

盐城地域文化与文化产业发展研究

王登佐

(盐都区图书馆,江苏 盐城 224000)

摘要:盐城已形成“四色”为主的鲜明、独特的地域文化,底蕴极深厚。在对盐城地域文化产业发展现状深入分析的基础上,积极探索盐城地域文化发展的新路径:创新三个机制,打造三个平台,加大三个力度,努力形成并发挥盐城地域文化的凝聚力、渗透力和引领力,使盐城地域文化的软实力转化为文化产业发展的硬实力,进而大力提升城市竞争力,促进城市、经济发展。

关键词:盐城地域文化;文化产业;发展

中图分类号:G114 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-5092(2016)03-0007-05

盐城历史悠久,地域文化底蕴深厚,历经数千年的传承发展,逐步形成了蓝色海洋文化、红色铁军文化、白色海盐文化、绿色湿地文化“四色”为主具有鲜明特色的盐城地域文化,是历代盐城人智慧的结晶。通过盐城地域文化的保护、开发和利用,既可以为盐城城市、经济、文化发展开辟和拓展新的空间,又可以充分发挥其凝聚力、渗透力和引领力^[1],借此促进盐城文化产业的迅猛发展,为盐城的经济社会全面协调可持续发展作出重要贡献。

一、盐城地域文化探析

1. 盐城地域文化的由来

盐城位于北纬 32.85°~34.2°和东经 119.57°~120.45°之间,沿海北起灌河入海口,南抵东台南坝港,全长 582 千米。地处中国沿海中部,位于“一带一路”中心区域,是沪、宁、徐三大都市圈 300 千米辐射半径的交汇点,北邻新亚欧大陆桥东方桥头堡连云港,与日韩隔海相望。具有对接上海、融入长三角的区位和地缘经济优势,拥有盐城港和盐城机场两个国家一级口岸。盐城历史悠久,境内有新石器时代遗址,在商周时为淮夷地,周时属青州,春秋时属吴,后属越。战国时属楚,秦代时属东海郡。西汉元狩四年(公元前 119 年)因盐置盐渑县。盐城历来是全国最重要的海

盐产区;新四军在盐城重建军部,成为抗日名城;因面临黄海,受大海的馈赠;广袤的沿海滩涂湿地,是当今旅游胜地。历经数千年传承发展逐步形成了盐城蓝色海洋文化、红色铁军文化、白色海盐文化、绿色湿地文化等具有鲜明特色的“四色”盐城地域文化。从某种意义上说,盐城发展史就是一部海洋开发史。盐城地域文化始于中华史前文明,盐城历经史前文明时期、距今 5000 年至春秋战国时期、春秋战国至清末民初、民国初年至 20 世纪 80 年代、20 世纪 90 年代至今等五次大开发而发展^[2]。

2. 盐城地域文化内容丰富,特色鲜明

(1) 盐城红色铁军文化

盐城作为革命老区,早在 20 世纪 20 年代,就建立起中国共产党的基层组织;20 世纪 30 年代,胡乔木等一批共产党人经过艰辛努力,通过办报等形式宣传革命真理;20 世纪 40 年代,东进北上的新四军与南下抗日的八路军在大丰白驹狮子口胜利会师之后,在海安成立华中总指挥部。1941 年初皖南事变后,中共中央在盐城重建新四军军部。后又相继在盐城成立了中共中央华中局、中央军委新四军分会、中华党校、抗大五分校、鲁艺华中分院、江淮银行等组织,刘少奇、陈毅、黄克诚、粟裕、叶飞、张爱萍、洪学智、曾山等一大批老一辈无产阶级革命家都曾在这里战斗过和生活

过,盐阜大地到处都留下了他们光辉的足迹,盐城迅速成为华中敌后的政治、军事、经济、文化中心,在中国革命历史上写下了彪炳千秋的光辉篇章。新四军的“铁军”精神以及丰富多彩的根据地文化,共同融合而成盐城所独有的厚重的“红色文化”资源,它不仅包括一大批标志性纪念设施,更积淀了深厚的老区精神。

