

DOI:10.16104/j.issn.1673-1883.2025.01.005

新质生产力推动民族地区文旅产业 高质量发展的三维探析

莫色阿木, 龚秀勇

摘要: 因地制宜发展新质生产力是推动民族地区文旅产业高质量发展的内在要求和重要着力点。新质生产力是新时代更具高科技、高效能、高质量发展特征的先进生产力,对民族地区文旅产业转型升级、文旅资源保护利用、文旅产品出新走俏、文旅宣传破壁出圈具有重要推动作用。但是,新型基础设施建设相对滞后、新型文旅生产关系尚未形成、新型文旅人才匮乏流失、文旅产业发展内容趋同的现实困境阻碍了当前新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展。对此,亟须强化谋篇布局,加快设施建设;坚持多管齐下,建立配套体制;深化内外联动,培养新型人才;强化科技引领,擦亮文旅招牌,点燃新质生产力新引擎,全面推动民族地区文旅产业高质量发展。

关键词: 新质生产力; 民族地区; 高质量发展; 文旅产业; 三重维度

中图分类号: G127; F592.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 1673-1883(2025)01-0039-11

收稿日期: 2024-08-05

基金项目: 四川省社科规划项目“中国化马克思主义宗教观的理论逻辑和实践逻辑研究”(项目编号: SC22B019); 西南石油大学杰出人才项目(项目编号: 2021RW037)。

作者简介: 莫色阿木(1997—),男(彝族),四川越西人,西南石油大学马克思主义学院硕士研究生,研究方向:马克思主义中国化, E-mail: 3193928931@qq.com; 龚秀勇(1968—),男,四川广安人,西南石油大学马克思主义学院教授,博士,硕士生导师,研究方向:马克思主义与当代中国。

一、引言

中国式现代化是全国各族人民的现代化,文旅产业高质量发展是推动民族地区现代化的重要支撑与力量之源。当前,在旅游强国建设背景下,如何推动民族地区文旅产业高质量发展既是一个重大的理论课题,也是一个亟待解决的实践问题。2023年9月,习近平总书记在黑龙江考察时首次提出“新质生产力”,为民族地区文旅产业高质量发展注入新的思想伟力。2024年1月,在中共中央政治局第十一次集体

学习讲话中,习近平总书记对新质生产力的内涵作出科学概括,他指出:“新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先进生产力质态。它由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生,以劳动者、劳动资料、劳动对象及其优化组合的跃升为基本内涵,以全要素生产率大幅提升为核心标志,特点是创新,关键在质优,本质是先进生产力。”^[1]可见,新质生产力不仅是对马克思主义生产力理论的发展,而且是对我国传统生产力的超越,是新时代更加契合高质量发展特征的先进生产力,对促进我国民族地区文旅产业高质量发展具有重大意义。

当前,学界不少学者对新质生产力推动文旅产业高质量发展的命题展开研究,取得了较为丰硕的成果。已有成果主要围绕新质生产力推动文旅产业高质量发展的逻辑、难点、路径等议题展开,同时还有学者提出“文旅新质生产力”^[2]“旅游业新质生产力”^[3]等概念,为本文的进一步研究提供了参考。我国民族地区文旅资源丰富,地域特色鲜明,新质生产力推动文旅产业高质量发展的舞台无比广阔。然而,现有研究成果缺乏对新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的学术研究,仅有部分学者探讨了新质生产力推动民族地区高质量发展的相关议题^[4-6]。本文从马克思主义理论、旅游学、民族学等学科研究视角,系统阐释新质生产力对民族地区文旅产业高质量发展的价值意蕴,努力探索新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的实践路径,为民族地区文旅产业相关主体运用新质生产力推动本地文旅产业高质量发展提供思路或参考。

二、新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的价值意蕴

新质生产力是实现我国民族地区经济高质量发展的重要动力。新征程上,用新质生产力新理论指导民族地区文旅产业新实践,是推动民族地区文旅产业高质量发展迈上新台阶的必然选择。

(一) 推动文旅产业转型升级

2024年4月,习近平总书记在主持召开新时代推动西部大开发座谈会上强调,“要坚持把发展特色优势产业作为主攻方向,因地制宜发展新兴产业,加快西部地区产业转型升级”^[7]。文旅产业是我国西部民族地区的特色优势产业,同时也是内含创新创意元素的新兴产业。然而,从我国民族地区文旅产业发展的实际情况看,“数量规模型”“资源驱动型”传统文旅产业发展模式仍然在不少民族地区占据主导地位,严重阻碍了文旅产业高质量发展。新质生产力是符合新发展理念的面向新兴产业、未来产业的先进生产力,是推动民族地区文旅产业转型升级的重要力量。一方面,新质生产力推动民族地区文旅产业发展模式创新。新质生产力之“新”,在于以颠覆性科技创新和新型生产关系催生新产业、新模式、新动能^[1];新质生产力之“质”,在于以高质量产品满足人民对于美好生活的需要。从这一角度上说,新质生产力不是对旧质生产力的简单改造或迭代,而是对旧质生产力的全面升级和超越。创新运用大数据、物联网、云计算、人工智能等技术推动民族地区文旅产业高质量发展,能实现民族地区文旅产业发展模式由数量规模型向质量效益型、资源驱动型向科技创新型转变。在此基础上,进一步将科技创新成果全方位嵌入民族地区文旅产业发展全过程,还能孵化出民族数字文博、智能机器人、全息巨型影院等新兴产业,培育民族地区文旅产业新优势。此外,“新质生产力本身就是绿色生产力”^[1]。新能源,新材料是新质生产力的典型代表,将其投入民族地区使用,有助于推动民族地区文旅产业实现绿色发展。另一方面,新质生

