

马克思主义研究(第六十九期)

为深入学习贯彻党的二十大精神,助力上海城市文化软实力提升与国际消费中心城市建设,2025年11月28日,上海东方青年学社、中共奉贤区委宣传部、奉贤区文化和旅游局、复旦大学党委宣传部、复旦大学旅游学系共同主办2025年第九期(总第13期)“东方青年学人沙龙”。与会学者围绕“推动文旅商体展深度融合发展”主题,结合上海资源禀赋、产业基础和发展现状,从产业联动、业态创新、场景构建等多个角度展开交流。本报选刊部分专家发言内容,以飨读者。

## 探索“文旅商体展”融合新叙事

■ 唐嘉华

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》提出“以文化赋能经济社会发展”,确立了文化作为经济增长核心驱动力的战略地位,为高质量发展注入全新动能。

当前,文化、旅游、商业、体育、会展的跨界融合正从理念走向实践,从试点走向普及,呈现出蓬勃的发展态势。其背后逻辑早已超越了简单的产业叠加,正从物理场景迈向心灵情境的深刻升华。而这一转变的核心,在于一套全新叙事体系的构建。

### 一、叙事逻辑之新:从要素拼盘到价值共生的主线重构

传统的“文旅商体展”融合更多是场景叠加的浅层叙事,未能形成统一的价值内核,无法引发人们的情感连接。

“文旅商体展”的融合新叙事,在于重构融合的逻辑内核,从要素堆砌转向价值共生,以统一的主题主线串联起所有产业元素,让融合成为一场有灵魂、有逻辑的完整叙事。这一主线可以是城市的精神气质,如成都围绕“休闲文化”打造的融合项目,让茶馆文化、街头艺术、城市运动、文创商业自然交融;可以是独特的生活方式,如大理以“慢生活”为核心,将民俗文化、生态旅游、手作商业、户外挑战融为一体;也可以是持续传承的美学追求,如苏州以“江南雅致”为脉络,让园林文化、非遗技艺、传统节庆等形成呼应。

在主线引领下,各产业不再是孤立状态,而是共同演绎融合叙事的参与者。其中,文化成为叙事的底层内核,决定着空间设计的风格、活动策划的基调、服务体验的细节,让整个场域具有统一的气质;旅游成为叙事的体验路径,引导人们在行走中理解立体的城市内涵,成为深度阅读城市的一种独特方式;商业成为叙事的落地载体,通过产品、服务让抽象的价值理念转化为可感知、

富有意义的生活体验;体育成为叙事的互动方式,让人们以身体参与的形式深度融入叙事场景;会展成为叙事的聚焦窗口,在特定时空内集中放大叙事主题,引发广泛关注与共鸣。这种以价值共生为核心的叙事逻辑,让原本分散的要素凝聚成有机整体,使融合不再是“复制、粘贴”的物理空间,而是具有独特气质、能引发情感共鸣的情境场域。

### 二、叙事体验之新:从单向输出到多维共创的互动升级

“文旅商体展”融合新叙事的关键突破,在于将体验模式升级为共同参与、协同创造的多维互动,让参与者从叙事的旁观者变成共创者,进一步强化情境的沉浸感。

这种互动升级首先体现在时间体验的重构。在传统消费模式中,时间往往被视为需要打发或消耗的成本。而在深度融合的体验空间中,时间被赋予了全新意义和独特价值。例如,消费者愿意为融入地方非遗表演的精致晚餐支付相应溢价,本质上是在为这段被文化、艺术与情感赋能的高质量时光付费。

其次是情感共鸣的深化。新叙事不再满足于单一的感官刺激,而是通过多产业要素的协同,触发多层次的情感体验。例如,在黄浦江边、苏州河畔举办马拉松比赛,选手在奔跑中不仅感受身体的极限挑战,更能体验到城市的文化气质与商业活力。文化的深沉内涵、体育的竞技激情、商业的即时满足,被巧妙地编织在一起,催生出任何单一领域都无法提供的丰富情感体验。

