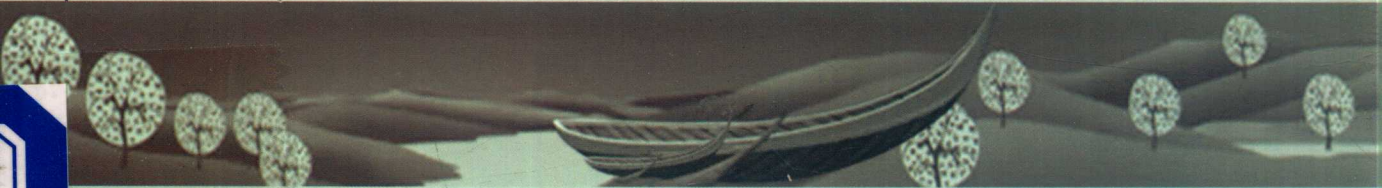


旅游业与文化创意产业 融合发展机制研究

L 张玉蓉 樊信友 郑 涛◎著
VYOUYE YU WENHUA CHUANGYI CHANYE
RONGHE FAZHAN JIZHI YANJIU



非
外
借



人民交通出版社股份有限公司
China Communications Press Co., Ltd.

Lüyouye yu Wenhua Chuangyi Chanye
旅游业与文化创意产业

Ronghe Fazhan Jizhi Yanjiu
融合发展机制研究



人民交通出版社股份有限公司
China Communications Press Co., Ltd.

内 容 提 要

旅游业与文化创意产业均属于国家大力扶持的现代服务业的范畴,对二者融合发展机制进行系统研究具有重要意义。本书在分析产业融合相关基础理论及国内外研究文献基础上,阐述了旅游业与文化创意产业融合发展的现状与主要问题,揭示了旅游业与文化创意产业融合发展的内在机理和发展效应,从动力机制、运行机制、创新机制和保障机制四个方面研究了旅游业及文化创意产业融合发展机制,进而提出我国旅游业及文化创意产业融合发展的总体思路及对策建议,并以重庆为例进行深度案例研究。本书不仅对研究旅游业与文化创意产业融合发展的理论工作者具有重要参考价值,而且对旅游业与文化创意产业从业者也具有良好的实践指导意义。

图书在版编目(CIP)数据

旅游业与文化创意产业融合发展机制研究 / 张玉蓉, 樊信友, 郑涛著. —北京: 人民交通出版社股份有限公司, 2017. 2

ISBN 978-7-114-13694-8

I. ①旅… II. ①张… ②樊… ③郑… III. ①旅游业-产业融合-文化产业-产业发展-研究-中国 IV. ①F592.3 ②G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 037510 号

书 名: 旅游业与文化创意产业融合发展机制研究

著 作 者: 张玉蓉 樊信友 郑 涛

责任编辑: 赵瑞琴

出版发行: 人民交通出版社股份有限公司

地 址: (100011) 北京市朝阳区安定门外外馆斜街 3 号

网 址: <http://www.ccpres.com.cn>

销售电话: (010) 59757973

总 经 销: 人民交通出版社股份有限公司发行部

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 10.25

字 数: 197 千

版 次: 2017 年 2 月 第 1 版

印 次: 2017 年 2 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-13694-8

定 价: 38.00 元

(有印刷、装订质量问题的图书由本公司负责调换)

前 言

进入 21 世纪,创意经济因其独特的创意理念、强大的融合能力和创富能力跻身新经济领域,成为撬动全球经济增长的新杠杆和驱动经济转型的新引擎。随着创意经济的崛起,旅游业和文化创意产业融合发展的重要性日益凸显。在对国内外旅游业与文化创意产业融合发展现状进行分析的基础上,本书从以下四个方面对旅游业与文化创意产业融合发展机制进行了系统研究。

首先,本书研究了旅游业与文化创意产业发展的基础理论、相关文献、国内外发展现状及主要问题。阐明了创意经济理论、产业融合理论、产业集群理论、价值链理论、旅游系统功能理论等相关基础理论,系统梳理了国内外的相关研究文献。分析了国外旅游业与文化创意产业发展的借鉴及启示,阐释了我国旅游业与文化创意产业的融合发展现状及其存在的主要问题。

其次,本书研究了我国旅游业和文化创意产业发展的内在机理。从根本动因、演进过程和互动功能三个方面深入分析了旅游业与文化创意产业融合发展的内在机理。

再次,本书研究了旅游业与文化创意产业发展的机制和效应。从动力机制、运行机制、创新机制与保障机制四个方面构建了产业融合发展机制,阐释了产业融合对旅游业的效应、对文化创意产业的效应及其对两者的共生效应。

