

超越“诗与远方”：新疆文旅深度融合中地域文化符号的系统性转化研究

范雅妮

新疆大学中国语言文学学院，新疆 乌鲁木齐

收稿日期：2026年6月15日；录用日期：2026年7月17日；发布日期：2026年7月29日

摘要

本研究聚焦新疆文旅深度融合中地域文化符号的“系统性转化”问题，构建“资源活化－叙事重构－场景沉浸－价值共生”的理论模型。研究发现，转化效能源于文化符号，通过史诗级叙事整合、生活化场景浸润及节庆化平台耦合三类路径实现价值进阶，但同时受困于本真性消解、主体协调性失衡与生态可持续性不足等多维张力。据此，本文提出构建“叙事－利益－产业－技术”四阶协同的高阶生态系统是实现从“物理叠加”到“化学融合”的关键。研究最终揭示，该系统性转化不仅是文旅产业升级的引擎，更是以具象化、情感化方式传承与凝练现代新疆地域文化特质的过程，为新疆本土文旅融合发展与地方文化传承创新提供理论分析框架与实践参考。

关键词

地域文化符号，文旅融合，系统性转化

Beyond “Poetry and Distance”: Systematic Transformation of Regional Cultural Symbols in the Integrated Development of Culture and Tourism in Xinjiang

Yani Fan

School of Chinese Language and Literature, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: June 15, 2026; accepted: July 17, 2026; published: July 29, 2026

Abstract

This study examines the issue of the “systematic transformation” of regional cultural symbols within the deep integration of culture and tourism in Xinjiang, and constructs a theoretical model comprising resource activation, narrative reconstruction, scenario immersion, and value symbiosis. The findings indicate that the transformative efficacy is rooted in cultural symbols and achieves value advancement through three pathways: epic-scale narrative integration, everyday-life-oriented scenario immersion, and festival-driven platform coupling. However, this process is simultaneously constrained by multiple tensions, including the erosion of cultural authenticity, imbalanced coordination among stakeholders, and insufficient ecological sustainability. Accordingly, this paper proposes that establishing a high-level ecosystem characterized by fourfold collaboration—narrative, interest coordination, industry, and technology—is key to realizing the transition from mere physical aggregation to substantive integration in culture-tourism development. The study ultimately reveals that such systematic transformation is not only an engine for upgrading the culture-tourism industry, but also a process of preserving and distilling the distinctive characteristics of modern Xinjiang’s regional culture through concrete and emotionally resonant means, offering a theoretical analytical framework and practical insights for the integrated development of local culture and tourism in Xinjiang, as well as for the preservation and innovative transmission of regional culture.

Keywords

Regional Cultural Symbols, Integration of Culture and Tourism, Systematic Transformation

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球经济步入体验经济时代，文化与旅游的边界日益模糊、深度融合已成为不可逆转的趋势。这一过程远非“诗”（文化）与“远方”（旅游）的简单并置，而是文化资源向旅游产品、文化价值向市场价值、地方认同向消费体验的复杂系统性转化。新疆，作为古丝路核心通道与“一带一路”枢纽，地域文化符号多元并兼具重要战略价值，是多民族、多文明交融的文化沃土。近年来，新疆文旅产业纳入“十大产业集群”，标志着其发展从传统的资源驱动模式，逐步转向创新引领、融合赋能的全新发展阶段。但新疆文旅融合发展仍面临诸多深层现实问题：多元地域文化符号易沦为浅表视觉标签或同质化的旅游商品；文旅融合难以超越“文化搭台、旅游唱戏”的初级模式。然而，现有研究多呈现“条块分割”状态，或偏重产业经济分析而淡化了文化过程的复杂性，或专注于单一符号解读而忽视了其产业转化的系统性机制。具体到新疆文旅融合相关研究，现有成果往往侧重于资源表层描述或个案推介，缺乏一个能够整合“符号价值挖掘－创意转化－场景营造－产业链接－价值实现”的全链条式分析框架，文化符号在文旅深度融合中的“系统性转化引擎”这一核心作用，其内在逻辑与实践价值未能得到充分阐释。

为此，本文以“系统性转化”为核心切入点，构建动态分析框架，围绕符号转化底层机制与学理依据、新疆文旅融合中已形成的典型转化模式、系统性转化生态建构三大核心问题展开研究，以期深化边疆多民族地区文旅融合理论认知，为新疆乃至全国同类地区文化资源向发展动能转化提供具前瞻性与可

