

山东县域文化旅游产业一体化发展的 内容与路径刍议

马凌霄

(烟台职业学院 科研处,山东 烟台 264670)

摘要:县域文化旅游产业一体化发展主要包括县域旅游资源开发与地域特色文化内涵发掘一体发展、县域文化旅游景观建设与服务设施配套建设一体实施、不同县域之间文化旅游产业发展一体交融等三方面内容。推进山东县域文化旅游产业一体化发展必须深化顶层设计,实施文旅产业省市县一体联动;深化文化创意,开拓文旅融合通道;深化文旅推介与宣传,提升文旅产品的吸引力;深化县域间的沟通与合作,形成文旅产业聚合效应。

关键词:山东省;县域文化旅游;产业一体化;路径

中图分类号:G124;F592.7 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-8039(2022)05-0078-06

县域经济是国民经济和社会发展的基本单元,大力发展以县域为单位的文化旅游产业,振兴和提升县域经济发展的质量和效益,是推动整个国民经济高质量发展的重要保障。山东是文化旅游大省,近几年文旅产业得到长足发展。但是从全省现有136个县级行政区的总体看,各县域经济的发展水平并不平衡,尤其是自新冠疫情爆发以来,处于县域经济重要支柱地位的文化旅游产业发展水平,连续出现放缓和下滑的态势。因此,如何加快县域文化旅游产业一体化发展的步伐,全面推动旅游经济提质增效,促进山东省经济高质量发展,便成为各级政府和学界人士共同关心的重要议题。本文拟就山东省当前文旅产业发展情况,对县域文化旅游产业一体化发展的内容和路径问题进行探讨。

一、山东县域文化旅游产业一体化发展的主要内容

所谓县域文化旅游产业一体化发展,是把原本以单一县域为单位独立运行的文化、旅游以及交通、餐饮等其他各类互不相同、互不协调的产业项目,通过适当的方法,有机融合为一个整体,形成合力,以实现运营质量和经济效益不断提升的过程。

(一)县域旅游资源开发与地域特色文化内涵发掘一体发展

山东是中华民族古老文明发祥地之一,具有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴。这里有形成于白垩纪、被誉为“世界古生物学奇迹”的、以“山东巨型龙”“山东诸城龙”和“棘鼻青岛龙”为主体的诸城—莱阳古生物化石群遗迹;有以“沂源人”“后李”“北辛”“大汶口”“龙山”“岳石”等文化为代表的远古人类文化遗存;这里是齐鲁古都、孔孟故里,不仅是儒家文化的发源地,更以涌现了孔子、孟子、墨子、管子、孙子、姜子牙、诸葛亮、王羲之等众多古圣先贤而享誉古今;还有起源于先秦时期的以“东岳泰山”“蓬莱仙岛”与“齐地八主”为代表的古代封禅文化、方仙文化以及秦皇汉武东巡故事、“八仙过海”传说等;有源自春秋战国、绵延于汉唐宋金元明历代的东方海上丝绸之路文化,留下了莱州、登州、长岛、赤山等诸多口岸和中日、中韩文化交流的历史印记;有源于魏晋南北朝而盛于隋唐的佛教文化,兴盛于金元的“全真道教”文化以及遍布于青州、历城、长清、汶上、莒县、五莲、福山、牟平、荣成、栖霞等众多县市区的宗教文化遗迹;有起于宋明时期抵御外族入侵、保卫国家安全的海防文化,留下了蓬莱水城、登州卫、宁海卫、靖海卫、大嵩卫、刘公岛等沿海海防遗址,留传

收稿日期:2022-06-27

基金项目:烟台市社会科学规划研究项目“烟台县域文化旅游产业一体化的路径研究”(YTSK-XYJJ-045)

作者简介:马凌霄(1982—),女,山东烟台人,工商管理硕士,烟台职业学院科研处讲师。

有戚继光、刘步蟾抗倭抗日的故事传说;有 1840 年以来遍布鲁南、鲁中、鲁北、胶东各地的反帝爱国运动以及中国共产党领导下当地人民在土地革命时期、抗日战争时期和解放战争时期中形成的红色革命文化、大量红色文化遗址和不可移动文物;还有遍布全省享誉世界的文化遗产,诸如“三孔”“大运河”“泰山”“齐长城”以及以山东柳琴、吕剧、鲁西南鼓吹乐、山东古筝、诸城古琴、杨家埠年画、烟台剪纸、海阳大秧歌等数不清的世界和国家级物质与非物质文化遗产……各类具有浓郁地方特色的文化异彩纷呈、灿若群星。深入研究和科学利用这些地域特色文化,并将其高度融入县域旅游资源的开发和旅游产业的发展中,必将有力地提升当地文化旅游产业发展的活力。

