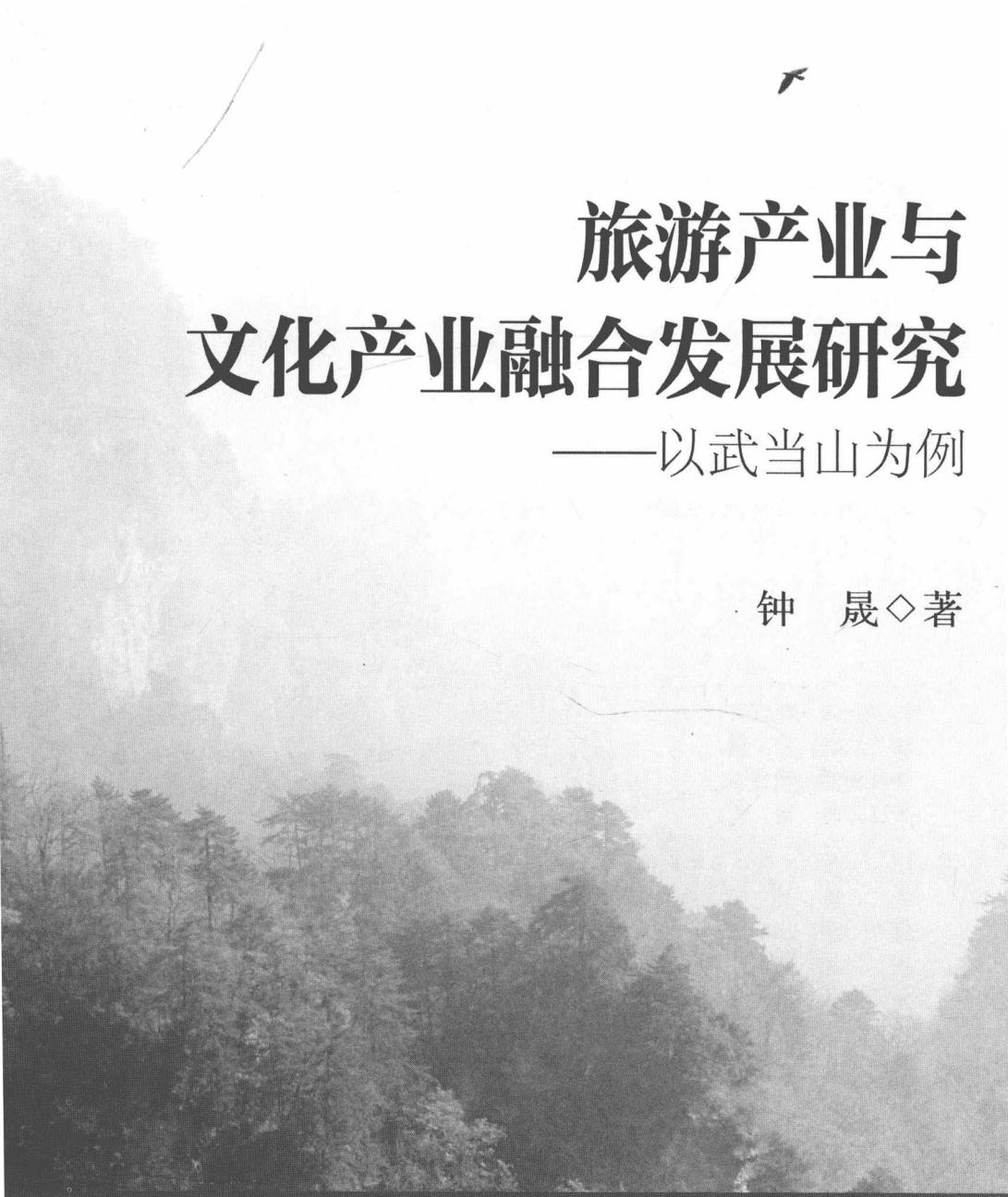




旅游产业与 文化产业融合发展研究

——以武当山为例

钟 晟◇著



旅游产业与 文化产业融合发展研究

——以武当山为例

钟 晟◇著

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游产业与文化产业融合发展研究：以武当山为例/钟晟著. —北京：
中国社会科学出版社，2015. 5
ISBN 978 - 7 - 5161 - 6210 - 1