更重要的还有社交连接的建立。成功的融合项目必然是一个充满活力的社交平台。在精心设计的融合情境中,拍摄记录和社会分享已经超越了简单的“打卡”行为,成为传播价值观念和品牌故事的有效途径。这种基

于真实体验的自发传播,形成了自我强化的良性循环,又吸引更多参与者与共创者,最终丰富和深化了场域的价值内涵。

### 三、叙事价值之新:从产业赋能到生活重塑的边界拓展

传统“文旅商体展”融合的叙事价值,更多聚焦于产业协同,通过资源整合实现经济收益增长。而新叙事的价值边界则不断拓展,从赋能产业升级为重塑生活,将融合的意义延伸到城市发展与民生幸福的维度,让叙事成为引领生活方式、推动城市更新的重要力量。

新叙事的价值核心是生活方式的引领。商业空间不再是单纯的购物场所,而是兼具文化体验、社交互动、体育休闲的生活社区;城市公园不再是单纯的绿化区域,而是融合了艺术展览、亲子活动、运动赛事的情境场域。人们在这里的活动,不再是特殊消费,而是日常选择。新叙事通过这种方式,重新定义了生活的可能性,让高质量、有内涵的生活方式变得触手可及。

新叙事的价值延伸是城市内涵的提升。每个融合项目的叙事主题,都来源于城市的历史文脉、地域特色与发展理念,通过场景营造与活动策划,让城市精神变得可感知、可体验。当融合叙事在城市中不断蔓延,城市的公共空间会变得更有温度,城市的文化特色会更加鲜明,城市的包容性也会变得更为强大。

新叙事的价值归宿是人的全面发展。以多元业态协同构建起立体的体验体系,既覆盖精神层面的文化感知与审美熏陶,也包含身体层面的体育参与,并兼顾社交层面的互动需求,让不同维度的人的需求都能在融合情境中得到回应,实现精神世界的充实与生命质量的提升。通过“文旅商体展”融合的新叙事,文化渗透到日常生活的方方面面,最终实现以文化人、以文润城的终极目标。

(作者为中共上海市委党校社科教研部讲师)

## 从“场所”到“场景”:旅游购物的深刻变革

■ 马红涛

旅游购物是旅游业发展中弹性最大、潜力最强的环节,其发展质量是衡量旅游业转型升级成效的关键指标之一。今天的上海,旅游购物早已不再是简单的“一手交钱、一手交货”,它正演变为一种融合了文化、旅游、商业、展览的沉浸式体验,其核心是一场从“场所”到“场景”的深刻变革。

### 一、发展历程:从“特供商店”到“体验剧场”

改革开放40多年来,上海旅游购物场所的空间形态与组织结构,经历了三个标志性的发展阶段。

#### (一)萌芽与涉外阶段(改革开放初期至20世纪90年代初):定点商店主导期

1979年,南京路商业街沿街店铺陆续恢复原有店名,传统的经营特色、工艺特色、产品特色和服务特色吸引了大批游客观光、购物。在此阶段,旅游购物是外事接待与创汇的重要环节。组织结构为国有企业主导,商品交易处于封闭体系内,需使用“外汇券”,场所功能纯粹服务于“商品交易”。

#### (二)市场化与集群化阶段(20世纪90年代中期至21世纪初):商业街区崛起期

1992年,党的十四大确立了关于我国社会主义市场经济体制的改革目标,上海旅游购物逐渐褪去外事接待的功能,开始市场化运营。南京路、淮海路、徐家汇等商业街区改造相继完成,形成了“四街四城”的集群化空间格局,组织结构开始呈现资本多元化趋势。这个阶段的购物场所开始从单点向集群网络演进,注重商业环境的整体性,但主要目标仍是提升客流量与交易额,体验营造尚处于萌芽状态。

#### (三)品质化与场景化阶段(21世纪初至今):复合场景繁荣期

2011年,上海旅游业“十二五”规划明确提出建设国际都市时尚购物旅游目的地,积极打造世界级购物中心和国际购物天堂。在消费升级驱动下,旅游购物进入品质竞争阶段。空间形态上,形成了旅游景区型(如迪士尼)、休闲购物街区型(如田子坊)、旅游购物中心型(如K11)三大类型共生的多元矩阵。组织结构高度多元化,国际资本与本土企业共同推动。这个阶段的购物空间,功能极速向休闲、文化、娱乐、社交等复合功能拓展,揭示着“场景时代”的全面到来。