各级地方政府都应充分重视文化的原动力作用,深入发掘和全面整合各种地域文化资源,打造核心的地域文化品牌,并在旅游资源开发中突出彰显文化品牌优势,把丰富的地域文化内涵融入到各种旅游景观建设中,使旅游景区、景点、景物充满摄人心魄的灵与魂^[1]。政府旅游部门要让游客不仅能闻名而来,而且还能在对旅游景观的游览和观赏中,感受到当地山水林泉等自然风光的造化神秀,深刻体味到地域文化的独特魅力,进而产生令人心驰神往的灵魂共鸣和情感震撼。我们只有采取得力措施,全面实施旅游资源开发与地域特色文化内涵发掘利用一体化发展,使县域文化旅游业的根与魂一体、肉与灵同在,才能进一步放大和提高县域旅游产业的经济效应和社会效能。

(二) 县域文化旅游景观建设与服务设施配套建设一体实施

文化旅游是一种综合效应很强的产业,不仅依赖于美丽的自然景观和厚重的文化积淀,还倚重于友好的人文环境和完善的交通、食宿、娱乐、购物等配套服务。由于历史的原因,山东的县域经济长期侧重于第一、二产业的发展,而以满足人们文旅消费需求为主的文旅产业的发展却相对滞后。不少县市区虽然也重视旅游景区景点的建设,但对与文化旅游景观紧密配套的综合服务设施建设的投入却相对不足,很多景区景点普遍存在基础设施薄弱、配套服务不完备的缺憾。有些地方虽然文旅资源丰富,却难以对游客产生较强的吸引力。例如,文登市的圣经山,本是烟威地区比较闻名的旅游风景区,拥有“海上仙山之祖”

“胶东半岛第一山”的美誉。这里不但风景秀丽,而且文化底蕴深厚,是我国道教全真派的发祥地之一。此山因山顶有一座刻着道教经典著作《太上老子道德经》的巨石而得名。自 20 世纪 90 年代初开始,当地政府先后投资 4000 多万元修复古迹、改善景观设施,以期将其打造成为“经济唱戏”的旅游平台。但是,虽经多年经营运作,仍未能成为旅游热点景区。从基本认识层面分析,这一景区难以对游客产生聚合效应的重要原因在于离城区较远,公共交通欠发达,餐饮、食宿服务设施配套不够完善。这些问题的存在,使它与青州的云门山相比,在旅游热度 and 经济效益上都存在着巨大差距。

事实上,随着社会的发展,人们的视野越来越开阔,对景点的要求已经不限于对自然风光的观赏,而更重视深层次的身心体验。舒心的物质文化和精神享受、优美的生态环境与修身养性体验、深厚的文化浸润与精细的城市人文关怀等,已然成为吸引游客的重要条件。因此,要想提高经济效益和社会效益,必须在加大旅游景观建设的同时,大力开展配套服务设施和服务能力的建设。要以保证游客在整个观光游览过程中“行得便利、住得舒适、吃得鲜美、玩得愉快”为重要目标,将吃、住、行、玩、购物等各项服务与景观游览高度融合、一体发展。

(三) 县域之间文化旅游产业发展一体交融

由于行政区划的原因,县域经济都具有鲜明的地域性特点,各个县市区在地理位置和行政范围上有着一定的空间限制。这种区域性特点反映在文旅产业上,往往表现为绝大多数旅游景区景点建设规模有限,普遍存在景点“小、杂、散、乱”的现象^[2],很难形成像杭州西湖、西安大唐不夜城那种规模宏大、远近知名、综合性强且具有引领性的景点,致使提高游客吸引力的难度相对较大。

从旅游事业整体发展水平看,尽管最近几年我省在全国省市自治区的排名中一直名列前茅,但是具体县域的旅游综合竞争实力和发展潜力却不容乐观。从最近几年竞争力智库、中国经济导报社和北京中新城市规划设计研究院、全国县域旅游研究课题组、北京华夏佰强旅游咨询中心等机构发布的《中国县域旅游竞争力报告》的研究结果来看,山东能够跻身“全国县域旅游综合实力百强县”和“全国县域旅游发展潜力百佳县”的县市数量实在不多,与浙江、江苏、四川等省份相