产力促进民族地区文旅产业管理服务水平提档升级。在过去,大到行政审批、银行贷款,小到景区门票、酒店预订等,都需通过人工或线下办理,这些事项不仅耗时多,而且程序繁琐复杂。现在,通过使用一网通办、掌上银行、微信、美团等数字科技,就能在大幅提升民族地区旅游景区管理服务效率的同时为游客带来更加舒适便捷的旅游服务体验。

(二) 促进文旅资源保护利用

我国民族地区山川秀丽、沃野千里、资源富集,文旅产业高质量发展的前途无限光明。但是,受偏僻的地理位置和相对落后的经济发展状况影响,不少民族地区催生出“大规模”“浅层次”文旅资源开发利用,造成大量珍贵文旅资源的破坏和浪费。新质生产力为民族地区如何高效保护、开发利用本区文旅资源提供了答案。其一,新质生产力为民族地区文旅资源保护提供强大技术支持。通过使用遥感探测技术、雷达探测技术、无人机摄影技术等,可实现对民族地区历史文化遗址、遗迹、遗物的精准定位和快速查找,及时保护文旅资源不受自然或人为因素的破坏。同时,X射线、3D建模、3D打印、数字化修复技术的接连涌现,为民族地区已损害的历史文旅资源,如建筑、图纸、壁画的修复与重现提供了重要技术手段。其二,新质生产力激发民族地区文旅资源新活力。将VR、AR、MR等虚拟现实技术投入民族地区使用,能使游客一次性沉浸式观赏体验民族地区一年四季的不同优美风景。同时,将这些技术运用到民族地区文化博物馆和美术馆之中,还能使陈列在玻璃展示柜中的人物、器物、服饰“从以前的‘围起来’‘罩起来’‘关起来’走向‘用起来’‘活起来’‘火起来’”^[3],从而给游客带来一场震撼人心的视觉盛宴。其三,新质生产力为民族地区文旅资源有效利用提供新方式。一方面,通过大数据、AI、GIS等先进科技的引入,有助于民族地区实现对当地文旅资源的系统分类、有效整合与创新利用。另一方面,通过GPS测亩仪和节地技术的使用,能帮助民族地区科学规划其景区建设、道路修建、娱乐设施建设所使用的土地面积,从而避免大拆大建,减少非必要土地资源的浪费,最终拓宽土地资源创新利用的空间。

(三) 助推文旅产品出新走俏

民族地区文旅产品能否满足游客的“挑剔味蕾”,是决定其文旅产业高质量发展能否实现华丽转身的關鍵。当前,人民生活水平日益提高,对文旅产品的需求不断呈现出个性化、多样化趋势。新质生产力为民族地区高效捕捉游客产品需求,继而推动本地文旅产品出新走俏提供了重要机遇。一方面,新质生产力推动生产端“质优”,实现文旅产品出新。在新质生产力驱动下,我国民族地区文旅产业供给侧结构性改革将持续向纵深推进,最终催生出新兴且优质的文旅产品。例如,将现代文化创意理念与智能制造技术融入民族地区文旅产品的设计与打造之中,能催生出兼具传统与现代、科技与未来美感的新兴文旅产品,更好满足游客对于文旅产品的多样化需要,提升民族地区文旅产业高质量发展的综合竞争力。另一方面,新质生产力促进需求端“匹配”,助力文旅产品走俏。相较于传统的电视、传单、横幅等文旅产品营销方式,运用各类购物软件和新媒体平台如抖音、快手、小红书等,能推动民族地区文旅产品营销方式实现多样创新,从而为游客带来更加便捷、舒适、高效的购物体验。同时,用户画像、协同过滤、内容过滤等推荐算法技术在当今各类媒体软件上的全面应用,为民族地区文旅市场主体掌握不同用户的购物需求及消费偏好信息,继而设计打造出让游客更加称心如意的文旅产品提供了现实机遇。

