

批局，侨批业的规模与兴盛，在粤东地区绝无仅有。其中，德顺盛信局旧址更是荣获第七批汕头市文物保护单位。侨批蕴含着忠义孝悌的中华传统文化价值，是“信而有征”“无征不信”的体现，承载了侨胞远渡重洋的血脉亲情与深厚的家国情怀，是田中央社区“侨”文化元素最为突出的载体。此外，田中央社区的古寨建筑群落，特别是侨宅故居，更是华侨文化交流的核心载体。这些“侨”文化元素见证了先人开基创业，自强不息的历史，同时也是田中央社区推进文旅产业融合发展的最大资源优势。

### 汕头田中央社区文旅产业融合发展的现实困境

虽然汕头田中央社区在推进侨乡文旅产业融合发展方面具有外部环境优势和内部动力支持，但是当前在实现侨乡文旅产业融合发展的过程中仍不可避免地陷入一定的现实困境。

#### （一）文化资源旅游性开发相对分散，规划设计缺乏系统整合

随着大众消费市场对文旅消费质量需求的提升，传统观光型的旅游模式势必需要转型升级才能得以在当前竞争激烈的文旅市场中生存下去。而汕头田中央社区当前的侨乡文化资源虽然得到了一定程度的开发利用，但仍然存在旅游资源缺乏系统性规划，资源分布过于独立松散等现实问题，使得其文旅开发出现旅游路线设计不合理、文化资源利用率低下及难以形成文旅品牌效应的现象。田中央社区的文旅开发资源大体上可以分为侨乡文化资源及以非遗文化为代表的非侨乡文化资源。从田中央社区自身的文化资源数量和质量来看，可具文旅开发价值的资源十分丰富，但由于这些资源的分布较为零乱，使得田中央社区的文旅开发难以形成规模，不仅不利于当地通过文旅融合实现经济创收，还不利于侨乡当地文化的传承与创新发展。此外，田中央社区在文旅发展目标与空间利用布局方面仍缺乏统一规划，缺少一条精品的人文观光体验路线将交错杂乱的景点串联起来，以实现点线面互联的布局，同时缺乏必要的观光交通设施投入，容易给旅游者带来“累”的观光体验。

#### （二）文旅融合模式过于单调，文化内涵有待深入挖掘

汕头田中央社区是具有深厚文化底蕴的侨乡，其丰富的文化资源具有巨大的开发潜能与可观的市场前景，但当前却在文旅产业融合发展方面反响平平，没有打响侨乡文旅品牌。究其原因不外乎其当前的文旅融合模式过于单调，所提供的文旅产品没有鲜明特色，对于侨乡



田中央社区德顺盛信局旧址

文化的内涵挖掘仍停留在表面，导致其文旅项目出现同质化、庸俗化的情况，与其他地方的旅游景点严重趋同。文化之间的差异性促使人们产生旅游动机的必要条件，如果旅游者一路旅游奔波，体验到的是千篇一律的“农家乐”，那必然会产生失望、乏味的情绪。田中央社区的侨批、侨宅作为侨乡文化的实物载体，旅游者仅仅从传统观光上，难以了解其背后的历史背景，更难以领悟到其蕴含的侨乡文化。因此，田中央社区仍然需要进一步挖掘侨批、侨宅等所承载的令人感动而震撼的侨乡文化，提炼当地侨乡历史蕴藏的华侨精神，向旅游者传达文化故事背后的美好情感，以焕然一新的文化展现方式避免给旅游者带来视觉疲劳，进一步提升侨乡文旅的持续吸引力。

#### （三）营销宣传效果不明显，文旅品牌形象塑造不足

汕头田中央社区虽拥有浓厚的文化韵味，但其文旅融合发展仍然较为缓慢，而这跟田中央社区缺乏一定的品牌定位有着重要关系。当前田中央社区未能形成自身的侨乡特色文旅品牌形象，使得区域社会大众甚至当地民众对其打造的文旅项目缺乏一定的了解，制约了其业态进一步的融合发展，究其原因则是当前田中央社区的营销宣传效果不突出。一方面，由于当前田中央社区走马观花式的传统旅游方式缺失自身体验感，难以打造营销宣传的记忆点，未能给消费者带来深刻的印象，使得其无法塑造具有侨乡特色的文旅品牌。另一方面，田中央社区对于其文旅项目的营销手段不够多元化，虽然其在营销宣传方面已经实现了线上线下相结合，但在当今信息时代下其仍过于倚重线下宣传渠道，对于线上营销宣传的使用程度仍存在较大不足，在使用方法方面也有不当之处。另外，其文旅营销信息也主要是通过图文形式展现，难以给旅游消费者带来沉浸式的视听体验，不利于其打响侨乡文旅品牌，其营销宣传水平有待进一步提升。