

数字经济背景下河南文旅产业发展路径探究

张敏

(郑州升达经贸管理学院 河南郑州 450000)

摘要: 随着科学技术推动,数字经济正逐步成为我国经济社会发展的支柱性产业,文旅的数字化已经成为文旅产业发展的重要动力因素。本文基于对河南文旅发展现状的研究,发现其在现代化发展进程中存在诸多挑战,主要表现在:基础设施建设不足、数字融合不够;文旅产业发展薄弱,品牌化建设滞后;配套服务不完善,文旅消费水平不高;保障机制不足,高层次人才缺失严重等方面。基于此,本文提出了相应的发展路径及提升对策,旨在为河南文旅产业的现代化发展提供一些新思路。

关键词: 数字经济;河南文旅;创新发展;数字文旅;产业发展策略

本文索引: 张敏.数字经济背景下河南文旅产业发展路径探究[J].商展经济,2023(21):045-048.

中图分类号: F592.7

文献标识码: A

“十四五”规划指出,要建设数字中国,发展数字经济,推动数字经济和实体经济深度融合。2023年2月,国务院在《数字中国建设整体布局规划》中指出:数字中国建设将推进数字技术与经济、政治、文化、社会、生态文明建设“五位一体”深度融合。党的二十大报告提出“实施国家文化数字化战略”。习近平总书记指出:“要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势,加快发展新型文化业态,改造提升传统文化业态,提高质量效益和核心竞争力。”2022年8月,国务院办公厅在《“十四五”文化发展规划》中将“文化事业和文化产业的繁荣发展,丰富人民生活”作为文化发展规划中的重要目标。随着数字化转型进程的推进,数字经济逐渐成为我国经济社会发展的重要支柱产业。

1 研究背景与研究现状

1.1 研究背景

河南具有深厚的历史文化底蕴,被誉为“两手一摸春秋文化,双脚一踩秦砖汉瓦”,历史文化资源非常丰富。近年来,河南文旅在发展中依托党中央的引导,秉持“以创意驱动、美学引领、艺术点亮、技术赋能”的思想推动文旅产业的现代化发展。2021年河南省第十一次党代会提出“文旅文创融合战略”,指出围绕打造“中华文化遗产创新中心和“世界文化旅游胜地”两大目标推动河南文旅资源的现代化发展,并提出打造“行走河南·读懂中国”的文化品牌,推动以高质量数字文化建设助力河南文旅的现代化实践,并将文旅文创培育成为河南经济发展的战略性支柱产业。此外,河南省数字经济和信息化“2143”重点工程指出,打造“智慧文旅发展工程”是数字产业化重点工程,旨在建立闻名中外的河南智

慧文旅体系。在技术推动下,河南文旅产业的发展迎来了数字化的探索和发展趋势。

1.2 研究现状

数字经济背景下,文旅产业的发展呈现出“技术赋能,文旅创新”的发展新景象。范周(2020)在研究数字经济背景下文化产业的创新发展后指出,文化产业在发展中可从内容原创性以及内容的监管机制上促进文化产业快速发展。车树林(2022)在数字经济驱动文化产业高质量发展的研究中提出,科技助力文化生产、产业创新及人才赋能是文化产业发展新活力的新活力;王秀琴(2023)探究了数字技术助力城市文旅融合的发展路径,指出可以运用数字技术以城市特点为底色打造城市文旅特色IP。

董晓英(2023)以陕西省文旅产业数字化实践为研究对象,指出在文旅产业发展过程中可融入科技、教育、时尚等元素来开展产品创新,为文旅产业的创新提供了新方向。陈浩南等(2023)从产业链视角探讨了文创产品与数字化融合的机理,提出文化数字化转型发展的关键是打造数字化文创产品体系和培养数字化人才队伍;何瞻(2023)从文化资源市场化角度指出,加大数字技术和文化的融合,增加消费者对产品的体验感,才能更好地传承和发展文化;高杉等(2023)从消费创新体验的视角指出,通过场景营造实现“人”“场”的互动模式转换,借助数字技术赋能打造开放性沉浸式博物馆,为历史文化资源的创新发展开辟新方式。文旅产业正在基于技术发展优势实现快速发展,但河南文旅产业的发展还处于初始阶段,如何实现其高质量快速发展还是一个亟待解决的问题。

