

基于乡村文化复兴的旅游经济发展与乡村振兴途径探讨

■ 张立志

(东营市文化和旅游局, 山东 东营, 257000)

一、引言

基于乡村文化复兴的旅游经济是根据当地的地域特色和民俗文化特色而开创的集旅游、休闲、疗养为一体的新型旅游项目的经济。游客在感受传统乡村文化的同时,可以参与采摘、耕种等农耕项目,也可以在自然环境下,放松身心、消除疲惫。要实现上述目标,相关部门在全面推进乡村振兴的过程中,要牢牢抓住文化复兴的机遇,结合当地的文化与民俗特色,寻找适合与旅游经济结合的文化内容,为当地经济发展提供助力。另外,相关部门也要重视文化创意发展,从科教兴国的角度,全方位多角度地推动农村经济的发展,进而为农村的长期发展奠定坚实的基础。

二、基于乡村文化复兴的旅游经济发展存在的问题

(一) 缺少地域特色

以往,除了独具特色的历史或文化古镇外,我国大部分乡村在形式上几乎雷同。这在一定程度上导致基于乡村文化复兴的旅游经济发展形式多有雷同,进而导致旅游项目缺少新意及文化底蕴。自改革开放以来,我国部分农村地区由于地域、民俗文化等的不同,形成了自身独特的地域文化特色。这在一定程度上有利于乡村文化复兴之下的旅游经济的发展。对于缺乏传统文化底蕴的乡村,在发展基于乡村文化复兴的旅游经济时,相关地区首先需要深入挖掘其乡土特色,再基于其特色进行适当改造,使当地发挥地域特色,再以此为基础发展基于乡村文化复兴的旅游经济。

(二) 基础建设不完善

我国大部分乡村存在基础建设不够完善的问题。相较于乡村,城市有更好的生活环境、更高的教育质量、更丰富的业余生活体验。而这也是乡村人才流失的主要原因。为此,我国对乡村加大了建设力度,各地政府也开始加强乡村基建,基于乡村文化复兴的旅游经济是践行这一方针的具体措施。在这一过程中,各地可通过旅游产业来招商引资,进行基础建设。这些建设不仅能惠及本地居民,提

高当地居民生活质量,吸引乡村居民返乡,还能为当地旅游产业的发展提供坚实基础,且旅游盈利也可用于乡村的现代化建设,可谓是一举多得。

(三) 服务质量参差不齐

目前,我国旅游行业的服务意识还较为传统,低价竞争、赚快钱等思想还普遍存在。同时,大部分旅游行业的服务意识较低,服务人员素质偏低。这就导致游客在旅行过程中的服务体验较差,导致游客对新型旅游产业较为抵触。在这种情况下,各地如若想在基于文化复兴的旅游经济中成为行业榜样,使乡村旅游产业持续发展下去,就必须从改善服务态度、提高服务质量、完善服务条例、明确服务内容入手,对工作人员定期进行服务培训和考核。总之,优质的服务是吸引游客再次光临的前提条件,也是乡村旅游经济得以发展的基础。

(四) 过于急功近利

旅游产业的建设是庞大的工程,前期需投入大量的资金,因此旅游行业存在着急功近利的问题。这一问题往往会导致各地在旅游经济发展初期将大量资金投入获利项目,或将资金需求极大的项目成本分摊给日常消费产品。这就导致旅游区的消费品价格过于昂贵,给游客造成了不好的旅游体验,使当地旅游品牌前期口碑崩塌,后期无人问津。反之,如果消费品价格设定过低,就会导致当地无法获得赢利点,也会影响其旅游经济收益和后续发展。因此,地方政府应当给予部分重点项目一定补助,使地方旅游产业在合理定价的情况下,能给游客提供一些优惠,例如赠品、优惠券等,以吸引游客前来游玩,打造良好的口碑和品牌价值。

三、文化元素下乡旅游经济发展存在的问题

(一) 深度挖掘独特的文化元素

首先许多地区在发展基于乡村文化复兴的旅游经济时,为了快速建立产业构架及获得盈利,往往不重视对当地文化的挖掘,甚至很多时候会采用不符合当地文化特色的文化内容,一味地追赶潮流,导致当地在旅游经济发展初期无法形成鲜明的

