

# High-quality Development of Urban Night Economy from the Perspective of “Cultural and Tourism Integration + 7P”—A Comparative Study Based on Zibo and Harbin

Luoyao Fu Baibing Xing Litong Zhang Ruoja Li Xiaohan Xu

Shandong Technology and Business University, Yantai, Shandong, 264005, China

## Abstract

Against the backdrop of cultural and tourism integration in the 14th Five-Year Plan period, China's urban night economy faces both opportunities and challenges. In 2023, Zibo's “barbecue culture” and Harbin's “ice-snow culture” went viral by relying on regional cultures, becoming typical cases. This study, based on the Service Marketing 7P Theory, reveals that while the two cities have achieved progress in cultural and tourism product innovation and consumer experience, they also have obvious shortcomings: Harbin's ice-snow products suffer from inadequate cultural excavation and seasonal constraints, with traditional marketing models; Zibo's barbecue-derived products are single-category, and its peak-season service efficiency and multi-subject collaboration mechanisms are deficient. Additionally, both cities need improvements in service pricing, consumption participation thresholds, technological empowerment, and supporting facilities. Accordingly, the study proposes an ecological empowerment path, which aims to provide systematic strategies for addressing the insufficient cultural driving force of urban night economy and promoting high-quality development through breakthroughs in climatic resilience, activation of cultural genes, digital technology empowerment, institutional innovation, and supporting measures.

## Keywords

7P Theory; cultural and tourism integration; urban night economy; comparative analysis; ecological empowerment

## “文旅融合 +7p” 视域下城市夜经济高质量发展——基于淄博和哈尔滨的比较研究

付罗瑶 邢百冰 张丽彤 李若佳 徐小涵

山东工商学院, 中国·山东 烟台 264005

## 摘要

“十四五”文旅融合背景下,我国城市夜经济机遇与挑战并存。2023年淄博“烧烤文化”、哈尔滨“冰雪文化”依托地域文化破圈,成为典型样本。本研究基于服务营销“7P”理论分析显示:两城在文旅产品创新、消费体验等方面取得成效,但存在明显短板——哈尔滨冰雪产品文化挖掘不足且受季节制约,营销模式传统;淄博烧烤衍生产品单一,旺季服务效率与多元协作机制欠缺。此外,两城在服务定价、消费参与门槛、技术赋能及配套设施等方面均有改进空间。研究据此提出生态型赋能路径,通过气候韧性突破、文化基因激活、数字技术赋能、制度创新及配套保障,为破解城市夜经济文化驱动力不足、推动高质量发展提供系统性策略。

## 关键词

7P理论; 文旅融合; 城市夜经济; 对比分析; 生态型赋能

## 1 引言

当今,伴随“十四五”文旅融合深化发展,我国城市夜经济迎来前所未有的发展机遇。然而,相较于国外城市,我国部分城市夜经济仍处于探索阶段,且夜经济市场普遍存

在业态同质化、文化要素动力不足等突出问题。在此背景下,2023年淄博“烧烤文化”与哈尔滨“冰雪文化”却依托独特地域文化成功“出圈”,为文旅融合驱动夜经济高质量发展提供了研究样本。本研究创新性地将服务营销的“7P”理论引入文旅融合视域,并选取淄博与哈尔滨作为典型比较案例,深入剖析其文化赋能夜经济的差异与共性,旨在通过解构“文旅融合+7P”的创新协同机制,为破解我国城市夜经济文化驱动力不足提供发展可行性策略,以文塑旅。

【作者简介】付罗瑶(2005-),女,满族,中国黑龙江哈尔滨人,在读本科生,从事国际会计(中外合办)研究。

## 2 文献综述

### 2.1 服务营销 7P 理论

服务营销 7P 理论<sup>[1]</sup>由麦卡锡 4P 理论(产品、价格、渠道、促销)延伸,布姆斯与比特纳加入人员、有形展示、过程形成完整框架。该理论强调服务营销中除传统 4P 外,需重视人员在服务传递中的作用,通过有形展示增强服务感知,并确保服务过程的高效流畅<sup>[2]</sup>。

