

【区域格局与产业发展】

推动中原文化资源优势转化为产业发展优势 的路径研究*

林园春 孟文青 刘焯辰

摘要:文化资源传承性、独特性、稀缺性、开放性的特质,决定了其对经济社会的发展起着支撑力、推动力的作用。区域文化资源的价值挖掘与转化,需要市场需求、科技创新、产业政策三个维度驱动。中原地区通过突出政策保障、突出数字融合、突出文旅融合、突出黄河文化,强化中华文化遗产,彰显了中原文化魅力。但目前仍存在问题
和不足:整体认知有偏差,自觉行动不够;系统性不足,整体协调性有待提高;创意融入不足,文化资源内涵挖掘不够;数字赋能不深入,有待添“智”提“质”。应加快推动中原文化资源优势转化为产业发展优势,立足顶层设计,解决好文化资源产业价值发现的问题;立足创新引领,解决好文化资源产业价值转化的问题;立足市场驱动,解决好文化资源产业价值实现的问题;立足资金保障,解决好文化资源产业价值可持续的问题。

关键词:区域文化资源;转化;产业发展

中图分类号:F061.1 文献标识码:A 文章编号:2095-5766(2023)01-0086-08 收稿日期:2022-05-20

*基金项目:国家社会科学基金项目“‘生态-经济次协调’的社会风险演化机理与防控机制研究”(14BJY059);2023年度河南省软科学项目“科研事业单位科技成果转化的会计问题及消解策略研究”。

作者简介:林园春,女,郑州大学政治与公共管理学院硕士生导师(郑州 450001),河南省社会科学院副研究员(郑州 451464)。

孟文青,女,郑州大学政治与公共管理学院硕士生(郑州 450001)。

刘焯辰,男,伦敦国王学院商学院硕士生(伦敦 WC2R2LS)。

习近平总书记指出:“要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展,以时代精神激活中华优秀传统文化的生命力。”党的十九届六中全会通过的《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》,更是深刻总结了党的十八大以来我们党推进文化建设的战略部署和重大成就,强调“推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展”。文化资源传承性、独特性、稀缺性、开放性的特质,决定了其对经济社会的发展起着支撑力、推动力的作用。但区域文化资源本身与产业发展之间存在价值鸿沟,文化资源优势并不能天然地转化

为产业发展优势,需要创造性转化、创新性发展。中原文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分,博大精深、灿烂辉煌,是展示中华文明的万花筒。推动中原文化资源优势转化为产业发展优势,是当前双循环新发展格局下要积极研究探讨的重大课题,也是实现中原区域高质量发展的重要手段。

一、文化资源优势转化为产业发展优势的 文献综述

研究中原文化资源优势转化为产业优势的问题

题和对策,首先需要对文化资源与产业发展的内涵、关系以及未来发展有一个清晰的把握。本部分对文化资源优势转化的相关概念和理论基础进行梳理,对中原文化资源优势转化的相关研究进行简要归纳和探讨。

1.文化资源优势转化的相关概念和理论基础

(1)相关概念

文化资源是指区域内独特的、具有比较优势的、能够为人类利用和开发并可以转化为经济价值的文化因素,主要包括建筑文化资源、旅游文化资源、历史文化资源、民俗文化资源、民间工艺资源、服饰文化资源、饮食文化资源、歌舞戏曲资源等。学界普遍认为文化资源是文化产业发展的核心、要素、基础、重要资本等。高宏存(2010)指出文化资源是文化产业发展的基础性元素,地区文化产业发展必然受到当地文化资源赋存结构的限制。林存文、吕庆华(2020)认为文化资源可实现从文化资源向文化产品的转化,最终形成现实的文化产业。

中原文化资源具有丰富出彩、种类繁多,文旅融合、持续发展,品牌彰显、品质突出等优势特征。中原腹地这一得天独厚的地理位置,是中华文明和中华民族的重要发源地。中原文化资源出彩在包含众多的历史文化名城和文物遗址、拥有博大精深的历史文化、拥有丰富多样的景观民俗。中原地区近年来以文化创意为依托为旅游赋能,以旅游体验为载体为文化助力,发展文化旅游创业产业园区,打造多条特色文化旅游产业带。以河南省为例,河南省努力构建古都、根亲、山水、功夫、民俗、中原精神为主要内容的“老家河南、出彩中原”的文化旅游产品体系,在世界范围内扩大品牌美誉度与国际影响力,做大做强做实“老家河南、出彩中原”品牌。

