红色文化旅游共生发展系统研究
——基于对山东沂蒙的考察

邵明华　刘　鹏

摘要：文化产业与旅游产业的跨界共生、赋能融合可以有效促进异质性产业要素的集聚整合与无障碍流通，进而实现原有产业价值链的重塑与创新。以共生理论为基础，依据红色文化旅游内涵要素与发展特征，以共生单元、共生界面、共生环境为基点构建红色文化旅游共生发展系统，并从市场主体共生、产品共生与利益共生三个维度对其运作机理进行阐释。继而以山东沂蒙红色文化旅游为例，分析其共生发展的现状与问题，总结其发展的内在逻辑，提出强化共生单元壮大市场主体、软化共生界面构建产品矩阵、优化共生环境推动产业创新不仅是实现沂蒙红色文化旅游共生进化与持续发展的重要路径，也为红色革命老区实现文化旅游产业高质量发展提供参考。

关键词：共生理论；山东沂蒙；红色文化旅游；共生发展系统；文旅融合
DOI：10.19836/j.cnki.37-1100/c.2021.04.008

“文化与旅游的融合发展和协同创新是国际社会公认的必然趋势，也是促进旅游产业与文化产业提质升级的必然选择。”① 在文旅融合发展战略由理论步入实践的新时代背景下，持续“推动文化和旅游融合发展，发展红色旅游”② 成为旅游经济动能转换阶段的重要着力点，同时也是实现我国红色革命老区“统筹推进革命文物保护利用传承，着力加强革命文物保护修复和展示传播，着力深化革命文物价值挖掘和利用创新，着力提升革命文物公共服务水平和社会教育效果”③ 的有效路径。新时代，红色旅游通过红色文化赋能推动文旅融合转型升级，正逐渐成为文旅经济的热点④。基于此，本文将共生理论嵌入红色文化产业与旅游产业深度融合共生分析框架，选定山东沂蒙为研究对象，系统考察新时期以“水乳交融、生死与共”为灵魂的沂蒙精神的时代价值与内涵，分析两者共生基础与问题，探讨沂蒙红色文化旅游发展系统实现路径，为我国区域红色文化旅游产业高质量发展提供有益思考。

基金项目：国家社科基金艺术学项目“乡村振兴战略下农村特色文化产业发展研究”(18BH156)；山东省泰山产业领军人才项目“台儿庄古城文化创意产品研发与服务平台建设”(鲁政办字〔2018〕246号)；国家社会科学基金重大项目“现代文化产业体系和市场体系的协同发展研究”(20ZDA064)。

作者简介：邵明华，山东大学历史文化学院副教授，山东大学文化产业研究院副院长(济南 250100；shaominghua@sdu.edu.cn)；刘鹏，山东大学历史文化学院研究助理(济南 250100；1426961356@qq.com)。

① 邵明华、张兆友：《国外文旅融合发展模式与借鉴价值研究》，《福建论坛(人文社会科学版)》2020年第8期。

② 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，《人民日报》2020年11月4日，第1版。

③ 中共中央办公厅、国务院办公厅：《关于实施革命文物保护利用工程(2018-2022年)的意见》，http://www.gov.cn/zhengce/2018-07/29/content_5310268.htm，访问日期：2021年3月2日。

④ 李孟舜：《发展红色旅游助推文化强国建设》，http://www.cssn.cn/mkszy/yc/202011/t20201126_5221745.shtml，访问日期：2021年2月10日。

一、共生理论及其在红色文化旅游领域的相关研究

“共生(Symbiosis)”一词始见于19世纪中叶,起初属于生物学领域的研究对象。1879年,德国真菌学家德贝里(Aton de Bray)首次提出“共生”学术概念,并将其描述为“共生是不同生物密切生活在一起”①。后经苏联生物学家范明特(Famintsim)、科斯基(Korskii)等学者逐步完善形成生物共生进化领域的研究理论②。1998年,袁纯清运用共生思想研究小型经济与大型经济间的发展问题时较早将共生理论引入国内经济学领域,即“共生是指共生单元之间在一定的共生环境中按某种共生模式形成的关系”③,“共生单元是指构成共生体或共生关系的基本能量生产和交换单位,共生模式是指共生单元相互作用的方式或相互结合的形式,共生环境是指共生关系即共生模式存在发展的外生条件。”④三者共同构成共生理论的本质要素。从共生行为现象角度而言,多方互动、双向交流、协作互助是共生的重要特征,实现共同发展、协同创新、稳态进化是共生的本质目标,贯穿互惠共存、和谐统一发展理念的共生理论为指导研究经济社会的发展问题提供了一个很好的理论基础。

旅游产业的综合性决定了旅游共生的天然性⑤,共生是实现旅游业持续发展的必经之路⑥。红色文化旅游作为一种特殊旅游形式,研究其与相关主体的共生发展意义重大。由于共生理论引入国内较晚,有关红色文化旅游共生发展的学术成果自2010年后才大幅涌现,学术界的普遍关注点主要集中在“共生内涵”“企业共生”“资源共生”“区域共生”“产业共生”等方面,研究大多为定性研究。

