

山东文化旅游融合发展丛书



泉文化——济南

QUAN WEN HUA JINAN

戴永夏 著



山东友谊出版社
Shandong Friendship Publishing House

山东文化旅游融合发展丛书



泉文化——济南

QUAN WEN HUA JINAN

戴永夏 著



山东友谊出版社
Shandong Friendship Publishing House

主 编：王凤胜

副 主 编：王兆成

执行主编：李德明

策 划：扈志吉

图书在版编目（C I P）数据

泉文化——济南 / 戴永夏著. —济南：山东友谊出版社，2012.2

（山东文化旅游融合发展丛书；1）

ISBN 978-7-80737-928-7

I. ①泉… II. ①戴… III. ①济南市—概况 IV.
①K925.21

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第139960号

主 管：山东出版集团

集团网址： www.sdpress.com.cn

出版发行：山东友谊出版社

地 址：济南市英雄山路189号 邮编：250002

电 话：出版管理部（0531）82098756 82098142

市场营销部（0531）82098035（传真）

印 刷：莱芜市华立印务有限公司

版 次：2012年2月第1版

印 次：2012年2月第1次印刷

规 格：140mm×210mm

印 张：45.125

字 数：1200千字

定 价：150.00元（全6册）

（如印装质量有问题，请与出版社出版管理部联系调换）

总 序

李 群

《山东文化旅游融合发展丛书》与读者见面了，这是一件很有意义的事情。这套丛书既区别于一般的文化读物，也不同于一般的旅游读物，而是将文化与旅游两大元素融会贯通、浑然一体、优势叠加、相得益彰，文化提升旅游，旅游体验文化。作者以独特的视角去寻访、感悟山东，将深邃博大的主题化解为鲜活生动的片段，通过有声有色、富有深度的描写，透视文化旅游活的精神，还原文化旅游的核心价值。进而，从互融互动的特色资源、典型案例、社会反响和前景展示中去窥见文化与旅游的相互切换、彼此渗透和有机融合，凸显文化旅游产业融合发展的巨大空间，启迪全社会关注、参与、支持文化旅游融合发展的新潮流。

文化是旅游的灵魂，旅游是文化的载体。文化旅游产业融合发展的强劲趋势正在成为推动消费市场、促进经济增长的内在要求，成为转方式、调结构的重要选择，成为践行科学发展观、推进经济文化强省建设的积极举措。中央领导同志高度重视文化旅游产业融合发展，



胡锦涛总书记明确指出：把文化产业和旅游业发展结合起来，潜力会很大，经济效益和社会效益会更加明显。温家宝总理强调指出：旅游业是国民经济的重要产业，是现代服务业的龙头，是一个资源消耗低、带动系数大、就业机会多、综合效益好的战略性新兴产业。近年来，国务院出台《文化产业振兴规划》、《关于加快发展旅游业的意见》，足见文化旅游产业融合发展关系国家经济社会发展大局。深刻把握文化与旅游的辩证关系，推动文化旅游产业更大范围、更高层次的融合发展，具有重大而现实的意义。

一、融合发展的的大趋势

人类迎来了一个融合的时代。在经济全球化、文化交流日益广泛深入的国际大背景下，产业融合发展成为不可逆转的趋势。

（一）产业经济融合发展的由来

纵观人类产业经济形态演变的历史轨迹，大体经历了稳定、分化、融合的三个阶段。第一，工业文明以前，长达数千年的农耕社会，以农为本，稳定发展。第二，工业革命时期，随着蒸汽、电力技术的应用，以物为本，产业经济呈现裂变式多元发展。第三，当代世界由于电子信息技术发明应用，经历着有史以来最为深刻的产业变革，以人为本，融合发展，人类文明迈上了新的制高点。

所谓“产业融合”是指当代经济发展中不同产业及同一产业内部要素之间，在功能和范围上相互渗透和延伸，逐步改变原来产业的边界和形态，最终融合为新的产业业态和产业群的发展过程。中外理论界提出的“展开与整合”创新思维方法，作为哲学社会科学研究的最新成果，具有广泛而深刻的指导应用价值，提供了解决经济社会实践问题的金钥匙。