文化资源产业化是指对优秀文化资源不断挖掘和提炼,在此基础上对接商业应用和商业场景,用创意使文化资源和商业有机连接,不断拓展文化产业空间和产业链,促成文化资源平台化、文化运营专业化的文化产业模式。区域文化资源产业化开发过程中要注意遵循经济发展阶段适应原则、计划性与阶段性相结合原则、兼顾保护与创新原则、资源可持续开发原则、文化元素整合放大效应原则,引导文化资源转化为产业发展优势向合理方向发展。

(2)理论基础

比较优势理论。比较优势理论来源于西方古典

经济学家对国际贸易理论的不断探索与研究,英国的大卫·李嘉图在亚当·斯密绝对优势理论的基础上提出比较优势的理论,随后瑞典的赫克歇尔·俄林提出要素禀赋理论。林毅夫教授的比较优势理论建立在要素禀赋结构和自力更生能力两个概念之上,强调中国经济的发展要充分利用资源禀赋,通过发展、升级、发展、升级这样的迭代过程,实现产业链向上游移动。中原地区正处于产业转型升级期,通过利用文化资源优势大力发展创意设计、旅游、信息、金融等现代服务业和战略性新兴产业,充分发挥中原地区文化资源的比较优势,能够有力推动文化创意产业的发展,最终带动中原地区整体经济的腾飞。

文化产业集群理论。集群被看作是发掘产业或地区天然优势以提升创新和竞争程度的一种手段。企业比邻而居,能够导致激烈的竞争、刺激创新、增加信息共享的机会、扩大某项投入的总需求、降低交易成本。文化产业集群是文化创意产业实体构成的空间聚合体,以智力成果和知识资源为集群凝聚的核心,以创新为动力,建立受文化保护作品的创作、生产、传播、使用和消费基础之上的产业组织形态。中原地区文化产业集群能够充分发掘文化资源优势,提升创新和竞争能力,发展区域经济。

2.中原文化资源优势转化的相关研究

(1)中原文化资源产业化的问题研究

朱耀先(2017)指出中原地区当前文化产业存在诸多问题:文化企业总体规模偏小,中原地区与发达地区和发达省份相比,文化产业的发展水平和发展规模存在较大差距。文化企业产业结构不合理,同质化现象突出,文化主体产业比重不高,文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等高技术含量的新兴文化产业占比较小。文化产业集聚引领效果不理想,中原地区文化产业园区和基地企业小、弱、散局面较为普遍,空间集聚力度不大,集聚效应不明显。

盖伟(2021)从中原文化传播角度对中原文化产业发展相对落后的问题进行成因分析:一是中原文化对外传播的管理机制还不健全。二是中原文化产业结构不合理。一方面,近年来文化商业气息过于浓重,一些文创领域的人过于追求商业的利益而忽视文化的内容;另一方面,对沿线国家文化需求的认知不够,从而导致文创产品的形态单一。三是由于国际化运作经验的缺乏,与国际知名文化公司的合作能力不足。

(2)中原文化资源优势转化的路径研究

赵秀玲、张保林(2014)从提升中原文化资源竞争力的角度提出发展重点:一是系统梳理河南省文化和文化资源;二是科学选取和评价具有中原特色的文化资源;三是培育中原特色文化品牌,提升河南省文化核心竞争力。

朱耀先(2017)从打造文化高地的角度提出:要大力培育文化龙头企业,精心打造知名文化品牌;加快推进文化产业集聚区建设,发挥好集聚整合和引领作用;加快推进文化与科技融合发展,大力发展新型文化业态来做大做强做优河南文化产业。

综上所述,目前学界对于中原文化资源促进产业发展达成共识,从不同视域下对中原文化资源优势产业化进行研究,但是经过总结梳理,笔者发现仍有一些问题存在研究盲区:一是关于中原文化资源优势转化为产业发展优势内在机制缺乏深入本质的洞见;二是对于近年来推进中原文化资源优势转化的做法及成就缺乏系统总结;三是对于中原文化资源产业价值的发现、转化、实现和可持续问题缺少针对性对策。

