

文旅融合背景下乡村旅游 IP 创建探索

郭又荣 (洛阳职业技术学院, 河南洛阳 471000)

摘要 文化是乡村旅游兴起的根基,也是其可持续发展的源泉。文旅融合新时代下,IP 势必成为乡村旅游高质量发展的新方向。乡村旅游 IP 不仅是挖掘乡土文化内涵的新思路,盘活乡村闲置资源的新动力,改造乡村生态景观的新举措,延续传统民俗文化的新途径,更能重塑乡村田园生活的新形象。介绍了旅游 IP 的内涵及特征,分析了乡村旅游 IP 创建的意义,提出了乡村旅游 IP 创建路径,即塑造特色主题 IP,强化跨界联动 IP,树立品质信任 IP,打造乡村创客 IP 等。

关键词 旅游 IP; 乡村旅游; 文旅融合; 文化内涵

中图分类号 F590.75 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2024)20-0109-02

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2024.20.027

开放科学(资源服务)标识码(OSID): 

Exploration of Rural Tourism IP Creation Under the Background of Cultural and Tourism Integration

GUO You-rong (Luoyang Polytechnic, Luoyang, Henan 471000)

Abstract Culture is the foundation of rural tourism and the source of its sustainable development. In the new era of integration of culture and tourism, IP is bound to become a new direction of high-quality development of rural tourism. Rural tourism IP is not only a new idea to explore the connotation of rural culture, a new power to activate the idle rural resources, a new measure to transform the rural ecological landscape, a new way to continue the traditional folk culture, but also a new image of rural rural life. This article introduces the connotation and characteristics of tourism IP, and proposes a path for creating rural tourism IP, which includes shaping characteristic theme IP, strengthening cross-border linkage IP, establishing quality trust IP, and creating rural maker IP.

Key words Tourism IP; Rural tourism; Integration of culture and tourism; Cultural connotation

从 20 世纪 80 年代中期的农家乐为伊始到现在的民宿热,乡村旅游日渐以其规模大、产业广、增长快迎来了发展新阶段。2016 年中国社科院舆情实验室发布《中国乡村旅游发展指数报告》,指出未来中国乡村旅游热还将持续 10 年以上,2025 年将达到近 30 亿人次^[1]。我国乡村旅游将持续升温,市场潜力巨大。乡村旅游势必成为乡村发展的关键,也是新时代乡村振兴的重点。但是我国乡村旅游发展中存在的文化内涵不足,产品缺乏核心竞争力^[2];文化缺乏输出,难以实现高效益^[3];乡村旅游品牌缺乏成为乡村旅游发展重要掣肘^[4]等问题。自 2018 年国家旅游局与文化部合并组建文化和旅游部,我国旅游发展进入了文旅融合新时代。乡村旅游如何贯彻党中央“以文促旅、以旅彰文”的发展理念,实现提质增效、稳定增长,成为学界、业界的关注焦点。2022 年 4 月文化和旅游部等 6 部门联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》,将文旅融合列入文化产业赋能乡村振兴重点领域,进一步明确了乡村旅游的发展方向。

当下,人们对乡村旅游体验与品质的要求愈来愈高,那些照搬模仿、风格流失、毫无特色的乡村旅游产品已难以满足广大游客的需求^[5]。在以打造文化旅游体验为核心的时代,文化融入乡村旅游发展可以提升乡村旅游品位,避免乡村旅游同质化及传统文化展示不足,赋予乡村旅游发展新内涵。而旅游 IP 是文旅融合旅游时代发展下打造优质乡村旅游的核心竞争力,对发展乡村旅游有着较强意义。

1 旅游 IP 内涵及特征

IP (intellectual property) 原意是知识产权,又称知识所属

权,是人类对自身智力劳动成果所享有的财产权利。我国最早在电影行业使用该词,但伴随互联网的发展及线上与线下的融合,IP 的发展带来了价值创造和价值获取方式的转变,其外延扩展到实际的人、物,甚至是故事。2015 年景域集团董事长、驴妈妈旅游网创始人洪清华首次将 IP 引入旅游业,他提出,旅游 IP 是在旅游产业链上,以特定社区基因为基础,以特定消费价值观为引领的一种商业权利^[6]。在文旅融合背景下,旅游 IP 的概念逐渐明晰,它是基于旅游资源或旅游地域独特性,在与旅游要素融合发展的基础上,以游客为中心创造出的具有排他性的专有知识资产^[7-8]。其本质就是能被广大受众所接受,具有开发潜力,且能被用到旅游行业的知识产权。可见,旅游 IP 的基础就是文化。

