

文旅融合背景下“盐城故事”的叙事策略研究

孔敏敏

盐城工业职业技术学院 江苏 盐城 224005

【摘要】：文旅深度融合是新时代文旅产业高质量发展的核心路径，讲好地域文化故事是提升城市文旅竞争力的关键。本文以江苏盐城为研究对象，运用文献研究、田野调查与跨学科研究方法，梳理盐城文旅融合发展现状，指出“盐城故事”存在叙事内容浅表化、视角单一、主体分散、方式传统等问题。盐城具备红色、蓝色、白色、绿色“四色”文化资源，但叙事感染力不足，难以引发游客情感共鸣与文化认同。据此，从叙事内容、视角、主体、方式四维构建创新叙事策略，为盐城文旅深度融合提供实践支撑，也为同类沿海城市文旅融合与地域文化传播提供借鉴。

【关键词】：文旅融合；地域文化；盐城故事；叙事策略；文化传播

DOI:10.12417/3041-0630.26.07.053

1 引言

习总书记“坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展”的重要论述，为新时代文旅发展指明方向。党的二十届三中全会提出“健全文化和旅游深度融合发展体制机制”，将文旅深度融合提升至国家战略层面共产党员网。2018年文化和旅游部成立后，文旅融合成为研究热点，但从叙事策略视角探究地方文旅融合的成果仍显不足。

文旅产业重在以文化赋能旅游、以故事承载体验。盐城地处长三角节点，拥有红色、蓝色、白色、绿色“四色”文化资源，虽积极推进文旅融合，但受区位与叙事能力制约，尚未实现从资源依托向文化赋能转型，全国性品牌影响力不足。

本文以“盐城故事”为载体，探究文旅融合背景下地域文化叙事逻辑与实践路径，为盐城文旅高质量发展提供理论支撑与实践方案。

2 文旅融合与地域文化叙事的研究现状

2.1 国内外文旅融合研究现状

国内文旅融合研究始于20世纪90年代，2018年文旅部成立后进入快速发展期，成果主要集中于三方面：一是价值研究，从经济、社会、文化及城市发展层面阐释意义，如杨振之（2019）认为其是对冲经济下行的新引擎^[1]；马文斌、李波（2018）提出其可回应民生新需求、解决社会主要矛盾^[2]；肖洁、师小坤（2019）以扬州为例，指出其可缓解“城市病”^[3]。二是路径与模式研究，聚焦居民生活、创新及新场景，朱唐（2019）认为当地人生活是核心融合点^[4]；由少平（2019）提出需实现理念、机制、创新三重融合^[5]；陈献春（2020）将文旅新场景作

为突破点^[6]；邹统钎等（2018）梳理出开发型、体验型等七种融合模式^[8]。三是品牌建设研究，聚焦文化内涵挖掘与形象塑造，韩彩霞（2018）提出从文化挖掘、形象设计等方面打造特色文旅品牌^[9]。总体而言，国内研究理论体系较完整，但存在局限：研究对象多为文旅发达城市与古镇，对苏中沿海非核心城市关注不足；研究视角偏宏观，文化叙事维度探讨较匮乏。

国外文化旅游研究源于16世纪欧洲“壮游”，20世纪“文化旅游”概念正式确立。罗伯特·麦金托什最早界定其内涵，突出文化遗产与在地生活的核心地位；世界旅游组织多次完善定义，将现代艺术、非物质文化遗产纳入范畴，推动研究向遗产保护、活态传承等延伸^[10]。国外研究重视体验性与叙事性，强调地域文化故事与旅游场景融合，但因中外制度、文化及产业基础差异，成果难以直接套用，且特定城市、特色文化体系的系统性叙事研究较薄弱。

2.2 地域文化叙事与文旅融合的结合研究

当前国内外关于地域文化叙事与文旅融合的结合研究仍处于起步阶段，现有研究多强调地域文化叙事对文旅融合的赋能作用，认为讲好地域文化故事是提升文旅产品文化内涵、打造特色文旅品牌的关键。地域文化叙事需注重内容的真实性与体验性，将宏大的文化主题与微观的人物故事、生活故事相结合，让游客产生情感共鸣^[10]。但现有研究尚未构建起系统化的地域文化叙事策略体系，针对沿海城市“四色”文化的叙事研究更是鲜有涉及，为本研究留下了创新空间。

3 盐城文旅融合发展现状与“盐城故事”叙事问题

盐城市拥有丰富自然与人文资源，形成红色新四军、蓝色

作者简介：孔敏敏，1985.11，女，汉族，山东人，2011年毕业于河海大学英语语言文学专业，获硕士学位，现任职于盐城工业职业技术学院、盐城产教融合发展研究中心，讲师，研究方向：英美文学、英语教育、西方文化。

