# 部分省人大代表视察介休文化与旅游产业发展情况

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2024-07-20

*第一篇：部分省人大代表视察介休文化与旅游产业发展情况部分省人大代表视察介休文化与旅游产业发展情况12月22日，部分省人大代表深入介休安益洪山陶瓷厂、后土庙、祆神楼、张壁古堡等地视察文化与旅游产业发展情况。市人大副主任尚金华参加视察调研。近...*

**第一篇：部分省人大代表视察介休文化与旅游产业发展情况**

部分省人大代表视察介休文化与旅游产业发展情况

12月22日，部分省人大代表深入介休安益洪山陶瓷厂、后土庙、祆神楼、张壁古堡等地视察文化与旅游产业发展情况。市人大副主任尚金华参加视察调研。

近年来，介休大力实施文化兴市、旅游兴市战略，挖掘深厚的文化资源，促进文化旅游的深度融合。特别是今年年初，介休站在保护文化遗产、弘扬历史文化、建设文化强市的战略高度，根据古建筑的保存现状，投资7.5亿元，采取重点修复、现状保护、复原修缮、改造拆除等保护措施仅在面积2平方公里的老城区就完整地保存了7处重点文物保护单位。与此同时，介休还坚持政府规划、政策引导、多元投入、市场运作的思路，鼓励以资本为纽带的文化旅游合作，积极扶持三佳煤化有限公司、凯嘉能源集团、安益煤炭有限责任公司等企业投身文化旅游产业建设，以重大项目为突破口，集中优势资源，实施重大项目带动战略，共同推动基础较好、优势明显、潜力较大的绵山风景区、张壁古堡、洪山陶瓷等项目优先发展，促进文化产业大发展、大繁荣。

在随后召开的座谈会上，尚金华指出，党的十七届六中全会提出深化文化体制改革，推动文化大发展大繁荣，为我们指明了工作方向，希望各位代表继续关注介休的文化事业发展，督促介休政府及有关部门做好相关工作，实现介休市文化建设的新进步、新发展、新跨越。同时希望介休认真吸纳省人大代表提出的关于进一步加快文化事业 1

建设的意见和建议，认真研究代表建议的思路和措施，制定出更加具体的工作方案，使介休文物保护工作创造出具有地方特色的模式，以多元素文化发展将介休深厚的文化底蕴更好地传承下去。

介休台

**第二篇：加快文化旅游产业发展**

加快文化旅游产业发展

文化提升旅游，旅游传播文化。文化产业与旅游产业融合发展，相得益彰，产生了巨大的社会效益和经济效益。

传承中创新，挖掘中发展，立足深厚的历史文化积淀，努力培育文化品牌，是我市推进文化产业发展的一项重要措施。衡水湖和董仲舒是被誉为我市“不可复制的优势资源”。我市充分挖掘利用历史文化资源，发挥历史名人效应，打造了“大儒之乡”董仲舒文化品牌，挖掘整理“九州之首”文化资源，广泛弘扬传播“鼎立五千年，华夏第一州”的文化品牌，加快文化旅游产业发展。

衡水湖是国家级湿地和鸟类自然保护区，我市以衡水湖为重点，发展生态休闲、历史文化、文化创意、观光农业等特色旅游，着力打造“生态湖城、休闲之都”。在加强保护的基础上，合理开发衡水湖的旅游资源，打好“水”字品牌，使衡水湖成为全国知名的精品旅游景区。同时，加大对深州蜜桃园、阜城万亩森林民俗生态园等旅游项目的建设开发力度，形成观光休闲度假旅游板块。叫响“九州之首”、“董子故里”品牌，充分利用宝云寺、窦氏青山、景州塔、中国景州（广川）董子园、周亚夫墓、封氏墓群、高氏墓群、庆林寺塔等文物保护单位，打造历史文化旅游板块。以武强年画博物馆、中国内画艺术之乡展览馆、老白干工业园为龙头，挖掘独特文化底蕴，打造旅游产业品牌，发展非物质文化遗产旅游板块。充分挖掘安平“两个第一”、衡水市烈士陵园、冀南“四·二九”烈士陵园等革命传统文化资源，与爱国主义教育结合，打造红色旅游景点板块。

**第三篇：发展成吉思汗文化旅游产业**

发展特色文化旅游产业

摘 要：成吉思汗文化是内蒙古草原文化的典型代表，成吉思汗文化旅游的开发和推广将提升内蒙古旅游的品牌形象。本文分析了成吉思汗文化旅游的开发现状以及在开发中存在的一系列问题，并提出现阶段成吉思汗文化旅游开发的模式。关键字: 鄂尔多斯 成吉思汗陵

文化旅游

可持续发展

1、文化旅游定义

文化旅游，是最近几年才出现并流行的一个名词，它的出现与游客需求的转变密切相关。因此，其目前较为流行的定义是“那些以人文资源为主要内容的旅游活动，包括历史遗迹、建筑、民族艺术和民俗、宗教等方面”。还有说法认为文化旅游属于专项旅游的一种，是集政治、经济、教育、科技等于一体的大旅游活动。