作者简介: 张敏(1991-),女,汉族,河南周口人,助教,硕士研究生,研究方向:营销管理。

2 文旅市场现状及消费者特点

2.1 文旅市场发展现状

2022年印发的《国民旅游休闲发展纲要(2022—2030年)》指出,要加快推进国民旅游休闲高质量发展,更好地满足人民群众的美好生活需要。马蜂窝发布的《2021“微度假”风行报告》显示,以“为用户提供高质量的服务和体验为核心”的“微度假”正成为年轻人消费的主力方式,年轻群体总占比已经超过80%。腾讯营销洞察与同程研究院联合发布的《中国旅行消费趋势洞察白皮书(2023年版)》中指出了2023年旅游的四大新趋势:小众独特、自在松弛、未知惊喜、深入当地。由此可见,“休闲”正成为当下人们旅游休闲关注的关键要素,人们更加关注旅游带来的身心体验。报告还显示,在行程规划上,相比2019年,高达65%的消费者不做全程规划,63%的人不愿意排满行程。此外,报告显示,75%的消费者倾向于小众旅游路线;65%的旅行者希望深度体验当地的风土人情,希望以此获取新鲜的旅游体验。此外,根据同程旅行数据显示,2023年“五一”假期期间,具有“小众”或“冷门”等属性的旅游地成为新的“热门”搜寻地。基于此,无论是从旅游消费人群的结构还是游客的整体消费诉求,人们当下旅行更倾向于享受旅游本身,不再一味追求所谓的“热门”景点,休闲的旅游体验正成为游客出行关注的核心要素。

2.2 消费者现状

中国社会科学院旅游研究中心特约研究员沈涵在发布的《旅游绿皮书:2022—2023年中国旅游发展分析与预测》中指出:追求个性、重视体验消费的“Z世代”群体正在成为消费主流。有关研究机构对Z世代的消费数据分析显示:Z世代中60%的群体会根据视频、影视等个人喜好规划旅行活动;超过70%的群体愿意增加旅游过程中餐饮、住宿等相关服务消费;注重体验和“以圈会友”也是影响其旅游的重要因素。加拿大哲学家查尔斯·泰勒也曾指出,社会的历史性转变使得社会中的个体获得了前所未有的个人权利和自由,这也促使当代青年个体更愿意“为快乐买单,为情感付费”。Z世代作为当下文旅消费的主力军,其消费偏好的变化对文旅产业的现代化发展提出了更高的要求。如何以“数字赋能,模式创新”为导向,基于当下消费市场及消费者的变化,更好地契合以Z世代为主要消费人群的消费习惯成为文旅产业发展的重点。

3 河南文旅产业发展的现状与挑战

3.1 基础设施建设不足,数字文旅融合不够

2020年5月,河南智慧旅游开放平台首次上线,截至2022年6月底,入驻文旅企业8544家,游客累计注册用户仅有2000万人,服务游客出行近3000万人次。此外,河南省仅有两个“国

家智慧旅游试点城市”——洛阳、郑州,数量较少。无论是从服务人次、服务维度还是智慧文旅发展基地方面,河南文旅的现代化发展都相对落后,新一代数字基础设施仍是短板。相关调查显示,2021年上半年,郑州数字文化产业发展指数排名较2020年提升了5个名次,但得分仅为31.1,在龙头企业发展力指标排名中排第18位,处于全国该产业发展的第三梯队,整体发展依旧处于全国落后水平。如果文旅资源不能借助多功能的数字化平台实现创新发展,文化资源就很难进行资产化发展,难以实现其社会效应和经济效应的扩大化。

