

文化旅游研究 系列丛书

供给侧改革： 旅游文化资源创意机制研究

.....
GONGJICEGAIGE:

LÜYOU WENHUA ZIYUAN CHUANGYI JIZHI YANJIU

卢政营◎著



旅游教育出版社

天津市教委社会科学研究重大项目资助成果 (2011ZD021)

文化 旅游 研究 系列丛书

供给侧改革： 旅游文化资源创意机制研究

GONGJICEGAIGE:
LÜYOU WENHUA ZIYUAN CHUANGYI JIZHI YANJIU

卢政营◎著

北京·旅游教育出版社

责任编辑:果凤双

图书在版编目(CIP)数据

供给侧改革:旅游文化资源创意机制研究 / 卢政营

著. -- 北京:旅游教育出版社, 2017. 3

ISBN 978-7-5637-3541-9

I. ①供… II. ①卢… III. ①旅游文化—旅游资源开发—研究 IV. ①F590.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 042125 号

供给侧改革:旅游文化资源创意机制研究
卢政营 著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	北京旅教文化传播有限公司
印刷单位	北京京华虎彩印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印 张	20.5
字 数	305 千字
版 次	2017 年 3 月第 1 版
印 次	2017 年 3 月第 1 次印刷
定 价	69.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

序

旅游文化是一个不容忽视的旅游学研究视域,涵盖了文化资源创意开发、游客的文化涉入以及文化的乡土根植性等广阔范畴,并催生了众多的创意实践。通常对旅游文化的研究可以从三个视角展开:基于资源供给侧的创意文化、基于游客需求侧的消费文化和基于主客双边性的乡土文化。这也成为文化旅游研究的三部曲。

供给侧改革强调了旅游资源开发的能动性作用,即借助创意开发的模式实现旅游资源的价值生产。本书将从理清旅游文化资源现代化转型的战略逻辑出发,以“旅游化”创意路径为基石,对旅游文化资源现状进行普查,分析旅游文化资源的特征和价值属性;在对文化资源的价值赋存、增权途径和形成机制进行系统梳理的基础上,探讨从数字化到技术化、从物态化到活态化、从景观化到艺术化、从商品化到资本化、从在场化到符号化、从资源化到产业化等多条创造性创意路径,并考察旅游文化资源创意机制发挥作用的制度调节因素和文化变形过程等主题,对这些战略性主题的关系进行论证,提出每个战略主题下具体的主题内容,以及相关的对策建议。第一,旅游文化资源的战略转型可以借助基因置换、破坏性创新与跨越式开发三种方式实现。第二,文化资源的旅游化路径表现为多元结构与传承效能,即从民间性传承到制度性保护的转变,从“他者保护”到“家园遗产”的转变,从“生态还原”到“活态传承”的转变,从“自然传递”到“自觉传承”的转变,从“个人传承”到“社会教育”的转变。第三,通过对旅游文化资源的价值评估、权能感知、生动化、资本化等进行分析,提出了艺术涵化和技术外化的创意路径和优化整合路径。第四,从主体选择性和政府在场性两个方面提出了旅游文化资源创意的调节和规制策略。

本研究是对“旅游文化不开发即是开发”这一命题的进一步探索。众多学者在该领域中进行的卓有成效的探索和耕耘,无疑成为我们能够继续前行的基石。也正因为如此,我们能够站在巨人的肩膀上进行多元化的思考,并试图为快速提升的现代旅游业做一些理论方面的准备。

本研究无论是从思维的启发、资料的收集,还是思想体系的形成,都得到了姜兆

一、杨小凯、孙斯璇、宋紫晗、陈一、李龙、张晓越、王今、王媛、魏婷婷、于小文、瞿艳等同学的大力支持和帮助,正是在与他们的数年交流和热烈探讨中,方有所得;揭璐宁同学参与撰写了第十章。在旅游文化资源创意开发的领域中,许多杰出的行业实践大大丰富了理论建构的可能;而众多学者对这方面的孜孜以求,更是对本研究有极大的启发和触动。同时,感谢旅游教育出版社编辑及其他各位同志的倾心付出,使本书得以迅速付梓,以飨读者。文中如有偏颇之处,文责自负。