综上所述，文化旅游就是以旅游经营者创造的观赏对象和休闲娱乐方式为消费内容，使旅游者获得富有文化内涵和深度参与旅游体验的旅游活动的集合

2、成吉思汗文化概述

内蒙古是我国拥有草原面积最大的省份，草原东西延伸2024多公里，分布着草甸草原、典型草原、荒漠草原三种类型的草原，呼伦贝尔、科尔沁、锡林郭勒、乌兰察布、鄂尔多斯、乌拉特草原闻名遐迩[5]。尽管内蒙古拥有丰富的草原资源，但在竞争日益激烈的今天，北京、河北、甘肃、宁夏等地的草原旅游已经对内蒙古草原旅游构成了很大的威胁，因此想要获得草原旅游的竞争优势，就必须升入挖掘草原的文化内涵，草原文化在国际文化中占有很重要的地位，草原民族曾是欧亚大陆上最活跃的，因此也使得草原文化的影响力和吸引力更加的广泛，而蒙古族文化更成为草原文化的典型代表[5]。蒙古民族以其独有的草原文化特色，构成了中华民族古老文化的一部分，因此保护好以成吉思汗文化为代表的蒙古族文化资源，既是保护中华民族母体文化，也是保护人类共同的文化财富。

成吉思汗陵区作为蒙古族伟大祖先的陵寝、蒙古民族文化最完整保存地之一，在资源优势上是独一无二的，成吉思汗陵作为征服亚欧的大帝国首领形象深入民间，在现代西方世界与韩日等国，成吉思汗这一与拿破仑等比肩的世界征服者的辉煌历史及独特的大漠风光，对他们也是很具吸引力的，根据国际旅游的基本要求，完善成陵旅游游乐设施，住宿设施，进一步发掘蕴藏在其中的文化内涵，成陵无疑能成为国内外新的旅游热点之一，会成为中国最大的蒙古民族文化旅游园区，成为国家一级旅游景区[8]。

3、旅游资源优势

3.1 该区域旅游资源的优势主要体现在神秘的成吉思汗传奇以及绚丽的民族风情文化上。

就鄂尔多斯而言,近距离客源市场主要在呼和浩特、包头等大中城市,中距离市场在京、津等华北地区, 远距离市场在华东、华南、港、澳、台地区及日本、美国等国家。

市场定位决定了鄂尔多斯以草原风光去吸引不同距离市场的客源是不可能的, 因为 在近、中距离市场周边存在许多开发成熟并具有代表性的草原风光景区；相反,成吉 思汗传奇却是对近、中、远距离游客均具有恒定的吸引力, 应是很强的优势。

3.2 鄂尔多斯最具魅力的资源不仅有雄浑的大漠风光, 还应有在这个独特自然环境背景下所形成的独特的人地关系, 即该区域中所独有的人文文化景观。

这个景观以蒙古族文化为主导, 经历史上蒙汉文化的融合, 形成了独树一帜的区域文化, 如鄂尔多斯婚礼, 鄂尔多斯小调, 鄂尔多斯饮食文化等。

4、成吉思汗文化旅游的开发现状

4.1 成吉思汗文化旅游开发现状的空间分布

现在的成吉思汗文化旅游开发主要集中在鄂尔多斯市的成吉思汗陵所在区域，其他地区的开发多是零散的。虽然成吉思汗有多次西征与南征的战绩，但这些都还没有形成有规模、有影响的线路。成吉思汗文化旅游在空间上仍然以自治区西部为主，并且缺乏深度开发。

4.2成吉思汗陵建设现状

随着草原文化的开发，世界上最大的蒙古历史文化旅游景区—鄂尔多斯市成吉思汗陵旅游区也得到了国家的开发，它的开发建设是成吉思汗文化开发的必要步骤。

2024年以来，鄂尔多斯市投入8亿多元，完成了成陵旅游区建保护工程。目前景区总面积10平方公里，可控面积80平方公里。现在的成陵旅游区规划布局是在维持原有建筑风格基础上，基本按照2024版《成陵旅游区总体规划》、《成陵旅游区详细规划》的“三区、两道、八景”的总体格局来进行规划和资源开发的。[6]

其中“三区”即:(l)文物保护观光浏览区，该区的主要功能是文物保护和观光旅游；(2)生态恢复保护区，在文物保护观光浏览区外层，面积约20平方公里，该区范围内停止农业和牧业生产活动，退耕退牧还林还草，恢复生态植被并严格保护，实行禁区管制;(3)视觉景观控制区，在生态恢复保护区外围，面积约50平方公里该区范围内的农牧业生产与人民生活保持原状，逐渐向职业种草植树过渡，现有建筑物逐步还原为蒙古包外型。

“两道”即:(l)成吉思汗大道，从成吉思汗中心广场到陵宫大殿，;(2)风景道，是围绕着巴音昌呼格草原及现陵园四周约18.62公里的仿石路。

“八景”即游客活动中心(入口广场门景、铁马金帐群)、游客教育中心(亚欧广场、蒙古历史文化博物馆、成吉思汗中心广场)、祭祀观光浏览区(牌楼、陵包、苏勒德祭坛)、蒙古民俗村、休闲渡假中心(包括大汗行宫酒店、帐篷营地)、那达慕马术活动中心等。[6] 4.3文化旅游产品开发现状

成吉思汗陵祭祀、鄂尔多斯婚礼、察罕苏力德祭祀等一大批民俗文化旅游精品被开发并显示出其强大的市场竞争力。如，鄂尔多斯婚礼表演每年在鄂尔多斯市内各旅游景点演出达 2 000余场次，观看的中外游客约 200 万人次，已经成为鄂尔多斯旅游文化的主打品牌[3]。在取得巨大经济效益的同时，鄂尔多斯民俗旅游资源开发带来的社会效益、生态效益等也已逐渐显现，民族文化得以挖掘、保护、传承，生态意识得以增强，生态环境得以改善。

