与乡村振兴(图 1)。

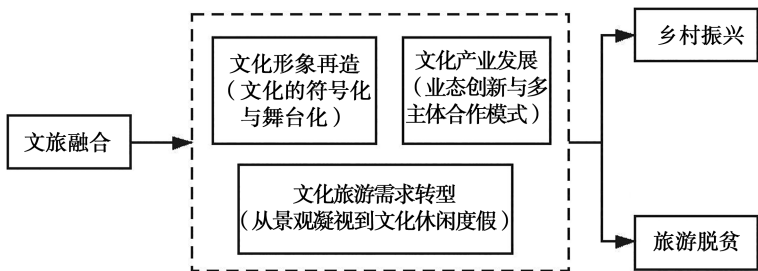


图 1 概念模型图

三、文化符号化的主题形象塑造

乡村旅游产业发展的一个突出问题是如何打造具有特色的主题形象,构建独特的文化吸引物系统至关重要。海南省王下乡地处昌江黎族自治县东南角的霸王岭腹地,东临白沙县,西靠东方市,南与乐东县交界,曾是昌江县最偏远、最贫困的乡镇。这里居住着黎族的后人,保留了传统的生活方式,如沿用至今的船型屋住宅,同时在黎锦、种植等方面亦极具黎族特色。在乡村旅游开发之前,这里鲜有旅游者来,经济发展水平较低。而在乡村旅游开发之后,依托对黎族文化的深度挖掘,将传统文化进行符号化与舞台化的塑造,重点打造三派村、洪水村、浪论村 3 个村落,从文化主题形象与意象的塑造、乡村旅游产品的符号化与舞台化的塑造出发,瞄准目标市场,实现少数民族村落的振兴与发展。

(一) 塑造文化主题形象,打造乡村旅游品牌

我国的乡村旅游起源于 20 世纪 80 年代,早期主要以农业产品观光为载体;到了 20 世纪 90 年代,乡村旅游逐渐走向休闲化,并逐渐吸收融合多层次的旅游需要,以周边城市为主要目标市场。然而乡村旅游在快速发展的同时,面临的一个突出问题是形象主题不够突出,表现为产品同质化现象严重。产品不具有可识别性,会阻碍旅游者对乡村旅游的形象认知,多数乡村旅游目的地没有形成差异化的品牌形象^[14]。而王下乡在发展乡村旅游时,确定以“黎族文化”为核心的吸引物,主要在以下 3 个方面塑造品牌形象:

首先,让民族特色产品与现代文明相融合,达到共享、共融、共生。王下乡黎族因所处的山地地形、热带气候环境,以及独特的婚俗文化,在建筑形态上形成了船型屋。基于此而开发的民宿为旅游者带来了独特的住宿体验。用传统船型屋的外观与现代舒适的居住环境相结合的方式,使黎族传统的居住风格得以展示。其次,通过手工艺品与节事活动让黎族文化得以继承和发扬。一是通过打造黎锦手工艺品,让传统文化得以传承,发挥黎锦的商业价值。二是在“三月三”黎族传统节庆活动时,通过展现黎族传统节庆活动的本真性,增强对旅游者的吸引力。如邀请旅游者品尝黎族的竹筒饭、山兰酒,并伴着音乐载歌载舞,让旅游者参与少数民族传统节日的庆祝活动,塑造难忘的旅游记忆。最后,王下乡基于“中国黎族文化坚定的守望者”所打造的主题形象,从乡村理念识别、乡村行为识别和乡村视觉识别 3 个方面构成乡村主题识别系统。乡

村理念识别既是自然景观系统,又是文化环境系统。乡村行为识别具有丰富的内涵,主要包括制度规范、服务品质、活动宣传等。目的地居民的整体面貌是旅游地形象的重要组成部分,为此,王下乡协调好本地居民与旅游者之间的冲突,从而促进乡村旅游的可持续发展。乡村视觉识别则是主题形象的视觉化表达,通过设计特有的乡村游符号系统,向旅游者展示王下乡的乡村景观与黎族文化特色。

