

# 着力“三个推进” 加快文化强省建设

## 核心提示

建设文化强省是推动湖南高质量发展、书写中国式现代化新湖南篇章、满足三湘人民精神文化需求的必然要求。加快文化强省建设,应着力推进湖湘文化创造性转化和创新性发展、推进湖南文化产业结构转型升级、推进“文化湘军”人才队伍发展壮大。

李雨薇 姚选民

一个民族,只有文化繁荣展示出比物质和资本更强大的力量,才能造就更大的文明进步;一个国家,只有经济发展体现出持续深厚的文化品格,才能进入更高的发展阶段。

习近平总书记早在任浙江省委书记时就曾指出:“文化的力量,或者我们称之为构成综合竞争力的文化软实力,总是‘润物细无声’地融入经济力量、政治力量、社会力量之中,成为经济发展的‘助推器’、政治文明的‘导航灯’、社会和谐‘黏合剂’。”立足新时代新征程,文化建设的文化逻辑:实现中华民族伟大复兴,必须繁荣兴盛中华文化;全面建设社会主义现代化国家,必须建设社会主义文化强国;推进马克思主义中国化时代化,必须扎根中华优秀传统文化沃土;推进中国式现代化,必须坚持物质文明和精神文明协调发展;提高人民生活品质,必须不断满足人民精神文化需求;推动高质量发展,必须发挥文化的重要支撑作用;战胜前进道路上各种风险挑战,必须增强党的精神力量;为人类文明进步作贡献,必须提升中华文化影响力。

多年来,湖南坚持繁荣文化事业、发展壮大文化产业,文化软实力和影响力不断增强。面对新形势新任务,中共湖南省委十二届四次全会提出“大力推进文化产业创新发展,提升红色文化的传播力影响力,打造优势文化产业集群,推进文旅和相关产业融合发展,加快建设文化强省”。建设文化强省是推动湖南高质量发展、书写中国式现代化新湖南篇章、满足三湘人民精神文化需求的必然要求。加快文化强省建设,应着力推进湖湘文化创造性转化和创新性发展、推进湖南文化产业结构转型升级、推进“文化湘军”人才队伍发展壮大。

## 推进湖湘文化创造性转化和创新性发展

湖湘文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分,当前,我们应努力推进其创造性转化和创新性发展,彰显其当代价值,为加快建设文化强省提供有力支撑。

加强深入系统研究,凸显湖湘文化的现代智慧。通过加大学术研究、文化调查等方式,深入挖掘湖湘文化的内涵和价值,推出一批具有深度和影响力的文化研究成果。保护和传承湖湘文化精髓,包括岳阳楼、岳麓书院等历史文化遗产以及地方戏曲、民间工艺等非物质文化遗产。在此基础上注重创新,不断赋予湖湘文化新的时代内涵和现代表达形式,使其中最基本的思想文化基因与当代文化和现代社会相适应、相协调,将传统元素与现代需求相结合,打造具有时代特征的湖湘文化产品和服务。

拓展多元传播渠道,增强湖湘文化的辐射力。通过文艺作品、影视剧、广告、体育赛事等多

种方式,拓展湖湘文化传播渠道,提高其知名度和影响力;通过建设湖湘文化数据库、数字博物馆等,开展湖湘文化数字化传播;通过参加国际文化交流活动、举办国际展览等方式,加强世界各国对湖湘文化的认知,提升湖湘文化的国际影响力。

推动湖湘文化与旅游等产业融合,提升湖湘文化的体验感。文化产业与旅游产业深度融合,已成为当代第三产业发展的重要经济现象和新时代高质量发展的迫切需要。应将湖湘文化元素融入旅游产业中,开发特色鲜明的文化旅游路线和产品,吸引更多游客来湘体验湖湘文化。比如将湖湘地域特色文化和乡村文化元素融入农业生产、农产品加工、农业观光,加强“民间文化艺术之乡”建设等。

## 推进湖南文化产业结构转型升级

近年来,湖南文化产业注重强化创新、创意、创造,为文化强省建设注入了强大动力和活力。但目前面临产业结构不够合理、创新后劲不足等瓶颈,需要加快转型升级,以适应新时代要求。