卢政营

2016年11月于天财园

目 录

CONTENTS

第 1 章 旅游文化资源转型:基因置换、破坏性创新与跨越式开发	1
1.1 文献回顾	1
1.2 旅游文化资源转型模式比较	5
1.3 旅游文化资源转型的多案例分析	10
1.4 旅游文化资源转型的策略选择	21
1.5 本章小结	23
第 2 章 文化资源的旅游化路径:多元结构与传承效能	24
2.1 引言	24
2.2 文献评述	27
2.3 概念模型与基本假设	30
2.4 非物质文化遗产保护的对策建议	54
2.5 本章小结	59
第 3 章 旅游文化资源的价值评估:名人故居的多案例比较分析	60
3.1 文献回顾	60
3.2 旅游文化资源价值评估指标体系	62
3.3 旅游文化资源价值评估实证分析	65
3.4 旅游文化资源价值的多案例比较分析	72
3.5 本章小结	79

第4章 旅游文化资源权能感知:田野调查与评估	80
4.1 文献回顾	80
4.2 旅游权能感知的理论框架	84
4.3 研究方案设计与内容分析	88
4.4 五大道社区居民增权的对策建议	95
4.5 本章小结	98
第5章 旅游文化资源形成机制:文脉修正与生动化	99
5.1 文献回顾	99
5.2 渔阳古街的人类学考察	101
5.3 渔阳古街文脉修正肌理分析	108
5.4 历史文化街区的生动化管理分析	115
5.5 渔阳古街文脉提升的策略分析	119
5.6 本章小结	123
第6章 旅游文化资源创意路径:艺术涵化与技术外化	124
6.1 理论基础	124
6.2 描述性统计分析	129
6.3 旅游文化资源创意效应回归分析	134
6.4 旅游文化资源创意开发策略分析	143
6.5 本章小结	144
第7章 旅游文化资源活态传承:以资本化的视角	145
7.1 文献回顾	145
7.2 旅游文化街区资本化理论分析	149
7.3 旅游文化街区资本化指标评估	162
7.4 旅游文化街区资本化的对策建议	172
7.5 本章小结	173
第8章 旅游文化资源优化整合研究:民间性与现代性的交融互渗	175
8.1 理论模型	175

8.2	旅游文化资源整合实证检验	180
8.3	旅游文化资源整合的对策建议	192
8.4	本章小结	193
第 9 章	旅游文化创意的调节机制:一个主体选择性过程	194
9.1	文献回顾	194
9.2	研究案例的选择	199
9.3	旅游主体对文化创意的调节:一个二阶收敛过程	200
9.4	旅游文化资源创意调节的策略分析	206
9.5	本章小结	207
第 10 章	旅游文化变形与规制:政府在场的跨案例解析	208
10.1	文献回顾	208
10.2	文化遗产保护中的政府在场机制分析	214
10.3	文化遗产保护效果的跨案例分析	221
10.4	旅游文化遗产保护的对策建议	229
10.5	本章小结	232
参考文献		233
附录 1	名人故居具体案例打分调查	241
附录 2	蓟县旅游古街调查问卷	244
附录 3	古街游客点评资料整理	247
附录 4	2012 年 12 月渔阳古街商业业态统计分析	261
附录 5	2014 年 4 月渔阳古街商业业态统计分析	276
附录 6	旅游文化资源创意路径的问卷调查	290
附录 7	五大道旅游街区资本化的调查问卷	293
附录 8	关于旅游文化资源开发的调查问卷	298
附录 9	关于政府在场文化遗产保护效果的调查	301
附录 10	关于旅游街区的深度访谈记录	305

第1章 旅游文化资源转型:基因置换、破坏性创新与跨越式开发

旅游文化资源作为旅游业与文化资源结合的产物,在旅游业的发展中起到至关重要的作用。推动旅游文化资源的开发转型,使其转换为文化资本,可以促进本地旅游业的大力发展,同时也有利于本地文化资源的传承。在我国,旅游文化资源开发走过了粗放式、低层次开发的阶段,进入了新的阶段。现阶段,需要站在新的角度和新的高度来规划设计文化资源的旅游开发,利用技术创新来实现跨越式发展。

1.1 文献回顾

1.1.1 旅游资源

关于旅游资源的确切定义,目前国内外学术界尚未形成统一的表述。国家标准《旅游资源分类、调查与评价》中对旅游资源所作的定义为:“自然界和人类社会凡能对旅游者产生吸引力,可以为旅游业开发利用,并可产生经济效益、社会效益和环境效益的各种事物和因素”^①。刘晓丽(2008)认为旅游资源“是自然形成或历史遗留、未经开发、具有潜在的经济效益的资源”^②。李氲(2008)在《文化旅游资源开发的初步研究》一文中引用并认可了《旅游资源分类、调查与评价》国家标准对旅游资源的定义^③。

