

# 文旅融合背景下热点事件推动当地旅游发展的 对策研究

## ——以电影节和电视剧颁奖典礼为例

左力玮\*, 甘萌雨#

福建师范大学文化旅游与公共管理学院, 福建 福州

收稿日期: 2025年12月29日; 录用日期: 2026年1月25日; 发布日期: 2026年2月2日

### 摘 要

本文以电影节与电视剧颁奖典礼等热点事件为研究对象, 探讨其推动文旅融合与地方旅游发展的影响及对策。研究表明, 此类事件凭借社会影响力与关注度, 可显著提升地区知名度、整合旅游资源, 并拉动旅游消费。基于推拉理论, 本文从多维度分析热点事件对当地旅游产生的影响, 并结合案例指出其在带来经济效益的同时, 也促进了文化传播与旅游良性发展。最后提出应加强政策支持、优化设施、深化文化挖掘与特色营销等策略, 以促进文旅深度融合, 提升旅游竞争力, 实现经济与社会效益的双重提升。

### 关键词

文旅融合, 热点事件, 推拉理论, 旅游发展及影响, 对策

# Research on Countermeasures for Promoting Local Tourism Development through High-Profile Events in the Context of Cultural and Tourism Integration

## —Case Studies of Film Festivals and Television Award Ceremonies

Liwei Zuo\*, Mengyu Gan#

School of Cultural Tourism and Public Administration, Fujian Normal University, Fuzhou Fujian

\*第一作者。

#通讯作者。

文章引用: 左力玮, 甘萌雨. 文旅融合背景下热点事件推动当地旅游发展的对策研究[J]. 可持续发展, 2026, 16(2): 42-50. DOI: 10.12677/sd.2026.162056

## Abstract

This paper takes high-profile events such as film festivals and television awards ceremonies as its research objects, exploring their impact and countermeasures in promoting the integration of culture and tourism as well as local tourism development. Research indicates that such events, leveraging their significant social influence and attention, can notably enhance regional visibility, integrate tourism resources, and stimulate tourism consumption. Based on the push-pull theory, this paper analyzes the impact of high-profile events on local tourism from multiple dimensions. Combined with case studies, it points out that while generating economic benefits, these events also foster cultural dissemination and the positive development of tourism. Finally, strategies such as strengthening policy support, optimizing facilities, deepening cultural exploration, and implementing targeted marketing are proposed to promote the deep integration of culture and tourism, enhance tourism competitiveness, and achieve the dual improvement of economic and social benefits.

## Keywords

Cultural and Tourism Integration, High-Profile Events, Push-Pull Theory, Tourism Development and Impact, Countermeasures

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

文旅产业融合是推动区域发展的重要路径,也是文化传播与旅游经济协同发展的双重驱动力[1]。在信息化与全球化背景下,文化资源与旅游消费的互动日益紧密。热点事件如国际电影节、电视剧颁奖典礼等,凭借其品牌效应与文化吸引力,已成为文旅深度融合的重要载体。这类事件能汇聚人流、物流与信息流,带动旅游市场短期爆发与长期品牌增值,形成显著的“事件经济”效应。对其开展研究,既能从理论层面揭示文旅融合中热点事件对旅游流的影响,也可为地方政府及产业主体优化资源配置、提升竞争力提供实践参考,因而兼具学术价值与现实意义。

## 2. 理论基础

### 2.1. 热点事件的定义及特征

热点事件是推动文旅深度融合的关键动力,其定义需结合高社会关注度、公众参与度及事件的社会反响。以国际电影节等为例,该类活动作为文化展示与交流平台,凭借其文化吸引力成为拉动旅游发展的重要引擎。明确这一概念有助于剖析其在文旅实践中的作用机制与实际影响。

热点事件具有显著的传播性与时效性,依托媒体实现快速传播与广泛覆盖,进而引发社会关注与讨论。例如,在国际电影节期间,观众因对文化体验的兴趣积极参与,形成短时旅游集聚效应,在提升举办地知名度的同时,带动酒店、交通等相关行业增长,优化游客体验并增强重游意愿。

