

盐城城市文化建设的战略思考

蒋继华

(盐城工学院 人文学院,江苏 盐城 224051)

摘要:城市文化是城市的魂,对于城市发展具有重要意义。盐城地域文化优势突出,但缺乏整体文化定位,尚未形成特色文化品牌;旅游文化建设成效明显,但文化营销和城市形象传播滞后;城市文化建设取得长足进步,但文化运行机制不完善;文化产业发展虽已具备一定的基础,但规模不大,引领性不强。基于此,加快盐城城市文化建设应重在科学规划,促进城市文化有序发展;特色定位,彰显城市建设主题;优化环境,提升城市文化品味;加强教育,提升市民文化素养;注重转化,促进文化产业发展。

关键词:盐城;城市文化建设;海盐文化

中图分类号:G127 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-5322(2013)01-0018-05

城市文化是城市的魂,积淀着城市的历史传统、审美情趣、生活习俗和道德观念等,是城市最深层的精神特征和行为准则的集中展示与体现,对于城市发展具有重要意义。一座城市的形象气质必然通过其独特的文化价值体现出来,城市文化的明显差异往往决定了城市的个性差异,所以认识 and 了解一个城市,先要认识这一城市的历史文化传统,考察城市文化嬗变的谱系,理清城市发展的内在机理和脉络延展。盐城钟灵毓秀,人文荟萃,文化资源丰富。近年来,随着城市化步伐的加快和城市化水平的不断提高,尤其是沿海大开发战略的实施,为盐城城市文化建设提供了千载难逢的契机。

一、盐城城市文化建设的现实考察

1. 地域文化优势突出,但缺乏整体文化定位,尚未形成特色文化品牌

盐城地域文化资源丰富,潜力巨大,优势突出,经过几千年的历史传承发展和不断积累、创新,已经形成了在周边地区具有一定影响力的文化“名片”——海盐文化、生态文化(滩涂湿地)、铁军文化(新四军)、淮剧杂技文化和汽车文化,形成了盐城地域文化的亮点,再加上源远流长的

民风民俗、历史遗迹,更增加了盐城文化的丰厚度。盐城地域文化优势虽突出,但总体来看,尚缺乏整体文化定位,尚未形成具有地域特色和推介品质、熔铸盐城城市之“魂”、回答“我是谁”的文化特色品牌,城市文化建设的趋同性还不同程度地存在着,城市建筑及城市景观的本土化特征有待进一步突显。盐城虽已建成了反映海盐悠久历史文明的大型专题博物馆——中国海盐博物馆,建设了海盐文化风貌区,推介海盐文化作为盐城的重要名片,但某种程度上还缺乏包括传统文化、思维习性、价值理念等内在构成的深层文化模式,从而成为制约城市形象传播的瓶颈。另外,盐文化作为农耕生产下的本土文化,尚有一定的自闭性和保守性。因此,无论是从地理空间、历史渊源、文化传统等理论传承方面,还是从城市产业、旅游环境、海洋经济等未来品牌的铸造方面,海盐文化作为盐城文化品牌和城市形象的符号表征还有待进一步挖掘、开发和弘扬。

2. 旅游文化建设成效明显,但文化营销和城市形象传播滞后

不同城市之间,城市文化存在着明显的个性差异,这种差异在一定程度上又决定了城市的旅游文化建设和社会对城市的整体认知。盐城以

收稿日期:2012-11-26

基金项目:江苏省社科基金省市协作专题研究项目(12XZB020)