二、区域文化资源优势转化为产业发展优势的内在机制

区域文化资源是客观存在的,是区域历史发展的沉淀和经济社会发展的灵魂。但区域文化资源并不能直接转化为区域产业发展的支撑,文化资源优势也并不能天然转化为产业发展优势,其价值挖掘与转化的过程是一项长期性、系统性工程,需要市场需求、科技创新、产业政策三个维度的驱动。

1. 市场需求驱动维度

新发展阶段下,人们的精神文化需求不断增长,文化需求内涵也在向更高程度扩展与延伸。特别是历史文化需求作为一种高级文化需求,正以丰富的文化产品或服务为载体,成为人们生产生活、休闲娱乐的普遍需求,呈现出时尚化、大众化趋势。来自市场的这种消费需求变化通过逆向反馈机制,驱动文化相关产业链的发展。从市场需求层面来看,区域文化优势在这一过程中转化为产业发展优势有了内驱力。

2. 科技创新驱动维度

信息技术对于文化资源的控制、调配、整合能力

目前达到前所未有的高度,具有启发性和主导性作用。数字化、智能化手段将文化资源所蕴含的信息以极其充裕的形态展现,为文化资源优势的产业化转化提供了丰富的表现形式,并催生出大量新的产业业态和运营模式,带动产业链的横向扩散与纵深发展,进而从根本上带来产业的巨大变革。例如火遍全国的河南春晚节目《唐宫夜宴》,正是利用5G、AR等新技术赋予历史文物生命力和展现力,让厚重的中华传统优秀文化,成为老百姓可参与、可互动的历史,满足了消费者的文化消费新需求,探索出一条具有区域特色的文化资源优势转化新路径。

3. 产业政策驱动维度

由于市场机制对于文化资源配置作用是自发的,其驱动文化资源产业转化的过程也必将是迂回、曲折与缓慢的。产业组织理论说明产业绩效的实现,需要公共政策的介入,通过产业政策来调整和改善。进入新发展阶段,国家通过优化文化资源产业转化的政策环境和激励机制,正在激活区域文化资源优势。区域各级政府只有通过全面分析自身所处的发展形势,充分发挥文化资源禀赋优势,制定出文化资源优势转化为产业发展优势的方案及措施,才能切实扛稳中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的历史重任,进而培育高质量发展新优势。

三、推动中原文化资源优势转化为产业发展优势的做法与成效

当前,我国已经进入经济发展新阶段,文化能够带来持续性、有创造性、集群化、高附加值等的特征能够促进经济实现持续、健康、高质量发展。中原地区充分把握了中原文化的独特优势,因地制宜、增强优势,强化运用文化内涵这一重要资源和手段,发展新型产业来进行传统产业的转型升级,积极聚焦产业转型,满足人民群众不断增长的精神文化需要,强化了中原文化传承,彰显了中原文化魅力。

1. 突出政策保障,实现顶层突破

正如前文所提到的,文化资源优势转化为产业发展优势是一项复杂的系统工程,需要强化顶层设计,以增强转化的科学性、系统性、协调性。在这一层面,政府相关政策的制定与落实,可以说为中原文化资源优势转化为产业发展优势提供了有效保证。

2020年以来,河南相继发布了多项政策,促进

文化资源优势转化。如《河南省旅游条例》提出,要健全文化和旅游行政执法机构,继续打造“老家河南”的文化旅游品牌;在《河南省人民政府关于印发中国(洛阳)跨境电子商务综合试验区实施方案》的通知》中提出,要深入挖掘河洛文化丰富内涵和姓氏文化、客家文化等根亲祖地文化资源,打造“千年古都”“牡丹花城”“华夏之源”“丝路起点”四张名片,积极创建国家文化旅游融合示范区、国家级文化产业示范区。相关政策的主要特征表现为以下几个方面:一是以黄河文化为主体,以大运河、太行山为重要模块形成日渐清晰的发展格局。二是加快产业融合的速度,推进智慧文旅全方位发展,利用数字化手段,推进乡村建设与民宿形成产业联动,延长产业链,利用数字化手段形成规模化效应。三是加大对夜间文化旅游的支持力度,丰富人民群众的夜晚文化生活。四是不断强化行业规范,健全文化产业法律法规的体系,保障文化产业持续健康发展。