操作性的思考。

2. 理论构建与框架：地域文化符号系统转化的内在逻辑与模型

在探讨新疆地域文化符号如何实现文旅深度融合之前，必须首先明晰其“系统性转化”的理论内核与逻辑框架。“转化”意味着超越简单的借用或迁移，实现从原初文化形态到文旅产业要素的价值重构与功能创新。本部分旨在构建一个整合性分析框架，系统阐释地域文化符号从静态资源到动态产业资本的系统转化过程。

2.1. 从资源到资本：地域文化符号的三重属性与价值维度

地域文化符号不仅是可见的物象与行为，更是一套承载历史记忆、集体情感与价值意义的编码。其文旅价值的实现，根植于其三重相互关联的属性：第一重是作为审美对象的景观属性。直观地表现在壮丽的自然地貌、独特的民族建筑及绚丽的服饰纹样等方面。例如“巴扎”是新疆各民族日常生活的重要场所，反映了当地传统文化。巴扎中商品繁杂，服装、地毯、食品、手工艺品应有尽有。在巴扎可以欣赏民族舞蹈、品尝地道美食、购买手工艺品等，这都是新疆文化的重要组成部分。它们构成旅游“初级吸引力”，满足游客的视觉消费与猎奇心理。

第二重是作为意义载体的叙事属性。作为文化符号的核心要义与精神内核，决定了符号的“可解释性”与“故事性”。每一个符号都联结着特定的历史事件、神话传说、族群记忆或精神信仰。就像1995年在新疆和田尼雅遗址出土的汉代蜀锦护臂“五星出东方利中国”¹，这块织锦的发现，不仅展示出汉代丝绸织造工艺的顶级水平，更印证丝绸之路上千年的民族文化交融。而新疆裕民县的小白杨哨所如今也成为爱国主义教育的重要场所和旅游景点，传承独具特色和时代特征的精神。

第三重是作为生产要素的资本属性。在文旅经济中，文化符号可被萃取、重组和创新，注入到产品设计、品牌建设、场景营造中，从而产生经济增值。实现其从“被观看的对象”转变为“可被运营的资产”，即布迪厄所称的“文化资本”[1]。布迪厄文化再生产理论通过场域、惯习、资本三个核心概念的逻辑演进对文化的传递与延续进行深入研究，使得学界研究焦点从“文化产品”转向“文化再生产”[2]。

总体来说，新疆地域文化符号的价值独特性，正源于以上三重属性相互关联、层层递进。与丝路遗产、多民族非遗、兵团红色文化、绿洲生态智慧等谱系，共同构成了一个既具有世界性审美价值，又富含中华民族多元一体叙事，并能对接现代文旅产业需求的“超级符号系统”。

2.2. 系统转化的核心机制：一个四阶动态模型

“系统性转化”强调过程的完整性、要素的联动性与价值的递进性[3]。本文将构建一个“四阶动态转化模型”（见图1地域文化符号系统性转化四阶动态模型示意图），以揭示其内在机制。

2.2.1. 第一阶段：资源解码与符号萃取

资源解码是地域文化符号转化的起点，主要通过田野调查、文献研究等方式，对地域文化资源进行广泛而深入的挖掘。这一阶段的关键在于提取具有代表性的文化符号，并通过艺术再现手段，从色彩、形态、图像等方面进行文化元素的提取。同时，伴随提取过程，还需要对文化元素的主题、内涵挖掘整理，通过多学科研究，厘清符号的源流、本真含义与情感价值，进行学术性与创意性的“解码”[4]。并且基于市场需求与传播规律，进行创造性的“符号萃取”，筛选出最具代表性、可塑性、感染力的核心符号元素。

¹<https://baike.baidu.com/item/%E4%BA%94%E6%98%9F%E5%87%BA%E4%B8%9C%E6%96%B9%E5%88%A9%E4%B8%AD%E5%9B%BD/8326937>

