

# 新兴城市文化形象与品牌塑造研究——以盐城为例

戴旋

(盐城工学院设计艺术学院,江苏盐城 224051)

**摘要:**城市文化品牌对城市未来发展起着至关重要的作用,从设计层面分析盐城城市文化现有资源,凝练城市文化精神;从物态文化层面提出规划、景区推介、现有休闲公园再改造,探索塑造盐城文化形象;从物质文化层面,研究地方产业与文化关系,把盐城特色产业、现代产业融入盐城城市文化建设中,塑造和铸就城市文化形象与品牌。与此同时还必须注重盐城城市文化价值观的培育,创建独特的盐城城市文化。

**关键词:**新兴城市;城市形象;品牌

**中图分类号:**F299.21

**文献标志码:**A

**文章编号:**1008-5092(2020)02-0008-03

城市的核心竞争力既体现在经济和科技发展水平方面,也体现在城市文化和品牌影响力方面。城市之间的竞争已不再单纯依靠产业竞争,日趋演变为产业和文化融合的综合竞争,城市文化品牌对城市未来发展起着至关重要的作用。一座新兴城市理应拥有自己独特的文化形象和文化品牌。如果没有鲜明的城市文化形象和文化品牌支撑,这座城市必定缺乏色彩和灵魂,其经济和社会发展也必定受到制约。盐城是一座古老而又新兴的城市,是新四军重建军部所在地,是长三角城市群北翼生态城市和淮河经济带出海门户。盐城正在快速发展,研究盐城的城市文化形象和文化品牌塑造势在必行。

## 一、从设计层面提炼盐城城市文化形象

一座城市就是一座有形的、人的生活空间,在这空间里,也包含无形的、但是可以通过人的活动体现出来的文化痕迹。有形可分为市容、市貌,即城市的视觉形象。无形的包括政府的廉洁与否、城市各职能部门职业道德水平高低、广大市民的素质高低、生活理念和行为等。城市有形因素与无形因素共同构建了城市文化形态。一座新兴的城市必然承载历史,反映城市的历史风貌。一座

新兴的城市也展示现实,反映现实生活中人们的心理状况。一座新兴的城市必然要顺应时代发展,同时也在不断创造新的文化。因此文化可以显示一座新兴城市的精神气质和内在魅力。

### 1. 盐城城市文化资源现状

盐城是我国东部沿海开发较早的地区之一,具有两千多年的历史传统文化,文化资源丰富,主要包括红色新四军文化、绿色生态文化、独特的海盐文化和特色产业文化。这四种类型的文化与全国各地城市或多或少都有相同之处,如镇江茅山与新四军历史有关,绿色理念更是诸多城市在打造文化品牌中注重的要素,海盐文化与扬州也有交叉重叠之处。盐城具有起亚汽车、光伏等特色产业,但是汽车、光伏都不是盐城独特的产业,只是具有优势的产业,因此每一方面都不能形成盐城城市文化特色。因此我们要从盐城现有文化资源入手,对四种类型的文化进行提炼整合,凝练具有盐城城市文化特色的文化品牌。

### 2. 盐城城市文化资源分析

新四军文化属于革命历史文化,属于红色文化。盐城是新四军重建军部所在地,新四军当年转战盐阜大地,与盐城人民结下了鱼水深情。新四军精神又称为铁军精神,包含高度纪律性、无私

**收稿日期:**2019-08-18

**基金项目:**盐城市政府社科奖励基金项目(19szfsk157)。

**作者简介:**戴旋(1970—),男,江苏阜宁人,讲师,硕士,研究方向:当代电影文化与艺术。

奉献精神、全心全意为人民服务精神。如今在经济社会建设过程中如何进一步弘扬新四军精神,如何让新四军精神成为盐城经济社会发展的精神动力资源,需要认真探索和研究。在建设盐城城市文化过程中,要让新四军精神成为盐城城市文化的内核。绿色生态文化是每一个城市都重视的文化要素,盐城黄海湿地申遗成功,成为全球第二块潮间带湿地遗产,这是盐城独有的,丹顶鹤和麋鹿是盐城独有的,具有本土文化资源的性质,在盐城城市文化建设过程中我们要围绕丹顶鹤和麋鹿生态环境的保护和开发利用,创建盐城城市文化品牌。盐城名义上是一个海滨城市,拥有江苏最长的海岸线并由此形成了独特的海盐文化,其中东台的发秀、滨海的草柳编是重要的非遗文化。而盐城的淮剧艺术、建湖的杂技艺术是独具特色的曲艺文化。淮剧也叫“江淮戏”,是江苏一种重要的地方戏。淮剧发源于苏北淮河流域,流行于江苏、上海和安徽省等部分地区,尤其盛行于盐城地区。建湖是中国杂技发祥地之一,以独特的汉族文化风格和精湛的艺术技巧而饮誉中外,与河北吴桥、山东聊城杂技齐名。