景区特色，进而不能长期吸引游客，导致当地旅游产业的续航能力不足。其次，地区在旅游经济的发展过程中，因为缺乏独特的文化特色，所以在后期无法可持续性地推进相关产业的发展。以迪士尼为例，其所有的动漫人物都是在人物设计及外形打磨的基础上形成的，因此其动漫人物才充满鲜活的生命力，这也是迪士尼经久不衰的重要原因。为此，各地在将文化元素融入旅游经济时，也要借鉴迪士尼的经验，深度挖掘当地特色文化元素。

（二）未打造独特的旅游文化元素

相较于发达国家，我国的文化产业起步较晚，并且到目前为止，我国未能建立一个完善的监管机制，加上网络科技的发达，抄袭模仿事件层出不穷。在这种情况下，许多企业为了降低成本，盲目追逐社会热点，一味地采用“拿来主义”，照搬好的文化产品和文化创意。这不但是对当地独特文化的轻视，还是当地无法进行文化创意的原因。为此，相关产业的负责人应该以认真谨慎的态度对待知识产权，雇佣专业人士开展文化相关事宜工作，杜绝模仿抄袭照搬等行为，实打实地基于我们的土地、人民、文化、历史，复兴与发展文化产业，这样当地的旅游产业才能实现长久发展。

（三）未加强基于旅游产业上的文化创新

近年来，文化创新是在我国提倡保护、传承及发扬传统文化下的一种“国潮热”。基于这种理念，我国也诞生了许多具有创意和艺术性的文化创新产品。例如，故宫博物院基于故宫文化创作的一系列文创产品就获得了巨大的经济收益。但是各地在发展基于乡村文化复兴的旅游经济时，文化创新程度还远远不够，甚至一些地区并没有针对这一块形成完善的产业链。这就导致文化内容陈旧过时、与现代社会的审美观与价值观存在一定距离，无法使当下的年轻游客产生共鸣，更无法得到游客的青睐。

（四）旅游项目宣传方式较为落后

近年来，融媒体盛行，传统的宣传方式已经无法满足当下信息爆炸时代的需求，不够新颖的宣传内容更无法得到游客的关注。然而，许多乡村景区在宣传中仍依赖传统的政府宣传，并且，宣传内容较为陈旧，很难起到良好的宣传与推广效果。因此，相关产业应当创新宣传策略，突出文化特色，制作优秀精美的宣传内容，并通过多平台，如电视、网络、线下等进行宣传推广，扩大广告的覆盖面，吸引更多游客的关注。

四、基于乡村文化复兴的旅游经济发展路径

（一）保留“乡土”特色，推动旅游产品有效供给

旅游产品一定要具有特色和优势，这样，旅游产品在质量保证的情况下，才能有效吸引消费者的目光。而对乡村建设来说，高品质、高效益旅游产品也是推动其可持续性发展的重要动力之一。因此，各地在开展基于乡村文化复兴的旅游经济规划时，要从文化特色入手，保留乡土气息，以推动相关旅游产业链的发展。

1、做好文化资源开发工作

乡村文化涵盖三个方面，即民俗艺术文化、乡土文化及农耕文化。其中，民俗艺术文化和乡土文化具有浓厚的艺术性，能被转变为艺术表达形式。例如，剪纸工艺、民俗文化演出和节庆演出等。因此，各地需要将这些文化资源融入旅游推广中，保护传统文化的同时，给游客带来艺术享受与欢乐。

2. 做好品牌建设工作

品牌的建设不但有利于将地方文化特色展现给游客，创造一个好口碑，而且也有助于乡村旅游经济的可持续发展。品牌建设的过程可以提高乡村旅游的内涵与质量，也会形成品牌效应。例如，一提到冬季的乡村，人们首先想到的就是黑龙江的雪乡，其实在我国北方，大部分地区都有村落和雪，但是因为黑龙江的雪乡品牌已经树立起来，所以一说到去村落玩雪，人们就会想到黑龙江。这就是品牌建设的价值，品牌价值的建设可以让当地获得更多的关注和更广泛的发展。

（二）搭建“开放”平台，推动旅游经济高效益发展

1. 打破产业界限，构建新的产业链

各地在以乡村文化复兴为基础的旅游产业建设中，除了要关注高质量的旅游和服务外，也需要建设更加开放、多元的产业平台，拓展更广泛的产业发展空间。另外，各地在发展旅游经济的同时，也要打破产品界限，积极与多平台多行业寻找合作切入点，以达到共赢的目的。在这一过程中，各地要寻找乡村文化、旅游产业、服务产业、疗养产业、休闲娱乐产业的共同点与衔接点，将资源整合、融会贯通，寻找新的经济增长点并加以发展，以多元化的优质产品和服务不断满足广大消费者的需求，扩大产业链，提高行业竞争力。这样才能使当地的经济得到全方位的发展，从根本上提升经济收益。