比差距不小。以2021年和2022年的评价结果为例,全国“旅游综合实力百强县”中,2021年,浙江占30个,四川占10个,江苏占7个^[3];2022年,浙江占35席,四川占10席,江苏、贵州、江西均占9席^[4];而山东省两个年份都只有青州和沂水2县(市)入选。“县域旅游发展潜力百佳县”中,2021年,四川占8个,浙江占6个,山东有曲阜、沂南、蒙阴、五莲、荣成5个县市入选;2022年,四川占14席,而山东省则仅有曲阜、沂南2个县市入选。

造成这种现象的原因固然很多,但其中有两个重要原因应引起我们高度重视。其一,各县域旅游景点小而分散。以烟台莱州为例,这里拥有大基山、云峰山、崮山崖石刻、寒同山神仙洞、三山岛、东海神庙遗址、千佛阁游乐园、中华月季园、马家庄现代农业园、初家村景区等众多旅游景点,但除了大基山、云峰山较大之外,其他景点都普遍规模偏小且相距较远,交通上缺乏贯通性、一体性,游客只能有选择性地游览其中一个或几个景点。由于开发不够完备,即便如神仙洞、三山岛、中华月季园这类景点,也大都一两个小时就可游完,很难让游客产生住下来细游慢赏的念头。其二,各县市单打独斗,形不成聚合效应。浙江县域旅游经济发展之所以成效显著,一条重要经验是政府重视,各县市之间关联密切,协同发展。以湖州为例,2022年该市所属安吉、德清、长兴三个县,在“全国县域旅游综合实力百强县”榜单中分别以第一、第三、第八的名次全部上榜,这主要得益于湖州全域文化旅游一体化规划与发展,共同打造“以安吉、德清、长兴等山地丘陵的生态环境和文化优势为特色的浙北山地休闲度假带和太湖旅游度假区”的发展思路与“文化和旅游公共服务融合综合性试点工作”的政策落实^[5]。实践证明,县域文旅经济要想得到蓬勃发展,必须让各县市区之间的文旅产业互相联动、融为一体,形成大的旅游集群,产生能够承载三日或五日游的集合效应,才能让游客“来得了,留得下,玩不够,还愿来”,从根本上提高县域文化旅游产业的整体经济效益和社会效益。如烟台市将蓬莱、长岛、芝罘、牟平等县市区的海洋与岛礁自然景观、秦皇汉武东巡文化、沿海渔家文化与海上牧场、海产品的开发经营等项目融为一体,形成独具特色的文化旅游品牌就是一个好思路。

二、山东县域文化旅游产业一体化发展路径

(一)深化顶层设计,实施文旅产业省市县一体联动

近年来,山东以“打造‘好客山东’升级版,建设文化旅游强省”为目标,以坚持“融合发展、统筹协调、市场导向、改革创新、绿色发展”为原则^[6],先后编制实施了《山东省文化旅游融合发展规划》《山东省全域旅游发展总体规划》等多项省级顶层设计方案,确立了以“红色文化旅游基地”和“优秀传统文化旅游基地”为引领,以“济南省会经济圈发展极”“青岛胶东经济圈发展极”和“山水圣人文化旅游带”“仙境海岸文化旅游带”“大运河(山东段)文化旅游带”“黄河文化与绿色生态旅游带”“齐长城文化旅游带”“红色文化旅游带”为支撑的“两大基地引领、两极六带支撑”的全域旅游发展新布局,积极打造“中华优秀传统文化旅游发展”和“世界著名海滨休闲度假旅游”新高地。这些重要的顶层设计方案,对于推动山东县域文化旅游产业一体化发展具有重要的指导意义。但这些举措大都是政策性的和指导性的,离真正变成省市县文旅一体联动的实际行动和形成省市县文旅一体化发展的实际局面还有很大的距离。为了进一步加速“省市县一体联动”的步伐,还必须在顶层设计方面重视以下两个方面的问题。

第一,要在重视“两大基地引领、两极六带支撑”新布局的拓展铺陈的同时,进一步强化作为“区域性旅游目的地”和“地方核心旅游吸引物”的一景一点的精细建设。要通过政策的引领和制度的规范,推动各级政府和相关部门不仅重视把那些广泛分布于各县市区重点文旅景区、景点建成“精品”,同时还要采取切实措施将它们串珠成链、连点成片,形成互通共进、联动发展的良好态势。