学术界一般认为,旅游资源是旅游业赖以生存和发展的前提条件,是旅游业产生的物质基础,是旅游的客体,是旅游产品和旅游活动的基本要素之一。构成旅游资源的基本条件:“一是对旅游者有吸引力,能激发人们的旅游动机;二是具有可利用性,随着旅游者旅游爱好和习惯的改变,旅游资源的包容范畴不断扩大;三是资源的开发

① 中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局.GB/T 18972—2003 旅游资源分类、调查与评价[S].北京:2003.

② 刘晓丽.意大利旅游资源向旅游资本转变的途径[J].对外经济贸易大学学报(增刊),2008:9-10.

③ 李氲.文化旅游资源开发的初步研究——以浙江省为例[D].杭州:浙江大学,2008.

能产生不同的经济效益、社会效益和环境效益”^①。按旅游资源的成因或属性分类,可将旅游资源分为自然旅游资源和人文旅游资源两大类。前者是指地貌、水体、气候、动植物等自然地理要素所构成的、吸引人们前往进行旅游活动的天然景观,具有明显的天赋性质;后者内容广泛、类型多样,包括各种历史古迹、古今伟大建筑、民族风俗等,是人类活动的艺术结晶和文化成就。

1.1.2 旅游文化资源类型

文化资源是指人类为开辟、发展和完善自己赖以生存的环境,在改造利用自然、维系社会规范和塑造人类自身的长期实践过程中所创造的物质文化、制度文化(社会文化)和精神文化遗产。旅游文化资源是文化资源的一个分支,但同时也是旅游资源的一个分支,具有二者的双重性质^②。吴芙蓉(2005)认为,所谓文化旅游资源是指客观地存在于一定地域空间并因其所具有的文化价值而对旅游者产生吸引力的自然存在、历史文化遗产或社会现象。李氩(2008)将文化旅游资源定义为:“能体现出人类文化内涵并吸引旅游者产生旅游动机,被旅游业或其相关产业所利用,并开展各类文化旅游活动的各种有形或无形的自然、社会、文化等客体”^③。

学者对旅游文化资源的定义基本相同,旅游文化资源“是指具有旅游吸引力并能够体现人类文化内涵的自然因素、人文因素的总和”^④。第一,在资源属性方面,周国红(2005)认为,“旅游文化资源主要有历史文化、现代文化、商业文化、民俗文化、宗教文化、节庆文化、山水文化、园林建筑文化、服务文化等类型”^⑤。黄建清(2007)等认为,“旅游文化资源包括山水文化、历史文化、民俗风情文化和自然生态文化”^⑥。蒋礼荣(2005)认为,旅游文化资源包括自然旅游资源、民俗文化资源和史迹文化资源^⑦。第二,在资源层次方面,张警丹(1998)认为“所谓广义的旅游文化资源是指能够造就对旅游者有吸引力环境的社会等非自然因素的总和(凝聚的和流变的)。它包括旅游物质文化资源、旅游制度文化资源和旅游精神文化资源”^⑧。杨寿川(2003)将其分为

① 易小力.旅游文化资源与旅游规划——以西藏阿里地区为例[D].成都:四川大学,2004.

② 姚明霞.高淳县文化旅游资源评价与利用研究[D].南京:南京农业大学,2010.

③ 李氩.文化旅游资源开发的初步研究——以浙江省为例[D].杭州:浙江大学,2008.

④ 董金菊.我国旅游文化资源研究综述[J].德宏师范高等专科学校学报,2008,17(4):25.

⑤ 周国红.福州古迹旅游资源开发的新构想[J].福建地理,2005(3):37.

⑥ 黄建清,胡衡生,韦倩虹.广西花山旅游文化开发研究[J].茂名学院学报,2007,17(4):67-68.

⑦ 蒋礼荣.北海市旅游文化资源开发研究[J].广西社会科学,2005(1):85-86.

⑧ 张警丹.对云南旅游文化资源的再认识[J].昆明师专学报(哲学社会科学版),1998,20(4):15.