### 二、理念演变:从功能本位到体验至上的价值升华

上海旅游购物空间的形态之变,其深层动力源于发展理念的深刻跃迁,反映了城市经济发展模式与消费文化的深刻变革。

最初的“创汇思维”下,发展路径体现为“将现有特色商店改造为旅游商店”,追求的是商品交易的功能实现,尚未形成系统的环境、氛围与体验营造意识。之后,发展理念转变为“通过市场化运营满足大众需求”。这一理念的核心是通过规模效应和集聚效应提升商业效益。然而,这一阶段的商业环境改善更多服务于交易效率提升,体验营造尚未成为核心目标。

当前,我们已进入从“有没有”到“好不好”的质量革命。其目标不再是简单的商品售出,而是通过品牌、环境、设施、服务的系统性整合,为游客创造“难以忘怀的体验”。这种“体验至上”的理念,旨在留住消费者的时间与情感,促使商业价值从交易额向用户时长转变,直接催生了文旅商展在购物空间内的深度融合。

### 三、未来路径:上海旅游购物服务场景深度融合的路径探索

上海推动旅游购物服务场景的深度融合,需从以下

三大路径进行系统性创新。

#### (一)文化铸魂路径:构建“叙事性场景”,实现价值增值

文化是服务场景的灵魂,能有效提升购物体验的深度与独特性。一方面,构建主题化叙事线,打造“可阅读的商业街区”。通过统一的主题,将购物、餐饮、艺术展览、小型演艺融为一体,使整个街区成为一个大型的、沉浸式的“剧情”发生地。另一方面,发展“策展型零售”模式,推动“非遗文创”与“首店经济”的共生。通过定期举办主题艺术展、设计师合作款首发等活动,将商品陈列本身变为一场展览,提升店铺设计的艺术性与商品价值的独特性。

#### (二)科技赋能路径:构建“智慧沉浸式场景”,驱动体验升级

科技是重塑服务场景体验、提升运营效能的核心驱动力。在博物馆商店、景区文创店,应用AR技术,使静态的文创商品(如建筑模型、文物复刻品)“活”起来,通过手机扫描即可观看其历史背景、制作工艺的动态演示,增强了商品的文化附加值和教育功能,是文旅商展融合的典型应用。

#### (三)业态融合路径:构建“无边界功能场景”,催化聚变效应

打破业态边界,创造“1+1>2”的化学反应,是场景融合的终极体现。深化工坊经济,支持星巴克烘焙工坊、MM豆旗舰店等模式复制到更多领域,如本土品牌开设“服饰定制工作室”等。让游客亲身参与设计、制作的全过程,将消费行为转化为一段值得记忆的“经历”和“学习过程”,这是体验层面的深度交融。

(作者为上海师范大学旅游学院/上海旅游高等专科学校讲师)

## 构建多元要素协同共生的产业新生态

■ 唐培

当前,推动“文旅商体展”深度融合发展,已不再是产业选择的附加题,而是服务和融入国家战略,立足区域资源禀赋,打造具有鲜明标识度和强大吸引力的文旅品牌的必答题。如何超越“物理相加”的浅层融合,真正实现“化学反应”式的价值共生?这要求我们树立一种“广义的文旅融合观”。

所谓“广义的文旅融合观”,是指将文化与旅游及相关要素进行全方位、多层次、广角度的深度结合,将文化与旅游视作相互依存、共生共荣的生态系统。这是一种文化为旅游铸魂、旅游为文化赋能,商业、体育、会展作为协同变量,共同放大系统整体价值的非线性增长模式。这一理念极大地拓展了“双向赋能”的范围与效能,实现了从简单线性叠加到有机深度融合,构建多元要素协同共生的产业新生态。

