

符号互动论视角下咸阳市秦文化IP发展路径研究

■ 钱 权

近年来，在文旅深度融合发展的趋势之下，作为国家级历史文化名城的咸阳市却成为文旅市场“洼地”，面临着旅游综合收入相对偏低且增速较缓、城市旅游影响力和吸引力较弱等现实困境。究其原因，主要是区位优势、区划调整、运营思维等因素使然。本文从符号互动论的研究视角出发，借鉴西安、洛阳等地先进经验，提出构建秦文化IP的发展思路，并从符号内容、传播形式和多元化衍生三个维度提出了以秦文化IP推动咸阳市文旅深度融合发展的具体路径。

党的二十大报告提出“以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴”，强调“全面建设社会主义现代化国家，必须坚持中国特色社会主义文化发展道路”，要求“坚持以文塑旅、以旅彰文，推进文化和旅游深度融合”。文旅融合，既对文旅产业发展“大有裨益”，产生可观的经济和社会效益；又能在文化传承上“润物无声”，推动中华优秀传统文化深植人心。近年来，“文化IP”这一概念被广泛运用于文旅产业发展之中，进一步推动了文旅深度融合发展。从故宫、敦煌打造的“博物馆IP”，到西安、洛阳打造的“唐文化IP”，一批批传统文化IP爆火“出圈”，有效盘活了历史文化资源。反观作为国家级历史文化名城的咸阳市，虽拥有着丰厚的历史文化资源禀赋，但近年来却成为文旅市场“洼地”，无论是旅游产业收入还是文化产业发展，都乏善可陈。2023年7月29日，习近平总书记在汉中市博物馆考察时强调，要“守护好中华文脉”，要“扩大中华文化的影响力”。作为“中华第一帝都”的咸阳市，应该如何发挥自身历史文化资源优势，以文化IP赋能文旅产业发展，本文试从符号互动论的视角展开研究。

符号互动论的研究视角

符号互动论（Symbolic Interactionism），又称象征互动论，由美国社会学家米德（G.H.Mead）最初创立，后由其学生布鲁默（H.G.Blumer）在1937年正式提出。该理论认为社会是自我与他人互动的产物，而这种互动依托各种符号实现，社会群体的互动实际就是符号的互动。人在社会互动过程中会赋予事物一定的符号意义，

因此符号成为信息交流传播的物质载体和基本要素。从本质上而言，文化IP是一种象征意义符号，是将具备同质性的文化资源整合后所形成的高辨识度概念集合体。而人们对文化IP内涵和意义的解读，就是一个依托符号进行互动的过程，故本文选择符号互动论作为理论基础，从符号互动论的视角出发，研究咸阳市文化IP的发展路径。

咸阳市文旅产业发展的现实困境及成因分析

1、现实困境

近年来，随着居民收入水平的不断提高，作为消费热点的文旅产业增长势头强劲，西安、成都、重庆、长沙、洛阳等城市充分发挥自身优势，牢牢抓住了文旅产业发展风口，一跃成为国内旅游热门目的地。但拥有着丰厚历史文化底蕴的咸阳市，却在文旅市场中表现得不温不火，存在着以下现实困境：

（1）旅游综合收入相对偏低且增速较缓

总量方面，通过对陕西省各地级市国民经济和社会发展统计公报进行分析，如表1所示，在已公开披露2022年度旅游综合收入的八个地级市中（注：汉中市未披露旅游综合收入数据，延安市仅披露了全市52家A级旅游景区旅游综合收入，故不作统计），咸阳市位居全省第四位。但在文旅资源同质性较强的关中五市中，咸阳市旅游综合收入相对偏低，仅高于铜川市，同西安、宝鸡、渭南三市存在一定差距。

考虑到2022年各地文旅行业受新冠肺炎疫情影响较大，为确保相关数据具备可参考性，在表2中对疫情爆发前即2019年各地级市旅游综合收入进行排名后显示，咸