2. 打破农文旅界限，构建新的价值链

传统的农文旅模式分为两种：一种是农家乐模式，其优点是能使游客亲近乡村风貌、感受乡土气

息,缺点是文化底蕴不够深厚,可玩乐项目较少,没有特色,易于复制,难以长久发展;另外一种丽江模式,在该种模式下,各地可依靠自然环境和文化底蕴构建一个具有丰富文化内涵的村镇之旅,其缺点是太过商业化,无法照顾到大众游玩心理。因此,农文旅在内容、内涵上还有很大的发展空间。求各地区要打破传统的思维界限,构建新的农文旅旅行框架,集合传统模式的优点,去其糟粕,创新旅游内容,打造具有独特风格的旅游产业。

3. 打破经营主体界限,构建新的发展联盟

由于对商业化、市场化、经济化涉猎较少,许多地区在基于文化特色的旅游经济发展过程中,缺乏成熟的经营理念及先进的经营模式,更注重将权利握在个人和小团体手中,加之资源有限等因素的影响,从而极大限制了当地旅游产业的发展。在新时代的商业模式下,各地应当打破这种经营偏见,放开市场主体,积极寻找合作伙伴,招商引资,引入现代化的管理理念和经营模式,整合多方资源,进而形成现代化的商业模式。

(三)坚持“绿色”开发

我国旅游业曾经经历了一个野蛮生长的阶段。例如,某些知名地区为了提高经济收益,扩大旅游范围,不惜破坏该地区的自然环境,建设了很多可以盈利的设施,导致当地生态环境严重破坏。这样,当地旅游业趋于商业化,极大地影响了游客的游玩体验,同时,自然风貌的破坏最终也让景区自食恶果,失去可持续发展的资本。近年来,国家和民众越来越注重对自然生态的保护,旅游行业开始向着更加环保的方向发展。对此,各地在发展乡村旅游经济的过程中,可依托先进技术,尊重自然规律,向着养生、绿色、亲近自然的方向发展;也可依托发达的网络平台,打造“网红项目”,基于健康、绿色理念进行宣传推广,进而构建可持续发展旅游项目。

五、基于乡村文化复兴的旅游经济发展与乡村振兴途径

(一)将以文化复兴为主的旅游经济作为乡村振兴的“文化新坐标”

基于乡村文化复兴的旅游产业与乡村发展是一项一举两得的国家发展战略指导方针。这项战略指导方针在保护、复兴、发扬传统文化的同时,能带动乡村经济的发展,也有利于构成我国城镇关系的新模型。在这一过程中,各地要坚守乡村文化保护底线,以保护式的开发方式去盘活乡村现有的

资源,并通过经济收益不断丰富乡村文化资源,扩大乡村文化传播的广度,拓展乡村文化发展空间。其次,各地需要积极开展传统文化保护和传承工作,设立专门的文化组织进行相关的文化整合工作。最后,各地需要借助现代传媒力量,全方位多角度地对传统民俗文化进行宣传,提高群众保护传统文化的意识。

(二)深耕文化复兴土壤,营造乡村旅游新生态

各地在复兴传统乡村文化的过程中,需要借助相关形式将文化展示在游客的眼前。例如,在旅游节目中添加相关的文化文艺演出,或是举办文化比赛,为旅游节目增添色彩。各地除了对传统乡村文化进行保护与复兴外,也要注重对乡村文化新形态的开发与拓展。例如,近年来,山东省某县致力于引导农民种植花卉致富,而花卉文化也可以作为县里的新型农耕文化,根植到乡村文化中,以此来开展相关的旅游产业,如赏花之旅等。除此之外,各地可基于当地土壤,因地制宜,找寻最受大众喜爱的纯粹的乡土文化。

(三)传承与创新并重,培育乡村文化新模式

文化自信是各地文化复兴的重要根基,也是实现乡村振兴的重要途径。传承与发展乡村文化并不代表一味地守旧、不代表只是追寻过去的记忆,而是要在保护传统文化的同时,改头换面,向着更高科技、高质量的生活前进。所谓振兴也是让各旅游产业地向着越来越好的方向发展,而不是用旧观念、旧思想、旧文化去招揽游客。

【作者简介】张立志(1986—),男,山东广饶人,本科,经济师,东营市文化和旅游局,研究方向为文化旅游。