三类:第一,实体文化旅游资源,主要指一切以景观实体为存在形式并可供旅游者直接作为旅游目的地的民族文化部分,如节庆场所、纪念地等;第二,社会氛围文化旅游资源,主要指一切旅游者可以感受到的由物质、行为、观念等构成的文化氛围部分,如器物、饮食、服饰、习俗、语言、思想观念等;第三,精神文化旅游资源,主要指狭义的精神创造部分,如民间文学、神话、戏剧、歌舞、音乐、绘画、工艺、哲学、宗教等部分^①。马晓冬(2001)等认为旅游文化资源可分为三个层次,即物质层面的文化景观(即静态或物化的文化形态,如文物、古迹、名胜、建筑等)、制度与行为层面的文化风情(即动态文化或活文化,如民俗风情、节庆祭典、宗教礼仪、游艺竞技等)、意识层面的文化艺术(即表演艺术、戏剧、舞蹈、音乐、造型艺术、书法、绘画、雕刻;语言艺术、文学;实用艺术、工艺品等)^②。总结以上论述基本上可以认为,旅游文化资源包括旅游物质文化资源(或称实体文化旅游资源)、旅游制度文化资源和精神文化旅游资源三个方面。

1.1.3 旅游文化资源开发

马晓冬(2001)等认为旅游文化资源的开发就是对散点化的旅游文化资源进行挖掘、概括、提炼、升华,抽象出凝聚区域特色的个性化精神文化主题,并通过文化风情的营造和文化艺术的物化、创新,在更深的层次上整合和优化这些旅游文化资源。同时,充分利用文化构成的系统性,围绕主题进行拓展,在系列化、个性化的原则下,发掘相关文化内容,向旅游者尽可能多地显现其文化内涵,从多个侧面来展示地域文化风采。梅亮(2007)认为文化旅游资源开发是指对不同旅游资源文化内涵的挖掘和对散点化的文化旅游资源的概括、提炼、升华和整合的过程^③。

第一,旅游文化资源开发原则。许曦(2000)认为旅游文化资源开发的原则是“突出地区独有文化特色原则、开发与保护并重原则、统一规划与联合开发原则”^④。黄建清(2007)等认为旅游文化资源开发原则是针对性原则、产品联动原则和民族独特性原则。王永生(2001)认为旅游文化资源开发原则是文化生态保护的原则、旅游“三大要素”统筹的原则,即旅游主体(游客)、旅游客体(资源)和旅游媒体(企业)三大要素相互统筹、项目文化环境的原则,即旅游的开发建设项目都必须考虑文化定位和环境

① 杨寿川.云南民族文化旅游资源开发研究[M].北京:中国社会科学出版社,2003.

② 马晓冬,翟仁祥.论旅游文化资源及其开发——以苏北地区为例[J].人文地理,2001,16(6):89-91.

③ 梅亮.论城市旅游文化资源的开发策略——以历史文化名城镇江为例[J].江苏科技大学学报(社会科学版),2007(2):20-24.

④ 许曦.对开发三峡库区旅游文化资源的思考[J].资源开发与市场,2000(3):186-188.

谐调问题和旅游文化属性的原则^①。

第二,旅游文化资源开发中的问题。学者在旅游文化资源开发问题的研究中都或多或少地提出一些当地旅游文化资源开发中存在的问题,也相应地提出解决建议。彭宗野(2011)在对南郑所做的研究中指出,当地的开发问题主要有:景区基础设施及开发建设投资不足,相关部门及景区对发展文化旅游的重要性缺乏充分的认识;旅游产品与服务定位趋同化,缺乏深厚文化底蕴;景点乱搭乱建现象严重,破坏了原有风格,形成强烈的视觉反差;旅游与文化的结合度低,没有深度开发具有当地特色的文化资源^②。黄芳芳(2011)在对烟台旅游文化资源开发所做的研究中指出:项目开发缺乏科学规划,产品档次低;管理经营体制不健全,经营理念缺乏新意;基础设施不完善,服务不到位;旅游文化资源保护未受足够重视,破坏污染现象严重^③。总结学者提出的旅游文化资源开发的问题,现阶段我国旅游文化资源开发主要存在以下不足:旅游文化资源项目本身在开发中存在无序性,未能充分反映当地的文化内涵,雷同性使文化资源缺乏竞争力,难以吸引游客;与之相对应的基础设施及其他配套设施投资不足、交通不便等严重影响景点的可进入性;资源的经营管理上,管理体制不健全,经营理念陈旧,未能适应当代游客对文化内涵的追求;在环境保护上,不能与周边环境协调发展,破坏污染严重。