鄂尔多斯市采用多元化投资、企业化运作、科技化开发、科学化管理、立体化发展等一系列战略措施，开发形成了以成吉思汗陵祭奠、查罕苏力德祭祀等为代表的祭祀民俗文化旅游产品系列，以鄂尔多斯婚礼为代表的社会游艺民俗旅游产品系列；以鄂尔多斯国际文化节、那达慕大会等为代表的节庆民俗旅游产品系列。鄂尔多斯民俗旅游已经初步实现了产业化经营，产业前景广阔。

5、存在问题

现阶段，由于对成吉思汗民族文化旅游的开发缺少组织性，没有对自然环境进行应有保护，以致成吉思汗形象有所破碎，让旅游者感受到的是时间序列性和空间线路性的杂乱无章，而非完整的文化形象。文化旅游开发与发展的基础，是在旅游资源开发的过程中，自然环境的合理保护和民族文化的有序传承。

现在的成吉思汗文化旅游开发主要集中在鄂尔多斯市的成吉思汗陵，其他地区的开发多是零散的。成吉思汗文化旅游在空间上仍然以自治区西部为主，但是开发的内容不够丰富，缺乏深度，文化内涵挖掘不够深入。

新陵投入、建设规模虽然很大，民族特征也较为明显，但是游客在参观完之后的反馈都不是很满意。如景区许多展品，只重视外观，不重视内在；只重视实物物品，因而造成文献和古籍善本资料的严重缺乏。

旅游资源整体开发不够,产品类型较为单一市内在部分旅游景区的综合开发不够,旅游产品单调,旅游形象模糊,旅游景观亟待整治,市内旅游产品以观光为主,忽视了参与性、休闲性、趣味性、民俗风情旅游产品的开发。不少景区未能深入挖掘积淀极深的鄂尔多斯蒙古族文化旅游资源,缺乏文化内涵和品味,缺乏创新与设计,从产品生命周期上讲,多数旅游产品仍处于导入期,没有完整的体系。2.2 基础设施不足的表现

成吉思汗文化旅游基础硬件不完备。由于内蒙古地区处于我国西部，经济的欠发达导致旅游地的各项基础设施建设仍然滞后。这也成为制约成吉思汗文化旅游开发和发展的关键。草原往往地处城市深处，而交通设施的不便利，造成渴望一览草原文化美景的游客无法到达，使得已开发的成吉思汗文化旅游产品不能更快捷地展示给旅游者，因而也无法为地区经济带来有效的拉动。2.3 建设资金不足

当前，成吉思汗文化旅游开发依然缺乏资金投入，资源开发受限。成吉思汗民族文化资源有着丰富的文化内涵，而要把无形的东西变成现实的旅游产品，需要一定的资金投入。由于建设资金不足，成吉思汗民族文化旅游资源在某种程度上至今还“躲在深闺人未识”。

成吉思汗是中国和世界历史上叱咤风云的英雄人物，他惊天动地的一生，与鄂尔多斯结下了生死之缘。坐落在鄂尔多斯草原上的成吉思汗陵。成为中外游人心往神驰的圣地。令人遗憾的是．声名远播的成吉思汗陵作为国家四A级旅游景区，旅游业发展却不容乐观。成吉思汗陵旅游区受到国内外游人冷落，究其原因，主要是旅游六要素落实不到位。就“吃”和“住”而言．旅游区既没有星级宾馆，也没有民族特色宾馆。餐饮住宿条件上不了档次，也没有特色，无法留住游客。

6、发展文化旅游的重大意义

鄂尔多斯地区有丰富的资源和独特的文化。西部大开发为发挥利用鄂尔多斯文化资源，建设新兴的特色旅游产业提供了前所未有的良好机遇。西部大开发利用鄂尔多斯文化资源为建设新的特殊旅游产业提供了前所未有的良好机遇。

开发利用鄂尔多斯文化资源，发展地区特色旅游经济的重要意义

3.1.鄂尔多斯人民积极参与西部大开发、第二次创业的必然要求；

3.2.培植新的经济增长点，保持地区经济持续、健康、快速发展的必然要求；

3.4.适应经济结构调整，开发人力资源，发展新的旅游文化产业的客观需要；

3.5.对加快地区基础实施建设，缩小与发达地区的差距，使鄂尔多斯地区在新世纪实现新跨越具有重要的现实意义与长远的历史意义。

7、成吉思汗旅游资源的发展构想

鄂尔多斯历史悠久，文化灿烂。游牧文化与中原文化在这里互相渗透融合，共同演绎了鄂尔多斯草原文明史。而今，各民族又将在这块物华天宝的土地上创造现代文明[4]。7.1

按照旅游六要素的要求，全面提升成吉思汗陵的文化旅游产业品位，要将蒙古民俗风情同鄂尔多斯地域人文融合起来，精心打造“蒙古族风情园 ”新品牌，不但可以使成吉思汗陵将蒙元历史文化展现给全世界，同时也可利用风情园把历史悠久、韵味独特的鄂尔多斯地域文化和蒙古族民俗文化呈现给世人，二者相辅相成，亦可推动成吉思汗陵景区向多元化、多样化、精品化方向快速发展，使得成陵旅游区在国内外旅游中的含金量大幅提高；蒙古族风情园大体可设计为：[4](一)美食文化村