### 2.2. 文旅融合的概念与现状

文旅融合指文化与旅游产业的深度互动与协同共进,被视为推动旅游业高质量发展的重要战略路径

[2]。其不仅是活动层面的结合，更是通过文化创新系统提升旅游体验与价值的过程，能促进文化资源优化利用，满足游客多层次需求，实现多重效益协同[3]。

当前，全球文旅融合进程加快，尤其在电影节等热点事件推动下发展显著[4]。此类活动凭借文化号召力吸引大量游客，对举办地经济产生广泛拉动，例如促进酒店、餐饮等消费增长。数据显示，高影响力文化活动能有效提升游客数量、过夜率与旅游消费，凸显了文旅融合在区域发展中的积极功能。

2.3. 推拉理论概述及其与旅游发展的关系

推拉理论是分析游客出行决策的重要框架，将旅游动因系统归纳为“推”“拉”两类因素[5]。在文旅融合背景下，该理论尤其适用于阐释热点事件对旅游活动的驱动与吸引机制[6]。

“推”因素指促使个体离开常居地的内在动机，如逃避压力或寻求文化体验等[7]；而“拉”因素则源于目的地的吸引力，如特色文化活动与完善的服务设施。在热点事件中，二者共同作用形成旅游动力——例如，国际电影节期间，游客既因文化兴趣(推力)，也因明星、首映等独特体验(拉力)而到访。研究表明，此类事件能提升游客满意度与重访意愿[8]。因此，推拉理论为分析事件旅游中的游客行为提供了坚实基础，在探讨文旅融合与热点事件的关系方面具有重要意义。在已有研究的基础上分析后，笔者形成了影视旅游发展的推拉因素分析(见表 1)。

Table 1. Analysis of push and pull factors in film-induced tourism development

表 1. 影视旅游发展的推拉因素分析

推因素(内在动机)	拉因素(外部吸引力)
对影视作品中生活方式和景观环境的向往	取景地实景体验和打卡机会
逃避日常环境、寻求新鲜体验	影视主题活动和节事展览
对明星和文化偶像的追随	影视相关纪念品和衍生品
文化认同和审美追求	目的地整体旅游环境和配套设施

3. 电影节与电视剧颁奖典礼对事件相关地旅游发展的影响

3.1. 对典礼举办地旅游发展的影响

基于推拉理论及现有研究成果，为系统分析电影节与电视剧颁奖典礼对事件相关地旅游发展的多维影响，本文构建如下研究框架(见表 2)。该框架从“推动因素”与“拉动因素”两个维度出发，结合经济与文化双重影响，旨在揭示热点事件在文旅融合背景下对旅游目的地发展的作用机制，并为后续案例分析与对策提出提供理论依据。

Table 2. Analytical framework for tourism development at event-related destinations under high-profile events

表 2. 热点事件下事件相关地旅游发展的分析框架

因素	推动因素		拉动因素	
	经济影响	文化影响	经济影响	文化影响
电影节和电视剧 颁奖典礼	各类旅游消费 交通运输提升	城市品牌形象	酒店入住率	庆典文化氛围 丰富活动内容
案例分析		上海国际电影节 北京国际电影节		
政策支持		加强基础设施和服务体系建设		
市场策略		实施适应性市场营销和品牌建设		
文旅融合		推动地方特色文化与现代文旅产业的结合		

电影节与电视剧颁奖典礼等大型文化事件的举办,对所在地旅游发展产生多维度、深层次的推动作用,具体表现在以下几个方面:

#### (1) 经济效益显著,带动产业协同发展

此类事件活动通过吸引大量国内外游客,直接拉动当地旅游消费及相关产业增长。据典型案例数据,某国际电影节期间,游客平均停留时间延长至数天,在餐饮、住宿、交通、购物等方面的支出较平常时期增长约 35% [9] [10]。这种短期消费激增不仅促进服务业收入提升,也有助于推动旅游基础设施升级与相关产业链完善,形成以事件旅游为核心的经济良性循环。