最后,本书研究了旅游业与文化创意产业发展的思路和对策。在阐释中国旅游业与文化创意产业融合发展总体思路的基础上,从政府、企业、市场需求、产业融合、中介服务及社会环境六个层面提出了产业融合发展的具体对策建议。在此基础上,对重庆旅游业与文化创意产业融合发展进行了深度的案例研究。

旅游业与文化创意产业的融合发展是目前国内外学界和业界关注的热点。

本书从二者融合发展机制的视角探讨了一些基本理论和实践问题,仅仅是对这一前沿领域进行的初步尝试,尚有大量问题有待深入研究。由于作者水平有限,书中难免会有一些疏漏和不足之处,敬请读者不吝指正。谢谢!

著 者

2016 年 12 月

目 录

第1章 绪论	(1)
1.1 研究背景及意义	(1)
1.2 研究目的和内容	(8)
1.3 研究思路、方法和逻辑框架	(9)
1.4 研究特色与创新点	(10)
1.5 本章小结	(11)
第2章 相关基础理论与文献综述	(12)
2.1 相关基础理论	(12)
2.2 创意经济与文化创意产业文献综述	(16)
2.3 旅游产业融合与创意旅游文献综述	(20)
2.4 旅游业与文化创意产业融合文献综述	(24)
2.5 国内外研究述评	(25)
2.6 本章小结	(26)
第3章 国外旅游业与文化创意产业融合发展的借鉴及启示	(27)
3.1 国外旅游业与文化创意产业融合发展概述	(27)
3.2 世界各国旅游业与文化创意产业融合发展的典型案例分析	(27)
3.3 国外旅游业与文化创意产业融合发展对我国的启示	(33)
3.4 本章小结	(35)
第4章 国内旅游业与文化创意产业融合发展现状及主要问题	(36)
4.1 国内旅游业与文化创意产业融合发展现状阐释	(36)
4.2 国内文化创意旅游产业发展竞争力分析	(36)
4.3 国内旅游业与文化创意产业融合发展存在的主要问题	(39)
4.4 本章小结	(40)
第5章 旅游业与文化创意产业融合发展的内在机理	(41)
5.1 旅游业与文化创意产业融合发展的根本动因	(42)
5.2 旅游业与文化创意产业融合发展的演进过程	(42)
5.3 旅游业与文化创意产业融合发展的互动功能	(42)

5.4 本章小结	(46)
第 6 章 旅游业与文化创意产业融合发展的动力机制	(47)
6.1 政府引导力	(47)
6.2 需求拉动力	(48)
6.3 供给推动力	(49)
6.4 融合保障力	(50)
6.5 环境整合力	(51)
6.6 本章小结	(52)
第 7 章 旅游业与文化创意产业融合发展的运行机制	(53)
7.1 技术融合	(53)
7.2 产品融合	(54)
7.3 业务融合	(56)
7.4 市场融合	(58)
7.5 本章小结	(60)
第 8 章 旅游业与文化创意产业融合发展的创新机制	(61)
8.1 组织管理创新	(61)
8.2 融合要素创新	(66)
8.3 融合模式创新	(72)
8.4 融合业态创新	(79)
8.5 本章小结	(105)
第 9 章 旅游业与文化创意产业融合发展的保障机制	(106)
9.1 组织制度保障	(106)
9.2 要素投入保障	(107)
9.3 政策法规保障	(108)
9.4 社会支持保障	(109)
9.5 本章小结	(110)
第 10 章 旅游业与文化创意产业融合发展的效应分析	(111)
10.1 产业融合对旅游业的效应分析	(111)
10.2 产业融合对文化创意产业的效应分析	(112)
10.3 产业融合对旅游业和文化创意产业的共生效应分析	(113)
10.4 本章小结	(114)
第 11 章 旅游业与文化创意产业融合发展的总体思路及对策建议	(115)
11.1 旅游业与文化创意产业融合发展的总体思路	(115)

11.2 旅游业与文化创意产业融合发展的对策建议 (117)

11.3 本章小结 (125)

第 12 章 旅游业与文化创意产业融合发展的案例研究——以重庆为例 (127)

12.1 重庆旅游业与文化创意产业融合发展现状及存在的主要问题 (127)

12.2 重庆旅游业与文化创意产业融合发展的主要影响因素 (130)