蒙古饮食品种和生产的优雅，独特的口味，符合现代人的饮食要求，有强烈的吸引力。美食村建设，主要是旅游展示和出售蒙古饮食文化的丰富多彩。(二)服饰文化村

鄂尔多斯文化是蒙古宫廷文化与汉文化、藏文化通过数百年融合成的，蒙古族服饰文化也形成了以骑马民族文化为主体，汉藏文化为辅助的格局。随着时间的推移，鄂尔多斯服饰形成了实用的生活装和礼仪装，不仅保留了传统文化色彩，也赋予了时代性，对游人颇具吸引力，有利于充分展示和推销蒙古服饰文化的璀璨绚丽[4]。(三)敖包文化村

鄂尔多斯敖包种类是蒙古各部中最多的，分为成吉思汗征夏敖包、成吉思汗陵敖包、蒙古族圣物敖包、蒙古族英雄敖包、家族敖包、家庭敖包、旅游景区敖包等众多种类。敖包村的建设，让游人尽博大精深的敖包文化，无疑将成为成陵旅游区一道靓丽的风景[4]。(四)那达慕村

鄂尔多斯那达慕，既有深厚的历史基础，又有广泛的群众意义。活动内容丰富，在风情园里修建那达慕村，平时对游人开放，召开那达慕时用于各种比赛娱乐活动，也是一道很好的人文景观。(五)末代王府公园

清代，满清政府对蒙古各部实施盟旗制度，鄂尔多斯部被称作伊克昭盟，下设七旗。各旗王爷府是封建王权统治的象征，荟萃了当时建筑雕刻、绘画艺术的精华。目前已是残缺不全，在风情园中建设微缩的七旗末代王府公园，也是一个良好的旅游看点。(六)狩猎场

成吉思汗陵旅游区拥有良好的天然牧场，如果将其围护起来，一方面可以使游人观赏到“风吹草低见牛羊”的大草原迷人风景。同时人工放养一些野生动物和禽兽供游人狩猎娱乐 也是马背民族向游人开放的一个特色旅游项目[4]。7.2 7.2.1 直接利用型

直接利用型是一种因地制宜的开发模式，指除增添必要的旅游设施、设备外，对原有的资源不再进行加工改造，而是保持其资源原貌，将现实的民族文化旅游资源开发成旅游产品 的开发模式。如民族传统的宗教活动、节事活动、传统婚俗、民俗表演活动等直接成为旅游产品。在这种开发模式下，再现当时的生活场景，旅游者可以领略到原生态的民族文化，拥有较强的真实感，增添了旅游的体验性，这也是直接利用型开发模式最大的优点所在。

成吉思汗文化旅游的直接开发利用中，其发展重点在于加强宣传，强调特色，确保游客体验质量。节庆会展旅游的竞争力集中于活动的特色和会议的规模影响，这是保证游客的体验质量的关键。其次，加强基础设施建设，营造良好的体验环境。一个安全舒适的体验环境是游客获得快乐体验的基础。目前，鄂尔多斯市的成吉思汗陵区旅游项目的开展，在部分程度上就是采用的直接利用型开发模式。直接利用适合于居民自发的小规模开发经营活动，既让居民获得了经济收入、增加了民族自豪感，又一定程度上保护了文化。3 7.2.2复原历史型开发模式

对已失传的成吉思汗民族文化，按照历史记载，挖掘题材,恢复历史面貌的开发,可以让游客更好体验成吉思汗文化的历史原貌，以人造景观的方式历史地再现民族文化。成吉思汗文化旅游资源在运用复原历史型开发模式时，可以根据各种文献、历史记载或者口头流传的民间故事、民间传说，深入挖掘成吉思汗文化内涵，在民族文化旅游产品更新上做文章；还可以探索、开发出一种崭新的成吉思汗民族文化持续旅游模式——成吉思汗民族生态博物馆，把蒙古民族自然、社会、文化进行整体保护、传承和研究的生态博物馆。3

就鄂尔多斯而言，可以加强以成陵为代表的祭祀民俗旅游产品、鄂尔多斯婚礼为代表的婚庆民俗旅游产品、马文化为切入点的游牧生产民俗旅游产品、那达慕为代表的游艺节庆民俗旅游产品的产业转化，形成品牌效应，以品牌带动民俗旅游的产业化发展。7.2.3创新

要改变以往鄂尔多斯民俗开发中到处“蒙古包、手把肉、草原白酒喝个够”的状况，将视野扩展到鄂尔多斯蒙古族生产、生活的各个方面，提高民俗旅游产品丰富度，优化民俗旅游产业结构。对鄂尔多斯市各地区民俗进行深度挖掘，找出各地区民俗的差异性并对其进行重点开发，从而形成产品的独特性。在民俗旅游资源开发与产业转化过程中，要注意民俗本真性与时代性的结合，将时尚元素、科技元素有机地融入到民俗旅游之中，增强其旅游吸引力与核心竞争力。在今后的民俗旅游中，必须重视创意竞争策略的运用，加强挖掘文脉、提炼文脉、升华文脉的过程，创新民俗旅游开发的主题。

6、总结

旅游业的发展与兴盛，已成为世界趋势，许多国家和地区都迅速推出了旅游文化战略。以草原文化和沙漠资源为依托的鄂尔多斯旅游文化产业必然会是具有鲜明特色的富有生命力的新兴产业。

综上所述，鄂尔多斯发展旅游业要面向国内外市场，发挥资源比较优势，突出地区和民族特色，挖掘文化内涵，整合基础资源，以“天骄圣地”为主题，优化产业布局，打造旅游精品，加快旅游产业发展步伐，将旅游业发展成为我市国民经济新的增长点和第三产业的支柱，实现由旅游资源大市向旅游大市的战略性跨越，以旅游业的大发展推动全市经济和社会各项事业持续、快速、健康发展[1]。

