

浙江海洋文化产业发展的战略重点及其路径选择

詹成大 陈慧娟

摘要:浙江是海洋文化大省,有其独特的海洋自然条件和优厚的海洋资源,应充分利用自己的优势,转化劣势,迎接挑战,采取切实可行的措施,促进海洋文化产业各行业的发展。海洋文化产业布局既要有战略高度,又要接地气;大力塑造浙江海洋文化品牌和培养既了解海洋文化产业理论,又能进行文化产业开发的创新人才;探索和寻求实现我省海洋文化产业的集聚发展模式,从而实现浙江经济增长方式的转变和产业结构的升级,实现浙江海洋文化产业的可持续发展。

关键词:海洋文化产业;海洋旅游业;产业布局

作者简介:詹成大,男,教授,博士。(浙江传媒学院,浙江 杭州,310018)

陈慧娟,女,硕士。(浙江传媒学院 管理学院,浙江 杭州,310018)

中图分类号:G122 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-6552(2015)03-0057-07

如今,海洋文化产业作为一个新的产业形态,在全球范围内正逐渐兴起。沿海各国都在纷纷开发和利用海洋资源,大力发展海洋经济。在这场“蓝色浪潮”的竞争下,越来越多的国家意识到海洋经济的竞争归根结底是海洋文化和海洋资源转化力的竞争。只有将丰富的海洋资源产业化,才能有海洋经济快速发展的新引擎。在我国,“建设海洋强国”的概念首次被写进十八大报告。在海洋经济作用日益凸显、文化产业地位日益提升的今天,发展海洋文化产业,提升国家海洋经济地位已成为必然趋势。就区域而言,海洋文化产业也已成为沿海、岛屿城市提升城市文化品牌和影响区域文化产业核心竞争力的重要因素,对浙江省来说亦是如此。众所周知,浙江是海洋大省,拥有丰富的海洋资源、优越的区域位置和众多优势突出的产业,这些都为浙江海洋文化产业的发展提供了良好的基础和产业环境。因此,发展海洋文化产业也成为带动浙江经济发展,提升浙江文化形象和魅力的重要途径。本文主要立足于浙江海洋文化产业的发展现状,对海洋文化产业发展的内外部环境进行客观科学的分析,抓住海洋文化产业发展的战略重点,并在此基础上寻求适宜的发展路径,以期促进浙江海洋文化产业的持续发展。

一、浙江海洋文化产业的发展现状

近年来,随着社会经济的快速发展,陆地资源和空间的压力与日俱增,人们已经将发展的视野投向了资源丰富的海洋领域。长期以来,人们对开发和发展海洋产业的认知主要局限在海洋渔业、化工生物工程和海洋运输等工业领域,很少涉及与文化产业相关的海洋门类。因此,在文化产业领域,海洋文化产业目前还是一个新兴产业。海洋文化产业是以丰富海洋文化资源为基础,以现代技术和科技为手段,以满足社会公众文化需求和文化服务为动力,开发利用海洋资源,从事海洋产品生产和服务的行业。它是海洋经济和海洋文化的交叉部分,与海洋文化和海洋经济存在共生共融的关系,但海洋文化产业并不是静态的,而是一个具有融合性、开放性、不断发展和完善的文化产业形态。

浙江是海洋资源大省,拥有得天独厚的资源禀赋和区位优势。政府也十分重视发展海洋经济,早在1993年、1998年和2007年先后制定了“开发蓝色国土”、“建设海洋经济大省”、“大力发展海洋经济,加快建设港航强省”的战略部署。特别是2011年,国务院先后批复了《浙江海洋经济发展示范区规

划》、设立了浙江舟山群岛新区,使浙江省海洋经济发展上升为国家战略。2013年,浙江省还制定了《浙江海洋经济发展“822”行动计划(2013—2017)》作为今后5年发展海洋经济的主要载体和抓手。由此可见,浙江省对建设“海洋强省”战略的重视。海洋文化产业是海洋经济和文化产业的重要组成部分,大力培育和发展海洋文化产业,是建设浙江文化大省和海洋强省的客观需求。近年来,浙江省深入挖掘和整合海洋文化资源,融合创新海洋文化产业并已取得初步成效,主要表现在以下几个方面:

(一) 海洋旅游业的建设,强化了浙江海洋旅游的核心带动作用

表1 2005—2013年浙江省旅游总收入

年份/年	旅游总收入		相当于全省	
	绝对值/亿元	增长/%	地区生产总值/%	服务业增加值/%
2005	1378.8	23.1	10.3	25.6
2006	1690.1	22.6	10.7	26.7
2007	2025.8	19.9	10.9	26.9
2008	2250.0	11.1	10.5	25.5
2009	2643.7	17.5	11.6	26.9
2010	3312.6	25.3	12.2	28.2
2011	4080.2	23.2	12.8	29.1
2012	4801.2	17.7	13.9	30.7
2013	5536.2	15.3	14.4	31.9

浙江省旅游资源数量众多,类型丰富,特色鲜明,旅游业历年来都是浙江的标志性名片。近年来,浙江旅游业呈现稳定发展的良好态势,旅游总收入保持良好的增长势头,2013年的旅游总收入更是达到了5536.2亿元,比上年增长了15.3%^①(如上表所示)。海洋旅游业是浙江旅游业的重要组成部分,也是浙江省最具潜力的产业之一。浙江拥有舟山嵊泗岛、普陀山、朱家尖、桃花岛,宁波招宝山、松兰山、中国渔村(石浦)、渔山岛,台州蛇蟠岛、石塘,温州南麂岛等海洋旅游景区,其中舟山是浙江海洋旅游业发展较好,并具有示范作用的海洋景区。舟山深入挖掘海洋和佛教的海洋文化资源,开发景点达1000多个,其中普陀山为国家首批5A级景区,朱家尖、桃花岛为国家4A级景区,秀山岛为国家3A级景区,沈家门渔港为“全国工农业旅游示范点”,桃花岛为省级生态旅游示范区。^[1]与此同时,舟山还紧紧抓住国务院批准设立舟山群岛新区这一历史机遇,打造了一批精品海洋旅游项目,如大众海钓游、海鲜美食游、度假会展游、海洋文化游、群岛海上游、岛村渔家游、佛教文化游等,拓宽客源市场,将海洋旅游业作为发展海洋经济的支柱性产业。据数据显示,2014年1—8月舟山主要海洋旅游景区接待人数持续上涨,8月更是达到534.6万人次(如下表所示),8个月来累计旅游总收入达到242.81亿元。

① 数据来源:舟山市“十二五”海洋旅游业发展规划。

表2 2014年1月至8月舟山市主要风景旅游区接待人数统计表(万人次)

旅游区	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
舟山市	117.4	192.5	221.8	255.4	361.9	327.3	480.9	534.6
定海区	21.7	31.2	41.8	45.7	68.9	68.5	86.6	86.1
普陀区	37.7	61.8	71.4	90.2	158.6	153.8	206.3	256.8
岱山县	23.4	23.6	21.1	23.5	29.9	35.7	45.1	39.7
嵊泗县	9.6	8.4	13.0	20.3	30.7	33.0	78.3	79.8
普陀山	25.0	67.5	74.6	75.6	73.8	36.3	65.6	53.1

数据来源: 根据舟山市旅游委员会数据整理所得

此外, 舟山还大力举办涉海庆典活动来推动海洋旅游业的发展。沙雕节是舟山的特色海洋文化节日。截至2014年9月16日, 舟山·沙雕艺术节已成功举办16届。据舟山旅游局数据统计, 自首届沙雕节举办以来, 普陀朱家尖岛的游客量已由原来的40万人次逐年递增至2013年的427.8万人次。2014年1-8月份, 这个仅2.7万常住人口的海岛就吸引了中外游客372.03万人次, 同比增长了8.83%。除了舟山的沙雕艺术节, 浙江省还有很多特色鲜明的海洋节庆类活动, 如中国开渔节、岱山海洋文化节、杭州钱江观潮节等。丰富多彩的涉海节庆活动促进了浙江海洋旅游业的发展, 从而强化了海洋旅游业对浙江海洋经济的核心带动作用。

