

不好管理，加之品牌低调一些，我们更能闷头干事，不会经常被竞争者和市场‘盯住’。”这样的经营理念，恰恰反映出云南文旅产品品牌发展中的一个不争事实——传统、保守、品牌意识淡薄。

据悉，这样的情况，在全省16.09万户涉旅企业中并不鲜见，这也是云南文旅品牌建设发展缓慢的主要原因之一。

另外，目前云南文旅产业融合发展程度不高，文化产品和旅游产品融合度低，文化品牌和旅游品牌各自“单干”现象未能破除。导致文化产品不具备旅游属性，不能很好地搭乘旅游发展东风，而旅游产品缺乏文化内涵，投机味太浓。

除此之外，云南文旅品牌培育体系不健全也是重要原因，有实力、有产业带动能力的大型综合性文旅企业较少。比如，全省16.09万户涉旅企业中，从事产业化经营发展以及大品牌项目打造、经营的企业比重低，自主文旅品牌依旧缺乏创新活力、创新能力和创新平台。

破题：强化文旅融合

“本土文旅产品品牌发展慢，影响力弱，竞争力不强，虽然有种种原因，但归根结底还是文旅融合发展不够深入的问题。”丽江东巴造纸传承协会会长和秀红认为，继续深入推进文旅融合发展，用旅游带动文化，用文化内涵赋能旅游品质提升，应是未来文旅产品品牌发展的方向。

在这方面，云南进行了很多有益探索。比如，东巴纸是一种有着



悠久历史的手工写经用纸，东巴纸制作技艺是我国第一批列入国家级非物质文化遗产名录的技艺之一。过去，东巴纸采取师傅带徒弟、家族教授等形式进行保护发展。近年来，丽江集合旅游发展需求，采取成立传承推广机构、开设非遗体验中心等系列措施，将东巴纸等一大批优秀少数民族文化融入旅游产业中，作为旅游商品上市发展。在旅游产业带动下，东巴纸得以快速走向世界，成为云南民族文化品牌中的“明星”。

据云南省实施品牌和质量强省战略领导小组办公室有关人士介绍说，近年来，云南围绕“促进旅游业发展作为挖掘民族文化资源、传承和发展民族特色文化、增强各民族内生发展动力”的思路，推进旅游与特色文化融合发展。

以此为基础，云南将持续加大民族文化富集地区的旅游资源开发利用，比如依托大滇西旅游环线区域独特的民族文化资源为旅游产业赋能，在“大滇西旅游环线”、半山酒店建设等基础上，积极打造一大批具有地域和文化特色的文旅融合项目、精品旅游和休闲、探险

线路，并通过各种方式宣传推广，使其形成云南新的名牌旅游目的地和旅游产业转型升级的功能区。同时，全面推动传统“非遗”手工艺品转向旅游市场发展。

近年来，云南许多地方探索出“非遗+旅游”的新路子。云南传统非遗手工艺数不胜数，白族扎染、彝族刺绣、傣族织锦等在旅游市场深受欢迎。用“非遗”来提升旅游档次，打造民族文化旅游精品品牌，或将成为破解文旅品牌价值低、产品雷同，缺乏市场品牌效应等问题的一个有效途径。