(四) 实现文旅宣传破壁出圈

互联网和信息技术的迅猛发展,助推我国媒体形态实现了由传统媒体、新媒体再到全媒体的历史蛻

变,促成了全方位、宽领域、深层次的文旅宣传新格局。而无论是传统媒体到新媒体的跃迁,还是新媒体再到全媒体的飞跃,其内在发展的核心动力皆是新质生产力。在新质生产力驱动下,我国目前已形成了具有“全程、全息、全员、全效”特点的全媒体网络信息传播新格局,这使得文旅信息的传播更具透明性、快速性、交互性和有效性,给我国文旅宣传带来了无限机遇。例如,近期火爆全网的山东淄博、甘肃天水、河南开封等地,就通过全媒体多样化创新宣传当地的特色美食与活动,在短时间内迅速成为“网红城市”,吸引众多游客前往,最终有力促进了其文旅产业高质量发展。随着新质生产力不断发展,势必还会引发新一轮网络媒体革命,从而催生出功能更加全面、场景更加多元,体验更加丰富的媒体形态,最终全面助推我国文旅产业高质量发展。然而,在新质生产力推动信息传播方式日新月异的今天,我国不少民族地区仍保持着“酒香不怕巷子深”的文旅宣传理念,或简单采用传统媒体开展文旅宣传,进而使得当地优质的文旅产品、多彩的文旅活动、独特的民族非遗难以走进全国乃至世界人民的视野,阻碍了文旅产业高质量发展。因而,民族地区全力抓住此次由新质生产力带来的文旅宣传机遇,创新文旅宣传方式,有助于打破文旅宣传地理壁垒,获取文旅宣传“流量密码”,助推文旅产业“走红出圈”。

三、新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的现实掣肘

(一) 难点: 新型基础设施建设相对滞后

新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展作用的发挥,离不开新型基础设施的动力续航与战略支撑。2018年12月,中央经济工作会议首次提出“新型基础设施”。2020年4月,国家发展改革委首次正式提出新型基础设施建设的主要范围包括“信息基础设施、融合基础设施、创新基础设施三方面;内容涵盖5G、物联网、云计算、智能交通基础设施、智慧能源基础设施等领域”^[8]。相较于公路、铁路、航空等传统基础设施,新型基础设施具有数字化、智能化、自动化、绿色化优势,是更符合新发展理念与新质生产力发展的要求的基础设施。自新型基础设施建设的范围及内容确定以来,我国开始逐步在全国各地启动新型基础设施建设工程。目前,我国东部地区在新型基础设施建设方面取得了十分亮眼的成绩,而我国民族地区在新型基础设施建设方面较为滞后。2022年9月,清华大学互联网产业研究院对我国东部、中部、西部以及东北地区的“新型基础设施竞争力指数”展开深入研究,数据显示,我国东部地区新型基础设施竞争力指数较高,如“北京、广东、江苏、浙江、上海”的新型基础设施竞争力指数排名为全国的1-5名,而“新疆、内蒙古、宁夏、西藏、青海”的排名为全国的25、26、29、30、31名^[9],体现出民族地区新型基础设施竞争力指数较弱。另外,从我国工业和信息化部于2024年1月发布的《2023年通信业统计公报》数据中可看出,民族地区在5G网络、宽带接入、电信业务等新型基础设施建设方面的表现仍逊色于我国东部地区。新型基础设施是新质生产力得以施展“才干”的舞台,缺乏新型基础设施的基本支撑。然而,新型基础设施建设难度大、耗资多、见效长,企业投资意愿低、社会融资难度大,地理位置偏僻、经济发展相对落后等因素构成了当前民族地区新型基础设施建设的现实困境。如何摆脱这些困境,采取有效措施加快新型基础设施建设,是今后民族地区在使用新质生产力推动文旅产业高质量发展过程中必须解决的首要难题。

(二) 卡点: 新型文旅生产关系尚未形成

文旅新质生产力呼唤新型文旅生产关系,新型文旅生产关系反作用于文旅新质生产力。马克思认为,

“当生产关系适应生产力发展的客观要求时,能够较好地解决各个要素之间的矛盾,为生产力的发展提供比较充分的空间”^[10]。反之,当生产关系不适应生产力发展的客观要求时,就会成为生产力发展的桎梏。文旅新质生产力是在旧质文旅生产力基础上发展而来的新兴生产力质态,继续沿用传统文旅生产关系推动文旅新质生产力发展,势必会出现“牛头”不对“马面”的现象。为此,建立与文旅新质生产力相适应的新型文旅生产关系,是实现文旅新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的重要环节。然而,从我国民族地区的实际情况来看,其在建立新型文旅生产关系方面还存在以下三个方面的问题。一是对新质生产力推动文旅产业高质量发展作用机理的理解不够深入。新质生产力是一个属于经济学领域的新概念,目前其概念虽已界定,但如何实现新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的命题尚处在初步探索阶段,加上民族地区科技教育发展水平相对落后,少数民族干部及群众就更加难以深入理解新质生产力对其本地文旅产业高质量发展的促进作用及其实现机制,如此一来,民族地区新型文旅生产关系的建立也就无从谈起。二是对新型文旅生产关系的认识存在“误区”。现阶段,有个别发展较好的民族地区已对新质生产力形成较为全面的认识,同时其深刻认识到建立新型文旅生产关系的必要性,但这些地区由于对新型文旅生产关系的认识存在一定的偏差,阻碍了其本地新型文旅生产关系的建设步伐。例如,“建立新型文旅生产关系就是对传统文旅市场体制、管理制度的局部调整或全盘否定”的观点以偏概全,不符合马克思主义辩证法和生产关系适应生产力状况的规律,不利于民族地区新型文旅生产关系的系统构建。三是“试错成本”阻碍新型文旅生产关系的建立。新型文旅生产关系“谁来建”“怎么建”“风险多少”,这些都是未知的领域,民族地区文旅产业主管部门一旦照猫画虎、贸然尝试,有可能面临“我播下的是龙种,而收获的却是跳蚤”^[11]的结果。因而,“试错成本”的存在,阻碍了民族地区新型文旅生产关系的建立,进而制约了文旅新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的前进步伐。