#### (2) 文化吸引力与品牌效应提升

在推拉理论框架下,电影节及颁奖典礼凭借其国际影响力与文化感召力,形成强劲的“拉力”,吸引文化消费群体前往参与[11]。同时,事件举办所塑造的文化氛围和优质体验也激发游客内在的“推力”动机,共同提升目的地吸引力。此外,这类活动通过媒体曝光和公众关注显著提升城市形象与文化实力,为举办地带来长期品牌溢价。

#### (3) 推动资源整合与区域联动效应

获奖影片及明星效应不仅提升举办地的知名度,也带动相关区域资源开发与整合。例如,某电视剧颁奖典礼后,其取景地成为游客争相打卡的热点,充分体现文化事件对旅游空间的延展影响。这一现象表明,热点事件能够激活边缘旅游资源、促进区域协同发展,从而实现更大范围内的文旅价值共创[11]。

#### (4) 案例借鉴与政策启示

国际经验表明,持续举办高质量文化事件能够显著促进地区经济与文化形象的双重提升,如戛纳电影节对法国南部地区带来的综合效益。因此,政府应出台配套政策,支持基础设施建设与服务优化,同时推动本土文化元素与事件主题深度融合,实施精准市场营销与品牌建设,拓展文旅产品体系,增强事件旅游的持续性和竞争力[12] [13]。

### 3.2. 对获奖者所在地旅游发展的影响

获奖者所在地往往因“名人效应”而获得显著的旅游发展机遇[14],其影响主要体现在品牌效应、经济效益与资源整合三个层面:

#### (1) 名人效应与旅游吸引力提升

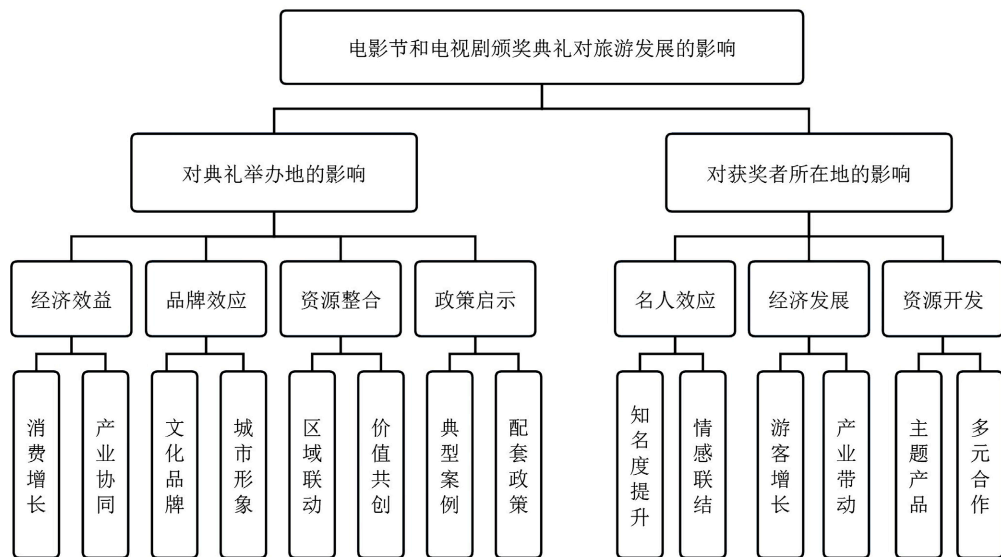
获奖者及其作品通过媒体与社交网络广泛传播,显著提升其所在地的公众知名度与持续关注度,从而形成品牌营销中的“名人效应”。这一效应不仅使得其粉丝群体成为潜在旅游者,同时激发其他潜在游客的到访兴趣,也强化了旅游地的文化辨识度与情感联结。例如,某电影节最佳影片获奖城市往往出现游客量显著增长,其原因不仅在于影片本身影响力,更源于其文化背景与地理特征所带来的沉浸式体验需求。

#### (2) 旅游流量与经济效益显著增长

统计表明,获奖事件后相关地区游客量增幅可达 30% 以上,主要得益于媒体广泛报道与社交平台内容传播,旅游业的繁荣不仅体现于游客数量提升,也带动酒店、餐饮、交通及地方文创等产业收入增长,推动区域经济多元发展与文化消费升级[10] [12] [15]。