面对大众旅游的新特点、新形势,旅游 IP 一般具有 4 个特征:第一,无形性。旅游 IP 是基于提炼当地核心文化形成的形象识别,具有一定的符合性和形象性,是一种无形财产。第二,相关性。旅游 IP 不仅前期策划而且后期运营,都与旅游目的地特征紧密联系。无论是景观打造、项目开发还是商品销售都围绕 IP 形成关联,成为与旅游相关的知识产权。第三,价值性。旅游 IP 通过新理念、新技术的导入,采取创新旅游产品、重塑文化与产业价值产生一定的经济效益。第四,参与性。群众参与是旅游 IP 最重要的基础之一。IP 借助自身粉丝的互动和参与实现自发传播的功能。旅游 IP 的迅猛发展正契合了文化和旅游融合的需求,以美好旅游生活为导向,将文化元素通过创意凝聚在外显的“承载物”上,转变成有优质内容的旅游商品,从而引起消费者与旅游产品间的情感共鸣,形成粉丝流量,最终带来经济效益。

2 乡村旅游 IP 创建意义

2017 年我国乡村旅游总收入 1.39 万亿元,乡村旅游总人次为 24.8 亿人次,分别占国内旅游总收入、国内旅游总人

基金项目 河南省科技厅软科学项目阶段性成果(242400410527)。

作者简介 郭又荣(1981—),女,河南洛阳人,副教授,硕士,从事旅游经济及酒店管理研究。

收稿日期 2023-10-25;修回日期 2024-04-22

次的 30.4%、49.7%^[9-10],乡村旅游成为旅游消费主市场。乡村旅游是依赖于乡村资源,以乡村文化为核心的旅游。旅游 IP 引入乡村旅游是在挖掘乡村原真文化基础上来塑造独特的乡村文化意象。乡村旅游 IP 也是文化溯源,是挖掘历史积淀的乡村文化,通过整合、提炼、策划、创新等聚焦出独特的旅游 IP 产品,再建构活化出氛围、场景来凸显产品的差异性,满足消费者对乡村高品质旅游的需求,进而创造和获取市场。

由于文化传承是乡村旅游发展的内在驱动力,旅游 IP 在乡村旅游发展过程中的作用和价值将越来越突出,成为制约乡村旅游兴盛的关键。基于乡村旅游 IP 元素的来源不同,可分为影视作品、文学作品、动漫作品、综艺节目、体育赛事等,如《爸爸去哪儿》系列电视节目带火了北京灵水村、云南普者黑、湖南福寿山等村落。基于乡村旅游 IP 的形式不同,又可分为特色小镇、民俗村、民宿、田园综合体、民俗节庆等形式。如号称全国最美乡村的北京密云古北水镇就定位为一座山水环抱的北方水镇。无论是哪种形式,乡村旅游 IP 作为乡村旅游的一种超级符号,在乡村旅游发展中有着举足轻重的意义。

2.1 挖掘乡土文化内涵的新思路 乡村不再是单纯的旅游目的地,它本身是一种地方文化的展示。塑造 IP 是通过对外农村特有的文化遗产、优秀的传统乡土文化,如宗祠建筑、民居建筑风格、乡村历史、耕读文化、手工艺品生产、农产品加工等充分挖掘,找出文化和旅游的交汇点,创新旅游项目和旅游产品开发,让乡土文化焕发活力,薪火相传。如袁家村作为乡村旅游 IP 典范,主打乡愁文化和关中民俗文化,通过关中乡村空间营造、沉浸式陕西乡村生活体验,让游客感受陕西乡村文化。

2.2 盘活乡村闲置资源的新动力 乡村闲置资源主要有两大类:一是外出务工农民在乡村家园闲置的庭院、房屋、土地等;二是乡村生活本身的节奏性、季节性导致农业生产设施设备、农民的时间和技能出现空闲。乡村旅游 IP 打造可以深挖闲置资源的新用途、新价值。首先,促进对古民居的石墙、瓦楞、房梁等构件的保护性修缮,以保存其建筑风格,加快闲置房屋改建成精品民宿或别具一格农家乐的步伐;其次,引导荒废的土地打造成可观光、游憩、采摘的农业产业观光园;再次,能为赋闲农民提供就业机会,激发乡村活力。