数字化科技创新平台少,文旅数字化程度低。河南省虽然有人工智能创新发展试验区等国家级平台,但面临着“数量少,原创性较弱,转化能力不足”的困境。此外,河南省虽然建立了公共数字文化资源库,但公共数字文化平台与大数据等信息技术融合度不够,资源存储和共享机制建设尚不完善。此外,由于省内各层级文旅资源的数据信息采集及管理标准的差异性,致使线上共享程度低、协同发展效应低。数字化的基础性建设落后,数字文旅融合不足是河南文旅实现现代化快速发展的基础性难题。

3.2 文旅产业发展薄弱,品牌化建设滞后

目前,河南文旅产业的发展处于相对滞后状态,产业主要聚集于传统文旅产品,文旅衍生产品和创新产品较少。

首先,由于河南文旅资源主要分布在省内各縣市,致使文化产业园区分布主要集中在县区,而且多以附加值较低的传统产品为主,与数字技术结合不紧密,极大限制了文化资源向高效益的数字文化转换。此外,各级政府分级管理的机制加剧了河南文旅资源发展的不均衡,难以形成行业内的协同发展效应。

其次,河南文旅产品缺乏新意,无法为游客提供附加值丰富的产品和体验,而当下消费需求已经从传统的“游览”模式向“轻松、有趣”的休闲旅行转化。此外,“注重消费体验、追求个性”的Z世代正逐步成为文旅行业消费的主力军,缺少吸引力的文旅产品将会难以在竞争激烈的市场中获取生存空间。

最后,伴随着网络成长起来的Z世代,更加注重文旅产品的附加价值——品牌价值,而河南文旅的品牌化建设还处于初始阶段。数字经济背景下,特色IP产品呈现多种形态,如迪士尼依托电影的超级IP,打造迪士尼主题乐园、迪士尼人物等,并授权迪士尼人物形象的品牌化联名,这既丰富了迪士尼系列IP的内在价值,也提升了其经济价值。然而,当下河南文旅在产业一体化发展方面还面临诸多困境。因此,河南文旅产业能否借助数字技术的优势打开文旅发展的新阶段,关乎河南文旅产业发展的未来。

3.3 配套服务不完善,文旅消费水平不高

河南文旅发布的相关数据显示,2023年“五一假期”,河

南全省共接待游客5518万人次,较2019年同比增长21.3%;全省旅游收入310.1亿元,较2019年同比增长7.69%。全省旅游人均消费562元/人,远低于云南的998.5元/人、浙江的1183元/人。此外,据携程旅行发布的《2023年五一出游数据报告》显示,郑州荣登“五一”最强周边游“吸金力”前十名榜单中的第四名。由此可见,河南文旅的市场规模及发展潜力巨大,但是市场的消费能力在我国文旅市场中依旧较低,消费潜力有待进一步提升。

基于旅游消费者调查,游客对旅游消费体验的满意度是影响其消费意愿度的关键要素,但河南文旅在消费服务上还存在诸多不足。由于文旅运营端对消费者的了解不足,导致河南文旅的景区官方网站的使用率差强人意。这不仅会导致资源浪费,还会严重影响游客的游览体验。此外,游客的停留时间也是影响游客消费力的重要因素。但是,目前河南文旅还是以传统的模式来服务游客,即主要依靠景区的历史底蕴吸引游客,还未运用景区的创新服务实现对游客吸引力的加码。虽然河南文旅也在逐步借助数字技术提升对游客的服务,但多停留在对原有服务的逐步优化方面,并未实施引发质变的升级措施。数字文旅发展中,智慧服务的打造和发展是河南文旅发展中的又一挑战。

3.4 保障机制不足,高层次人才缺失严重

河南文旅发展虽然受到了政府的关注,但政府对其发展缺少更加具体化的顶层设计。首先,缺乏合适的管理机制促进河南文旅资源的统筹开发管理,这对实现资源效应的最大化是一个难题;其次,文旅产业的数字化发展涉及相关较多,如何吸引行业从业者进入行业,如何同步开展行业间的协同快速发展关乎整个行业的发展速度和发展效果。此外,人才缺失是影响其发展的直接挑战。河南作为农业大省,整体经济发展相对较弱,再加上文旅行业的数字化发展还处于初始阶段,对从业人员而言,无论是行业发展前景还是薪资待遇的吸引力都远低于北京、上海等城市,这必将成为河南文旅实现现代化发展的重大瓶颈。