基金项目：盐城产教融合发展研究中心开放性课题“文旅融合背景下“盐城故事”叙事策略研究”（项目编号：2024zk14）

海洋、白色海盐、绿色生态的“四色”文化体系，为文旅融合奠定坚实基础。近年来，盐城高度重视文旅融合，出台多项政策，从产业调整、景区建设等多方面推动文旅深度融合，成效显著：打造新四军纪念馆、中国海盐博物馆等核心景区，形成多元旅游产品体系；推动“文化+旅游”等融合模式，开发特色文创与体验项目；举办丹顶鹤黄海湿地旅游节等节庆活动，提升文旅知名度与影响力。

但相较于长三角核心城市，盐城区位优势不突出，文旅融合仍处于浅层次，存在资源挖掘不深、品牌辨识度低、文化体验不足等问题，“四色”文化资源未转化为核心文旅竞争力，“盐城故事”叙事传播未能充分赋能文旅产业，具体表现为四个方面：

叙事内容：浅表化与碎片化，缺乏体系化与生活化。

盐城对“四色”文化的挖掘多停留在符号展示与史实陈述，未深入挖掘其精神内核、人物故事与价值内涵，如红色文化侧重历史事件、海盐文化侧重制作工艺，均缺乏细节与生活故事支撑。同时，“四色”文化叙事各自独立、缺乏关联，未形成系统体系，且多聚焦宏大主题，忽视本地居民生活、民俗等素材，缺乏情感温度。

叙事角度：单一刻板，缺乏多元性与针对性。

“盐城故事”多以官方宏大叙事为主，语言刻板、形式单一，易让游客产生距离感。缺乏民间与游客视角，居民生活故事未展现、游客体验未纳入，且未结合叙事场景、游客群体差异选择合适角度，降低传播与体验效果。

叙事主体：碎片化分布，缺乏协同性与参与性。

当前叙事以政府主导，文旅企业、居民、学者、游客等主体参与度低，各主体缺乏沟通协作，未形成叙事合力。其中，居民参与不足导致故事缺乏温度，游客体验分享未得到引导，难以实现广泛传播。

叙事方式：传统固化，缺乏创新性与体验性。

叙事以静态单向传递为主，多采用展板、讲解等传统形式，游客被动接受、缺乏互动。未充分运用VR、AR等现代技术打造沉浸式场景，且叙事未融入旅游全流程，线上仅依赖官方平台简单介绍，未利用短视频等多元形式。

4 文旅融合背景下“盐城故事”的叙事策略构建

针对盐城文旅融合发展现状与“盐城故事”叙事的现存问题，结合文旅深度融合的发展需求与盐城“四色”文化特色，从叙事内容、叙事角度、叙事主体、叙事方式四个维度，构建文旅融合背景下“盐城故事”的创新叙事策略体系，推动“盐城故事”的系统化、特色化、多元化叙事，让“盐城故事”成

为赋能盐城文旅融合发展的核心动力。

4.1 叙事内容策略：深挖内涵，构建“四色融合”的系统化内容体系

叙事内容是“盐城故事”的核心，讲好“盐城故事”需深入挖掘地域文化内涵，结合文旅融合需求，构建有深度、有温度、体系化的叙事内容体系，实现“四色”文化融合叙事。

首先，深度挖掘“四色”文化核心与精神内涵，弘扬铁军精神与抗日事迹传承红色基因，挖掘盐民精神、海盐民俗与城市发展故事彰显海盐文化底蕴，梳理海洋渔业与“向海而兴”精神体现海洋文化内涵，讲述生态保护历程传递湿地生态人文情怀。其次，打破“四色”文化碎片化格局，构建“城市总故事+四色分故事+特色微故事”的三级叙事体系，通过城市总故事展现整体形象，四色分故事凸显各文化特色，特色微故事聚焦具体人物与生活场景，助力游客全面认知盐城文化。再次，融入生活化与个性化素材，通过实地走访、深度访谈收集居民生活、非遗传承、渔民盐民日常故事，挖掘淮剧、祭海等民俗文化内容，增强“盐城故事”的生活温度与情感共鸣。最后，结合游客需求实现内容分层精准匹配，针对青少年设计趣味科普故事，针对中老年设计历史文化故事，针对外地游客设计盐城特色故事，针对本地游客设计贴近生活的内容，提升传播效果与文化认同感。

4.2 叙事角度策略：多元创新，打造“多视角融合”的叙事视角格局

叙事角度决定“盐城故事”的呈现方式与传播效果，需打破传统单一的官方叙事视角，构建多元化、多层次、有针对性的叙事角度格局，实现多视角的融合叙事。政府部门主导官方视角，以宏大叙事围绕城市发展战略、文旅融合成果及“四色”文化核心价值展开，打造官方叙事品牌，兼顾规范性与趣味性，避免刻板化；本地居民、非遗传承人等主导民间视角，以生活叙事聚焦日常生活、民俗活动与技艺传承，增强故事真实性与鲜活度，政府及文旅企业需搭建平台鼓励民间讲述；游客主导体验叙事，围绕旅游经历与各类体验展开，通过设置景区留言墙、线上分享小程序等平台，引导游客从被动接受者转变为主动传播者，实现口碑传播；文化学者与历史研究人员主导历史视角，以时空叙事梳理城市历史脉络与“四色”文化传承，将专业研究成果转化为通俗内容，助力游客了解盐城文化历史根源；文旅企业主导体验视角，结合旅游需求采用沉浸式叙事，将“盐城故事”融入旅游全过程，打造特色体验场景，推动游客从“听故事”向“体验故事、参与故事”转变。

