
江苏在长三角文旅融合一体化发展中的角色定位与发展路径¹

栾开印

南京艺术学院美术学院 江苏省文化艺术研究院

【摘要】：文旅融合不仅是长三角一体化工作中的重要组成部分，更是其发展先机。在长三角区域一体化进入更高质量发展的新阶段，以文旅融合一体化发展推动长三角一体化实现新发展，成为文化旅游行业面临的重要时代命题。江苏作为长三角区域的重镇，拥有丰富的文化旅游资源和鲜明的文化旅游特色，在长三角一体化发展中，逐步规划并形成了长三角地区的文化发展高地、世界知名旅游目的地、省域一体化发展示范区的角色定位。想要持续保持好、发扬好这一定位，江苏的文旅融合需要从优化文旅产业发展环境、加强文旅产业深度合作、探索文旅资源共建共享、搭建长三角文旅合作平台等方面入手，突破发展瓶颈，解决发展问题。

【关键词】：长三角一体化；文旅融合；江苏；角色定位；发展路径；

长三角一体化发展是党和国家在新时代谋划和部署的重大发展战略，也是二十大报告中“促进区域协调发展”的重要一环，对我国在新的发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，推动高质量发展具有重要意义。长三角一体化发展要发挥各自区域的产业和资源优势，紧扣“一体化”和“高质量”两个关键词，打造“一极三区一高地”的战略格局。在推动长三角一体化发展过程中，文旅融合与一体化发展不仅是重要的组成部分，更是其发展先机，以文旅融合推动长三角一体化实现新发展，成为长三角文化旅游行业面临的重要时代命题。

江苏是长三角第一大经济体，是长三角一体化的重要一翼，也是长江经济带的重要板块，^[1]在产业基础、区域创新能力、人才储备、人文资源等方面都具有显著优势，在长三角一体化发展战略中始终是有力的推动者和坚定的践行者。同时，江苏拥有深厚的文化历史底蕴、丰富的文化旅游资源，在新发展背景下，江苏的文旅融合正朝着“高质量发展、高水平融合、高品质生活、高效能治理”^[2]的方向迈进。但在长三角文旅融合一体化发展的进程中，江苏如何明确自身的角色定位，如何突破发展瓶颈，寻找更好的创新发展路径，需要开展深入探讨。

一、江苏在长三角文旅融合一体化发展中的特色优势和角色定位

江苏自古以来就是文化大省、经济大省、旅游大省，文化旅游资源非常丰富，在文旅融合的新工作机制下，江苏在承接自身传统的基础上，推动高水平、高质量、高效能地利用和发展，逐渐走出了一条拥有自身特色的融合之路，成为长三角乃至全国的典范。

（一）江苏文化和旅游的特色优势

¹ **【基金】**：2022年江苏省文化和旅游科研课题“文化和旅游公共服务体系城乡一体化建设研究”（编号22YB08）的阶段性成果

1. 拥有丰富多元的文化资源

江苏自古就是我国的文化重镇，拥有悠久灿烂的历史文化，由于地理区域划分的因素，也形成了丰富多元的文化类型，具体来讲主要有：阐释地域积淀的楚汉文化、淮扬文化、金陵文化、吴文化等；与航运相关的漕运文化、水工文化、人居文化、工商文化等；围绕人文生活形成的农耕文化、诗礼文化、饮食文化、曲艺文化、民俗文化等。另外，还有一些上述文化类型的分支和亚型演变，如名人文化、红色文化、宗教文化、园林文化、宗祠文化、盐税文化等。^[3]如此众多的文化类型，在长三角地区是独树一帜的，也成为江苏丰富文化资源的重要来源。每一种文化背后都蕴含着深厚的历史积淀，都拥有着丰富的物质和精神文明文化，是一种绵延时空的文脉传承和延续。在一定程度上，多元文化间的差异难免会产生价值观念层面的割裂与冲突，对统一的文化认同产生影响，但江苏多元类型的文化间却存在着稳固的交织，相互依存、共同存在，在碰撞与交融过程中形成了独特的文化地理风貌，成为江苏发展的精神支柱和动力源泉，为之提供了取之不尽用之不竭的文化财富。