第二,要在重视增量文旅资源开发的同时,进一步加大存量文旅资源的开发利用力度。在建设“东方圣地”“仙境海岸”“海上世界”等重大新项目的同时,避免忽视原有中小旅游景区景点的完善。例如淄博桓台的四世宫保牌坊群、烟台莱州的云峰山、济南长清的灵岩寺等,原本都是具有重要地标性特征、文化底蕴丰富、闻名遐迩的县域文化旅游传统景点,只是由于近几年受资金、管

理、宣传等诸多因素的影响,它们对游客的吸引力逐渐变小。对这类景区景点做进一步开发、拓展和利用,让其重新焕发出新的生机和活力,不仅投资少、见效快,而且对整合存量、丰富县域文化旅游品牌内涵都具有重大的意义和价值。

(二)深化文化创意,开拓文旅融合通道

现如今,文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。文化与旅游深度融合、相得益彰,既是人们的共识,也是游客高质量文旅消费的迫切需求,更是旅游业提档升级高质量发展的必由之路。文化创意是通过传统技术、现代数字技术及手段对文化资源进行综合凝练、再加工和提升而展现的智慧成果^[7],它能丰富旅游的内涵,拓展旅游的外延,使传统的旅游由观赏一物一景的低层次享受,跃升为游客感怀历史、感知人文、感念自然、感恩祖国、身心愉悦、共融共鸣的高品质享受,从而实现旅游业的高质量发展。文化创意一可以开辟新的旅游通道,形成新的旅游增长点;二可以创新文旅形式,丰富文旅内容,展现文旅景观新的魅力,丰富游客参与感和体验感。如在重要旅游景区景点举办全省乃至全国性的中老年健身操、广场舞、健身武术、养生音乐、传统曲艺舞蹈等群众性文体活动邀请赛,在一些国家森林公园、海滩海岛等景区开展野外生存、泅渡抢滩与竞渡登岛等野外拓展训练、军事与国防教育类游客体验活动,既能彰显地方文化特色,使游客亲身参与获得感官享受、情感认同和心灵启迪,又能扩大景区景点在更广范围的影响,实现文化旅游产业的经济与社会效益双重提升。因此,要认真落实山东省制定的《文化旅游融合发展规划》,促进县域文旅产业高质量发展。必须树立“融合即发展”的理念,在深入挖掘、整理、开发利用山东现存的县域文化资源、文化遗产和文化传统的基础上,加大文化创意建设,实现理念、载体、市场共享融通。要按照“政策引领搭平台、市场唱戏巧联姻、专家精英创品牌、培育新人储后劲”的思路,深化文化创意,开拓文旅融合通道。

“政策引领搭平台”,是就政府在文化创意与旅游融合中的职能而言的。在文旅融合过程中,政府要把握正确的方向,提出文旅融合的指导思想、基本原则、发展定位、发展目标、发展布局、精品打造方案等,以引领文旅融合健康、有序、高效、务实发展。同时,通过举办各类的文化博览、文旅交流及节俗活动等,搭建文旅融合平台,为文化旅

游穿针引线,提供政策助力。

“市场唱戏巧联姻”就是充分引入市场化运作机制,引导文化创意企业与相关旅游部门实现强强联合,形成“以文促旅、以旅彰文”互促共进的新业态。

“专家精英创品牌”就是由业界专家精英在相关政策的指引下,根据旅客偏好进行市场细分,利用现代新技术手段和新文化理念对县域独有的自然优势、资源优势、人文优势等进行全方位的挖掘开发,将传统文化与现代时尚、非遗技术与地方特色相融合,打造集观赏性、艺术性、趣味性、实用性、文化性于一体的精品文旅板块、精品文旅线路和精品文旅项目,将文化内涵贯穿于吃、住、行、游、玩、购和自娱自乐等旅游全过程,使旅游者从视觉、听觉、触觉到心灵感受等诸方面获得更多的参与感和满足感。

“培育新人储后劲”就是政府高度重视文化创意人才的培养,支持相关大专院校优化专业设置,加强专业建设和理论研究,将文化遗产传承和旅游产品开发人才培养纳入职业教育体系,培育大批高精尖的文化创意和旅游开发专业人才,为文旅融合持续发展积蓄能量。