(二) 构建乡村性旅游意象,提升目的地吸引力

王下乡的乡村旅游重点打造了3个村落:诗里画里——三派村,时光里——洪水村,酒里歌里——浪论村,分别构建了淳朴黎乡美丽乡村、黎族船型屋遗址文化园、黎族生活方式体验村的乡村意象。

首先,三派村是进入王下乡的第一个黎族聚居村落,依托秀丽奇险的深山和独特的梯田景观,以淳朴黎乡、美丽乡村为发展定位,重点对住宅区、主道路、水系景观等进行改造升级,进而打造具有充满情怀感、诗意感、清新感的黎族特色村庄,着力将三派村打造成形象门户和旅游者集散地。其次,洪水村隐身于群山之中,有近百间“金”字形茅草屋和船型屋,保留了黎族制陶、棉纺织工艺、民族织锦等非物质文化遗产和黎族生产、生活风貌,堪称黎族文化的活化石。同时,依托黎族文化,洪水村打造了“黎族船型屋遗址文化园”,使其成为研学旅行、文化体验的乡村旅游目的地。最后,浪论村由于保存了原汁原味的黎族生活习俗,被称为“被上帝藏起来的美”,该村民风淳朴,且村民善歌好舞;依托良好的自然生态环境,以及万年山泉、丰富的动植物药材等特有资源优势,打造康养目的地。因此,将该村整体定位为“黎族生活方式体验村”,满足旅游者休闲娱乐以及参加参与式项目体验活动的需要。

(三) 依托文化资源,重塑符号化文化景观

从乡村文化景观来看,文化地理学关于乡村文化景观的研究多从文化的社会性、个体性、权力结构以及表征与非表征的文化景观设计出发^[15]。其中表征的手法在乡村文化景观的塑造中具有重要作用,体现在通过形象化、图形化等方式对文化景观进行符号化。符号化的文化景观注重情境化设计,达到情景交融的效果。王下乡的乡村旅游重点打造了完整的金字形茅草屋部落、古人类文化遗址、黎族石祖崇拜、黎锦编织、山兰稻耕种等文化景观项目,利用黎族文化符号的表征,彰显王下乡黎族文化乡村旅游的差异性。

王下乡代表性的文化景观是黎族船型屋。通过符号化的塑造,船型屋成为黎族村落的文化表征;船型屋建筑又与周边自然生态环境融为一体,相得益彰。黎族妇女在船型屋内织就的黎锦是黎族文化的活化石。黎族歌舞在王下乡通过节庆活动得以展示,如黎族的竹竿舞、舂米舞、打柴舞等舞蹈,与黎族人民的生活方式相结合,舞台化的表演为旅游者营造了独特的黎族文化氛围。王下乡的文化景观塑造坚持深挖黎族文化,并通过符号化的塑造手段,结合舞台化的表演方式,使得文化景观走向旅游者,为景区不断注入可持续发展动力。

(四) 以细分市场为突破口,加强主题形象推广

王下乡在发展乡村旅游之前知名度较低,主题形象不突出。在规划与开发乡村旅游产品之后,便确定目标细分市场,围绕乡村旅游文化主题形象展开有针对性的营销活动。已有的乡村旅游营销模式主要有体验营销模式、互联网营销模式、关系营销模式、品牌营销模式、文化营销模式等^[16]。首先,王下乡定位于吸引中高端消费人群,提供高品质的旅游服务与精细化服务产品,让中高端消费旅游者在王下乡可以获得独特的、有品质的乡村旅游体验,获得区别于城市生活的乡村感受;其次,瞄准自驾游群体,依托独特的山地地形,满足自驾群体的需要;再次,针对研学旅行市场,基于黎族文化、黎锦、船型屋、饮食文化、风俗习惯等开发研学旅行产品,加深人们对黎族文化的了解;最后,基于山地地形,开发了适度探险旅游产品,满足旅游者差异化的需求。