在“共生内涵”方面,周美静等将“红色旅游共生定义为利益相互独立又相互影响,拥有共同的特征和互补性,并具有长期共生可能性的两个或多个红色旅游共生单元,通过共生界面进行物质、能量、信息的交换或共享,实现至少对一方有利,对各方无害的正向利益的相互关系”⑦。该定义重视共生单元间的性质及共生关系的作用问题,研究视角较之以往明显拓宽。在“企业共生”方面,周慧玲等研究了红色旅游企业的共生系统,将其划分为区域内共生子系统和区域外共生子系统两类,并依据共生单元的性质与区域分布的不同归纳出核心共生、主要共生和跨界共生三种共生形态,总结出红色旅游企业的共生形成机理是由合作和共识耦合形成的⑧。在“资源共生”层面,许春晓等基于长株潭地区“绿色”“古色”旅游资源与红色旅游资源的共生共荣研究旅游共生发展的空间特征,认为多种旅游资源融合开发是研究红色旅游共生发展空间特征的根基⑨。在“区域共生”层面,黄细嘉等从城市中心区与周边乡村地区共生的角度出发,构建了城乡互动型红色旅游区的“互动合作共生”模式⑩;肖海平等提出了湘粤赣省际边界区域“红三角”地区红色旅游资源联动开发的共生组织模式和共生行为模

① 转引自洪黎民:《共生概念发展的历史、现状及展望》,《中国微生态学杂志》1996年第4期。
② 袁纯清:《共生理论——兼论小型经济》,北京:经济科学出版社,1998年,第1-5页。
③ 袁纯清:《共生理论——兼论小型经济》,第7页。
④ 袁纯清:《共生理论及其对小型经济的研究(上)》,《改革》1998年第2期。
⑤ 周慧玲:《旅游共生的研究述评》,《资源开发与市场》2014年第9期。
⑥ 黄艺农、李竹、许春晓:《国内旅游共生研究的阶段性及其成就》,《湖南社会科学》2016年第1期。
⑦ 周美静、许春晓:《红色旅游共生发育水平测评指标体系构建与应用——以韶山为例》,《旅游学刊》2019年第9期。
⑧ 周慧玲、许春晓:《红色旅游企业共生图谱及其形成机理研究》,《湖南大学学报(社会科学版)》2015年第1期。
⑨ 许春巧、黎巧:《长株潭红色旅游共生发展的空间特征》,《旅游科学》2015年第2期。
⑩ 黄细嘉、邹晓瑛:《基于共生理论的城乡互动型红色旅游区的构建——以江西南昌地区为例》,《江西社会科学》2010年第2期。

式①。在“产业共生”层面，高科等从产业、区域、产品、管理、利益、文化六个方面构建了红色旅游共生发展模式，并从产业维度提出了“旅游产业＋文化产业＋其他产业”的产业融合发展思路②；熊海峰等从学理层面探讨了文化和旅游融合共生的可能性与合理性，总结出“跨区域融合型的横向共生”“产业要素融合型的纵向共生”和“公共文化服务等单元与旅游的混合型共生”三种共生类型，认为文化和旅游融合发展的共生关系是成立的③。

综述可知，国内有关红色文化旅游共生发展的相关研究已经积累了较多成果，且研究热度呈上升趋势，研究对象表现出宏观与微观相结合的特点，研究内容呈现横向拓展与纵向深耕特征。但目前系统阐释文化产业与旅游产业融合共生机制的研究较少，也缺少从文化产业与旅游产业两者共生融合角度出发探讨红色文化资源富集区产业融合共生发展系统问题。基于此，本文在前人研究基础上，借助共生理论分析红色文化旅游共生发展系统的形成机理与进化逻辑，总结红色文化旅游共生发展规律，拓展共生理论应用领域。同时系统考察山东沂蒙红色文化旅游共生发展现状与问题，以期丰富红色文化旅游共生发展的理论研究，为推动我国红色文化旅游创新发展提供借鉴。

二、基于共生理论的红色文化旅游发展系统构建

红色旅游的一个重要特征就是共生发展，结合当地的所有资源，通过融合路径，创造新业态，形成综合效益④。以红色文旅资源内生发展起来的文化产业与旅游产业的共生融合形成红色文化旅游共生体，而推动实现红色文化旅游共生体的进化发展，不仅是文化产业与旅游产业两者互动融合的现实目标，也是红色文化旅游共生发展系统构建的重要方向。

（一）红色文化旅游共生发展系统构建

共生系统是共生关系存在的基本属性，是指由共生单元按某种共生模式和共生类型构成的共生关系的集合⑤。推动共生单元的深度融合进而建立全方位、立体化的共生关系网络是构造完整共生系统的基础。从“共生能量”⑥生成与分配角度出发，以提高共生系统全要素共生度与优化共生单元共生密度、共生维度为出发点，以共生单元、共生界面与共生环境为基点构建我国红色文化旅游共生发展系统。具体而言，红色文化旅游共生发展系统是指来自文化产业与旅游产业的具备功能互补的异质性市场主体在政府、市场两大核心利益主体及相关利益主体良性互动所创造的正向共生发展环境激励作用下，以共生界面为交流载体，在合理分工、竞争协作的全方位互动下协同进化并最终形成的一个具有内在稳定性的发展系统。参见图 1。

---

① 肖海平、谷人旭、黄静波：《湘粤赣“红三角”省际边界区旅游资源联动开发共生模式研究》，《世界地理研究》2010 年第 3 期。

② 高科、刘海洋：《吉林省红色旅游共生发展模式研究》，《资源开发与市场》2012 年第 9 期。

③ 熊海峰、祁吟墨：《基于共生理论的文化和旅游融合发展策略研究——以大运河文化带建设为例》，《同济大学学报（社会科学版）》2020 年第 1 期。

④ 许春巧、黎巧：《长株潭红色旅游共生发展的空间特征》，《旅游科学》2015 年第 2 期。

⑤ 袁纯清：《共生理论——兼论小型经济》，第 57 页。

⑥ 共生能量是共生系统存在与发展的必要条件，共生能量的大小与全要素共生度、共生密度和共生维度存在明确的对应关系。“全要素共生度”是共生单元与系统的总的关联度，对共生系统的能量形成与增长起决定作用，并与单要素共生度与共生界面特征联系紧密。“共生密度”与“共生维度”分别指在同一种共生关系中同类共生单元与异类共生单元的多少，其与共生环境联系紧密。参见袁纯清：《共生理论——兼论小型经济》，第 15 页，第 64-66 页，第 73 页。