第三,旅游文化资源开发转型。伴随影响旅游产业发展的国内外环境的变化,旅游产业的进一步发展面临新的挑战,在新的发展时期需要我们对旅游产业发展模式、旅游产业政策等进行思考,寻求发展的新思路。张辉等(2005)对中国旅游产业转型及其转型时期旅游产业的运行与成长方式进行了较为系统的研究。刘少和(2008)探讨了我国旅游转型,提出“由旅游消费转型引致的旅游业转型,其转型动力在于推(政策、竞争)和拉(消费需求)的作用,主体是旅游业,方向为优化升级、提质增效,实质在于推动旅游增长方式从粗放型向集约型、规模型向效益型转变,具体内容涉及旅游产业功能、政策、布局、产品、结构以及旅游增长与管理方式等多个方面,而争论的焦点集中在旅游产品转型问题上”^④。李太光、张文建(2009)认为中国旅游业已经进入了重大战略调整期,旅游产业转型升级成为战略调整的重中之重;在此背景下,我国旅游产业的功能作用(生产与服务功能)、形态特征(初级形态到高级形态,产业内部分化与

① 王永生.论黑龙江省地区文化与旅游发展[J].民间文化,2001(2):12-17.

② 彭宗野.汉中南郑旅游文化资源的开发[J].学理论,2011(20):119-121.

③ 黄芳芳.论烟台市旅游文化资源的开发和利用[J].商业经济,2011(1):30.

④ 刘少和.旅游转型研究综述及我国旅游转型发展的探讨[J].旅游论坛,2008,1(3):322-324.

产业外部融合)、组织结构(单一结构到多元复合结构)、发展动力(内生性与外生性、供给推动与需求拉动)、发展模式(政府主导型到多元合作型)等方面都将面临深刻变革^①。张荣娟(2011)认为应该基于创意视角开发文化旅游资源。她在南京文化旅游资源的研究中提出:“实现文化理念创新,深入挖掘旅游资源内涵;选择合适的文化旅游发展模式,打造具有创意的旅游新景点;实现旅游产品创新,打造特色旅游线路;改革体制,创新机制,开放搞活文化旅游市场;加强文化旅游宣传力度,提高南京文化旅游的知名度;文化旅游创意产业应实现区域间合作,发挥集聚效应”^②。

根据以上旅游文化资源方面的文献回顾,我国学者有很多专注于旅游文化资源开发方面的研究,但研究都不成熟,没有形成开发方面的理论体系,表明我国旅游文化资源开发还处于初级阶段。但旅游文化资源开发项目已经大量开展,因没有完善的理论指导,在开发中存在大量的问题。本文就选取相关案例,分析其在开发中存在的问题,提出旅游文化资源转型的战略路径。另外学者大多参与专项的旅游文化资源开发研究,专注于个案研究,主要是对当地旅游文化资源开发提出建议,鲜有对我国旅游文化资源整体转型提出看法。本文从旅游文化资源转型模式着手分析,按照变革、创新与发展的路径分析三种转型模式,并通过案例分析,提出旅游文化资源在开发中的转型建议。

1.2 旅游文化资源转型模式比较

1.2.1 基因置换模式

基因置换是应用于基因遗传学中的专有名词。基因置换有三种定义:第一种定义是指一种基因操作技术,即将DNA片段引入单倍体状态的细胞、酵母或细菌等,以置换原有基因;第二种定义是通过基因操作等用一个基因替换另一个基因的过程,如用正常基因替换有缺陷的基因,使基因的功能得以恢复;第三种定义的基因置换就是用正常基因通过体内基因同源重组,原位替换病变细胞内的致病基因,使细胞内的DNA完全恢复正常状态^③。董姝玉(2003)把基因置换概念用于《饭店集团无形资产战略》

① 李太光,张文建.新时期上海推动旅游业转型升级的若干思考[J].北京第二外国语学院学报,2009(3):44-46.

② 张荣娟.基于创意视角的南京文化旅游资源开发模式与机制研究[D].南京:南京师范大学,2011.

③ 百度百科:<http://baike.baidu.com/view/1264732.htm>.