2. 突出数字融合,实现换道超车

对于区域文化资源丰富的地区来说,推动数字文化产业高质量发展是优化文化产业结构、提升供给质量、激发文化产业潜力的重要举措,更是助力经济换道超车的重要筹码。因此,文化资源优势转化过程中,政府与市场都应抓住产业数字化和数字产业化的战略新机遇,通过数字化、网络化、智能化手段,推动区域文化内容、技术、模式、业态和场景创新,形成适应新技术、新业态、新消费发展、产业链上下游和跨行业融合的区域产业优势新格局。

在文博数字化方面,河南有着丰富的文博资源,并且起步早、发展稳,坚持把数字化建设当成基础建设来抓,以文化为内核,抓住科技发展和数字化浪潮,完善文化产业上中下游产业链,并且引进高端技术团队来进行文博事业的策划,成为发展文博事业的良好切入口,积极深挖文化底蕴与科技融合创新,用更新迭代的数字化项目去吸引人群,扩大浏览量,实现正向循环。

在文旅产业融合方面,河南推动智慧旅游开放平台建设转型升级,推动文旅数据共享和应用,规划了河南文化产业数字化工程,利用5G、VR等智能化、数字化应用推动“5G+文化旅游”建设,打造数字化、智慧化的文化产业。

在文创产品数字创新方面,继2021年春节晚会节目《唐宫夜宴》火爆后,河南卫视在元宵节、清明晚

会、七夕晚会上持续发力。端午节河南卫视推出的网络晚会端午奇妙游,在播出后48小时内上了19次热搜微博相关话题,阅读量均超过30亿。依靠丰厚的文化资源魅力加上现代科技赋能传统文化,河南利用互联网思维承载了“国潮”元素,让文化底蕴、资源优势转变成产业优势,成功出圈,圈粉无数。

3. 突出文旅融合,打造优质品牌

文化和旅游融合发展,不仅可以提升消费者的旅游品质感,更可以满足人们更高层次的精神生活,是区域文化资源优势转化为产业发展优势的有效途径。在当前国际国内双循环的大格局下,河南以郑州、洛阳、登封、开封等城市为依托,围绕文旅消费展开新模式、新业态的探索,不断进行文创产品的品质升级,文化资源优势转化为产业发展优势成效显著。2020年末,河南洛阳上榜第一批国家文化和旅游消费示范城市名单,郑州、开封入选第一批国家文化和旅游消费试点城市名单。其中,河南洛阳、郑州在文旅融合、打造优势品牌方面成绩最为亮眼:一方面,鉴于央视中秋晚会在洛阳的成功举办,“古都夜8点”“古都新生活”等夜间文化旅游品牌逐步发展壮大,再叠加洛阳发展和改革委员会举办的一系列直播带货活动,洛阳区域文化资源优势转化取得巨大成效。另一方面,继《唐宫夜宴》《洛神水赋》等爆款文化产品“出圈”以来,2021年6月6日,郑州市“只有河南·戏剧幻城”正式开城迎客的开业前十天就7次登陆中央卫视。“只有河南·戏剧幻城”打造出的中国首座全景式全程进戏剧主题公园,也是目前中国最大的戏剧聚落群,其开创的全新的“实景演艺+主题公园”模式很好地诠释了文旅融合对区域文化资源转化的重要助推力。

4. 突出黄河文化,探索转化途径

黄河流域是中华文明的摇篮和我国重要的经济地带,在中华五千年中有三千多年是我国的政治、经济、文化中心,其突出地域特色就是文化资源优势。河南立足把黄河文化保护好、传承好、弘扬好,使之成为构筑全国重要文化高地、让中原更加出彩的强力支撑,探索了黄河文化资源优势转化为产业发展优势的新路径。一是推动黄河流域无公害农产品、绿色食品、有机食品及地理标志农产品的推广,培育具有较高认可度的黄河流域农产品品牌,推动第一产业高质量发展,如原阳大米、盐津小麦、开封花生等。二是深入挖掘黄河文化内涵,凸显标志性文化