参考文献

[1] 何雨、王玲 《内蒙古沙漠旅游资源及其开发研究》

[2] 贾铁飞 《鄂尔多斯地区旅游资源配置与旅游发展增长极问题》 [3] 张玉香 《成吉思汗文化旅游开发现状及模式探索》 [4] 张燕翎 《提升成吉思汗陵文化旅游产业品味》 [5] 许海清 《以草原文化推动内蒙古特色草原旅游发展》

[6] 越圆 《基于生态足迹的成吉思汗陵旅游区可持续发展研究》 [7] 王爱军 《鄂尔多斯市旅游资源的可持续发展》 鄂尔多斯民俗旅游资源的开发与产业转化

秦 兆 祥

鄂尔多斯市旅游资源的可持续发展

王爱军 成吉思汗文化旅游开发现状及模式探索

张香玉

**第四篇：吐鲁番文化旅游产业如何发展**

文化是旅游产业的核心灵魂，旅游是文化传承的重要载体。从旅游产业发展的规律来分析：文化市场是旅游产业的核心要素，是旅游动机的生成要素，是旅游资源的重要构成；从文化产业发展的规律来看：旅游客源是文化产品的购买终端，旅游过程是文化传承的重要方式，旅游市场是文化消费的重大平台。可见，文化是旅游的灵魂，没有文化内涵的旅游是苍白空洞的，是无“心”之旅；旅游是传承文化、弘扬文化精神的有效载体，是文化产业发展的不竭动力。

吐鲁番被誉为“世界四大文化体系的交汇点、华夏灿烂文明进程的活化石、西域丝路精妙绝伦的博物馆、人与自然和谐生存的欢乐园”，丰富而独特的旅游资源，主要由文化、自然风光、绿洲生态、民族风情等类型复合而成。这些资源在盆地中央聚集，丰富多彩、相得益彰，是西部地区最具有代表性的区域。旅游资源的集中在全国罕见。初步评估，这些资源至少可打造八个5A级景区，两处世界文化遗产。我们必须抢抓机遇，按照自治区党委张春贤书记“以现代文化为引领”和“把吐鲁番建成新疆大客厅”的要求，把吐鲁番打造成“景区精彩纷呈，文化引领风骚”的中国西部旅游集散地和西部国际文化旅游区。

一、吐鲁番文化旅游资源的特征

吐鲁番旅游文化源远流长，博大精深，承传开拓，新意迭出，内容异常丰富，元素特色鲜明，在史学、文学、艺术、民俗、建筑等领域无不闪耀着璀璨光芒。其特征主要表现在以下六个方面：

（一）故城文化。吐鲁番古称高昌、西州、火州，汉代为车师前国，十六国至南北朝时期，这里先后建有“高昌郡”和“高昌国”，唐朝在此设西州，漠北回鹘人大举西迁后，在此建立高昌回鹘王国。元代改建“火州”，清代设吐鲁番直隶厅，悠久的人文历史赋予了吐鲁番厚重的历史文化底蕴。境内交河故城是世界上现存最大最古老、保存最完好的生土建筑城市，也是我国保存两千多年最完整的都市遗迹，唐西域最高军政机构安西都护府最早就设于此；高昌故城是由中原和西域各民族的共同建设、保卫之下，逐步建成的西域政治、文化和丝路国际贸易中心。两座故城均是历代中央政府统治西域的战略要地。发掘发现的众多文物充分展示了西域与中原融合发展、密不可分的联系，展现着新疆民族发展史；气势恢弘的故城遗迹更是新疆自古以来就是祖国不可分割的一部分的有力佐证，无可辩驳地叙说着新疆历史发展的正史。

（二）西域文化。吐鲁番是古丝绸之路上的璀璨明珠，是丝绸之路国际贸易兴盛时期东西方文化交流最频繁的地区之一，也是我国保存丝绸之路遗址最丰富的地区，文物古迹数量大、品位高、底蕴厚，世界古代四大文化在这里交融，形成了灿烂辉煌的西域文化。新疆历史博物馆收藏的西汉到唐代的文物，80%以上都出自吐鲁番；这里曾经出土过24种文字，充分展示了多种文明和多种文化在这里的交锋与融合；兴起于公元4世纪的高昌文化是以儒家文化为主导地位的汉文化，延续了三百多年；吸纳了中原文化和西方文化的高昌乐舞，隋唐时期传入中原，轰动朝野，倾倒京华，成为唐朝宫廷音乐的十部之一，并有“高昌人喜歌善舞”、“乐多琵琶、箜篌”、“好游赏，行者必抱乐器”的记载。

（三）宗教文化。几乎所有世界性的宗教都到过吐鲁番这片神秘之境传过教。在漫长的历史过程中，现在依然是保留有袄教、摩尼教等多种宗教的洞天福地。这里是西域佛教艺术传入东亚的最后一站，也是西域佛教翻译的重要译场，出土有婆罗米文、粟特文、汉文、突

厥文、回鹘文等多种语言文字的古籍版本，在佛教传播史上占据重要地位。高昌故城及其周围景教寺院、藏传佛教寺院、祆教寺院以及道教典籍的出土，吐峪沟内的佛教、祆教、伊斯兰教等文化信息的并存，柏孜克里克石窟内回鹘佛教、摩尼教寺院的相互发展，不仅客观反映了新疆的宗教演变史，直接印证了吐鲁番曾经是世界上多种宗教传播和交流的中心，而且对研究东西方文化交流、中亚文明史以及中国古代建筑、宗教、艺术等有着重要价值，是属于全世界的文化遗产。