在乡村振兴的背景下,乡村旅游产业发展首先应在主题形象上入手,总结来看有如下特点:第一,坚持“两化”与“五变”的策略实施原则,即百姓生活旅游化、村庄景观化,乡村变舞台、村民变演员、百姓变服务员、田园变市集、特产变文创。第二,软开发旅游配套服务,包括基础建设与村民参与;巧开发旅游和核心吸引力,如特色黎族村落;精开发文化生态旅游品牌,让文化内涵得以诠释和传承。乡村旅游地在良好的文化形象打造与品牌传播下,可以逐渐获得市场的认可。

四、文化产业发展与多主体合作的模式

乡村旅游产业发展要带动农民脱贫,需要在政策、技术以及创新产品业态等方面进行努力。什寒村坐落在海南省琼中黎族苗族自治县黎母山和鹦哥岭之间的高山盆地中,这里群山环绕,自然风光优美,素有“天上什寒”的美誉。目前居住有苗族村民与黎族村民共计500多人。在乡村旅游开发之前,这里是海南最贫困的地区之一。从2001年开始,在当地政府的政策扶持与宣传下,什寒村大力发展旅游业,以乡村旅游带动经济发展,实现脱贫目标。村民人均收入从2009年的不足1000元增至2018年的15000元,截至2018年接待旅游者近13万人次,创旅游收入1400余万元。什寒村在乡村旅游扶贫上具有如下特点:

(一) 基于地方性文化,打造特色乡村文化业态

在什寒村开发乡村旅游之前,黎苗文化面临衰败趋势,如何传承黎苗文化成为一个难题。实践上主要从两个方面解决:一是开发基于黎苗文化的乡村旅游产品,如让旅游者体验黎苗特色美食,品尝山兰酒,让旅游者获得难忘的味觉体验。二是开发特色民族歌舞表演,如唱山歌、跳竹竿舞等,使黎苗的一些传统歌舞文化得以传承。

什寒村设计了“奔格内”形象(“奔格内”是黎族语言中“来这里”的意思),并基于“奔格内”的品牌形象,打造了地方黎族文化特色。在品牌创建初期,地方政府通过举办一系列活动,形成一定的区域影响力,宣传“奔格内”的品牌形象。这一系列活动吸引了大量旅游者前来,为什寒村的黎苗文化以及优美的自然生态环境树立了良好的口碑。在品牌确立时期,地方政府通过成立专门的“奔格内”乡村旅游领导小组加强政策支持,并设有专项扶持资金。在地方政府的进一步推动下,确立了“奔格内”的品牌宣传形象。在品牌发展时期,坚持“循序渐进、特色布点、示范连线、片区成面、全域开发”的开发路径,指导什寒村的乡村旅游发展方向。

乡村旅游产品创新有如下特点:一是具有明显的政府引导作用。地方政府通过组织规划乡村旅游发展,确立了“奔格内”的品牌形象,在政策与资金层面扶持乡村旅游发展。二是树立“社区增权”的消费理念,让村民参与旅游产业发展,使村民从旅游产业发展中受益。三是传承黎苗文化,通过将文化符号化,使用统一的宣传形象,提升品牌认知度。

(二) 依托政府帮扶,促进多主体合作

什寒村在发展乡村旅游前,经济形态主要为农业产业,如何从单纯的农业走向多产业是发展的难题。为此,当地政府确定了以政府帮扶为主的驱动支持,为乡村旅游发展筹措资金,并面向市场需求打造乡村旅游农产品^[17]。首先,通过引导农民从农业产业走向围绕农业的新型产业,如民宿、农家乐、农特产品(益智仁、铁皮石斛、蜂蜜、高山茶叶)等,拓宽了农民的收入来源渠道。其次,通过与企业合作,对特色农产品进行设计包装以及统一营销,提升产品的销售能力。如通过大力发展养蜂产业,2018年实现年产值148余万元,村民人均年收入增加了3000余元。最后,搭建网上销售平台“奔奔云集市”,利用线上销售渠道,推广农特产品,提高了村民的旅游收入。多主体的合作模式使得什寒村在旅游扶贫上取得了显著成效。