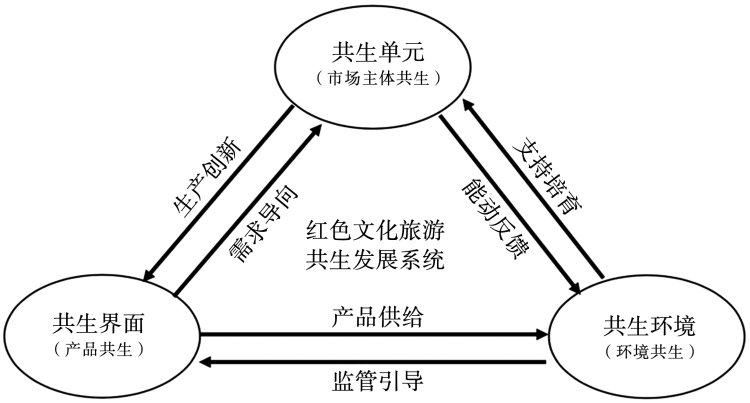

图 1　红色文化旅游共生发展系统

构建红色文化旅游共生发展系统，需从共生理论本质要素出发，综合考虑红色文化旅游共生发展过程中区别于一般文化旅游产业的融合特质、特有支撑、受众群体、发展思路与独特需求等动力因素。第一，从共生单元特性出发，内蕴有红色文化精神的文化旅游发展系统是红色文化旅游融合发展的关键方向。红色文化旅游共生体是以红色文旅资源内生发展起来的文化产业与旅游产业融合而成的产物。与其它旅游形式相比，红色文化旅游具有鲜明的意识形态属性与公众教育特质，是传承中华文化与社会主义主流价值观的独特载体，对于塑造国民精神与推进新时代文化建设具有紧迫性意义。第二，从共生界面载体出发，创意系列研学产品与服务是契合青少年研学群体消费需求的重要实现路径。当前从文旅融合现实层面看，主要聚焦“实现技术、产品、企业、市场四个层面的融合”①，而红色文化旅游产业则更需聚焦其融合实现路径，充分发挥研学产品与服务的载体创新效应。第三，从共生环境优化出发，立足新时代文化语境创新红色文化旅游产业发展思路是构建红色文化旅游共生发展系统的重要保障。“文化产业和旅游业都具有明显的消费行为特征，具有明显的市场属性，文化旅游融合符合市场机制的基本属性”②。在此背景下，红色文化旅游产业亟须转变传统发展思路，“用市场力量激发红色旅游发展活力，发挥红色旅游发展的市场力量”③，立体优化产业发展环境，为红色文化旅游共生发展系统构建提供保障。

（二）红色文化旅游共生发展系统的运作机理

红色文化旅游共生发展系统的正向相变与进化需要共生能量的支撑。增加共生新能量既要提升共生单元间的共生度，也要不断优化共生界面，降低共生阻尼机制实现共生单元的畅通交流。此外，优化共生环境、提升系统承载力以实现共生单元密度、维度双向合理增容也有助于共生系统的稳定发展。

1.基于市场主体共生实现共生单元的深度融合

文化产业与旅游产业具有明显的产业功能互补关系。文化是旅游的内涵和深层表述，是旅游者的出发点与归结点，是旅游景观吸引力的渊源，是旅游业经营的灵魂，而旅游则是实现文化的教化和娱乐功能的良好载体，是对文化的挖掘、提炼和弘扬，是两种不同地域文化的际遇与整合④。红色革命圣地所孕育的红色文化精神是红色文化旅游品牌的生命力所在。从生产角度而言，各类文化创意企业通过凝练地域文化形成文化 IP，通过对传统文化的现代化阐释变传统资源为创意产品，发挥文化赋能效应。从消费角度而言，各类旅游企业发挥平台优势为文旅产品与服务的呈现、应用搭建体验性

① 张海燕、王忠云：《旅游产业与文化产业融合发展研究》，《资源开发与市场》2010 年第 4 期。

② 傅才武、申念衢：《新时代文化和旅游融合的内涵建构与模式创新——以甘肃河西走廊为中心的考察》，《福建论坛（人文社会科学版）》2019 年第 8 期。

③ 韩元军：《大众旅游时代的红色旅游发展论》，天津：南开大学出版社，2017 年，第 114 页。

④ 赵晶媛：《文化产业与管理》，北京：清华大学出版社，2013 年，第 351 页。

的文化场景，完善一批科技感、时尚感、体验感的旅游文化空间形成旅游在地吸引物，通过呈现文化创意撬动游客的消费潜力，化产品为财富，发挥旅游的经济载体功能。市场主体的功能互补、全面合作有效提升单元要素共生度，为红色文化旅游共生发展系统形成贡献能量。参见图 2。