### 2.2 研究综述与理论缺口

#### 2.2.1 国内外研究现状

文旅融合驱动夜经济研究:国内自 2010 年起以北京、广州等典型城市为样本,聚焦文化赋能夜经济,提出“文旅融合”等概念,但缺乏多城市系统对比,理论滞后于实践<sup>[3]</sup>;国外自 20 世纪 80 年代起步,多从社会治理与文化符号功能切入,批判性研究为主,实践中如“巴黎不眠夜”将文化嵌入夜间活动,模式成熟。

7P 理论应用研究:国内在文旅领域应用起步晚,聚焦理论适用性与消费者行为(如云南特色村寨案例);国外已形成成熟体系,深入探讨服务创新与消费心理。

#### 2.2.2 已有研究不足

比较研究欠缺:现有夜经济研究多针对单一城市(如长沙、西安),缺乏南北方城市的系统对比,量化分析不足<sup>[4]</sup>。

动态适应性滞后:“十四五”文旅融合背景下,夜经济涌现沉浸式夜游、夜间直播等新业态,但 7P 理论对技术迭代、消费需求变化的动态适配研究不足,理论与实践脱节。

## 3 7P 维度下双城夜经济发展现状比较

哈尔滨与淄博依托冰雪文化、烧烤文化成为热门旅游地,夜间经济蓬勃发展。基于 7P 理论,两城在产品、服务、体验等维度呈现差异化特征:

### 3.1 文旅融合产品及品牌创新

哈尔滨构建了多元产品矩阵:以冰雪大世界、融创雪世界为核心的冰雪景区,师大夜市等市井消费场景,中央大街、中华巴洛克等历史街区,索菲亚大教堂等异域建筑,以及华梅西餐厅、哈尔滨大剧院等食娱载体,覆盖“食、游、娱、演”多形态。淄博则以“文化夜游+餐饮消费”为主,代表项目包括淄川陶瓷风韵线、博山美食夜游线,聊斋城、周村古商城等文化景区,印象汇等消费聚集区,以及淄博烧烤、博山菜等餐饮服务。相较之下,淄博夜间文化项目种类少于哈尔滨<sup>[5]</sup>。

### 3.2 服务定价与服务意识

两城均以热情待客著称,政府创新服务机制(如哈尔滨“问题处置不隔夜”、淄博入选省公共服务十佳案例),整体服务意识较强。但存在个别负面现象:部分商户服务态度冷淡、临时涨价等,影响游客体验,需关注不良现象对城市旅游形象的冲击<sup>[6]</sup>。

### 3.3 消费者体验与参与场景

哈尔滨打造多层次体验场景:师大夜市等市井街区传递烟火气,中央大街等历史街区提供异域风情沉浸体验,冰雪

大世界等景区推出夜场游乐活动,大剧院等场所呈现高雅演出<sup>[7]</sup>,覆盖“夜游、夜娱、夜商、夜品”全链条。淄博围绕“吃、游、购、娱”布局:夏季营地乐园打造露营氛围,傅山地质博物馆通过 5G、全息投影等技术呈现奇幻光影秀,聊斋城“夜话聊斋”路线以情景演出还原志怪故事,黄河大集“夜模式”融合灯光与市井文化,让游客沉浸式感受地方特色<sup>[8]</sup>。

## 4 7P 维度下双城夜经济发展短板分析

哈尔滨与淄博依托地域文化发展夜经济虽有突破,但对比国内先进城市仍存显著短板,需从产品、价格、体验等维度系统破局。

### 4.1 产品及品牌创新不足

哈尔滨冰雪产品依赖“自然景观+商业设施”模式,文化挖掘浅表化:中央大街建筑仅作拍照背景,缺乏历史故事沉浸演绎;冰雪演艺项目内容多年未更新,复游率低。“冰雪之都”过度依赖冬季流量,夏季产品(如松花江休闲项目)特色缺失,形成“半年经济”。

淄博烧烤衍生服务单一,多数商户仅提供“烤串+啤酒”标准化体验,周村古商城夜游互动不足。“淄博烧烤”未构建“烧烤+文化”复合 IP,缺文创产品与影视联名开发,热度衰减快。