#### (3) 地方资源整合与主题产品开发

获奖事件为地方文化、历史及自然资源的系统整合与再开发提供重要契机。依据资源开发模型,地方政府应联合影视机构、旅行社与企业等多元主体,深入挖掘文化遗产、景观资源与社会资本,打造具有地方特色的主题旅游产品[12] [13]。例如,在电影拍摄地修复和再现剧情相关场景,开发电影主题旅游线路,能够显著增强游客体验感与消费黏性,从而实现文化价值转化与地区经济促进的良性互动(见图 1)。

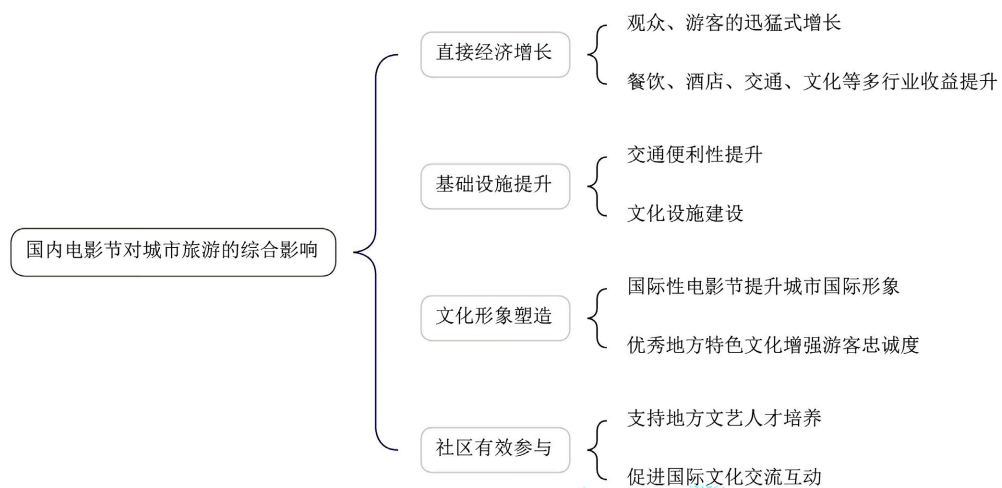


**Figure 1.** The impact of film festivals and television award ceremonies on tourism development at event-related destinations

**图 1.** 电影节和电视剧颁奖典礼对事件相关地旅游发展的影响

### 3.3. 国内案例分析

在国内文旅融合不断深化的背景下，电影节与电视剧颁奖典礼作为典型热点事件，对举办地旅游发展产生多维度推动作用。本节结合北京国际电影节、上海国际电影节等典型案例，从经济效益、设施建设、文化形象及社区参与四个方面展开分析(见图 2)。



**Figure 2.** The comprehensive impact of domestic film festivals on city tourism

**图 2.** 国内电影节对城市旅游的综合影响

#### (1) 促进旅游经济增长与产业联动

大型文化事件显著拉动目的地旅游消费与相关产业收益。据《2019 年中国电影票房报告》，上海国际电影节期间观众人数同比增长超 30%，酒店、餐饮及交通等行业收入亦显著提升[16]。北京国际电影节凭借其国际影响力吸引众多电影人与媒体参与，进一步强化城市品牌效应并带动高端旅游市场发展，凸显出文化事件对区域经济的内生拉动能力。