I. ①旅… II. ①钟… III. ①旅游业发展—研究—湖北省 ②文化
产业—产业发展—研究—湖北省 IV. ①F592. 763 ②G127. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 117564 号

出版人	赵剑波
责任编辑	王 曦
责任校对	周晓东
责任印制	戴 宽
出 版	中国社会科学出版社
社 址	北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编	100720
网 址	http: //www. csspw. cn
发 行 部	010 - 84083685
门 市 部	010 - 84029450
经 销	新华书店及其他书店
印 刷	北京君升印刷有限公司
装 订	廊坊市广阳区广增装订厂
版 次	2015 年 5 月第 1 版
印 次	2015 年 5 月第 1 次印刷
开 本	710 × 1000 1/16
印 张	12. 75
插 页	2
字 数	218 千字
定 价	42. 00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社发行部联系调换
电话：010 - 84083683
版权所有 侵权必究

序

古人云，“读万卷书，行万里路”，现代人也常说，“身体与心灵，必须有一个在路上”，可谓文化与旅游是影响一个人身心健康与幸福水平的重要生活方式。文化与旅游作为一个产业近年来发展迅速，已经成为国民经济体系中的重要支柱产业，不管是对人类文明的传承与发展，还是对个人的修养与成长，都起到了非常积极的促进作用。

本书作者钟晟博士热爱文化，钟情山水，足迹遍及中华大地、东南亚和南非的名山胜水，亲身体验文化旅游生活要义。他从作为本科学生开始，到博士毕业后留校进入武汉大学国家文化创新研究中心工作，历经十余年寒暑，一直专注于文化旅游领域问题的探研。在此期间，钟晟博士承担了数十项文化旅游的规划设计与研究项目，撰写了十余篇学术论文，为我国多个地区文化旅游产业的发展和文化旅游产业的研究洒下了辛勤的汗水，贡献了创新智慧，积累了大量的实践经验和理论成果。

因此，钟晟博士选择“旅游产业与文化产业融合发展”为主题，多年来进行孜孜不倦的探索，可谓不忘初心，研有所长，成就了这部学术专著。文化旅游产业的研究意义深远，希望钟晟博士能够继续坚定自己的研究方向，充分汲取各相关学科的营养，为将自己热爱的文化旅游产业发展成为美丽中国及人民群众的幸福产业，做出更大的贡献。

是为序。

张薇

武汉大学城市设计学院教授
武汉大学景园规划设计研究院院长

2015年6月

内容简介

本书在我国大力发展文化产业，促进文化大发展、大繁荣的背景下，以文化意象为基础，以世界文化遗产地武当山为案例，对旅游产业与文化产业融合发展的理论与实践问题进行研究。

旅游产业与文化产业融合发展是近年来在国内外旅游产业发展实践中逐渐产生的一种产业融合现象，旅游产业与文化产业结合产生的各种新兴产业业态和产品形态层出不穷，如创意旅游、旅游演艺、会展节事、影视旅游、创意聚落、博物馆旅游、主题公园等，也不断受到国内外学术界的关注。本书在对国内外旅游产业与文化产业融合发展研究综述的基础上，发现目前学术界主要关注了旅游产业与文化产业融合所形成的单种产业业态或产品形态，但对旅游产业与文化产业之间相互融合的理论基础、内在机理、形成路径与发展模式等方面的研究还十分缺乏，几乎没有对两大产业融合发展的系统理论研究，因而本书以文化意象为基础，对旅游产业与文化产业融合发展在理论、实证与实践三个层面进行全方位的系统研究。旅游产业与文化产业融合发展涉及的相关理论基础包括文化概念及其相关理论、意象及旅游地意象理论、文化旅游理论、文化产业理论和产业融合理论，本书依次对以上理论和概念进行了详细的总结和梳理，为本书研究奠定了清晰而又坚实的理论基石。