### 一、融商于文:价值转化的枢纽

作为文旅融合价值实现的桥梁与“转换器”,商业是激活文化内在价值、实现其市场转化的枢纽。成功的商业融合,其核心在于能否将文化IP转化为独特的消费体验,通过文化创意植入,重塑消费场景与体验,将无形的文化体验转化为可消费、可感知的产品与服务。

研究发现,文化差异的不同维度对旅游需求的影响并非同质化,而是表现出“引力”与“斥力”的双重效应。成功的商业融合,在于精准识别并放大那些具有吸引力的“引力文化差异因素”,如独特的地域符号或异域风

情;同时,通过标准化的优质服务与巧妙的场景设计,有效规避或弱化可能引发游客不适的“斥力文化差异因素”,如语言障碍等。从新天地、石库门里弄到太古里的现代庭院,这些成功的城市空间正是通过对商业与文化的精妙平衡,将文化价值铸就为可持续的商业内生动力,造就了文旅融合的商业典范。

### 二、以体兴旅:城市活力的催化剂

在“体育强国”与“健康中国”两大国家战略的交汇点上,体育正成为推动城市更新、激发旅游业经济活力、提升国民幸福感的关键力量。因此,“以体兴旅”不仅是文旅产业融合的发展路径,更是服务国家战略、践行以人民为中心发展思想的必然要求。

在文旅融合生态中,体育是不可或缺的活力“催化剂”,大型体育赛事不仅是竞技活动,更是重大的文化事件。一场国际顶级赛事所聚集的巨人流、媒体关注和品牌效应,能为城市发展带来爆发式的增长动能。这种效应使体育场馆,如上海的国际赛车场、浦东足球场等,超越了传统的体育功能,升华为城市旅游的新地标和具有独特魅力的文化吸引物。体育赛事本身,也成为一种极具吸引力的文化活动和旅游风向,为文旅融合注入了蓬勃的生机活力。

### 三、以展促产:全球链接的加速器

在构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局的背景下,会展作为链接国内国

际两个市场、两种资源的关键载体,其重要地位日益凸显。“以展促产”不仅是文旅产业升级的路径,更是服务国家高水平对外开放战略,推动全球要素在中国有效配置的核心举措。

作为全球信息、技术、资本与思想的交汇碰撞场,会展发挥了独特的加速作用。顶级会展如进博会等不仅吸引商务旅游人流,更重要的是为文旅产业引入了最高端的行业标准、最新的设计理念和最前沿的商业模式。国际性会展将全球最先进的行业规则、管理经验和创新产品集中展示,为本土文旅企业提供了一个学习、对标和接轨的窗口。

### 四、破除壁垒:迈向深度融合的未来

必须看到,当前“文旅商体展”深度融合依然面临诸多现实障碍。比如优质供给短缺,融合产品创意稀缺、同质化严重,缺少原创性的文旅产品与服务;数字化赋能滞后,数字文旅产业存在商业模式创新不足、技术融合不够等问题;现有人才储备与知识结构难以满足文旅产业高质量发展的需要。

破解上述发展障碍,根本在于将国家政策导向转化为具体行动,以系统思维打破行业壁垒,为文旅融合创新扫清障碍;坚持内容为王,以卓越品质破解优质供给短缺的难题;主动拥抱数字变革,将数字化深度融入文旅全产业链条,培育文旅领域新质生产力;坚持以人为本,构建能够吸引和培育高端复合型人才的发展环境。

(作者为上海工程技术大学管理学院副教授)

在迈向乡村全面振兴的进程中,农文旅融合发展正日益展现出独特的催化作用,为走出一条具有中国特色的乡村振兴道路和实现乡村产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕注入强劲动力。

### 一、撬动乡村振兴的重要支点

农文旅融合发展,是指通过整合农村的生产、生态、生活资源,将传统的农业产业与现代的文旅产业交叉融合,推动资源共享、优势互补、协同发展的一场乡村发展范式革命。其目的在于推动形成农业边界则不断拓展,从赋能产业升级为重塑生活,将融合的意义延伸到城市发展与民生幸福的维度,让叙事成为引领生活方式、推动城市更新的重要力量。

