

## 韩国海洋城市文旅融合的研究及启示

刘翔, 何人可, 季铁  
(湖南大学, 长沙 410082)

**摘要:** **目的** 研究我国海洋城市文旅融合的可持续发展策略与路径, 促进我国进一步向海洋强国、文化强国发展。**方法** 概述海洋城市文旅融合发展的必要性及目的, 分析我国目前海洋城市文旅融合发展的若干瓶颈, 运用文献研究和典型案例分析法, 对韩国海洋城市文旅融合发展的战略规划进行分析, 借鉴其发展经验, 研究出适用于我国海洋城市文旅融合的战略路径及可持续发展策略。**结论** 合理规划海洋城市文化旅游资源, 促进我国海洋城市与地域文化的融合, 深化海洋文化的可持续发展, 进一步提升我国海洋城市的国际影响力, 打造我国海洋旅游城市的文化品牌, 扩大对我国海洋城市旅游发展的投入和宣传, 加强国际文化旅游的交流与合作, 是我国海洋城市文旅融合可持续发展的必要路径和策略。

**关键词:** 海洋城市; 文旅融合; 海洋文化; 可持续发展

**中图分类号:** TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)16-0380-05

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.16.045

## Research and Enlightenment on the Integration of Culture and Tourism in South Korea's Marine Cities

LIU Xiang, HE Ren-ke, JI Tie  
(Hunan University, Changsha 410082, China)

**ABSTRACT:** This paper aims to study the sustainable development strategy and path of the integration of cultural and tourism in China's marine cities, and promote our country to further develop into a maritime power and a cultural power. Through summary of the necessity and purpose of the integrated development of cultural and tourism in marine cities, this paper analyzes some of the difficulties in the integrated development of cultural and tourism in marine cities in China, use literature research and typical case analysis to analyze the strategic planning of the integrated development of cultural and tourism in marine cities in South Korea, and learn from its development experience to find out the strategic path and sustainable development strategy suitable for the integration of cultural and tourism in China's marine cities. To advance the sustainable development of cultural tourism integration in China's marine cities, we should reasonably plan the cultural tourism resources of marine cities, promote the integration of China's marine cities and regional cultures, and deepen the sustainable development of marine culture; further enhance the international influence of China's marine cities, and build the cultural brand of China's marine tourism cities; expand the investment and publicity of tourism development in marine cities, and strengthen international cultural tourism exchanges and cooperation.

**KEY WORDS:** marine city; integration of culture and tourism; marine culture; sustainable development

中国是世界上较大的海洋国家之一, 拥有近 3 亿平方公里的海域, 大陆海岸线绵延 18 000 km。沿海地区人口约为 480 万人, 占中国总人口的 40% 以上。在中国, 沿海旅游具有重大意义, 2009 年, “沿

海度假旅游” 被确定为中国 12 条重要的国家旅游路线之一。自 2013 年以来, 在海上电力战略和海上丝绸之路建设的指导下, 沿海旅游业逐渐成为中国经济发展的焦点, 并引发了大规模的聚集发展。2017

收稿日期: 2022-03-14

作者简介: 刘翔 (1988—), 男, 博士生, 主要研究方向为社会创新和可持续设计。

通信作者: 何人可 (1958—), 男, 教授, 主要研究方向为工业设计和设计战略。

年,沿海旅游业的附加值达到1463.6亿元,占主要海洋工业附加值的46.1%。

21世纪是海洋的世纪,习近平总书记深刻地指出:纵观世界经济发展的历史,一个明显的轨迹,就是由内陆走向海洋,由海洋走向世界,走向强盛。这一重要论断,既充分概括了人类文明的发展规律,又准确剖析了当今世界的规律和趋势。促进海洋城市的文旅融合发展是进一步传播和弘扬我国海洋城市特色文化的首要途径,如何深入研究海洋城市文旅融合可持续发展的策略与路径,是当下人们应着重学习和探讨的问题。