## (2) 推动城市基础设施与服务能力提升

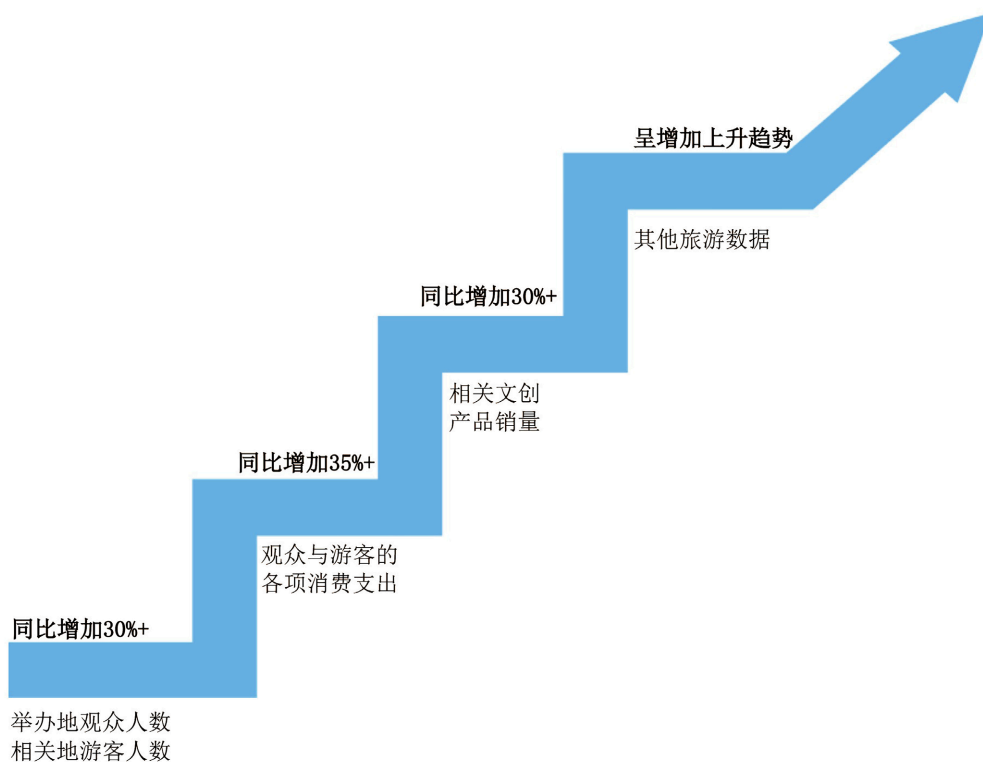
电影节的举办往往伴随城市基础设施的系统性升级，包括交通网络优化、文化场馆建设与服务功能完善。这些投入不仅保障事件期间大规模游客的接待需求，也为城市旅游长期可持续发展奠定硬件与管理基础，形成“以事件促建设，以建设助旅游”的良性循环。

## (3) 塑造城市文化形象与增强文化实力

电影节与颁奖典礼通过融合本土文化元素和现代视听艺术，成功提升城市的文化辨识度和国际知名度。以上海国际电影节为例，其品牌策略紧密结合海派文化特色，有效将事件转化为城市文化魅力的展示平台，增强游客的文化体验感与忠诚度[9]。此外，电视剧颁奖典礼通过媒体传播显著提升地方文化产品(如文创、周边等)的市场认同与销量，某地在承办全国性颁奖活动后文创类产品销售同比增长达 30%，体现出文化赋能对旅游消费的实质拉动(见图 3)。

## (4) 激发社区参与与文化生态建设

此类事件不仅吸引外来游客，也深刻影响本地社区。通过扶持地方文艺创作与人才培养，电影节增强了居民文化认同与参与热情，推动形成开放、多元的地方文化生态。政府、企业与社会多方协同组织的文化交流活动，进一步拓展国际文化互动渠道，提升了旅游体验的深度与多样性，从而实现社会效益与经济效益的统一[10]-[12]。



**Figure 3.** Impact of a domestic film festival on various tourism data  
**图 3.** 国内某电影节影响下的各类旅游数据

# 4. 文旅融合背景下热点事件相关地旅游发展的提升对策

## 4.1. 政策引导支持与旅游配套设施建设

政府政策在推动事件旅游目的地发展中发挥关键引领作用[17]。文旅政策是促进产业协同、保障电影

节等活动有序开展的重要工具,政府通过专项政策优化资源配置,如《文化产业促进法》《旅游法》等强调应加强文旅协同的宏观指导,以激发消费潜力,实现经济增长与文化传播的统一[8]。