12.3 重庆旅游业与文化创意产业融合发展路径 (132)

12.4 重庆文化创意旅游典型案例分析 (139)

12.5 本章小结 (146)

第 13 章 研究结论与展望 (147)

13.1 研究结论 (147)

13.2 研究不足与展望 (147)

参考文献..... (149)

第 1 章

绪 论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景与问题的提出

(1) 研究背景

进入 21 世纪,体验经济、信息经济及知识经济逐渐向纵深推进,创意经济(Creative Economy)也因其独特的创意理念、强大的融合能力和创富能力迅速崛起,跻身新经济领域,成为撬动全球经济增长的新杠杆和驱动经济转型的新引擎。

英国著名的经济学家约翰·霍金斯教授因其对于创意经济的开创性研究而享誉世界,是人们所公认的“创意产业之父”。霍金斯在其经典著作《创意经济》(Howkins, 2001)中明确指出“全世界创意经济每天创造 220 亿美元,并以 5% 的速度递增。”^[1] 美国经济学家理查德·佛罗里达教授在全球首次提出了创意阶层这一新概念,并在其代表著作《创意阶层的崛起》(Florida, 2010)中明确指出“从根本上说,当今经济属于创意经济。创意才是最重要的经济驱动力,‘知识’与‘信息’是创意的工具和材料,‘创新’是创意的产品。”^[2] 20 世纪 90 年代以来,在创意经济崛起并逐渐赢得社会公众认同的大背景下,“创意”被认为是决定经济发展的关键因素,创意产业、创意阶层、创意社区、创意城市以及创意国家等颠覆传统思维的新概念不断涌现,在某种意义上标志着创意经济时代的来临,全球创意经济步入快速发展的黄金时期。

创意经济主要以创意及文化为核心,通过跨越组织边界推动不同行业及领域的重组与合作,在此基础上获取经济收益。随着创意经济在全球范围内的迅速崛起,经济增长潜质好的文化创意产业也迎来了迅速发展机遇。文化创意产业具有强大的渗透性和辐射力,产业附加值高。

近年来,英国、美国等从本国实际出发逐渐加大其对文化创意产业发展的支持力度。创意产业这一全新概念是由英国在全球范围内率先提出的。英国政府在 1997 年正式成立了创意产业特别工作小组,1998 年则在《英国创意产业路径文件》中明确提出:“创意产业就是源于个体创造力、技能及才华,通过知识产权的生成和取用,具有创造财富并增加就业潜力的产业”,通过发展本国文化创意产业推动产业结构优化升级;美国注重以版权业带动文化

创意产业的发展;新西兰、意大利、韩国、新加坡、日本、中国等也分别推出了各具特色的文化创意产业国家发展战略,促进了文化创意产业蓬勃发展。

在创意经济崛起和文化创意产业迅速发展的大背景下,中国旅游业面临发展的新机遇和新挑战。中国经济在近年来发展较为迅速,旅游需求得到较大增长,旅游业由精英旅游阶段逐步进入大众旅游阶段。然而,由于中国传统旅游业的成长动力主要源于对自然和人文旅游资源等物质要素的“外延式”投入,而对注重非物质要素投入的“内涵式”发展则缺乏应有的重视,从而使得旅游消费过于依赖自然与环境等因素,旅游产品文化含量相对较低、创意性较差,旅游业仍处于比较粗放的发展阶段。当前,如何摆脱旅游业发展瓶颈,激发旅游业发展活力并助推旅游业转型升级是我国旅游业发展面临的巨大挑战,而创意经济发展则适时地为我国旅游业摆脱传统发展模式束缚提供了新的发展机遇。