（二）文化经济融合发展的新态势

人类社会的发展，历来依循经济、文化、政治三位一体、相辅相成的运作模式，不断向前推进。随着产业经济的融合发展，出现了文化与经济融合发展的新态势。按照三次产业的划分，服务业即第三产业包含所有的文化产业、文化事业及文化元素。文化产业与第一、第二产业的融合发展即为文化经济的融合发展。文化的力量深深熔铸在民族生命力、创造力和凝聚力之中。文化与经济的融合实质是人的科学精神和人文精神与经济活动的所有环节相互交融、渗透、延伸的全过程。其内容包括资源要素的融合、物质产业文化化与文化产品物质化的融合、生产力要素的融合、生产生活方式的融合、市场要素的融合、资本要素的融合等等。文化经济融合发展亦即文化经济化、经济文化化的过程。经济文化产业的融合发展对于整合共享资源、转变发展方式、调整经济结构、适应消费需求、推动可持续发展、增强综合竞争力和文化软实力具有革命性的意义。

（三）文化旅游产业融合发展势在必行

文化产业、旅游产业关联度高、协同性强。几乎在全部产业群体中，文化旅游产业融合的领域最宽、融合的密度最高、融合的机能最强、融合潜力最大、融合的市场最广、融合的效益最好。立足科学发展观，顺应融合发展的大趋势，不失时机、大力推进文化旅游产业融合发展是全社会面临的一项重大战略任务。

（四）文化旅游融合发展的成功案例

1. 海滨度假旅游

地中海北岸欧洲海滨度假胜地是世界度假中心。其成功的经验



在于：开发海滨度假旅游，主打文化牌，开发遗址公园、兴建博物馆、创办狂欢节、打造温馨细微的服务文化、配套一流的服务设施，让游客流连忘返。地中海沿岸每年接待国际游客两亿人次，85%流向海滨，旅游年收入3.6万亿美元，相当于GDP的9%，占总就业的10%。西班牙的马略卡岛是一处小海岛，旅游旺季时，机场每1分半钟起落1架飞机，年接待游客超过1000万人次，旅游年收入70亿欧元。山东海岸线长3000多公里，纬度与地中海相当。全省包括海滨旅游城市在内，年接待海外游客只有300多万人次，创汇仅3亿多美元，可见发展空间巨大。

2. 温泉旅游

日本开发温泉2600多座，建有7.5万家温泉旅馆，从朴素的洗浴模式转向休闲度假模式，分为疗养型、保养型、健康增进型、宴会娱乐型等。日本温泉休闲文化的核心要素有三：质量、氛围、自然环境。传统的街景、古朴的旅馆、特色的料理、身着和服木屐的当地居民、木雕艺人的现场雕刻、名人留下的墨宝余香等等，让游客缓解压力，放松精神，悠闲自得，和谐温馨。一个自然村年接待游客20万~30万人次不足为奇。游客选择旅游目的地，温泉占52.4%，居首位。每年住宿温泉旅馆的游客人次，超过了日本的总人口数。山东是地热温泉资源大省，类型多、储量大、价值高，分布于全省17个市。目前，温泉开发尚处于起步阶段。

3. 主题公园

世界上，最能代表娱乐文化与旅游产业融合典范的是美国的迪斯尼乐园。迪斯尼改变了传统的游乐方式，注重营造体验场景的氛围，将娱乐文化元素以戏剧性、舞台化的方式表现出来，使主题与情节有机融合。加之卡通、动画、电影、纪念品和主题酒店等诸多“卖点”，构成独特的吸引力和竞争力。美国、法国、日本、中国香港五家连锁

乐园，年收入达 254 亿美元。业已拍板落户上海浦东的第六家迪斯尼，年客流量预计将超过 1000 万人次。“深圳华侨城”是民族自主创新主题公园第一品牌，旗下“锦绣中华”、“世界之窗”、“欢乐谷”系列化、连锁化经营。主题突出的文化性，文化活动体现的参与性文艺演出表现的娱乐性，技术手段反映的科学性，加之成熟的市场运营机制、经营管理队伍、文化创意能力、市场适应能力等等，成为支撑其成功的楷模。据统计，华侨城累计接待游客 1.5 亿人次，总资产 350 亿元，跃居全球旅游景区八强之列。山东旅游从总体上看，仍然处于观光阶段，游客参与性、体验性的项目少，特色强、影响大、效益好的主题公园，尚待破题。

