

# 文旅融合视角下天津国际消费中心城市的 打造路径研究

曾子懿

天津商务职业学院，天津 300350

DOI: 10.61369/SDME.2025310039

**摘 要：** 积极建设天津国际消费中心城市，在推动城市经济发展、提升城市国际知名度、增强国际吸引力等方面具有重要的现实意义。对此，本文围绕文旅融合视角下天津国际消费中心城市的打造路径进行深度分析，旨在为成功打造天津国际消费中心城市提供一些有价值的借鉴和参考。

**关 键 词：** 文旅融合；天津；国际消费中心城市；打造路径

## Research on the Construction Path of Tianjin as an International Consumption Center City from the Perspective of Cultural and Tourism Integration

Zeng Ziyi

Tianjin College of Commerce, Jinnan District, Tianjin 300350

**Abstract：** Actively developing Tianjin into an international consumption center city holds significant practical value in boosting urban economic growth, elevating the city's international reputation and enhancing its global appeal. In this regard, this paper conducts an in-depth analysis of the construction paths for building Tianjin into an international consumption center city from the perspective of cultural and tourism integration, aiming to provide valuable insights and references for the successful development of Tianjin as an international consumption center city.

**Keywords：** cultural and tourism integration; Tianjin; international consumption center city; construction path

### 引言

国际消费中心是国际化现代都市的核心功能之一，具有强大的消费引导和带动能力。早在2019年，国务院、商务部等14个部门联合印发了《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，其中明确提出要积极推动国际消费中心城市建设工作。2021年，经过国务院批准，上海、天津、广州等五个城市率先开展国际消费中心城市培育建设。2023年，天津市政府发布了《加快建设国际消费中心城市行动方案（2023—2027年）》，其中提出了详细建设目标和方案<sup>[1]</sup>。作为京津冀协同发展的重要节点城市，天津不仅是重要的陆路运输枢纽，同时也是北方重要的港口城市之一，拥有丰富的文旅资源。根据数据统计，2024年，天津市全年共接待国内游客2.6亿人次，旅游费用超2900亿元，文旅产业蓬勃发展，现今已经成为推动城市经济发展的核心驱动力<sup>[2]</sup>。

国际消费中心城市的核心要义在于“国际吸引力、产业驱动力以及消费承载力”。而文旅融合是落实这三大核心要义的有效抓手。天津市尽管拥有深厚的历史底蕴和丰富的文化资源，但在国际消费中心城市打造过程中也面临一些问题，如文旅资源转化效能不足、基础设施与服务供给滞后、消费场景创新性欠缺等问题。对此，本文基于文旅融合视角，根据天津市实际情况，深入分析当前天津国际消费中心建设面临的阻碍，并提出行之有效的优化举措，以此为将天津成功打造成国际消费中心提供助力。

### 一、文旅融合背景下天津国际消费中心城市建设面临的阻碍

#### （一）文旅资源转化效能不足

天津市拥有丰富的文旅资源，不仅有独特历史风貌的建筑群和数量庞大的自然景观，而且还拥有大量非遗项目和老字号品

牌，受到国内外游客的广泛关注和青睐<sup>[3]</sup>。然而，在天津国际消费中心城市建设过程中却存在严重的文化资源转化效能不足问题。具体来讲，首先，部分历史文化资源开发粗放。天津市一些历史文化资源，如李吉甫旧宅等历史文化资源开发进程缓慢，以静态展示为主，缺乏沉浸式场景打造，难以激发游客的兴趣。其次，文旅IP碎片化。当前，天津市尽管打造了多个知名文化IP，如

海河之夜、津韵等，但各个文化 IP 之间缺乏联动，未能及时将热点转化为长效消费符号。最后，非遗文化与文旅产业缺乏深度融合。地毯、绢花等非遗产品主要以传统手工工艺品的形式呈现，并未与文旅产业深度融合，这不仅影响了非遗文化创新发展，也对国际消费中心建设造成一定影响。同时淄博烧烤、“尔滨”冰雪旅游等特色服务型消费不断涌现，此外从消费形式上看，个性消费、网红消费、绿色消费、跨境消费等各种消费形式迅猛发展。目前天津在这些领域的服务供给不足，这导致一部分需求流向了其他城市。

### （二）基础设施与服务供给滞后

随着国内外游客数量的不断增多，天津国际消费中心城市建设还面临基础设施与服务供给滞后阻碍<sup>[4]</sup>。具体来讲，在基础设施建设方面，核心景区，如五大道、古文化街等高峰期交通拥堵现象十分明显，公共卫生间、公共休息区数量有限，分布不均，部分景区停车场容量不高。基础设施方面的滞后严重影响消费者的体验，从而对文旅消费的提升造成一定影响。在服务供给方面，数字化服务水平较低，智慧文旅平台功能尚不完善，难以为游客提供智能订房、智能导览、个性化推荐等智能服务。除此之外，还在境外支付、语言标识等方面存在一定问题，从而对游客的体验造成一定影响。