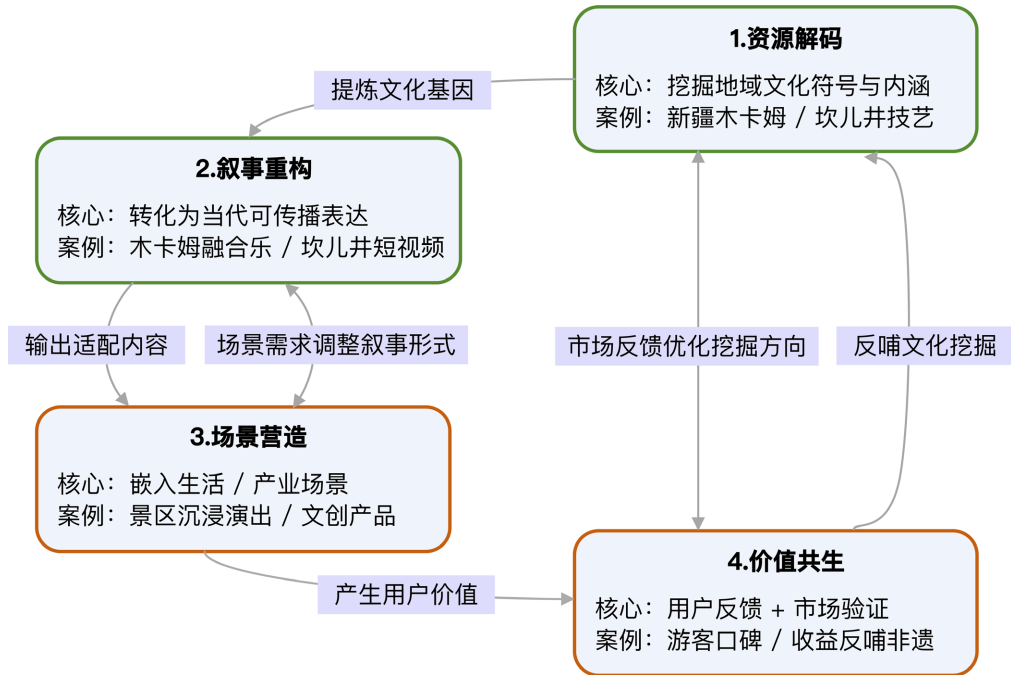


Figure 1. Schematic diagram of the four-stage dynamic model for the systematic transformation of regional cultural symbols
图 1. 地域文化符号系统性转化四阶动态模型示意图

例如在新疆，维吾尔族沿着丝绸之路地域优势，创造出大量民间文学与古典文学的经典作品，木卡姆艺术作为维吾尔族传统文化的主要表现形式，体现了维吾尔族的民族特点和情感，是开启维吾尔族精神文化宝库的金钥匙。我们从中萃取许多独特节奏旋律进行改编，其中的舞蹈语汇也是作为文化研究与地域探究的一大特点[5]。如今，随着国家非遗保护政策的实施，艾德莱斯绸纹饰在服饰和家居品领域都得到了广泛应用。艾德莱斯绸的色彩与纹样萃取是新疆维吾尔族文化符号的活态传承，其中的色彩搭配暗藏文化寓意，形成“观色知意”的文化共识；纹样萃取承载着历史记忆与民俗特色，既保留古丝绸之路的艺术融合痕迹又记录维吾尔族的生产与生活[6]。这是转化的认知基础与创意起点。

2.2.2. 第二阶段：叙事重构与意义赋能

单纯的符号陈列缺乏灵魂，任何一种文化均由直接呈现的显在表层文化、依托物质载体与行为活动得以展现精神形态的中层文化，以及深刻体现核心价值观的深层文化这三个层次构成[7]。本阶段的核心是将萃取出的符号，置于新的、具有共鸣感的叙事框架中。这包括：

- ① 宏大叙事连接。地方文化符号通常都自带地域属性，难以形成广泛的价值共鸣，将地方符号与国家叙事、丝路史诗、中华文明探源等宏大主题连接，赋予其中华文明层面的重量，提升文化认同感。例如库车市的歌舞剧《杏花之约·丝路龟兹》将龟兹乐舞置于“丝绸之路艺术高峰”的叙事中，以现代艺术呈现龟兹文化与丝路文明的交融，让观众领略到了丝绸之路文化的独特魅力和深远影响。这种跨时代的艺术碰撞，不仅展现了龟兹文化的深厚底蕴，也赋予其新的生命力和时代感。
- ② 情感叙事编织。传统文化符号较为固有化，应该为符号注入人性化、情感化的故事线从而拉近情感距离。例如阿勒泰为冰雪旅游打造了文旅 IP “雪怪阿乐”，赋予冰雪以精灵人格，为其打造一套完整的人设，注入情感内核讲述守护冰雪秘境的故事，将冰雪这一自然符号注入温度转换成情感共同体，增强传播持续感染力。
- ③ 体验叙事设计。打破“被动平面化观看”模式，通过互动、任务等让游客“亲身经历”文化叙事。

