

山东海洋文化资源转化为海洋文化产业 现状分析与对策思考

郑贵斌¹, 刘娟², 牟艳芳²

(1. 山东社会科学院 济南 250002; 2. 山东经济学院 济南 250014)

摘 要: 文章概述了山东沿海丰富的海洋文化资源及山东海洋文化资源转化的现状与存在的问题, 并提出山东海洋文化资源转化为海洋产业优势的对策。

关键词: 海洋文化资源; 产业转化; 集成创新; 对策建议

打造山东半岛蓝色经济区, 必须以科学开发海洋资源为基本前提, 以培育海洋优势产业为根本途径。山东蕴含丰富的海洋文化资源, 是发展文化产业的重要基础。充分开发利用山东丰富的海洋资源储备与海洋文化底蕴, 科学合理地展开海洋产业布局, 形成海洋经济优势, 是山东加快建设海洋经济文化强省、实现科学发展的重大历史使命。

1 山东的海洋文化资源

海洋文化是以海洋为基础的文化, 海洋文化资源包括海洋历史文化、海洋民间文化、海洋景观文化、海洋节庆文化和海洋经济文化等。人类社会的进步和发展, 海洋经济实现又好又快的发展, 不仅需要消耗各种海洋自然资源, 也依赖于海洋文化资源。海洋文化资源是实现蓝色经济又好又快发展的重要基础之一。

1.1 海洋旅游文化资源

山东海洋景观主要分布在胶东半岛的青岛、烟台、威海, 这一地带海岸线绵延曲折, 岬湾相间, 山海相依, 自然风光秀美。青岛的崂山、烟台的蓬莱阁、威海的刘公岛、东营的黄河入海口景观等都是著名的海洋旅游资源。沿海也存在着丰富的海疆文化。海洋文化的地方色彩浓厚, 历史典故, 神话传说众多。

1.2 海洋历史文化资源

春秋战国时期的齐国, 由于紧紧抓住“鱼盐之利”, 谱写了我国海洋文化的光辉篇章。姜太公“通商工之业, 便鱼盐之利”, 就是充分发

挥了齐国的地利优势。为了发挥沿海发展的优势, 除推行了“因俗、简礼”, 还并行九府圜法。用此以助鱼盐之利和商工之业。由于姜太公选地利, 因民俗, 重商工, 后来齐国在相当长的时间内坚持太公之制, “设鱼盐商工之利”, 本末兼营, 农工并作, 产商互补, 并鼓励国与国之间的贸易, 加强经济交流。这些措施使齐国“以区区之齐在海滨, 通货积财, 富国强兵”, “人民多归齐, 齐为大国”。齐文化是我国历史文化的代表之一, 由于其蕴涵的开放与兼容性的海洋文化特征, 使其成为人类的优秀文化。齐国的东部沿海开发与海洋文化的开放兼容, 既促进了齐国经济、政治、思想和军事的巨变, 又代表着社会发展的方向, 使齐国成为经济发展、文化繁荣、最具生机与活力的国家, 促进了社会的全面进步。齐国的海洋文化是我国海洋文化形成与发展的一座里程碑, 其发展与影响是我们开发先进海洋文化资源, 加快经济发展的重要历史资源。

1.3 海洋民俗文化资源

海边的先民们在长期与自然、海洋的斗争中, 总结并传承了大量涉海的生活经验、智慧和文化遗产, 形成了独特的海洋民俗文化。山东的海洋民俗文化资源丰富, 涵盖面较广, 如集中于荣成龙须岛、蓬莱大季家和刘家旺等处的渔村, 渔业生产习俗以驾“瓜篓”、打风网(围网)为特色; 北渔村的海带草房、海产食品、行船禁忌等习俗, 都为别处所不多见; 沿海渔民在农历三月十九的祭海习俗, 仪式在春汛起锚前举行, 祈求海神保