(三) 加强技术扶持,确保乡村文化旅游产品质量

什寒村地处山地,村民在发展旅游业及特色农业上缺乏技术支持,地方政府为此采取了以

下措施:首先,聘请旅游专家为村民讲解旅游业的作用,提高村民对发展旅游业的认识;邀请益智仁、铁皮石斛、蜂蜜、高山茶叶等方面专家,免费进行现场教学与讲解,对村民进行技术指导,提高村民农产品种植技术。其次,为每一户村民量身定制脱贫计划。如在民宿建设上与村民进行合作,在收益上亦制定合理的分配比例,其中村民获得 60%,企业获得 35%,剩下的 5%则归农民集体。在技术扶持之下,村民发展旅游业的专业能力不断提高,旅游产品的质量也得到相应的保证;同时,完善了利益协调机制,使村民在发展旅游产业中获得了一定收益,收入有了保障。

(四) 注重绿色发展,促进乡村旅游产业可持续发展

绿色发展理念为乡村旅游产品创新不断注入可持续发展动力。什寒村地处深山,原来这里信息闭塞,经济落后;在成功开发乡村旅游之后,践行“绿水青山就是金山银山”以及可持续乡村旅游发展理念,在 3 个方面加大了对生态环境的保护:一是保护生态环境景观,为旅游者提供良好的旅游环境,展现原生态的自然风光之美。在植物与动物多样性上加大资金投入,保护生态环境的完整性。二是加大对生态环境的修复与美化,采取“户集—村收—乡镇运—县处理”的垃圾处理循环模式,保持村容整洁,塑造一个山水田园式的什寒村,为旅游者营造绿色生态环境。三是在生态保护基础之上,传承黎苗传统文化与风俗习惯,为旅游者展现原生态的黎苗文化。

总体来看,什寒村实现乡村旅游脱贫具有如下特点:首先,多主体参与开发乡村旅游,政府主导、村民参与和企业帮扶相辅相成,共同打造乡村旅游。政府在政策、资金以及技术支持等方面支持什寒村乡村旅游建设;村民在此之中获得经营性受益,逐渐从贫困走向小康;企业进行的旅游开发与市场推广为乡村旅游发展注入市场活力。其次,从功能演化来看,什寒村乡村旅游发展经历了从传统农业生产到生态环境修复,再到文化传承的过程。什寒村的传统农业生产制约了经济发展,而特色乡村旅游农产品使农民获得经济性收益;依托良好的生态环境,旅游的发展又促进了生态的保护,为旅游者营造了良好的康养生态氛围;通过将黎苗文化符号化以及舞台化,促进了黎苗传统文化的传承。最后,什寒村实现从传统单一农业生产到多产品、多业态的发展,既保护了生态环境,又传承了黎苗文化,实现了乡村振兴和乡村文化景观的重构。

五、文旅需求转型下的乡村旅游产品升级

乡村振兴以及乡村旅游发展,需要适应不断变化的市场环境,打造差异化的产品。当前乡村旅游已不再是传统的农业观光型旅游,而应迎合旅游者休闲度假的需求转换,打造品质化的乡村旅游产品。海南省琼海市地处海南东部,这里不仅有优美的滨海风光,更有田园式的小镇。2013 年,琼海市提出“不砍树、不占田、不拆房”的“三不”原则,一批新的乡村旅游点在此基础上快速发展起来。2020 年 7 月 9 日,文化和旅游部公布了第二批全国乡村旅游重点村名单,琼海市有两个村入选。琼海市在全域旅游发展基础的之上,大力发展乡村休闲度假旅游,扭转了传统乡村旅游发展的不足,促进了乡村旅游与文化产业发展。

(一) 依托乡愁文化的乡村旅游休闲度假模式

早期的乡村旅游发展思路因资源限制,仅仅满足旅游者的视觉享受,以农业景观的凝视为主;随着旅游者的需求转换,休闲度假的乡村旅游需求日益旺盛。琼海市北仍村的乡村旅游项目自 2017 年开始,深挖休闲度假以及康养旅游市场,为乡村旅游注入新的活力。首先,通过以“乡愁味道,庭院时光”为主题吸引旅游者,基于“草寮咖啡”“庭院时光”等项目为旅游者提供一杯富有浓浓乡愁味的咖啡。其次,利用北仍村的热带植物资源,打造槟榔树、椰子树、橡胶树等热带植物景观,构建乡村整体热带景观氛围感。丰富的热带风貌与良好的基础设施吸引了大量