例如行浸式戏剧《万方乐奏有于阕》让游客化身“丝路商人”，在喀什古城通过互动体验完成“穿越丝路”任务，将观众带入沉浸式体验环境，从“接收于阕文化信息”变为“亲身践行文化场景”，成为历史故事的一部分。以“可参与、可感知”的方式让传统文化融入现代旅游体系，精准对接精神需求。

叙事重构的本质，是对文化符号进行“当代转译”与“意义再生产”，把一种文化的内在含义向其他群体传递，同时打破传统文化与现代生活的壁垒，促使传统文化元素融入文旅、文创、传媒等当代新体系，在适配现代审美与需求的过程中，让地域文化符号摆脱时空局限，使其与现代受众的精神世界产生连接，最终实现文化生命力的高质量可持续发展[7]。

2.2.3. 第三阶段：场景营造与沉浸融合

叙事需要空间承载，在传统的文旅叙事中，由于地理地形、建筑结构等因素的影响，文旅空间叙事要素往往会被分隔或拆解，散布在景观、展陈和解说中，难以在旅游者的体验中形成一贯而终、深度沉浸的接受效果[8]。此阶段是将被赋予新意的符号与叙事，物质化、场景化于具体的文旅空间，超越传统的“景点”概念，致力于打造“沉浸式场域”体验，具体表现为：

① 物理场景融合。将文化符号渗透于文旅空间的每一处细节，在古城、景区、乡村中，通过景观设计、建筑改造与商业布局，打造“符号无处不在，体验触手可及”的沉浸环境。例如喀什古城把艾德莱斯绸纹样、非遗技艺融入街巷与工坊，传统文化符号不再是脱离生活的“展品”，而是构成古城生活的核心元素，让游客在观摩中自然感知文化内核。这种融合让物理空间成为叙事的“立体载体”，使游客在行走、触摸、消费中，持续接收文化信息，形成连贯的沉浸体验。

② 数字场景叠加。现代科技为文旅场景注入了全新可能，数字场景叠加 VR 技术、数字灯光技术、立体科技、及 AI 人工智能等技术，在物理空间之上构建虚拟文化层，打破时空限制，拓展体验的维度与想象力边界。为建设现代智慧景区提供了技术支持，也增加了景区的体验感、浸入感，成为吸引游客的重要手段[9]。例如利用 VR 技术在景区内打造文化符号的虚拟展示，也通过数字博物馆的形式，让游客在线上和线下同步了解新疆的文化符号与历史，还通过 AI 互动提问，了解各类文化符号背后的文化寓意。

③ 活动场景激活。通过节庆、赛事等动态活动，让静态的空间场景与符号“活”起来。例如和田“万方乐奏”文化旅游节设计系列参与式活动，推动游客从“旁观者”变为“叙事参与者”。通过完成任务、互动合作，亲身践行深度理解符号背后的生活方式与价值理念，让活动场景成为情感共鸣的“催化剂”，使游客与文化符号建立强烈的情感连接，沉浸体验深刻持久。

物理场景的融合让文化符号“落地生根”、数字场景的叠加拓展了体验的边界、活动场景的激活让游客成为叙事主角，三者共同构建了“全方位、多层次、高沉浸”的文旅场域，打破传统文旅隔阂，让游客在感官互动与情感投入中达成深度沉浸与情感共鸣。

2.2.4. 第四阶段：价值共生与产业联动

文化资源向文旅产业转化的最终目标在于构建多元价值循环共生、产业良性联动的可持续发展生态。以市场化路径将新疆独特的文化资源转化为可持续的市场价值，既为文化传承注入经济动能，又以产业发展反哺文化传承与创新，最终形成“文化赋能产业升级、产业滋养文化传承”的可持续发展格局[10]。