旅游产业与文化产业能够在产业层面融合发展，其基础在于旅游地文化意象。本书通过对文化理论和旅游地意象理论进行总结梳理，根据旅游目的地的旅游产业特性和文化特性，提出旅游地文化意象（TDCI）的概念内涵和维度，旅游地文化意象是旅游者对旅游目的地所产生的文化印象、认知和情感所组成的综合心理构念。旅游地文化意象的外在环境包括自然环境、社会环境和旅游环境，其内在构成包括物态文化、行为文化、制度文化和心态文化，其形成过程包括文化展示、文化体验和文化传播三个阶段。旅游地文化意象对旅游目的地作用主要包括提升旅游地产品品

位、营造旅游地文化氛围和传播旅游地文化形象三个方面。

基于旅游地文化意象,本书继续对旅游产业与文化产业融合发展的路径进行研究。旅游产业与文化产业都以文化意象作为基础和内核,决定了两者之间具有深刻的内在耦合性,也是其能够融合发展的内在机理。旅游产业与文化产业融合发展的基础是文化意象,以此为条件构建出两者融合发展的理论模型和技术路径。旅游产业与文化产业融合发展的最终目标是形成区域文化旅游产业集群,由旅游产业体系、文化产业体系和关联产业体系组成。本书同时归纳了我国旅游产业和文化产业融合发展的三个历程,解析文化旅游产业集群的典型企业案例,对前文提出的理论模型和技术路径进行印证。最后,文化旅游产业集群对区域发展有重要作用,主要体现在重塑区域品牌形象,形成区域新增长极,实现区域增长方式转型和可持续增长等方面。

在构建旅游地文化意象概念和旅游产业与文化产业融合发展路径模型的基础上,本书以武当山为案例,对武当山旅游地文化意象进行实证研究。对武当山旅游地文化意象考察主要采用文献研究法、文本分析法和统计分析法等方法,力求使定性研究与实证研究相结合,文本分析与数理分析相统一。通过搜集整理武当山的各种历史文献和当代资料,本书首先对武当山的自然地理、自然景观、文化遗产、旅游资源分类及旅游产业发展现状等进行了全面的梳理。其次,采用博客文本分析的方法,从旅游者真实体验的角度对武当山的旅游地文化意象进行了考察。再次,本书通过对武当山旅游者的 226 份问卷调查数据进行样本统计分析、描述性统计分析、样本体验差异分析、探索性因子分析(EFA)、验证性因子分析(CFA)和多元回归分析,对武当山的旅游地文化意象进行了定量分析和研究。最后,本书归纳出武当山的整体旅游地文化意象,其文化核心是体现天人和谐、社会和谐和身心和谐的太和 culture,其旅游地文化意象是以“太和”为核心精髓,依托自然环境、社会环境和旅游环境,由“太和武当”衍生出的各种物态文化、行为文化、制度文化和心态文化层面,由武当建筑、武当武术、武当太极、武当道教、武当音乐、武当医药、武当养生等文化元素组成。

在实践层面上,本书结合理论、实证与实际情况,提出了武当山区域旅游产业与文化产业融合发展的路径。首先,武当山应对自然生态系统、文化生态系统和社会关系系统所组成的旅游环境的和谐态进行维护,这是

保护与塑造武当山旅游地文化意象，旅游产业与文化产业融合发展的基础与前提。其次，本书对武当山区域文化旅游产业集群的构建提出了设想，对其设计了“一体两仪三区”的总体空间布局，对文化旅游产业集群中的旅游产业体系、文化产业体系和关联产业体系分别制订了详细的发展思路和策略。最后，武当山区域文化旅游产业集群发展能够升华武当山文化意象，引领区域转型发展，提升湖北文化旅游品牌；能够凝练中华文化灵魂，建构全球华人精神家园；能够形成长江文明支点，体现人类文明发展价值。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 选题缘起与研究意义	1
一 选题缘起	1
二 问题提出	3
三 研究意义	3
第二节 旅游产业与文化产业融合发展研究评述	4
一 国外相关研究	4
二 国内相关研究	9
三 研究评述	13
第三节 研究的思路、方法、难点与创新点	14
一 研究思路与技术路线	14
二 研究范式与研究方法	15
三 研究的重点与难点	17
第二章 相关理论基础	19
第一节 文化及其相关概念探析	19
一 文化：一个深广的概念	19
二 文化的层级结构	23
第二节 意象及旅游地意象理论	25
一 何为“意象”	25
二 旅游目的地意象	27
第三节 旅游产业及旅游相关理论	32
一 旅游产业	32
二 文化旅游	33