### 3. 盐城城市文化精神凝练

城市文化精神是城市文化建设中的重要环节,目前很多城市在凝练文化精神时一般围绕传统与现代结合,在打造国际化大都市等方面做文章。这些做法有可取之处,但是如果没有与城市自身文化资源相结合,那么城市文化建设过程必然流于空乏,成为无源之水,无本之木。因此在凝练城市文化精神时既要立足城市现状,立足现有文化资源,又要恰当把握好分寸,体现城市文化特色和未来发展方向。如爱丁堡城市口号是“爱丁堡是一座建立在文学之上的城市,它的城市精神是为世界读者提供最丰富的精神食粮”,爱丁堡城市文化精神一目了然。再以广州为例,“千年羊城,南国明珠”鲜明地显示出广州城市的鲜明个性和特色。盐城市文旅局征集到的盐城城市形象口号比较好的有:“盐”绎精彩,“城”就未来——绿色盐城欢迎你;畅游盐城,心想事成;鹤舞中华,鹿鸣天下——中国·盐城。前两个有点泛化,后一个过于狭窄。盐城有铁军脚印,有鹤舞鹿鸣,更有独特的滨海湿地遗产,也是淮剧杂技之乡,也有特色汽车和光伏产业,在凝练文化精神时既要避免面面俱到,又要避免简单地以偏概全。凝练城市文化精神有难度,但是只要集思广益,总

会提出合乎城市特点的创意口号。如笔者的创意口号是:“鹤祥鹿瑞,盐韵军魂,开放的盐城我的家!”

## 二、从物态文化层面探索盐城文化形象

物态文化是人们生产活动方式和产品之和。物态文化是可感知、可接触的实体文化事物,如建筑、交通工具、服饰等。盐城是一座古老而又年轻的现代城市,市郊具有丰富的物态文化要素,旧盐城就有盐城八景之说,对盐城物态文化进行分析概括非常必要。

### 1. 以规划凸显盐城城市文化特色

要认真梳理盐城历史文脉、城市发展轨迹,正确处理现代城市建设与传统历史文化保护的关系,把盐城文脉有机地融入盐城城市规划和城市建设当中,这样才能在老城区改造和建设新城区过程中构建“水、绿、文、城”浑然一体的现代特色城区。如正在建设的范公堤组团和南海未来城核心区和南海公园,在规划与设计过程中要考虑把盐城文化元素融入项目规划之中,凸显盐城生态环境中的湿地、丹顶鹤、麋鹿、新四军文化、产业等元素,让新城项目能够体现盐城城市地域景观和文化特色。

### 2. 以盐城城市景区推介城市文化

盐城虽然是一个滨海城市,但是大海却不能成为盐城旅游资源,盐城的海岸都是泥质沙滩,海水水域不深,并且浑浊,只适合水产养殖,不具备旅游开发价值。历史上盐城并非是一个烟柳繁华城市,因而盐城缺乏人文景观,旧盐城无论是雅文化还是俗文化资源都相当缺乏。因此从城市定位来看盐城并不是一个具有丰富旅游资源的城市,但是这并不等于盐城旅游资源一无所有。改革开放四十年来,特别是近十几年来,盐城也打造了一批旅游景区,这些旅游景区带有盐城城市文化品质和特征,部分地满足了盐城市民的休闲要求,对提高人民生活水平起到了重要作用。重点项目有新四军军部重建旧址、盐渎公园、人民公园、古盐渎水街、新四军纪念馆、海盐博物馆、盐城市博物馆、盐城市迎宾公园、盐城杨侍水上乐园、大洋湾景区、荷兰花海、千鹤湾景区、陆公祠、枯枝牡丹园、施耐庵故居等。“一栋继承下来的有历史文化意涵的建筑物其早期设定的价值可能是其‘纯经济价值’,然而,如果其内涵能够表现文化资本性价值,它必然因具有历史文化价值而表现为刚