一是经济价值的转化，包括景区门票、文化衍生品销售、餐饮住宿等直接消费场景的收益转化，涵盖文化 IP 衍生的品牌溢价、文旅项目投资吸引、产业链带动就业等间接经济增量；二是文化价值的传承，激发游客对原生文化的认知认同与兴趣探索，推动文化遗产从“静态保护”向“活态利用”转型，反哺于文化遗产的保护与研究，激发文化探索与传承动力，让民族文化在当代生活中持续焕发生机；三是社会价值的深度凝聚，以文旅为平台通过就业增收改善民生，夯实根基。

上述四个转化阶段并非线性递进,而是相互反馈、循环迭代的有机整体。文化符号挖掘为价值转化奠定基础、创意转化为产业联动提供路径、价值共生又反向优化文化挖掘与创意实践的方向,其成功落地有赖于多方协同,共同推动新疆文旅产业从“资源优势”向“发展优势”的深度跨越。

3. 实践检视与模式提炼:新疆地域文化符号系统转化的多元路径

理论框架为理解文化符号的转化提供逻辑地图,而新疆作为我国的西大门,被定位为“一带一路”核心区,具备极高的旅游价值、文化价值与商业潜质[11]。本部分依据前述“系统性转化模型”,对新疆当前文旅融合中的关键实践进行剖析,旨在提炼出具有代表性和启发性的转化模式,并分析其内部运作机理和效果边界。

3.1. 模式一:叙事升维与超级IP打造——从“风情展示”到“史诗再现”

此模式的核心特征在于,通过对散落的文化符号进行开创性的叙事整合与视听包装,打造具有强大市场号召力和文化感染力的区域性超级文旅IP,需注重场景化与叙事性的深度融合,目标在于解决民族文化展示“碎片化”和“舞台化”的困境[12]。

其成功实践体现在两个典型案例中,并揭示了不同的理论聚焦点:其一,《掀起你的盖头来——新疆是个好地方》²将十二木卡姆、史诗《玛纳斯》³等传统文化符号,从原生语境中萃取出来,纳入一个以“土地”“生命”与“和谐”为内核的宏大抒情结构,从而实现从“展示多元存在”到“诠释地域本质”的转变,赋予文化符号的情感共鸣价值。其二,《万方乐奏有于阕》⁴以“场景营造”革新范式,将遗址空间转化为叙事场域,打破观演边界让游客成为故事角色,使历史符号从“客体”变为可参与“环境”,强化叙事情感强度与记忆黏性,是“场景化融合”理论的充分演绎。

该模式能快速形成文化震撼,提升区域品牌形象,适于作为文旅市场的核心引爆点。但存在项目投资大、创作与运营的专业门槛高的硬件问题,且易因叙事空洞或技术应用与内容脱节沦为炫技之作,与日常生活关联性较弱,需与“生活浸润”等模式互补协同,方能构建持久完整的吸引力体系。

3.2. 模式二:生活浸润与微场景深耕——从“景区观光”到“社区栖居”

与“史诗级IP打造”模式形成鲜明对照的是“日常生活浸润”模式。少数民族文化的生命力,深深植根于日常生活的烟火气中。我们应突破“陈列式展示”的固有模式,转而从生活智慧、技艺传承与精神文明三个维度,系统挖掘其深层价值[12],将文化符号融入真实细微的生活场景,引导游客从参与到体验,实现从“观光者”到“文化栖居者”的转变,核心是通过构建可信可感的生活场景,完成文化符号的在地化、情感化转化。

立足当下融媒体背景,以“共情叙事”为手段,内容情境化、人物形象化、音视频风格本土化为策略,对不同类型的观众进行情绪渗透[13]。在实体场景层面,喀什古城的非遗工坊与旅拍产业是典范。在非遗工坊中,土陶、铜器制作等技艺脱离静态展陈,在匠人店铺中“活态”传承。游客的体验遵循“解码(了解历史)-重构(聆听匠人故事)-营造(亲手制作)-共生(购买传播)”的完整闭环。这种“前店后坊”的微场景,使文化传递发生于真实的社会互动中,极具温度与记忆点。同时,旅拍产业让民族服饰成为时尚消费。文化叙事层面,热播电视剧《红石榴餐厅》聚焦乌鲁木齐多民族烟火日常,通过“资源解码”与“叙事重构”展现新疆现代形象,将地域文化符号转化为情感载体,打破刻板印象,为文旅转化奠定情感基础。这一模式通过实体场景与心理场景的双重构建,将新疆从“远方的风景”重塑为“有故事、可向往的生活之地”。