(三) 堵点: 新型文旅人才匮乏

马克思主义生产力理论认为,人是生产力中最活跃、最关键的决定性因素。其中,人才是推动生产力发展的中坚力量。习近平总书记强调指出,人才是全面建设社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑之一^[12]。新时代发展新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展,必须充分发挥新型文旅人才的关键引领作用。何为新型文旅人才?笔者认为,新型文旅人才是适应旅游强国建设发展要求,掌握运用新能源、新材料、新一代信息技术全面激发文旅新质生产力发展潜能,有效推动文旅产业高质量发展的高素质、复合型、创新型人才。与传统文旅人才相比,新型文旅人才的数智化、技术化、知识化、专业化水平更高,更契合新时代文旅新质生产力发展要求,对推动民族地区文旅产业高质量发展具有不可替代的关键促进作用。然而,新型文旅人才匮乏成为当前阻碍文旅新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的又一重要因素。一方面,民族地区高等院校及旅游职业院校数量少,新型文旅人才培养难。“教育是国之大计、党之大计”^[13]。新时代推动我国民族地区各类教育高质量发展,是培养民族地区新型文旅人才的根本。但从教育部在2023年12月发布的关于“2022年高等学校(机构)数的统计数据”来看,我国民族地区高等教育、职业教育的整体发展水平较低。以西藏、青海、宁夏三省为例,其普通本科及职业高校的数量分别为7、12、20,远不及广东、江苏、山东等东部沿海地区普通本科及职业高校数量的十分之一^[14]。民族地区在普通本科和职业高校数量上的劣势决定了其培养本土新型文旅人才的难度较大。同时,民族地区不少现有本科及旅游职业院校文旅人才培养的“教育理念、教学设施、师资力量、教学方

法上仍然跟不上时代要求”^[15]，导致其培养出来的文旅人才水平质量参差不齐，难以满足民族地区文旅新质生产力发展的迫切需要。另一方面，民族地区经济社会发展相对滞后，新型文旅人才“引进难”“留不住”。民族地区偏远的小镇山村多，住房、教育、交通、医疗卫生条件较差，高校大学生在择业时往往对其望而却步。同时，目前民族地区本土培养的不少新型文旅人才还存在不同程度的“外流”现象，致使其文旅产业高质量发展再次陷入人才紧缺的无限循环。

（四）痛点：文旅产业发展内容趋同

近年来，我国不少民族地区通过借助科技力量，在丰富文旅产业发展内容方面取得了一些成绩。例如，贵州省台盘村村民运用抖音、微博、微信视频号等新媒体平台同步开展“村BA”篮球赛事线上直播，收获了破百亿的流量关注度。借助超高的人气，贵州省进一步推出“村BA”系列文创产品、主题酒店、特色美食，成功将“流量”转换成“留量”，最终有力促进了本省文旅产业高质量发展，为其他民族地区运用新质生产力推动文旅产业高质量发展提供了参考。而从现阶段我国民族地区文旅产业发展的整体情况来看，发展内容趋同依然是阻碍新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的重要因素。

一是景区形象打造趋同。长期以来，多彩的民族文化、悠久的民俗文化、先进的红色文化孕育出民族地区独特的自然及人文景观，这些景观构成民族地区文旅产业高质量发展的鲜明优势。但近年来随着文旅产业发展的持续深入，不少民族地区旅游景区的形象在商业利益的扭曲下愈发趋同。比如，人造景观“大同小异”，景区公园“千篇一律”，房屋建筑“千镇一面”，游客“审美疲劳”后的废然而返让很多原本具有巨大发展潜力的民族地区丧失了推动其文旅产业高质量发展的大好机遇。

二是文旅产品类型趋同。民族地区各旅游景区所展示出售的各类文旅产品，如手工编织袋、玩具、明信片等同款产品类型过多，可替代性强，游客购买意愿较低。同时，由现代社会快速发展所催生出的商业化文旅产品制造营销模式，影响且导致近年来民族地区具有本地特色的民族服饰、土特产、工艺美术品等在国内外主流文旅市场上不温不火。

三是文旅活动内容趋同。“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”^[16]是费孝通先生提出的经典名言，其意即各民族既要懂得自身文化之美，也要学会欣赏其他民族文化之美，这样将自己民族文化之美与其他民族文化之美结合起来，就能实现世界文化和谐共存之美。然而，当今我国不少民族地区不仅忽视自身民族文化之美，而且一味地“抄作业”，搞“复制粘贴”，举办出来的文旅活动给人以“形合”而“神离”之感，从而给游客带来差劲旅游体验的同时损害了景区的形象及其美誉度。