加快文化产业数字化转型。伴随数字技术快速发展,文化传播话语权和传播效率都发生了很大改变,数字化成为文化产品和服务的重要形式。因此,文化产业须加快数字化转型,着力开发更多数字化文化产品和服务,提高发展品质和效益。比如发挥新媒体的独特优势,推动优秀文艺作品多渠道传输、多平台展示、多终端推送;用数字化手段整理和保存民族优秀传统文化等等。各级政府应加大扶持力度,出台相关政策,主导建立融媒体文化产业园等平台,鼓励文化企业和机构通过数字化转型实现创新发展。

优化文化产业布局。合理的文化产业布局,是优化文化资源配置,提高文化产业集约化、专业化、规模化水平,进而提升文化竞争力的关键。一方面,加快构建“高地+核心区+特色区”的产业空间布局,建好建强马栏山视频文创产业园,打造引领全省、示范全国的文化产业高地;将长株潭都市圈建设成产业高度集聚、创新创业活跃的文化产业核心区;将洞庭湖、湘南、湘西建设成主导产业突出、区域优势凸显的文化产业特色板块。另一方面,巩固提升传统优势文化产业。推动影视传媒业融合创新发展,做强以湖南卫视、芒果TV等平台为主的长视频内容核心业务板块,创新发展文旅、投资、电影等业务板块,推动其与高新视频、多场景应用融合孵化新业态。对印刷、广告、会展、收藏等传统文化产业进行提质改造,促使其与信息、旅游、体育、休闲农业等产业紧密结合,进而形成更多新的增长点。

培育发展新文化业态。产业融合发展已成为新趋势,发展文化产业需要更加注重跨界融合和创新。我省现有文化产业应加强与科技、旅游等其他产业的深度融合,用现代技术和时代语感赋予传统文化新内涵,探索新的文化形

态和文化业态。应建立健全文化和旅游融合发展体制机制,加强文旅品牌创建,推进红色文化的创意开发,构建文旅融合发展新格局;推进传统文艺与网络文艺创新融合,促进传统文艺生产形态的数字化发展等等。

## 推进“文化湘军”人才队伍发展壮大

文化人才是促进文化产业升级、提升文化产业软实力、加快文化强省建设的关键支撑。当前,我省面临文化人才队伍青黄不接、知识结构单一、适应新文化业态能力不足问题,需要下大力气破解。

培养复合型高素质文化人才。随着现代科技快速发展,文化产业业态裂变与跨界融合呈现出全新发展态势,“文化湘军”迫切需要补充复合型高素质人才,比如文化产业管理、创意设计、营销推广等方面人才,以适应文化产业与其他产业跨界融合的趋势。比如融媒体时代需要的是全媒体人才,应拥有过硬的新闻传播理论基础和专业知识,具备新闻采编、摄影摄像、VR新闻创作、新媒体运营、数据分析、渠道开发、网络直播等业务能力,还要掌握各类媒介传播特点和规律,方能多角度、多层次、创新性思考问题,顺利实现跨界融合。为此,应强化校地、校企合作,不断创建复合型高素质文化人才培养模式,更好满足现实需求。

培养基层文化人才。基层文化人才是文化强省建设的重要力量。应大力发掘有专业特长、爱好文化事业、乐于奉献的民间艺人等乡土文化人才,通过提高待遇、加大培育等方式,鼓励其积极投身基层文化工作,建立一支较为稳定的骨干队伍。同时应完善人才引进和留任机制,通过优化工作环境、提供晋升机会等方式,吸引更多优秀人才加入基层文化工作队伍。

培养传统文化人才。湖南是非物质文化遗产生大省,传统文化人才是传承民间艺术、非物质文化遗产的中坚力量。全省现有省级非遗传承人300多人、市县级非遗代表性传承人4000多人,应加大对他们的支持和培养力度,同时注重拓展人才资源,有效壮大特色鲜明、活力充足的湖湘文化研究、非遗保护传承、书画艺术创作、地方戏曲表演、民族文化开发、文博文玩收藏等传统文人才队伍。