符号,融入轻工业、手工业产品设计中,并探索生产设计国际化运营,形成第二产业发展新优势。如,整合知名服装设计、销售企业,引导其参与黄河服饰文化的研发、设计,推出一批体现黄河文化底蕴、具有中原文化风情的服装产品,培育一批具有全国知名度的服装品牌,并加大市场推介力度,推动黄河华服走向国门,成为展现中国传统服装文化的品牌代表。三是发挥了黄河流域寻根文化、诗词文化、陶瓷文化、建筑文化、民居文化历史底蕴厚重优势,整合非物质文化遗产等文化资源,发展了特色文化旅游、博物馆旅游、黄河文化地标游、黄河沿岸古都游、黄河文化寻根游、黄河文化研学等第三产业,推动了中原文化资源优势转化为产业发展优势。

四、推动中原文化资源优势转化为产业发展优势存在的问题

推动中原文化资源优势转化为产业发展优势取得了显著成效,但仍处于初期阶段,资源开发转化呈现出低端化和粗放化特点,重形式轻内涵、重数量轻质量等问题突出,没有充分体现中原文化的历史厚重和现代价值,可持续性有待提升。

1. 整体认知有偏差,自觉行动不够

当前世界已进入经济全球化、信息化、数字化时代,文化资源相对于其他传统资源要素对经济发展的内在驱动作用愈加明显。中原文化的资源优势十分突出,彰显着中华文明、炎黄文化、黄河文化、河洛文化的魅力与色彩。但部分区域还没有充分认识到文化资源优势转化为产业发展优势的必要性和紧迫性,特别是博大精深、灿烂辉煌的中华优秀传统文化资源未能得到充分利用,文化资源转化不足、优势没有得到充分发挥,影响了中原文化形象的塑造和产业的发展。以黄河文化资源开发转化为例,相关部门对于黄河文化的认识停留在地域文化的层面,大多限于对黄河沿线物质遗存的研究梳理,对其精神内涵的挖掘和凝练不够,对黄河文化所蕴含的宇宙观、民族观、文明观阐释不足,缺乏面向世界讲好“黄河故事”、弘扬黄河文化的载体和平台,导致文化资源优势没有转化为产业发展优势。基于此,要实现中原文化资源优势向产业优势的转变,必须树立正确的清晰的区域文化资源优势自我认识,放大区域文化资源价值,进行高水平开发、高层次创新,这样

才能够为经济转型升级提供新动能。

2. 系统性不足,整体协调性有待提高

中原地区的地理位置得天独厚,是中华文明和中华民族的重要发源地,灿烂而悠久的中原文化丰富出彩,种类繁多,享誉全世界。但弘扬中原文化的落实仍不够到位,文化资源优势转化为产业发展优势的突破口尚不明晰,急需整体性、系统性规划和价值挖掘研究。盘活文化资源是一个需要全链条开发的系统性工程,需要政府、企业、智库以及社会各界的多元参与、共同发力。但是,虽然政府对中原文化相关产业的政策支持和资金扶持的力度不断加大,涌现了一大批文化企业、文化产业园区和文化基地,却也出现了文化产业本应是创意密集型产业却成了资本密集型产业这种不协调的局面。大批的资金和政策投入到特色小镇、文化产业园建设上,对中原文化资源优势转化为产业发展优势促进作用甚微。同时在实践层面上,存在文旅融合质量不高、数字文化产业力量不强、缺少文化精品、内容注重不足等问题。中原文化资源优势转化为产业发展优势急需明确突破口,并进行整体性、系统性规划和价值挖掘研究。

3. 创意融入不足,文化资源内涵挖掘不够

当人的创造力成为推动文化价值实现与增值的核心时,文化资源的内涵和外延才能得到更深刻的挖掘和更广泛的拓展。但目前中原文化资源开发过程中,创意不足,复制粘贴、硬性植入和公式化套路模式普遍存在,缺乏独创文化品牌和开发模式,对产业高质量发展带来不利影响。从学术角度来看,文化资源开发转化理论高度不够前沿,研究深度不够,重资源、轻创意,缺少国际化的新发展理念的指导,缺乏对产业具体指导,缺乏可操作性。从实操方面来看,转化过程中设计创意性融入不足、营销推广不够灵活、缺乏地域特色、消费者认同度不高,新媒体融合不够、缺少视觉营销等现代化营销手段。另外,中原文化相关产业标准体系不够健全,相关企业也缺少切实可行的实施制定标准,并且对各项标准的实施结果缺少全方位的监督。推动中原文化资源优势转化为产业发展优势的核心应在于:以市场导向,从盲目、粗放式的投资开发模式转向重视服务、重视体验、重视需求和效益的市场导向型开发模式,从而实现文化资源开发转化向需求多样化、供给品质化、业态多样化的高