4.3 叙事主体策略：协同联动，构建“五位一体”的多元主体叙事机制

叙事主体是“盐城故事”的讲述者，需打破当前主体碎片

化现状,明确各主体定位与职责,构建政府部门、文旅企业、本地居民、文化学者、游客“五位一体”的多元协同叙事机制,凝聚讲好“盐城故事”的合力。政府部门发挥主导引领作用,做好顶层设计、统筹协调与宣传推广,制定整体规划、整合资源、出台支持政策,推动“盐城故事”广泛传播;文旅企业坚持市场导向,将故事融入文旅产品与体验打造,开发特色文创与沉浸式场景,推动叙事与产业深度融合;本地居民作为核心传承者,需提升文化认同与叙事意识,在政府与文旅企业搭建的平台上主动讲述民间故事;文化学者提供专业支撑,深挖“四色”文化内涵,将专业成果转化为通俗故事,提供理论与内容指导;游客作为传播主体,在优质体验基础上,通过各类互动活动主动分享故事、传播口碑。同时,建立常态化沟通、资源共享、合作共建与考核评价机制,激发各主体叙事积极性,强化协同联动效应。

4.4 叙事方式策略:科技赋能,打造“线上线下融合”的创新叙事体系

叙事方式是“盐城故事”的传播载体,需打破传统固化模式,结合现代信息技术与文旅融合需求,打造沉浸式、互动式、数字化、多元化的叙事方式,实现线上线下融合、传统现代结合的创新叙事。线下层面,依托景区、文化场馆等场景,利用VR/AR技术还原历史、民俗与生态场景,打造沉浸式实景体验;设置故事打卡点、民俗体验区等,构建互动式体验体系,同时将“盐城故事”融入旅游全流程,让游客全方位感受文化魅力。线上层面,借助短视频、直播、微信公众号等新媒体渠道,多

元化传播盐城故事,打造数字博物馆实现“四色”文化数字化呈现,开发文创IP并通过动漫、有声书等形式拓宽传播范围。此外,深挖文化元素开发兼具故事性与实用性的文创产品,使其成为“盐城故事”的移动传播载体;以各类节庆活动为集中传播平台,通过非遗表演、故事大赛等活动,集中展示故事内涵,提升传播力与影响力。

5 结论与展望

本研究以文旅融合为背景、“盐城故事”为研究对象,剖析其叙事问题,从内容、角度、主体、方式四维度构建创新叙事策略体系,研究发现,盐城“四色”文化素材丰富,文旅融合初有成效,但因资源挖掘不深、叙事能力不足,文旅融合处于浅层次,“盐城故事”叙事存在内容浅表、角度单一、主体破碎、方式传统等问题,未能有效赋能文旅产业;讲好“盐城故事”的核心是构建系统、特色、多元的叙事体系,通过深挖“四色”文化内涵、融入生活化素材,突破单一官方视角、构建“五位一体”协同机制,依托现代技术打造线上线下融合叙事模式,可将当地文化资源转化为文旅竞争力,提升其品牌辨识度与影响力,推动文旅发展从“资源依托型”向“文化赋能型”转型。

本研究构建的叙事策略体系,为盐城文旅融合及同类沿海城市地域文化叙事提供参考,后续可结合实地调研数据量化分析策略实施效果并优化,同时拓展研究视角至长三角沿海城市带,构建该区域地域文化叙事的共性框架与个性化路径。

参考文献:

- [1] 新时代文化与旅游的融合发展[N].杨振之;中国旅游报,2019-03-19(003).
- [2] 推动文旅融合发展,满足人民新需求[N].马文斌,李波;重庆日报,2018-08-02(007).
- [3] 文旅融合:有效缓解“城市病”的良方——以扬州为例[N].肖洁,师小坤;中国旅游报,2019-08-27(003).
- [4] 以更深层的文旅融合激发消费潜力[N].朱唐;社会科学报,2019-10-10(001).
- [5] 理念融合、机制融合、创新融合——文旅融合发展的着力点[J].由少平;人文天下,2019(01):2-4.
- [6] 关于构建文旅新场景、深化文旅融合发展的研究[N].陈献春;中国旅游报,2020-01-07(003).
- [7] 山东青州推动文旅融合发展的实践[J].傅东华;中国国情国力,2019(03):11-12.
- [8] 国外文旅融合经验值得借鉴[N].邹统钎,张一帆,晨星;中国旅游报,2018-08-17(003).
- [9] 文旅融合背景下文化旅游品牌的构建策略探微[J].韩彩霞;江西电力职业技术学院学报,2018(04):151-152.
- [10] UNWTO Tourism Definitions[M].UNWTO;Chengdu:UNWTO,2019:1-55.
- [11] 历史地方书写的当代文旅转化[J].吴必虎,纪凤仪;北京大学文化产业研究院,2025.