作者简介:蒋继华(1969-),男,江苏徐州人,副教授,博士生,研究方向:文艺理论、美学。

“东方湿地、水绿盐城”而知名,沿海湿地总面积为683万亩,原始生态环境保存较好。盐城还是丹顶鹤的家园、麋鹿的故乡,拥有丹顶鹤、麋鹿两个国家级自然保护区、一个在建的中华鲟自然保护区。自然保护区内海天相接,苇草茫茫,鹤舞鹿鸣,一派原始风光,生态环境优美,文化个性突出,旅游资源丰富。近年来,盐城依托丰富多彩的地方文化资源,建设具有传承性、独特性、创新性的旅游文化,着力打造“东方湿地之都,仙鹤神鹿世界”的旅游品牌,通过承办海盐文化节和打好文化强市的组合拳,突出生态旅游、休闲度假、文化观光,让文化发展与旅游发展成为推动城市经济发展的强大动力。盐城文化旅游业的开发虽有巨大的潜力,面临难得的机遇,但也存在着亟需提升、拓展的空间:如旅游资源整合度不强,旅游配套设施落后,旅游产品开发层次不高,旅游专业人才匮乏,数字旅游、旅游信息服务功能需要优化,旅游的可持续发展意识不够强烈,甚至有的旅游资源仍给人以“藏在深闺人未识”的感觉。盐城文化建设虽凸显海盐文化特色,但海盐文化的普及、研究工作却相对滞后,如“中国盐文化研究中心”落户于四川自贡,却无缘建成了“中国海盐博物馆”的盐城^[1]。这些都带来了整个城市文化营销和城市形象推广的滞后,影响了社会对城市形象的认同感和归属感。因此,旅游文化资源要转化为深具吸引力的城市传播形象,还必须经过符号化、系统化的加工、提升、传播过程,充分彰显它的内涵和价值。

3. 城市文化建设取得长足进步,但文化运行机制不完善,“以人为本”的文化理念有待进一步加强

近年来,盐城市委市政府非常重视文化建设,围绕建设文化盐城,通过建立有效的文化激励机制,充分调动社会成员参与城市文化建设的热情,加大文化建设经费投入力度,健全文化建设的相关制度,走文化可持续之路,实现政治、经济、文化、社会的协调发展,城市文化建设取得长足进步,文化基础设施取得突破性发展,涌现出一批包括淮剧等在内的文艺精品,文艺队伍不断壮大,文化体制改革步伐加快。但同时亦应看到,城市文化建设与经济快速发展的强猛势头相比,与城市文化存在的巨大潜力相比,还存在不少差距,主要表现在文化管理机制、运行机制不完善,社会成员文化参与意识不强,“以人为本”的城市文化理念

有待进一步加强。

就目前状况来看,盐城城市文化的建设模式仍然是政府推动型,只强调文化部门控制的文化资源为市民服务,其他诸如高校、企业等部门的文化资源往往不对公众开放。文化体制中的政事分开还没有到位,公益性和经营性文化事业单位的关系还没有完全理顺;文化资源共享工程、文化设施共用机制还有待进一步加强和完善;城市文化建设的资金投入不足,文化遗产的保护、开发和整合力度不够。此外,重经济轻文化的意识还没有得到根本改变,城市文化建设的最终目标是促进“人”的全面发展和社会进步,使城市成为人的“诗意之居”,还是促进“物”的全面发展,成为人的“孤独之乡”,还在时刻拷问着城市的决策者和管理者。人民群众作为城市文化的拥有者与创造者,直接决定着城市文化存在与发展的方向,理应充分享有文化资源和文明成果,但群众的文化参与意识不够强烈,对城市缺乏足够的认同感,对城市文化建设往往采取敬而远之的态度。市民所应具有的现代公民素质,包括良好的思想道德修养和科学文化素质、开放意识、竞争意识、创新意识等仍需进一步提高。这些不足的存在势必影响人们居住的软环境——良好的社会秩序、文化习俗、文明习惯和城市精神的形成。

4. 文化产业发展已具备一定的基础,但规模不大,引领性欠强

盐城拥有门类齐全的文化产业,政府先后投资18亿元,集中做大做强广播影视业、新闻出版业、演艺业,拓展影视剧艺术、动漫艺术等新兴创意产业。传统的影视制作、出版发行、印刷复制等发展较快,占全市文化产业增加值85%以上,文化创意、文化会展、数字内容和动漫等新兴文化产业已经启动。盐城文化产业人均创造产值7.35万元,位于江苏省第8位,其技术含量和创新能力在本省居中游。全市产值过1亿元的文化产业企业有3家,集中在传统的新闻出版业。

由于自然、历史、基础设施和产业定位等原因,盐城文化产业与经济社会发展还不一致,发展的速度还不够快,市场化程度还不够高。文化事业经费总体呈增长态势,但投入依然不足,更多经费被用于保证正常运转,文化活动、文艺创作、文化服务由于经费困难受到较大制约。规模总量不够大,基本处于分散经营状态,创意园区少,亮点不多;与苏南等城市相比,创意精品太少,尚未形