佑平安,现在演变为“上网节”,成为欢送渔民出海并预祝丰收的节日。

1.4 海洋节庆文化资源

海洋节庆文化是海洋文化的一个重要组成部分,山东现有海洋节庆活动近30项,如青岛国际啤酒节、海洋节、金沙滩文化旅游节、红岛蛤蜊节、中国青岛钓鱼节、渔家乐民俗文化节、中国荣成国际渔民节、中国威海国际钓鱼节、日照刘家湾赶海节及威海海洋文化产业周等。各具特色的海洋节庆活动为海洋节庆产业的发展奠定了良好的基础。

1.5 海洋科技知识文化资源

海洋经济与海洋文化是相互融合,相互促进的,在发展海洋经济中积累的经验、管理技术都可以转化为海洋文化。在当今时代海洋科技知识已成为海洋文化的重要组成部分,海产品的养殖、水产品加工等海洋资源开发利用都要求较高的科技知识^[1]。山东正利用海洋科技知识展现自身魅力。山东具有多所海洋高等院校和全国知名的科研院所,仅在青岛就有包括中国海洋大学、中国科学院海洋研究所和国家海洋局北海分局等30多家海洋科研、教育和管理机构,这为山东省海洋文化资源的开发和产业的发展提供了优势条件。在开放方面,古代的海上丝绸之路以及现代的开放文化,尤其是“海上山东”与蓝色经济区建设,也已经成为海洋文化的绚丽奇葩。

2 山东海洋文化资源转化的现状与问题

2.1 海洋文化资源转化为产业的现状

按学术界的意见,海洋文化产业是指为满足社会公众的精神需求和物质需求,科学开发海洋文化资源,从事涉海文化产品生产和提供涉海文化服务的行业,包括滨海旅游业、涉海休闲渔业、涉海休闲体育业、涉海庆典会展业、涉海历史文化和民俗文化业、涉海工艺品业、涉海新闻出版业和涉海艺术业等。目前山东海洋文化资源转化为以上产业的主要成绩如下。

2.1.1 发展了富有特色的滨海旅游业

目前山东在海洋文化资源转化中,旅游产

业的转化最为成功。山东沿海各市突出海洋特色,打造了一系列精品旅游项目,如以青岛、威海、烟台、日照海洋文化为特色的黄金海岸旅游区;以潍坊为中心,以风筝、杨家埠木版年画、民俗风情为主题的滨海民俗旅游区;建造了集赏海、游乐和休闲为一体的海滨公园等;还开发了具有特色的海岛游,如对甲午战争纪念地、北洋水师提督府所在地刘公岛的开发,对有“蓬莱仙岛”美称的庙岛群岛的开发等。

2.1.2 开发了多种休闲渔业和休闲体育业

海上休闲渔业观光游是以传统渔业生产为载体,按安全标准改造、装饰的休闲渔船承载游客在海上捕鱼、观光,使游客亲临其境,既可体验渔民传统淳朴的海上生活,又能观赏美丽的海上风光,是集知识性、趣味性、奇特性为一体的浪漫休闲观光项目^[2],全省近海渔业资源丰富有力地促进了休闲渔业的发展。涉海休闲体育业的开发,则包括帆船、划船、冲浪、垂钓、潜水、沙滩排球、沙滩足球和沙滩拔河等。

2.1.3 涉海庆典会展业丰富多彩

山东历史文化悠久,民风淳朴、民俗节庆众多。传统民俗庆典活动主要有海云庵糖球会、天后宫庙会、湛山寺庙会、烟台龙口南山灯会、妈祖祭拜活动月、牟氏庄园民俗旅游文化节、日照刘家湾赶海节等民俗节庆活动;现代的有青岛国际啤酒节、金沙滩文化旅游节、红岛蛤蜊节、威海中国荣成国际渔民节等节庆活动以及以海洋文化为主题的各种会展。

2.1.4 涉海影视艺术业、动漫产业等也取得了一定的成绩

半岛蓝色经济区在文化产业的发展中,一直比较重视演艺事业的培育,开发了《蔚蓝青岛》《梦海》《印象日照》等一批体现地方文化特色的优秀演绎剧目。动漫产业的发展也取得了一定的成绩,已经建成济南、青岛和烟台等动漫产业基地,创作了一些涉海动漫作品,如《八仙过海》《郑和下西洋》等。

