

校地协同视域下高校资源赋能文旅经济发展的 路径研究——以衢州古城5A景区创建为例

刘畅¹, 毕书磊^{2*}

1. 衢州职业技术学院, 浙江衢州;

2. 广州华立学院, 广东广州

DOI: 10.62836/jem.v3n2.1227

摘要: 本文以衢州古城5A景区创建为案例, 探究高校资源赋能文旅经济发展的内在机理与实现路径。景区在文化产品开发及弹性人力供给方面存在关键资源缺口, 与高校的知识产出、技术研发、人才培养等核心功能形成结构性互补; 高校资源通过产品创新赋能、服务品质赋能、业态融合赋能三重机制嵌入景区价值链, 实现价值转化。研究结论深化了对高校资源赋能文旅经济发展的理论认识, 为同类历史文化街区文旅经济高质量发展提供了理论支撑。

关键词: 校地协同; 高校资源; 文旅经济; 衢州古城; 5A景区

Research on the Pathways of Empowering Cultural and Tourism Economy with University Resources from the Perspective of Town and Gown: A Case Study of the Creation of the 5A-level Scenic Area of Quzhou Ancient City

Chang Liu¹, Shulei Bi^{2*}

1. Quzhou College of Technology, Quzhou, Zhejiang;

2. Guangzhou Huali College, Guangzhou, Guangdong

Abstract: This paper takes the creation of the 5A-level scenic area of Quzhou Ancient City as a case study to explore the intrinsic mechanisms and realization pathways through which university resources empower the cultural and tourism economy. The scenic area faces key resource gaps in cultural product development and flexible labor supply, which form a structural complementarity with the core functions of universities, including knowledge production, technology research and development, and talent cultivation. Through three mechanisms—product innovation empowerment, service quality empowerment, and business format integration empowerment—university resources are embedded into the value chain of the scenic area, achieving value transformation. The findings deepen the theoretical understanding of how university resources empower the cultural and tourism economy and provide theoretical support for the high-quality development of the cultural and tourism economy in similar historical and cultural districts.

*基金项目: 本文为衢州职业技术学院2025年人文社科和思想政治教育研究课题(项目编号: QZYRWY2509)的研究成果。

Keywords: town and gown; university resources; cultural and tourism economy; Quzhou ancient city; 5A-level scenic area

1 引论

衢州古城承载着孔氏南宗家庙、水亭门历史街区、衢州城墙等优质文旅资源，2023年衢州古城文化旅游区通过文旅部5A级景区景观质量评审，进入5A景区创建攻坚期。衢州地区的高等院校作为衢州地区内智力、人力资源的重要集聚地，其专业设置与人才培养方向势必会响应当地文旅产业发展需求。如何将高校资源转化为文旅经济发展的现实动能，是一个值得关注的课题。本文通过对衢州古城5A景区创建的案例分析，试图揭示高校资源赋能文旅经济发展的内在机理，为深化校地协同、推动文旅经济高质量发展提供依据。

2 资源依赖理论与校地协同

资源依赖理论假设，对于必须的资源，任何组织都无法自给自足，必须与外部进行交换，[1]。韩双淼和李敏辉[2]的研究则聚焦于高校与所在地的资源依赖与协同互动，强调了高校与所在地应该共同发展。本研究将资源依赖理论应用于校地协同视域下高校资源赋能衢州古城5A景区创建：一方面，衢州古城在5A创建过程中面临多重资源约束，如文化产品开发需要创意设计，旺季服务需要人力储备，这些关键资源在一定程度上对外部资源存在客观依赖；另一方面，高校拥有丰富的智力和人力资源，但这些资源的价值实现需要实践场所。衢州古城及高校双方的资源形成结构性互补，资源依赖的双向性成为双方合作的内在动力。

3 衢州古城5A景区创建概况

3.1 案例背景与资源禀赋

衢州有唐代以来的城墙、水亭门历史街区、孔氏南宗家庙等优秀历史文化资源，创建5A级景区

具有文化遗产与城市能级提升的双重需求。从文化保护层面看，通过古城景区化运营可驱动文物保护机制创新，如孔氏南宗家庙、赵抃祠和周宣灵王庙等文保单位不断展陈提升，实现了“活态传承”；从城市发展层面看，以景城共融模式可推动城市更新，如鹿鸣半岛文化院街、严家淤岛生态公园等项目，构建“古城-新城”协同发展格局；从区域辐射层面看，依托沪昆高铁、沪昆高速和杭衢高铁等交通工程，可建设浙闽赣皖四省边际文旅中心。同时，创建5A级景区可带动餐饮、住宿、文创等业态升级，带动旅游收入增长，是衢州文旅经济高质量发展的关键。