### （三）消费场景创新性欠缺

当前，天津文旅消费场景创新性欠缺，仍然以“旅游观光”为主，这与当前消费升级趋势不相匹配<sup>[5]</sup>。首先，夜间消费场景较为单一，且同质化现象严重，缺乏多元化项目，难以满足青年群体的消费需求。其次，文旅与多业态融合不深。当前，天津文旅产业与其他产业之间的融合并不深入，尚处于初级阶段，未能将文旅与商业、科技、体育等业态深度融合，导致消费场景创新性不足，难以吸引消费者的关注。产品供给滞后，产品供给缺乏创新性。京津冀区域旅游产品同质化现象严重，如旅游线路重叠、旅游项目缺乏特色等，这也对打造天津国际消费中心城市造成一定阻碍。

### （四）市场监管与协同机制不健全

市场监管机制和协同发展机制是推动天津国际消费中心城市建设的重要保障<sup>[6]</sup>。然而，天津市市场监管与协同机制并不健全，严重阻碍消费中心城市建设进程。具体来讲，首先，市场监管不到位。部分景区乱象频发，商品价格不透明、乱收费、强制收费现象严重。其次，协同机制不完善，文旅、商业、体育、文化等各个部门之间缺乏深入协同，在资源整合、方案制定、活动策划等方面缺乏深入合作，并未形成合力，从而对国际消费中心城市建设造成一定阻碍。

### （五）城市消费辐射能力有待加强

在加快京津冀一体化进程的时代背景下，北京消费基础好、城市规模实力强、国际知名度高，所带来的经济发展的溢出效应带动了天津的经济发展，但在天津同样有建设国际消费中心城市的目标的前提下，与北京的竞争关系愈加重要，其自身消费辐射能力仍有待加强。

## 二、文旅融合视角下天津国际消费中心城市的打造路径

### （一）深化资源整合，激活文旅消费内核

在文旅融合视角下，为了打造天津国际消费中心城市，有必要对天津市文旅资源的精神内涵以及时代价值进行深度挖掘，并结合不同游客群体的实际需求，开发具有针对性的项目和产品，满足游客的针对性需求，从而推动资源向消费动能转化<sup>[7]</sup>。首先，加强历史文化资源的开发。针对李吉甫旧宅、原新华信托银行大楼等文旅资源进行开发，结合当前行业发展需求，采取多种方式和手段，打造名人故居文化场景，开发多种文旅项目；围绕五大道、意式风情区等特色片区，构建具有独特历史风貌的文旅产业集群。通过这样的方式，吸引游客的注意力，更好地满足广大游客的实际需求。其次，构建天津市文旅 IP 矩阵。以天津市独具特色的民俗风情、历史文化等为核心，深挖“津味文化”“运河文化”“租界文化”等特色元素，打造一批具有高度辨识度和较大市场影响力的文旅 IP。同时，还可以结合天津曲艺之乡特点，打造以相声、快板、京韵大鼓、评书等为主题的文旅 IP，以此吸引曲艺爱好者的关注。最后，还应推动非遗文化与文旅产业的深度融合。可以在知名景区开设非遗工坊，邀请非遗传承人现场展示非遗技艺，让游客在丰富游览体验的同时，深刻感受到非遗文化的强大魅力，推动非遗文化创新发展。例如，可以在意式风情区，开设泥人张彩塑、天津风筝魏、杨柳青年画等非遗工坊，以此激活文旅消费内核。

### （二）优化场景供给，打造多元消费载体

在文旅融合背景下，应顺应消费升级与年轻态趋势，健全文旅消费场景体系，以此丰富游客体验，更好地满足他们的多元需求<sup>[8]</sup>。首先，强化夜间消费场景。打造多种夜间消费品牌，每个区至少构建一个具有特色的夜生活聚集区，以此丰富游客消费选择。同时，还应对海河夜景灯光廊道设施进行完善，增加光影互动装置；可开设多元活动，如夜市购物街、夜间游船等，以此丰富游客夜间消费体验。其次，推动多业态深度融合。例如，可强化“文旅+体育”融合，可以在景区组织和开展各种体育活动，如马拉松、划龙舟、电竞比赛等，以此激发游客参与兴趣。最后，打造个性化文旅产品。针对不同旅游群体的需求，可以开发出更具针对性的文旅产品。例如，当前，青年人是游客群体的重要组成部分。针对青年群体，可以开发结合天津特色与潮流文化的体验项目，如相声文化体验馆、非遗手工作坊等，邀请青年人体验，激发他们游览兴趣的同时，使他们感受到传统文化的强大魅力。同时积极引进国际知名品牌和商家，为市民和游客提供更多元化、高品质的消费选择。这不仅能提升天津在国际消费市场中的知名度和影响力，还能吸引更多国际游客前来消费，推动天津的国际旅游和国际贸易发展

