

从供需两端看北疆文化新格局

◎宋洋洋

中国经济的压舱石动力是消费,消费对经济增长的贡献率长期以来超过50%,是名副其实的第一动力。其中,文化和旅游成为引领消费复苏的强势和先锋。

从宏观来看,在经济增长的角度,消费循环是文旅产业经济增长的主逻辑。国民经济是动态的收入流,收入可通过支出、购买等行为在供需两端间流转,实现收入的再消费,形成消费循环。该循环的原点为消费端,消费者的每次支付行为都将成为现金流传导到供给侧。供给侧获得收入后,可通过追加投资、扩大产能或者购买更多人力等要素,加速收入流向就业端流动,提升消费者收入,增强消费循环的螺旋效益。

从中观来讲,在项目开发的角度,消费引导精准供给是产业项目开发的主模式。如“最美图书馆”阿那亚,消费群体很明确,所有的服务供给都紧紧围绕目标消费群体,根据消费偏好引导竞争精准供给。一方面,消费群体自带的商业流量和多元资源为阿那亚提供项目、载体等多方面的合作机会;另一方面,阿那亚一年举办1000多场文化活动,以区域性乃至全球性的文化活动精准对接消费者在后疫情时期的消费偏好与实际需求,提振文旅产业恢复发展。

从微观来讲,在资源转化的角度,受众议价权转化是行业资源转化和活化的主模式。随着以消费为中心的资源供需议价地位的转变,文旅资源开发与活化利用不再是自上而下的单向决断,更倾向考虑消费者自下而上的消费诉求。如“杭州西湖柳树被换成月季”等事件,彰显了消费者自下而上的内生性热情,对文化和旅游的创新性发展提出了时代新要求。

在经济稳步增长、人口结构转变、重大公共卫生事件的影响下,消费者的消费趋势、消费偏好和消费倾向已发生六大关键性转变。

一是低欲望社会下,年轻人消费心理出现两极分化,一类是刚需消费趋向理性和功能化,另一类是对精神消费的需求走向高

频和刚性。二是从物质消费向精神消费的升级,消费者不再刻意追求“品牌效益”“大牌意识”,更希望被情怀和美打动,强调“现在消费、未来收益”,内容知识付费意愿上涨。三是对国潮的认可,随着“传统文化+现代基因”的融合匹配度的加深,大量年轻化、生活化和功能化的国潮IP涌现,如汉服、故宫文创、河南卫视的转型升级等,实现了与主流消费群体的消费偏好的精准对接。四是消费圈层化特征显著,一方面是城乡市场存在固有壁垒,市场需求互通难、交叉少;另一方面是城乡代际圈层逐渐扩大,不同年龄层产生消费断层,文化领域消费垂直细分趋势明显。五是政府消费升级,重大项目追求“O+EPC”模式,更强调运营为导向的专业社会服务购买趋势。六是文化“种草”以及文化引流、旅游唱戏成为文旅融合的主逻辑,文化的融入与重构已成为传统文旅产业转型升级的关键和重心,一方面是供需价值链向下融合,更强调与应用和体验价值的双向融合;另一方面是传统与现代文化在产品、场景等层面的相互渗透。

在文旅经济的消费驱动主导逻辑支持下,“以文塑旅、以旅彰文”的文旅深度融合趋势将为打响北疆文化品牌判明行业格局、明确发展方向,进一步促进内蒙古文旅产业发展。

塑造立体文化形象是打响北疆文化品牌的“金名片”。作为各民族文化交融与交流互鉴的核心地带,内蒙古应建立一个特色鲜明的文化形象,明确一组文化发展定位,推出一系列覆盖面广、支撑力强、亲切度高的推介口号。在文化立体、景观立体、话题立体等多组文化体验互动的发展思路支持下,实现北疆文化发展规划的具体化、IP化和场景化,搭好“文旅融合台”,唱好“产业融合戏”,带动消费淡季回归产业模式热潮;打好“北京牌”,推出面向北京消费群体的产品,进一步拓展北疆文化的知名度。