(三)深化文旅推介与宣传,提升文旅产品的吸引力

一是打造立体化文旅宣传推介模式,提振、扩大当地文化旅游的影响力、知名度和美誉度。当下,全过程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体开创了传媒发展的新局面,舆论生态、媒体格局、传播方式也随之发生了深刻的变化^[8]。文化旅游产品的宣传与推介,也必须适应这种媒体变化的新形势,全面构建立体文旅宣传推介的格局。要加强与电视、报刊杂志、广播电台等传统媒体的合作力度,充分发挥主流传播渠道的作用;要重视利用抖音、快手等新的网络媒体平台,通过直播等形式积极推进县域文旅宣传工作;要制定新的职业规范,将文旅从业人员全程直播纳入职业范围,提高其开展文化旅游宣传推介工作的积极性、主动性;要制作融观赏性、体验性于一体的文旅景观和旅游攻略视频节目,在车站码头、旅游景区等人流集散地滚动播出;要实施“走出去”战略,组成强有力的文旅宣传团队,到外地开展文旅推介活动,主动宣传当地文旅优势和亮点,广泛吸纳游客;要实施“请进来”战略,举办文旅交流大会、文旅发展论坛等活动,扩大山东各地文旅产业影响力,拉

动文化旅游新需求,使“好客山东”以及各地核心的文旅品牌深入人心,形成“近者悦,远者来”的崭新局面。

二是开发文创精品力作,激发游客心驰神往的旅游欲望和必欲观光体验的决心。优秀文创作品对于提高旅游产品的知名度和影响力,激发游客旅游热情,促进文旅产业蓬勃发展具有重要作用。因一支歌曲、一首诗词、一部影视剧而激起一场旅游热潮的先例俯拾即是、层出不穷。20世纪90年代,一首由杨国庆作词、容中尔甲作曲并演唱的《神奇的九寨》,缔造了一个四川九寨沟旅游的奇迹,让九寨沟变成了人人向往的旅游胜地。可见优秀的文创作品对推动文化旅游产业发展的效应是十分巨大。因此,山东县域文化旅游的发展,也需要广大文创工作者以各地的自然景观、人文历史、风土民情为题材,精心打造出一批宣传当地优秀传统文化和旅游景观的精品力作,用丰富多彩的艺术形式把当地丰厚的旅游资源更直观形象地展现给国内外受众,使人们了解当地的风情、向往当地的胜景、追慕当地的文化,真正掀起山东文化旅游的新热潮。

山东各县市区也应积极与有关高校、研究机构、文化艺术团体加强合作、有针对性地深入开展与当地文旅产业相关的学术研究和艺术创作,进一步提高文旅景观在国际国内的知名度和影响力。在这一方面,近些年来,烟台市蓬莱区政府及旅游管理部门与鲁东大学胶东文化研究院、山东古典文学研究院等机构密切协作,开展了“东方海上丝绸之路”“蓬莱仙道文化”等课题研究,先后取得《落帆山东第一州——明代朝鲜使臣笔下的登州》《明代朝鲜使臣笔下的庙岛群岛》《蓬莱仙道文化与中国古典文学》等一系列研究成果,为面向国内外宣传蓬莱—长岛的旅游景观、文化内涵及其历史传承都产生了良好的效果。这些经验值得山东其他县市区学习和借鉴。

(四)深化县域间的沟通与合作,形成文旅产业聚合效应

1. 加强文旅产品组合开发与联合经营。不同县市区之间,对于地缘相连、主题相近的文旅项目,可以采取联合开发、共同经营的方式做大做强。如位于烟台市的艾山风景区,本来分属于栖霞、蓬莱两市(区)，“蓬莱艾山国家级森林公园”居北，“栖霞艾山省级地质公园”和“艾山温泉度假村”面南。以往两市(区)各自为政、分头开发

经营,各自景区对游客的吸引力也都有限。如果两市(区)能采取适当的方式联手开发与经营,使景区南北贯通、规模扩大,打造成既有优美的山水林泉等自然景观,又有丰富的红色文化遗迹、古代历史和宗教文化遗存等的人文景观,还有温泉度假设施,集旅游观光与度假康养为一体的大型旅游度假胜地,其社会影响力和游客吸引力必将得到大幅度提升。地缘关系较远、主题差异较大的不同县市区文化旅游项目和景点之间也可以通过多种形式和渠道进行交流与合作,联合打造一批特色旅游联程产品,推出各种富有特色的旅游套餐,以实现全域旅游资源和产品的优势互补与共享共赢。如果开发成功、经营得当,经济效益和社会效益也会倍增。