4 数字背景下河南文旅产业发展路径

4.1 加强基础数字设施建设,深化数字融合文旅产业发展

强化数字基础设施建设,加强文旅产业发展的整体性布局。引领并鼓励数字及人工智能产业的集群化布局和发展,深化网络、通信等基本设施的优化建设,为文旅产业的数字化发展做好基础性准备。联合多方资源,拉动产业化投资,创建国家文化和科技融合的示范基地,打造一批标志性引领性数字文化项目,为河南文旅的数字化发展奠定坚实的基础。

拓宽数字与文旅融合的广度和深度。首先,加快“互联

网+旅游”的跨界融合,打造集旅游、消费服务及政务管理于一身的河南智慧旅游开放平台,推动文旅资源数字化,实现河南文旅的创新性发展;其次,促进文旅融合数字化的场景创设及数字化服务的发展经验,以特色的中原黄河文化、殷墟文化、东京文化等为立足点创设专属的数字化文旅融合场景,为游客提供沉浸式旅游体验,在虚拟真实的场景中完善创新性服务;最后,开辟数字文旅融合的途径和传播模式,焕发河南文旅产业发展的新生机。将技术手段与文化产业相融合,用AI、VR、AR、5G等数字技术矩阵创新数字文化优质内容表达方式,搭建线上线下数字化融合项目,让“尘封”的历史及文物“活”起来。综上所述,河南要加大数字经济发展的物理性基础建设,积极促进文旅资源数字化转化,以此推动实现河南文旅的现代化发展目标。

4.2 依托数字技术优势,加大文旅产业品牌化建设

河南文化历史资源丰富,拥有世界文化遗产5项、各类博物馆384家、全国重点文物保护单位420处,分布在全省多个县市。河南文旅应借助数字技术赋能,加大对省内各个层级文旅资源的统管。首先,基于各文化产业园区的数字化建设,加快智慧文旅在具体实践中的发展进程;其次,依托数字技术推动线上文旅资源的链接,促使河南文旅资源由线下的“点”状分布升级为线上的“网”状结构,打造文旅资产化的核心结构;再次,运用数字文旅的线上发展优势,吸引文旅相关产业进入与发展,并促使其发展为文旅资产化这个核心资产机构的枝干,促使文旅产业逐步向精细化和专业化发展;最后,依托河南深厚的传统文化,运用数字技术打造河南文旅的特色品牌。深挖殷商文化、炎黄文化等蕴含多重价值和历史底蕴的文化故事,积极探索运用5G、VR、AR等新技术在文化领域的应用,助力河南传统文化的品牌化建设。围绕“华夏古都、中国功夫、殷墟文化”等河南文化名片,借助数字技术打造融“策划与传播”于一体的新媒体推广矩阵,加大宣传推广力度,助力“行走河南·读懂中国”文化品牌的完善和升级,为文化资源的IP化发展注入持续的动力。此外,借助数字技术,促进区域文旅IP品牌的多业态、多维度的衍生和发展。借鉴故宫博物院及“唐宫夜宴”等文化IP的创新方式,探索具有地方特色的人物故事及艺术形象,构建“文旅+历史故事”的叙事模式,催生数字文化的IP化。结合消费市场的需求和消费趋势催生IP的衍生化产品,如动画、影视、图书等文化创新产品,以此打造具有河南特色的文旅品牌和文化IP实现产品的丰富化和消费需求的多样化。

4.3 数字技术赋能服务升级,全面提升顾客消费满意度

借助数字技术的发展优势、借鉴“胖东来”服务客户的意识升级游客服务质量,提升游客游览体验,提升其体验满意度、激发消费动力,形成持续不断的消费流量和持久的消费能力。基于顾客满意度模型,重点从消费者价值感知和消