三	旅游体验	34
四	旅游规划	35
第四节	文化产业理论	36
一	文化产业的定义和范畴	36
二	文化产业发展与振兴	40
三	文化产业与相关产业的融合发展	42
第五节	产业融合理论	43
一	产业融合的概念	43
二	产业融合的过程	44
三	产业集群	44
第三章	旅游地文化意象概念结构	46
第一节	旅游地文化意象概念	46
一	旅游地文化意象概念内涵	46
二	旅游地文化意象概念维度	47
第二节	旅游地文化意象的结构与形成过程	48
一	旅游地文化意象的依托环境	48
二	旅游地文化意象的显现层次	50
三	旅游地文化意象形成阶段	53
第三节	旅游地文化意象的功能	56
一	提升旅游地产品品位	56
二	营造旅游地文化氛围	56
三	传播旅游地文化形象	57
第四章	旅游产业与文化产业融合发展理论与实践	59
第一节	文化意象：旅游产业与文化产业融合的基础	59
一	文化意象保护：旅游产业与文化产业发展的前提	59
二	文化意象价值：旅游产业与文化产业耦合的纽带	61
三	文化意象创意：旅游产业与文化产业融合的灵魂	65
第二节	旅游产业与文化产业融合发展理论模型与技术路径	68
一	旅游产业与文化产业边界与融合发展理论模型	68
二	旅游产业与文化产业融合发展技术路径	71

第三节	旅游产业与文化产业融合发展阶段	72
一	旅游产业与文化产业融合发展历程	72
二	以文化为基础的旅游产品开发阶段	73
三	文化产业与旅游产业联动发展阶段	76
四	带动关联产业形成产业集群阶段	79
第四节	文化旅游产业集群案例解析	83
一	成都文旅集团产业集群	83
二	深圳华侨城集团产业集群	85
三	案例解析:挖掘文化意象或创造文化意象	85
四	文化旅游产业集群构建模式	87
第五节	文化旅游产业集群对区域发展的作用	89
一	重塑区域品牌形象	89
二	形成区域新增长极	89
三	实现区域增长方式转型	90
第五章	武当山旅游地文化意象实证分析	91
第一节	武当山文化旅游资源和产业发展现状解析	91
一	自然地理	91
二	自然景观	92
三	文化遗产	92
四	武当山旅游资源分类	97
五	武当山文化旅游产业发展现状	100
第二节	旅游地文化意象实证研究方法	102
一	文献研究法	102
二	文本分析法	102
三	统计分析法	103
第三节	武当山旅游者博客文本分析	103
一	文本研究方法	103
二	博客样本选择	103
三	文本分析过程	104
四	文本分析结果讨论	108
第四节	武当山旅游地文化意象问卷统计分析	110

一	研究问题与问卷设计	110
二	问卷调查实施过程	112
三	调查样本统计分析	113
四	描述性统计分析	116
五	样本体验差异分析	119
六	探索性因子分析 (EFA)	120
七	验证性因子分析 (CFA)	129
八	多元回归分析	136
九	问卷调查分析结果讨论	137
第五节	武当山旅游地文化意象特征与核心价值	139
一	武当山旅游地文化意象特征	139
二	武当山文化意象核心价值	140
第六章	武当山旅游产业与文化产业融合发展思路	143
第一节	文化意象保护：维护武当山文化旅游环境和谐态	143
一	旅游环境和谐态	143
二	武当山旅游环境和谐态建设	147
第二节	文化意象利用：构建武当山区域文化旅游产业集群	148
一	文化旅游产业集群和空间布局	149
二	旅游产业体系发展思路	150
三	文化产业体系发展思路	155
四	关联产业体系发展思路	156
第三节	文化意象升华：武当山区域文化旅游产业品牌提升	160
一	引领区域转型发展，提升湖北文化旅游品牌	160
二	凝练中华文化灵魂，构建全球华人精神家园	163
三	形成长江文明支点，体现人类文明发展价值	163
第七章	结论与展望	165
第一节	研究结论	165
第二节	研究展望	166