(2) 盐城白色海盐文化

盐城因盐而得名,盐城的盐业伴随着草煎盐业的兴起而兴起。盐城早在战国时即产盐,《史记·货殖列传》称盐城为“东楚有海盐之饶”。汉武帝元狩四年因盐置盐渑县时,即设盐铁官署管理盐铁生产。晋时,盐业繁盛,环城皆为盐场,唐时设有盐城监。宋范公堤的修筑,保障沿海煎盐生产。元末,盐业生产因战乱一度收缩。明清时,盐业再度兴盛。清末民初,沿海废灶兴垦。至20世纪50年代末,煎盐基本废除。盐城目前仍是全国最重要的海盐产区,盐城的盐文化涉及盐业管理、盐业生产、盐业经销、盐业储运等各个方面,因而有着重要的保护开发和研究价值。

(3) 盐城绿色湿地文化

盐城拥有太平洋西岸最广阔的沿海湿地,总面积为683万亩,占江苏省滩涂总面积的70%以上,占全国滩涂面积的七分之一,是亚洲大陆边缘最大的沿海泥沙淤质滩涂湿地。盐城沿海湿地南涨北蚀。西处里下河地区腹地的湖荡湿地,河流纵横,湖泊众多,大纵湖、九龙口、马家荡等湖泊水域面积达数百平方千米,是典型的泻湖型湖泊。盐城湿地面积大,生物多样性丰富,生态宜人。滩涂土地和生物资源丰富,生态地位重要,是我国最大的后备土地资源。盐城湿地自然风光十分秀丽,有整体的和谐美。盐城湿地拥有巨大的近海辐射沙洲,拥有三种国家级珍稀动物,盐城麋鹿自然保护区和盐城丹顶鹤自然保护区是两个国家级的著名自然保护区。

(4) 盐城蓝色海洋文化

盐城海洋文化历史悠久、内容丰富,盐城发展史就是一部海洋开发史。中华文明带有盐城海洋文化明显烙印,盐城海洋文化是中华文明的文化基因之一。据考古调查及相关文献的记载,尤其是地下文物的陆续出土,可以推断:盐城市曾经历了几次海侵海退的沧桑变化,其最后成陆的时间约在距今五、六千年的新石器时代。盐城先民正是在这样的恶劣环境下劳动、生息,创造了原创、

冒险、开拓的史前盐城海洋文化。尽管此时的历史发展链条还比较模糊,还不够具体,但大体的和合理的脉络应该是“黄河文明”,是沿海包括盐城在内的东夷海岱文明从黄河下游向中上游的延伸和推进。盐城海洋文化始于中华史前文明,随着盐城海洋五次大开发而发展。

二、盐城文化产业发展现状分析

1. 文化体制亟待改革

盐城现有的文化体制机制已不能适应市场经济运行规律,对盐城地域文化产业发展已起不到推动作用,甚至拖文化产业发展的后腿。政府办文化的色彩仍然很浓,政企不分,政资不分。如某区文化艺术中心财政投入两个多亿,交付后演出团体没有接待过几个,既无社会效益,又无经济效益,政府每年还要投入几百万元维持经费。本该由市场调节的会展演出业,由政府大包大揽,后果可想而知。笔者认为除了图书馆、博物馆等公益性事业单位外,经营性文化单位应尽快尽早走进市场,管办分开,不要既当裁判员又做运动员。完善盐城文化市场准入和退出机制,鼓励和支持各类文化企业从事国家法律法规允许经营的文化及相关产业,引导社会资本以各种形式投资文化产业。支持民营文化企业参与文化产业项目和文化产业园区(基地)建设。加快建立健全现代企业制度、建立市场化运营机制,完善法人治理结构,科学确定内部架构设置、职工薪酬管理、目标绩效考核及人员优化配备方案,进一步规范企业经营行为,以此激发文化产业改革发展的活力,不断增强市场竞争力,在市场的风浪搏击中茁壮成长^[3]。

2. 人才队伍极其匮乏

文化产业发展离不开人才,盐城文化产业人才短缺,严重制约了文化产业发展。目前尤其缺乏文化创意领军人才和具有战略眼光、懂得国际游戏规则,熟悉市场运作的文化经营管理人才。究其原因主要是盐城文化产业起步较晚,大多数文化企业都照搬过去的方法,重资金、人脉、场所、基础建设等,没有认识到人才的重要性。受传统的计划经济影响,盐城文化机制体制不完善,等靠要思想严重。从业人员工作的积极性、主动性、创造性严重缺乏。文化产业人才留不住,能力强的人才纷纷到北京、上海、广州等大城市发展。没有梧桐树,无法引得凤凰来。教育做得不到位,产学