### 4.2 服务定价机制缺陷

哈尔滨冰雪项目定价两极分化:高端景区价高排队久,民宿等旺季坐地起价,缺分层定价致消费人群受限。淄博烧烤旺季部分商户临时涨价,人均消费飙升且存最低消费、捆绑点餐现象,破坏高性价比口碑;文化体验未合理定价,利润空间受限。

### 4.3 消费体验与参与短板

哈尔滨冰雪活动以“观赏+拍照”为主,参与项目门槛高,老年及儿童体验受限;索菲亚大教堂周边缺暖屋、文化讲解等配套,游客停留时间短。冰雪节互动多为收费项目,公共体验场景少,市民与游客互动不足。淄博烧烤旺季“长排队、短用餐”问题突出,商户服务效率低且等位缺文化体验;八大局等聚集区场景同质化,以小吃摊网红打卡为主,缺主题设计,摊位模仿致特色辨识度低。

### 4.4 输出主体创新短板

哈尔滨冰雪经济以大型国企主导,中小企业与民间团体参与度低,独立艺术家、文创团队难介入内容创新;政府过度依赖政策推动,对中小商户扶持不足,市场主体创新活力匮乏。淄博烧烤爆发后,政府应急管理滞后,行业协会自律缺失,且缺乏文旅企业、高校、非遗传承人等多元协作机制,未形成文化与产业深度联动。

### 4.5 有形化展示缺陷

哈尔滨冰雪景观技术应用不足,AR/VR 等数字化手段欠缺,中央大街欧式建筑缺沉浸式文化讲解,过度依赖“冰雕+灯光”商业化展示,忽视俄式文化、工业遗产等深层符号挖掘。淄博文化展示以博物馆静态陈列为主,烧烤街区缺陶瓷文化互动装置;海岱楼等网红场景未融入齐文化元

素,夜间灯光以大排档强光为主,缺主题化视觉设计。

#### 4.6 配套服务设施不足

哈尔滨冬季景区停车场规划滞后,旺季停车等待超1小时,室内暖屋、无障碍通道覆盖率低;餐饮以快餐为主,地方特色餐饮布局零散。淄博烧烤旺季八大局日均人流量超10万,环卫设施缺口大,停车位缺口达50%致交通拥堵;部分商户未明码标价,2023年五一期间食材安全投诉超千条。

#### 4.7 营销传播短板

哈尔滨冰雪节宣传依赖“政府+传统媒体”,短视频内容同质化,缺冰雪匠人、市民生活等故事性输出;爆火后未布局夏季营销,2023年“雪乡宰客”事件舆情应对滞后,未建立预警机制。

淄博烧烤借短视频网红打卡爆火,但内容缺文化深度,热度高峰期后未持续推出文化节等活动,2023年下半年客流量同比下降40%,陷入发展瓶颈。

### 5 城市夜经济高质量发展的生态型赋能路径

基于淄博与哈尔滨的对比研究,北方城市夜经济需通过系统性重构突破气候约束、业态单一等瓶颈,构建“技术-文化-制度”三维联动的生态体系,具体路径如下:

#### 5.1 气候韧性突破与时空维度延展

北方城市需将气候劣势转化为差异化竞争力。哈尔滨可打造“冰雪生态综合体”,以3D打印动态冰雕与AR滑雪模拟系统构建“真实雪场+虚拟竞技”的社交场景;淄博则依托古城遗址构建“地下文化经络”,通过地热系统与全息展窗串联陶瓷工坊、聊斋主题剧场,形成冬夜文化闭环。

在时空整合层面,两城可共建“气候交换机制”:通过VR技术将哈尔滨冰雪场景植入淄博室内体验中心,同步将淄博陶瓷、烧烤文化投射至哈尔滨冬季市集,实现南北夜经济要素的跨时空置换,有效缓解北方客流季节波动。

#### 5.2 文化基因深度激活与业态创新再造

破解业态同质化需深挖城市文化内核。哈尔滨可在中央大街地下打造“音乐空间”,通过定向麦克风采集环境音,结合AI编曲形成可消费的数字音乐产品,同时以全息技术实现跨时空音乐合奏,推动城市声音遗产的现代转译。