(二) 浙江涉海渔业的快速发展, 奠定了休闲渔业的产业基础

浙江在我国海洋渔业起步较早, 发展较为成熟。浙江拥有全国最大的渔场——舟山渔场, 每年都吸引来自各地的渔民。浙江渔场目前的资源量为每年400~500万吨, 可捕量为200~250万吨, 浙江省实际捕捞量每年都超过300万吨。近年来, 由于过度捕捞, 渔业资源日益枯竭衰退, 人们开始寻求新的渔业发展方式, 休闲渔业逐渐兴起, 所谓休闲渔业是指将观光、休闲等旅游活动与现代渔业方式有机结合的一种以渔文化为主的新型经济业态。浙江休闲渔业发展较好起步较早的是舟山市。它以海港为依托, 综合开发海上垂钓、海岛采贝等休闲渔业项目, 丰富了海洋休闲渔业。作为舟山渔场中心的嵊泗渔场, 凭借区位优势, 近年来休闲渔业发展迅速, 带动了当地经济的发展。据统计, 2013年嵊泗新增渔家乐宾馆110家, 床位1821张。目前全县共有渔家乐宾馆458家, 房间4028间, 床位8021张。全年共接待国内外游客315.03万人次, 实现旅游总收入30.07亿元, 分别比上年增长17.0%和18.0%(见图1、图2)。

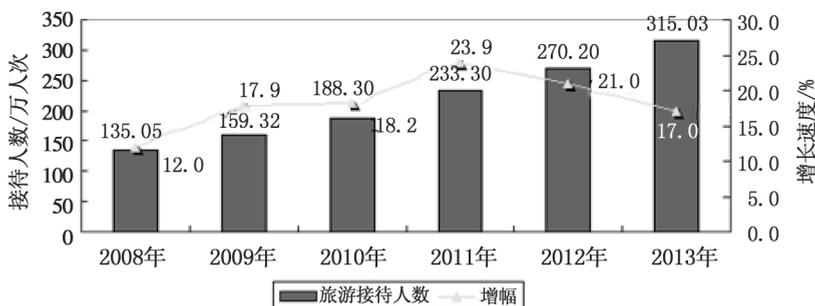


图1 2008—2013年旅游接待人数及其增长速度

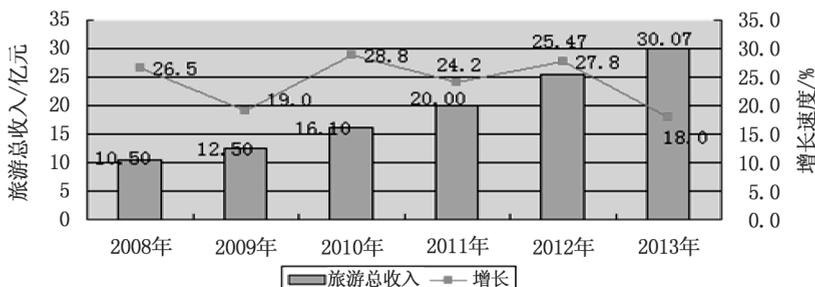


图2 2008—2013年旅游总收入及其增长速度

数据来源：2013年嵊泗县国民经济和社会发展统计公报

（三）海洋影视基地的建设，提升了浙江海洋文化产业的吸引力

近年来，浙江影视文化产业一直处于全国领先地位，成为浙江经济发展的亮点和浙江文化产业发展的支柱。在其发展过程中，涌现出了一批实力较强的影视企业，如浙江影视（集团）公司、华策影视、中南卡通等，同时也形成了横店影视基地、象山影视基地等多个规模较大的影视制作基地，可以说影视产业成了浙江文化产业的一大特色。^[2]在此背景下，海洋影视文化产业依托浙江丰富的海洋文化资源，发展出了一批海洋影视基地。所谓海洋影视基地是指位于沿海地区，以海洋资源为特色的影视基地，如舟山桃花岛海洋影视城、宁波象山海洋影视城等。这些影视基地凸显了浙江海洋文化的原真性和独特性，打造出集影视拍摄和休闲旅游为一体的综合型产业。经过多年的建设和发展，海洋影视业在国内享有较高知名度，进而提升了浙江海洋文化产业的吸引力。

二、浙江海洋文化产业发展的优劣势分析

综观浙江省海洋文化产业发展态势，总体较好，但要从战略高度来考量和制定海洋文化产业发展策略，需透视自身优势所在，认清潜在威胁与发展中的不足，并在此基础上对产业的发展做出精确的定位与科学的研判。