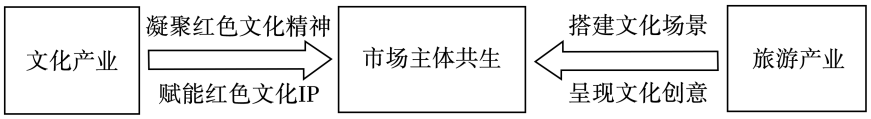

图 2　市场主体共生示意图

2.基于产品共生实现共生界面的畅通无阻

共生界面选择不仅决定共生单元的数量和质量，而且决定共生能量的生产与再生产方式①。单一文化产品或旅游产品无法满足游客高品位的消费需求，导致共生能量生成受阻。推动文化产品与旅游产品的改善升级以实现原有产品的双向渗透、相融相生成为关键。当前，人们越来越关注在不同环境（如旅游业）中系统地为消费者提供体验的重要性②，因此重视文化创意赋能效应，增强文创产品的特色性、趣味性在“体验经济”时代就显得尤为重要。加强系统策划联动与技术深度应用，增强与游客的互动性与交互性，克服当前演艺活动层次低、规模小、周期短、灵活性差等问题，加速传统演艺更新步伐。通过搭建沉浸式文化体验场景刺激游客感官，使红色文化精神变得可感可触，实现文化触达受众的体验化与参与方式的科技化。发挥核心景区带动作用，加强资源无障碍整合力度，将不同区域的红色旅游园区、基地、景区（点）合理嵌入红色文化旅游精品线路，加强区域旅游的整体协作。参见图 3。

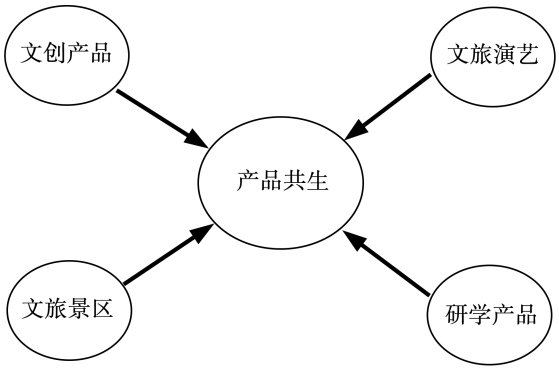

图 3　产品共生示意图

3.基于利益共生实现共生环境的立体优化

尽管共生环境不直接产生共生能量，但通过各相关利益主体协作营造的多元共生发展环境对提升共生系统的容纳力、包容力进而实现共生单元密度、维度的双向合理增容具有重要作用。企业是市场主体，政府与企业在促进红色文化旅游产业发展过程中应互相配合。在坚持资源保护前提下，政府应充分重视市场配置资源的优势，变管理为治理，不断提升自身服务意识，加强与多方利益相关者的沟通，实现政府职能的真正融合与政策供给的有效创新。同时，政府应加大对当地旅游市场的监管力度，对强制消费、欺骗顾客、不合理捆绑销售等损害游客消费体验的行为进行严格管控。各类文旅企业要借助市场自由竞争机制积极展开跨界协作，在整合当地文旅资源基础上发挥企业智慧，以市场需

① 袁纯清：《共生理论——兼论小型经济》，第 67 页。

② Mehmetoglu, M.and Engen, M.,“Pine and Gilmore's Concept of Experience Economy and Its Dimensions: An Empirical Examination in Tourism”, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 2011, pp.237-255.

求为导向提供一批优质产品与服务，实现产品结构的颠覆创新。此外，重视科研机构、组织协会、社区民众等相关主体。各方主体应坚持红色文化的公益属性，摒弃零和博弈的短视思维，树立主人公意识，为地区红色文旅资源产业化开发与红色文化旅游系统构建所需的多元环境贡献集体力量。参见图 4。

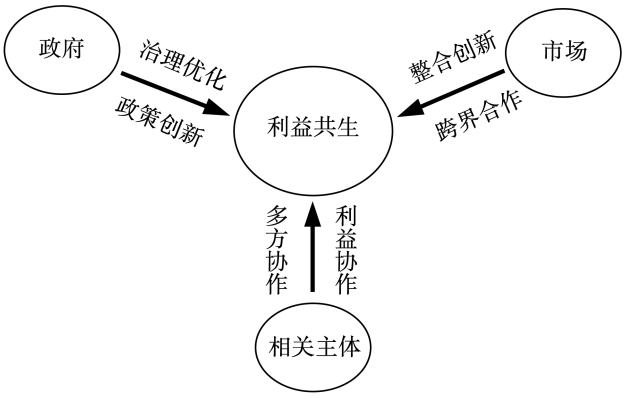

图 4　利益共生示意图

三、共生理论视角下沂蒙红色文化旅游发展现状与问题

2013 年，习近平总书记视察山东临沂时指出："沂蒙精神与延安精神、井冈山精神、西柏坡精神一样，是党和国家的宝贵精神财富，要不断结合新的时代条件发扬光大。"①沂蒙红色文化旅游是指以沂蒙革命老区丰富的红色文化资源为基础，以"水乳交融、生死与共"的沂蒙精神为内核，以"亲情沂蒙"文旅品牌概念形象为支撑，集中体现中国共产党与沂蒙人民"军民鱼水情深"文化精神内涵的红色文化旅游活动。新时期，沂蒙红色文化旅游发展既体现出红色文化旅游集政治性、教育性、经济性、文化性、体验性于一体的综合特性，又内蕴有鲜明的亲情性、乡土性、平民性与文化融合性的地域风格特质，在实现区域旅游融合创新发展方面已取得阶段性发展成果。对于二维共生关系而言，共生体形成的一般基础性条件是指具备质参量兼容的共生单元能通过一定的共生界面与共生介质自主活动，且彼此能够进行正常的物质、信息和能量交流，同时伴有新能量生成②。在此基础上，结合文化产业和旅游产业的强渗透性、弱边界性、易融合性和资源依赖性特点，本部分从共生本质要素出发审视沂蒙红色文化旅游的共生发展现状与问题，为思考沂蒙红色文化旅游高质量发展路径奠定基础。