质量方向发展。

4. 数字赋能不深入,有待添“智”提“质”

在当前人工智能技术重塑社会语境和社会价值体系的情况下,智能数字技术是发展文化产业的最新动力,虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、人工智能(AI)、区块链技术以及各种应用软件技术正在全面应用于文化产业大发展中。《国家治理》周刊、人民智库资料显示,群众认为最具创新性的数字文旅形式(见图1)占比较高的有:官方推出的视频节目(如《国家宝藏》《上新了·故宫》)、传统文旅机构的跨界合作(如故宫文创系列、景区特色雪糕)、网络红人推荐与短视频(如丁真、李子柒等)、线上云游系列产品(如数字故宫、数字敦煌)、智慧旅游应用(如“一部手机游云南”)、文旅产品直播带货。然而,联系对比中原地区文化产业实际发展现状,在中原文化资源优势转化为产业发展优势过程中,“技术+文化”的前瞻意识不够到位,对数字产业重视也不够,缺乏实践层面的行动方案与战略规划,缺少以上人民群众喜闻乐见的、具有创新性的数字文旅形式。



图1 最具创新性的数字文旅形式

资料来源:《国家治理》周刊、人民智库调查报告:董惠敏.数字经济推动文旅融合发展:公众的认知与期待[J].国家治理,2021(23):40—48.DOI:10.16619/j.cnki.cn10-1264/d.2021.23.009。

以文化博物馆为例,随着数字文化博物馆的新发展阶段到来,文博对数字化、智能化的全新体验要求越来越高,但当前还没有能够将智能化应用全方位融入非物质文化遗产的传承和保护之中,存在着对信息化建设的重视程度不够、市场化程度低、上下游产业链不齐全等问题。如何在中原博物馆数字化升级方面下功夫,通过文物和其承载的故事,将中原文化底蕴传达出来,并推动转化为相关产业发展,也是需要考虑的一个重大议题。

五、推动中原文化资源优势转化为产业发展优势的实现路径

习近平总书记指出,资源开发要制定正确的资源战略,加强顶层设计,搞好开发利用。推动中原文化资源优势转化为产业发展优势,也要突出战略谋划与问题意识,通过顶层设计、创新引领、市场驱动等,解决好文化资源产业价值发现、价值转化、价值实现等问题。

1. 立足顶层设计,解决好文化资源产业价值发现的问题

文化资源优势转化为产业发展优势的第一步是对现有文化资源进行全面的盘点和梳理,对各个文化门类的优势和劣势进行准确的分析和把握,厘清家底及当前开发状况,在此基础上做好顶层设计。

第一,依托全国文物资源普查基本数据库、全国古籍普查登记基本数据库、中华文化资源公共数据平台、非物质文化遗产名录等专业平台及中华文化资源普查工程基础成果,进一步推动中原文化资源普查工作,做好区域文化资源的甄别、挖掘和梳理,掌握区域各类重要文化资源的数量与质量、分布与权属、保护与开发利用等具体状况。

第二,明确区域哪些文化资源是非开发性的,只能妥善保护;哪些文化资源是可以在保护的基础上开发转化的;哪些文化资源需要重点开发。突出文化遗存、非物质文化遗产等重点领域文化资源产业化转化动态发现,把有价值的文化资产挖掘出来,做好分类动态管理,要保护的坚决保护好,可转化开发的科学开发好,推动实现中原文化资源价值最大化。

第三,全面规划,制订相互衔接的长、中、近期的整体开发转化规划和实施方案。强化政府对中原文化资源开发的规划、协调、组织、管理等功能,打破区域文化资源开发转化的区域间不平衡、区域封锁、条块分割等局面,解决规划不足、开发散乱等问题,使有限的文化资源实现优化组合和共享,发挥整体开发转化的优势。同时还要加强立法管理,限制过度、过热开发转化,提高开发和转化水平。