2.3 改造乡村生态景观的新举措 乡村生态景观是区别于城市景观及彰显乡愁文化的景观实体。当前部分乡村“田成格、路成网、树成行、房成排”的标准化建设,使得乡村景观千篇一律。乡村拥有有人文气息的自然生态景观更是难得一见,如一个牌坊、一棵古树、一座旧宅等,都蕴含着乡村文化。乡村旅游 IP 的打造,能助力宜居宜业和美乡村建设。一是村庄在发展历程中所形成的房屋、家畜笼舍、菜园等特有的地域文化,有利于乡村自然形态延续,使得自然纯朴的景观风貌得以维系;二是通过道路、沟渠、田埂等元素的衬托,有利于重唤人们对原有乡村景观的认同感,提高保护意识;三是结合村庄地形,选择农作物品种和季节性搭配,有利于乡村

景观改造,塑造自然乡野的农村景象。

2.4 延续传统民俗文化的新途径 诸多传统的乡村民间民俗文化传播流传至今,影响着人们的生活。乡村旅游 IP 打造过程中对乡村文化的梳理、展示,能够摒弃腐朽思想,传承优秀传统文化和文明。一方面,民俗节庆活动、民间艺术表演、乡村音乐、舞蹈、绘画、工艺制作等文娱活动的举办可以提升民众参与互动,有利于弘扬民族精神;另一方面,IP 运营可以实现民俗文化向产品化、品牌化、市场化的创新性发展,极大地激发民俗文化活力,激起群众传承与挖掘的民间文化资源积极性和主动性,有助于文化资源进一步创造性转化。

2.5 重塑乡村田园生活的新形象 乡村中不断涌现的城市化建筑反映人们对现代化居住环境和便利设施的向往。莫干山民宿 IP 就是乡村旅居时代的典型代表,为消费者提供了一种异质化的乡村生活体验。乡村建筑外观保留乡村风情,内在现代化的设施和可观赏的具有历史意义的农具装饰,既满足了人们感受乡村生活的朴实与温馨的诉求,又提供了现代都市生活方式的便利快捷。可见,乡村旅游 IP 的打造就是要把城市文明中的现代精神,与从乡土文化中汲取的传统营养融合起来,塑造一个风景宜人、节奏舒缓、健康人文内蕴的乡村新形象。

3 乡村旅游 IP 创建路径

乡村旅游已成为农业、农村发展的新动能。这就急需打造旅游 IP 来实现差异化发展,摆脱“千村一面”的尴尬局面。乡村旅游要在以“内容为王”的时代实现优质发展,创新当地特色文化利用方式形成旅游 IP 势在必行。创建乡村旅游 IP 不仅提升乡村竞争力,也是乡村旅游未来发展的新趋势。

3.1 塑造特色主题 IP,促进乡土文化传承和弘扬 乡村不同于城市,发展速度落后于城市的现代化进程,反而遗留保存了传统乡土文化。随着农村人口老龄化、村落空心化、信息网络覆盖面扩大等因素的影响,乡土文化传承的群体越来越少,发展缺乏有效载体,导致乡土文化趋于边缘化。村落要塑造特色鲜明的主题 IP,首先从深挖自身的乡愁文化入手,将当地最具代表性的乡土文化中最有人情的部分塑造成人们喜闻乐见的主题;其次,构建出与之呼应的互动体验场景;再次,通过情感营销,让 IP 成为与消费者产生共鸣的沟通媒介,对接游客追求感官体验和情感诉求的需求;最终带动大众消费,实现乡土文化的保护和传承。

3.2 强化跨界联动 IP,带动农村产业融合发展 乡村振兴战略是党中央的重大决策部署,其中产业融合是乡村振兴的核心。作为助力乡村振兴的乡村旅游,虽带动了乡村经济的发展,但并未真正实现与其他产业的有机融合。乡村可先发掘本地区的优势旅游资源,再围绕 IP 一源多用开发动漫、游戏、影视、文学、民宿、艺术品、教育等,打造出跨界 IP 形象,再以该 IP 形象形成话题和关注,引发自行发酵多平台传播,最终形成多业态打造、多主体参与、多要素发力、多模式推进的产业融合发展体系,推动乡村社会从相对单一的传统农业转型升级为现代农业和服务业融合。