2. 拥有数量众多的自然景观和人文景观

江苏一直是旅游大省，每年都能吸引众多的海内外游客，其中重要的原因就在于江苏拥有众多的自然景观和人文景观，无论在数量还是质量方面都位居长三角地区前列。据统计，目前江苏拥有4个世界遗产，拥有11项世界级非物质文化遗产，25家5A级景区，13座国家历史文化名城，51家省级及以上全域旅游示范区，也是全国为数不多全面拥有大江、大河、大湖、大海的省份，苏州园林、中山陵、太湖等景区已经闻名世界。加之长江和大运河两条黄金水道，一南一北、一东一西将江苏重要的自然景观和人文景观从散落分布形成了发展合力，呈现出联动融合的发展态势。自然和人文的融合碰撞是文化和旅游融合发展的初衷和基本逻辑，二者的交相辉映成为江苏文旅融合最重要的面相和底色。

3. 拥有庞大的旅游市场

由于人口众多、地域经济发达、文旅资源丰富等因素，使得江苏不仅是全国重要的旅游目的地，也是重要的客源地。2021年，江苏接待境内外游客7.07亿人次，实现旅游业总收入11672.72亿元，居全国前列；同时，江苏也是长三角乃至全国重要的游客来源地，如每年上海的游客中来自江苏的人次能占据总游客数的1/4左右。广阔的旅游市场为江苏文旅融合提供了强大且持续的动力，也提高了自身抗风险的能力，即使面临新冠肺炎疫情的巨大挑战，江苏旅游业也展现出了强大的韧性，2021年全省接待国内旅游人次和国内旅游收入恢复程度分别高出全国平均水平的23.3%和28.5%。在疫情防控的新形势下，旅游业的信心正在重建，江苏旅游市场也必定会快速恢复，步入正常发展的道路。

4. 拥有发达的文化产业

江苏经济的快速发展推动了全省文化产业实现了从量变到质变的飞跃，这既是文化强省战略的必然要求，也是社会迈向高质量发展的必然结果。从2009年至2019年，江苏的文化产业增加值从2330亿元增加到5813.6亿元，稳居全国第二。文化产业增加值占GDP的比重也由4.31%增长到5.0%，成为国民经济发展中的重要组成部分和重要引擎。在文旅融合的新形势下，江苏文化产业的发展形成了新的发展面貌。一方面，以技术为引领实现创新发展，尤其是和信息技术、数字技术、人工智能的结合，拉开了新兴文化产业的发展大幕。另一方面，跨界融合成为文化产业的新趋势，逐步实现由“文化”向“文化+”的转变，与其他行业深度融合，尤其是与传统旅游业的结合，开创了新型文旅创新产业格局。

（二）江苏的角色定位

2020年4月1日，江苏发布了《〈长江三角洲区域一体化发展规划纲要〉江苏实施方案》（以下简称《方案》）共涉及三个文旅融合方面的内容：一是要推进区域协调联动；二是要共筑文化发展高地；三是要共建世界知名旅游目的地。另外，在促进城乡融合发展、推进跨界区域共建共享、引导产业优化布局、保护重要生态空间、加快公共服务便利共享等方面也和文旅融合

工作有着极大的关系。《方案》为江苏的文旅融合工作定下了宏观基调和总体要求，在这些顶层设计中突出了“共建共享”的特征。而在《江苏省“十四五”文化和旅游发展规划》中，提出了打造“两廊两带两区”（世界级运河文化遗产旅游廊道、世界级滨海生态旅游廊道、扬子江世界级城市休闲旅游带、陆桥东部世界级丝路旅游带、沿太湖和洪泽湖生态文化旅游区）的发展格局，这一规划既是“十四五”时期江苏文旅融合的发展重点，也是长三角文旅融合一体化发展的重点战略组成。以上两份文件从宏观和局部两个视角出发，为江苏在长三角文旅融合一体化发展中勾勒出了角色定位。