费者的“异议”处理两个维度展开管理。其中,消费者价值感知具体可从加大基础服务配套建设、加强消费市场管理、提升基础服务质量三个方面开展。第一,借助数字基础设施建设观光游览、餐饮住宿、购物消费等一体化服务平台,提升当地特色文旅产业吸引力,实现游客出行的“减负”和“增效”;第二,加强区域消费市场管理能力,提升对服务体系的管理效率和效果。游客消费体验关系到游客在该区域活动的方方面面,如在高峰区的酒店、餐馆及交通的服务质量及市场监管力度等,全方位地提升游客的消费体验。如2023年的“五一”假期,优秀的城市管理能力让淄博一度成为全国游客心中的旅游“胜地”;第三,提升基础服务质量。基于游客需要和现实场景,设置城市移动厕所、区域游览智能提醒及排队提示等基础服务,从细节处提升消费体验。

此外,提升消费者异议处理的效率和效果。基于数字技术,打造游客服务中心,形成“中心统管,区域处理”的管理模式,河南省文旅厅作为全省文旅服务的监管中心,负责监管省内文旅的服务质量,各个游览区自行处理游客异议问题。基于各区域问题处理能力,制定相应的奖惩措施,并以此实现对消费者服务质量的有效提升;关注宣传内容的呈现方式,加强景区的口碑管理等。基于数字技术赋能,升级消费服务的维度,提升消费者体验的满意度,以此实现河南文旅形成持续快速的现代化发展。

4.4 完善数字文旅发展机制,促进产业协同发展

完善文旅相关产业协同发展的保障性制度及措施并推动其快速落地。首先,以郑州为核心,协同国内数字经济发展的先进区域形成发展优势并吸引各类发展资源汇聚于此,

促进其为全省文旅的数字化发展赋能;其次,促进基础设施与文旅、交通、服务消费等协同发展,实现“1+1>2”的协同效应。伴随文旅及相关产业的发展,政府要加大对产业及其关联产业发展的顶层设计,推动相关产业发展的帮扶性政策的制定及实践,从产业发展和市场运行的维度促进产业的创新性发展。

此外,促进数字文旅发展的人才保障机制建设。推动以郑州大学为代表的河南高校与以河南博物院为代表的文旅资源部门建立数字文旅研究中心,加强数字文旅领域交叉学科建设和产教融合发展,加快培养市场要求的复合型人才;推动高校研究成果与商业的联合发展,加快理论研究的产业实践化发展进度。制定相关人才机制,吸引全国优秀人才参与河南文旅的现代化建设,并以此为河南文旅快速发展带来稳定的人才供给。同时,政府机构及文旅企业要提升人才待遇、加强专业培训,为河南文旅的高质量发展做好人才队伍保障。

5 结语

综上所述,在数字经济的背景下,文旅产业的现代化发展迎来了全新机遇,全国文旅市场的竞争愈演愈烈。为了快速推进河南文旅现代化进程,实现其发展成为河南省支柱性产业并将河南打造为全球性旅游胜地的发展目标,河南文旅需基于加强基础数字设施、深化数字技术和文旅的融合程度,加快文旅品牌化建设进度,依托数字技术赋能服务升级,持续完善产业发展机制,从而推动河南文旅产业实现现代化建设和快速发展的目标。

参考文献

- [1] 车树林,王琼.数字经济时代文化产业高质量发展的动力变革与路径选择[J].学术交流,2022(1):114-125+192.
- [2] 范周.数字经济变革中的文化产业创新与发展[J].深圳大学学报(人文社会科学版),2020,37(1):50-56.
- [3] 王秀琴.数字经济背景下城市文旅融合的发展路径探析[J].西部旅游,2023(8):32-34.
- [4] 董晓英.数字经济下陕西省文旅融合发展模式与路径研究[J].经济研究导刊,2023(4):51-53.
- [5] 陈浩南,陈昕煜.数字经济时代文创产品的发展及创新路径研究:以徽文化为例[J].商展经济,2023(7):34-36.
- [6] 何瞻.数字经济下非遗文化传承及产品典藏营销策略研究[J].商展经济,2023(1):34-36.
- [7] 高杉,王秀伟.云端与现场:数字时代博物馆传承中华优秀传统文化的路径[J].文博,2023(3):109-112+39.