(下转第 135 页)

就烟叶内在成分分析,在烟草中施加鸡粪和生物炭可改善烟株的内在成分,且鸡粪和生物炭配施效果更明显,从烟草的物质积累量来看,鸡粪生物炭有机肥可提高干物质的积累量,为培育强壮的烟株提供物质基础^[18];从烟叶有机元素来看,鸡粪和生物炭配施的试验组烟草的有机成分显著提高,这是因为鸡粪生物炭有机肥由生物炭和有机肥混制而成,可充分发挥生物炭良好吸附特性和有机肥养分齐全的优点,进而调控烟株的养分供应状况,使烟株的养分供需更加合理,从而促进烟株的内在成分^[19-20]。

该研究结果表明,在常规施肥的基础上配施鸡粪生物炭有机肥可以改善烤烟农艺性状、物质积累量、烟草抗病性、有机元素以及经济性状。其中,N₂ 处理[常规施肥+80 鸡粪/20 生物炭(750 kg/hm²)]改善商洛烤烟生长发育效果最优。鸡粪生物炭有机肥对烟叶呼吸质量的改善及影响有待进一步研究。

参考文献

[1] 高铭.有机肥对植烟土壤改良及烟叶产量、质量的影响[D].南宁:广西大学,2018.

[2] 罗伟.生物有机肥穴施对烤烟生长及产质量的影响[D].长沙:湖南农业大学,2017.

[3] 李亮,张佩佳,张翔,等.不同饼肥配比对烟田土壤生物学特性及氮素转化的影响[J].土壤,2019,51(4):648-657.

[4] 刘卉,周清明,黎娟,等.生物炭施用对土壤改良及烤烟生长的影响[J].核农学报,2016,30(7):1411-1419.

[5] 薄国栋,杨斌,黄广华,等.生物有机肥对植烟土壤及烤烟生长发育影响研究进展[J].安徽农业科学,2020,48(18):23-25.

[6] 孙凯,刘振,胡恒宇,等.有机培肥与轮耕方式对夏玉米田土壤碳氮和产

量的影响[J].作物学报,2019,45(3):401-410.

[7] 宋时丽,吴昊,黄鹏伟,等.秸秆还田土壤改良培肥基质和复合菌剂配施对土壤生态的影响[J].生态学报,2021,41(11):4562-4576.

[8] 杨国萍,齐绍武.有机肥对土壤环境及烟叶品质影响的研究进展[J].安徽农业科学,2015,43(14):171-175.

[9] 李宝福.桉树速生林鸡粪施用效应分析[J].山地农业生物学报,2006,25(6):484-488.

[10] ZHANG Y,ZHAO C C,CHEN G L,et al.Response of soil microbial communities to additions of straw biochar,iron oxide,and iron oxide-modified straw biochar in an arsenic-contaminated soil[J].Environmental science and pollution research international,2020,27(19):23761-23768.

[11] 刘慧,龙学毅,焦岩,等.生物炭与磷肥配施对水稻生长发育及产量的影响[J].作物杂志,2023(5):238-248.

[12] PARTEY S T,PREZIOSI R F,ROBSON G D.Short-term interactive effects of biochar,green manure, and inorganic fertilizer on soil properties and agronomic characteristics of maize[J].Agricultural research,2014,3(2):128-136.

[13] METE F Z,MIA S,DIJKSTRA F A,et al.Synergistic effects of biochar and NPK fertilizer on soybean yield in an alkaline soil[J].Pedosphere,2015,25(5):713-719.

[14] 潘金华,黄化刚,陈雪,等.深耕与施肥对毕节烤烟生长及产质量的影响[J].中国烟草科学,2017,38(3):14-19.

[15] 国家烟草专卖局.烤烟:GB 2635—1992[S].北京:中国标准出版社,1992.

[16] 姚文艺,高华军,黄阳,等.高碳基土壤修复肥对山地烤烟生长和产质量的影响[J].陕西农业科学,2018,64(2):38-40.