一文中,指出:基因置换策略(存量资产优化组装),即以现有存量资产为基础将健康资产中具有旺盛生命力的无形资产的“基因”(品牌、商标、商誉、技术、经营管理能力等)注入处于休眠或病变状态的存量资产体内,以期激活或置换其休眠的或病变的“基因”,从而达到盘活整体存量资产的目的^①。

在这里之所以引用基因置换这个概念,是因为其在生物遗传工程领域的应用方法可引入到旅游文化资源开发中。在旅游文化资源开发中,基因置换就是把适合现代人需求的文化基因置换注入传统文化资源中,激活休眠的或病变的文化元素,达到文化资源的旅游利用目的。

依据以上理论基础,本文在研究中选取了天津海河文化群落为研究对象。海河作为天津的母亲河,在天津六百余年的城市建设发展中发挥了举足轻重的作用。海河不仅记载着天津城市的发展历史,而且记载着天津文化的发展历史,以海河为轴线构建天津城市文脉对于塑造良好的天津城市形象具有极为重要的意义。继承和发扬优秀的历史文化传统,以海河为轴线进行保护和开发,是实现天津城市文化软实力和文化经济崛起的关键所在。天津人在海河沿岸创造了辉煌的文化,同时国家京津冀一体化战略带动了天津经济的快速发展,海河的综合开发使海河沿岸焕然一新。近年来,对海河沿岸景观的提升改造,已将海河由防洪、泄洪为主转变成为一条以城市生活景观和经济发展为主的河流,吸引众多的旅游者前来观光旅游。

本文参照生物学中基因置换的科学方法来研究海河文化群落中文化单元及文化基因的置换过程,以便激活天津海河的文化资源,提高文化内涵,带动天津的旅游发展。在此把海河文化群落比作一个单细胞,把每一个文化脉络比作一个染色体,文化基因依附在文化脉络上(见表 1.1)。

表 1.1 天津海河文化资源群落基因置换内涵

“单细胞”	“染色体”	“基因”
海河文化群落	历史文化	古文化街、鼓楼、三条石、大沽炮台、觉悟社旧址
	漕运文化	皇仓廩舍、妈祖庙

① 董姝玉.饭店集团无形资产战略[J].北京第二外国语学院学报,2003(5):79.

续表

“单细胞”	“染色体”	“基因”
海河文化群落	租借地文化	五大道、意式风情区、奥匈风情区、望海楼教堂、西开教堂、利顺德
	宗教礼仪	大悲院、文庙、挂甲禅寺、清真寺
	民俗文化	桂发祥麻花、耳朵眼炸糕、狗不理包子
	艺术文化	相声、杨柳青年画、泥人张雕塑、魏记风筝
	娱乐休闲文化	小白楼音乐厅、津湾广场
	商贸文化	劝业场、滨江道、大胡同
	现代科技文化	津塔、海河桥梁、天津规划馆、天津科技馆

资料来源:作者整理。

1.2.2 破坏性创新模式

破坏性创新是哈佛商学院教授克里斯坦森(Clayton Christensen)提出的,他写的两本书《创新的困境》和《困境与出路》对如何提高创新的成功率有非常深刻的认识。破坏性创新是利用技术进步效应从产业的薄弱环节进入,颠覆市场结构,进而不断升级自身的产品和服务,爬到产业链的顶端。旅游文化资源根据资源属性可以采用不同的开发模式,传统的开发模式关注资源本身的开发保护,没有实现文化资源向文化资本转变,没有产生大规模的经济效益(见表 1.2)。

表 1.2 传统型开发模式

资源类型	载体	开发模式	途径	优缺点
物化的旅游文化资源	资源本身、展览馆等	博物馆模式	◆隐性资源显性化 ◆保护、维修和恢复,不经过大规模的开发即可由资源转变为产品	优点:有利于资源保护;占用资金少;易于开发 缺点:形式雷同;市场小;体验性差;功能单一;资源依赖性强
		主题文化街区模式		
		文化旅游村模式		
非物化的旅游文化资源	节庆、表演、体验娱乐活动等	博物馆模式	◆体验性开发 ◆继承、提升 ◆寻找有形的物质载体,转化为有形的文化产品	
		节庆集会模式		

资料来源:汤傅佳.浅议旅游文化资源的产品开发模式[J].科技信息,2011(22):143.