慕名而来的旅游者。再次,挖掘历史与教育资源。北仍村拥有良好的文化教育传统,仍保留有北仍书屋、北仍展馆等文化知识场所。最后,利用北仍村良好的生态环境,开发康养度假休闲旅游市场,走出一条差异化的乡村旅游发展之路。在乡村振兴的当下,旅游发展的思路应要迎合休闲与度假市场深入体验的需要,促进乡村旅游产品转型升级。

(二) 打造滨海田园式度假乡村旅游体验

琼海市博鳌镇沙美村具有典型的滨海田园式风光。在发展乡村旅游之前,这里因交通不便,房屋破败,村民多在外地打工,知名度并不高。2017年4月,习近平总书记对博鳌做出应保持和展现小镇田园风光特色的重要批示,为博鳌发展旅游产业指明了方向。首先,琼海市推动美丽乡村建设,完善乡村旅游基础设施,改善村容村貌,修复自然景观,为旅游者营造良好的生态环境。其次,以“农户+合作社+公司”的模式进行统一经营管理,多方筹集资金解决乡村旅游发展的融资问题,发展特色农业产业。如海堤甜品、五谷丰登杂粮、沙美渔人饭店、琼海公道、内海咖啡屋、农村电商互联网中心、木养元养生馆、溜茶书吧、小螺号清吧、祥勋客栈、沙美人家、沙美集市和望海居民宿等15处旅游产品服务业态,塑造出特色的沙美品牌,从而实现2018年沙美村人均年收入达1.6万元。最后,依托滨海田园风光,精心打造的“椰林水韵”“饮水思源”“滨海长廊”“耕读传家”“山海在望”“金牛泉涌”等沙美六景为旅游者乡村休闲度假提供优美的生态景观。乡村旅游产品的开发要完善基础设施,创新经营管理模式,提供差异化的乡村景观,为旅游者带来难忘的旅游体验。

(三) 创新合作模式保障乡村旅游发展转型

除了开发建设文化休闲度假乡村旅游地,还需通过创新合作模式,为乡村旅游转型提供坚实的保障。以琼海市留客村为例,该村在发展乡村旅游合作上经历了3个阶段:第一阶段为旅游景区建设与农业农村合作社建立阶段;第二阶段为旅游景区形成与景区拉动消费阶段;第三阶段是度假景区形成与景区供应链形成阶段。同时,基于此形成了4种模式:固定收益模式;优先就业及产业扶植模式;盈利分红模式;农作物供应基地模式。还重点制定了4个目标:目标一是依托万泉河水上游线,让旅游者在乘船中赏美景、吃河鲜、看歌舞;目标二是通过对国家级文物保护单位蔡家宅、省级文物保护单位卢家宅等传统侨乡民居的保护,为乡村旅游增加历史感与独特的南洋建筑文化;目标三是通过推广老字号美食以满足旅游者的美食体验;目标四是利用老屋进行改造设计,就地取材进行风貌管控,为旅游者提供良好的休闲场所。

另外,在合作社建设方面的主要举措有:首先,企业以资本入股房产合作社,村民以房产以及宅基地入股房产合作社,打造民宿和客栈、生态农家乐、纪念品商店、非遗工坊。企业利用房产合作社进行运营,村民则从房产固定租金和年终盈利分红中获得收益。其次,成立产业合作社,企业以资本入股产业合作社,村民以农技、田地、场地等加入产业合作社,重点培育了特色农业种植产业、家禽水产饲养产业、热带水果种植产业和非遗商品制作产业;村民通过企业供苗保底,统一品牌、统一销售,年终盈利分红等途径获得收益。最后,成立劳务合作社,企业以技术、资本入股劳务合作社,村民以健康劳动力加入劳务合作社,形成对村民优先劳务招用、劳务技能培训、非遗手工培训、标准薪酬体系等制度。村民取得职业技能证书可优先安排工作,通过获得劳务报酬的形式获取收益。