²<https://baike.baidu.com/item/%E6%8E%80%E8%B5%B7%E4%BD%A0%E7%9A%84%E7%9B%96%E5%A4%B4%E6%9D%A5%E2%80%94%E2%80%94%E6%96%B0%E7%96%86%E6%98%AF%E4%B8%AA%E5%A5%BD%E5%9C%B0%E6%96%B9/61803110>

³<https://baike.baidu.com/item/%E7%8E%9B%E7%BA%B3%E6%96%AF/1449011>

⁴<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%87%E6%96%B9%E4%B9%90%E5%A5%8F%E6%9C%89%E4%BA%8E%E9%98%97/61833603>

同时，此模式也存在局限：实体体验规模效应有限，需平衡社区真实性与接待能力；大众文化的热度具有周期性，需要持续的内容创新与服务优化，将短暂情感共鸣转化为长效旅游吸引力，避免因过度商业化、叙事失真导致文化体验贬值。

3.3. 模式三：节庆平台化与产业耦合——从“节庆活动”到“价值引擎”

区别于前两种侧重内容叙事、场景深耕的模式，第三种模式展现地域文化符号更高维度的系统性转化：将传统节庆从一个“文化娱乐活动”，重塑为能够整合文旅、商贸、体育、农业等多要素的“综合性价值平台”，进而驱动区域特色产业的集群化发展[9]。其核心是以高包容性核心文化符号为“触媒”，遵循“叙事定调－场景扩容－产业延展－价值闭环”逻辑，实现价值共生与产业联动目标。

该模式呈现“伞状辐射”结构：核心节庆作为“伞柄与伞骨”，提供叙事动能与注意力聚焦；衍生出的多产业环节作为“伞面”，不断扩展价值边界。伊犁天马国际旅游节与昭苏“天马”IP体系是这一结构的典范。其转化路径清晰可见：以“天马”符号为核心，通过赛事完成叙事与场景构建；其次，带动实体经济，催生出马匹繁育、马术培训、马产品深加工等产业链发展；最终，借力“贺局长说伊犁”等新媒体营销形成消费闭环。与之类似，吐鲁番葡萄节从农产品展销会升级为以“葡萄”为纽带，融合农业、文旅、演艺、商贸的产业联动网络，让节庆成为资源整合与价值交换平台。

此模式的“平台效应”显著，产业带动性强，能提升区域经济综合效益与抗风险能力，助力打造特色产业集群。但对系统协同力要求极高：首先，需政府强化顶层设计与跨部门统筹，以平衡文旅、农业、工商等多方利益与规划；其次依赖市场主体紧密协作与专业运营，环节薄弱将影响整体效能；第三，需破解节庆周期性波动问题，以持续创新与常态化运营维持品牌热度，避免“节庆火爆，平日冷清”的窘境。作为地域文化符号转化的复杂高级形态，其成功关键在于构建“政府引导、市场主导、多主体共荣”的可持续态势，实现文化势能向区域发展持久的动能转化。

4. 瓶颈反思与未来进路：系统转化的现实张力与优化策略

前文剖析的三种转化模式，共同勾勒出新疆文旅深度融合的实践图景。然而，这些实践在取得显著成效的同时，也普遍面临着来自内部协调与外部环境的多重制约。系统转化并非线性，其过程充满了各种“摩擦”与“消耗”，严重阻碍了文化赋能效应的最大化释放。

4.1. 转化进程中的多维张力与共性瓶颈

新疆在地域文化符号系统化转化赋能文旅产业的探索中虽有多元路径，但深层推进实践仍遭遇三组相互交织的结构性张力，构成了高质量发展的核心瓶颈。

4.1.1. 价值维度的张力：本真性守护与产业化开发间的平衡困境

这是贯穿转化过程始终的根本性矛盾。在“资源解码”与“叙事重构”的初始阶段，决策者与开发者直面两难：如何在保持文化符号历史深度与精神内核的同时，进行适应现代市场需求的创造性转化。在实践中易出现两类风险：一是为追求大众接受与消费便利将符号过度简化、娱乐化，导致其深层意义在传播中被“稀释”，例如部分旅拍体验可能将复杂的民族服饰文化简化为单纯的视觉效益；二是为过度依赖技术包装而缺乏内容支撑，陷入“形式大于内容”的空泛表达，违背“以文塑旅、以旅彰文”的核心要义，这本质上是文化内在价值与外在经济价值、遗产保护逻辑与产业发展逻辑之间的深刻矛盾。