成多元化和积聚性的投入机制。在文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等九大文化产业投入中,基本上都是投资主体根据自身实际情况自主性投入,没有跨行业、交叉性的投资主体,特别是一些高风险的新兴文化产业业态由于缺少担保物,没有融资实物条件,银行贷款、融资相对困难。这在一定程度上带来文化产业自身造血功能不强,新兴创意产业形成发展滞后,高端创意人才,尤其是创意管理人才较少,影响了拿得出、打得响的文化品牌的出现。这些都需要我们认真加以研究,寻求解决途径。

二、盐城城市文化建设的路径分析

1. 科学规划,促进城市文化有序发展

城市文化建设有两个基本特性:一是社会性,二是不可逆性^[2]。城市文化建设是一个全社会共同的行为工程,一个综合化、立体化的工程,需要社会各方面围绕一个共同目标予以推进。同时,文化还具有不可逆性,即不可再生性。如浸透民风民俗的文化遗存、历史街道一旦毁掉就无法复制和再现,一座建筑一旦建成并形成一定的风格,就很难再改变。这就决定了政府部门在决策和管理城市时,要统一规划,科学规划,本着“以人为本”原则,努力做到“一城一品”,不求大而怪,而求精而特,提高文化自觉意识和文化使命感。具体说来,要综合考虑城市文化的历史、现在和未来,融历史性、现实性与前瞻性于一体,做到规划高起点,建设高标准,管理高效能,既承袭传统历史文脉,复原历史记忆,又兼顾当下现实需要,与时俱进,还应着眼于文化发展的前沿和未来趋势,具有超前意识,充分体现城市文化建设源于历史而又高于历史的发展理念,规避文化建设中的利益化、低俗化、粗鄙化、趋同化等不良倾向,尤其要防止出现“效仿别人的,却不是别人的,保留自己的,却不像自己的”窘状。

盐城在推进城市文化建设中,突出了海盐文化、生态文化、铁军文化、淮剧杂技文化、汽车文化等地方文化,制定了盐城文化发展的未来规划,为盐城城市文化的提升起到了有力的促进作用。盐城下一步的城市文化规划与建设要重点处理好几个“结合点”(否则,就会成为矛盾):历史与现实的结合、本土与外来的结合、人工与自然的结合、形象与标识的集合、文化与产业的结合,使城市文

化建设与经营文化理念、特色品牌创建密切结合。尤其是在沿海大开发过程中,城市规划如何利用临海的地缘优势和资源优势,打造鲜明的海洋文化特色和独特的沿海城市魅力,则是需要深入思考的。在这个意义上,杨正国先生认为从盐城的历史文化和经济社会发展进程看,盐城必将从海洋走向世界,因海洋走向繁荣,海洋文化比海盐文化更具有统领和包容特质。因此,以海洋文化为载体,更能传承盐城历史文化的精髓,体现盐城城市文化的时代性和先进性,构建新时代的先进城市文化和精神高地^[3]。无疑,这为我们思考盐城的未来发展和找准城市文化定位提供了有益启示,但如何在众多的沿海城市(如青岛、连云港等)中突出盐城海洋文化的个性和特色,则是需要进一步探究的问题。

2. 特色定位,彰显城市建设主题

文化建设与城市发展犹如神与形的关系,文化总是以“神”的身份支配着城市的“形”,“神”即是不同城市之间的文化差异、风格之别,它是城市人身上共有的气味,循着这种独特的气味,城市人可以找到自己的家。城市的“神”的魅力源于城市的文化资源和历史底蕴、城市的地理环境与人文环境,是对市民的理想、信念、价值观等方面的概括和凝练,决定着一个城市的发展取向、发展基调和城市定位。研究城市文化定位,就是对城市文化的历史渊源、现实发展和未来趋势进行探究、考证和预测,确定城市文化的个性和特色,树立城市形象的价值准则。在城市文化定位中,无论是物质文化定位、精神文化定位,还是行为文化定位,最主要的是突出文化建设主题,围绕主题开展城市文化建设活动。其基本要求就是根据城市的自然景观和人文景观特质并结合时代特点,提炼出鲜明的城市主题文化,并将主题文化要素科学有序地配置到城市的经济、文化发展中去,促进各要素的合理流动,形成城市的特殊品格和精神气质,并最终构成城市主题文化的网状系统,避免城市建设千城一面的趋同现象。准确的城市文化定位有助于厘清城市的发展脉络,指导城市建设的未来走向,提升城市的区域知名度,更重要的,它能有效弥补城市化进程中原有“血缘”和“地缘”关系断裂后人与人之间心理寄托的缺位。