培养具有国际视野的文化人才。国际化是文化产业发展的新方向,只有大力培养具备国际视野、能够洞察国际文化市场和国际文化交流趋势的文化人才,才能更好推动湖南文化走向世界。一方面,可通过组织“文化湘军”参加国际艺术节、国际文化展览、国际会议等文化交流活动,让其切身感受、深入了解不同国家和地区的文化特点和发展趋势;另一方面,应加强国际合作,通过与国际媒体、国外高校建立文化交流合作关系,培育一批具有国际视野的复合型文化人才。

(作者均系湖南省当代中国马克思主义研究中心长沙理工大学基地特约研究员)

# 大力推进文化创意产业 高质量发展

李雨薇 姚选民

省委十二届四次全会提出,要大力推进文化产业创新发展,打造优势文化产业集群,加快建设文化强省。文化创意产业指以创意为核心,以文化为灵感,以科技为支撑,以知识产权的开发和运用为主体的知识密集型战略产业,是文化产业的重要组成部分,被誉为“21世纪最有前途的产业”。加快建设文化强省,应多措并举、大力推进文化创意产业高质量发展。

精选题,坚持“以人民为中心”开展创作。随着人们审美方式的变迁,文化创意产业爆款产出的不确定性在增大。只有坚持“以人民为中心”的创作理念,敏锐深刻洞悉用户需求,文化创意产业内容创作才更有产出爆款的可能。当前文化创意领域有三股热潮颇有生命力,值得深挖创作。一者,主打轻松。由于生活节奏快、压力大,人们普遍需要解压放松,这也是为何近年来《脱口秀大会》《一年一度喜剧大赛》霸屏出圈的原因。二者,主打国风。随着民族自信和文化认同的增强,几乎所有年轻人关注的文化产品,都将国风元素视作“流量密码”,比如湖南卫视就是凭借《唐宫夜宴》《洛神水赋》等国风晚会赢得万众瞩目。三者,主打沉浸。比如剧本杀诞生之初是逻辑推理游戏,而现在价高客多的剧本杀类型是将交互体验做到极致。博物馆则凡上新沉浸式展厅,让展品从历史中“走出来”、在光影中“活起来”,总能实现一票难求。

善联盟,拓展各类“手牵手”合作。一方面,应重视区域协作。今年5月,长株潭52家文博机构首次携手开启“亲爱的博物馆”百日文化活动,全面展示了长株潭区域文博展馆的风采和魅力。基于此,可进一步开展联动全省乃至邻省博物馆的文化打卡与主题直播活动,以团结促共进。湖南日报、湖南广电等省级主流媒体除了坚持走特色化发展路径,还可致力于带动省市县新闻协作、加强与央媒互动、推进中国声音的国际传播等。另一方面,应加强跨界合作。湘剧、花鼓戏、木偶皮影剧目等曾是湖南地域特色传统文化代表,现在却日益“淡出江湖”。鉴于此,可尝试不同文化创意形式的碰撞与融合,推动湘派传统文化上长短视频、进博物馆展演,成为剧本杀的创作素材,追求“1+1>2”的惊喜。

化产品,牢牢掌握生存发展“杀手锏”。将内容变现、让内容创造可观经济效益,才能形成文化创意产业的良性循环。一是注重传统

与时尚的结合。比如博物馆可以尝试牵手国内考古遗址,推出公共考古体验馆系列活动;以镇馆之宝为原型,研发主题绘本、儿童剧等实用性和趣味性更强的文创产品;填补一老一小空白,将付费研学课程的参与年龄下拓至4岁、上延至70岁,吸引更多老人走进博物馆、消费在博物馆。二是用心用情以竞争促创新。文化创意企业在产品立项之初,可与一批设计机构签署不同等级的商业合作条款,年底根据其设计产品的数量、质量、销售情况等进行多维度、立体化评审,并实行优者留、劣者汰,以此生产出更多有质感、有温度的产品,将文化创意转化为购买力。三是运营既要别出心裁,也要控制风险。好的文创营销需要结合当前热点、激发共鸣,吸引消费者自发为其传播推广。同时立足实际拟定标准,如果文创产品在限定销售期内市场接受度不高就应及时下架、止损。