研脱节,学校培养的人才不适应市场^[4]。

3. 科技含量明显偏低

盐城文化产业科技含量普遍不高,缺乏创造性,没有自主知识产权的拳头产品,大多数是模仿生产、代工等。盐城不少文化企业都是由原来的事业单位改制而来,如江苏省淮剧团有限公司、盐城市新华书店、盐城市网络有限公司等,企业的发展不是靠市场,而是沿袭了计划经济时代的思维模式,依靠政府、领导、人脉等。没有充分的认识到文化产业的发展应该靠人才,靠高新技术、靠市场。科技创新、人才是关键。国际一流的科学大师、科技领军人物,可以带出高水平的创新型科技人才团队,创造出世界领先的科技成果,引领更具有活力的新兴产业。盐城的文化企业如果不从盐城制造向盐城创造发展,后果不堪设想。

4. 运行资金严重短缺

盐城从事文化产业的企业大多数都是小企业,运行资金严重短缺。现有的文化产业引导资金投入、立项、用地、税收、信贷、融资、社会保险等方面政策还不够完善。投融资体制机制亟待创新,各种类型银行、产业基金、风险投资等,对垄断项目和大型知名企业青睐有加,而对盐城中小文化企业不感兴趣,认为投资风险大,投资回报低,甚至会血本无归。盐城的中小文化企业,无论在企业规模、企业信用、企业法人制度、企业内部管理方面,都难达到金融机构的要求。从而导致大多数盐城文化企业融资无门,企业无法发展壮大,难以发展壮大的文化企业更难融资,这样就陷入恶性循环。盐城的文化企业如果不解决融资问题,想要有大的作为是难上加难。

三、探索盐城地域文化产业发展新路径

1. 创新三个机制

(1) 创新盐城地域文化管理运行体制机制

习近平指出,深化经济体制改革,核心是处理好政府和市场关系,使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用。这就要讲辩证法、两点论,“看不见的手”和“看得见的手”都要用好。关键是加快转变政府职能,该放给市场和社会的权一定要放足、放到位,该政府管的事一定要管好、管到位^[5]。盐城现有的文化管理运行体制机制严重束缚文化产业发展,政府办文化、管文化的色彩较浓。体制机制问题关乎全局和基础,要坚决破除体制机制障碍。要实行管办分开,该管

的管,该放的放。政府应该为文化企业提供一个公开公平公正、充分竞争的平台,要在项目立项、用地、税收、信贷、融资、社会保险、职称评定、文化产业引导资金等方面提供优惠政策,健全激励机制。

(2) 创新盐城地域文化产业投融资机制

要积极实施市场化运作,提高盐城市文化产业投融资水平。采用文化项目和文化产品的投贷组合融资模式,收入质押创新模式,网络化、社会化高度协同的投融资模式。政府、银行、专业的文化产业投资基金和市场研究机构、保险公司共同合作的方式,从市场调研到风险评估、从政府项目和版权备案到运营保险、从创作机制到市场营销,在各方面进行一系列结构化的设计,从而发挥各方作用,分散风险并各取收益^[6]。设立盐城市文化产业投融资基金,对盐城市文化产业的发展与运营给予专项资金支持。引导社会资本以各种形式投资文化产业。

(3) 探索盐城地域文化产业的技术创新机制

盐城市要在“互联网+”的背景下,积极发展基于网络的文化产品,推动文化生产方式、消费方式和服务方式创新。加快引进一批新兴文化业态,在土地使用、资金投入等方面给予支持。鼓励和扶持文化创客,推动大众创业,万众创新,加强对小微文化企业的培育和扶持,促进文化领域创新创业。大力推动文化创意设计与装备制造业、旅游业、农业和体育产业等深度融合,提升文化产业发展综合效益。推进制度创新、管理创新和技术创新,实现由产业扩张向产业升级转变,促进文化资源优势转变为文化产业经济优势。加大力度引进亟需的科技人才、先进的技术设备,提高科技含量。设立盐城市科技创新专项风险投资基金,加大对文化企业进行技术创新和产业升级的资金投入力度。打造文化产业创新平台,加大研发力度,从盐城制造向盐城创造迈进,走出自己的发展创新之路。