（四）民俗文化。吐鲁番自古就是多民族融合交汇的地区，历史上留下了大量令人叹为观止的绘画、雕塑、建筑等民俗文化遗产，独具特色的葡萄文化及散发着浓郁葡萄甜香的维吾尔民俗文化、中国古代三大工程之一的坎儿井文化、以非物质文化遗产《十二木卡姆》为代表的维吾尔传统歌舞文化、沙疗盐疗为主的民俗医疗文化、具有地方特色的餐饮文化，以及丰富多样的历史遗迹和特色民居建筑文化等，都具有很高的科学研究和旅游价值。如今的吐鲁番是与南疆喀什比肩的维吾尔族文化两大中心之一，是享誉国内外的“歌舞之乡”，以维吾尔族为主的各民族服饰、饮食、礼仪和禁忌、节庆、婚丧仪式、工艺品、建筑、宗教等，魅力独特，风格迥异，具有典型的吐鲁番地区特色。

（五）极地文化。历史上就有“火洲”之称的吐鲁番是中国气温最高的地方，据观测，最高气温达到过摄氏49.6度，地表温度也曾达到摄氏89.2度；吐鲁番是中国最干的地方，据气象资料，吐鲁番盆地西南部的托克逊县年平均降水量仅3.9毫米，比被称作“死亡之海”的塔克拉玛干大沙漠还要少；吐鲁番是中国地势最低的地方，据统计，吐鲁番盆地低于海平面以下的面积就有4000多平方公里，整个盆地的最低处，是盆地南缘的艾丁湖，这里低于海平面154米，是全国地势最低处、世界第二低地。吐鲁番是中国最甜的地方，这里出产的葡萄和哈密瓜，糖度可达28%以上。可以说，来到了吐鲁番，就来到了中国极限之都，就能体验到人与自然共生共存的官能极限。更试想，徜徉交河故城，体味中华四极，仰望璀璨星空，感受历史厚重，感受时空交汇，感受尘世静谧，岂之快哉!

（六）名著名曲文化。众多的名著和名曲与吐鲁番息息相关，结下了不解之缘。四大名著之一的《西游记》第五十九回写道：“西方路上有个斯哈哩国，乃日落之处，俗呼„天尽头‟。这里有座火焰山，无春无秋，四季皆热，那火焰山有八百里火焰，四周寸草不生”。由此，一把芭蕉扇便让吐鲁番火焰山名扬天下。只要有人哼一句“吐鲁番的葡萄熟了”，一定会有人接唱道“阿娜尔汗的心儿醉了”；不经意唱出句“阿拉木罕在哪里”，就会听到应声而出的“吐鲁番西三百六”。妇孺皆知的神话人物和耳熟能详的新疆民歌极大拓展了吐鲁番的知晓率和影响力，孕育了吐鲁番独特的火焰山文化和民歌文化。

二、制约吐鲁番文化旅游产业发展的瓶颈

经过多年的改革发展，吐鲁番文化旅游产业初具规模，培育了一批叫得响、引得来、有市场的文化旅游名片。但从规模效应和经济效益来看，与全疆旅游业已进入国际国内两个市场有机结合、互补互促的大旅游、大市场、大产业阶段的现实还有相当差距。面对新的形势和要求，必须清醒看到吐鲁番文化旅游业发展的瓶颈：

（一）科学规划不够。目前吐鲁番文化旅游产业发展缺乏高起点、高标准、有创意的总体规划，对主要客源、景区升级、布局设计、线路安排、时间节点、季节差异等诸多要素缺乏认知，对远离主要客源市场、过境游客居多、“夏秋火冬春冷”、同质产品市场竞争激烈等

问题缺乏系统有效的解决方案。

（二）特色挖掘不够。自然旅游资源开发深度不够，景区景点档次品位不高、内涵不深、精品不多，难以给游客留下深刻印象；文化与旅游产业脱节，独具吐鲁番特色的文化底蕴挖掘整理不够，缺乏具有独一无二特性的文化旅游主导产品，对广大游客缺乏吸引力，无法凭借独特价值在市场竞争中占据应有份额。

（三）资金投入不够。目前，地区文化旅游产业政府行为多，企业和社会参与少，文化旅游发展资金匮乏，旅游项目启动困难，基础设施建设滞后，吃、住、行、游、购、娱六大要素不够完备，无法与迅速增长的游客需求相适应；文化建设投入不足，文化设施短缺、条件简陋，社会各类艺术团体发展缺乏资金支持，走向市场步履维艰；文物、古建筑修缮保护管理经费严重不足，文物古迹损坏严重，文化特质未能充分挖掘、整理，面临文化旅游资源保护不力、利用率低等困境。

（四）宣传力度不够。缺乏全面介绍文化旅游业的宣传体系，全方位、多角度的宣传不够，品牌形象不突出，知名度较低，辐射面狭窄，旅游目的地形象不够鲜明，在全国旅游市场的认知度与旅游发达地区相比差距较大，难以吸引国内外的游客，以至于陷入大资源、小产业的尴尬境地。

（五）专业人才不够。从实际情况看，旅游专业人才总量不足、结构不合理，直接制约着旅游产业的后续发展。一方面，缺乏专业管理策划人才对已经开发的文化旅游产品进行有效管理。另一方面，缺乏高水平的专业导游人员，尤其是缺乏土生土长、真正了解本土文化的导游人员对文化旅游内涵作深入讲解，致使许多游客远道而来，却不知所云，大大降低了游客的满意度。

