以新质生产力要素赋能陕西文旅产业高质量发展

李维皓

中共陕西省委党校(陕西行政学院)

DOI:10.12238/ej.v8i6.2686

[摘要] 本文着眼于新质生产力中蕴含的文旅产业赋能要素融合陕西文旅产业优质基因,助力优化产业资源配置,提升服务质量和产品质量。

[关键词] 陕西文旅产业; 新质生产力; 高质量发展

中图分类号: F253.3 **文献标识码:** A

Empowering the high-quality development of Shaanxi's cultural and tourism industry with new quality productivity factors

Weihao Li

Party School of Shaanxi Provincial Committee of C.P.C, Shaanxi Academy of Governance

[Abstract] This article focuses on the elements within the new-type productive forces that can empower the cultural and tourism industry, and integrates them with the high-quality genes of Shaanxi's cultural and tourism industry, so as to help optimize the allocation of industrial resources and improve the service quality and product quality.

[Key words] Shaanxi cultural and tourism industry; New Quality Productivity; High quality development

近年来,随着国民经济的快速发展和人们生活水平的稳步提升,全国的文化旅游市场均呈现出强劲的增长趋势。陕西作为国内外知名的旅游目的地,文旅产业整体呈现出明显的复苏势头。到2023年年末,陕西省内旅游景区、线路等8条文化旅游核心产业链的年综合收益已达7729亿元。其中,旅游景区与线路、文娱表演、文化创意以及乡村旅游这四条主要产业链的营业总收入合计为6537.46亿元^[1]。可以说,文化旅游市场的繁荣和增长已经先于其他行业,对我省的经济高质量发展起到了不可忽视的拉动作用。

1 陕西文旅产业发展现状

从陕西的文旅资源禀赋角度看,陕西文化旅游产业历史悠久,资源丰富,关中有西安-咸阳关中旅游带,陕北有环延安红色旅游带,中南部还有秦岭野生动植物保护区,陕南有绿色有机农产品示范区等众多旅游胜地,其中更不乏世界文化遗产秦始皇兵马俑,全国重点文物保护单位等知名景点。此外,陕西的文化资源也有其独特的魅力,如陕北的黄土民俗风情、关中地区的陕派独特民间艺术等。

2023年,陕西省政府工作报告指出,将积极推动万亿级文旅产业集群的打造,启动为期三年的重点文旅产业链行动计划,同时实施“文化陕西”品牌塑造战略,以加速构建现代化的文旅产业框架。文旅产业与先进制造业、现代能源以及战略性新兴产业并列,被陕西省委、省政府确立为四大万亿级产业集群,构成

支撑陕西特色现代化产业体系的关键支柱。

陕西文化旅游产业有着广阔的发展前景,但随着境内游与跨境游的快速复苏与高速发展,文旅产业也面临着一些挑战,包括竞争激烈、资源分散、服务质量参差不齐等问题。为了应对这些挑战,陕西省政府应当加大对文化旅游产业的支持力度,优化资源配置,提升服务质量和产品质量,以满足游客和文旅产业高速发展的需求^[2]。

2 新质生产力及蕴含的文旅产业赋能要素

2.1 新质生产力的提出与重要性

从2023年9月起,总书记在多个场合反复提及“新质生产力”这一核心概念,并对其定义与内涵进行了深入而系统的阐释。这些论述清晰揭示了新质生产力的特性与基本内涵等基础理论问题,为我们科学理解和把握新质生产力的核心要义提供了根本指导。

新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先质生产力^[2]。其中“新”主要体现在重视新生产要素、构建新生产关系和打造新产业形态方面;而“质”则主要体现在对现有生产力进行升级和创新时应注重体现新本质、高质量、高品质等要求。这些新兴生产要素能够提升全要素生产率,催生新型产业和模式,进而产生经济发展的倍增效应,为文旅产业等传统行业的高质量发展注入新的动能。

2.2 新质生产力中的文旅产业赋能要素

在文化产业的蓬勃发展中,创新无疑是最核心的驱动力。新质生产力的先进性主要表现在智能化、信息化、网络化等方面,在这些领域的突破与应用推动了传统生产方式的创造性变革,极大地提升了生产效率,优化了供需平衡。这些优势,又打通了传统行业中原有的卡点、堵点和难点,向消费者提供更丰富、更高品质的产品和服务。其中,新质生产力以大数据、云计算、AI作为驱动经济运行的新质生产力要素,从而打破了传统生产要素的原有质态,同时出现了以“三新经济”、“数字化营销”等为代表的经济增长新引擎。