强科技,抢抓产业数字化“东风”。从“铅与火”带来图书报刊的普及,到“光与电”助力广播电视蓬勃发展的,再到“数与网”催生网络视听等新业态,文化发展史往往也是文化和科技的融合史。推动湖湘文化创意产业高质量发展,一要重视数字赋能。敦煌研究院和腾讯2022年推出“数字藏经洞”,综合运用高清复刻、虚拟展厅、动画互动等数字科技,令藏经洞“重生”成为可随时互动的超时空沉浸式文博之旅,是数字赋能的典范。有条件的博物馆可优先考虑建设数字文物库,留住文物高清数字影像,继而开发互动小程序、引入虚拟数字人、售卖数字藏品,令历史文物变得触手可及。二要优化感官体验。比如央视近年来制作的很多文化节目将XR、CG、裸眼3D、全息影像、8K超高清视频技术等发挥到极致,打造令人叹为观止的视听效果。文化创意产业应积极用5G技术的阶段性成果,持续发掘与放大美的体验。三要积极拥抱元宇宙。2022年起,全国各地积极“抢滩”元宇宙,而文旅领域被公认为元宇宙应用的最佳入口。长沙市五一商圈已经出现了一批主打元宇宙概念的景观街与购物游戏中心,湖南广电和湖南博物院也在元宇宙赛道中迈出了实质性步伐。未来,我省应充分结合既有优势,加强顶层设计,明确文化创意领域元宇宙技术路线,落实落细应用场景。

(作者均系湖南省中国特色社会主义理论体系湖南省社会科学院(省人民政府发展研究中心)基地特约研究员)

# 增强文化注入 擦亮“湘”字号农产品品牌

吴梦华

湖南物产富饶,众多特色农产品为“湘”字号农产品品牌建设奠定了坚实基础。湖南省委、省政府高度重视品牌强农战略。今年初发布的《关于锚定建设农业强省目标扎实推进做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》,再次强调把强化农业品牌引领放在建设现代化乡村产业体系、推动农业优势特色产业全链条乡村产业体系建设、提出持续打造“中国粮·湖南粮”金名片,深入推进省级和片区农业品牌、“一县一特”农产品优秀品牌建设。

近年来,我省重点打造了“湖南红茶”“安化黑茶”“湖南菜籽油”“湖南茶油”“湖南辣椒”“湘江源蔬菜”“湘赣红”等7个省级品牌,成功创建“五彩湘茶”“湘九味”“湖南菜籽油”“洞庭香米”“湘猪乡味”等5个优势特色产业集群品牌,培育了27个“一县一特”农产品优秀品牌,农业“金字招牌”效应日益彰显。然而,部分农产品品牌未能充分挖掘、展示农产品的文化内涵和独特优势,品牌价值不高,限制了农产品长远发展。只有赋予农产品品牌丰富文化内涵,品牌才会拥有旺盛生命力。近日召开的省委十二届四次全会提出,要“大力推进文化产业创新发展”“推进文旅和相关产业融合发展”。基于此,应加快文化与农产品跨界融合,通过增强湖湘文化注入,擦亮“湘”字号农产品品牌,助推乡村振兴。

融入湖湘文化精髓,为“湘”字号农产品品牌“铸魂”。品牌灵魂是基于消费群体意识洞察,直击消费者的强大心理共鸣和消费动因,是决定品牌现实与未来的竞争原力。农产品品牌灵魂应集生态价值、文化价值、物产价值三位于一体,并注重文化铸魂的两个关键元素:品牌图腾,系品牌的第一形象载体;品牌口令,用一句话让客户心动和行动。湖湘文化在历史流变中积淀了深厚的精神内核和鲜明特征,既是一种区域性文化,也是中华优秀传统文化的重要组成部分。湖湘文化精髓体现为心忧天下、敢为人先、百折不挠、兼收并蓄等。在打造农产品品牌时,应融入湖湘文化精髓,站在满足人民日益增长的美好生活需要高度,勇于向世界人民前沿科技看齐,乐于扎根研发“十年磨一剑”,不断提升农产品品质、丰富农产品内涵价值,使其在市场上具有更强辨识度,让消费者不仅享受到精益求精的农产品本身,更感知到农产品蕴含的深厚文化气息,触摸到“品牌的灵魂”,从而形成更高认可度。比如湖湘文