## 1 海洋城市文旅融合发展的重要性

文化是第四个可持续性支柱,是可持续旅游业社区传统不可或缺的一部分,文化被描述为尊重内生传统,劝阻外国文化强加,并通过当地产品创造“正宗”的旅游体验。文化和旅游产业是紧密结合的,文化融合并不是一种单一文化传播的活动,而是一种新型的经济运作活动<sup>[1]</sup>。自文化和旅游部组建以来,如何促进文旅融合高效发展一直是广大学者研究和讨论的重点,许多研究人员认为沿海旅游是旅游业的最大组成部分。沿海旅游目的地的元素主要集中在“太阳、沙滩和海洋”等自然资源上。然而,这些元素被认为是过时的,因为游客越来越需要独特和正宗的旅游产品,并带有文化元素。我国海洋城市悠久的历史软实力如何转化为丰富可用的旅游资源,在保护和传承我国海洋文化传统的同时,如何加强文化与旅游之间的关联变得尤为重要<sup>[2]</sup>。旅游的过程其实就是文化传播的过程,“旅游+文化”发展模式的无缝连接与深度融合可以极大地丰富海洋城市的旅游发展新业态,提升我国海洋城市的国际地位和吸引力。海洋城市的文化与旅游产业相结合的类别有:海洋资源文化与旅游产业结合;海洋历史文化与海洋旅游产业结合;海洋民俗节庆文化与旅游产业结合;海洋文化主题公园、海洋体育竞技文化与旅游产业结合;海洋工业旅游文化及港口、航海、贸易等与旅游产业结合等<sup>[3]</sup>。

忽视文化资源会导致与某些栖息地相关的文化身份的丧失,旅游、娱乐和教育机会的丧失,与生境管理相关的当地生态知识、技能和技术的丧失,以及社会和文化资本机会的丧失。加强海洋城市文旅融合发展可以丰富海洋文化内涵、提升文化品位。进一步加强海洋城市传统文化的保护,推动海洋城市旅游可持续发展,加强国内外文化交流,扩展国际海洋文化旅游资源,充分发挥我国海洋城市地域文化的优势,促进沿海旅游产业的可持续发展,重塑和提升我国海洋城市的形象和国际影响力。

## 2 中国海洋城市文旅融合的瓶颈

大众普遍认为我国是以大陆文化发展为主的国

家,早期居民在历史上大部分时期都集中在内陆生活,内陆两河流域的农业文明一直占据主导地位,对海洋一直缺少科学系统的认知,但海洋文化对中国文化的传播和发展有着重要的推动作用。1920年以来,经过大量学者的研究和努力,我国海洋文化的历史发展慢慢地进行了重构和补充,逐渐开始加强对海洋文化传播的重视程度,海洋城市的文旅融合对海洋文化的传播和发展有着至关重要的作用<sup>[4]</sup>。

沿海和海洋空间是越来越多的游客和旅游设施的“家园”,其中最重要的是与沿海旅游有关的部分。我国的海岸线旅游在文化氛围和国际化程度上落后于发达国家,比如三亚、青岛、大连等具有地域文化代表性的大型海洋旅游城市,北方海洋城市受气候影响,旅游的淡旺季分明,虽有着极具魅力的沿海自然景观,但除了欣赏海景以外并没有太多文化旅游活动,如何在旅游战略中打造一些本地特有的文化节日活动显得十分迫切。三亚和青岛近年来一直不断发展影视产业,如何将影视基地、电影工厂与旅游产业巧妙地融合起来值得人们深入研究,如建立像环球影城、迪士尼电影工厂等具有国际影响力且高质量的电影旅游工业。此外,旅游产品的无序开发,导致产品相似度太高,不具有明显的地域文化特点,对本土文化的开发存在认知和定位不清晰、缺乏系统协同、高效的管理机制,以及数字化、网络化的应用和管理缺失等问题<sup>[5]</sup>。我国大部分的旅游行业管理不够规范和完善,旅游文化企业的整体经营和管理体制存在问题,旅游相关宣传力度存在不足。综上,我国海洋城市的文旅融合发展还存在一定的瓶颈,急需吸收海外优秀的旅游战略发展经验打破桎梏。

## 3 韩国海洋城市文旅融合经验案例解析

国外沿海发达国家如何发展海洋城市旅游以及文旅融合的战略研究是中国海洋文化学者值得关注的问题。如韩国是三面环海的国家,海洋资源丰富,海洋文化的融入对旅游产业产生了巨大的推动作用,这一点,东亚海域具有广泛的共同性<sup>[6]</sup>,韩国是我国的近邻,其沿海地区的文化旅游产业为我国提供了良好的发展经验<sup>[7]</sup>,其海洋城市的“文旅融合”发展战略是值得学习参考的。韩国文化旅游产业发展策略的研究,对提升我国文旅产业发展、带动我国文旅产业优化升级、促进我国“一带一路”政策在沿海地区打造旅游业合作方面都具有非常重大的使用价值和借鉴意义<sup>[8]</sup>。