紧抓产城融合契机是建设北疆文化品牌的“关键帧”。要打造北疆文化新发展格局,应紧抓产城融合的发展方向、锚定“东数西算”的战略方针,实现各产业的有序链接、高效运转,以文化旅游赋能城市焕然一新,以区域节点构建网状发展布局。一方面,内蒙古

应以城市空间为发展载体,以文旅经济为发展驱动力,以北疆文化为“粘合剂”,推动文旅产业与城市功能在物理和精神层面的深度融合,以产城融合带动自治区经济高质量发展;另一方面,应围绕“东数西算”工程积极构建数字经济发展新体系,加速产业数字化、数字产业化发展,彰显北疆文化的创新性与影响力。

聚焦消费需求转变是打响北疆文化品牌的“驱动器”。随着消费者对文化、旅游等服务消费、精神消费、体验式消费需求的进一步扩大和升级,内蒙古应聚焦代际转化、城乡融合、兴趣圈层三大需求转变方向,推动“文旅+”的跨界融合。一是应积极推动文旅产业品牌化,紧扣北疆文化自身特色,推出自然风景、民族风情、遗产活化等多样式、品质化的精品文旅IP,激活文化底蕴的时代新活力;二是要强化文化产业的跨界融合,将北疆文化的符号与理念融入全链条生产环节,提升北疆文化对产业发展的支撑力;三是要加速文旅产业的场景化,盘活存量文旅空间载体与文化资源,加速传统与现代文旅场景的深度融合。

“4C”发展原则是打响北疆文化品牌的“扩音器”。为进一步提升北疆文化的区域影响力,内蒙古应把握“4C发展理论”,为北疆文化注入社交媒体的时代基因。一是要融入现代场景(Context),挖掘“直播+文旅”“影视+文旅”等新型商业模式,借助互联网提升北疆文化的用户触达面,加速文化流转;二是要打通年轻社群(Community),以北疆文化为主题推出一系列体验感、沉浸式文旅产品,紧抓“Z世代”(网生代)消费主力军“求新、求变、追求体验”的消费偏好;三是要讲好媒体故事(Content),向北疆文化寻求发展源动力,以“北疆故事”彰显产业特色;四是要激发社会传播(Connection),紧抓社交时代信息流转高速、高效等优势,以媒体矩阵扩大传播声量,以社交平台拓展传播点位,依托互联网流量为北疆文化插上“传播之翼”。

(作者系中国人民大学创意产业技术研究院副院长,文化品牌评测技术文化和旅游部重点实验室副主任)

加快推进内蒙古文化产业数字化发展

◎祁述裕

实施文化产业数字化战略是国家“十四五”规划纲要提出的要求,也是“十四五”时期我国文化产业发展的前沿领域。近些年,我国文化产业数字化快速发展,呈现出“三化”和“两式”的特点。

“三化”指智能化、IP化和平台化。智能化是指对各种数字前沿技术的集成和组合以及所形成的创新矩阵。通过对数字技术创新矩阵的灵活运用,文化产业数字化在文化遗产保护和利用、促进文旅深度融合、推动城市改造和更新等方面,都展示出极为广阔的前景。

IP化是指利用数字技术等多种手段,通过发掘传统文化标识的文化内涵,将传统文化标识时尚化、故事化、衍生化,并实现其市场价值。文化IP在数字领域有很好的拓展,比如西安市依托热门剧集《长安十二时辰》打造了全国首个新消费综合体,受到了市场的极大关注。

平台化是文化产业数字化的重要应用领域。垂直网络平台经济特点各异、形态多样。利用新媒体平台拓展营销渠道,创新文化产品和服务,满足消费者多样化的体验和需求,是促进文化产业发展的的重要途径。