2. 立足创新引领,解决好文化资源产业价值转化的问题

正如前文所提到的,信息技术对于文化资源的

控制、调配、整合能力目前达到前所未有的高度,具有启发性和主导性作用。数字化、智能化手段将文化资源所蕴含的信息以极其充裕的形态展现,为文化资源优势的产业化转化提供了丰富的表现形式,并催生出大量新的产业业态和运营模式,带动产业链的横向扩散与纵深发展,进而从根本上带来产业的巨大变革。推动中原文化资源优势转化为产业发展优势,必须立足创新引领,着力在重点环节、关键领域上实现突破,以传承创新推动文化资源产业价值转化。

第一,以技术创新为统领,推进中原文化资源的系统性开发。尊重首创精神,鼓励企业、高校与科研机构以丰富的文化资源为依托,在技术创新基础上,大力创作、开发、设计具有自主知识产权的产品、作品,创建自主品牌,促进文化资源资本化转化。加强知识产权保护与成果转化奖励,充分调动各方参与创新及转化工作的积极性,促进中原文化资源转化快速、持久。

第二,以业态创新为支撑,加快推进产业融合发展。依靠中原地区旅游、商贸、数字产业等领域的资源优势,通过促进区域文化资源与各行业融合发展,推进产业融合发展及业态创新,探索新业态、新模式,加快传统文化产业的转型升级,实现区域资源优势转化为产业发展优势。

第三,以机制创新为保障,加快构建有利于文化资源优势转化为产业发展优势的制度体系。深化转化体制改革,完善文化资源转化为产业发展领域政策引导机制、资金扶持机制及人才支撑机制,健全文化、科研、技术、管理等各类要素参与收益分配的办法,建立合作共享、利益共分、责任共担的体制机制。

3.立足市场驱动,解决好文化资源产业价值实现的问题

消费市场方面,历史文化需求作为一种高级文化需求,正以丰富的文化产品或服务为载体,成为人们生产生活、休闲娱乐的普遍需求。解决好文化资源产业价值实现的问题,必须高度重视来自市场的这种消费需求变化,通过逆向反馈机制,驱动中原文化资源优势转化为产业发展优势。

依托中原博物院等厚重历史文化资源,面向市场开发具有中原文化特征的文艺作品或具有中原历史题材的快消品,满足大众时尚化、个性化消费

需求。以中华文明的发源地为背景,以科技为支撑,利用电视台、报业集团、影视集团等众多资源优势,策划推出中原文化剧目、电视剧和衍生产品,打造网红消费热点。以国学、曲艺、中医养生理论等优秀传统文化的创造性开发为主题,研究探索开设传统文化传承直播平台,将其打造成为具有互动性的国内外热点话题平台,吸引市场热度。打好假日经济和夜间经济组合拳,借鉴西安大唐不夜城夜间经济模式,培育中原文化和旅游市场,促进区域文化和旅游消费一体化与便利化,激发文化和旅游消费新动能,激活相关产业高质量发展。但需要注意的是,按照市场经济发展的规律来推动中原文化资源优势转化为产业发展优势的同时,必须牢牢把握社会主义先进文化前进方向,突出社会效益和经济效益最大化统一。

4.立足资金保障,解决好文化资源产业价值可持续的问题

区域文化资源优势转化为产业发展优势,需要大量的投入资金,而多渠道的资金支持是文化资源转化可持续的强有力保障。

第一,政府要加大资金支持力度。一方面,政府要建立资金支持持续增长机制,稳定提升每年政府扶持文化资源转化的资金增长幅度。另一方面,要建立政府资金集中支持制度,一定时期内集中资金支持某一个重大资源转化项目,将中原文化资源优势更快、更高效地转化为产业发展优势。

第二,鼓励企业增加投资。鼓励文化产业单位加大研发投资力度,开发更多的优质文化产品。鼓励大型企业和投资机构组成投资集团,积极参与文化专业园区建设。尝试建立政府注资的产业发展投融资平台,吸引民间资本介入,增加对中原文化资源转化工作的资金投入。

第三,积极发展风险投资。以政府提供相关担保形式,鼓励民营资本成立文化公司进行投资和创业。制定税收优惠政策,鼓励外地的投资创业公司到中原地区设立分支机构,促使资金投向文化资源方面。同时制定各种优惠政策,建立健全风险资本的退出机制。

第四,引导金融资本进入。综合运用风险补贴和融资担保等多种方式,支持商业银行加大对文化资源转化项目的建设融资。支持证券公司对符合条件的重点文化企业进行上市融资培训、辅导和推