三、吐鲁番文化旅游产业发展实现路径的思考

吐鲁番文化旅游产业发展的实现路径是：坚持统筹规划、特色鲜明、开发与保护并重、三个效益相统一四大原则，努力构建信息宣传、旅游要素、政策制度、专业人才、区域协作、行业规范六大高地，全力打造具有世界影响力的文化旅游品牌。

（一）坚持四大原则。

1.必须坚持统筹规划。文化旅游产业是一个涉及面极广的综合产业，必须放在区域经济的全局中统筹规划。既要统筹近期的发展，又要考虑远期的目标；既要注重物质文化，又要挖掘非物质文化遗产；既要统筹文化旅游产业发展，又要与新型工业化、农牧业现代化和新型城镇化同步迈进；既要发挥政府主导的作用，又要积极引导社会、游客、企业等各方面的广泛参与；既要着眼吐鲁番本地的产业发展，又要加强与区内外文化旅游资源和行业的交流合作。总而言之，要以科学发展观为指导，科学定位、科学规划，要用“十个指头弹钢琴”的办法，整合要素，形成协调发展的运行机制。

2.必须坚持特色鲜明。特色品牌是文化旅游产业的灵魂，差异化是市场竞争的不二法门，只有产品和服务具有独特性，做到“人无我有、人有我优”，才可能在行业竞争中立于不败之地。这就要求我们凝炼吐鲁番文化旅游产业中“独一份”的产品，灌游客的“耳音”，抓游客的“眼球”，增强吸引力，放大影响力；要细分要素市场，在文化旅游产业涉及到的各个行业，提供个性化的优质服务；要细分游客种类，生产出适合不同国家、不同年龄、不同性别、不同文化背景的游客各自需求的产品。

3.必须坚持开发与保护并重。吐鲁番既有“打点滴”保护故城的先进经验，又有保护不善历史遗迹遭到破坏的沉痛教训。必须寓文化旅游产业发展进程于文化遗产保护与开发的进程中，坚持积极的保护与科学的开发并重，以对人类文化遗产高度负责的态度审慎开发，防止造成破坏性开发。吐鲁番同时是生态环境相对脆弱的地区，必须寓文化旅游发展于生态文明发展，走出一条人与自然和谐共生的产业之路，力戒掠夺式开发。

4.必须坚持三个效益的统一。吐鲁番文化旅游产业发展过程中，要强调政治效益、经济效益和社会效益同步发展。政治效益是文化旅游产业发展的重要内容，经济效益是文化旅游产业发展的物质基础，社会效益是文化旅游产业发展的价值所在。在实践中，要依托故城文化，建设新疆发展史、民族史、宗教史教育基地，唱响“新疆自古以来就是祖国不可分割的一部分”的主旋律，发挥应有的政治效益；要依托文化旅游产业，实现旅游扶贫、扩大旅游就业、丰富旅游市场、增加旅游收入，发挥应有的经济效益；要依托文化旅游媒介，传承和发扬优良的传统文化，大力弘扬“爱国爱疆、团结奉献、勤劳互助、开放进取”的新疆精神，发挥应有的社会效益。

（二）打造六大高地

1.信息宣传高地。现代社会，酒香也怕巷子深，高水平、全方位、多媒体的宣传对于塑造文化旅游形象十分重要。要依托强势媒体，拓展对外文化交流和传播渠道，大力宣传吐鲁番整体形象，积极推动吐鲁番文化面向全国、走向世界。要完善相关文化设施尤其是媒体设施，以车站、机场、景区、酒店等为重点，加强报纸、广播电台、电视台、手机、互联网等公共信息服务建设，实现文化旅游信息宣传全覆盖。要积极进行市场运作，邀请国内顶级文化策划机构，设计包装主题文化宣传活动，高层次举办以吐鲁番学为主题的学术交流活动，引起社会各界争鸣，放大吐鲁番文化旅游资源的影响力和竞争力，提升品牌价值。

2.旅游要素高地。

——旅游景点。以瓜果王国为产品形象、古城之都为文化形象、焰火之都为动态形象，以中国吐鲁番国际旅游区、中国西部旅游集散地、新疆旅游新高地为总体形象，全力打造库姆塔格沙漠、火焰山景区、交河故城、高昌故城、坎儿井民俗园、吐峪沟、艾丁湖、葡萄沟八大5A景区集群和交河故城、高昌故城两处世界文化遗产。开发宗教旅游、生态旅游、故城旅游、沙漠旅游、民俗旅游、主题旅游、节庆旅游等多重产品，通过西游体验、沙漠漂流、情定葡萄沟、盛夏泼水节、步步高祈福等众多文化旅游活动，让游客情迷吐鲁番，真正做到游在吐鲁番。

——旅游住宿。要进一步完善城市功能，优化布局体系和档次结构，加快星级酒店建设步伐，引入青年旅馆、汽车旅馆等主题酒店，增设野外宿营地等特色休息区，注重外观立面、内部设计的地域文化特征，强化内涵建设，提高服务质量，真正做到住在吐鲁番。