2.2 山东海洋文化资源转化发展中存在的问题

山东的海洋文化资源转化取得了一定的成绩,但也存在着以下一些问题。

2.2.1 技术和人才问题

海洋文化产业作为新兴产业,需要技术和

人才的支撑。但海洋文化产业的发展人才不足,存在着技术转化不及时,高科技及综合性管理人才十分缺乏的问题。

2.2.2 海洋文化资源开发不平衡问题

海洋旅游产业是目前山东海洋文化产业的支柱,其他海洋产品的开发对海洋旅游业的依赖程度较高。涉海历史文化、民俗文化等的转化较少,与海洋文化相关的广播影视业、网络文化等行业发展也相对落后,许多海洋文化资源尚未得到有效开发利用。总的来看,目前的海洋文化产业基本处于初级发展阶段,尚需打造出完整的文化产业链,更好地发挥海洋文化资源的综合经济效益。

2.2.3 企业创新经营能力薄弱问题

目前企业规模小,融资能力弱等问题制约着海洋文化产业的发展,且由于企业自主创新不足,海洋文化产品呈现肤浅性,绝大多数海洋文化产品都只是利用海洋资源进行简单的加工和仿造,产品的文化含量低,经济效益不高。由于受文化发展体制改革慢的制约,海洋文化产业发展与国内其他文化发展先进省市有一定差距,也制约文化企业的发展。

2.2.4 保护意识不强问题

部分海洋文化资源没有做到科学开发从而导致文化资源承受力过重,开发利用中存在着过度开发、不注意生态环境的保护等问题。如,在旅游旺季时崂山风景区、沿海海滨、蓬莱阁景区和刘公岛等,客流过于集中,呈现出较重的超负荷现象。

2.2.5 文化产品雷同问题

在海洋文化产品的开发过程中,许多产品具有雷同性,造成大量的资源浪费。部分海洋文化资源的开发缺乏创意和吸引力,存在盲目模仿、产品同质化现象,没有自己的竞争优势,比如青岛、烟台、威海、日照等地的滨海旅游开发在沿海一线遍地开花,各地旅游产品雷同,出现无序竞争。

3 山东海洋文化资源转化为海洋产业优势的原则与思路重点

3.1 海洋文化资源优势转化为海洋产业优势的原则

海洋文化资源的产业转化,必须遵循可行

性原则、整体协调原则和重点创新原则。可行性原则最基本的要求是指在海洋文化资源开发上要从实际出发,量力而行。整体协调原则是指海洋文化资源的开发利用必须与当时当地的各种环境以及人们的接受水平相协调。在海洋文化资源开发过程中,应分轻重缓急,先开发市场需求较强的海洋文化资源,而对那些市场需求已饱和或未有需求的资源,不去开发或仅做尝试性的开发。重点创新原则指的是在海洋文化资源转变为文化产业的过程中突出重点,寻找创新点,注重提炼内涵,实现突破。

3.2 海洋文化资源优势转化为海洋产业优势的思路重点

3.2.1 坚持海洋文化保护,走可持续发展之路

海洋资源与环境是海洋产业经济的物质基础,所以海洋文化资源的开发,也要讲科学、讲效益、讲可持续发展以及长远价值,摒弃那种为谋求一时经济快速发展而牺牲自然资源和生态环境的做法。处理好海洋文化资源开发与保护的关系:海洋文化资源的开发要与保护相协调,例如以旅游开发来保护海洋文化遗产,对海洋文化遗产的保护反过来又促进海洋旅游的开发。

3.2.2 转变政府职能,深化海洋文化体制改革

切实转变政府职能,充分发挥政府在文化政策法规中的宏观调控、市场监管、社会管理和公共服务等方面的基本职能。必须树立紧迫感和忧患意识,加大文化体制改革的深度、力度和广度,把深化文化体制改革推向深入。坚持发挥市场机制的作用,促进海洋资源的高效利用。通过深化改革,充分发挥市场对海洋资源配置的基础性作用,全力培育一批骨干文化企业,增强文化产业竞争力,带动整个海洋文化产业的发展。

