

浅析新文艺群体在地方文旅融合发展中的作用

——以李子柒为例

牛冬冬 王鹏 姜远良

四川文化艺术学院

DOI:10.32629/jief.v2i4.1192

[摘要] 新的形势下地方文化旅游产业的融合发展是国家宏观战略下的政策导向,也是地方文化旅游产业自身发展的内在需求,以新媒体为依托的新文艺群体在我国文化传播和产业发展中的作用不可小觑,给地方文化与旅游产业融合发展带来了新的启示。李子柒的影响力和商业价值是不可复制的,但在“李子柒现象”的启发下,开放思想,进行资源优势互补、强调品牌价值、依托互联网的传播力量,在文旅产业融合发展的基础上,发挥新文艺群体在文化旅游产业发展中的催化剂作用,更多的人才、奇才参与到其中,确保专业化团队运营,保证影响力、公信力、文化内涵、讲好地方文化故事应是文旅融合发展的新突破口。

[关键词] 文旅融合;新文艺群体;李子柒

中图分类号: G253 **文献标识码:** A

早在2014年的全国文艺座谈会之上,习近平总书记就曾预见性的提出:“互联网技术和新媒体改变了文艺形态,催生了一大批新的文艺类型,也带来文艺观念和文艺实践的深刻变化”。同时,互联网技术和新媒体也在逐渐影响着旅游产业的发展,随着新媒体技术的发展,互联网与文化产业、旅游产业融合的程度也不断加深,信息化的经济生态环境应运而生,每一个人都成为以新媒体为载体的新文艺现象的创作者、阅读者、参与者、传播者、体验者和消费者,激发了个人在文化传播中的主体意识,也培养了文化旅游活动的市场意识、品牌意识和产业思考。

在地方文旅融合发展的道路上我们还存在很多固化思维和认识误区。尤其是文化旅游产业发展成就不突出的地方,更应该解放思想,从李子柒为代表的新文艺群体发展路径中寻找启示。李子柒是新文艺群体中典型的案例,多元化盈利,创造力巨大的商业价值和文化影响。新文艺群体的职业边界模糊,创新创意是关键,打破了人们“1+1=2”或者说“艺术家+艺术创作=艺术作品”和“游客+门票+食宿=消费”这样的固有思维,参与度高、互动性强、传播速度快,过程可能是娱乐化、戏剧化甚至荒诞的,结果可能是发散的、多元的,但是结果并非不可控。

1 反观绵阳市文化旅游产业发展现状与认识误区

近年来,绵阳市在文旅融合方面取得了很多成就,但和中国大部分城市一样存在同质化消费体验严重,缺少品牌特色和专业化运营,导致消费者审美疲劳和体验乏味等问题,所以整体发展状况与四川第二大城市的身位并不想称。各界对绵阳的旅游产业发展也进行了不断的思考、讨论和实践,但在笔者来看存在一些认识误区,简单总结为以下几点:

1.1 误区一、没有将文旅产业与工业科技放到同等地位来看待。

绵阳虽是李白故乡、中国科技城,但总体来看,绵阳在极力打造一个“理工科”思维的新型城市,许多关注绵阳文化旅游产业的人士认为,绵阳政府对文化旅游远不及工业科技方面,限制了文旅产业的发展。然

而文化旅游是个四两拨千斤的产业,真正靠的是决策、创意、品牌、特色与服务等。实际上,文化旅游产业发展不需要也不可能与工业科技产业获得同等的扶持力度,城市发展重心也不可能轻易偏移。整体来看,文化旅游产业的发展需要优质资本的介入和专业化、现代化的运营。

1.2 误区二、优势资源匮乏,无法支撑打造“高能”品牌产品。

绵阳市历史文化底蕴深厚,有李白、大禹、嫫祖、涪翁、文同、六一堂、三江文化、三国文化、羌族文化、七曲山大庙、越王楼、报恩寺、两弹城、窦团山、仙海湖以及绵阳美食、非物质文化遗产(手工艺、民族、民俗文化)等诸多优秀的文化旅游资源,配套基础设施比较完善,同时有庞大的文化研究和创作队伍,文艺活动繁荣,成果颇丰。这其中羌族文化是最具地方特色和品牌价值的优势资源,具有完整的资源生态、丰富的文化遗存,又有全国人民的情感关注。所以,并非优势资源匮乏,实际上是产业融合度不够,品牌意识不强,以及资源粘合度的不高、专业人才短缺等原因导致的。

1.3 误区三、品牌特色不鲜明,缺少核心竞争力

也有观点认为:“目前绵阳市各个区域虽已经具备丰富的、具有一定知名度的旅游资源,但缺少类似丽江这样的全国知名的核心旅游品牌,并且旅游产品整体上对周边特别是外地游客的辐射范围较小。”丽江成功的基础是自然资源,成功的关键是讲好了一个故事,每个人都可以是故事的主角,很多影视作品、艺术作品浪漫气氛的营造也加深了对游客的吸引力,大量的年轻人到丽江寻找自己的故事。李白无疑是一个响亮而优秀的文化品牌,绵阳江油青莲国际文学诗歌小镇是弘扬李白文化浩大的文化工程,虽极具鲜明的特色,但与现代生活、与游客切断了情感的关联,高大上的景区建设与本地人经济增收的关联也不高,实际上是发展定位不准确,不够接地气,没有讲好文化故事。