“两式”指沉浸式和场景式。沉浸式指通过数字技术与艺术的结合营造特定的情境,提供全方位的深度体验,使参与者有身临其境之感。沉浸式广泛应用于演艺、展览、教育培训、新型娱乐等各种业态中。场景式是指除了实体场景,数字(虚拟)场景已经成为营造时尚消费场景、促进文旅深度融合、推动文化产业数字化的前沿领域。

近日,自治区党委十一届六次全会审议通过了《内蒙古自治区党委关于全方位建设模范自治区的决定》,提出打造以各民族交往交流交融、守望相助、共同弘扬蒙古马精神和“三北精神”、铸牢中华民族共同体意识为基本内容的北疆文化品牌。推动内蒙古文化产业数字化发展,是打造北疆文化品牌的重要内容。

首先,推出北疆文化IP。通过文化IP把抽象的北疆文化理念转化为具体可感的文化形象。在北疆文化的宣传中,可以考虑设计一个能体现北疆文化内涵的文化IP,让公众对北疆文化有更具体、直观、亲切的印象和感受。同时,加快推进北疆文化IP的数字化传播,力求让北疆文化理念家喻户晓。

第二,培育体现北疆文化特点的数字文化IP系统。依托内蒙古丰富的历史文化符号和地理景观符号,比如红山玉龙、大草原、蒙古马、内蒙古特色艺术等,提炼数字文化IP系列,让公众对北疆文化有更直观、形象的感受。

第三,发掘能体现北疆文化的热点事件和人物。任何一个地方都不缺少能体现当代生活气息的热点事件和人物,缺少的是发现和传播。关键是要善于在身边发现热点事件和人物,再加以数字化传播。要实施内蒙古文化遗产数字化计划,让内蒙古歌舞、刺绣、服饰等具有世界影响力的文化遗产活起来、火起来。此外,要打造数实结合的文化消费场景,如内蒙古数字博物馆群、数字文化娱乐场景、各具特色的文化消费街区等,使之成为北疆文化的集中展示地。

第四,搭建国家文化公园数字展示平台。内蒙古拥有丰富的长城文化资源、黄河文化资源,在国家文化公园建设和保护方面占有得天独厚的优势。要让物理场景和虚拟场景相结合,实现线上线下一体化,开发数字文化以及线上活动展演,构建数字传播矩阵,丰富北疆文化的品牌内涵。

第五,重视议题设计。加强与头部网络平台企业的合作。针对内蒙古文化资源的特点,制定个性化方案,与头部网络平台企业合作,利用平台的公益性追求和资源优势,宣传推广北疆文化品牌,扩大北疆文化品牌的知名度和影响力。

(作者系中央党校[国家行政学院]教授,多彩贵州特色文化发展研究中心名誉主任)

好生活的伟大实践中,创作推出更多讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄、讴歌新时代的优秀作品,让红色基因深深扎根于各族人民心灵深处,不断转化为感恩奋进的强劲动力。

坚持以人民为中心的创作导向,弘扬乌兰牧骑光荣传统,激发全民族文化创新创造活力,在与时代同步、与人民共命运中不断推动文化繁荣,始终彰显北疆文化品牌鲜明的时代特征和人民立场。

“以人民为中心的创作导向”是习近平总书记关于文艺工作系列重要讲话的核心内容之一,对新时代文艺工作具有普遍的指导意义。北疆文化品牌建设只有牢固树立马克

“三北精神”,紧紧围绕高质量发展这个根本要求,把富有北疆特色的生态文化建设作为打造北疆文化品牌的重要内容,始终彰显北疆文化品牌的自然地理特点和绿色生态属性。

一个地域文化的形成和发展,与这一地域独特的自然地理环境密不可分。内蒙古作为我国北方重要生态安全屏障,特殊的地理位置和自然地理特性决定了北疆文化具有鲜明的生态文化属性和特征。如何从生态文化建设视角认识、丰富、发展北疆文化,彰显北疆文化品牌的自然地理特点和绿色生态属性,是北疆文化品牌建设面临的又一重要任务。生态文艺创作是内蒙古文艺创作的优势和传统。多年来,广大文艺工作者聚焦崇尚自然、保护环境、促进人与自然和谐共生的基本价值观,加强生态文艺创作,涌现了许多优秀作品。在打造北疆文化品牌实践中,生态文艺创作必不可少、大有可为。