事件旅游目的地需依托完善的旅游配套设施提升竞争力[18] [19]。在 AI 数智化时代潮流与行业发展趋势下,政府应统筹推进交通、住宿、信息服务等基础设施的智能化升级,以高质量服务增强游客体验与地方吸引力,并注重规划的系统性与前瞻性。具体而言:第一,交通设施建设可融合智能交通系统,利用大数据与物联网技术实现实时交通管理、智能停车引导及自动驾驶接驳服务,优化客流疏导效率;第二,住宿设施发展应推广智慧酒店模式,通过 AI 驱动客房自动化、个性化推荐及能源管理,提升运营效率与游客满意度;第三,信息服务系统需构建集成式智慧旅游平台,借助 AI 算法与虚拟现实技术提供定制行程规划、实时多语言导览及沉浸式文化体验,强化互动性与便利性。基础设施投资需兼顾经济效益与社会效益,构建科学评价体系,将 5G、云计算等新兴技术纳入规划框架,以促进产业协同与可持续发展。以某国际电影节为例,政府通过在交通、住宿等方面投入智能化改造,不仅保障了活动有序开展,还通过集聚效应拉动了区域经济与文化传播,同时增强了目的地的前沿科技形象与长期竞争力。

#### 4.2. 适应性市场营销与本土化品牌建设

在文旅融合背景下,事件旅游的本土化品牌建设是提升目的地影响力、驱动影视旅游品牌发展的关键路径。基于市场与品牌双维驱动,本土化战略需通过具体化举措,将在地文化资源转化为品牌资产,从而强化影视旅游的独特标识与情感联结。具体化、场景化的本土化策略基于精准市场洞察,以文化资源为内核,塑造鲜明的地域形象,从而在文旅融合中构建长期品牌竞争力与影响力[11] [20]。

首先,深度挖掘与整合地方文化资源,为影视旅游品牌注入独特性。事件旅游如电影节、影视节庆等,应系统梳理目的地的民俗、非遗、历史叙事等元素,并将其转化为可体验的品牌内容。例如,在电影节期间,可设计本土非遗工坊、地方戏曲展演或特色美食市集,使游客在参与中感知地域文化符号。这不仅能丰富事件内容,同时将影视艺术与地方文脉深度融合,避免同质化竞争,从而增强品牌的文化厚度与识别度。

其次,构建品牌内容共创机制,实现本土元素与影视叙事的有机融合。借助消费者行为学与大数据的市场洞察,可通过问卷调查与游客行为轨迹分析,识别客群对本土文化的偏好,进而引导当地社区、艺术家与影视制作者共同创作品牌故事。例如,在电影节营销中,将地方传说、艺术符号植入宣传片、场馆设计与衍生品开发,使事件活动成为目的地形象的动态展演。这种共创过程不仅强化了文化认同,还为影视旅游提供了可持续的品牌素材,推动目的地从事件承办地向文化产地的转型。