3.2.3 加强文化产业人才建设,构建人才战略高地

要充分利用好高等院校的教学资源,即以山东大学和中国海洋大学等高校为依托,通过产、学、研联合办学,建立海洋文化产业人才培养基地,重点培养图书营销策划、动漫设计制作等,尽快开设包括文化产品设计、文化产

品经营、文化经纪人和文化市场管理等相关的专业课程,形成多层次、立体性的人才培养层次。要加强海洋文化乡土教材的编写以及师资的培训,通过学校教育,保障海洋民间文化艺术的传承和提高。通过举办各类培训班、研修班,有计划地对有关领导和文化单位经营管理人员进行培训,掌握市场经济知识、经营管理知识,提高管理文化产业的能力。积极开展对外文化人才的交流与合作,选派人员到文化产业发达的国家和地区研修,培养具有世界水准的专业人才^[3]。

3.2.4 加大对海洋文化产业的投入,拓宽融资渠道

山东应逐步增加财政对海洋文化产业发展的投入,降低市场准入门槛,鼓励非文化企业、民间资本向文化产业投资,积极吸引国内外有实力、知名度高的文化产业资本参与山东的海洋文化建设,建立新的分配激励机制,市场营销机制、风险共担机制。同时要建立灵活投资机制,拓宽融资渠道。探索和建立适应海洋文化产业特点的投融资体系和机制,破除发展“瓶颈”^[4]。

3.2.5 依托山东海洋文化特色,做强节庆会展

山东应该凭借传统文化的深厚底蕴和海洋资源优势,开发一批具有鲜明海洋文化特色和浓郁海洋气息的节庆活动。也因此有必要在宣传文化部门、旅游部门等统一调度下,成立一个全区域统一的节庆领导机构,减少各自为政、条块分割的弊端和负面影响,以更清晰的思路、鲜明的主题、经营的理念、包容的模式、规模的效应、政府的引导、科学的运作,把以往分散的、零碎的、初级的、闲置的节庆活动中整合起来,统一规划、统一组织、统一包装、统一宣传、统一促销。坚持以海为题,文体搭台,旅游、经贸唱戏;充分挖掘丰富的海洋旅游资源。对节庆活动的内涵要进行深层次的挖掘,力争使其内涵以及外延都有一个新的突破。

3.2.6 加强海洋文化的整合重组,提升海洋文化产业品牌价值

要贯彻“有所为,有所不为”的竞争战略,实行错位竞争,抓住重点,经营强项,发挥优势,树立自己的海洋文化产业品牌,提高市场

认知度,形成注意力经济,为文化产业注入活力。其次,营销好自己的品牌,即给自己的品牌合理定位目标群,实现品牌的“产业化”运作。

3.2.7 突出海洋文化区域特征,实现特色文化错位发展

山东省海洋文化地方色彩浓厚,历史典故,神话传说较多,可以相应的开发旅游产品,如蓬莱仙话、海神祭祀、徐福东渡纪念活动以及海防建设等。以山东半岛蓝色经济区建设为主题,衔接半岛城市群建设、制造业基地建设和环渤海地区综合开发,充分发挥海洋文化优势和邻近日韩的区位优势,突出“开放、融合、发达”的区域特色,进一步提高海洋文化产品生产能力和服务功能,推进优势互补与和谐发展,实现文化生产要素的快速聚集和高效组合。以沿海丰富的海洋文化、渔民文化、科技文化内涵为基点,整合开发山城相连、海天一色,人文景观与秀丽自然风光融为一体的旅游胜地,促进文化与现代产业融合发展,打造适合人类居住的文化环境,成为符合现代人时尚需求,具有休闲、娱乐、游览、度假和展示功能的知名蓝色经济文化产业带。

3.2.8 整合海洋文化资源,建立区域协作机制

加强区域海洋文化联合,有效整合区域资源,以利于市场的开拓、市场开发成本的降低和区域文化品牌的树立。合作要以海洋文化为纽带,用共同的海洋文化将各自独立的沿海城市连接起来,形成海洋文化产品体系。此外还要主动打破封闭性,增强海洋文化企业的竞争实力。通过政府间的磋商协调机制,从宏观层面上消除行政边界的障碍与壁垒,通过民间组织的制度化谈判博弈机制,建立行业监管体系,从宏观层面上走向理性的区域交融和产业整合,通过企业间的市场化调节机制,构建文化产业结构体系,从微观层面上提升海洋资源配置的区域一体化优势^[5]。