在创意经济背景下,作为全球诸多国家和地区重点发展的战略支柱产业,旅游业与文化创意产业的融合发展成为学界及业界关注的焦点。文化创意产业很多分支与旅游业有交叉,随着两大产业融合步伐的加速,产业边界日趋模糊。近年来,旅游业与文化创意产业的融合发展得到了联合国教科文组织、世界旅游组织与欧盟旅行委员会等国际组织的高度关注。英国、美国、新西兰、意大利、韩国、日本等国亦相继制定了鼓励产业融合发展的宏观战略并付诸实施。“英国注重以文化创意和艺术为核心,加强旅游业与文化创意产业的融合发展,有效地推动了本国文化旅游、影视旅游与节庆旅游等的发展。美国注重以版权业带动旅游业与文化创意产业的融合发展,在电影、音乐、艺术等领域不断植入新的创意,进一步加强版权保护力度,推动了本国影视旅游、动漫旅游、主题公园旅游、演艺旅游及文化创意旅游特色区的快速发展。新西兰、意大利、韩国、日本等国也高度重视文化创意旅游的发展。新西兰率先在全球将‘创意旅游’付诸实践,惠灵顿、尼尔森等地区汇集了众多艺术家的创意工作室,同时还开设了创意课堂,吸引游客学习当地极富特色的传统工艺。意大利米兰的托尔托纳地区是艺术家和个人工作室汇集之地,艺术创作室、创意摄影工作室以及小型艺廊等遍布其间,是世界著名的文化创意旅游区。韩国首尔致力于打造‘世界设计之都’,并以此带动影视旅游、艺术旅游以及文化旅游的发展。日本东京是亚洲设计领先的城市之一,创意产业起步较早,为旅游业与文化创意产业的融合发展构建了良好平台。”^[3]

在全世界旅游业与文化创意产业二者融合发展的大趋势下,我国旅游业与文化创意产业融合发展不断加速,为产业结构转型升级与可持续发展提供了新的时代契机。对我国旅游业而言,与文化创意产业的融合有助于其从根本上打破传统思维的桎梏,降低旅游开发造成的资源破坏与生态失衡,以更多知识性要素推动旅游业转型升级,从而凝练旅游业创意内核,增强产业附加值,提升旅游业核心竞争力,树立国家和区域旅游新形象,促进旅游经济可持续发展。对我国文化创意产业而言,与旅游业的融合有助于其拓展新的发展空间,创建新的展示平台并延伸产业价值链条。

近年来,伴随着旅游业与文化创意产业对国民经济贡献度的不断提升,我国对两大产业的融合发展给予了高度关注,相继出台了一系列促进产业发展的扶持政策。我国第一部文化产业专项规划是国务院2009年审议通过的《文化产业振兴规划》,标志着文化产业已经成为国家战略性新兴产业。国务院2009年颁布的《国务院关于加快发展旅游业的意见》进一步明确了旅游业的国家战略性新兴产业地位,着重强调将提升文化内涵以融入旅游发展全过程,通过大力发展旅游业塑造国家整体形象,积极提升旅游业文化软实力。国务院2013年颁布的《中华人民共和国旅游法》以及《国民旅游休闲纲要》则为我国旅游业发展创造了新的契机。我国旅游业坚持“依法治旅”,积极规范旅游市场,改善旅游环境,拉动旅游消费。2013年全国旅游总收入为2.95万亿元,2014年达到3.38万亿元,旅游收入增长速度较快。与此同时,在创意经济崛起的背景下,我国也高度重视文化创意产业的发展,出台了一系列鼓励发展的政策。2011年,《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》明确指出,“推进文化产业结构调整,大力发展文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、演艺娱乐、数字内容和动漫等重点文化产业。”^[4]2012年,《文化部“十二五”文化科技发展规划》出台,将文化创意产业纳入重点工作任务及领域,为文化创意产业迅速发展奠定了良好基础。2012年,《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》出台,此计划突出反映了十七届六中全会关于文化产业发展的最新精神和发展趋势,对文化产业发展起着重要指导作用。国务院2014年颁布的《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》明确指出,要“统筹各类资源,加强协调配合,着力推进文化软件服务、建筑设计服务、专业设计服务、广告服务等文化创意和设计服务与装备制造业、消费品工业、建筑业、信息业、旅游业、农业和体育产业等重点领域融合发展。”^[5]此意见的出台有力地推动了我国旅游业与文化创意产业向深度融合。

(2) 问题的提出

目前,旅游业与文化创意产业二者的融合发展已经成为国内外学界和业界的热点研究领域。在创意经济背景下,产业融合有利于在产业边界派生出新的文化创意旅游产品与服务形式,从而满足人们不断提高的消费需求。本书从创意经济这一时代背景出发,以旅游业与文化创意产业二者的融合发展为研究基点,对产业融合机制进行理论和实证研究,对于推动产业融合向纵深发展,提高产业融合实效至关重要。

近年来,依托创意经济背景,国外学者对旅游业与文化创意产业融合发展的核心概念、模式、动因、机理、影响因素及融合路径等进行了相关研究。2000年,格雷·理查德与克里斯宾·雷蒙德两位学者率先在全球提出了创意旅游这一全新概念,引起了联合国教科文组织及世界旅游组织的高度关注。国外学者对旅游业与文化创意产业融合发展动因进行了分析,他们比较认同产业融合主要是相互渗透、交叉并融合发展的过程,产业融合发展与技术革新、政府规制放松等关系密切。同时,国外学者们还从产业融合影响因素、融合机理、融合