（一）共生单元：功能互补与产业实践存有矛盾

从共生单元"质参量兼容"③角度而言，文化产业与旅游产业间存在明显产业功能互补关系，在共生过程中两者持续的双向赋能使共生关系形成并趋于稳定。文化产业的功能属性在于文化创意性。沂蒙精神鲜明的文化特质促使文创产品、影视基地、演艺作品、节事活动等迅速发展并取得良好的经济效益与社会效益。通过文化元素的创意转化促使当地文化符号转化为商业符号，提升文旅产品经济附加值。旅游产业的功能属性在于经济载体性。各大旅游景区、景点不断创新产品展陈方式，为文旅产品与服务提供多样化的供给方式与渠道，不断补给文化产业发展。文化产业通过凝聚文化精神、

① 《中国共产党精神谱系——沂蒙精神》，《人民日报》2019 年 1 月 30 日，第 9 版。

② 袁纯清：《共生理论——兼论小型经济》，第 18-25 页。

③ 质参量是指决定共生单元内在性质及其变化的因素。至少具有一组质参量兼容是候选共生单元建立共生关系的必要条件之一。参见袁纯清：《共生理论——兼论小型经济》，第 11 页、第 18 页。

撬动文化IP提升旅游价值，旅游产业通过搭建文化场景、呈现文化创意彰显文化内涵。文化产业与旅游产业间存在的功能互补关系使共生关系的形成成为可能。

理论学说通常因现实情况的差异与地域经济的独特而出现“水土不服”现象。文化与旅游的关系不必然是融合关系，无论从发展阶段还是功能性质来看，二者都存在一定的差异性，必须在理解二者互补性的同时看到特殊阶段发展的差异性①。文化产业与旅游产业的共生往往与民众思想认知、经济发展水平与政府重视程度密切相关。就沂蒙红色文化旅游而言，社会民众对于产业共生认识不足，尤其缺乏对于文化产业创意赋能作用的合理认知。广大景区周边所售产品与当地文化内涵断裂严重，乡村能人的精工巧艺尚未完全发挥。此外，整体来看当地文化产业与旅游产业的最佳共生状态存在一定适配距离。当地文旅产业发展仍主要依赖观光型旅游经济带动，缺乏以文化新业态催生的文旅活动，文化产业在经济产出、带动就业等方面潜力巨大。同时，相关部门对文化产业发展重视不足，产业发展要素培育方面政策供给的全面性与针对性有待增强。文化产业在观念认识、经济发展、政府重视等层面的劣势掣肘其与旅游产业的深度共生，导致文旅产业功能互补效应尚未完全发挥。

（二）共生界面：资源禀赋与文创精品难以转化

文化产业与旅游产业均是依赖资源禀赋而内生发展起来的综合性产业，“旅游共生关系的构成应该包括旅游资源的相似性或互补性以及空间的接近性或联系的便利性”②，具备文脉渊源的红色文化旅游资源成为打造共生界面的重要基础。沂蒙红色文化旅游依托当地的战争遗址、文化旧址、革命故地、名人故居等有形红色文旅资源与历史事件、人物精神、文艺作品等无形红色文化资源，通过市场化开发与运作逐渐搭建起丰富多样的共生界面。共生界面是共生单元相互作用相互沟通的媒介或接触介质③。共生单元通过共生界面进行物质、信息、能量交流时不断产生新能量，为稳定共生关系与增强产业抗风险能力提供支撑。当前文化产业与旅游产业共生过程中大致存在文创产品、文旅演艺、文旅景区（点）、研学产品四大共生界面。2019年，包括沂蒙小推车、沂蒙老房子、沂蒙老粗布和折叠花盆在内的临沂4件（套）文创产品入围全国优秀红色旅游文创产品，资源创意转化效率得以提升。文旅演艺层面，大型实景演艺作品《蒙山沂水》以丰富的文化内容与高端的呈演形式引起市场强烈反响，文旅品牌知名度不断增强。在文旅景区方面，沂蒙红色影视基地现已发展成一个集红色旅游、研学教育、观光体验、休闲度假等经济功能于一体的综合性旅游目的地，龙头带动效应突出。在研学产品方面，当地以“5A”级景区为核心，多主题景区相串联的方式推出一系列经典旅游线路，红色文化、自然风光、乡村文化、民风民俗等多元文化的碰撞融合丰富了现有研学内容。丰富多样的共生界面相互融合，通过满足不同群体的文化消费需求不断催生新能量，成为共生关系形成与稳定的发动机。

从共生能量生成角度而言，接触面积广泛、共生介质多样、交流通道畅通的共生界面更有利于共生能量的喷涌迸发。当前，自然景观对旅游者的吸引力已经进入长尾阶段，传统旅游产品的单一性使其逐渐难以满足人们日益增长的旅游需求④。当地文化内涵丰富、体验新奇、风格时尚的文创产品量少质低，阻碍游客消费潜力的有效释放。各大景区（点）对于沂蒙精神的展示传播方式趣味性不强，互动体验性差、吸引力弱，部分研学游活动存有说教意味。此外各类旅游节庆活动周期性强、规模层次低等问题较为突出。数据显示，2019年山东旅游行业十大热词中，“红色旅游”与“研学游”分列第一与第三，但在网络搜索热词中临沂未有一处景区（点、观）入围榜单前十⑤，低端供给与需求升级的结构性矛盾突出。资源禀赋的转化难导致共生界面的低端化，致使各类文旅产品与服务难以对游客产生