化底蕴深厚的“中国粮·湖南粮”已成为促进湖南饮食文化与旅游产业、乡村振兴深度融合发展的农产品大品牌。

挖掘湖湘地域特色文化,为“湘”字号农产品品牌“铸魂”。湖湘文化是由不同地域的自然和人文环境共同塑造的,具有典型的多样性特征。比如湘绣、滩头木版年画、皮影戏、江永女书等99项民俗艺术被纳入国家非物质文化遗产目录,花鼓戏、昆剧、湘剧、祁剧和常德丝弦等民间歌舞享誉中外。这些文化元素都可以为原产地农产品赋能,使其更加特色鲜明,吸引消费者青睐。比如桑植白茶品牌打造,可以以白族文化为底蕴,结合白族服饰特色,按照“风花雪月”设计确定桑植白茶产品标准,积极推广一、二、三产业融合发展,以茶促旅、以旅促茶,丰富乡村经济业态,拓展农民增收空间。近年来,桑植县政府挖掘当地红色旅游业、茶文化、民俗特色及生态资源,依托张家界国际旅游市场优势,打造桑植茶旅融合线路,推动茶文化与旅游业相互融合、共同发展,推动桑植白茶更好走向全国,不仅实现了茶农增收致富,还带动旅游、宾馆、民宿、餐饮等相关产业从业员就业及增收。预计到2035年,桑植白茶产业综合产值可达100亿元,其中茶旅产值达25亿元。

拓展湖湘文化内涵,为“湘”字号农产品品牌“扬名”。依托具象化的产品和当代表达,可以不断拓展湖湘优秀传统文化的内涵,使其焕发新魅力、增强吸引力。为此,可将拓展湖湘文化内涵与擦亮“湘”字号农产品品牌紧密结合,灵活运用萌文化、二次元等新时代文化元素,打造富有传播力和影响力的农产品品牌,并打通数字营销渠道,构建“湘”味浓郁的农产品IP集群,不断刷新国内外消费者的价值认同,助推湖南农产品出圈。比如近年来,炎陵县县委、县政府立足当地农耕文化、红色文化、民俗文化等特色文化资源,大力发展“黄桃+”产业融合体系,“炎陵黄桃”品牌建设取得了不俗成绩——被注册为“国家地理标志证明商标”、入选“中国农产品百强标志性品牌”、荣获“国家地理标志农产品”称号,炎陵县获评“中国优质黄桃之乡”。与此同时,该县着力打造“红、古、绿”旅游精品线路,在黄桃成熟季节,以桃为媒,以炎帝陵和炎陵县山水相邀,推出“‘桃’气一‘夏’”“黄桃+夜市”“黄桃+湘菜大师”“黄桃+炎帝文化”等主题活动,将小黄桃做成带动全域旅游的大文章,仅2022年就实现“桃旅”产值5.6亿元。

(作者系娄底职业技术学院副教授)

# 强化音乐赋能 推动文旅深度融合

黎莉

“把艺术理想融入党和人民事业之中,做到胸中有大义、心里有人民、肩头有责任、笔下有乾坤”。习近平总书记的重要论述,为文艺工作者发挥音乐应用效应、服务经济社会发展大局提供了根本遵循、指明了努力方向。

音乐作为千百年沉淀下来的人类文化形态,具有讴歌美好、愉悦心情的自然属性,开发、利用好音乐资源,既是满足人民对美好生活的题中之义,也是推动文旅产业高质量发展的重点选项。湖南拥有丰富的旅游资源和深厚的地域文化资源,其中包含了大量富有地域和民族特色的音乐资源。当前,我省应抢抓文旅经济复苏契机,在科学开发和利用音乐资源、推动文旅深度融合上下功夫,将音乐资源优势转变为文旅高质量发展的产业优势。