路径等视角对旅游业与文化创意产业的融合发展进行了理论研究和实证分析。

在借鉴国外学者相关研究成果基础上,我国学者对旅游业与文化创意产业的融合发展模式、动力机制等也进行了相关研究。厉无畏(2007)提出,文化创意旅游是一种旅游发展新模式,并从旅游产业链来分析文化创意旅游,指出“文化创意旅游有如下四个主要特征:强调创造未来文化遗产、旅游资源整合、引领旅游消费时尚潮流以及延伸旅游产业链。”^[6]周钧、冯学钢(2008)对创意旅游发展动力进行了研究,认为“创意旅游兴起的三大源动力是体验经济的风靡、创意阶层的崛起和创意旅游产品的出现。”^[7]卢云亭(2010)提出了“创意旅游农业的五种主要发展模式:理念引领型、文化传承型、资源导向型、市场引导型和产业发展型。”^[8]

国内外学者的相关研究成果为本书奠定了良好基础和条件:①国内外学者对产业融合的概念、原因、类型及发展动力进行了系统分析,指出产业融合是产业集成及创新的一种有效形式,有助于在产业边缘地带激发出全新的产品和服务方式,这为本书提供了重要的理论参考。②国内外学者对创意旅游进行了创新研究,指出传统文化旅游领域出现了重复生产与古根海姆化现象,同质化文化旅游逐渐丧失对旅游者的吸引力,并使其产生消费倦怠。为避免陷入文化的重复生产和符号生产的两难境地,应当注重研究文化旅游的“创意转向”。学者们从宏观角度论证了旅游业具有文化创意载体的属性,植入文化创意有利于旅游内涵和品位的提升,文化创意产业发展为旅游业转型升级提供了新的思路,这对本书具有重要参考价值。③国内外学者对文化创意产业发展的相关概念、理论基础、影响因素、发展动因、发展模式等进行了相关研究,为本书奠定了良好的理论基础。

目前国内外相关研究成果的不足在于,尚没有把旅游业与文化创意产业的融合发展机制作为一个重大专题来加以系统研究。2008年,全国旅游工作会议将“转型升级”和“转型增效”确定为国家层面的旅游发展战略,旅游业转型随即成为我国旅游业界与学界研究的热点问题,而近年来文化创意产业的迅速发展则为这一转型提供了新的思路和契机。可见,在创意经济大背景下,对我国旅游业与文化创意产业融合发展机制进行系统研究已经成为一个必须引起高度关注的重要课题。

1.1.2 研究意义

在创意经济背景下,旅游业与文化创意产业的融合发展是符合时代要求的必然选择。由于文化创意产业对国家经济发展的推动效应不断显现,世界各国都高度关注这一新兴产业。国外创意旅游的迅速发展对我国旅游业的转型升级提出了新的严峻挑战。近年来,旅游业和文化创意产业均成为国家重点扶持的产业。在全球创意经济迅速发展的背景下,我国旅游业与文化创意产业二者融合发展的趋势越来越明显,但由于理论及应用研究相对滞后,对二者融合发展指导有限。基于此,本书对旅游业与文化创意产业融合发展机理、影响因素、发展机制与发展对策等进行理论探讨,通过深入剖析旅游业与文化创意产业的融合发

展机制,不断丰富与拓展产业融合的理论体系,具有良好的学术价值。同时,本书对旅游业与文化创意产业融合发展机制进行深入研究,对于促进旅游业转型升级,增强旅游业竞争力,推动旅游业可持续发展具有良好的实践应用价值。

本书意义主要体现在以下三个方面:

①顺应了创意经济背景下产业融合发展的方向

在经济全球化浪潮下,人类社会逐渐迈向知识经济、信息经济、创意经济复合发展的新时代。近年来,全球产业融合发展加速,对我国产业发展提出了新的挑战。当前,中国经济发展正处于转型升级的重要时期,第三产业在国民经济中的比重不断增加。旅游业及文化创意产业都属于第三产业中的现代服务业的领域,本书以二者的融合发展机制作为研究对象,顺应了创意经济背景下产业融合发展的方向。