“文化作为人类构建的生存系统,是一种动态的形式,是一种总是进行着的人类生存方式。”^[4]就盐城而言,盐城文化既有历史记忆的存

留,又有现代都市的特色,其中,海盐文化饱蘸的刚勇坚韧品性、滩涂湿地对于自然的生态附丽,再加上名人历史遗迹(如施耐庵故里、陆公祠、宋曹故居等)、民俗遗物(淮剧、刺绣等),共同彰显盐城文化建设的特色和主题。借鉴相邻城市的文化定位要求,我们认为盐城文化的总体定位是:以历史文化、民间文化为基础,以海盐文化为核心,以淮剧杂技文化、汽车文化为两翼,以生态文化(滩涂湿地)为趋势,着重体现盐城勤劳坚韧、自强不息、和谐包容、进位争先的总体特征,其中“海盐之城、湿地之都”尤为代表。

3. 优化环境,提升城市文化品味

1898年,英国学者埃比尼泽·霍华德提出“建设田园城市”的主张,认为“城市是人类社会的标志——父母、兄弟、姐妹以及人与人之间广泛交往、互助合作的标志,是彼此同情的标志,是科学、艺术、文化、宗教的标志”^[5]。自然,在这种“美”城中,经济、政治、历史、社会、地理、人口、资源、环境等诸多因素形成一股合力,共同促进了城市文化体系的形成,昭示着建设城市特色文化、展现城市独特情调需要优化城市文化的软件和硬件建设。一方面,加强文化载体建设,使图书馆、科技馆、体育馆、艺术馆、影剧院、文化中心等满足市民文化生活需要;搞好生态文化建设,发展生态旅游,注重建设绿化带、绿化小区和园林景观。在这方面,盐城拥有太平洋西海岸亚洲大陆边缘面积最大、原始生态保持最好的海岸型湿地,目前正以规划建设湿地生态国家公园为重点,全力打造包括丹顶鹤、麋鹿等在内的数个生态旅游经济区。为此,要严格限制破坏生态环境的工业项目建设,使发展生态旅游不以牺牲环境为代价。同时,在城区扩建和改造过程中,不能一味大兴土木,只注重外延的扩张,片面追求建筑的现代化而忽视了文化的现代化。基于此,要树立从文化、景观、生态等角度而非单纯GDP增长的角度认识城市、评判城市的现代城市价值观。

另一方面,加强城市文化软环境建设。城市是文化的容器,文化附着在这个载体之中,是城市的精、气、神。当文化与城市处于一种水乳交融的状态时,城市的个性魅力、文化品位才能得到充分彰显。城市要提升整体形象,发挥巨大的经济效益和社会效益,必须重视文化软环境建设,既包括城市的政策环境、服务理念、管理水平、法律制度、居民意识、劳动者素质等,也包括文化制度、文化

政策、文化观念、文化活动、文化研究等。在这方面,盐城城市文化建设应充分利用历史文化资源,将城市的历史传统、城市标志、城市特色与现代化的要素揉合在一起,增强城市的凝聚力、向心力,提高市民对城市的认同感和自豪感。如通过举办文化艺术节、开设文化论坛、打造文化活动品牌、旅游资源营销等形式,增强城市文化的内涵,营造良好的文化活动氛围;强化海盐文化的普及、宣传和研究工作,凸显非物质文化遗产中海盐文化的特色;通过市徽、市花以及城市地名的确定,发挥市民参与城市建设的积极性、主动性,使城市建设体现出特定的文化意蕴和个性特点,更好地展现盐城的历史文脉;完善文化制度保障,促进文化创新,营造公平、公开、竞争的发展环境,提高盐城这座城市的文化个性和魅力。