### 3.1 文化软实力输出结合旅游产业发展

韩国电影博物馆位于韩国西海岸仁川广域市,由常设展厅和策划展厅组成,游客可参观博物馆、观看电影等。常设展览涵盖了韩国电影的发展历程,可以帮助大众了解电影历史、学习电影制作过程、感受电

影制作场景。在存档展台,游客可以聆听韩国电影原声带、欣赏电影海报,并感受电影制作的服装及道具等。《寄生虫》电影展区,见图1。



图1 《寄生虫》电影展区  
Fig.1 "Parasite" movie exhibition area

韩国文化软实力的极强国际影响力直接或间接带动了韩国旅游业的发展,影视文化已然成为韩国旅游最有效的宣传手段,为游客创造出很多新奇玩法,为旅游业创造出更多新的旅游打卡点和旅游路线,增加旅游就业人员数万人,将影视文化直接有效地融入旅游文化中,对国际游客都有着巨大的吸引力。根据2019年数据显示,在韩国旅行的日本游客中,有五分之一的人受到了韩国影视文化或韩国明星的影响,中国游客中受到“K-POP”影响的占到一半以上<sup>[9]</sup>。我国在建立文化强国的发展进程中,应学习韩国文化软实力的输出模式,我国在民族文化、地域文化、自然资源等方面都优于韩国、日本,但在文化软实力的发展输出这部分却落后一大截,提高文化软实力的国际影响力,可极大地推动国内旅游业的发展和文化传播。

### 3.2 海洋城市独有的文化庆典

釜山与中国北方海洋城市气候相近,冬季寒冷,游客偏少,为弥补这一旅游淡季的短板,釜山旅游文化局推出了一系列文化节日作为旅游战略以振兴冬季旅游,比如在每年11、12月的冬季庆典有4个节日活动。

釜山圣诞树文化节,是围绕圣诞树这一文化元素打造的节日,是釜山12月最具代表性的节庆活动,大部分游客都会慕名而来拍照打卡,沿海街头设立60万个LED灯点缀的圣诞树,每天晚间皆以歌曲和艺人公演吸引造访的游客。海云台ROCKGO灯光节,与小吃美食街、音乐酒吧街相结合,运用整条街的灯火打造节日庆典气氛。釜山鱼饼串庆典,是以游客品尝美食为主题,在鱼饼串故乡——釜山展开的鱼饼串庆典。釜山日出庆典,年末夜晚的迎新年“市民之钟”撞钟仪式是集聚所有釜山市民和观光客一同送旧迎新、分享喜悦的节庆。

釜山市充分整合资源,打造文化旅游海洋城市的

品牌。通过文化旅游节、美食文化节、大型海边灯光以及海边烟花盛典活动等方式打造区域文化旅游品牌,提升城市品牌知名度。通过海洋文化、美食文化、渔家文化等涉海文化增加沿海城市旅游产品的吸引力和体验,有效地削弱了季节性带来的负面影响。

### 3.3 延续传承海洋城市传统文化节日

韩国除了打造文化庆典以外,还结合传统文化提升旅游魅力。韩国东海岸代表城市——江陵,有着独特的文化旅游活动“江陵端午祭”(DANOJE),是韩国传统宗教的一种融合。韩国每个大城市都有“端午祭”相关的节日庆典,但在江陵市的持续时间最长并且规模最大,逐渐形成了以“江陵端午祭”为首的庆典。

“DANOJE”于1967年被登记为重要的非物质文化遗产,2005年,它被联合国教科文组织指定为人类口述杰作和非物质文化遗产。事实上,国内外游客的涌入,不但丰富了本地的文化市场,还延续了本地的非物质文化遗产,且在很大程度上参与了地方文化的传承和创新。“DANOJE”主要分为几个庆典节目:江陵端午舞祭,萨满祭祀仪式保留了舞蹈、音乐、歌曲、服饰和祭祀故事等韩国传统萨满表演艺术;江陵官奴面具节,在传统上是男女仆人表演的哑剧,主要参与人员来自非物质文化遗产从业者团体、学生俱乐部和家庭主妇,见图2;南江(节庆市场)江陵大拿祭,是韩国最大的市场,期间出售韩国各个地区的产品以及手工艺品,并且伴有摔跤比赛、农业比赛和马戏表演等活动。