2. 打造三个平台

(1) 打造盐城地域文化产业人才平台

打造盐城地域文化产业人才平台,实施校企对接,探索“厂中校”“校中厂”模式、“产学研”一体化模式,大力培养盐城地域文化产业管理人才、理论研究人才、市场营销人才等,为盐城地域文化产业科学发展提供智力支持和人才保证。加大紧缺领军文化人才引进力度,优化人才引进的政策

环境和文化环境,完善激励机制,对作出突出贡献的领军人才给予重奖,在住房、职称、家属安置等方面实施绿卡政策,放大激励效应。构建多元人才投入机制,加大政府引导投入,强化企业主体投入,鼓励社会参与投入。近几年来,盐城已先后引进国家“千人计划”专家100人、海归人才1000多名、双创“领军”人才800多名,入选省“双创计划”、省“双创团队”、省“博士集聚计划”连续3年名列苏北第一^[7]。

(2) 打造盐城地域文化产业研究平台

盐城地域文化产业学术研究水平的提高,需要各级政府大力支持,提供充足的资金与研究力量,聘请国内外专家、学者、教授等。深挖盐城地域文化及文化产业内涵,延伸研究领域,丰富研究内容,撰写高质量的学术论文,在国内外学术界形成一定的影响;成立盐城地域文化研究会,充实本地研究力量。加强盐城考古队伍的建设,通过对盐城地域文化物质非物质遗存进一步普查,发现新的盐城地域文化遗存。创办高水平的学术期刊,提高整体业务水平,创办盐城地域文化产业网站。定期召开盐城地域文化产业学术研讨会,促进盐城地域文化产业研究水平进一步提高^[8]。

(3) 打造盐城地域文化产业宣传平台

要拓宽宣传推介渠道,有针对性地开展网上推介、媒体推介、会展推介以及专题推介、定向推介等多种形式的推介宣传活动,积极打造盐城地域文化产业宣传平台。盐城地域文化产业发展要坚持舆论先行,实现向各类人群、媒体、公共空间、宣传文化阵地的全面覆盖。积极拓展微博、微信、微视、微电影、手机客户端等网上传播平台,充分运用各类文艺作品和群众性文艺活动。建设一批主题公园、街道、小区、广场,营造浓厚社会氛围。盐城市着重打响旅游品牌,先后在央视《新闻30分》《朝闻天下》《走遍中国》以及北京、上海、南京高铁站、首都机场、沪宁高速、盐徐高速、沿江高速等进行城市形象宣传,与新浪江苏、凤凰江苏、人民网、腾讯、同程等5家主流网络媒体合作营销,开通盐城城市问候语短信等。“盐城,一个让人打开心扉的地方”叫响大江南北。

3. 加大三个力度

(1) 加大打造盐城地域文化品牌产品力度

盐城红色铁军文化、盐城白色海盐文化、盐城绿色湿地文化等四色盐城地域文化内涵丰富。白色象征海盐历史永续,红色象征着革命岁月峥嵘,

绿色象征着湿地自然恩宠,蓝色象征着盐城文化继往开来。盐城市文化旅游事业,以此作为品牌,推进旅游业发展不断取得新的成效。中华麋鹿园成功创建为国家级5A级旅游景区,大纵湖和九龙口旅游度假区成功创建为省级旅游度假区。盐都区被命名为江苏省乡村旅游创新发展示范区,大丰荷兰花海和盐都泾口生态园成为首批江苏省乡村旅游创新项目。以东台甘港村、盐都杨侍村为代表的“38朵金花”奏响了乡村田园组歌,乡村旅游集群发展格局已经形成。盐城市在建的72个重点旅游项目中,2016全年将完成投资147亿元,同比增长97.26%。盐城市2015接待游客2282万人次,同比增长13%,实现旅游收入227亿元,同比增长13%。入境游客数量增幅全省第一^[9]。以此为契机,把盐城地域文化资源进行合理有效配置,使资源优势转化为产业优势。利用盐城地域文化品牌效应,促进发展盐城文化服务业和文化贸易业,巩固提升文化制造业,加快文化产业结构调整 and 转型升级。