事关乡村富民产业之基。乡村富民产业是实现乡村振兴的重要前提。随着生产成本持续上涨、市场竞争日趋激烈,传统农业难以有效支撑农民收入的稳定增长。农文旅融合作为一种重要的创新发展路径,推动乡村产业实现多样化、融合化、集群化、生态化、数字化并进,构建结构优化、更具韧性的现代乡村产业体系,进而有效延长产业链条、提升产业价值、分享产业效益,为乡村经济持续健康增长注入新动能。

事关乡土文脉赓续之本。习近平总书记指出:“农村是我国传统文化的发源地,乡土文化的根不能断,农村不能成为荒芜的农村、留守的农村、记忆中的故园。”这一论断深刻揭示了守护乡土文化根脉的紧迫性和重要性。农文旅融合发展,有助于将传统农耕文明、节庆民俗、非遗技艺等文化资源转化为可感知、可体验、可传播的文化产品与消费场景,既能满足群众的精神文化需求,也能实现在发展中守护文脉、在创新中延续乡愁,使乡村真正成为有灵魂、有生命力的精神家园。

### 二、实现农文旅融合的关键跃迁

农文旅融合不是农业、文化产业和旅游产业的简单叠加,而是以系统思维推动产业要素重组、格局重塑的深刻变革,主要表现在以下三大维度:从资源禀赋到市场符号的创新转化。乡村蕴藏着丰富而独特的资源禀赋,需厘清其历史脉络、文化内核与精神价值。在此基础上,应立足农文旅融合导向,通过创意转化与叙事提升,将原本零散、隐性的资源要素提炼为具有视觉辨识度、情感感染力与传播适应性的概念标识。借助现代设计语言、多元媒介形态与体验化表达,使丰富资源融入当代消费场景,实现推动乡村资源禀赋成为驱动乡村业态融合与产业延伸的核心内容支撑。

从外部输血到内生造血的动力变革。传统的乡村开发多依赖政府主导的政策扶持和项目投入,农文旅融合发展则致力于构建一种以市场为导向的内生动力机制。这一转变不仅增强了乡村应对市场变化的韧性,也实现了从依赖外部输血到形成自我造血能力的系统性跨越,为乡村振兴注入持久而稳定的内生动力。

### 三、迈向高质量融合发展的支撑保障

推动农文旅融合发展助力乡村全面振兴,必须构建以科学规划定方向、多元人才注活力、基础设施强保障的系统性支撑,真正确保融得深、合得实、走得远。

强化统筹规划引领,着力破解融合效能低下的问题。坚持规划先行,将农文旅有效融合纳入乡村振兴整体布局,因地制宜科学编制融合发展专项规划。同时,既要回应当前需求,也要为未来业态迭代、技术发展、人口流动等预留弹性空间,基于对乡村原有肌理与风貌的尊重推行有机更新,实现保护与发展、传统与现代的辩证统一。

强化人才集聚效应,着力破解智力支撑薄弱的问题。要实施更加积极、更加开放、更加有效的人才政策,畅通“新农人”“新创客”回流通道,重点引进具有资源整合力、市场敏锐度和品牌运营经验的企业主体、平台机构与专业人才,带动理念更新与模式创新。必须牢牢坚持农民主体地位,通过技能培训、创业孵化、岗位开发等方式提升村民的参与能力,着力培育一支懂农业、爱农村、善经营、会服务的“土专家”队伍,并通过股份合作等制度性安排,确保其在产业链中获得稳定合理的收益。

强化基础设施建设,着力破解承载力不足的问题。要持续推动城乡基础设施共建共享、互联互通,大力推进乡村水、电、路、网优化升级,提升乡村游览观光的综合承载力。要布局推进大数据、人工智能等新一代信息技术,建设智慧旅游平台、数字展陈空间、智能消费场景等融合载体,强化数据驱动、智能运营和精准服务能力,为业态创新、体验升级和管理增效提供持续动能,实现物理空间与数字空间的双向赋能。

(作者为奉贤区文化和旅游局副局长[挂职]、复旦大学望道研究院助理研究员)

# 农文旅融合发展助力乡村全面振兴

谈思嘉