4. 博物馆

英国有 1848 座博物馆，其中最为吸引海外游客的 10 个景点中，有 7 个是博物馆。大英博物馆更是必游之处，馆内用餐、购物十分方便，许多公司老板的商务谈判也选在了文化气息浓厚的大英博物馆。英国虽然很多博物馆免收门票，但一年收入仍超过 15 亿英镑，以传统的文化和学术交流嫁接体验经济，有力地促进了旅游业的发展。北京正在扩建的国家博物馆除了陈列展示形式的创新外，将全方位拓展功能，开发服务系统。例如非遗项目的表演、学生参加电视转播互动、听取高水平的学术讲座、图书借阅服务、购买馆藏资料和复制品、手机导览、多种形式的餐饮等等，将与包括山东在内的许多地方博物馆死气沉沉、门可罗雀的冷清场面形成鲜明的对照。

5. 丽江古城

云南历史文化名城丽江，实施“文化立市，旅游强市”战略，创新体制机制，将古城建筑、东巴文字、纳西古乐包装成独特的文化标志，加上一批精品演艺项目，使曾经闭塞落后的滇西古城成为吸引游客纷至沓来的旅游胜地。1995 年至 2008 年，年接待游客从 84.5



万人次增加到 625.5 万人次，旅游收入从 3.3 亿元增加到 69.5 亿元，相当于 GDP 的 68.7%，占财政收入的 70% 以上，旅游从业人员 14 万，一跃成为全市的主导产业。山东拥有 7 座国家级历史文化名城、9 座省级历史文化名城以及一大批古村镇，打造文化旅游名城及古村镇应该大有作为。

6. 影视旅游

影视与旅游联姻，使原本识者寥寥的外景拍摄地摇身一变，成为炙手可热的旅游目的地。一部《罗马假日》使罗马旅游火爆至今。《指环王》的纯洁风光，带来了新西兰的旅游热。《庐山恋》、《少林寺》的旅游招徕功能不亚于电影本身的感染力。《乔家大院》的红灯笼，成为国人挥之不去的旅游符号。《非诚勿扰》里一句“西溪且留下”使杭州西溪湿地公园的游客和收入双双增长了 3 倍。《唐明皇》、《水浒传》、《三国演义》的热播使无锡影视基地每年至少吸引 300 万人次的游客。浙江横店影视城年接待游客 160 万人次。电视剧《大长今》热播后，在韩国华服美食的鼓动下，去年前往韩国的中国游客增加了 25%，日本游客也达到创纪录的 240 万人。近年来，山东影视创作精品连连，但带动发展旅游功能很强的还不多。

7. 旅游演艺

国际上最红火的旅游演艺当属巴黎《红磨坊》。距今 100 多年，传统特色的歌舞表演、演员的精湛演技、剧院的主色调，加之精美的法国餐，成为当地观众和世界游客的首选节目。年接待游客 60 万人，门票价格 60 ~ 90 欧元之间，年营业额超过 4000 万欧元，其中 250 万欧元来自中国游客，超过了美国和日本。桂林的《印象刘三姐》改写了我国文化演艺的历史，为世界上规模最大的山水实景演出。以方圆 2 公里的漓江水域和 12 座山峰为背景，将经典山歌、民族风情、漓江渔火等元素创新组合，带给观众艺术盛宴。截至 2008 年底，演

出近 2000 场,观众近 3000 万人次,票房收入近 6 个亿。其中,农民演员 600 多人,人均年收入 6000 ~ 10000 元,每晚演出两场,不耽误白天农活。有资料称,2007 年桂林市接待游客 1400 万人次,观看《印象刘三姐》的仅有 78 万人次,原因是接待能力有限。近年来,山东积极开发旅游演艺产品,但是打得响的拳头产品尚不多见。

8. 文化园区

位于北京市朝阳区的“798”艺术区,是用废旧厂房建立起来的艺术大本营。经过创意包装的特色厂区建筑、风格各异的个性涂鸦、露天陈设的创意作品,对中外游客产生了强烈的吸引力。艺术区每天有多个艺术展开幕,每年举办艺术节,推出 100 多项活动,云集了众多的艺术界、文化界名流,包括艺术机构、时尚企业和媒体记者。奥运会期间,北京的口号是“长城、烤鸭、798”。美国 CNN 调查显示,“798”成为外国人到北京的第二目的地,被国家正式评为“文化创意产业基地”。上海“新天地”,地处卢湾区,位于市中心的中心,建筑面积 6 万平方米,创意者将特色民居转化为时尚符号,小至树木,大至商铺,营造高雅的格调,吸引明星、艺术家、企业家开设国际化休闲、文化、娱乐场所集餐饮、购物、娱乐、健身功能于一体,成为中外游客领略上海历史文化和现代生活方式的最佳去处。目前,“新天地”已被选定为“世博主题体验之旅示范点”,成为世博园中国馆的延伸和扩展。