四、新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的实践路径

（一）强化谋篇布局，加快设施建设

加快新型基础设施建设是使新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的内在要求。我国民族地区地广人稀、气候类型多样、地形条件复杂，新型基础设施建设需从源头上加以战略规划和谋篇布局。

一是坚持系统规划，制定建设方案。系统观念是马克思主义唯物辩证法的重要内容，只有用辩证、发展、全面的观点观察事物，才能把握事物发展的本质及规律。制定民族地区新型基础设施建设方案，同样需要将马克思主义系统观念贯穿其中。首先，民族地区应在充分掌握本地文旅市场对新型基础设施的需求信息基础上，运用新一代监测设备及仪器，对其本地的地形、土壤、气候等因素作出全面分析，

然后计算出新型基础设施的建设成本和预期效应,最终讨论制定适合本区开展新型基础设施建设的总体纲要和具体行动方案;其次,方案制定后,民族地区可选择个别景区开展试点工作,以验证新型基础设施建设具体方案的科学性。最后,民族地区可及时邀请全国在新型基础设施建设领域的知名专家、学者组成智囊团,对拟实施的新型基础设施建设方案的可行性、可操作性、风险性等作出评估,以全面保障其新型基础设施建设的各项工作得以顺利展开。

二是激发投资活力,确保资金充足。与传统基础设施不同,新型基础设施具有更新换代快、维护运营成本高的特点,而这些特点显然不利于经济发展相对滞后的民族地区。为此,激发全社会投资活力,拓宽各类投融资渠道,是促进民族地区新型基础设施建设的必然之举。一方面,充分发挥市场在社会领域投资中的决定性作用。推进新型基础设施建设,民族地区不能“穿新鞋走老路”,必须主动出击,充分利用市场手段汇聚社会多元主体投资力量,集聚起民族地区新型基础设施建设的磅礴伟力。对此,要率先修订和完善民族地区新型基础设施建设投资准入规则,大幅放宽互联网、通信运营商、智能机器人等企业投资准入门槛,全面保障社会各类新型基础设施建设主体顺利登陆民族地区。同时,应主动出台一系列财政补贴、税收优惠、风险补偿等政策,进一步激发新型基础设施建设企业进入民族地区的积极性、主动性。另一方面,充分发挥政府在社会领域投资中的重要引领作用。为防止社会各类投资主体在民族地区新型基础设施建设方面可能出现的无序性、盲目性、混乱性,政府应对各类资本加以统筹协调和引导规范,使各类投资主体有序开展民族地区新型基础设施建设工作。

三是坚持立足实际,稳步推进新型基础设施建设。当前,民族地区可依托5G、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术,打造集自动监测、智能感应、数据分析、远程操控功能于一体的新型基础设施体系,全面促进民族地区文旅产业高质量发展。例如,通过打造运用气象监测设施、环境保护设施、智慧交通设施、智能服务设施等,有利于打通民族地区文旅产业高质量发展的“经脉”,助推民族地区文旅产业实现智能化、绿色化、数字化高质量发展。但是,由于不同民族地区间自然环境、社会背景、文旅产业发展水平不同,推进新型基础设施建设必须坚持因地制宜,辩证施策。各民族地区应立足自身资源禀赋,以本地文旅产业高质量发展的应用需求端入手,稳步推进新型基础设施建设,从而最大化避免因“抢占先机”,新型基础设施建设急于求成而带来的质量低下、供需错位、资源浪费等风险。

(二) 坚持多管齐下,建立配套体制

其一,强化理论培训,夯实思想根基。马克思指出,“不受思想指导和推崇的行动,只不过是行尸走肉——没有灵魂的躯体”^[17]。换言之,只有思想上清醒,行动上才能自觉。而高度的思想清醒来自理论学习。新时代民族地区建立与文旅新质生产力相适应的新型文旅生产关系,新型文旅生产关系是在文旅新质生产力驱动下,对传统文旅产业领域的生产、分配、交换、消费等经济活动的社会形式进行深刻变革后,所形成的与文旅新质生产力相适应的新型配套体制机制。与传统简单依靠管理制度促进文旅产业发展的方式不同,新型文旅生产关系更强调通过利用市场和政府相结合的手段激发文旅产业领域人才、资本、技术活力,“创造更多社会财富,不断满足人民日益增长的美好生活需要”^[18]。可见,新型文旅生产关系不是对传统文旅生产关系的全盘否定,而是对传统文旅生产关系的去粗取精、取长弃短,是“扬弃”的结果。深入理解、廓清上述有关新型文旅生产关系的核心内涵与思想迷雾,是民族地区建立新型文旅生产关系的重要前提。为此,民族地区可利用当地本专科院校、旅游高职院校、党校等理论学习平台,