②充实了旅游业与文化创意产业融合发展的理论研究

目前,国内外相关研究主要集中在旅游业与文化创意产业融合发展模式、发展动因、发展机理及融合路径的理论分析上,关于产业融合发展机制的文献则较为鲜见。本书将旅游业与文化创意产业融合发展机制作为一个重大专题进行深入系统的理论研究,阐释了产业融合发展的内在机理、影响因素、发展机制及发展对策,充实了旅游业与文化创意产业融合发展的理论研究。

③拓展了旅游业与文化创意产业融合发展的案例研究

本书对重庆旅游业与文化创意产业二者的融合发展进行了系统的案例研究,深入剖析了重庆产业融合发展存在的主要问题、影响因素及发展路径,并为重庆产业融合发展提供了可资借鉴的理论和实践参考。本书拓展了旅游业与文化创意产业融合发展的案例研究。

1.1.3 核心概念界定

(1) 创意经济(Creative Economy)

2001年,英国学者约翰·霍金斯出版了《创意经济》这一划时代的学术专著,将创意经济界定为与知识产权密切相关的经济,揭示了其对于全球产业发展的重大影响。2006年,美国著名学者佛罗里达(Florida, 2006)在其所著的《创意经济》一书中指出,创意经济主要包括创意部门、制造部门及服务部门三个领域。此外,国内外众多学者也从不同角度对创意经济进行了界定。

目前,国内外学者对创意经济的界定尚无统一标准。本书对创意经济的界定主要参照霍金斯和佛罗里达的界定,即创意经济主要指与知识产权密切相关的经济,是通过对知识产权的合理运用获取收益的新经济形态。

(2) 产业融合(Industry Convergence)

近年来,国内外学者对产业融合的关注度不断提升。学者们见仁见智,从不同角度对产业融合进行了界定。欧洲委员会的绿皮书(1997)将产业融合定义为“产业联盟和合并、技

术网络平台和市场等三个角度的融合。”厉无畏(2002)认为,产业融合是新产业不断产生的动态发展过程,是产业在产业内部或者外部与其他产业通过相互延伸、渗透而最终实现产业融合。李美云(2007)则将产业融合定义为原本分立的一个或多个产业之间产业界限的消弭或模糊化,从而直接改变彼此企业之间竞合关系的过程。

在学习借鉴国内外学者相关研究基础上,本书将产业融合界定为通过产业之间的相互渗透、交叉与延伸,最终实现产业协同发展的动态过程。

(3) 旅游业(Tourism Industry)

旅游业在国际上一般被称作旅游产业。国内外学者见仁见智,从不同角度对旅游业进行了界定。由于旅游业并非单一产业,而是由多种产业所构建的产业群,其概念和范围仍存在模糊性及不确定性,因而学界至今尚未对旅游业做出统一界定。

本书从产业角度出发对旅游业进行了界定,提出旅游业主要指依托旅游资源及设施,向旅游者提供餐饮、住宿、交通、游览、购物、文娱等旅游产品及服务的行业。其中,住宿、交通、游览是旅游业最为核心的业务。

(4) 文化产业(Culture Industry)

文化产业的概念最早可追溯至1947年德国法兰克福学派代表人物霍克海默(Horkheimer)和阿道尔诺(Adorno)的专著《启蒙辩证法》。该书将文化产业界定为是为大众传播、消费而制作且按照设计结构能够批量化、模式化生产制造的工业。1993年,联合国教科文组织(UNESCO)将文化产业界定为以艺术创造表达形式及文化遗产作为基础而引发的活动和产出。2001年,联合国教科文组织发布《文化、贸易和全球化》报告,将文化产业定义为根据工业标准而进行生产、再生产、储存并分配文化产品以及服务的活动。2009年,联合国教科文组织重新制定了《2009年联合国教科文组织文化统计框架》,将文化产业划分为文化和自然遗产、设计和创意服务、表演和庆祝活动、音像和互换媒体、视觉艺术和手工艺、旅游业、书籍和报刊、体育和娱乐八大类别。

2003年,文化部颁布《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》,此意见将文化产业界定为主要从事文化产品生产及提供文化服务的经营性行业。2004年,国家统计局颁布《文化及相关产业分类》,明确指出“文化产业是为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动,以及与这些活动有关联的活动的集合,主要包含九方面内容:新闻服务,出版发行和版权服务,广播、电视、电影服务,网络文化服务,文化休闲娱乐服务,文化艺术服务,文化用品、设备及相关文化产品的生产,文化用品、设备及相关文化产品的销售以及其他文化服务。”2012年,国家统计局在《文化及相关产业分类(2012)》中将文化产业定义为向社会公众提供丰富的文化产品及其相关产品的生产活动的集合。