2 新文艺群体在地方文旅融合发展中的潜在价值和意义

随着新媒体技术的发展，消费者的生活习惯、消费习惯、体验需求等都在改变，每个人都成为信息的创作者、阅读者、参与者和传播者，激发了个人在文化传播中的主体意识，也培养了文化与旅游活动的市场意识、品牌意识和产业思考。活跃在互联网中的新文艺群体，引导和改变了消费者的生活习惯和消费习惯，网红景区、网红大桥、网红街区、网红小吃、网红旅馆等受到热捧，传统旅游产业的经营模式也已经无法满足现代消费者的消费需求。地方文化与旅游产业融合应从李子柒为代表的文艺群体中获得新的启示，在我们这个新媒体的时代，必须重视发掘互联网信息传播中的市场意识、品牌价值，重视民间资本和人才的价值和作用。

推动文化产业与旅游产业融合发展，是党中央、国务院作出的重大决策部署，是推动两个产业转型升级提质增效的重要途径，尤其在稳增长调结构促改革惠民生的背景下，进一步推动文化产业与旅游产业深度融合具有重要的意义。2019年，文化和旅游部雒树刚部长在一次全国文化和旅游厅局长会议上就文化和旅游融合路径提出了具体的要求“理念融合、职能融合、产业融合、市场融合、服务融合、交流融合”。这既是要文化和旅游的融合，又是互联网与经济的融合，创新与传统的融合。

3 李子柒商业品牌运营模式的思考

李子柒是典型的新文艺群体代表，大约5年前开始自拍和发布相关视频。李子柒让人们眷恋的生活方式成为了故事，让这个故事转化成为了商业品牌和商业“神话”。从农家美食制作的精致演绎到产品代言与推广，再到独立品牌的线上线下多元运营；从国内崭露头角到国外盛赞，再到国内爆火、被主流媒体点赞推送。这中间离不开创意与视角、专业与执着。传统文化形式和旅游体验流失了大多数的青年人才、观众、游客和市场。

文化上，李子柒系列视频受到海内外追捧热议，实质上是社会历史变迁中，人们对原生态生活的集体追忆和向往，其向全国甚至世界的文化输出贡献不可想象。其作品的文化定位非常精准，传播目标也非常的明晰，方案的又具备较强的可实施性和可操作性。视频作品的内容非常接地气、柔软、有温度。让身在现代生活压力下的人们产生向往或回首，每一个故事都从乡村生活的琐事悠然切入，从观众或者说消费者忽视并关注的角度着力，势必会引起观众的兴趣。从技术层面分析，脚本、镜头、画面、语言等，也都是她作品坚挺的原因。与泛娱乐化的粗劣视频一下子拉开了差距。李子柒为代表的新文艺群体，引导了新的消费文化，其个人“作品”的广泛传播已经达到了文化传播、文化输出以及品牌价值挖掘的作用。

从商业价值角度看，李子柒从自拍到运营公司策划，获“微博最具商业价值”等诸多头衔，实现了人格化IP，在各种商品分类下注册了

多个商标，先后建立网店、实体店，形成了完整产业链。据不完全统计，按49%的抽成比例，仅“油管”分成和阿里巴巴集团旗下的网约平台销售额，李子柒年收入接近1.7亿元。李子柒利用网络流量的盈利模式、MCN盈利模式、电商变现盈利模式和平台分成等，成功的实现了多元盈利，这非常值得地方文旅融合发展思考和借鉴。

当然，李子柒的影响力和商业价值是不可复制的，但在“李子柒现象”的启发下，开放思想，进行资源优势互补，依托互联网传播，在文旅产业融合发展的基础上，发挥新文艺群体在文化旅游产业发展中的催化剂作用，确保专业化团队运营，保证影响力、公信力、文化内涵、讲好绵阳故事应是文旅融合发展的新突破口。但是在吸收和借鉴过程中，我们也要清醒的知道，各APP软件推送的旅游广告，往往被用户忽略关注，而一般网络博主自己制作的相关视频内容和质量上有待于优化和提升，这需要专业制作团队的介入，旅游行业的资金投入支撑，能达到优势互补、互利双赢。

4 总结

在新媒体时代视野下，地方文化旅游产业融合发展过程中，利用新文艺群体的撬动功能和活跃能力，大力推进旅游产业融合，多元指向的打造文化旅游品牌，是一个既有经济效益又有社会效益的过程，是一个优势互补、相得益彰、互惠共赢的过程，从供给层面来看，有利于推动旅游产业的创新、旅游产业结构的优化、旅游产业竞争力的提升和旅游资源的优化配置，从需求层面来看，有利于满足旅游消费者日益多样化、差异化和个性化的旅游消费需求，因此，研究新媒体时代下新文艺群体在旅游产业融合发展中的作用具有重要的理论意义和现实意义。同时我们也发现，在各种文化IP中泛娱乐化的信息传播不会长久，专业化、艺术性、大众化、团队化是流量传播的保障，利用大众文化传播的规律，讲好文化故事，同时提高服务水平，才能树立好的品牌，开拓更广阔的市场。

【参考文献】

- [1]刘小波.新文艺群体与文化创意产业发展——以流行音乐产业为中心的考察[J].四川戏剧,2019(04):9-14.
- [2]释博.中国美术家协会新文艺群体山东推介展[J].文艺生活(艺术中国),2019(04):143.
- [3]张瑞田.新文艺群体生逢其时[J].中国书法,2019(01):146-147.
- [4]张继.新文艺群体探索性、包容性强[J].中国书法,2019(01):145.
- [5]张铜彦.关心扶持新文艺群体[J].中国书法,2019(01):155.

【课题项目】

四川省绵阳市社会科学界联合会2020年度市级社会科学研究规划项目《新文艺群体在地方文旅融合发展的作用研究——以李子柒为例》（项目编号：MY2020ZC054）结题成果之一。