乡村振兴可持续发展,只有让村民在旅游发展中获益,才能让目的地健康发展,进而更好地促进乡村旅游地转型。乡村旅游产品升级,要以资源为基础,打造田园式乡村旅游产品,满足当下旅游者的休闲度假需求。需要重点突出以下几点:一是坚持生态环境保护、绿色发展的模式。在发展乡村旅游的过程中,以美丽乡村为建设目标,实现乡村旅游与生态环境的可持续发展,以良好的旅游景观环境为旅游者休闲度假提供基础。二是通过创新发展的模式,使乡村旅游发展惠及村民,让村民在旅游发展中获得收益。村民对发展旅游业有积极的态度,对旅游者热情服

务,展现了目的地良好的服务形象。三是通过品牌打造,琼海市的度假型乡村旅游获得了市场的认可,成为旅游者度假旅游的向往之地。

六、结论与讨论

在乡村振兴的背景下,乡村旅游产业发展应更加注重文化要素的挖掘与利用。本文在实践经验分析的基础之上,总结提炼出乡村旅游如何与文化产业协同发展的内在逻辑,从而为现实问题提供理论层面的思考。

首先,在符号理论和景观理论的分析基础上,针对本地文化特色,阐明发展乡村旅游要依托文化资源塑造独特的文化主题形象,从而丰富文化产品的符号化与舞台化内涵。并基于文化资源打造特有的乡村文化景观,构成乡村旅游发展的差异性、特色化景观体系。在塑造主题形象的基础之上,要进一步明确目标市场,以细分市场打开乡村旅游发展之路。从整体性与差异性角度出发,要因地制宜地塑造一村一意象,实现村与村之间旅游产品互补,以已有的文化资源为基础提升景观质量。要在乡村旅游发展中实现空间上的突破和文化上的传承,塑造差异化的乡村旅游品牌,从而带动区域的整体发展。

其次,从产业发展的角度看,贫困地要通过开发乡村旅游实现脱贫,必须从乡村经济多样化体系出发,培育乡村旅游新业态;充分利用多主体合作开发新型农业特色产品,激发旅游产业发展活力;基于地方特色文化塑造乡村旅游发展品牌,从而形成品牌效应。在乡村旅游发展过程中,要通过多种渠道为村民提供技术支持,提高农产品种植技术,同时开发基于农业的特色化旅游产品;通过生态保护措施,践行可持续发展的旅游理念,为乡村旅游产业可持续发展注入活力、提供保障。

最后,在乡村振兴的背景下,旅游者追求的高品质乡村旅游消费需求,不再是单纯的农业旅游凝视,而是走向目的地的深度文化休闲需要。要依托本地特色资源以及地方特色风貌,打造以文化休闲度假为特色的乡村旅游发展模式;在运营基础上采用“企业+村集体+农户”合作模式,成立新型合作社;发展乡村文化旅游休闲度假地,让村民在此过程中受益,增强村民对发展旅游业的认同感与获得感;从富有乡愁文化和乡村性的乡村旅游休闲度假出发,营造休闲适宜的度假环境;依托乡村景观营造独特的乡愁文化,突出“一村一品”与“一村一景”特色,打造田园式度假乡村旅游,提升乡村旅游的品质;以打造乡村旅游特色与精品为目标,实现差异化的品牌发展之路;更加注重多主体的利益相关者,尤其是村民在旅游发展过程中的合法权益保护,使村民获得旅游产业发展的经济利益,促进乡村旅游可持续发展。

总而言之,乡村旅游与文化产业协同发展要再审视文化要素,把主题形象、产业创新与产品供给有机统一起来,以打造差异化、特色化的乡村旅游发展模式为目标;要注重文化的符号化与舞台化、乡村的品牌化与形象化、产品业态的多样化与精致化。这样才能实现乡村旅游目的地可持续发展,并推进乡村振兴。

参考文献:

[1] 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[N].人民日报,2017-10-28(1-5).