对广大干部及群众开展新型文旅生产关系理论培训活动,以夯实其建立新型文旅生产关系的思想根基。

其二,坚持问题导向,建立配套体制机制。促进民族地区文旅产业高质量发展,必须坚持问题导向,建立与文旅新质生产力相适应的配套体制机制。一是构建民族地区教育、科技、人才一体化体制机制。教育、科技、人才三要素是共同构成社会主义现代化国家的基础性、战略性支撑。为此,必须充分发挥新型举国体制优势,全面深化民族地区教育、科技、人才体制机制一体化改革,统筹推进民族地区教育、科技、人才一体化高质量发展,以夯实民族地区文旅新质生产力发展的科技根基和人才底座。二是构建民族地区新型文化体制和管理机制。一方面,建立民族文化发展新型体制,激发民族文化创造活力,推动民族文化与旅游新质生产力实现深度融合发展。另一方面,建立“极简审批”制度,优化民宿、农家乐、小微企业在创办过程中的审批程序,汇聚各方力量成为新质生产力推动民族地区文旅产业高质量发展的最大合力^[19]。在此基础上,健全民族地区景区管理制度、产权保护制度,失信惩戒机制,有助于规范各类文旅市场主体日常行为。三是构建民族地区文旅产业领域新型分配制度。民族地区可实行按劳分配与按技术、管理、知识等生产要素分配相结合的新型分配制度,激发全要素生产活力,更好体现人才、科技、知识的当代价值,最终调动一切积极因素使新质生产力全面推动民族地区文旅产业高质量发展。

其三,坚持底线思维,防范化解重大风险。习近平总书记指出:“坚持底线思维,增强忧患意识,提高防控能力,着力防范化解重大风险,保持经济持续健康发展和社会大局稳定。”^[20]建立民族地区新型文旅生产关系,同样需要将“居安思危、有备无患”的底线思维贯穿其中。对于当前有利于促进文旅产业高质量发展的新资本、新技术、新模式,民族地区应以敢为人先的精神建立相关体制机制引导其推动本地文旅产业高质量发展;但是,对于由新质生产力可能带来的外资及意识形态渗透、算法歧视、数据泄露、信息茧房等重大风险,民族地区应以十分审慎的态度对其加以警惕和防范。对此,民族地区可通过建立《文旅产业突发事件应急预案处理办法》,设置文旅产业风险预警机制,建立健全文旅产业相关法律法规等手段,规范和引导新质生产力全面推动其文旅产业高质量发展。

(三) 深化内外联动,培养新型人才

新型文旅人才是推动文旅新质生产力发展的第一资源。内外联动既是马克思主义唯物辩证法的重要内容,也是民族地区新型文旅人才培养的重要手段。深化内外联动,就是要打破仅靠民族地区高校单一培养文旅人才的思维定式,充分发挥各方力量,使其共同作用于民族地区新型文旅人才培养的全过程。

首先,全面发挥中央和地方的战略引领作用。立足当前推动民族地区文旅新质生产力发展的重大战略需要,亟须强化央地联动,加快培养民族地区新型文旅人才。从中央层面看,应进一步推动教育资源向民族地区倾斜,以完善、提升民族地区各级各类学校基础设施和办学条件。在此基础上,中央有关教育部门既可通过讨论、制定相关方案,统筹推进民族地区应用型本科高校、旅游高职院校建设;也可通过推动民族地区“部分普通本科高校向应用型转变,增强高校学科设置针对性”^[21]等途径,支持民族地区新型文旅人才的培养。从地方层面看,民族地区应认真贯彻落实党中央作出的重大决策及战略部署,采取一系列具体措施全面支持本地应用型本科高校以及旅游高职院校的建设和发展。

其次,充分发挥高校和地方的中枢枢纽作用。高校是新型文旅人才培养的“主渠道”,地方是新型文旅人才锻炼、检验、应用的“主阵地”,二者共同构成民族地区新型文旅人才培养的重要手段。一方面,民族地区高校及旅游职业院校应着眼于文旅新质生产力发展需要,在办好旅游管理、文化产业管理等专

业基础上,灵活增设人工智能、数字媒体、大数据技术与应用专业,逐步推动文旅人才由理论型向技能型、应用型、创新型转变。同时,民族地区高校、旅游职业院校还可与国内其他“双一流”高校在新型文旅人才培养目标、教学内容、教学方法等方面展开深入交流与合作,进一步提升办学质量,最终培养出高素质复合型文旅人才。另一方面,民族地区应与本地高校同频共振,为本地高校建设与学科发展提供政策支持与经费资助;同时,民族地区各州、市、县、乡级有关单位可与高校达成战略性合作,为高校大学生提供实习与就业机会。此外,民族地区还可加大人才引进力度,招揽海内外优秀新型文旅人才,以满足其本地文旅产业重大技术攻坚和重大项目研发需要,最终有力推动本地文旅产业高质量发展。