图2 官奴面具剧  
Fig.2 Official slave mask play

“DANOJE”直接或间接带来的经济效益调查显示:2016年的经济连锁效应达到了854亿4300万元,增加就业岗位人数516名。参观者总数为113万1282人,其中包括51万当地居民和62万外地游客。游客可以近距离观赏传统文化戏剧,感受其他地区的非物质文化遗产,并且可以通过参与民间表演体验当地优质文化,从而延续和传承海洋城市传统文化,促进国际交流。

“DANOJE”得到了韩国国家文化体育观光部门、国家文物厅、江原道文化旅游观光部门、NH银行部门、韩国文化艺术文化中心以及各大公司的大力支

持, 在旅游行业管理层面是十分值得学习和借鉴的。我国沿海城市战略旅游规划还是比较薄弱的, 应由政府部门统筹建立旅游基础设施, 进行投资的协调和整合, 使旅游政策与由不同地理位置决定的城市复杂性相匹配, 满足其多种不同的需求。江陵端午祭组织结构, 见图 3。

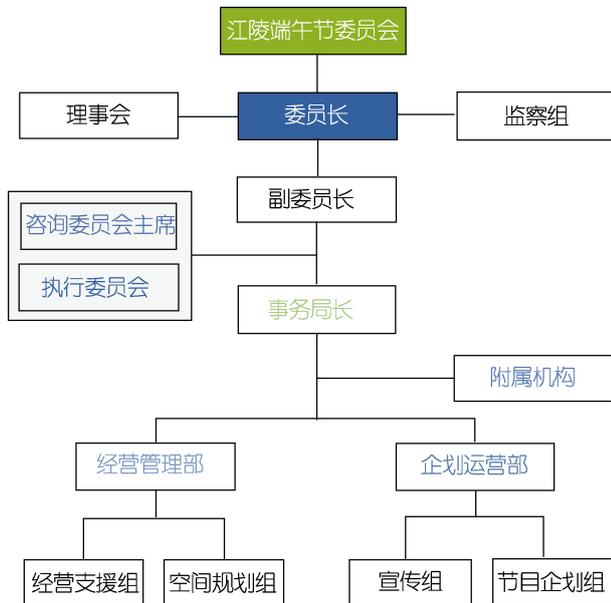


图 3 江陵端午祭组织结构  
Fig.3 Organization structure of the Gangneung Danoje Festival

### 3.4 建立海洋文化为主题的文化艺术节

1986 年全世界规定捕杀鲸鱼禁令之后, 韩国政府加大了对鲸鱼的研究和观察, 建立了蔚山鲸鱼节。蔚山市政府还于 2012 年成立了蔚山鲸鱼文化基金会, 筹划并支持蔚山鲸鱼节和各种以鲸鱼内容为基础的活动, 创造一种艺术与文化相结合的日常生活, 使艺术与社区享有双赢融合的关系。通过文化艺术和旅游增加了居民的文化福利, 提升了鲸鱼文化节的品牌价值, 加强了基金会的作用, 促进了当地文化艺术的发展, 建立了可持续旅游的发展管理系统。

长生浦鲸鱼文化区分为以下 4 个部分:

- 1) 鲸鱼生态体验馆: 为了保护和传承与鲸鱼有关的传统文化, 帮助人们更多地了解本地海洋文化的过去、现在和未来, 提升民众的海洋生态保护意识。
- 2) 鲸鱼博物馆: 韩国唯一的鲸鱼博物馆, 主要展示鲸鱼有关内容, 为海洋和生态系统的研究提供经验。
- 3) 鲸鱼海上旅行船: 从长生浦港口出发, 沿着蔚山海岸航行, 让到访游客看到鲸鱼的自然活动。
- 4) 鲸鱼文化村: 运营长生浦鲸鱼博物馆、鲸鱼生态体验馆和鲸鱼海上游轮, 建立世界上唯一的鲸鱼旅游基础设施, 打造鲸鱼生态体验公园鲸鱼文化村,