4.1.2. 主体维度的张力：多元行动者协同与利益博弈中的治理难题

系统性转化涉及政府、企业、社区、游客及学术界等多方主体，各主体目标差异显著：政府侧重区

域品牌与综合效益，企业追求利润，社区民众渴望生活改善，学者关注保护传承。这种差异在实践中表现为治理难题：例如在“天马”IP 打造或非遗工坊开发中，本地居民与匠人往往处于产业链的被动端，难以成为品牌增值的核心受益者与话语参与者。当前以“政府主导、市场运作”为主的模式，在激发社区内生动力、构建公平合理的利益共享机制方面仍有不足，尚未形成多方共赢的协同格局。

4.1.3. 效应维度的张力：短期流量爆点与长期生态培育的衔接断层

当下的实践善于运用节庆、大型演艺、网红营销等手段制造“爆点”，对应了转化模型中“场景营造”与“价值实现”的初级阶段。但存在明显短板：短期热点关注度难以沉淀为持久的品牌资产、稳固产业链条和社区内生发展能力，常出现节庆后迅速冷清、网红打卡点快速更迭的现象，未能实现从“爆红”到“长红”、从“节庆活动”到“常态产业”的关键跨越。这揭示出在“价值共生与产业联动”的最终阶段，尚未构建起自我丰盈、循环增强的稳固产业生态。尽管产业联动网络已初步形成，但其节点间的粘结强度、价值流转的效率与公平性，仍有待实质性提升。

这三重张力并非孤立存在，而是相互关联、彼此强化。价值选择的偏差会加剧主体间利益分歧，而主体协同的失灵则会直接导致短期效应无法转化为长期生态。因此，突破当前瓶颈必须从系统视角出发，针对这些深层矛盾进行综合治理与制度创新。

4.2. 迈向高阶转化：系统性优化的战略路径

为破解上述深层张力，推动新疆文旅融合从多元探索走向成熟、可持续的高阶范式，需要超越对单一模式或环节的零散优化，致力于构建一个更具韧性、包容性与创新性的系统转化生态系统，具体可从四大维度实施整合性措施：

4.2.1. 价值共创：构建“叙事共同体”，实现文化本真与创新转化的有机统一

改变叙事生产机制，打破政府、商业资本单方主导格局，组建由历史学者、人类学家、本地文化精英、传承人与创意策划者构成的“叙事工作坊”。该共同体通过对核心文化符号进行多维度解码与共识性阐述，确保影视改编、演艺脚本、节庆主题等叙事重构的精神内核真实准确，从源头捍卫文化尊严。同时，鼓励同一内核开发学术版、大众版、青少年互动版等多版本叙事产品，适配不同受众认知需求，实现文化价值的精准传递，避免形式化融合与封闭化表达。

4.2.2. 利益共享：强化“创新协同机制”，塑造多元协同的治理格局

建立制度化的利益联结与反馈回路。例如，可在昭苏“天马”IP 等项目中探索建立产业融合发展基金，从赛事运营、衍生品销售等收入中提取一定比例，反哺于本地品种保护、人才培养及社区公益。在古城等城市旅游场景，推动成立由原住从业者主导的“社区旅游合作社”，通过依法制定行业标准、利润分配与质量监督体系，实现利益共享与行业自律。政府从直接“主导者”转变为“赋能者”与“仲裁者”，强化跨部门统筹，为经营主体提供商业管理、数字营销等能力支持，保障其在发展中的话语权与获得感。

4.2.3. 生态共建：构建“流量 - 产业”转化桥梁，夯实长效发展基础

建立高效的“爆点 - 生态”衔接机制。一方面，利用数字化工具将影视剧、节庆带来的热点流量快速资产化。例如，可借《红石榴餐厅》热播契机，立即推出整合剧中场景与同类生活体验的线上主题地图，一键链接预订服务，将观众的情感共鸣转化为即刻的消费行动。另一方面，推动流量向实体产业深耕，推动建立“节庆品牌授权与标准体系”，鼓励并支持本地中小微企业围绕“天马”“葡萄”等核心文化符号，开发具备统一品质标识的常态化商品与服务(如“天马优选”系列产品)，使节庆的品牌影响力全年持续释放，实现从周期性“活动平台”向常态化“产业生态”的根本性转变。