在旅游业的发展中,可以抛弃传统的简单开发的思想,利用技术进步对沉寂已久

的、封存的文化资源进行挖掘,并以新的面貌向世人开放。在旅游文化资源开发中利用技术创新来打破传统的资源开发模式,从旅游产业的薄弱环节进入,提升自身的旅游文化产品和服务(见表 1.3)。

表 1.3 创新型开发模式

资源类型	开发模式	途径	代表案例
物质旅游文化资源	主题公园模式	高科技手段 环境渲染 服务升级 市场再造 文化植入	深圳华侨城 迪士尼
非物质旅游文化资源	主题附会模式		“印象·刘三姐” 大唐芙蓉园 杭州宋城

资料来源:作者整理。

通过对旅游文化资源开发的案例进行筛选,发现“印象·刘三姐”在破坏性创新中取得了成功,为其他文化资源的开发提供了典范。本文以“印象·刘三姐”为研究对象,通过对其开发过程及技术应用的分析,为其他相应资源的开发提供借鉴。

1.2.3 跨越式开发模式

所谓“跨越式发展”是指一定历史条件下落后者对先行者走过的某个发展阶段的超常规的赶超行为。顾名思义,跨越式发展的核心是跨越。跨越式发展作为一种新的发展方式被提出主要是为区别于传统渐进式发展方式。袁朝阳(2008)认为,“文化资源旅游开发的阶段和自然资源的开发不同,不只是外在显量的规模扩张,更多的是内涵隐量的深化。文化资源的旅游开发一般都要经历依托开发、补偿开发、品牌开发三个阶段^①。”根据文化资源本身的特点,因地制宜,按照它的开发阶段逐级开发;如果条件成熟,也可以实施跨越式开发。

旅游文化资源发展的阶段性是由资源的属性决定的。资源的开发由初级阶段开发逐步推进到高级阶段开发。发展模式从初期的国家主导型、粗放型发展模式向市场主导型、效益型发展模式转型。当旅游文化资源具有鲜明的资源特色和主导产品,并且资源充足,能够跨越旅游业常规发展阶段,提高区域的经济发展水平,带动地区经济社会的发展,则可以实施跨越式开发战略。

① 袁朝阳.文化资源跨越式开发的原则——以旅游开发为例[J].凯里学院学报,2008,26(1):63-65.

对传统文化资源的开发坚持以保护为前提,限制了现代技术的应用。主题公园的兴起完全发挥了人类的想象力及创造力。充分利用现代科技手段,打造新型旅游文化盛宴。1955 年沃尔特·迪斯尼把荧幕上的卡通形象物化为一个乐园,世界上第一个现代意义的主题乐园——美国加利福尼亚州的迪斯尼乐园诞生了,迪斯尼乐园的发展刺激了主题公园的发展。我国主题公园兴起于 20 世纪 80 年代末,深圳华侨城集团是我国主题公园发展的开山鼻祖和行业领袖。1989 年“锦绣中华”在深圳建成,成为我国主题公园兴起的标志。本文以华侨城为案例,重点研究其在跨越式发展中的具体表现,即跨越式发展的六个内涵:快速度的发展、高水平的发展、赶超先进的发展、超常规的发展、非均衡发展、可持续发展(见图 1.1)。

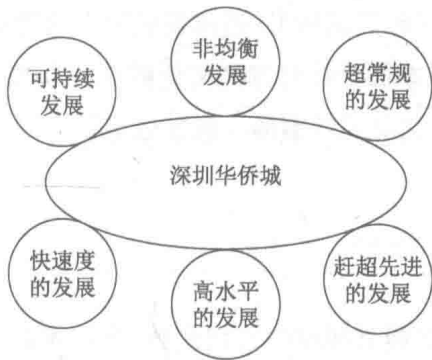


图 1.1 深圳华侨城跨越式发展

旅游文化资源在开发中首先考虑的是发展模式问题,不同文化资源的业态,需要不同的转型方式。旅游文化资源开发方式的转型是建立在对资源的深刻认识上的,同时一个资源类型也会用到不同的开发方式。以上三种转型路径包涵了资源内部文化元素的变革、创新及发展(见表 1.4)。

表 1.4 旅游文化资源转型模式关系

转型模式	路径选择	典型案例	代表意义
基因置换	文化基因的改变 文化内涵的再造	海河文化群落	变革
破坏性创新	技术应用 服务升级 颠覆市场结构	“印象·刘三姐”	创新