## 高站位统筹,挖掘地方民族特色音乐资源

应强化高位统筹,将传承和利用具有湖南地域特色的民族音乐作为助推文旅产业高质量发展的重要因素,进行统一规划设计。

下足功夫“挖掘和研究”。湖南是多民族省份,其中苗、土家、侗、瑶、白族、壮等少数民族在历史长河中积淀了丰富的民族音乐文化。深入发掘、研究全省多姿多彩的传统歌舞、戏曲,首先必须将这一工作摆在发展文旅产业的重要位

置,重点研究在文旅产业中如何完美“嫁接”地方民族音乐,做到音乐与旅游相伴相生、浑然天成,推进文旅深度融合,焕发音乐和旅游的活力魅力。

下足功夫“传承和弘扬”。民族音乐是流淌在民族血液中的文化基因。应结合文旅产业发展需求,加大政府、相关职能部门和单位的支持帮助,让民族音乐在应用中得以更好的传承和发扬。

下足功夫“整合和创新”。整合是传承的手段,创新是最好的传承。伴随现代人音乐审美观的变化,让地方民族音乐彰显独特魅力、促进湖南文旅产业发展,需要用新的音乐形式包装传统音乐,通过整合创新,使传统音乐在文旅产业发展中实现激活、转化、延续。

## 高标准谋划,打造文旅产业音乐IP

好的音乐作品,往往具有非凡传播力、穿透力,“一首歌唱红一座城”的成功例子屡见不鲜。人们跟着音乐去旅行,去看看歌曲中传唱的美景,对那片土地的美丽动人之处一探究竟。比如,《早安隆回》火爆全网带给我们深刻启示:一首歌可能胜过无数广告宣传,可以通过打造音乐IP提升一个地域的知名度,激发人们前往旅游的热情。

举办特色音乐节会。精心打造、举办具有地域特色的流行音乐节、乡村音乐节、原生态音乐节等活动,将其作为城市形象宣传、文旅产业破圈的重要引擎,打造城市IP标识,为游客带去更加鲜活深刻的旅行体验,从而迅速提升当地文旅人气。

打造精品文旅演艺项目。借鉴“印象刘三姐”“印象丽江”等大型文旅演艺项目成功经验,策划具有湖南地方特色的旅游演艺节目,培育开发大型室内情景体验剧、实景演出、情景音乐剧,打造

精品文旅演艺项目,助力扩大旅游消费。

开发音乐文创产品。将地方音乐文创产品的研发、生产转化上升至湖南旅游IP营销平台,努力实现产品优、传播优,将文旅推广与文化输出有机结合,进一步提升湖南旅游的知名度和美誉度。比如2017年初,赵雷原创歌曲《成都》点燃了全国听众对成都这座城市的无限向往和情怀共鸣,“在成都的玉林路上走一走、在小酒馆坐一坐”成为人们前往成都旅游的必选项目,让成都文艺旅行乘风而起。

## 高品质建设,推动文旅融合发展

音乐作为一种文化艺术,理应成为文旅产业的重要组成部分。扎实推进文旅深度融合、高质量发展,应充分发挥音乐的“催化剂”作用。

以音乐植入丰富文旅业态。深入挖掘具有地域民俗特色的音乐,在重点景区、景点景区内包含民族音乐元素的文化活动,打造更多“深蕴文化之美、可以陶冶心灵情操”的旅游产品,不断提升旅游景点的吸引力和竞争力。

以音乐创新打造文旅品牌。积极探索地方传统音乐创造性转化、创新性发展模式,鼓励创作展现地方音乐原貌、特色亮点的优秀音乐作品,进一步增强地方音乐文化发展活力,擦亮湖南文旅品牌。

以音乐传唱树好文旅形象。音乐能提升一个地域的知名度,也能展现一个地方的文化特质和魅力。对于音乐来说,最直接的传播方式就是传唱,这一方式具有宣传特质,有利于推进文旅发展。应从政策、资金、环境等方面发力,积极支持地方音乐专业人才和业余爱好者开展音乐创作,为城市增添新的底蕴内涵,用音乐传唱吸引游客驻足,从而迅速聚集人气、点燃人们的旅游激情、树立良好的文旅形象。

(作者单位:湖南女子学院)