2.2.1 三新经济成为陕西文旅产业增长新引擎

随着数字技术的迅猛发展,以数字创意产业为代表的数字经济较快发展,数字化赋能文旅产业提速增效成果显著。2023年度,陕西战略性新兴产业增加值比上年增长6.7%,较前三季度加快0.5个百分点,数字创意产业在战略性新兴产业中的位次跃升2位,位居第四,占战略性新兴产业增加值的比重超过10%。放眼全国,预计到2035年,我国以“三新经济”(新产业、新业态和新模式)为引领的数字经济规模将达到100万亿(16万亿美元),社会渗透率将达到48%,吸纳社会就业人数将达到4.5亿。

2.2.2 数字化营销成为文旅产业快速发展新动能

互联网经济高速发展的时代,必然是营销手段不断进步的时代。营销活动是经济行为市场化发展的必要手段与有力驱动。而随着互联网新技术的不断应用和5G等基础通讯设施的不断完善,以短视频和直播为手段的数字化营销模式成为了近年来各行业在互联网经济大潮下的最为有效的营销手段。随着“三新经济”等相关产业的不断发展,数字化营销模式对包括文旅产业在内的传统地方经济的拉动和助推作用日益显现。“以流量为王,将流量变现”的做法在数字经济与传统产业融合发展的经济模式中逐渐成为主流营销手段。通过数字化营销模式拉动文旅产业发展大有可为^[1]。

在游客侧,可以刺激激发游客潜在的消费需求,帮助文旅产业特色产品扩大全域知名度,实现销售引流和知名度提升;在商家侧,可以根据游客的营销数据分析,迅速建立以市场为导向的文旅产业链、创新链融合互促,优化升级。甚至在区域文化建设方面,通过在线打造知名文旅品牌,极大的增加域内文化产业相关产品的线上曝光度。既实现大量线下游客引入,盘活实体文旅产业,为域内文化建设做出巨大贡献。同时,也能对当地文旅周边产业,如文娱演出、文化创意链实现助推,拉动投资。近年来,通过数字化营销拉动在地文旅产业发展的现象,在山东淄博、黑龙江哈尔滨等地的文旅市场均得到了较好的应用体现。

3 新质生产力要素助推陕西文旅产业发展的可行举措与路径

3.1 以新质生产力要素促进陕西文旅产业实现“双循环”

2023年以来,陕西文旅产业开始呈现出强劲的复苏发展态势,在我国积极构建国内国际双循环的战略大背景下,其发挥的经济推动作用更加凸显。在出入境政策方面,近年来,我国也加

大了对外国公民来华旅游的免签入境政策的实施力度。截止2024年11月,我国已对持38个国家持普通护照人员来华经商、旅游观光、探亲访友、交流访问等外国公民实行了免签入境政策。伴随着免签政策条件的逐步放宽、入境时长的不断增加和入境手续的持续简化,外国游客来华入境游必定迎来一波爆发性的增长潮。

陕西作为国内外知名的旅游目的地,理应抓住这一有利机遇,对接“数字化营销”等文旅产业高速发展的赋能新要素,一方面在境外主流媒体平台上加大对潜在外国游客进行陕西文旅产业和知名文旅产品的精准推送和宣传;另一方面结合我国在涉及外来游客“食、住、行”的诸如“数字化支付”、“智能化出行”和“便利化点餐”等方面的整体性优势,优化提升我省各文旅行业接待外国游客方面的流程与体验。使得我省文旅产业真正实现国际国内双循环发展的战略目标。

3.2 以新质生产力要素有效协调生态治理与文旅产业发展

生态治理与产业发展是县域经济的两个关键环节,如何处理好二者的相互关系也是破解县域特色生态产业发展的关键课题。我们应从组织架构、人才支持、文化传承及社会参与等多个层面构建一种整合生态型的乡村发展模式,研究生态产品价值转化与乡村产业需求之间的关联性,通过协作与联动重构体系、整合功能并优化机制,以实现资源保护、价值释放及协调发展的县域经济发展目标。

