

同时也增进了消费群体的文化认同感和自豪感。

二是要扩大文旅消费的主体，实现传统文化的价值。坚持以发展传统婚俗文旅产业为载体，依托婚姻文化、婚俗文化、婚礼文化等不同的文化资源和旅游形式，创造出“婚俗文化、婚礼文化+特色旅游”的业态融合，而且还可以根据客户的需求定制特色产品，以此满足国内外不同消费层次客户的需求，为文旅融合发展开辟一条新路，形成独具特色的陕西文旅新形式。相关部门可以支持举办本地区和跨地区的相关活动，深度促进文旅融合，推出新产品、壮大新业态、打造新场景、叫响新营销、做精新IP、做实新消费，丰富优质产品和服务供给，打造更多旅游核心吸引物，以品牌推动宣传。

创新和完善“文旅+婚庆”产业体系，深化产业融合度，助力陕西文旅发展，同时依托陕西文旅本身的优势，提高产品和服务质量，走好文旅融合的高质量发展之路，从而做到更好传承弘扬中华优秀传统文化，让厚重与时尚、传统与现代、开放与包容在三秦大地交相辉映。

注释

[1]《“甜蜜经济”不断升温 西安婚庆相关企业超10万家位居全国榜首》，西部网，<http://news.cnwest.com/>

bwyw.com/a/2023/02/14/21259157.html。

[2][3]《如何理解秦岭是中华民族祖脉和中华文化的重要象征》，新华网，http://www.xinhuanet.com/politics/2020-05/25/c_1126028112.htm。

[4]郝敬：《仪礼节解》，山东：齐鲁书社，1997。

[5]韩纯宇：《明代至现代汉族婚礼服饰600年变迁》，载《北京服装学院》，2008。

[6]《河南文旅文创融合战略的关键：内涵、问题与路径》，中国旅游新闻网，http://www.ctnews.com.cn/gdsy/content/2022-05/20/content_124106.html。

参考文献

[1]林佩、陈惠敏、袁敏：《湘西苗族婚俗文化旅游开发》，载《经济研究导刊》，2019（02）：87-89页。

[2]沈从文：《中国古代服饰研究》，上海：上海书店出版社，2005。

[3]张菡：《陕西关中传统婚俗文化的婚礼策划研究》，西安工程大学学位论文，2015。

作者简介

李娇杨 陕西省社会科学院宣传信息中心干部

（上接第93页）

多、质优的企业给予资金补贴、政策优惠等。政府向企业开放数据，企业、社会公众参与开发利用数据，这个过程是打破数据壁垒，协同合作的过程。一方面能够最大化地激发数据价值，催生多种新型服务，满足人们的多元化需求，另一方面也能够为政府提供新的思路，调动各方主体参与社会治理的积极性、主动性和创造性，通过多方参与互动，让数据发挥出更大的价值。

参考文献

[1]张妍彦：《城市内部基本公共服务均等化研究》，东北财经大学学位论文，2019。DOI：10.27006/d.cnki.gdbcu.2019.000080。

[2]王晓燕：《地方政府电子政务内卷困境与数字治理》，载《领导科学》，2021（16）：121-124页。DOI：10.19572/j.cnki.ldkx.2021.16.033

[3]郭明军、童楠楠、王建冬：《政务数据与社会数据共享利用中存在的问题及应对举措》，载《中国经贸导刊》，2019，No.931（08）：37-38页。

[4]叶战备、王璐、田昊：《政府职责体系建设视角中的数字政府和数据治理》，载《中国行政管理》，2018（07）：57-62页。

作者简介

王璐 陕西省社会科学院科研处干部