4. 加强教育,提升市民文化素养

城市存在的价值何在?城市为何能使人们的生活更美好?归结起来,就是城市能为人们的身体幸福栖居和心灵幸福栖息提供足够的物质空间和必要的文化空间,满足人们日益增长的物质需求和精神需要。诚如亚里士多德所言:“人们为了生活,聚集于城市;为了生活得更好,留居于城市。”^[6]人是万物的尺度,也是城市文化建设的尺度。城市文化建设要确认人在城市中的主体地位,坚持“以人为本”而非“以经济为本”、“以政绩为本”的价值理念,把市民的需求和根本利益作为文化建设的出发点和归宿,让市民充分享受城市发展的新成果。为此,要用崇高的精神去塑造城市人的现代文明,重视城市的人文环境、生态环境和道德环境建设,培育人们具有良好的思想道德修养和科学文化素质。如通过有针对性地开展社区文化、广场文化、企业文化创建活动,“文明市民”、“文明家庭”、“文明街道”的评比活动,抓好市民的社会理想和责任感教育、社会公德教育、开放意识和创新精神教育,树立正确的社会公德观、职业道德观和家庭美德观,形成团结奋进、创业创新的精神品质;通过文化普及、设施改善、提高服务等渠道,引导市民弘扬传统文化,展现和传播优秀民族文化,使生活更有质量、更有品位、更有档次,“自觉意识到自己是一个独立、自由、平等的主体,并且拥有自己不受他者影响的价值理想和不受国家和他人非法干涉的观念体系”^[7]。通过开展科技、书画、展览、讲座等各种载体的主题文化活动,满足城市居民对科技文化的需求,全

面提升市民的道德素养、文化素养和社会文明程度,使由市民书写和传承的城市文化能围绕他们的生存、发展而展开,体现出文化建设旨在关怀人的幸福、爱护人的生命、维护人的尊严、保障人的自由的人文意蕴和积极价值。或者说,也只有提高了人的文化自觉,增强市民对文化建设的关切度,文化建设获得市民的认同和自觉参与管理意识,城市管理者才能有效地管理好、经营好城市。

5. 注重转化,促进文化产业发展

文化创意产业通过借助现代创意技艺,对文化资源要素进行整合、创造与提升,开发包含地方特色文化要素的产品与服务,生产出高附加值的产品。它可以有效地把抽象的文化概念转化为各种商品,把文化价值转变成经济价值,促进地方经济发展,提升地区产业的整体实力。在促进文化与经济的结合、转化方面,可采取以下措施。首先,深入挖掘地方文化资源,发展具有区域特色的文化产业。作为地方特色文化,盐城海盐文化的历史遗存和精髓已经成为盐城的文化表征。我们应充分利用丰富的海盐文化遗存,坚持与其他城市在产业选择上的错位发展,打造富有特色的文化产业观光带,凸显地方文化的引领、带动作用。此外,对董永传说、施耐庵传说、枯枝牡丹传说等富有特色的地方文化进行符号化包装,赋予新的时代内涵,以促进科技、文化和产业的相互渗透。在这一过程中,根据“小创意拓展大创意”的思路,突出创意元素的作用,延长创意价值链,避免对单一资源的过度依赖。例如东台发绣作为地方特色的一项传统手工艺已逐渐成为具有影响力的地方品牌,2009年还获得了“地理标志产品专用标志”保护,但在国内却不如苏州刺绣知名度高,其背后反映了发绣产业发展中的问题,如无序竞争导致

行业内竞相降价,部分发绣产品质量下降;小作坊式生产,产品结构单一,缺乏创意主题;技术人员素质偏低,创意人才匮乏等等,这些都制约着东台发绣的品牌优势开发和可持续发展。突破制约东台发绣发展的“瓶颈”需要在创意设计、品牌效应、市场开发等方面下功夫,引导生产企业通过自创或引进特色品牌、原创品牌、设计品牌,形成发绣的集聚效应,尤其要突破传统技艺所依附的文化束缚,通过捕捉传统技艺创作灵感,将新的文化元素注入传统技艺之中,增强产业持续创新能力,构建集文化价值与资本价值于一体的发绣文化品牌^[8]。