二、有利条件和制约因素

推进山东文化旅游产业融合发展必须科学分析主客观条件,立足省情,扬长补短,发挥优势,克服不足。



（一）催发文化旅游产业融合发展的有利条件

1. 丰富多彩的文化旅游资源，为产业融合发展提供了广阔的平台。

山东历史悠久，文化灿烂，文化旅游资源优势极为突出。齐文化、鲁文化影响深远，中华圣人众多，民间文化积淀深厚，自然人文文化多姿多彩。资源分布具有广泛性、多重性、互补性的特点且品味上乘、特色鲜明、影响面大，可利用价值高。

2. 经济发展迅猛，市场需求旺盛。

改革开放以来，山东经济实力显著提升，经济总量突破3万亿元。人民群众的物质文化生活需求日趋增长，广大国内外游客的文化消费档次不断提升，对文化旅游产业融合发展提出了迫切的要求。

3. 文化产业、旅游产业的大发展，奠定了产业融合的良好基础。

近年来，山东文化产业发展较快。2004年全省文化产业增加值414.4亿元，2008年为857.9亿元，年均净增长100亿元，增长率高于同期GDP 10个百分点以上。但是，与北京、上海、广东、浙江、云南等文化产值占GDP的比重均超过6%以上的先进省市比较，山东还不及其一半，发展潜力巨大。

山东旅游业进入了发展的快车道。“九五”计划第一年，1996年全省旅游总收入203.8亿元，“九五”末的2000年，旅游总收入412.7亿元，五年翻了一番。到“十五”末的2005年，旅游总收入1038.7亿元，五年翻了一番多，到2009年，旅游总收入2450亿元。四年将近翻了一番半，呈加速度增长，成绩来之不易。但是，与先进省市比较，人均消费偏低，产能水平不高，除北京、上海两市不可比之外，江苏、浙江、福建、辽宁等省游客人均消费远高于山东，反映了山东旅游文化含金量较低，经营管理粗放。

山东文化、旅游产业的发展状况表明：一方面，两大产业的发展具备了相当的规模和实力，基础设施条件良好，发展势头强劲，为两大产业的相互交融、合作发展奠定了雄厚的基础。另一方面，文化、旅游产业发展中存在的问题昭示了融合发展的必要性和紧迫性，是两大产业转型升级的必然选择。

4. 探索文化旅游产业融合发展，收到初步成效。

为促进文化旅游产业融合发展，多年来，文化旅游部门做了大量工作。

旅游节庆活动起步早、发展快。1984年创立的潍坊国际风筝会首开先河。泰山国际登山节、菏泽国际牡丹花会、青岛国际啤酒节、蓬莱“和平颂”等154项节庆活动丰富了旅游内容，提升了山东形象。

积极打造旅游演艺节目，威海的《梦海》、青岛的《蓝色畅想》、烟台的《和之魂》、临沂的《蒙山沂水》、济南的《粉墨》、《泉水谣》、曲阜的《杏坛圣梦》、泰安的《封禅大典》纷纷亮相舞台，填补了山东旅游演艺的空白，收到了积极的成效。

专项文化旅游逐步开展。工业旅游、农业旅游、红色旅游、民俗旅游、生态旅游、修学旅游、高尔夫旅游、自驾车旅游、体育旅游、钓鱼旅游等专项旅游的开展让游客增长知识、体验文化、陶冶情操、愉悦身心，受到广泛欢迎和好评。

（二）制约山东文化旅游融合发展的主要因素

1. 体制不顺。文化旅游资源分属文化、文物、宗教、园林、城建、水利、旅游等多个部门，是制约文化旅游产业融合发展的最大障碍。行政垄断，部门分割，产业分立，资源部门化、利益地区化、开发所有制化等等，导致资源主体分割、空间协调分离、管理主体分裂，严重制约了文化旅游生产力的解放。“水浒”资源分布在山东的多个县市，由于地区间的短视行为和恶性竞争，有机的资源主体难以形成响



当当的文化旅游品牌。

2. 市场化水平低。事业单位、国有企业习惯于吃大锅饭。全省演艺人员平均工资只有 668 元。山东宁津是国家认可的中国“杂技之乡”，有“没有宁津人组不成杂技团”之说。但是，今天的杂技旅游似乎成了河北吴桥的专利。