4.2.4. 基础共撑：强化“科技 + 人才”双轮驱动，筑牢生态发展基石

技术层面从辅助展示工具升级为核心“转化引擎”。重点布局 AI 驱动的文化符号数据库、扩展现实 (XR) 沉浸式体验场景，基于对大数据的游客情感与消费轨迹分析，助力产品精准迭代，促进文化资源数字化利用。人才层面实施专项“英才计划”，聚焦引进和培养三类关键人才：一是兼具文化洞察力与商业敏锐度的“产品经理型”人才；二是精通前沿科技与艺术表达的“创意技术型”人才；三是善于社区协调与利益平衡的“社区营造型”人才。通过构建“产学研用”紧密联动的一体化人才供给体系，为整个生态的持续发展提供硬件支撑。

总体来说，新疆文旅融合的高质量发展，关键在于通过系统性的机制设计与能力建设，将文化符号的转化过程升级为价值共鸣、利益共享、能力共进、生态共荣的可持续发展范式，真正实现“物理叠加”到“化学反应”的蜕变。

5. 结论

本研究聚焦于新疆地域文化符号的文旅产业转化机制，构建“资源活化 - 叙事赋能 - 场景融合 - 价值共生”理论框架，解析史诗级 IP 打造、生活场景浸润、节庆平台化三类转化模式的机理与逻辑，产业赋能核心是意义再生产过程，效果取决于符号审美价值、叙事转译创造性、场景载体沉浸性与产业联动系统性。当前新疆文旅融合成效显著，但面临本真性与商业化等结构性张力，正从要素叠加初级阶段迈向深度发展。未来要构建文化、经济、社会生态协同的高阶转化系统，突破项目思维，通过制度创新、产品设计、利益反馈、数字化工具与品牌标准体系，实现文化输出权威包容、成果共享、流量转化为可持续产业资产。地域文化符号的系统转化，既是推动区域经济发展、激活本土文化活力的重要路径，也是重塑地方文化认同、促进各族群众深度互动交融、展现新疆现代化发展面貌的特色实践，为我国多民族地区文旅融合建设与区域可持续发展，提供了可借鉴的实践模式。

参考文献

- [1] 张旭光. 内生与外推：晋商匾额家训文化再生产动力机制——以布迪厄文化再生产理论为视角[J]. 山西高等学校社会科学学报, 2025, 37(3): 98-104.
- [2] 李丹. 布尔迪厄文化资本理论与文艺社会学意义[D]: [硕士学位论文]. 汉中: 陕西理工大学, 2020.
- [3] 樊狄宁. 非物质文化遗产赋能区域经济高质量发展的实践路径研究[J]. 中国经贸导刊, 2025(18): 49-51.
- [4] 熊紫娟, 李燕玲, 何思淼, 等. 营商环境背景下地域文化符号在旅游景点中的应用研究——以苏州博物馆为例[J]. 旅游与摄影, 2022(12): 93-96.
- [5] 库尔班·买吐迪. 维吾尔族十二木卡姆中的舞蹈艺术之探究[J]. 舞蹈, 2013(10): 60-61.
- [6] 李楠, 张毅. 用于现代服饰品的艾德莱斯绸纹饰图案创新设计[J]. 丝绸, 2019, 56(10): 67-73.
- [7] 纪雨含, 张书豪, 郜红合. 基于莫里斯符号学的潍坊风筝文化元素设计研究[J]. 包装工程, 2025, 46(12): 495-505.
- [8] 白晓晴. 数字文旅空间的沉浸叙事研究[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2024(4): 35-44.
- [9] 徐哲. 区域文化符号在文旅深度融合中的价值与应用——以宁夏地方文化符号为例[J]. 新西部, 2020(3): 34-36+44.
- [10] 刘栋. 非遗保护视角下民俗体育的活态传承研究[J]. 黑河学院学报, 2025, 16(11): 153-156.
- [11] 闫炜炜. 大力推进新疆文旅融合发展研究[J]. 新疆社科论坛, 2022(5): 60-67.
- [12] 王月, 朱鹏飞. 数字化背景下民族文化融入乡村旅游发展路径研究[N]. 河北经济日报, 2025-09-11(10).
- [13] 王飞. 媒介融合视角下乡村文化振兴路径[J]. 传媒论坛, 2025(22): 83-85.