1. 长三角区域的文化发展高地

文化发展高地是一个综合概念，包含思想建设高地、文化事业高地、文学艺术高地、文化产业高地、社科理论高地[4]等多重内涵。文化高地的建设其实就是文化自信自强的突出表现，也是文化强国的标志之一，它是一个系统工程，需要精心谋划、科学布局。在2022年长三角文化和旅游联盟联席会议上，江苏提出要“共同推动社会主义文化强国先行区建设，让长三角文化发展高地更具显示度”。长久以来，江苏发挥自身的资源优势，推动文化资源配置，在继承发展优秀传统文化的基础上，发展新时代文化，一直为建设长三角地区文化高地而努力，具体举措包括：打造“水韵江苏”的文化品牌，实现“水+文化”的融合发展；推动公共文化服务、文化保护、非物质文化遗产的保护与开发等文化事业发展；培育具有竞争力的文化龙头企业，加强文创产品、广播影视等产品的开发等构建现代文化产业体系；持续艺术生产创作的投入，实施各种文化艺术精品工程，创作表现新时代精神的文艺作品；从长三角区域一体化出发，主动承担起打造“大运河文化、长江文化、江南文化”品牌的重任等。总之，江苏在长三角地区乃至全国文化高地的战略都建立在文化持续繁荣和文化高质量发展的基础上，其内涵是丰富且多指向的，是符合文化强国战略的必然选择。

2. 世界知名旅游目的地

江苏作为长三角最大的旅游市场，在旅游目的地的数量和品质方面都有着强劲的竞争力。在长三角一体化的背景下，江苏打造世界知名旅游目的地从内外两方面着手努力：对内继续巩固国内旅游大省的地位，成为长三角和全国重要的旅游集散地；对外努力扩大在世界范围内的知名度和影响力，使之成为国外游客来华的重要目的地，打造经济“双循环”的文旅版本。为了打造世界知名旅游目的地，江苏通过深化旅游合作，统筹利用旅游资源，依托运河、太湖、名城、名镇等特色资源，打造了“太湖国家旅游度假区”“环球恐龙城”“高淳国际慢城旅游度假区”等一批高品质的休闲度假旅游区和世界闻名的东方度假胜地；推动旅游市场和服务一体化发展，联合开展旅游主题推广活动，推出了“浪漫港城·红色追忆”“陶都宜兴·陶式生活”“江村丝绸·魅力吴江”等精品线路和特色产品。

3. 省域一体化发展示范区

江苏作为我国经济社会发展最为均衡的省份之一，在一体化方面一直有着出色的表现，这种情况也延续到了省内文旅融合的进程中。在长三角文旅融合一体化的背景下，江苏首先坚持省内“一盘棋”。一方面，继续发挥自身一体化发展水平高的优势，继续推进区域协调联动，以苏锡常一体化、宁镇扬一体化为示范，推动城际间的文旅合作。尤其是借助江苏深化南北结对帮扶合作服务构建新发展格局的东风，在文旅融合发展方面，放大优质文化旅游资源协同效应，合作开发精品旅游线路。另一方面，加快推进文旅产业链的密切衔接，努力打破文旅行业固有的束缚和边界，将之前各地区、各产业的“单打独斗”“明争暗斗”转化为“合力奋斗”，将之前由于行政壁垒造成的零和竞争转变为相互助力，统筹协调发展，以省域一体化战略定位全方位融入长三角一体化的进程。

二、长三角一体化背景下江苏文旅融合的问题

（一）省内文旅发展存在区域失衡

江苏多元丰富的文化类型，形成了不同的文化圈，也形成了不同的生活习俗和文化认同。同时，按照经济的发展水平，一

般意义上又将江苏全省分为苏南、苏北。经济基础决定上层建筑，江苏南北经济之间的差距，造成了文化和旅游发展水平的失衡，给文旅融合造成了诸多的障碍。根据相关测算，2019年，江苏13个设区市的文旅融合高质量发展指数，苏州最高，为5.24，镇江最低为4.13。南京、扬州的发展指数位居二三位，而连云港、宿迁、盐城较为落后，总体符合全省经济发展水平的整体情况。[5]区域经济、文化和旅游资源开发的失衡，给江苏以及长三角地区之间的联动带来了一定的困难。