使蔚山发展成一流的鲸鱼旅游城市。

据 2016 年韩国蔚山鲸鱼节评估报告会的数据显示, 蔚山鲸鱼节直接为蔚山旅游产业带来了 177.5 亿韩元的经济效益, 其中餐饮行业为 66.3 亿韩元, 是直接经济效益中最大的。海洋文化主题节日可发掘文化内容, 促进本地旅游产业的发展, 通过节日品牌促进民族问题的解决以及社会责任实施操作体系的建立, 扩大旅游业务、加强相关财务的独立性, 探索当地文化资源、为弘扬文化艺术奠定基础, 加强战略组织体系的建设。建立海洋文化艺术节, 可以高效地与本地自然文化遗产有机结合起来, 为沿海社区带来特殊意义并增强社区与文化的联系。文化遗产的可见性和欣赏性为文化生态旅游、教育、经济的发展以及社会资本的实现提供了一系列机会。

### 4 启示: 我国海洋城市文旅融合的可持续发展策略和路径

从韩国海洋城市文旅融合发展的案例中总结出适用于我国海洋城市文旅融合的策略和路径, 可概括为以下 3 点:

第一, 合理规划, 重组文化旅游资源, 针对本地特有的文化资源打造海洋城市本土文化旅游活动<sup>[10]</sup>。我国广大的沿海区域蕴含着如哪吒闹海、八仙过海等丰富的民间神话故事, 以及具有地域特色的戏曲、小调、绝活杂耍等, 都可以将其现代化、网络化、数字化, 并结合地域优势统筹规划设计, 顺应时代发展的趋势, 加强我国沿海地区非物质文化遗产的传播与可持续发展<sup>[11]</sup>。传播海洋文化, 加强对海洋城市节庆、海洋民俗的保护传承, 例如青岛的欧陆风情建筑文化、崂山文化、琅琊文化, 大连的日俄韩风情街文化、啤酒文化等“海派”旅游特色, 以及厦门、泉州具有海上丝绸之路特色的历史文化名城<sup>[12]</sup>。可以深入研究本土最具特色的海洋文化, 打造相关的文化旅游节庆活动, 有序开发其周边旅游产品, 让来访游客不仅可以感受到美丽的自然风光, 还可以寓教于乐, 学习和传播我国海洋文化。

第二, 品牌与城市形象塑造, 建立海洋文化活动现场, 打造具有深厚历史文化记忆、地域文化特色的沿海城市品牌<sup>[13]</sup>。如大连一直主打“滨海都市”“浪漫之都”的城市品牌形象设计和营销, 但近年来并无新元素吸引更多的游客, 青岛更注重产品、企业、产业品牌的打造, 两座城市极具独有的文化特色, 为促进旅游经济的发展, 基于不同的地域文化打造海洋城市的文化旅游品牌, 与游客产生共情感, 着力打造海洋城市 IP 形象。丰富滨海旅游产品, 提高沿海城市的品牌吸引力, 优化产品结构, 提高旅游产品的质量和吸引力, 创新旅游产品, 保障文旅产业的长期可持续发展。

第三,加强文化合作与旅游宣传,展开更广阔的海洋文化视野,从异域异质文化中汲取营养,加大与其他东北亚、东南亚友邻地区的海洋文化旅游产业合作及交流<sup>[14]</sup>。通过多种方式与“一带一路”沿线国家进行海洋文化交流合作,建立更加便利国外游客的多语言游客咨询中心,完善旅游产业的相关管理制度,突显海洋文化国际交流与合作的优势,推广和宣传我国黄金海岸线海洋城市的独特魅力和影响<sup>[15]</sup>。从计划经济向市场经济过渡期间,旅游业成为发展的优先事项,旅游业可以加强中国与其他国家之间的沟通和文化交流,为现代化创造外汇,并作为外交的延伸推进国际关系。弘扬中国传统文化,全面增进世界各国人民对当代中国的全面了解,加强与联合国教科文组织等机构的合作。

## 5 结语

挖掘海洋文化内涵是实现丰富海洋城市旅游产品内涵、营造产品特色、扩大旅游吸引力和增强国际竞争力的重要途径。中国的发展离不开海洋,世界的发展更离不开海洋,通过学习和借鉴韩国海洋城市文旅融合的发展策略,应结合好我国沿海城市特有的海洋文化及本土特色资源,着力发展我国海洋城市的“文旅融合”策略,推动我国现代海洋文化的创造性转化和创新性发展,促进海洋文化旅游发展的可持续性,肩负起发展和传承中国海洋文化的光荣历史使命。