3. 创新能力不强。文化旅游开发层次低、模式化、缺乏内涵和特色。鲁菜是中国四大菜系之首，全国百强餐饮企业，山东只有三家。旅游商品、纪念品，欧美国家旅游消费占 60% 以上，上海、江苏占 30% 左右，山东略高于 20%。增加一个百分点即可增收 25 亿元。山东文化博大精深，许多文化停留在口头上、书本上，精华文化远离旅游载体，难以形成响应性的文化旅游大市场。

三、 对策设想

为推进山东文化旅游产业融合发展，提出对策设想如下：

（一）解放思想，更新观念

适应产业融合的大趋势，树立产业经济理念、融合发展理念、集聚效应理念，实现思想认识的新飞跃。充分认识文化旅游产业融合发展是社会文明的重要标志，是经济社会协调发展的必然选择，是文化旅游产业改革创新、实现超常规、跨越式发展的当务之急。要充分认识抓文化旅游融合发展，就是抓文化软实力，就是抓产业升级、转型发展，就是抓促消费、保增长，就是抓“转方式、调结构”，就是抓以人为本、提高民生，就是抓经济文化强省建设。充分认识文化旅游产业融合发展是一项战略性、综合性、示范性的重大任务，必须从观念、思路、体制、政策等方面实现一系列转变，激发蓬勃生机和发展活力。

（二）编制规划，规范发展

组织编制高起点、高层次、高水平规划，为产业融合发展奠定科学基础。要建立世界眼光、战略思维和创新意识，确定发展目标、发展次序、发展重点和政策保障。要坚持以资源为基础，以市场为导向，以创新为动力，以人才为支撑，以建设经济文化强省为目标，突出优势，凸显特色，科学定位，合理布局。要着眼重点产业园区、产业集聚区和大型项目建设的长期性，立足编制中长期规划，循序渐进，滚动发展。切实加强组织协调，深入调查研究，抓好综合论证，确保规划的指导性、针对性和可操作性。

（三）创意引领，打造品牌

提升文化旅游产业的核心竞争力，必须着力创新，赢得市场。要冲破传统，挑战常规，整合创造，激活文化之魂，打造一批既有齐鲁文化特色又有市场影响力的产业品牌。要重点打造适应海外市场的孔子、青岛、泰山等具有轰动效应的产业品牌，提升文化旅游产业的外向度。努力打造适应国内市场、富有地域特色的产业品牌。如“山水圣人”文化产业集聚区、“黄金海岸”度假旅游产业带、“红色文化”旅游产业带、“黄河文化”旅游产业带、“运河文化”旅游产业带等。积极打造适应高端市场的“山东高尔夫”、“山东温泉”、“半岛葡萄酒文化旅游区”、“精品手工艺文化园区”等品牌。

认真打造适应大众市场的演艺旅游、影视旅游、动漫旅游、大遗址旅游、鲁菜、旅游商品、纪念品等品牌。

要立足创新，打造航母级新项目，发挥引领和中坚作用，提升整体品牌实力。例如：“济南老城”，即“芙蓉街一曲水亭街地区”古城核心区，规划包装成历史韵味、文化气息、市井民俗、齐鲁家居、休养身心、怀古求新、商务交际等功能齐备的济南版“清明上河图”。



再如“青岛科技园”，选址青岛中央商务区，围绕“未来人怎样生活”这一主题，集中展示最新科技、文化、旅游成果，突出真实感、超前感，体现参与性、体验性，定期刷新内容和形式，分区分期向国内外招商招标。还有，创建三类新舞台：①联欢夜广场。以“我们的家园”为主题，集体舞、时装表演为主。露天大舞台天天演、天天看，自娱自乐、万人联欢。②连锁曲艺茶馆。表演山东特色的曲艺和民间绝活，统一品牌、节目、价格、服务标准，满足外来游客的“大地迷恋情结”。③歌舞宴剧场，美食加名剧，游客与演员互动，在宽松愉悦的氛围中享受本土化的经典艺术，经营单位与旅行社深度合作、开拓市场，扩大品牌效应，形成品牌优势。