（二）文旅产业发展环境有待优化

受国内外形势变化以及新冠肺炎疫情的双重影响，过去三年，文旅产业步履维艰。江苏大力推动文旅产业融合发展，连续推出多项文旅企业纾困政策，为企业发展注入活力。但也应该看到江苏的文旅产业发展环境依然有许多需要优化的地方。一是政策环境还不完善。一方面，没有进行彻底的“放管服”改革，一定程度上束缚了企业的发展活力；另一方面，也没有建立符合全省发展情况的行业标准以及文旅标准化服务的评价机制，缺乏对企业的规范和引导。二是缺乏创新环境。总体而言，江苏的文旅产品同质化严重，体验感、互动性较差等，还没有充分将文旅产业与科技发展充分结合，传统业态依然是江苏文旅产业的主要形态。三是缺乏法治环境。文旅融合发展必然会出现新的发展问题，也必然需要新的法律来明确各方的义务和权利，而江苏在这方面的工作相对是滞后的。现在很多文化和旅游的法规和条例是由行政机关制定的，缺乏足够的法律效力和权威，为文旅产业的发展保驾护航的能力较弱。

（三）文旅融合发展缺乏深度协作

文化和旅游既相互交叉又各具特色，“以文促旅，以旅彰文”是文旅融合工作的主要原则，融合程度的高低取决于二者良性互动、协作发展的成效。如何平衡文化事业和旅游产业，社会效益与经济效益，是文旅融合长期存在的难点与挑战。[6]江苏的文旅融合工作还远远没有达到深度协作的程度。具体表现在：一是文化和旅游行业之间还存在明显的藩篱和界限，导致江苏丰富的文化资源没有转化为旅游产品，而旅游产品也没有体现出江苏深厚的文化内涵。二是地区与地区之间也没有形成广泛联动、协同发展，导致地区间的文旅资源开发与经济和人力资源不相匹配。三是公共文旅服务没有实现互通互享，在统筹协调能力、整体服务效能、均等化问题等方面与建成现代公共文旅服务体系的目标相比还有较大的差距。

（四）与长三角其他区域缺少联动

长三角三省一市地缘接近、文脉相通，自古就有着比较紧密的联系，但长久以来行政区域的划分，导致彼此之间的联动依然有限。相对而言，地区之间旅游比文化的联动更加紧密和频繁，长三角文旅融合一体化发展也是旅游先行，但是在文旅融合的时代语境下，怎样打破之前联动模式，从旅游合作到文化合作，再到文旅新兴产业的合作，避免换汤不换药的做法，需要重新进行思考。这一问题对于江苏而言同样是制约自身文旅融合发展水平和融入长三角一体化发展的重要瓶颈。虽然长三角地区文旅行业搭建了很多合作框架，建设了很多合作平台，但怎样从政策落实到具体工作，怎样从形式转化为成效还是需要江苏与其他地区共同努力。

三、长三角文旅融合一体化发展的江苏路径

江苏作为长三角的重要一员，在长三角文旅融合一体化的战略中必须明确自身发展的角色定位，聚焦高质量发展的时代要求，发挥自身所长，加强自身特色优势，助推长三角文旅融合一体化高质量发展。

（一）持续优化文旅产业发展环境

一是加强政策引领，制定优化利于文旅产业发展的宏观政策，从政策入手，为发展文旅产业保驾护航。二是要以发展文旅融合示范项目为抓手，以文旅融合示范园区（基地）为基础，利用行政手段，从政策引领、产业规划、资金扶持等各个环节入手，加强宏观管理，并推进各个部门的相互连接，帮助文旅企业实现新形势下的转型升级。三是积极探索文旅融合及文旅产业

发展新形势、新动向，从人们实际精神需求和市场需求出发，兼顾社会效益和经济效益，平衡市场驱动型和使命驱动型的发展理念，为文旅行业注入持续发展动力。四是实现从管理到服务的转变，深入文旅行业实地调研，了解文旅企业和市场真正存在的问题与发展瓶颈，提出行之有效的解决办法，并提供法治化保障，为文旅行业排忧解难。五是处理好产业发展环境与生态环境、人文环境的关系。高质量的文旅融合发展需要拥有开放的大局观，需要建立自然生态、人文生态、产业生态的区域协同、共治共管。[7]