① 王韬钦：《文化振兴视阈下乡村文化旅游融合发展的内生逻辑及路径选择》，《科技促进发展》2018年第12期。

② 吴泓、顾朝林：《基于共生理论的区域旅游竞合研究——以淮海经济区为例》，《经济地理》2004年第1期。

③ 袁纯清：《共生理论——兼论小型经济》，1998年，第18页。

④ 冯健：《“文旅融合”该从何处着手》，《人民论坛》2018年第32期。

⑤ 山东省文化和旅游大数据研究中心、济南大学旅游文化创意研究院：《2019年度山东旅游大数据报告》，https://ishare.ifeng.com/c/s/7uOF38zYfm2，访问日期：2021年1月28日。

持续吸引力，共生体进化发展所需能量供给亟待提升。

（三）共生环境：宏观政策与产业环境出现失衡

红色文化旅游因其鲜明的意识形态属性而对宏观政策环境具有较强依赖性，因此积极的宏观政策构成沂蒙红色文化旅游的主要共生环境。2021 年，国务院下发《国务院关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》，明确支持革命老区对接国家重大区域战略，鼓励“沂蒙等革命老区重点对接黄河流域生态保护和高质量发展”，“支持革命老区立足红色文化、民族文化和绿色生态资源，加快特色旅游产业发展”，“推动红色旅游高质量发展，建设红色旅游融合发展示范区”①。山东则根据全省红色文化保护传承与旅游产业发展实际，指出要“大力弘扬沂蒙精神”，培育“沂蒙红色文化精品旅游发展高地”，制定出台《山东省红色文化保护传承条例》以规范加强红色革命文化精神的保护与传承工作。临沂市早在 2017 年便提出推动建成“以沂蒙精神为文化内涵、以亲情沂蒙为地域特色、以红色旅游为产品支撑的红色文化圣地”。2019 年，临沂市委成立“临沂市红色文旅发展办公室”，同时在市文化和旅游局内设立“红色文旅发展科”，整合部门职能，推动机制创新。2020 年，临沂市出台《临沂市红色文化保护与传承条例》，为加强本市红色文化物质资源的保存与保护、沂蒙精神的传承与弘扬作出法律性保障。积极正向的政策环境成为沂蒙红色文化旅游共生发展的直接推动力。

红色旅游既是精神文化活动，也是价值消费过程②。新时期，沂蒙红色文化旅游应提供一批人民群众喜闻乐见的文旅产品与服务以不断满足人民日益增长的文化消费需求。然而目前当地红色文旅产业共生发展相关的支持性政策供给不足，多元环境营造不均，突出表现为当地丰富的红色文化资源尚未转化为一批具有核心竞争力的研学产品与景区文化创意体验产品，文旅融合发展活力不足。数据显示，2019 年临沂市预计全年累计接待游客 8169 万人次，实现市旅游总收入 851.41 亿元③。而同为国内知名红色旅游目的地的遵义市，2019 年游客接待量从 2012 年的 3360 万人次跃升至 1.55 亿人次，旅游综合收入从 280 亿元增至 1560 亿元④，旅游消费吸引力与产业经济表现力均优于临沂市。此外，从产业竞争力角度而言，《中国县域旅游竞争力报告 2020》⑤显示，贵州省、江西省、湖南省三大红色文化旅游大省分别有 10 市（县）、6 市（县）、5 市（县）上榜“2020 中国县域旅游综合竞争力百强县市名单”，且上榜市（县）均常设有一定市场规模和知名度的红色文化旅游活动。而山东仅有青州市与沂水县上榜，沂蒙红色文化旅游产业的市场竞争力亟待提升。产业发展立体环境的缺位导致沂蒙红色文化旅游产业发展实力、消费吸引力与产业竞争力落后于国内同类红色旅游目的地与旅游区。完善形成更加立体多元的产业发展环境成为推动文化产业与旅游产业深度融合的重要力量。

四、沂蒙红色文化旅游共生发展系统研究

优化共生行为实现共生能量的持续生成与对称性分配，强化共生组织实现共生组织化程度提高与共生进化作用增强，是形成共生关系与构建共生系统的重要方向。完整的共生关系是行为方式和共生程度的具体结合，共生单元的性质和力量对比变化、共生界面的内容变化及共生环境的变化等因

① 《国务院关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》，http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-02/20/content_5587874.htm，访问日期：2021 年 3 月 27 日。

② 李孟舜：《发展红色旅游助推文化强国建设》，http://www.cssn.cn/mkszy/yc/202011/t20201126_5221745.shtml，访问日期：2021 年 2 月 10 日。

③ 《2019 年文化旅游综合数据公开》，http://www.linyi.gov.cn/info/3446/254744.htm，访问日期：2021 年 3 月 30 日。

④ 孙远桃等：《贵州遵义：7 年游客升至 1.55 亿人次 旅游综合收入增至 1560 亿元》，http://whhly.guizhou.gov.cn/xwzx/szdt/201908/t20190820_6785669.html，访问日期：2019 年 3 月 30 日。

⑤ 竞争力智库、中国经济导报社、中国信息协会信息化发展研究院等：《中国县域旅游竞争力报告 2020》，http://www.ceh.com.cn/cjpd/2020/11/1324581.shtml，访问日期：2021 年 3 月 30 日。

素都可以造成共生模式的变化，构成共生关系千变万化的自变量①。因此，强化共生单元、软化共生界面、优化共生环境成为推动红色文化旅游共生发展系统形成、进化与稳定的有效路径。