[17] 汪坤,魏跃伟,姬小明,等.生物炭基肥与哈茨木霉菌剂配施对烤烟和植烟土壤质量的影响[J].作物杂志,2021(3):106-113.

[18] 何晓水,毛娟,王晓强,等.生物炭基肥与化肥配施对烤烟干物质及养分积累的影响[J].贵州农业科学,2020,48(3):39-44.

[19] 徐晓楠,陈坤,冯小杰,等.生物炭提高花生干物质与养分利用的优势研究[J].植物营养与肥科学报,2018,24(2):444-453.

[20] 李江舟,姜翼来,张立猛,等.不同生物炭添加量下植烟土壤养分的淋失[J].植物营养与肥科学报,2015,21(4):1075-1080.

(上接第 110 页)

3.3 树立品质信任 IP,延伸旅游产业生态链 当前,乡村旅游产品缺乏创意,各地销售种类趋于雷同。旅游 IP 的打造恰恰可以增强知识产权意识,形成专属的旅游商品或产品品牌,提升产品附加值。乡村旅游产品,首先,做到以 IP 为核心,将生活态度、人文情怀、质量管控映射到 IP 中;其次,借助 IP 赋能,形成以市场效益为产品供给侧改革动力,以品质信任为产品价值保障,以网络平台为销售途径的 IP 运营体系,促进农业创业孵化;再次,开发出乡村旅游产品“文创化”的衍生产品,延伸旅游产品 IP 产业链,最终提升旅游产品 IP 价值链,形成叠加的经济和社会效应。

3.4 打造乡村文创 IP,创新乡村旅游发展模式 乡村旅游发展要适应文旅时代消费者高品质的需求,开发出独具特色的乡村旅游目的地。首先,明确精准的 IP 定位,形成融合文创理念的亲民化文化符号 IP,不断培育 IP 主题的生命力;其次,搭建消费者与产品之间情感联结的桥梁,用 IP 内在故事、形象、品牌为驱动,不断通过文创产品满足消费者的情感诉求;再次,乡村旅游目的地要延续 IP 主题,保证从挖掘特色乡村的特色产业到消费者的特色体验的一贯性,以体验感营造商业吸引力;最后,把握市场需求变化趋势,找出乡村自身的文化特质与流行元素的结合点,借助互联网传播方式制

造热点关注,发挥乡村旅游 IP 的强大市场效应。

4 总结

“旅游+”战略的提出、文旅融合时代的到来,都为乡村旅游带来了前所未有的机遇。虽然乡村旅游前景被广泛,但是在升级过程中也遇到了不少障碍。只有积极探索和打造优质而独具特色的乡村旅游 IP,赋予 IP 产品更多独特的内容,在凸显差异化方面做足功夫,才能发挥出乡村旅游是乡村振兴的最强助力作用。

参考文献

[1] 赵凌宇,申珂瑜.推进乡村旅游高质量发展[J].农村经济与科技,2018(21):93-94.

[2] 吴小霞.推动乡村旅游可持续发展[J].人民论坛,2018(32):84-85.

[3] 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[J].科技促进发展,2018(12):1186-1192.

[4] 蒋琴,吴学成.乡村旅游品牌建设与经济社会发展研究[J].农业经济,2019(1):58-60.

[5] 刘晓梦,曾江辉.文旅融合视域下乡村旅游核心竞争力研究:以湖北省荆州市为例[J].安徽农业科学 2022,50(3):125-127,132.

[6] 洪清华.旅游得 IP 者得天下[M].北京:中国旅游出版社,2018.

[7] 戴斌.旅游 IP,不仅仅是网红[EB/OL].(2018-12-03)[2023-04-27].http://www.sohu.com/a/279390780_693436.

[8] 张佳仪.中国旅游产业创新与 IP 发展研究[J].中国旅游评论,2020(3):65-73.

[9] 中华人民共和国文化和旅游部.《促进乡村旅游发展提质升级行动方案(2018 年—2020 年)》发布[EB/OL].(2018-10-17)[2023-04-27].http://www.gov.cn/xinwen/2018-10/17/content_5331694.htm.

[10] 李志刚.乡村旅游新出一套提质升级组合拳[N].中国旅游报,2018-10-15(1).