### （三）完善服务体系，提升消费便利度

完善服务体系，提升服务质量是推动文旅产业发展、打造国际消费中心城市的重要步骤<sup>[9]</sup>。对此，应革新传统理念，全面提升文旅服务能力，为游客提供更为便捷、高效的服务和消费便利，

以此为消费中心城市建设奠定坚实基础。具体来讲,首先,补齐基础设施短板。交通方面,应加大景区交通管控力度,对五大道、古文化街等知名景区的交通流量进行实时监控,并利用人工智能、大数据等技术,构建智能交管平台,实现对景区交通的有效疏导。公共设施方面,积极推动公共卫生间建设与升级,为游客提供卫生、干净的如厕环境。同时还可以在景区增设母婴室、长椅、无障碍设施等,以此满足不同游客群体的实际需求。其次,提升数字化水平和国际服务水平。应积极推动智慧图书馆、数字博物馆、智慧景区建设,实现“一部手机游天津”。同时,对公共区域的英文标识进行审核和规范,确保其词义准确。在港口、机场等口岸,可提供多语种服务,以此更好地满足游客的实际需求。此外,还应优化境外支付程序,提升支付便利,解决国外游客“刷卡难”问题。

**（四）强化监管协同，筑牢发展保障防线**

健全市场监管与协同发展机制是打造国际消费中心城市的重要保障<sup>[10]</sup>。对此,在文旅融合背景下,应:

首先,加强文旅市场监管,规范市场秩序。监管部门应对景区、游客集散地等区域加强监管,针对强制消费、阴阳菜单、敲诈勒索等违法行为进行重点打击,以此营造健康、有序的市场环境,为游客正常游览提供保障。同时,文旅部门还可以与市场监

管、公安、工商等部门开展联合执法,定期对景区内的商品价值、商品质量、游乐设施等进行全面检查,筑牢安全底线,避免安全事故的发生。其次,健全协同机制。应联合交通、体育、商务等部门,建立健全协同机制,统筹文旅资源开发、活动策划与服务提升,以此形成合力,共同推动天津经济发展和国际消费中心城市建设。最后,深化京津冀协同发展。京津冀地区具备丰厚的历史文化资源和天然的地理区位优势,在文旅融合方面具有极大的互补性。天津应加强与河北、北京等地的文旅合作,推动三地文旅资源共享。例如,可以推出京津冀特色旅游线路、共同打造游轮旅游产品等,以此推动京津冀文旅行业发展,为打造国际消费中心城市奠基。

**三、结语**

总之,打造国际旅游消费中心城市对于天津未来发展具有重要的现实意义。文旅融合是打造中心城市的核心引擎。然而在城市建设过程中存在诸多问题,严重阻碍天津经济发展。对此,中心城市建设过程中存在诸多问题,有必要采用多种方式和手段,如深化资源整合、优化场景供给、完善服务体系等,以此推动文旅产业高质量发展,为打造国际消费中心城市提供强大助力。

**参考文献**

[1] 武红利. 委员“金点子”助力激活文旅融合“流量密码”[N]. 北京日报, 2024-10-14(003).  
[2] 徐虹, 李娜. 以文旅深度融合带动国际消费中心城市建设 [N]. 天津日报, 2024-05-22(009).  
[3] 刘鑫. 生态经济背景下“体+文+旅”融合助力副中心城市建设研究——以南阳为例 [J]. 旅游与摄影, 2024, (04): 10-12.  
[4] 张玺, 程志会. 百年老商埠如何讲好消费新故事? [N]. 工人日报, 2023-12-21(004).  
[5] 李调莲. 天水市建设区域中心城市的问题与对策 [J]. 天水行政学院学报, 2023, 24(06): 104-108.  
[6] 李妍. 基于文旅融合发展的河南黄河文化保护传承路径研究 [J]. 西部旅游, 2023, (23): 32-34.  
[7] 徐嘉璇. 文旅融合与国际消费中心建设的互动逻辑 [J]. 旅游纵览, 2023, (20): 194-196.  
[8] 姬曼. 苏北运河文旅融合时空格局及其影响因素研究 [D]. 江苏师范大学, 2023.  
[9] 林建江, 余寒, 苏勇. 建设农文旅融合示范县和凉山北部区域中心城市 [N]. 凉山日报(汉), 2022-12-31(005).  
[10] 杨思杰. 文旅融合视角下的乡村价值重构水平时空演化及规划策略研究 [D]. 浙江工商大学, 2022.