参考文献·····	168
一 中文部分·····	168
二 英文部分·····	172
三 日文部分·····	180
附录·····	181
附录1 武当山旅游者博客样本 ·····	181
附录2 武当山旅游地文化意象问卷调查 ·····	183
后记·····	185

图目录

图 1-1	旅游驱动因素的时间转变	6
图 1-2	创意旅游学术定义的转变	6
图 1-3	创意旅游模式	7
图 1-4	研究技术路线图	16
图 2-1	“文”和“化”的字形演变	20
图 2-2	文化结构层级图	24
图 2-3	目的地意象形成模型	29
图 2-4	本书所界定的旅游产业组成部门	33
图 2-5	旅游体验 4E 模型	34
图 2-6	本书所界定的文化产业组成部门	37
图 2-7	创意产业内涵	38
图 2-8	产业融合过程	44
图 3-1	旅游目的地文化意象概念维度	47
图 3-2	旅游地文化意象外部依托环境	50
图 3-3	旅游地文化意象显现层次	52
图 3-4	文化意象形成过程	55
图 3-5	世界部分旅游国家(地区)的旅游形象标识	58
图 4-1	世界遗产与非物质文化遗产标识	60
图 4-2	旅游产业和文化产业发展的内在耦合性	62
图 4-3	旅游产业边界示意图	68
图 4-4	文化产业边界示意图	69
图 4-5	旅游产业与文化产业融合理论模型	70
图 4-6	旅游产业与文化产业融合发展技术路径	71
图 4-7	甘肃省高台县葡萄酒产业“文旅 农一体化”的集群体系	81

图 4-8	成都文旅集团文化旅游产业集群项目体系	84
图 4-9	深圳华侨城集团文化旅游产业集群项目体系	86
图 5-1	武当山植物垂直分布状况	93
图 5-2	武当山总游客接待量统计图	101
图 5-3	武当山总收入统计图	102
图 5-4	武当山旅游博客文本语义关系图	107
图 5-5	旅游者到访景点个数分布折线图	115
图 5-6	武当山主要景点游客到访率分布图	116
图 5-7	武当山旅游地文化意象感知题项平均得分	118
图 5-8	公因子特征值分布碎石图	127
图 5-9	验证性因子分析模型	130
图 5-10	验证性因子分析路径关系图	135
图 5-11	多元回归分析结果图	137
图 5-12	武当山旅游地文化意象	140
图 6-1	武当山旅游环境和谐态平面示意图	146
图 6-2	武当山旅游环境和谐态立体示意图	146
图 6-3	武当山区域文化旅游产业集群建设结构图	149
图 6-4	武当山区域文化旅游产业总体空间布局	151
图 6-5	武当山区域山水城一体化发展格局	152
图 6-6	武当山交通区位图	153
图 6-7	武当山旅游商品现状	154
图 6-8	马来西亚马六甲市武当山玄天宫	159
图 6-9	十堰市所处的鄂西北地区经济区位	161
图 6-10	“灵秀湖北”标识	162