(2) 加大盐城地域文化注册商标战略力度

盐城市要从实际出发,大力实施盐城地域文化注册商标发展战略。强化对商标注册和名牌商标培育的指导服务,促使更多的名牌商标脱颖而出。坚持把商标注册作为实施商标战略的一项基础性工作来抓。对已具备一定生产规模和市场潜力的产品,指导生产经营者及时办理商标注册;坚持把文化企业创名牌商标作为实施商标战略的关键环节来抓。积极向企业宣传名牌商标的评审标准、申报条件、认定过程等知识;大力推进企业应用高新技术改造传统产业,加快高新技术的产业化和国际先进标准的采用,提高产品的技术含量和市场竞争能力;引导文化企业加强对商标的形象宣传和广告宣传,不断扩大名牌商标产品在国内外市场的知名度。积极开展知名商标认定和驰名、著名商标推荐申报工作。依靠技术进步,加强质量管理,提高文化企业创名牌商标的能力积极发展壮大名牌商标,充分发挥名牌商标对经济发展的支撑和带动作用。

(3) 加大盐城地域文化知识产权执法力度

加大盐城地域文化知识产权执法力度,认真履行商标监督管理的职能,积极开展打假行动。工商、文化、公安、海关、检察院、法院、司法等部门要加强协作,严厉打击假冒文化企业注册商标专用权的违法犯罪行为,及时有效地保护文化企业

商标权益。加大典型案件的查处力度,震慑违法犯罪分子,盐城地域文化品牌才会有发展余地。要为文化企业实施商标战略提供优质服务,在政府的统一领导下,文广新、发改委、经信委、财政、质监、民政、规划、城管、农委、科技、金融等有关部门协调配合,充分发挥各部门的职能作用,齐抓共管,共育共培,为文化企业培育发展名牌商标当好参谋、搞好服务。盐城市加大知识产权工作力度,在全省率先设立市政府专利奖,强化对科技型中小企业知识产权知识的培训和服务,建立了知识产

权维权中心,积极保护中小企业创新权益,2014年申请专利 19944 件,同比增长 19.5%。

盐城地域文化产业发展是一项系统工程,涉及面广,是一项长期工作,牵涉方方面面,不可能立竿见影,要分步实施。积极探索盐城地域文化产业发展新路径:创新三个机制,打造三个平台,加大三个力度。盐城地域文化的软实力可以转化为文化产业发展的硬实力,充分发挥其凝聚力、渗透力和引领力,提升城市竞争力,促进城市发展。

参考文献:

[1] 张瑞芹. 生态文明建设与经济发展协调性研究——以盐城湿地资源的保护开发为实证[J]. 盐城工学院报(社会科学版),2015(2):1-5.

[2] 陈玉林. 盐城沿海开发与城市文化建设[M]. 南京:江苏人民出版社,2012:128-129.

[3] 陈辉. 拓展盐城空中通道建设沿海中心机场[N]. 盐城晚报,2016-01-18(A2).

[4] 黄永林. 文化产业人才培养存在四大问题[EB/OL]. (2010-01-09)[2016-01-19]. <http://finance.sina.com.cn/hy/20100109/14247218991.shtml>.

[5] 习近平. 保持锐意创新勇气蓬勃向上朝气[N]. 扬子晚报,2016-03-06(A2).

[6] 刘德良. 创新文化产业投融资模式[EB/OL]. (2013-02-21)[2016-01-21]. <http://theory.people.com.cn/n/2013/0221/c49165-20552546.html>.

[7] 臧冲. 大力培育科技型中小企业打造经济发展强引擎[J]. 黄海学坛,2015(3):16-17.

[8] 王登佐. 基于盐城红色文化保护开发的几点思考[J]. 盐城工学院学报(社会科学版),2014(2):1-5.

[9] 新华日报. 盐城 2015 年接待游客 2282 万人次同比增长 13% [EB/OL]. (2016-01-01)[2016-01-26]. <http://www.js.chinanews.com/yc/news/2016/0101/27430.html>.

Research on Regional Culture and Cultural Industry
Development in Yancheng

WANG Dengzuo
(Yandu Library, Yangcheng Jiangsu 224005, China)

Abstract: Yancheng has formed a unique regional culture, which is profound in content, with four mainly typical characters. On the basis of deeply analyzing the situation of Yancheng's regional culture industry development, the thesis actively explored the new path of Yancheng's regional cultural industry development. That is, creating three innovation mechanisms, building up three platforms, stepping up three efforts. Trying hard to form and develop the cohesion of Yancheng regional culture, permeability and leading force, converting the soft power of Yancheng regional culture into hard power of development of cultural industry, and promoting raising the urban competitiveness, promoting the development of urban economy.

Keywords: regional culture of Yancheng; cultural industry; development

(责任编辑:陆 勇)