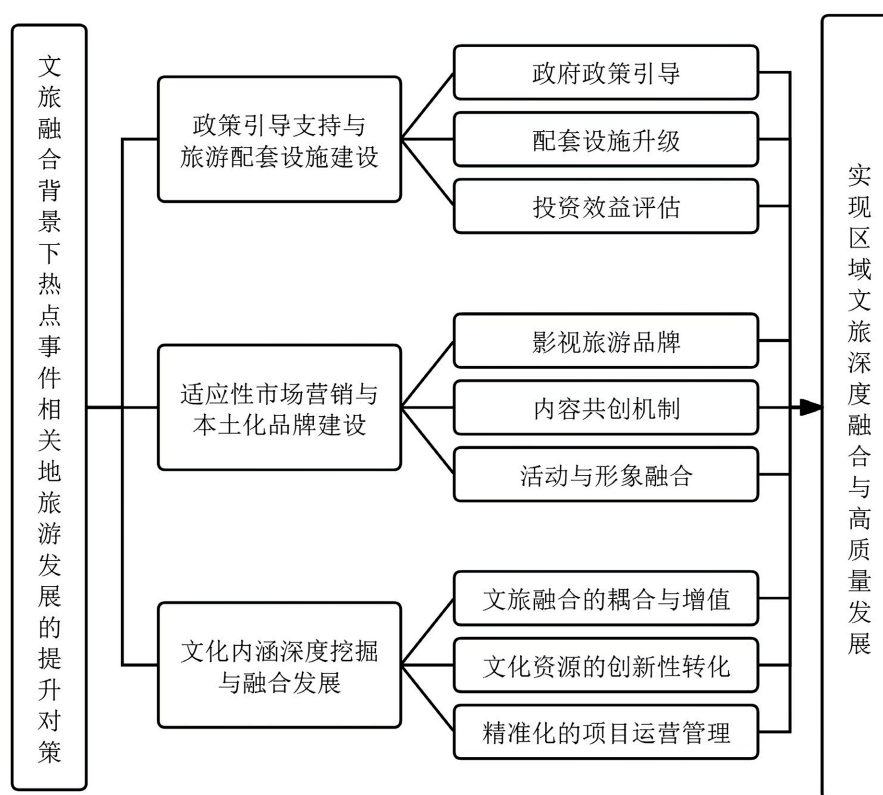
再者,强化事件活动与目的地形象的场景化融合,提升影视旅游的品牌体验。本土化品牌建设需超越简单附加,而是将地方性元素嵌入事件的全流程。例如,国际电影节可结合本地景观举办露天放映,或以民俗节庆为背景设置影视主题路线,使游客在沉浸式场景中建立情感联结。这种深度融合不仅促进了跨文化传播,还能延伸影视旅游的消费链条,如带动周边文创、住宿等产业发展,实现商业价值与文化感召力的共融。

#### 4.3. 文旅融合背景下文化活动的内涵挖掘与深度发展

在文旅融合不断深化的背景下,深入挖掘文化活动的内涵与价值是提升事件旅游目的地核心竞争力的重要途径。文旅融合并非简单产业叠加,而是通过文化内容与旅游体验的有效耦合,实现资源重构与价值增值[2]。以电影节等大型活动为例,其意义超出事件本身,承载着展示地方文化、激活旅游消费的功能。推动文旅深度融合,需系统梳理文化资源,结合现代旅游需求对文化元素进行产品化、场景化开发,形成具有地方特色和市场吸引力的文旅产品体系[21]。

在“挖掘文化内涵”方面,需着力推动影视 IP 等优质文化内容从短期事件向常态化旅游产品转化。具体而言,可围绕知名影视作品或电影节庆 IP,规划建设常设性主题展览馆,不仅展出服装、道具、手稿等实物,更通过数字技术再现经典场景与创作历程,使游客获得持续可访问的文化体验。同时,可打造沉浸式剧场或剧情体验街区,以影视 IP 故事线为蓝本,设计角色扮演、情景解密、互动演出等项目,让游客从“观看者”转变为“参与者”,实现文化叙事的深度体验。此外,应开发系列化、主题化的文创衍生品与文旅套餐,将影视元素融入餐饮、住宿、研学等环节,形成跨业态消费链,从而超越活动期间的短期流量,构建可持续的 IP 旅游生态。

实践层面,可依托创新管理理论,对地域文化进行价值提炼与再设计,推动传统文化与现代业态融合。例如,将非物质文化遗产与旅游体验相结合,开发沉浸式文化场景和互动式消费项目,不仅提升游客文化认同与体验满意度,也有助于延伸消费链条,实现文化传播与经济效益的统一[21][22]。同时,应基于市场需求进行精准策划与运营,借助 SWOT 分析等工具明确项目定位与路径,推动事件活动与目的地形象共建、价值共融。文旅融合的深层推进,最终需落脚于文化赋能旅游、旅游传播文化的良性循环,促进区域文旅业高质量发展(见图 4)。



**Figure 4.** Strategies for enhancing tourism development at event-related destinations under the context of cultural and tourism integration