表目录

表 1-1 国内“旅游产业与文化产业融合”相关 研究文献分布情况	10
表 2-1 不同学派对文化的定义	21
表 2-2 不同学者对“意象”的定义	28
表 2-3 历史街区旅游体验 6E 模型	35
表 2-4 文化产业和创意产业的区别	39
表 2-5 美国版权产业体系	40
表 4-1 文化旅游产业集群的发展阶段	73
表 4-2 旅游产业六大产品板块的发展历程	73
表 4-3 我国部分成功的旅游演艺项目	77
表 4-4 文化旅游产业集群对文化意象的利用案例解析	87
表 5-1 武当山胜景名录	94
表 5-2 武当山现存主要古建筑	95
表 5-3 武当山旅游资源分类一览表	97
表 5-4 武当山旅游发展状况统计	101
表 5-5 武当山博客日志高频词词频与内容分析	104
表 5-6 调查样本人口统计学特征	113
表 5-7 调查样本到访武当山特征	114
表 5-8 旅游者到访景点个数分布表	114
表 5-9 武当山主要景点游客到访状况表	115
表 5-10 描述性统计分析表	117
表 5-11 武当山旅游地文化意象体验度样本 差异的 ANOVA 方差分析	119
表 5-12 第一次因子分析 KMO 和 Bartlett 的检验	120
表 5-13 第一次因子分析总体方差分解表	121

表 5-14	第一次旋转前的因子成分矩阵	121
表 5-15	第一次旋转后的因子萃取结果	122
表 5-16	第二次因子分析 KMO 和 Bartlett 的检验	124
表 5-17	第二次因子分析总体方差分解表	124
表 5-18	第二次旋转后的因子萃取结果	125
表 5-19	第三次因子分析 KMO 和 Bartlett 的检验	126
表 5-20	第三次因子分析总体方差分解表	126
表 5-21	第三次旋转后的因子萃取结果	127
表 5-22	萃取因子命名	128
表 5-23	各因子信度检验值	129
表 5-24	各因子平均得分	129
表 5-25	验证性因子分析模型中的因子和变量表	130
表 5-26	观测变量的标准化回归系数表	131
表 5-27	因子间标准化相关系数表	132
表 5-28	测量误差违反估计检验	132
表 5-29	变量指标权重值	133
表 5-30	变量指标权重值	133
表 5-31	模型的卡方值检验表	134
表 5-32	基准线比较估计值表	134
表 5-33	简约调整后的测量值表	134
表 5-34	因子对武当山旅游地文化意象体验度的回归结果	136
表 5-35	因子对武当山旅游满意度的回归结果	136
表 5-36	武当山旅游地文化意象体验度对旅游满意度的 回归结果	136
表 6-1	十堰市产业结构 (2009—2012 年)	161

第一章 绪论

第一节 选题缘起与研究意义

一 选题缘起

2011年中国共产党第十七届六中全会提出大力发展文化产业，继承和弘扬优秀传统文化，全面提高我国的文化话语权和竞争力，增强中华文化的国际影响力，建设中华民族共有精神家园；同时，还指出“要推动文化产业与旅游、体育、信息、物流、建筑等产业融合发展”，“要积极发展文化旅游，发挥旅游对文化消费的促进作用”。2012年党的十八大也提出，要扎实推进社会主义文化强国建设，在建设文化强国的伟大历史进程中，要“大力发展文化产业，实施重大文化产业项目带动战略，加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设，培育文化产业基地和区域性特色文化产业群建设，培育文化产业骨干企业和战略投资者，繁荣文化市场，增强国际竞争力”。因而，在目前环境下从文化意象的视角探讨旅游产业与文化产业的融合发展问题具有非常重要的理论价值与现实意义。

（一）文化的重要性

文化对一个国家和民族的凝聚力和竞争力的形成有着至关重要的作用，在经济全球化时代，人员、信息与货物跨国流动，利用各种精神文化资源实现人们的身份认同、文化认同和国家认同日益成为现代民族国家的核心利益所在（韩震，2010）。在21世纪世界大国的竞争中，文化竞争将起到越来越关键的作用，德国学者约瑟夫·杰弗指出：“美国文化，不管是阳春白雪还是下里巴人，其传播的力量与当时的罗马帝国不相上下——且颇有新意。罗马及苏联的文化影响止于其军事力量的尽头，但美国的软力量统治着一个日不落的帝国。”（杨明辉，2006）国家的强大，