——旅游餐饮。要不断挖掘和打造地域饮食特色，推陈出新，在提升餐饮水平、服务水

平的同时，引进各地风味以适应文化旅游产业的发展。要加强对特色小吃、景区餐饮的卫生和环境管理工作，既保留民族地域特色又符合现代餐饮理念，真正做到吃在吐鲁番。

——旅游购物。要引导文化旅游产品生产企业不断改进技术，提高创新能力和创意水平，开发一批凸现文化特色、制作工艺优良的旅游纪念精品；进一步规范文化旅游商品市场秩序，提高从业人员素质，避免强拉强卖和无序竞争，真正做到购在吐鲁番。

——旅游娱乐。重点是结合景区或地方文化、习俗举办一些参与性、互动性强的项目和主题晚会。加大投入力度，引入市场机制，积极整合各类文艺团体精英，编导充分体现地域特色、民俗风情、厚重历史、多元文化，声光电俱佳、引人入胜的实景演出《西游吐鲁番》，打造独具魅力的旅游文化品牌，真正做到娱在吐鲁番。

3.政策制度高地。要进一步提升对发展文化旅游产业重要性的认识，将打造“新疆大客厅”的任务提到战略高度，建立统一组织、协调、指导文化旅游业发展的领导组织和工作机构，形成规范高效的管理体制。要组织专家制定吐鲁番文化旅游产业发展规划和产业政策，前瞻性的谋划发展目标和确定发展战略，强化宏观控制、政策导向、资金投入等方面的指导，系统出台鼓励文化旅游及相关产业发展的政策、制度和措施，营造良好的秩序和环境；要运用开放的思维、灵活的机制，充分发挥市场配置资源的基础性作用，面向市场聚集资金，激活各类旅游生产要素，采取财政资金拨一部分、整合资源集一部分、市场运作融一部分、关联项目配一部分、承建单位垫一部分、招商引资引一部分、对上争取补一部分等多种方式，形成多渠道、多形式、多元化投入格局。

4.专业人才高地。构筑文化旅游人才高地是文化旅游产业发展的根本和原创力。要深挖内部潜力，加大对现有从业人员教育培训的投入，尤其重视文化管理、旅游管理、市场营销和文化创意等复合型人才和能歌善舞、掌握多种语言的导游人才的培养，使地区文化旅游发展具有强大的智力支撑和不竭的人力资源。要积极引入新疆各大院校以及文物部门、文化传媒、旅游企业等专业人士共同参与，形成合力，提升研究、创意和营销水平，推动吐鲁番在国内外文化旅游产来发展竞争中实现领先地位。

５.区域协作高地。文化旅游市场的统一性、旅游客源流动的关联性，决定了任何地区都无法关起门来搞开发。加强区域协作和资源共享，互相学习互相促进，这是一个大的趋势，唯有合作，才能共赢。要淡化推行带有强制色彩的线路产品，逐步消除人为的旅游阻碍，把主要心思用在打造能够深刻全面反映吐鲁番文化旅游资源特色与内涵的精品方面，努力提高吐鲁番文化旅游产品的内核竞争力；要充分利用内地西进新疆陆路旅游和疆内东出内地陆路旅游大通道的地缘优势，向西与疆内各旅游胜地携手并进，打造黄金旅游圈；向东与内地旅游胜地合作发展，打造黄金旅游线。

６.行业规范高地。加快文化旅游的法制建设，完善吐鲁番文化旅游市场综合治理机制，建立健全文化旅游执法队伍，加大执法力度。要完善地区旅游管理委员会和地区旅游协会的职能，从政府层面和市场层面共同协调处理旅游市场综合整治的重大问题。对旅行社、景区景点、宾馆、餐馆、旅游运输、旅游娱乐和旅游购物等进行全过程的规范管理。强化文化旅游质监机构的职能，制定完善的工作制度，建立吐鲁番地区统一的旅游投诉电话系统，及时受理投诉，查处违法违规行为，切实维护旅游者和旅游企业的合法权益。

**第五篇：西安文化旅游产业发展**

西安文化旅游产业发展概况

西安市文化旅游产业发展概况。西安市规划展览馆、曲江新区规划展 览馆，大唐不夜城、曲江池遗址公园、大唐芙蓉园、西安美术馆、明代城墙遗址等文化旅游项目，西安市文化产业发展的基本思路、定位和商业运作 模式，以及推动文化旅游产业发展的先进经验和成功做法。

近年来，西安市坚持产业支撑、板块带动发展战略，秉承“不争最大，只求特色”发展理念，加快经济发展方式的转变，经济社会实现了良性发展，城市面貌发生了历史性变化。先后荣获“国家园林城市”、“中国十佳最具软实力城市”等称号。

作为西安主导产业之一的文化旅游产业，以曲江新区为重点区域，以打造国际一流文化产业园区和世界一流旅游目的地为目标，创新运作模式，整合历史 文化资源，策划推出了一批重大文化旅游项目，文化旅游产业连续3年保持20%以上的增长速度，有力地带动了相关产业的发展，文化所蕴含的巨大活力和价值得 到充分释放，区域发展综合实力得到不断增强。

曲江新区的发展经验启示。一是追求精品，曲江以盛唐文化为主题，面向国际开展招标，将分散的文化遗产合为一体，全域化布局，形 成唐文化气息浓郁的大曲江文化景区;二是集团运作，以曲江文化投资(集团)有限公司为主体，实施金融资本与产业链投资运营“双轮驱动”;三是保护性开发，把文物保护放在首位，全面放大文化元素;四是文、旅、商协同发展，曲江以文化旅游为牵引，全面促进了第三产业发展;五是惠及民生，注重让百姓共建共享文化 发展成果，有效地增强了广大群众的文化认同感。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！