（二）继续加强文旅产业深度合作

随着长三角一体化进程的加快，江苏要进一步加强文旅产业的深度合作。一是要明确产业分工、市场要素的分配以及加快建成业态融合互动、功能复合多元、运行高效集约的国际一流文旅发展产业集聚区，发挥自身作用以推动长三角不同地区发挥自身优势，相互助力，协同发展。二是加强传统文化产业和旅游产业的深度融合。从理念融合——用文化内涵提升旅游产品品位，到资源整合——实现整体开发、宣传和促销，将文旅资源转化为经济社会发展新动能、新优势。三是加强文旅产业与其他产业的跨界融合。江苏要紧跟时代科技和产业的发展形势，促进文旅产业与互联网、金融、体育、时尚等多产业的深度融合，促进文旅产业提质增效、转型升级，形成更加合理的产业结构层次，挖掘文旅产业的巨大潜力。

（三）深入探索文旅资源共建共享

文旅融合发展从本质上讲就是一种资源互通和共建共享，利用双方优势实现互利共赢、协同发展，这也是文旅融合高质量发展的必然要求，深入探索文旅资源共建共享就要积极探索合作方式的创新。一方面，要推动文化和旅游两个行业之间的连接互通、资源共享，包括文化产业与旅游产业的融合，文化市场与旅游市场的融合，公共文化服务与旅游公共服务的融合等，将融合发展从理念落到实处，实现从文化资源、旅游资源向文旅资源的转变。另一方面，要统筹协调全省各地区之间的合作，实现文旅资源的共同开发，产业帮扶，将文旅资源与人力、资金、产业进行效率最大化的相互匹配。同时，鼓励引导文旅企业之间积极对接合作，进行信息、市场、人力等各方面的资源共建共享。

（四）全方位搭建长三角文旅合作平台

江苏提出建设“两廊两带两区”的空间布局，不仅是江苏文旅融合发展的重要方向，也是给长三角文旅融合一体化发展提供了重要的合作空间。目前，以江苏为主导搭建的平台有：大运河文化旅游博览会、长三角优秀剧目展演和长三角文旅融合优秀原创群众文艺作品展演、长三角民宿文化旅游节等。通过这些节日、论坛等平台，三省一市的文化和旅游得以拥有同台展示的机会，也因此推出了许多具有新颖创意的文旅产品。一方面，江苏要进一步推动、领导搭建长三角全方位的文旅合作平台，尤其是注重合作机制从官方到民间的拓展，从政策到市场的延伸，从纸面文件到实际操作的落实。另一方面，持续加强多领域协同联动，在文艺交流、公共服务体系建设、文旅市场执法监管、智慧文旅联动共享、安全应急和执法协作、文旅市场环境营造等方面，实现长三角地区文旅融合一体化发展的互联、互通、互助、互享。

参考文献

[1] 何聪. 担负起“走在前、挑大梁、多作贡献”的重大责任（权威访谈）——访江苏省委书记信长星[N]. 人民日报, 2023-01-14.

[2] 杨志纯. 推进新时代文旅高质量发展[J]. 瞭望, 2021(18).

[3] 栾开印. 大运河江苏段沿岸城市文化艺术资源开发路径研究[J]. 江南论坛, 2020(5).

-
- [4] 李庚香,王喜成.关于打造文化高地的若干思考[J].河南社会科学,2017(5).
- [5] 石燕,詹国辉.文旅融合高质量发展的指数建构、影响因素与提升策略——以江苏为例[J].南京社会科学,2021(7).
- [6] 霍晓卫.破解文旅深度融合难点[N].经济日报,2022-03-20.
- [7] 厉新建,宋昌耀.文化和旅游融合高质量发展:逻辑框架与战略重点[J].华中师范大学学报(自然科学版),2022(1).