最后,有效发挥企业与高校的重要作用。一是冲破传统思想观念束缚。高校和企业作为人才培养的战略高地,应打破传统“单打独斗”的思想藩篱,深化“携手并进”的共赢理念,在民族地区新型文旅人才培养的舞台上各显神通。二是推动校企合作,搭建民族地区新型文旅人才培养新模式、新机制。一方面,企业可凭借其先进的教学设备、强大的技术平台、高端的实验基地为民族地区高校师生提供学习交流、技术体验、实习实训的机会,帮助高校提升办学质量;另一方面,民族地区高校可通过资深的专业导师、优秀的青年学者、高效的科研中心,为企业提供“一对一”技术指导、项目研发等服务,帮助企业攻克技术难题,提升企业发展的核心竞争力。在此基础上,进一步搭建民族地区校企“产、教、研、训、用”一体化协同育人机制,有助于为民族地区文旅新质生产力发展注入源源不竭的人才“活水”。

(四) 强化科技引领,擦亮文旅品牌

科技点亮文旅,创新引领未来。习近平总书记指出:“科技创新能够催生新产业、新模式、新动能,是发展新质生产力的核心要素。”^[1]当前,立足我国民族地区科技发展水平相对落后的客观实际,将前沿科技及科技创新成果用于民族地区文旅产品设计、文旅活动开展、文旅宣传效果提升上,是民族地区打破文旅产业发展内容趋同困境,占领全球文旅产业高质量发展制高点的必然选择。

其一,用科技助力民族地区文旅产品“智造促销”。一是生产端层面:民族地区应深入推进文旅产业供给侧结构性改革,生产出更加符合时代发展潮流、“更好满足人民群众特色化、多层次旅游需求”^[2]的高质量文旅产品。具体而言,我国各民族地区可依托当地文旅资源禀赋,以民族文化为核心,将文化创意和智能制造相结合,孵化出民族数字文博、数字图书馆、智慧餐厅、巨型影院、AI数字人、仿生玩具、智能挂件等文旅产业新业态、新产品。同时,民族地区还可重点依托现代科技和本地民族文化资源,打造集传统与时尚、民族与世界美感于一身的服饰、美食、漆器、银饰等特色文旅品牌。以彝族服饰为例,将现代服饰审美理念、3D扫描技术、智能服装制造技术融入和应用到彝族服饰的设计和打造之中,不仅能帮助凉山地区擦亮彝族服饰文旅产品金字招牌,而且还能使彝族服饰在给当地人民带来可观效益的同时,大幅提升凉山地区文旅产业高质量发展的核心竞争力。二是需求端层面:为满足游客便捷舒适的购物体验,民族地区文旅市场主体可通过各大线上购物平台,以“短视频+小黄车”的方式将自己的文旅产品进行展示和出售。同时,通过在线上短视频或相关购物平台引入推荐算法技术,精准捕捉不同游客群体的消费偏好信息,从而提升文旅产品供给的有效性。但是,在此过程中,民族地区有关部门必须坚决防范化解由推荐算法技术给游客带来的大数据杀熟、虚假广告霸屏、个人信息泄露等风险。

其二,用科技为民族地区文旅活动“锦上添花”。我国民族地区民族文化、红色文化、民俗文化熠熠生辉、独具魅力,将科技创新成果运用到民族地区文旅活动开展之中,必然能助推民族地区文旅活动出

新出彩。例如,将VR、AR、MR眼镜与智能座椅、自行车、跑车、飞机、皮艇等模拟器设备结合使用,就能使游客在沉浸式观赏民族地区秀美山川的同时,使其骑行于山间、疾驰于旷野、遨游于天空、畅玩于急流,最终在民族地区多彩的文旅活动中流连忘返。再如,将无人机集群控制算法技术、光影技术、3D LED显示屏、360智能穹顶声场技术投入民族地区使用,就能使原本平淡无奇的民族音乐剧、非遗展示、舞蹈表演、诗文朗诵等文旅活动变得妙趣横生、引人入胜。另外,在民族地区文旅活动举办现场的多媒体设备中装入AI人脸表情跟踪识别系统,记录游客在文旅活动开展过程中的面部表情变化,就能使民族地区文旅部门及时调整节目的表演类型和内容,最终有效提升游客的文旅体验感。

其三,用科技助力民族地区文旅宣传“爆火出圈”。以前,民族地区文旅宣传中用到的短视频、图片、配音乃至文案等,皆需花费大量的人财物以及脑力成本才可获得,现在,运用ChatGPT、Sora等新一代生成式人工智能,就能以很低的成本,在较少的时间内根据用户提供的文字、图片、视频等内容衍生出画质超清、故事合理且动作逼真的高质量文旅宣传短视频,这为民族地区文旅宣传短视频的“爆火出圈”提供了重要机遇。另外,2024年5月,由DreamTech公司在全世界推出的首个3D生成大模型即Direct3D,同样为民族地区珍贵历史建筑、文物、遗址遗迹样貌的真实还原与立体展示提供了重要契机。

纵观当下中国式文旅产业高质量发展的生动实践,无论是国内火热的淄博烧烤、天水麻辣烫,还是走向国际顶流的贵州“村BA”“尔滨现象”等,其都有一个共同的特点,那就是紧紧抓住了“人间烟火”这个解锁“留量”密码的根本。因而,要使新质生产力真正推动民族地区文旅产业高质量发展,就必须坚持以人为本与科技赋能相统一。概言之,就是要“摒弃新质生产力见物不见人”“缺乏人文关怀的资本主义生产特性”^[23],将其与民族地区的秀美山川结合起来,同人民群众的生活实践融通起来,使新质生产力与民族地区人民生活同频共振,创新实践同向发力,最终谱写民族地区文旅产业高质量发展的新篇章!