随着互联网对于社会的渗透程度加深以及个人对消费习惯改造的深入,“互联网+”下现有的电商平台正在替换原有的行业服务模式。针对不同的行业特点,一部分电商平台更加重视线上服务模式,而另一部分则更愿意投入到本地化营销当中。文旅产业本身作为以零售、出行、服务和餐饮为主要消费场景的高本地需求行业,在把线上作为数字化营销的主阵地的同时,要更加看重用户及其周边所处的本地数字化营销市场。在推动新质生产力发展的同时,应坚持“绿水青山就是金山银山”的理念,以互联网营销平台和文化创意产品为切入点,重点构建生态产品价值转化的机制,促进生态治理与文旅产业的协同融合发展。

浙江桐乡市是文化旅游驱动型发展的典型代表。作为全国首个旅游综合改革试点县,桐乡市拥有24个A级旅游景区(点),其中包括1个国家5A级景区,形成了以互联网信息服务和文化旅游为主导,会展服务、创意设计及现代影视传媒为支撑的“2+3”特色旅游文化产业体系。2019年,该市接待游客超过2635万人次,旅游总收入达到337.8亿元,成功跻身中国县域旅游竞争力百强榜。在陕西南部一些区县,在茶叶、菌类和绿色食品等特色生态农业和文旅产业协同发展方面具有十分巨大的产业优势。因此,完全可以借鉴这种融合发展的模式。以特色农业为带动,相关后续加工产业为接续,辅以数字化手段进行营销积极推进产业融合。同时,加快工业绿色化转型,提升农产品品质,塑造农产品和文旅产品相互融合、相互依托的大产地品牌,真正把绿水青山蕴含的生态价值转化为金山银山。

3.3 构建起文旅产业与创新经济的融合人才培养机制

“人才”在文旅产业与创新经济的协同实施和融合发展中起着重要作用,陕西特色文旅文创产业的推动和发展离不开一支具备专业素养的人才队伍。产业兴旺需要有高素质的人才,尤其是兼具数字化技术和旅游经营管理能力的复合型人才作为支撑。首先,要建立健全复合型文旅人才的完备培育机制。做到让更多的文旅产业管理人才、技术人才、创新人才参与到文旅相关产业的发展中来。相关管理机构应切实了解人才需求,优化引入人才队伍的待遇及福利。其次,鼓励高校毕业生、科研人员等高层次人才积极加入文旅文创相关产业,助力文旅产业与创新经济融合发展。第三,要对加强文旅创新创业产业链、供应链的优质项目和开展重大创新性科研项目的人才或团队带头人加大资助力度。最后,要打造本地文旅产业领军人才和数字化营销创新骨干团队。

3.4 探索金融政策支持体系

有力的金融政策对文旅产业协同发展的支撑作用也十分重要。在构建陕西文旅产业创新发展的金融支持体系时,应双管齐下,既要强化政府层面的金融支持力度,也要激发各类金融主体的参与热情。一方面,制定促进生态农业与文旅产业协同发展的资金支持政策,通过整合多种经济手段,推动当地产业向生态化转型,为生态特色农业与文旅产业的融合发展提供基础研究、技术开发及持续动力等方面的有效支持。另一方面,激励金融机构开发与生态治理相关的金融服务,探索自然资源和文化资产的抵押融资、质押融资等可持续金融产品,以助力陕西文化产业、旅游产业及数字化战略性创新产业的协调健康发展。

3.5 政策引领加速布局陕西特色文旅产业接续发展之路

陕西境内各区域间的文旅产业发展并不均衡,尤其是在县域人口规模和经济规模和文旅资源禀赋等方面差异十分突出。因此,在加快构建新发展格局的大背景下,如何根据各区域的基础条件和文旅产业资源进行差异化发展,立足域内情况找准适宜特产文旅产业就显得十分关键。

主要可以从以下两方面做起。一是,各地应放眼国内其他省份的区域特色文旅产业发展较好的县区,互相借鉴、取长补短,充分研究各地在文旅产业发展中的成功之处,即“为何会成功,如何能成功”,多多吸收宝贵经验;二是,多利用新技术、新形式和新渠道等产业赋能新要素,将场景化、体验式、互动性、综合性作为新时代文化旅游产业发展的新方向,建立陕西构建全数据赋能旅游治理和服务的新模式,推进旅游数字化转型。