3.2 文旅经济发展的资源需求

对照国家5A级景区标准，衢州古城在文旅经济发展层面存在两类关键资源需求。其一为文化产品开发能力需求。衢州拥有丰富的南孔文化和非遗资源，但一些景点停留在静态展示层面，沉浸式、互动性的体验项目的数量可以增加；同时衢州古城在文化IP挖掘、体验场景设计、演艺产品策划等文旅产品的附加值方面也可以提升。其二为弹性服务人力供给需求。公共休息日和节假日期间，景区讲解员、活动执行人员及其他服务人员可能会出现短缺，导致服务品质和游客体验可能会出现不稳定的现象。文化产品开发能力及人手供给的刚性约束与游客需求的弹性波动之间的矛盾，构成了景区运营管理的结构性难题。

4 高校资源的供给特征与匹配

4.1 供需匹配的结构特征

高校资源与景区发展需求的匹配呈现三个结构性特征。其一为层次互补性。高校学生具备系统的专业知识，经过短期培训即可胜任专业性较强的岗

位，满足景区对专业化服务的需求。例如，张蕾蕾[3]提出，旅游高校为旅游产业提供了专业人才，促进了旅游产业的发展。其二为弹性供给性。根据陆和建和刘思佳的研究[4]，使用高校志愿者，可以降低人力成本，减轻运营方的资金压力。故此，高校人力资源可根据景区淡旺季需求进行灵活调配。景区旺季时使用师生志愿者，可快速补充人力，缓解高峰期的服务压力。淡季时主要使用正式员工即可满足需求。这种弹性供给机制可有效化解景区人力需求的季节性波动问题。其三为创新溢出性。根据王少鹏等[5]的研究，高校科技创新能力对区域经济存在促进作用。所以，高校师生的创意能力和研究能力能够为景区产品创新和业态升级提供持续动力。具体而言，教职工的科研项目可应用于景区应用，而学生的课程设计可成为文创产品的创意来源。

4.2 高校专业资源与衢州古城5A景区创建的匹配

衢州地区高校有衢州职业技术学院、衢州学院，此外也有电子科技大学长三角研究院（衢州）和浙江大学工程师学院衢州分院、浙江大学衢州研究院等侧重于研究的机构。其专业设置与文旅产业发展需求高度契合。例如，衢州职业技术学院和衢州学院的经管类专业可以聚焦于资源配置、市场分析、项目管理、市场营销等领域，可对接衢州古城景区的文旅项目策划、游客行为分析、旅游线路设计、运营效益评估、市场宣传等需求；衢州职业技术学院和衢州学院的艺术设计类专业专注于视觉传达、空间设计、产品创意等领域，可对接衢州古城景区（包含孔氏南宗家庙、中国儒学馆、水亭门历史街区、衢州博物馆等文保单位）的文创产品开发、景观提升、IP设计、宣传材料制作等需求；衢州职业技术学院、衢州学院和电子科技大学长三角研究院（衢州）的机电工程与信息技术类专业与智能控制、数据分析、系统开发等领域相关，可对接智慧旅游系统运维、客流数据分析、智能导览设备研发等技术需求；衢州学院的旅游管理与服务专业涵盖服务管理、导游讲解、活动策划等领域，可对

接游客服务、内容讲解、活动策划与执行等需求。

5 高校资源嵌入景区价值链的作用机理

5.1 产品数字化创新赋能机制：从文化资源到可消费产品

产品数字化创新赋能机制是指高校资源可通过“文创产品挖掘—产品数字化赋能—市场转化”的逻辑链条嵌入景区产品开发环节，推动文化资源向可消费产品的转化。在这一方面，肖洒[6]的研究为数字化赋能文创产品提供了可行的策略。具体而言，文科及社科类专业师生可依托孔氏南宗家庙和衢州博物馆等文保单位，开展南孔文化、衢州文化的深度研究，提炼可供产品化的文化元素和故事IP。例如，成鸿静和王其旗[7]探索了南孔文化的现代价值，提出应当南孔文化与宋韵文化联系起来。此外，张俊岭和吴锡标[8]的研究表明，依托南孔文化对南宋书院的兴盛起到了推动作用。因此，可深入挖掘衢州古城景区内的宋韵文化和书院文化，并开发出文创产品。艺术设计类专业师生可将这些文化元素转化为可视、可感、可体验的产品形态，如研学课程体系和演艺脚本方案等，设计“南孔文化研学课程”等主题产品，将文化元素转化为青少年易于接受的互动体验。如此，也能实现如许絮[9]提到的文创产品开发与地方文化资源的整合。经管类专业师生则进行市场测试和商业模式设计，评估产品的市场接受度和盈利可行性。这一链条实现了从文化资源到文创产品市场化的价值跃迁。