**图 4.** 文旅融合背景下热点事件相关地旅游发展的提升对策

## 5. 结论与讨论

文旅融合是推动地方发展与文化传播的重要路径。热点事件(如电影节)凭借其高关注度和吸引力,能显著带动举办地旅游增长,并促进政府、企业及社会多元主体协同参与。在文旅融合背景下,热点事件对政治、经济、社会与技术各维度均具有重要意义。政策与技术的支持为文化事件的传播与旅游转化提



供了保障。借助推拉理论,可解析游客决策机制,助力制定精准市场策略。

研究显示,文旅融合能促进经济增长、优化设施并提升城市文化形象。大型活动不仅拉动相关行业消费,也通过增强文化实力推动地方文化传承创新。政策的科学引导与配套设施的完善对可持续发展至关重要。未来研究应关注文旅融合的长期效应与跨文化适应性,探索资源整合与质量提升的路径。

## 参考文献

- [1] 范周. 文旅融合的理论与实践[J]. 人民论坛·学术前沿, 2019(11): 43-49.
- [2] 张祝平. 以文旅融合理念推动乡村旅游高质量发展: 形成逻辑与路径选择[J]. 南京社会科学, 2021(7): 157-164.
- [3] 厉新建, 宋昌耀, 殷婷婷. 高质量文旅融合发展的学术再思考: 难点和路径[J]. 旅游学刊, 2022, 37(2): 5-6.
- [4] 雷雷. 影视延展: 体验式文旅融合的产业赋能[J]. 电影评介, 2020(7): 12-15.
- [5] 刘涛, 徐福英. 新农村建设中乡村旅游可持续发展动力研究[J]. 安徽农业科学, 2010, 38(4): 2102-2104.
- [6] 尹立军, 亚吉. 民俗节庆活动旅游吸引力创造研究[J]. 边疆经济与文化, 2014(9): 8-10.
- [7] 周泽鲲, 乌铁红. 公诸同好未可知? 推拉理论下的户外旅游动机研究[J]. 干旱区资源与环境, 2017, 31(12): 189-195.
- [8] 张亿. 中国电影节展与地方文旅高质量发展研究[J]. 当代电影, 2024(12): 23-30.
- [9] 郑丽. 影视节庆旅游产品的开发研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东师范大学, 2008.
- [10] 刘笑慈, 杜娟. 海南省以文促旅发展现状分析——以海南岛国际电影节为例[J]. 经济研究导刊, 2023(10): 26-28.
- [11] 罗昌智, 魏璐. 影视文化 IP 赋能地方文旅融合发展的路径——基于“金鸡”赋能厦门文旅发展的典型研究[J]. 文化产业研究, 2024(1): 129-138.
- [12] 王钰. 丝绸之路国际电影节对西安城市品牌的影响研究[J]. 经营与管理, 2020(8): 105-112.
- [13] 朱俭, 卢新新. 节事活动的品牌塑造及提升策略研究——以海南岛国际电影节为例[J]. 文化产业, 2022(9): 58-60.
- [14] 费爱华. “大事件”策略的城市形象传播机制[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2012, 34(12): 49-51.
- [15] 苗雨欣. 场域力量与价值协商的发展——北京国际电影节透视[J]. 中国电影市场, 2024(6): 40-45.
- [16] 雷楠, 石亮. 文旅融合背景下重庆市影视旅游发展对策[J]. 合作经济与科技, 2023(12): 40-42.
- [17] 李玉新. 节庆旅游对目的地经济影响的测算与管理[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2003(1): 53-55.
- [18] 罗秋菊. 事件旅游研究初探[J]. 江西社会科学, 2002(9): 218-219.
- [19] 黄翔, 连建功. 中国节庆旅游研究进展[J]. 旅游科学, 2006, 20(1): 45-49.
- [20] 侯天琛, 杨兰桥. 新发展格局下文旅融合的内在逻辑、现实困境与推进策略[J]. 中州学刊, 2021(12): 20-25.
- [21] 侯兵, 杨君, 余凤龙. 面向高质量发展的文化和旅游深度融合: 内涵、动因与机制[J]. 商业经济与管理, 2020(10): 86-96.
- [22] 李任. 深度融合与协同发展: 文旅融合的理论逻辑与实践路径[J]. 理论月刊, 2022(1): 88-96.