2. 建立旅游专线交通网络,实现全域立体化交通联动。交通是旅游的命脉。任何旅游城市或景区,只有具备了快速便捷、贴心周到的交通服务,才能构建起良好的旅游环境,对游客产生亲和力。各县市区要实现文旅产业提质增效,也必须在改善旅游交通状况方面加强合作,建立起跨越县市区、通山达海的立体文旅交通网络。一是要建立各县市区主要旅游景区与城市中心区客运车站、港口、机场之间的直达交通专线,满足远程旅客便捷游览需求;二是要建立跨县市区主要景区景点之间的直达旅游通道,方便游客快捷实现连续多点游览;三是要建立海上观光和陆地游览的多点交通连接,使山东各沿海县市区的景区景点都能够山海互通,形成海陆一体的观光旅游格局。在全面构建跨县市区立体化文旅交通网络的同时,各县市区还应充分重视重点景区、景点交通港站的建设。不但要按照现代化文旅产业发展的要求搞好港站的各项基础设施建设,还要根据文化旅游经济发展的态势,全面开展旅游引导、食宿休憩、当地特产与文旅纪念品销售和发运等各项文旅服务业务,竭诚为游客提供各项热情周到的服务。

3. 强化文旅营销合作,实现文旅市场资源共享。营销推广是现代文化旅游产业发展的助推剂,大力开展县市区间的文化旅游营销合作也是推动全域文旅产业快速发展的有效手段^[9]。首先,各县市区之间,要全面放开旅游市场,大力支持其他县市区的企业在自己的域内开展营销业务,提高群众的文化旅游消费积极性,培育各种文旅消费热点和热情,为本地文旅产业的发

展集聚内在驱动力。其次,要密切协作,开展各种旅游产品促销活动。譬如,通过电视、电台、互联网等多种媒体形式,联袂制作和播出文旅宣传广告;联合组团面向国内外开展各类文旅公关和产品推介活动;联手开拓诸如“网红旅游打卡城镇俱乐部”“联袂周边游联盟”等各类文化旅游营销促销新形式、新手段,为山东全域文旅产业的腾飞增添更大活力。

参考文献:

[1]秦扬.浅析湖北省旅游景观设计中地域文化的表达[J].戏剧之家,2017(7).
[2]高宏存,张景淇.文旅产业政策的重点场域与未来趋势——基于2020年度文旅产业政策的整体性分析[J].治理现代化研究,2021(4).
[3]2021中国旅游百强县揭晓[EB/OL].(2021-11-02)[2022-03-05].<https://travel.gmw.cn/2021-11/02/>

content_35281119.htm.

[4]2022年第四届全国县域旅游研究成果发布[EB/OL].(2022-06-07)[2022-06-10].http://www.xinhuanet.com/fortune/2022-06/07/c_1128720389.htm.

[5]湖州市人民政府.湖州市旅游业发展“十四五”规划[EB/OL].(2021-11-05)[2022-03-21].<http://www.huzhou.gov.cn/hzgov/front/s1/xxgk/sswgh/sswzqgh/zdxxgh/jjzL/20211105/i3069687.html>.

[6]李晶媛.山东印发文旅融合发展规划[N].中国旅游报,2020-08-03(1).

[7]周永根.文化创意产业的概念与特征[J].文化产业,2020(4).

[8]郑焯锋.生成与嬗变:新媒体视域下奥运会舆论研究[J].视听,2022(2).

[9]付业勤.文旅融合背景下城市旅游地文化软实力评价与发展策略研究[J].四川理工学院学报(社会科学版),2020(3).

On the Content and Paths of Integrated Development of County-level Cultural Tourism Industry in Shandong Province

MA Lingxiao

(Office of Academic Research, Yantai Vocational College, Yantai 264670, China)

Abstract: The industrial integration of county-level cultural tourism mainly includes three aspects: the integrated development in the exploitation of county-level tourism resources and the connotation exploration of regional characteristic culture, the integrated implementation in the construction of county-level cultural tourism landscape and related service facilities, and the integration in the development of cultural tourism industry among different counties. In order to carry forward the industrial integration of county-level cultural tourism, we must deepen the top-level design and implement the integrated linkage of cultural tourism industry among the province, city and counties, intensify the cultural creativity and open up the cultural tourism integration channels, strengthen the promotion and publicity of cultural tourism and enhance the attractiveness of cultural tourism products, and reinforce the communication and cooperation among counties and form the aggregation effect of cultural tourism industry.

Key words: Shandong Province; county-level cultural tourism; industrial integration; path

(责任编辑 陇 右)