（一）强化共生单元：培育壮大市场主体，打造文旅企业集聚园区

增强市场主体发展实力、实现其融合共生是提升共生单元单要素共生度与系统全要素共生度的重要路径。共生单元不仅是构成共生关系的基础要素，同时也是共生能量生成、交换与推动共生体进化的关键要素。沂蒙红色文化旅游产业的发展是一个客观的经济现象，符合市场经济的一般运作规律。为实现产业自身可持续发展，各产业主体应充分协作挖掘整合当地资源中可供产业化开发的文旅资源，不断推出文创精品。企业之间会由于外部因素或市场演化力量的作用而集结在一起形成企业集群，在一定的价值链下共同生存和协同进化，达到共同繁荣的目的②。因此，应从着力培育一批高成长性的小微文化创意企业入手，弥补当地文化产业发展偏弱的缺陷，打造文旅企业集聚园区，促进企业集聚发展。

文化创意企业的培育与集聚园区的打造是一个循序渐进的过程，通过相应政策、规划的鼓励吸引一批高成长性企业进驻并逐步演化成为一个内部交流密切、对外抗风险能力明显增强的集聚园区。一方面，政府部门应尽快出台文旅企业培育工程等相关政策，针对当前文化科技类、文化创意类企业量少力弱、新型文化业态偏少等问题合理布局，采取适当倾斜的扶持政策引导文化企业发展，提升文化产业发展实力。继续支持当地领军文旅集团发展，拓宽完善在线旅游等互联网平台业务，适应消费者消费方式的转变，发挥旅游龙头企业的带动效应。另一方面，在遵循文旅企业共生发展自组织性特点的基础上，合理引导文旅企业集聚发展，加强企业间的跨界交流。借助集聚园区带来的时空便利性，增强企业在基础设施、服务信息、政策咨询、法务支持、金融服务、技术创新、知识流通等方面的共享力度，减少企业间交易成本，缩短创意周期，促进文化企业与旅游企业在产品结构、生产要素、市场结构、业务模块等不同层面的跨界聚合，深化产业融合力度。

（二）软化共生界面：加速技术研发应用，构建新型文创产品矩阵

共生界面直接关系着共生能量的生成传导机制，良好的共生界面对于共生能量的循环生成具有直接推动作用。当前沂蒙红色文化旅游产业内部尚未形成一批市场号召力强、文化创意感新、技术应用成熟的产品与服务，游客的消费需求与潜力无法得到有效满足与释放。科技发展的人文倾向催生了大量新奇和体验性极强的人文科技型产品，这反过来刺激了人们交互式、数字化、视觉化、娱乐性的消费欲望③。因此，加速技术成果的转化应用，构建一批新型文创产品矩阵成为满足游客消费需求、撬动游客消费潜力、实现共生能量持续迸发的破题之处。

以技术渗入为核心，以共生界面为载体，逐步推出多种类、多层次的文创精品满足消费者多样化、个性化的消费需求。在文创产品方面，以沂蒙精神内涵为核心，提炼主要文化元素形成文化 IP，与“亲情沂蒙”文旅品牌相互对应，统领开发后续产品与服务，形成“大文创”产业发展格局。同时在产品的设计、材质、种类、呈现形式等方面主动运用新科技，积极探索红色文化与革命文物价值内涵载体与青少年研学群体喜好相契合的产品开发模式，增强产品可玩性与科技感。在文旅演艺方面，对传统、经典的革命故事进行现代化改编，以年轻化的叙事方式加以呈现，避免宣教色彩。改编时注意增强现代视觉、听觉、光影技术的应用，通过游客视觉、触觉、听觉的多方联动加强与观众的交互感。在文旅景区（点）方面，以沂蒙革命纪念馆、孟良崮纪念展馆、孟良崮战役遗址展馆等文物纪念馆为例，继续提升馆内设施，积极运用 VR、AR、MR 等技术打造沉浸式体验空间，变藏品的知识型展示为可感、可触的数字型产品，实现藏品重生、历史重现。通过展览智能化与讲解时尚化为游客提供高品位的文化体

① 邵明华、张兆友：《特色文化产业发展的模式差异与共生逻辑》，《山东大学学报（哲学社会科学版）》2020 年第 4 期。

② 王子龙、谭清美、许箫迪：《企业集群共生演化模型及实证研究》，《中国管理科学》2006 年第 2 期。

③ 李凤亮、宗祖盼：《文化与科技融合创新：模式与类型》，《山东大学学报（哲学社会科学版）》2016 年第 1 期。

验，充分发挥其社会教育、文化涵养功能。在研学产品方面，充分发挥沂蒙红色影视基地、孟良崮战役纪念馆、沂蒙革命纪念馆等关键景点的核心作用，加强对知名度高、现有设施好、可进入性强的景区（点）的改进提升，增加研学线路中核心景区数量，防止单日游等短期、短途游客出现游览过后记忆不深等问题。同时，积极整合文旅资源，以红色文化为主线创意策划一批研学内容丰富、游览形式多样的品牌旅游线路，减少简单、直白的科普性介绍，满足研学群体的多样化、个性化需求。