荐,鼓励和推动中原地区更多优质文化企业上市融资。

参考文献

- [1]王晨,王媛.文化资源学[M].北京:清华大学出版社,2021.
- [2]刘秉镰.中国区域产业经济研究[M].北京:人民出版社,2020.
- [3]姜长宝.从文化资源优势向文化经济优势转化的路径选择[J].社会科学战线,2010(9).
- [4]林存文,吕庆华.文化资源禀赋对文化产业发展的影响:基于资源异质的研究视角[J].山西财经大学学报,2020(8).
- [5]张蕊.长江中游城市群历史文化资源产业化研究[J].理论月刊,2020(1).
- [6]朱耀先.“文化高地”构筑实践中存在的问题及对策思考:以河南构筑全国重要“文化高地”为视角[J].学习论坛,2017(11).
- [7]赵东.论历史文化资源在文旅产业中的创造性转化[J].中华文化论坛,2021(3).
- [8]谭同学.作为乡村振兴资源的乡土文化及其创造性转化[J].求索,2020(5).
- [9]王增福.传承创新中华优秀传统文化需正确处理六大关系[J].山东师范大学学报(人文社会科学版),2018(3).
- [10]杜超,王松华.文化资源转化与文化产业业态创新[J].同济大学学报(社会科学版),2008(4).
- [11]盖伟.从“一带一路”建设看中原文化的当代价值与传播创新[J].中国广播电视学刊,2021(7).
- [12]郭晶,崔家勇.河南省文化产业研究的文献计量分析[J].传媒,2020(11).
- [13]Quyan Huang. Research on the Realization Path of Folk Culture Communication in Central Plains from the Perspective of Micro Media [J]. International Journal of Education and Management, 2017, 2(3): 26.
- [14]Yueling Zhang, Yulin Wu. Research on the Interaction Between the Development of Cultural Industry and the Growth of Tourism Economy in Henan Province [J]. Journal of Simulation, 2020, 8(2): 14.
- [15]张文慧.新媒体时代中原优秀传统文化创意产业发展研究[J].出版广角,2018(17).
- [16]徐娜.文旅融合背景下省级电视媒体融合发展策略探析:以河南广播电视台为例[J].中国广播电视学刊,2022(5).
- [17]杨凡.文旅融合环境下河南黄河文化传播策略研究[J].新闻爱好者,2021(4).

Research on the Path of Transforming the Cultural Resources Advantage of Central Plains into Industrial Development Advantage

Lin Yuanchun Meng Wenqing Liu Liangchen

Abstract: Cultural resources have the characteristics of inheritance, uniqueness, scarcity and openness, which determine that they play a supporting and driving role in economic and social development. However, there is a value gap between regional cultural resources and industrial development, and the advantages of cultural resources cannot be naturally transformed into industrial development advantages, which need creative transformation and innovative development. Starting from revealing the internal mechanism of transforming the advantage of regional cultural resources into the advantage of industrial development, this paper summarizes the effect and main problems of transforming the advantage of central Plains cultural resources into the advantage of industrial development, and constructs the corresponding realization path. The heritability, uniqueness, scarcity and openness of cultural resources determine that they play a supporting and driving role in economic and social development. The value mining and transformation of regional cultural resources need to be driven by market demand, scientific and technological innovation and industrial policy. By highlighting policy guarantee, digital integration, cultural and tourism integration, and the Yellow River culture, the Central Plains region has strengthened the inheritance of Chinese culture and highlighted the cultural charm of the Central Plains. However, there are still some problems and deficiencies: the overall cognition is biased and the conscious action is not enough; Systemic deficiency, overall coordination needs to be improved; Insufficient creative integration, cultural resources connotation mining; Digital empowerment is not in-depth, to add “wisdom” and “quality”. We should accelerate the transformation of the advantages of Central Plains cultural resources into industrial development advantages, and solve the problem of value discovery of cultural resources industry based on top-level design. Based on innovation guidance, solve the problem of value transformation of cultural resources industry; Based on market drive, solve the problem of realizing the value of cultural resources industry; Based on fund guarantee, we should solve the problem of sustainable value of cultural resource industry.

Key Words: Regional Cultural Resources; Transformation; Industrial Development

(责任编辑:柳 阳)