（四）不拘一格，聚拢人才

文化旅游产业融合发展，对文化旅游复合型人才产生强大的需求。为克服目前存在的高端复合型人才匮乏、分布不均、人才错配、人力资源浪费等现象，消除产业融合的人才瓶颈，参照海内外人才培养和引进模式，采取得力措施，加强人才信息交流。提供良好的居住生活条件，重金吸引优秀拔尖人才，特别是主导创新团队的领军人才。营造宽松和谐的工作环境，引导不同思想和价值观相互撞击，激发强烈持久的创意灵感和创新能力。加强本土创意人才的培养，相关院校设立艺术、设计和媒体学院，培养一批真正认识山东文化、中华文化与世界文化，既懂文化创意、又懂国际化经营管理的复合型人才。要加强文化、旅游队伍的培训，克服思维惯性，学习掌握复合性知识和技能，提高创造性思维能力。建立健全人才激励机制，鼓励知识、技术和才能参与效益分配。

（五）制定政策，支撑发展

文化旅游产业融合发展是全新的开创性工作，必须高瞻远瞩、

脚踏实地，研究制定务实配套管用的产业政策，推动融合发展。

1. 建立完善市场机制。文化旅游产业融合发展水平取决于产业市场化水平。加快推进企业化改造、市场化运作，建立现代企业制度，确立企业市场主体地位。建立完善市场准入机制，加强产品要素市场建设，打破条块分割、地区封锁、城乡分离、所有制障碍的市场格局，形成开放、公平、有序的现代市场体系。加大市场开发力度，建立政府开展形象宣传、企业开展产品宣传的营销体系，扩大市场占有，提升企业竞争力。

2. 实施投资主体多元化。破除部门所有、行政垄断和地区分割，鼓励民间资金、国有资金、社会资金包括内资外资，参与投资开发，扩张文化旅游产业发展的雄厚资本。处于黄金发展期的文化旅游，作为新兴朝阳产业，国际金融危机也未能阻挡其增长势头。要引导鼓励金融机构与文化旅游产业扩大对接，推动合作双赢。证券市场联手文化旅游企业发展，有着巨大的提升空间，要抓住良机，论证选定优质资源，填补山东文化旅游企业上市公司的空白。积极发挥政府财政的杠杆作用，借鉴北京等地的做法，设立省文化旅游产业集聚区建设专项资金，主要用于公共服务设施和重点项目启动。进而形成以政府为先导、企业为基础、金融为主体的多元投融资体制，确保文化旅游产业发展的财力支撑。

3. 创新理顺管理体制。体制不顺，要害是行政垄断、部门分割、产业分裂。应分层次、分阶段，由下而上，逐步解决。

一是县（市、区）应整合资源，统筹协调、集中管理。

二是市级可借鉴深圳市政府大部制改革的办法，统筹整合，精简机构，提高效率。

三是省里应由有权威的协调机构，负责制定产业导向、发展规划、政策扶持、重点项目等事项的决策，并在落实中抓好检查督促工作。



（六）优化融合发展的大环境

文化旅游产业融合发展，离不开良好的环境。

1. 各级党委政府要切实加强领导。领导干部要认真学习研究经济文化产业，把握产业融合发展规律，提高文化旅游产业融合发展的认识力和执行力。真正把促进文化旅游产业融合发展纳入党委政府工作的重要日程，高度重视，大力支持。

2. 出台《山东文化旅游产业融合发展条例》。通过组织调研，制定实施《条例》，切实保护文化旅游创意成果及其衍生的商标权、版权和专利权等知识产权，调动知识创新、技术创新的积极性，扩大文化旅游创意产业发展空间。为促进文化旅游产业融合发展，建立公平竞争的法律环境。

3. 推进标准化建设。为确保文化旅游产业规范健康协调发展，制定颁布《山东文化旅游产业融合发展标准》。在组织调研的基础上，研究制订融合发展的类别、项目、设施、功能、环境、卫生、安全、人员、管理等标准，引导推动文化旅游产业纳入规范健康发展的轨道。

4. 营造良好的文化创意氛围。文化旅游产业融合发展的核心是文化创意。要解放思想，大力倡导发扬“百花齐放，百家争鸣”的民主精神，做到放手、放权、放开，让创意人员在开放、宽容、灵活、变通的氛围中，最大限度地发挥主观能动性，充分展示其聪明才智。既要大力弘扬优秀传统文化，又要勇于引进海外先进文化，做到古为今用，洋为中用，相辅相成，繁荣发展。

总之，当今世界产业融合的大趋势，为文化旅游产业融合发展创造了前所未有的机遇。只要立足山东实际，坚持科学发展观，端正指导思想，明确工作重点，整合优势资源，就一定能实现文化旅游产业的辉煌发展，有力地带动和促进发展方式的转变和经济结构的优化，为建设经济文化强省做出应有的贡献。