（三）优化共生环境：深化利益兼容理念，拓展多元立体协作空间

全面立体的共生环境为共生单元密度与维度的双向增容提供保证，数量多、领域广、质量优的共生单元更易产生共生能量。从共生环境多重性出发，宏观政策环境构成红色文化旅游产业发展的主要共生环境，而关乎产业主体发展的经济、社会、技术、法治与人才环境等同样重要。在宏观政策支持下，各利益主体应充分树立利益兼容思想，协同优化产业共生发展环境。当前沂蒙红色文化旅游产业发展所需的主要共生环境较为充分，但多元环境仍需优化。区域旅游协同发展的参与主体分别是地方政府、旅游企业及社区群众，应构建地方政府引导、旅游企业主导和社区群众参与的发展模式①，同时旅游产业、研究、治理机构三者之间也存在相当共生的关系，“TRG”共生是双赢的局面②。因此，沂蒙红色文化旅游发展需要政府、企业、科研机构（高校及科研院所等）、社区民众以及相关中介组织的协作配合。各主体在做好内部合作的基础上，充分利用线下基础设施与线上互联技术搭建多元立体的实体、虚拟协作空间，加强主体协作深度，拓宽主体协作空间，协同优化共生环境。

各方利益主体应充分理解沂蒙精神所内蕴的“军民鱼水情深”的文化内涵，明确其文化教育性定位，坚持其公益普惠属性，摈弃短期利益博弈思想，为当地民众与外来游客提供优质产品与服务。具体而言，政策供给主体、知识创造主体、技术创新主体、创意转化主体、相关辅助主体等各利益主体应深入合作，推进资源整合与共享，以产业发展过程中所暴露出的问题为共同目标，秉持合作式思路，通过行为同步与主体契合最终实现利益共享与环境优化。一方面，合理规划以打破地方行政人为断裂式限制，发挥区域合力。沂蒙红色文化旅游产业遍布区域较广，在产业发展过程中易受地方基层政府政策影响，因此各区县政府应持续改进治理理念，采取软性合作式管理方式与邻边地方政府、其他利益主体等建立平等对话交流合作机制，积极协调利益主体关系，形成一种基于信任的良好治理生态关系。另一方面，充分借助互联网技术打破时空限制，借力技术赋能实现各主体间的充分协作与交流。通过由政府牵头、各主体参与的方式建立线上合作交流空间，为各主体间的及时沟通、反馈与深化合作提供平台支撑，创新合作机制。以文化资源为例，通过推动区域文化资源、文化元素“上云用数赋智”进程，各主体得以充分共享利用地域资源，特别是为企业提供了丰富的文化素材，加速其创意创新进程。总之，通过政府牵头、企业主导、多主体协作参与的发展模式发挥主体合力，协同优化产业共生发展环境，最终实现沂蒙红色文化旅游高质量发展。

五、结语

推动文化产业与旅游产业的共生融合发展进而实现红色文化旅游的内涵式创新，既是对国家实施文旅融合战略的积极回应，也是我国革命老区实现红色文化资源创造性转化、创新性发展与带动老区人民脱贫致富的必然选择。以共生理论为指导构建红色文化旅游共生发展系统是红色文化资源富集区实现红色文化保护传承和活化利用与旅游活动、经济文化建设相结合的积极探索，同时也是实现区域红色文化旅游产业发展与地区经济社会生态系统融嵌共处、相互促进的重要方向。从共生能量

① 黄静波、李纯：《湘粤赣边界区域红色旅游协同发展模式》，《经济地理》2015年第12期。

② Arvid Viken.，“Tourism，Research，and Governance on Svalbard：A Symbiotic Relationship”，*Polar Record*，2010，pp.335-347.

的持续生成与对称性分配角度出发,实现共生单元、共生界面、共生环境的彼此共生是提升系统全要素共生度、优化共生单元共生维度和共生密度进而构造红色文化旅游共生发展系统的关键路径。沂蒙红色文化旅游产业作为红色旅游产业的重要组成部分,遵循国内红色旅游产业发展的一般性规律,同时也因当地的政府治理模式、经济发展环境、地域文化精神、民众思想观念等的不同而呈现出独特发展特征。在产业发展的具体实践过程中,当地文化产业和旅游产业的现实发展情况与各主体所营造的共生发展环境构成影响沂蒙红色文化旅游产业共生发展的重要相关性因素。因此,强化共生单元壮大市场主体、软化共生界面构建产品矩阵、优化共生环境推动产业创新,不仅是实现沂蒙红色文化旅游产业共生进化与持续发展的可行之路,而且对于我国众多红色革命老区唤醒地域革命文化新价值与实现文化旅游产业高质量发展具有重要的借鉴价值与现实意义。

Research on the Symbiosis Development System of Red Cultural Tourism —Based on the Investigation of Shandong Yimeng

Shao Minghua　Liu Peng

(School of History and Culture, Shandong University, Jinan 250100, P.R.China)

Abstract: The transboundary symbiosis and enabling integration of cultural industry and tourism industry can effectively promote the agglomeration and barrier-free circulation of heterogeneous industrial elements, thereby realizing the reshaping and innovation of the original industrial value chain. Based on the symbiosis theory, connotation elements, and development characteristics of red cultural tourism, this article constructs a symbiosis development system of red cultural tourism based on symbiosis unit, symbiosis interface, and symbiosis environment, and explains its operation mechanism from three dimensions: symbiosis of market subjects, symbiosis of products and symbiosis of interests. This article then takes Yimeng Red Cultural Tourism in Shandong Province as a case study, analyzes its symbiotic development status and problems, summarizes its internal logic of development, and puts forward that strengthening symbiotic unit, expanding market players, softening symbiotic interface, building product matrix, optimizing symbiotic environment and promoting industrial innovation are not only important paths to realize the symbiotic evolution and sustainable development of Yimeng Red Cultural Tourism, but also provides a reference for the high-quality development of cultural tourism industry in the old revolutionary areas.

Keywords: Symbiosis theory; Shandong Yimeng; Red cultural tourism; Symbiosis development system; Integration of culture and tourism

[责任编辑:郝云飞]