[2] 习近平.在决战决胜脱贫攻坚座谈会上的讲话[N].人民日报,2020-03-07(2).

[3] 习近平.在庆祝海南建省办经济特区 30 周年大会上的讲话[N].人民日报,2018-04-14(2).

[4] 中共中央国务院关于支持海南全面深化改革开放的指导意见[N].人民日报,2018-04-15(1).

[5] 于光远.旅游与文化[J].瞭望周刊,1986(14):35-36.

[6] 范能船,朱晓松.近十年旅游文化研究综述[J].旅游学刊,1992(1):49-51,10.

- [7] 张朝枝. 文化与旅游何以融合: 基于身份认同的视角[J]. 南京社会科学, 2018(12): 162-166.
- [8] 傅才武. 论文化和旅游融合的内在逻辑[J]. 武汉大学学报(哲学社会科学版), 2020, 73(2): 89-100.
- [9] Palmer C. Touring Churchill's England: Rituals of Kinship and Belonging[J]. *Annals of Tourism Research*, 2003(2): 426-445.
- [10] Lane B, Kastenholz E. Rural Tourism: The Evolution of Practice and Research Approaches—Towards a New Generation Concept? [J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2015, 23(8-9): 1133-1156.
- [11] 房艳刚, 刘继生. 基于多功能理论的中国乡村发展多元化探讨——超越“现代化”发展范式[J]. 地理学报, 2015, 70(2): 257-270.
- [12] Saxena G, Clark G, Oliver T, et al. Conceptualizing Integrated Rural Tourism[J]. *Tourism Geographies*, 2007, 9(4): 347-370.
- [13] Gao J, Wu B. Revitalizing Traditional Villages through Rural Tourism: A Case Study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China[J]. *Tourism Management*, 2017, 63(12): 223-233.
- [14] 邢佳. 社交媒体时代乡村旅游品牌形象构建研究[J]. 农业经济, 2018(4): 140-142.
- [15] 孙彦斐, 唐晓岚, 刘思源. 乡村振兴背景下的乡村文化景观研究范式更新[J]. 河海大学学报(哲学社会科学版), 2019, 21(3): 99-104, 108.
- [16] 李震清. 产业链延伸视阈下我国乡村旅游市场营销模式建构研究——以四川省为例[J]. 中国农业资源与区划, 2017, 38(7): 213-220, 225.
- [17] 马历, 龙花楼, 屠爽爽, 等. 基于乡村多功能理论的贫困村域演变特征与振兴路径探讨——以海南省什寒村为例[J]. 地理科学进展, 2019, 38(9): 1435-1446.

(责任编辑: 李凌)

On Rural Tourism and Cultural Industry Coordinated Development under the Background of Rural Revitalization

GENG Songtao, ZHANG Shenyang

Abstract: The report of the 19th National Congress of the Communist Party of China put forward the task of poverty alleviation and the strategy of rural revitalization. At the critical moment of rural revitalization and tourism poverty alleviation, how to make use of the advantages of cultural resources, develop characteristic industries, and achieve the goal of strong agriculture, beautiful rural areas, and rich farmers are all crucial issues. In the current development of rural tourism, we need to re-examine cultural elements, organically unify the theme image, industrial development and product supply, and create a differentiated and characteristic rural cultural tourism development model as the goal. Taking Hainan as a case study, the article put forward the process of symbolizing and stag-presenting cultural resources in the development of rural tourism. Through the analysis of the multi-agent cooperation model led by the government, it points out the important role of cultural industry development in the development of rural tourism. And under the background of the transformation of tourism demand, the article discussed how to free rural tourism products from a single agricultural landscape gaze, and move towards a complex supply of cultural leisure holiday products. It is concluded that in the rural revitalization and the coordinated development of cultural industries, we should pay attention to the symbolization and stage-presentation of culture, the brand-creation and image-building of villages, the diversification and refinement of product formats, and many other aspects; at the same time, it is necessary to realize the benefits of villagers from tourism development and ensure the sustainable development of the tourism industry.

Keywords: Culture and Tourism Integration; Rural Revitalization; Poverty Alleviation by Tourism; Cultural Industry