
吉林省文化旅游产业发展现状

吉林省科学技术信息研究所

吉林省科学技术信息研究所

2019年6月

目录

1 文化旅游的概念及相关理论.....	1
1.1 文化旅游的概念.....	1
1.1.1 旅游产业.....	1
1.1.2 文化产业.....	2
1.1.3 文化旅游产业.....	3
1.2 旅游产业结构的相关理论.....	3
1.2.1 中心地理论.....	3
1.2.2 核心——边缘理论.....	4
1.2.3 增长极理论.....	5
1.2.4 点—轴开发理论.....	5
1.2.5 可持续发展理论.....	5
2 吉林省文化旅游产业发展现状及主要问题.....	7
2.1 吉林省文化旅游资源现状.....	7
2.1.1 自然生态文化旅游资源.....	7
2.1.2 冰雪文化旅游资源.....	7
2.1.3 城市文化旅游资源.....	8
2.1.4 红色文化旅游资源.....	8
2.1.5 民间艺术文化旅游资源.....	8
2.1.6 节庆会展文化旅游资源.....	8
2.1.7 宗教信仰文化旅游资源.....	8
2.1.8 历史考古遗迹文化旅游资源.....	9

2.1.9 民族民俗文化旅游资源.....	9
2.2 吉林省文化旅游产业发展现状.....	9
2.3 吉林省文化旅游产业发展主要问题.....	10
2.3.1 文化旅游资源缺少文化内涵.....	10
2.3.2 省内文化旅游产业布局混乱.....	11
2.3.3 缺乏对文化 IP 打造及使用.....	11
2.3.4 缺乏文化创意，宣传范围小.....	11
2.3.5 基础设施不完善，专业人才缺乏.....	12
2.3.6 市场化程度低，多领域融合度低.....	12
2.3.7 对外交流较少，国际化程度低.....	12
2.3.8 投入资金较少，政府职能未发挥.....	13
3 吉林省文化旅游产业发展对策建议.....	13
3.1 提炼文化内涵，确立文化核心.....	13
3.2 明确发展方向，优化空间布局.....	14
3.3 结合文化创意，建立核心项目.....	14
3.4 开发文创产品，扩大宣传范围.....	15
3.5 完善基础设施，重视人才培养.....	15
3.6 创新服务体系，融入文化元素.....	16
3.7 加强对外交流，促进多领域融合.....	16
3.8 转变政府职能，推动改革创新.....	17

1 文化旅游的概念及相关理论

1.1 文化旅游的概念

1.1.1 旅游产业

关于旅游业究竟是否具有产业属性，国内外学术界存有争议，这种分歧和争议概括来说就是旅游业不是一种产业和旅游业是一种产业之争。有些学者反对将旅游业视为产业。这方面具有代表性的有：Neil Leiper (1979) 认为不能把旅游视为产业，其只能算作“旅游系统中在功能和空间上有联系的几个部门”。Thomas Lea Davison (1994) 则更直接地指出旅游业不是一种产业的原因，主要是旅游是一种相差悬殊的经历或过程而不是一种产品，是一种社会现象而不是一种生产性活动。Stephen Smith (2000) 认为就旅游实质而言，只是人们所做的某些事情，而不是一个产业所生产的某些产品，从这个意义讲旅游不是一种产业。李天元(2001)在综合考量了世界上绝大多数国家的国家标准产业分类、联合国公布的国际标准产业分类以及中国的《国民经济部门分类标准》等几个标准产业分类版本后认为旅游业根本构不成一项标准的产业。王晨光(2007)则认为从需求出发定义的旅游产业不符合经济学关于产业的定义和研究对象应具有生产性或供给取向的特征，所以旅游产业不属于一种规范意义的产业范畴。

有些学者认为旅游业是一项产业。这是我国学者在这个问题上的主流观点。张凌云(2000)对旅游产业的定义界定为满足游客吃、住、行、游、娱、购等方面而提供或生产旅游产品和劳务的部门或企业的集合。张辉(2002)则把以旅游活动为中心，为旅游活动提供服务的企业或行业所形成的配置行业集合称作旅游产业。谢彦君(2004)通过分析和考量后认为旅游业就是一种产业，原因在于旅游业是那些直接为旅游者的旅游活动提供产品和服务的行业的总称。谢春山、傅吉新、李飞(2005)则从现实的可用性等多个角度对旅游业进行了一番细致考究，认为旅游业是产业。曹国新(2007)认为旅游产业是个不同于传统产业的经济产业并从消费的角度对旅游产业进行了定义。余洁(2007)则认为旅游产业是来自第一、二、三产业诸多行业 and 部门复合而成的综合产业群，它们为旅游活动直接或间接提供智力支持、文化资源等。

本文认同旅游业是一项产业，学者们的一系列研究，对我们研究旅游产业提供有益的借鉴。因此，本文认为，旅游产业是以旅游吸引物和承载物为依托，通过有效配置消费者在旅游活动过程中所需的商品和服务，从而使其物质与精神需求获得极大满足的综合性产业。

1.1.2 文化产业

基于各国地域、经济、文化背景以及产业政策等主客观差异以及产业分类标准和体系各不相同，每一个国家和地区对文化产业质的规定性都有一定的相异性，学者们研究的视角有不同，使得文化产业涵义表述多种多样。“文化产业”这一概念的最早提出可以追溯到 20 个世纪 40 年代，其英文名称为“Culture Industry”（也被译为“文化工业”），法兰克福社会学派的学者阿多诺和霍克海姆合作出版的《启蒙辩证法》（1947）一书中首现其身影。尽管自上个世纪 70 年代中期以来，西方国家对文化产业进行了更加系统的研究阐释和大力发展，但至今世界各国对文化产业没有形成统一的通行的概念。英国学者贾斯廷·奥康纳认为文化产业是一种专门以制作、生产、经营符号性商品为主的活动，在这一过程中文化价值可以转换为经济价值。美国则从文化产品的知识产权的层面进行界定，把版权产业视为文化产业。联合国教科文组织对文化产业的定义为按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。

中国国内的一些学者以及政府有关部门也对文化产业的概念作了相应的界定。冯子标、焦斌龙（2005）将文化产业定义为以市场化方式，从事文化产品生产和提供文化服务，从而满足人们的精神文化需求的活动的总称。陆有斌（2011）将文化产业界定为从事文化产品与服务的生产与再生产、交换与传播、流通与经营活动或为此提供服务的行业，它以精神产品的生产、交换、消费为特征，以满足人民群众不断增长的精神文化需求为目的。早在 2003 年，中国文化部在其下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》中将文化产业界定为“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业”。2004 年国家统计局公布的中国首个《文化及相关产业分类》中将文化产业界定为：为社会公众提供文化、娱乐产品和服务的活动，以及与这些活动有关联的活动的集合，2012 年又进行了修订，颁布《文化及相关产业分类（2012）》，对文化及相关产业的定义作了新的界定，即：为社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。尽管国内学者对文化产业的涵义概括各有不同和侧重，但他们都有这样的共识：文化产业是指一种经过生产、流通、消费、再生产的过程将文化产品变为文化商品的产业，是把文化性的因素和经济性的因素合二为一的综合性产业。综合已有的研究成果，本文认为：文化产业是以文化要素为内容，以创作、创造、创新为根本手段，生产、经营、交换文化产品和服务，从而满足社会精神文化需要的一系列活动总和。