淄博则需激活陶琉非遗的夜间表达,在古商城部署智能可变空间:白天为传统市集,夜间通过液压系统与全息投影构建《聊斋》幻境,游客可现场制作夜光琉璃,完成从文化接收到创造性表达的体验升级<sup>[9]</sup>。

#### 5.3 技术赋能与制度创新的协同驱动

技术层面,构建“城市夜经济脑”:哈尔滨部署多模态传感器采集环境与人流数据,淄博开发“烧烤热力图2.0”预判食材需求,两城共享预警模型,实现气温骤降时的暖房调度、无人机补给等智能响应。

制度层面,创设“夜间经济特别区”:推行政府规划权、专业机构管理权、第三方监督权“三权分立”模式,在淄博八大局试点动态闭店机制与AI油烟管控。同时建立黑鲁两省金融补偿机制,通过客流溢出补贴与季节性人才互换,形

成南北资源互补。

实施保障方面,将气候适应力、文化转化度纳入核心指标,推动哈尔滨与广州、淄博与杭州等城市结为“气候-文化CP”,通过资源共享实现昼夜经济接力,最终以“气候重塑、文化转译、数字治理、制度突破”四维策略,探索北方城市夜经济特色发展路径。

### 6 结论与展望

本研究基于“文旅融合+7P”理论框架,以淄博、哈尔滨为样本开展城市夜经济高质量发展研究,主要结论如下:“文旅融合+7P”理论将服务营销七维分析(产品、价格、渠道等)与文旅融合场景结合,为系统解析夜经济发展痛点提供了创新框架,通过对比证实该理论对实践的指导价值。两城依托地域文化(淄博烧烤、哈尔滨冰雪)实现品牌破圈,且政民协同优化服务生态,但仍存在显著短板:产品创新不足且文化挖掘浅表化(如哈尔滨受季节制约、淄博衍生产品单一),服务定价机制不合理,消费场景互动性弱,多元主体协作机制缺失,技术赋能与配套设施滞后,传统营销模式难以支撑品牌持续影响力。

研究提出生态型赋能路径以破解发展瓶颈:一是突破气候限制,如哈尔滨打造“冰雪生态综合体”、淄博构建“地下文化经络”,并通过技术实现南北夜经济要素跨时空整合;二是激活文化基因,推动哈尔滨“音乐产业化”、淄博陶琉非遗等文化IP的现代业态转化;三是构建“城市夜经济脑”,以数字技术实现数据共享与智能管理;四是创设“夜间经济特别区”,通过管理模式与金融政策创新打破协同壁垒。未来研究可扩大样本类型、深化元宇宙等新技术应用探索,并加强夜经济对城市文化传承与居民生活质量的社会效应研究,为行业发展提供更系统的理论支撑。

#### 参考文献

- [1] 吴承忠,陈平.地方政府文旅融合注意力对旅游经济发展的影响效应及作用机制[J].深圳大学学报(人文社会科学版),1-13.
- [2] 王琪,程静静.数字技术赋能文旅融合:逻辑理路、实践偏差与规范进路[J].四川旅游学院学报,2025,(04):19-25.
- [3] 李德山,许秋生.农文旅融合对乡村振兴的影响——来自准自然实验的实证分析[J].资源开发与市场,1-13.
- [4] 沈孟斌,陈秀平.基于网络文本的乡文旅融合评估与发展路径探析——以浙江省山区26县为例[J].农业图书情报学报,1-17.
- [5] 岳永洁.“淄博烧烤”文旅融合的路径研究[J].商展经济,2025,(11):40-43.
- [6] 于婷,宋立荣.文旅融合视角下档案文创产品开发利用探析[J].北京档案,2025,(05):53-56.
- [7] 杨婉婧.文旅融合下哈尔滨城市旅游视觉形象设计研究[J].美与时代(城市版),2025,(05):109-111.
- [8] 魏伟.淄博:周村活力足,文昌景色新[J].走向世界,2025,(17):40-43.
- [9] 赵玲燕.台州:点亮城市“夜经济”激活消费“新引擎”[J].浙江经济,2025,(03):34-35.