3.2.9 推进海洋文化创新,增强文化产业发展活力

民族文化的竞争力,既建立在丰厚的文化底蕴上,更在于结合时代要求,深入挖掘海洋传统文化的丰富资源和深刻内涵,不断加以创

新,推出更多富有民族特色和时代色彩的海洋文化产品,打造民族文化品牌。

4 山东海洋文化资源转化为海洋产业优势的对策

在山东半岛蓝色经济区建设中,积极发掘海洋文化资源及丰厚文化内蕴,增强发展潜力,可以促进海洋文化产业发展。海洋文化产业发展了,形成有特色的符合科学发展观要求的新的发展模式,对于创建海洋文化强省,实现富民兴鲁,造福人民有重要意义。

4.1 维权——加强海洋文化知识产权保护,促进海洋文化产业发展

知识产权是文化产品流通、交换的必要规则,是文化产品走向世界的“游戏规则”。知识产权及其保护下形成的品牌,是文化产业竞争力的核心与灵魂。要采取措施,强化海洋文化知识的创造与保护。

4.2 聚智——凝聚人才,推动海洋文化高成长性产业创新

海洋经济发展中所包含的科技因素越多,经济增长中的科技贡献率越高,所创造的价值就越大。要强化人才资本优先积累,聚智重点集中在:海洋文化产业的科技人才,经营管理人才,尤其要引进和培养既懂经营管理,又有深厚文化底蕴的复合型人才,发挥人才和智力的作用。推动海洋文化产业进程主要应做好以下工作:一要建立海洋文化库,加强文化成果的选择和储备;二要建设海洋文化市场,加速文化成果商品化进程;三要加强海洋文化产业化服务体系建设,提供全方位服务;四要优化海洋文化产业的人才环境,为优秀人才脱颖而出、快速流动创造优越发展空间。

4.3 集群——强化海洋文化产业集群,展延产业链条

要用高新技术和先进适用技术改造和提升

海洋传统文化产业,推动传统文化产业向现代文化产业转型升级。要巩固提升传统文化产业,做大做强新兴海洋文化产业,科学布局、培育开发高端文化产业,推动新的文化产业革命,努力构建规模大、素质高、竞争力强的蓝色文化产业体系。通过整合海洋优势资源,发挥集群以及产业链延伸,提升品牌竞争力,创造更大的经济效益。

4.4 塑形——塑造海洋文化形象,打造新的发展模式和方式

重视山东的海洋文化形象设计,形成山东独特的文化魅力。要进行CI形象设计,就要大胆引入企业中的CI设计原理,分别从理念、行为和视觉识别系统,对山东沿海的海洋城市或经济区形象进行整体设计与建设,使海洋文化产品的形式与内涵完美结合。通过挖掘历史人物、民间故事、神话传说和海防建设等,加之当代改革开放创造的新的蓝色与绿色文明,形成系统的现代海洋文化现象,加以宣传和包装,使其逐步成为山东海洋文化符号,并沉淀为优秀的地方特色文化,以创造新的蓝色辉煌。

参考文献

- [1] 王东京. 连云港海洋文化资源开发利用研究[J]. 淮海工学院学报, 2009(3).
- [2] 谢生石. 珠海海洋文化产业的现状、问题与对策研究[J]. 珠海市行政学院学报, 2008(5).
- [3] 李晓磊, 姚武太. 提升山东文化产业竞争力对策研究[C]//山东省社会科学界 2009 年学术年会文集. 北京: 人民日报出版社, 2010.
- [4] 郭明兰. 深化文化体制改革 促进山东文化产业跨越发展[C]//山东省社会科学界 2009 年学术年会文集. 北京: 人民日报出版社, 2010.
- [5] 汪志全. 山东半岛海洋文化资源的保护和开发[C]//山东省社会科学界 2009 年学术年会文集. 北京: 人民日报出版社, 2010.