4 在新质生产力要素赋能文旅产业发展中存在一些问题与对策

4.1 过度依赖数字化营销极易导致县域实体经济的避实就虚

我们说开展数字化营销模式,并不是要与发展区域实体经济相违背,而是二者“互为依托,互相助力”。一方面,以数字化营销模式作为宣传推广手段,助推区域文旅相关产业的发展;另

一方面,以域内实体经济领域的驰名产品作为支撑,利用数字化营销扩大产品销量,同时也为流量品牌的营销推广提供强有力的产品品牌支撑。

从数字化营销本身来讲,在文旅产业发展中更多所扮演的主要角色还是一种营销手段。也就是说,不论是直播还是短视频,其本身并没有创造出任何商品实物,它是以扩大占有潜在用户的终端屏幕时间(即移动互联网流量)来促进文旅产品的宣传和推广,本质上是一种基于移动互联网的新形式的营销活动。因此,必须依托货真价实的文旅产品才能从宣传活动中获得利益,同时也使得品牌方自身保持良好的口碑和长久的关注度。

从文旅产业长远发展的角度来看,脱离实体经济、驰名产品和域内文化产业的支撑,纯粹以吸引眼球的流量博主来建立的数字化营销体系必定将是云中楼阁,难以保有长久的生命力。

4.2 对文旅产业大数据挖掘持续性不足会导致昙花效应

在数字经济时代,随着时间的推移用户的需求总是不断调整变化的,因此企业必须及时掌握市场动向。

数字化营销往往植根于各种线上应用场景,营销过程中会产生大量的用户偏好数据。挖掘好、利用好这些不断积累的数据富矿,即对这些用户数据进行科学有效的筛选、重组和分析,一方面可以及时根据分析结果了解市场需求变化,对相关文旅产品进行及时、高效和科学的改进;另一方面也能对用户的评价和反馈进行有效的分析整理,从而指导营销策略本身进行升级和改进,提升营销效果。从数字化营销的特征来看,这一做法也正体现了数字化营销的优势所在。

反之,只看重数字化营销的前端引流效果,却忽视对用户和市场数据的管理和挖掘会导致企业无法及时了解用户需求和市场风向的变化趋势。

很多特色文旅品牌长期维持在宣发初期时所进行市场调研和分析的基础之上,既缺少对数字化营销手段的有效运用,更忽视对用户和市场变化的有效分析,从而导致文旅产品形式老旧,与市场需求严重脱节;又缺乏对文旅产品进行及时更新,效率低下。这样的文旅品牌在长期的残酷竞争中必将逐步失去地位,甚至最终被消费者淘汰。

因此,利用好数字化营销的各种手段,尤其是挖掘好营销带来的数据富矿必须作为发展我省文旅产业的一项长期不懈的工作来抓。

5 结语: 陕西文旅产业的未来发展趋势

陕西文化旅游产业的发展未来将更加注重品牌建设和服务质量的提升,将进一步挖掘和利用陕西丰富的历史文化和自然资源,打造具有地域特色和人文精神的知名旅游产品。此外,也将进一步加强与国际间的交流与合作,引入先进的管理理念和技术,提升文化旅游产业在国内和整体的竞争力。

文旅产业融合不但推动文化产业与旅游产业的发展质量,培育新的经济增长点,提升人民群众的物质生活质量,同时也能

培养公民文化认同和文化自信,凝聚民族自豪感和归属感,从而提升人民群众的精神福祉。因此在未来的发展中,我们应该充分认识到陕西文化旅游产业繁荣发展的重要性,以及我们所肩负的责任和使命。通过对接新质生产力中蕴含的文旅产业赋能要素,持续不断努力创新,我们才能抓住发展机遇,应对挑战,推动陕西文化旅游产业走向新的高度。相信陕西文化旅游产业能够实现可持续发展,为推动陕西乃至中国的旅游业发展做出更大的贡献。

[参考文献]

[1]桑业明.强化文旅产业推动陕西经济高质量发展的对策建议[J].新西部,2024,(12):208-212.

[2]吴淑芳.新质生产力驱动下的电子商务高质量发展路径研究[J].现代商业,2024,(24):72-75.

作者简介:

李维皓(1980--),男,陕西蒲城人,硕士,讲师,研究方向:数字经济,文旅产业,区域经济发展等方面。