参考文献:

- [1] 习近平.加快发展新质生产力 扎实推进高质量发展[N].人民日报,2024-02-02(001).
- [2] 明庆忠,闫昕,刘宏芳.“五链”融合赋能文旅新质生产力发展的逻辑及实现路径[J].学术探索,2024(9):40-49.
- [3] 厉新建,宋昌耀,张安妮.旅游业新质生产力:难点与方向[J].旅游导刊,2024(3):23-33.
- [4] 乌小花,何昌勤.新质生产力推动民族地区高质量发展的逻辑与路径[J].湖北民族大学学报(哲学社会科学版)2024(4):58-68.
- [5] 刘学文,刘力维,马梦雪,等.新质生产力向度下民族地区农业高质量发展实证研究——兼与东部沿海地区对比[J/OL].大连民族大学学报,1-11[2024-06-15].<https://doi.org/10.13744/j.cnki.cn21-1431/g4.20240507.001>.
- [6] 张力一翔.新质生产力驱动民族地区乡村产业高质量发展的逻辑与路径[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2024,41(4):151-160.
- [7] 习近平.进一步形成大保护大开放高质量发展新格局 奋力谱写西部大开发新篇章[N].人民日报,2024-04-24(001).
- [8] “新基建”包括哪些领域? 国家发改委权威解读[EB/OL].(2020-04-02)[2024-07-22].<https://www.bjnews.com.cn/news/2020/04/20/718855.html>.
- [9] 清华大学互联网产业研究院.我国东部、中部、西部及东北地区“新型基础设施竞争力指数(2022)”结果分析及发展建议[EB/OL].(2022-11-22)[2024-07-22].<https://www.iii.tsinghua.edu.cn/info/1121/3259.htm>.
- [10] 张雷声.马克思主义基本原理概论[M].北京:中国人民大学出版社,2018:101-102.
- [11] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第37卷[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,编译.北京:人民出版社,1971:446.
- [12] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国

- 代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2022:33.
- [13] 习近平.习近平著作选读:第一卷[M].北京:人民出版社,2023:28.
- [14] 中华人民共和国教育部.高等教育学校(机构)数[EB/OL].(2023-12-29)[2024-07-22].http://www.moe.gov.cn/jyb_sjzl/moe_560/2022/gedi/202401/t20240110_1099507.html.
- [15] 李名梁.培养新型技能人才推动新质生产力发展的理性审思[J].职教论坛,2024,40(4):17-19.
- [16] 费孝通.反思·对话·文化自觉[J].北京大学学报(哲学社会科学版),1997(3):15-22+158.
- [17] 马克思,恩格斯.马克思恩格斯全集:第12卷[M].中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局,编译.北京:人民出版社,1962:618.
- [18] 逢锦聚.形成新型生产关系需要把握的几个重大问题[J].人民论坛·学术前沿,2024(9):5-12.
- [19] 龚秀勇,莫色阿木.民族地区文旅产业高质量发展路径研究——以凉山州越西县为例[J].四川旅游学院学报,2024(1):64-69.
- [20] 习近平.习近平著作选读:第二卷[M].北京:人民出版社,2023:244.
- [21] 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要[N].人民日报,2021-03-13(001).
- [22] “十四五”文化和旅游发展规划[N].中国文化报,2021-06-03(002).
- [23] 郭万超.论新质生产力生成的文化动因——构建新质生产力文化理论的基本框架[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2024(4):25-34.

Three-Dimensional Analysis of the Quality Development of Cultural and Tourism Industry in Ethnic Minority Areas Driven by New-Quality Productivity

MOSE Amu, GONG Xiuyong

Abstract: The development of new quality productivity according to local conditions is the inherent requirement and important focus point for promoting the quality development of cultural and tourism industry in ethnic minority areas. New quality productivity is the advanced productive forces with more high-tech, high-efficiency, quality development characteristics in the new era, which can transform and upgrade the cultural and tourism industry in ethnic minority areas, conserve the cultural and tourism resources, help cultural and tourism publicity breaks through barriers and becomes popular. However, the dilemma that the new infrastructure construction is relatively lagging behind, the new cultural and tourism production relations have not yet formed, the new cultural and tourism talents are scarce and lost, and the development of cultural and tourism industry tend to be the same hinders the current new quality productive forces to promote the quality development of the cultural and tourism industry in ethnic minority areas. In this regard, it is urgent to strengthen the planning work to accelerate the construction of facilities, to adhere to the multiple approaches to establish support systems, to promote the internal and external interactions to cultivate new types of talents, and to highlight the science and technology's leading role to publicize cultural and tourism brands, so that we can switch on the new engine of the new quality productive forces to comprehensively promote the quality development of the cultural and tourism industry in ethnic minority areas.

Keywords: new quality productivity; ethnic minority areas; quality development; cultural and tourism industry; three-dimensionality