其次,建立和扶持一批文化产业基地和创意园区,引导分散的资源 and 项目尽可能向园区集中,壮大发展规模,形成独具特色的产业群体,发挥产业聚集的溢出效应作用。在引导各集聚区产业发展过程中,要注重提高自主创新能力,实现错位发展,避免同质化竞争与过度竞争现象的出现,使之健康有序推进。近年来,盐城市政府加快骨干文化企业和文化创意园区建设,以大市区为中心,建成了文化软件园和文化产业园,形成内港湖观光文化、串场河海盐文化、先锋岛传统文化和东进路休闲娱乐、迎宾路电子软件销售一条街等五大产业聚集区,辐射带动全市文化产业的快速发展。但仅此还远远不够,一方面要巩固现有文化产业园建设,扩大园区示范效应;另一方面还要科学规划专业文化园区建设,吸引更多科技含量高、产品附加值高的新兴文化项目落户盐城。第三,完善文化产业的市场发展环境,建立一个比较完整、科学的文化市场体系^[9]。在这一过程中,强化政府的调控引导、知识产权保护、资金支持,以及大力实施人才战略等可为文化产业的发展营造良好的创新和创意环境。

参考文献:

- [1] 曹爱生. 盐城城市文化建设中应凸显海盐文化特色[J]. 盐城工学院学报:社会科学版,2012(1):1-5.
- [2] 汪寿松. 论城市文化与城市文化建设[J]. 南方论丛,2006(3):101-105.
- [3] 杨正国. 从海盐走向海洋——浅谈沿海发展与盐城城市文化[J]. 群众,2009(9):38.
- [4] 余达忠. 自然与文化原生态:生态人类学视角的考察[J]. 吉首大学学报:社会科学版,2011(3):57-62.
- [5] [英]埃比尼泽·霍华德. 明日的田园城市[M]. 金经元,译. 北京:商务印书馆,2000:9.
- [6] 王旭晓,王敬川. 宜居城市与城市文化建设[J]. 中国人民大学学报,2010(6):123-129.
- [7] 曾军. 市民化进程与城市文化传承[J]. 学术界,2007(4):20-27.
- [8] 蒋继华,陈法金. 地方文化创意产业发展路径分析——以盐城地方文化创意为例[J]. 淮海工学院学报:社会科学版,2011(20):1-3.
- [9] 杜英. 当前城市文化建设中存在的问题及对策[J]. 佳木斯大学社会科学学报,2010(5):23-25.

(下转第 34 页)

- [9] 佚名.《中央人才工作协调小组关于实施海外高层次人才引进计划的意见》答记者问[EB/OL].(2009-01-07)[2012-12-16].http://news.xinhuanet.com/newscenter/2009-01/07/content_10620815.htm.
- [10] 沈荣华.人才引进与保持[M].北京:党建读物出版社,2008:11-12.
- [11] 董学清.“海归”从政亟需接口[J].瞭望,2009(26):54.

The Preliminary Studies on Overseas High-level Talents Participating in Government Affairs

WU Wei¹, CHEN Jing-yuan²

(1. Research Center for Science, Technology and Education Policy of Zhejiang University, Hangzhou Zhejiang 310027, China;
2. Tianjin EV Energies Co., Ltd., Tianjin 300380, China)

Abstract: Overseas high-level talents have the outstanding characteristic of high-level comprehensive quality, widespread overseas contact and powerful I&E ability. Their participation in government affairs will play an immeasurable role in promoting transformation of government functions, improving working efficiency and overall quality of the civil service. There are many serious system obstacles in participating in government affairs for overseas high-level talents in our country. Running through the flow channel effectively from off-system to in-system and differentiating between politics officer and affairs officer is the key in participating in government affairs for overseas high-level talents.

Keywords: overseas high-level talent; returnees in politics; off-system; in-system

(责任编辑:李 军)

(上接第22页)

Strategic Thinking on the Urban Cultural Construction of Yancheng

JIANG Ji-hua

(School of Humanities, Yancheng Institute of Technology, Yancheng Jiang 224051, China)

Abstract: Urban culture is the soul of a city, which has important sense for its development. Yancheng regional culture has outstanding advantages, but lack an overall cultural localization and the characteristics of cultural brand; tourism cultural construction is obvious, but the cultural marketing and the city image communication lag; urban cultural construction obtained great progress, but the cultural operating mechanism is not perfect, the "people-oriented" concept should be strengthened further; the development of cultural industry already have a certain base, but scale is not large, lead is not strong. Based on this, Yancheng urban cultural construction is the focus of scientific planning to promote the orderly development of city culture; characteristic orientation to highlight the theme of urban construction; optimizing an environment to promote city cultural taste; strengthening education to raise the cultural consciousness; focusing on transformation to promote the development of cultural industry.

Keywords: Yancheng; urban cultural construction; the culture of sea salt

(责任编辑:李 军)