### 参考文献:

- [1] 冯健. “文旅融合”该从何处着手[J]. 人民论坛, 2018(32): 86-87.  
FENG Jian. Where should the "Integration of Culture and Tourism" Start?[J]. People's Tribune, 2018(32): 86-87.
- [2] 李华伟. 文化和旅游融合的国际经验启示[J]. 洛阳师范学院学报, 2019, 38(7): 18-21.  
LI Hua-wei. Enlightenment from the International Experience of Cultural and Tourism Integration[J]. Journal of Luoyang Normal University, 2019, 38(7): 18-21.
- [3] 许照成, 张璟. 我国海洋文化旅游研究综述及发展趋势[J]. 海洋开发与管理, 2013, 30(6): 105-110.  
XU Zhao-cheng, ZHANG Jing. Review and Development Trend of Marine Cultural Tourism Research in China[J]. Ocean Development and Management, 2013, 30(6): 105-110.
- [4] 丘萍, 张鹏, 雅茹塔娜, 等. 海洋文化产业与旅游产业融合探析[J]. 海洋开发与管理, 2018, 35(4): 16-20.  
QIU Ping, ZHANG Peng, YA R, et al. The Integration of Marine Cultural Industry and Tourism[J]. Ocean Development and Management, 2018, 35(4): 16-20.
- [5] 王蕊蕊. 文旅融合背景下海南本土文化开发策略[J]. 智库时代, 2020(2): 7-8.  
WANG Rui-rui. Hainan's Local Culture Development

- Strategy under the Background of Cultural Integration[J]. Think Tank Era, 2020(2): 7-8.
- [6] 朱雄. “海洋命运共同体”建设理念与路径思考[J]. 浙江海洋大学学报(人文科学版), 2019, 36(5): 23-27.  
ZHU Xiong. Reflection on the Construction Concept and Path of "Maritime Community with a Shared Future"[J]. Journal of Zhejiang Ocean University (Humanities Sciences), 2019, 36(5): 23-27.
- [7] 朴正实. 中国旅游业发展研究——基于韩国旅游业发展策略[J]. 社会科学家, 2020(5): 67-73.  
PIAO Zheng-shi. Research on China's Tourism Development—Based on South Korea's Tourism Development Strategy[J]. Social Scientist, 2020(5): 67-73.
- [8] 林移刚. 韩国影视旅游的运作机制浅析[J]. 电影文学, 2009(8): 58-59.  
LIN Yi-gang. Analysis on the Operating Mechanism of Korean Film and Television Tourism[J]. Movie Literature, 2009(8): 58-59.
- [9] 金贞熙. 浅析中韩两国海洋旅游资源开发及应用[J]. 江苏商论, 2011(11): 93-95.  
JIN Zhen-xi. Analysis on the Development and Application of Marine Tourism Resources in China and South Korea[J]. Jiangsu Commercial Forum, 2011(11): 93-95.
- [10] 杨熊炎, 叶德辉. 以海洋文化为核心的北部湾旅游纪念品设计[J]. 包装工程, 2016, 37(10): 155-158.  
YANG Xiong-yan, YE De-hui. Beibu Gulf Souvenir Design with Marine Culture as the Core[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(10): 155-158.
- [11] 祁升. 文化与旅游产业的互动发展[J]. 旅游纵览(下半月), 2018(22): 128.  
QI Sheng. Interactive Development of Culture and Tourism Industry[J]. Tourism Overview, 2018(22): 128.
- [12] 俞萍. 海洋文化元素在舟山旅游商品开发设计中的应用[J]. 包装工程, 2019, 40(8): 305-310.  
YU Ping. Application of Marine Culture Elements in Design and Development of Zhoushan Tourism Products[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(8): 305-310.
- [13] 金海燕. 国内外海洋文化与旅游经济融合发展策略探究[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(12): 165.  
JIN Hai-yan. Research on the Integration Development Strategy of Marine Culture and Tourism Economy at Home and Abroad[J]. Tourism Overview, 2019(12): 165.
- [14] 于凤静, 王文权. 丝路精神与中国海洋文化理念的契合性论析[J]. 江淮论坛, 2019(1): 176-179, 193.  
YU Feng-jing, WANG Wen-quan. Analysis of the Correspondence between the Spirit of Silk Road and Chinese Marine Culture Ideology[J]. Jianghuai Tribune, 2019(1): 176-179, 193.
- [15] 欧阳焱. 充分展现中国海洋文化的内在价值[J]. 人民论坛, 2018(7): 140-141.  
OUYANG Yan. Fully Demonstrate the Intrinsic Value of Chinese Marine Culture[J]. People's Tribune, 2018(7): 140-141.