通过上述关于文化产业的界定可知,国内外学者对文化产业的界定尚无统一标准,但大都强调文化产品与服务的工业化、标准化、大众化及服务性。本书对文化产业做出的界定主

要参照和借鉴国家统计局的《文化及相关产业分类(2012)》。

(5) 文化创意产业(Cultural and Creative Industries)

文化创意产业在世界各国的名称和定义有所不同,又被称作文化产业、内容产业、创意产业或创意知识产业。国内外学者从不同角度出发对文化创意产业进行了界定,目前学术界尚未给出确切而统一的文化创意产业概念。

创意产业概念最早由英国政府明确提出。1998年,英国工党政府的创意产业工作组在《创意产业路径文件》中第一次提出“创意产业”概念,并在随后发布的《创意产业专题报告》中将创意产业界定为:源于个人创造性、技能和才干,通过开发运用知识产权,具有创造财富与增加就业潜力的产业。联合国教科文组织对文化创意产业做出如下界定:“依靠创意人的智慧、技能与天赋,借助高科技对文化资源进行创造和提升,通过知识产权的开发及运用,产生出高附加值产品,具有创造财富与就业潜力的产业。”^[9]英国著名经济学家霍金斯(Howkins,2001)把创意产业界定为:知识产权法的每一部分相对应的产业,所有这些产业的总和组成了创意产业。美国哈佛大学著名经济学家凯夫斯(Caves,2004)从文化经济学视角将创意产业界定为“提供具有广义文化、艺术或仅仅是娱乐价值的产品与服务的产业。”^[10]中国学者金元浦(2007)将文化创意产业界定为“以创意为核心,向大众提供文化、艺术、精神、心理、娱乐产品的新兴产业。是在全球化条件下,以消费时代人们的精神文化娱乐需求为基础,以高科技技术手段为支撑,以网络等新传播方式为主导,以文化艺术与经济的全面结合为自身特征的跨国跨行业跨部门跨领域重组或创建的新型产业集群。”^[11]

综合考虑国内外学者的观点,本书将文化创意产业界定为在创意经济背景下,所有因创意驱动而得以发展的产业,其核心和关键在于创意与创新。

(6) 创意旅游(Creative Tourism)

国外学者理查德和雷德蒙在2000年首次提出创意旅游的概念,主要从激发游客互动参与的积极性以及提升游客体验角度阐明其内涵,指出创意旅游有助于旅游者在参观游览过程中积极主动融入旅游目的地国家及社区的文化,从而获得旅游目的地文化氛围的深度体验。创意旅游新西兰、创意城市网络以及创意旅游联盟等也从不同角度对创意旅游进行了界定,进一步强调了创意旅游赋予游客的独特体验。国内学者厉无畏(2007)从产业角度出发对创意旅游进行了界定,提出创意旅游是一种发展模式,是用创意产业的思维方式及发展模式对旅游资源进行有机整合,在此基础上打造全新文化创意旅游产品,延伸旅游产业链。此外,冯学钢、周钧、赵玉宗等也对创意旅游进行了阐释,指出创意旅游是有利于产业发展的模式创新。

本书在借鉴国内外学者关于创意旅游的相关界定基础上,对创意旅游这一概念进行了解构,凝练出“文化”“创意”“文化创意产业”“旅游”等关键词,并将创意旅游定义为旅游业与文化创意产业有机融合发展的新型旅游业态,注重将文化创意元素植入旅游活动各个环

节,为游客提供影视旅游、动漫旅游等丰富产品业态,使其获得丰富多元的深度文化创意体验。

1.2 研究目的和内容

1.2.1 研究目的

本书在系统分析国内外有关旅游业与文化创意产业融合发展的实践与理论基础,针对创意经济大背景下我国旅游业及文化创意产业融合发展的机制进行理论分析与案例研究,阐明创意经济理论、产业融合理论、价值链理论等基础理论,系统整理并分析国内外相关文献;阐释旅游业及文化创意产业融合发展的现状与主要问题;剖析产业融合的内在机理,构建产业融合动力机制、运行机制、创新机制与保障机制;提出我国旅游业与文化创意产业融合发展的总体思路与对策建议,并对重庆旅游业及文化创意产业的融合发展进行深度案例研究。

1.2.2 研究内容

本书主要对创意经济背景下旅游业及文化创意产业的融合发展机制进行深入研究。在阐明产业融合发展基础理论以及系统梳理国内外相关文献基础上,对旅游业与文化创意产业的融合发展现状、影响因素、内在机理、发展机制、发展思路及对策等进行理论及实证研究。本书共计 13 章,具体内容如下:

第 1 章:绪论。本章主要介绍本书背景和意义,明确研究目的及内容,提出研究思路、方法及逻辑框架,最后阐述研究特色与创新之处。

第 2 章:相关基础理论与文献综述。本章对创意经济理论、产业融合理论、产业集群理论、价值链理论以及旅游系统功能理论等基础理论进行分析,并对文化创意产业及文化创意旅游的相关文献进行综述。通过对已有国内外相关基础理论及文献的系统梳理,进一步明确研究的问题。

第 3 章:国外旅游业与文化创意产业融合发展的借鉴及启示。本章对国外旅游业及文化创意产业的融合发展进行了概述,分析了英国、美国、新西兰和韩国等国家产业融合发展的先进经验,揭示了其借鉴意义与启示作用。

第 4 章:国内旅游业与文化创意产业融合发展现状及主要问题。本章在阐释我国旅游业及文化创意产业融合发展现状的基础上,根据波特的“钻石模型”,从生产要素条件、需求条件、企业战略结构与竞争、支持性产业与相关产业、政府以及机遇等六个要素分析了我国旅游业及文化创意产业融合发展对产业竞争力的作用,揭示了当前我国旅游业及文化创意产业融合发展面临的主要问题。

第 5 章:旅游业与文化创意产业融合发展的内在机理。本章主要从根本动因、演进过程以及互动功能三个方面系统分析旅游业及文化创意产业融合发展的内在机理。

第 6 章:旅游业与文化创意产业融合发展的动力机制。本章主要从政府引导力、需求拉

动力、供给推动力、融合保障力、环境整合力五个方面研究产业融合发展的动力机制。

第7章:旅游业与文化创意产业融合发展的运行机制。本章从技术融合、产品融合、业务融合和市场融合四个方面建构了旅游业及文化创意产业融合发展的运行机制,为旅游业与文化创意产业的深度融合提供必需的机制保障。

第8章:旅游业与文化创意产业融合发展的创新机制。本章主要从组织管理创新、融合要素创新、融合模式创新以及融合业态创新四个方面分析了产业融合发展的创新机制。

第9章:旅游业与文化创意产业融合发展的保障机制。本章主要从组织制度、要素投入、政策法规和社会支持四个方面构建及优化旅游业与文化创意产业融合发展保障机制。

第10章:旅游业与文化创意产业融合发展的效应分析。本章主要阐释和分析产业融合对旅游业的效应、产业融合对文化创意产业的效应以及对两者的共生效应。

第11章:旅游业与文化创意产业融合发展的总体思路及对策建议。本章在阐释中国旅游业与文化创意产业融合发展总体思路基础上,从政府层面、企业层面、市场需求层面、产业发展层面、中介服务层面和社会环境层面提出产业融合发展的具体对策建议。

第12章:旅游业与文化创意产业融合发展的案例研究——以重庆为例。本章阐明了重庆旅游业及文化创意产业融合发展现状和存在的主要问题,揭示了产业融合发展的影响因素,进而提出重庆产业融合发展的主要路径。

第13章:研究结论与展望。本章对研究成果进行理论提炼和总结,得出研究结论,提出研究不足并对后续研究进行了展望。

1.3 研究思路、方法和逻辑框架

1.3.1 研究思路

旅游业与文化创意产业的融合发展涉及因素众多,研究难度较大。本书深入系统研究旅游业与文化创意产业的融合发展机制,研究思路如下:首先,分析产业融合相关基础理论,系统梳理国内外研究文献;其次,分析国内外旅游业及文化创意产业的融合发展现状与主要问题;再次,揭示旅游业与文化创意产业融合发展的内在机理,并从动力机制、运行机制、创新机制和保障机制四方面研究旅游业及文化创意产业融合发展机制,探讨融合发展效应;第四,提出我国旅游业及文化创意产业融合发展的总体思路及对策建议,并以重庆为例进行深度案例研究;最后,提出本书结论,指明研究不足并对后续研究进行了展望。

1.3.2 研究方法

本书学科交叉性较强,综合应用了产业融合理论、价值链理论、旅游系统功能理论等经济学和管理学的方法进行研究,研究方法严谨规范。下面重点对本书所要采用的几种主要研究方法及其应用思路进行说明。

(1)文献研究法。通过网络、书籍、期刊、报纸等途径搜集、研读并系统梳理国内外旅游