5.2 服务品质赋能机制：从基础人力到专业供给

与大部分旅游景点相似，衢州地区各景点的有明显的旺季，如节假日期间。这时，经过培训的学生志愿者可承担讲解导览、咨询引导、活动执行等任务，将专业知识转化为服务品质。与普通志愿者不同，具有专业背景的学生往往能够提供更深度的文化解读和更规范的服务流程。在文化导览服务中，旅游管理和文史类专业师生可组建“南孔文化讲解志愿服务队”，讲解内容注重故事化表达和互动体验，通过角色扮演还原古代讲学场景，提升游

客的文化获得感和体验深度。

5.3 业态融合赋能机制：从单一业态到产业生态

业态融合赋能机制是指高校资源通过“跨界链接—业态孵化—市场拓展”的逻辑链条嵌入景区产业生态，推动景区从单一门票经济向多元业态融合的转型，体现了如蒋依依等[10]提到的文旅资源的融合创新。艺术设计专业师生与非遗传承人可学习景德镇各工作坊的经验合作开发陶艺体验工坊和蓝印花布工坊；也可依托邵永丰麻饼等非遗项目，设立“非遗技艺工作坊”，将其纳入景区游览路线将非遗技艺转化为可体验、可参与的旅游项目。在“文创+商业”融合方面，学习景德镇文创街区和乐天陶社创意市集，在水亭门街区、衢州博物馆和府山公园引入“大学生文创集市”，定期展销学生设计的文创产品，集市既是学生创新创业的实践平台，也成为景区吸引年轻客群的特色业态。电商相关专业师生可参与运营景区社交媒体账号，通过内容创作和粉丝互动拓展景区的市场影响力。

6 总结

本研究以衢州古城5A景区创建为案例，基于资源依赖理论，探究了高校资源赋能文旅经济发展的内在机理与实现路径。分析了高校资源与景区发展需求存在的结构性互补关系，探究了高校资源嵌入景区价值链并创造经济价值的机制。在理论层面，本研究将资源依赖理论引入校地协同分析，揭示了高校资源赋能文旅经济发展的内在机理，拓展

了资源依赖理论的应用场景，揭示了价值创造的逻辑链条。在实践层面，通过提出具体可行的建议为衢州地区高校资源赋能衢州古城5A创建提供了路径，尤其是衢州古城景区运维与文旅经济发展。

参考文献

- [1] 马迎贤.资源依赖理论的发展和贡献评析[J].甘肃社会科学,2005,(01):116-119+130.
- [2] 韩双淼,李敏辉.新型高等教育机构与创新型城市的资源依赖和协同互动研究[J].高校教育管理,2023,17(04):38-47.
- [3] 张蕾蕾.河南旅游高校人才培养与旅游产业需求协调性研究[J].中外企业家,2019,(32):199-200.
- [4] 陆和建,刘思佳.PPP模式下我国城市阅读空间引入高校专业志愿服务路径探索[J].国家图书馆学报,2021,30(06):43-54.
- [5] 王少鹏,苗欣茹,席增雷.高校科技创新、空间溢出与区域经济发展[J].技术经济,2021,40(04):49-57.
- [6] 肖洒.数字化赋能非遗梁平年画产品创新的策略研究[J].包装工程,2025,46(06):420-429.
- [7] 成鸿静,王其旗.南孔文化的内涵阐释和现代价值探析[J].西部学刊,2025,(01):112-115.
- [8] 张俊岭,吴锡标.论“南孔文化”对南宋书院的影响[J].齐鲁学刊,2012,(02):36-41.
- [9] 许絮.博物馆文创产品开发与地方文化资源整合[J].收藏,2025,(05):138-140.
- [10] 蒋依依,马晓龙,厉新建,等.文旅资源融合创新与新型消费体系构建[J/OL].自然资源学报,1-19[2026-03-02].<https://link.cnki.net/urlid/11.1912.N.20260211.1418.003>.