性的价格趋势与功能,如南京的民国建筑、天津的洋房、上海的石库门、扬州的盐商老宅所表现出的文化资本性就具有典型性。”<sup>[1]</sup> 值得一提的是还有盐城市科技馆、盐城市气象科普馆等科普博物馆,对培养青少年科普兴趣大有裨益。还有一些离市区一二小时车程的景区如金沙湖、月亮湾、九龙口、乔冠华故居、黄尖牡丹园、大纵湖景区等都可以以某种方式纳入盐城城市文化建设中。这些景区带有鲜明的盐城特色,只要通过有效宣传,并采取适当的营销方式,就可以吸引广大市民游览观光,通过观光自觉培养对盐城城市的认同感。

“像任何其他商品一样,‘文化’风景具有带动产业其他商品可能性。”<sup>[2]</sup> 城市文化首先要做到让本地人接纳和认同,建设目的首先要使当地市民收益,否则城市文化建设就失去了意义,在此基础上通过互联网推送方式,以最优惠的价格吸引各地游客,以推介盐城城市文化形象,创建盐城城市文化形象品牌。

### 三、从物质文化层面探讨产业与城市文化融合

文化与产业之间关系非常密切,任何一个城市都可以在产业当中找到凝练文化的要素。这就是文化的根。盐城在进行城市文化建设过程中“要有‘根’的意识,保护本土历史文化遗产。”<sup>[3]</sup>

#### 1. 传承地域产品文化

盐城具有两千多年的历史,生活在盐阜大地上的人民创造了独具地方特色的文化产品,如东台发秀、射阳六段发秀、伍佑老虎鞋、滨海草柳编等,这些产品本身就具有文化内涵,这些行业的产品就是实实在在的地域文化。

此外,盐城还有丰富的土特产文化,如伍佑醉螺、伍佑糖麻花、阜宁大糕、益林酱油、滨海何首乌、硕集姜氏卜页、滨海界牌小花生、上冈草炉饼、九龙口大闸蟹、大纵湖大闸蟹、响水牛蒡、滨海香肠、滨海猪头肉、戚桥“歪子”茶干、建阳米饭饼、

白驹三腊菜、富安酥儿饼、秦南水牛肉、东台麻虾酱、张庄藕粉圆等。要以优惠的政策鼓励有关投资者、创业者对这些土特产进行投资开发,尽可能打造盐阜土特产产业链。以嘉兴五芳斋粽子为例,五芳斋系列食品在大江南北产生了广泛影响,一个产品就提升了嘉兴城市文化形象。实现盐城土特产产业化可以推动地方经济发展,提高经济效益,也可以借助土特产文化塑造和推介盐城城市文化品牌。

#### 2. 打造盐城产业文化品牌

2018年中国政府与韩国通过协商达成了共识,共同建设中韩产业园,目前在江苏省盐城市、山东省烟台市、广东省惠州市分别设立中韩产业园,这对盐城的发展将起着不可估量的作用。盐城中韩产业园重点发展汽车、电子信息、新能源装备等产业,同时积极发展临港产业和现代服务业。盐城中韩产业园产业特色鲜明,也代表盐城未来产业发展方向,盐城市委市政府宣传部门要与中韩产业园入园企业文化机构展开合作,融合盐城现代产业文化打造盐城城市文化形象品牌。“江苏光伏看盐城”,盐城光伏产业在江苏乃至全国具有一定影响和地位,但是不少盐城人却知之甚少,说明我们的产业宣传还没有到位。盐城一定要以共建中韩企业园为契机,一方面做实企业经济发展,推动盐城经济社会发展,另一方面要做好企业文化推介工作,加强中韩企业园文化建设,使之成为盐城城市文化的重要组成部分,以产业文化带动盐城城市文化形象品牌塑造和传播。

### 四、结语

综上所述,新兴城市在塑造城市文化形象品牌过程中要结合自身文化资源,从不同角度、不同层次进行分析研究,挖掘自身优势,突出重点,才能塑造城市文化形象品牌。与此同时,还必须注重城市文化价值观培育,一个没有统一价值观的城市难以形成一种独特的城市文化。

#### 参考文献:

- [1] 张鸿. 城市文化资本论[M]. 南京:东南大学出版社,2010:611.
- [2] SHARON Z. 城市文化[M]. 张廷全,杨东霞,谈瀛洲,译. 上海:上海教育出版社,2006:10.
- [3] 田根胜,黄忠顺. 城市文化评论:第3卷[M]. 广州:花城出版社,2009:108.