着眼建设中华民族现代文明的新使命,深入挖掘、传承弘扬北疆大地各民族优秀传统文化和人文资源,进行创造性转化和创新性发展,推动各民族优秀传统文化创新交融,始终彰显北疆文化品牌与时俱进的生命力和创新特质。

创造性转化、创新性发展是传承发展中华优秀传统文化的基本方针。充分挖掘和生动展现内蒙古大地上的厚重历史文化和丰富人文资源,推动各民族在增强对中华文化认同的基础上创造性转化、创新性发展,是北疆文化品牌建设的重要立足点和实践路径。只有正确认识和把握中华文化和各民族文化的关系,在坚持中华文化的主流、方向的根本前提下,繁荣发展各民族文化,推动各民族优秀传统文化的保护传承和创新交融,使其成为北疆文化鲜明时代特色的组成部分,北疆文化品牌建设才能拥有坚实的基础和持续的动力,才能激发起全区各族人民的文化创新创造活力,让根植在北疆大地的优秀文化在新时代活起来、火起来。

(作者系内蒙古自治区社会科学院院长)

北疆文化品牌的价值导向与实践路径

◎包银山

一重要论断为我们打造北疆文化品牌、推动发展新时代民族团结进步事业提供了重要遵循、指明了实践路径。如何通过北疆文化品牌建设更好地增进文化认同、进而增强民族团结,成为当前我们面临的重要课题。文化认同与文化整合既相互制约又相互联系、相互促进,是辩证统一的关系。文化的相互认同是文化整合的前提和基础,而只有文化整合才能够更好地增进文化认同。打造北疆文化品牌,就是要把历史与现实贯通、多元与一体融通,以新时代的文化整合推动文化认同,进而更好地促进民族团结与共同进步,推动中华民族共同体建设。这一过程始终要彰显北疆文化品牌建设鲜明的多元一体、一体引领的文化品格。

弘扬以伟大建党精神为源头的中国共产党人精神谱系,传承红色文化,赓续红色基因,

众更加深刻领悟“两个确立”的决定性意义,更加自觉增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。打造北疆文化品牌,就要传承红色文化,赓续红色基因,首要的是要通过有效载体和形式,教育引导广大干部群众牢牢铭记“五句话”的事实和道理:内蒙古地区是中国共产党最早建立党组织的民族地区,内蒙古自治区是在中共中央直接领导下建立的,内蒙古是在党中央的支持下发展起来的,内蒙古工作中出现的重大偏差都是党中央帮助纠正的,内蒙古作为模范自治区模范就模范在听党的话上。感恩奋进主题创作是内蒙古文化艺术创作的优良传统,集中体现于新中国成立以来各个历史时期创作的各类文艺作品,在推进北疆文化品牌建设进程中,要发扬光大内蒙古文艺创作这一光荣传统和创作优势,在共同创造美

思主义文化观,真正做到以人民为中心,把满足人民精神文化需求作为品牌打造的根本出发点和落脚点,让文化发展成果不断惠及各族人民群众,充分激发各族人民的创新创造活力,才能使文化品牌拥有最广泛最坚实的基础,发挥文化品牌的最大正能量,让文化品牌成为各族人民群众共同的精神标识和奋进力量。坚持以人民为中心的创作导向,推出更多增强人民精神力量的优秀作品,是打造北疆文化品牌的重要支撑点,必须要把提高质量作为品牌建设的生命线,组织实施文艺作品质量提升工程,增强精品意识,实施精品战略,不断提升文化产品的精神能量、文化内涵和艺术价值,以更多更好的优秀作品支撑起北疆文化品牌的影响力和美誉度。

牢记“国之大者”,弘扬蒙古马精神和“三