（一）浙江发展海洋文化产业的优势

1. 快速发展中的浙江经济

海洋文化产业的培育和发展离不开大量资金的投入。改革开放以来，浙江的经济迅速崛起并得到快速发展。从图3中可以看出，自2007年以来，浙江省生产总值呈现平稳较快增长趋势，截至2013年底，浙江实现生产总值37568亿元，人均GDP68462元。此外，浙江的民营资本活跃，政府也鼓励民营资本进入文化产业领域，这些都为浙江海洋文化产业的发展奠定了优势突出的经济基础，让文化软实力有了硬支撑。

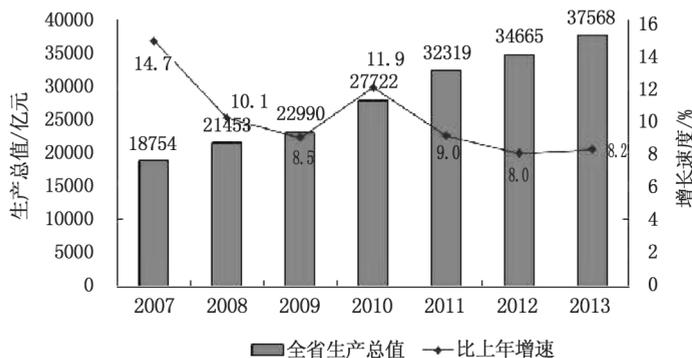


图3

数据来源：2013年浙江省国民经济和社会发展统计公报

2. 丰富的海洋资源禀赋和坚实的文化产业政策保障

发展海洋文化产业的基本条件就是该区域具备得以维持其发展的海洋资源,浙江是海洋经济大省,拥有26万平方公里海域,面积大于500平方米的海岛有3061个,大陆安县和海岛岸线达6500多公里,现有海岸滩涂388亩,发展海洋文化产业的海洋资源可谓得天独厚。

浙江除了具备发展海洋文化产业的基础优势外,还具备外部环境优势,即政府对其发展的大力支持。从20世纪90年代开始,浙江省政府就提出了建设“文化大省”、“海上浙江”、“海洋经济强省”等战略决策,为浙江海洋文化产业的发展提供了良好的政策保障。

3. 文化消费市场需求的激增

众所周知,经济发展水平的高低直接影响着文化产品的消费水平。如今,随着物质生活水平的不断提高,人们对文化产品的消费水平和期望也随之提升,城乡居民不再简单地追求物质享受,而是对精神需求提出了更高的要求,社会消费结构也随之发生转变,因此很多文化产业领域的消费热点不断涌现,为海洋文化产业发展提供了市场机遇。

(二) 浙江海洋文化产业发展中的劣势

1. 海洋文化产业发展不平衡

浙江海洋文化产业的发展主要集中在海洋旅游业,对旅游业的开发全面深入,起步早发展成熟,其他海洋文化产业对海洋旅游业的附着性依赖性发展程度大,缺乏一定的独立性。此外,浙江省海洋文化产业还没有形成一整套由创意到生产到营销的完备产业链。这些在很大程度上制约了浙江海洋文化产业的发展,影响了海洋经济的综合效益。

2. 缺乏文化人才,创新力不足,且产品同质化现象严重

由于浙江海洋文化产业还处于初级阶段,海洋文化产品的开发和海洋文化企业的发展还处于探索之中,就现阶段而言,文化产业人才的缺乏是制约海洋文化产业发展的瓶颈之一。根据历年来浙江省统计局数据显示,文化从业人员基本稳定于艺术业、图书馆、群众文化服务业和文物业,而从事其他文化及相关产业的人数较少。截至2012年,该文化人才分布趋势依然明显(见表3)。

表3 文化部门文化及相关产业机构和人员数(2012年)^①

类别	文化部门		按登记注册类型分			
	机构数	人数	国有单位		集体单位	
			机构数	人数	机构数	人数
总计	2147	24776	2105	23342	4	57
艺术业	128	5128	116	4675	2	54
图书馆	97	3096	97	3096		
群众文化服务	1447	6459	1447	6459		
艺术教育业	5	791	5	791		
文化市场经营机构	1	5	1	5		
文艺科研	7	145	6	56		
文物业	208	4500	205	4492		
其他文化及相关产业	254	4652	228	3768	2	3

此外,浙江省的海洋文化产品开发创新力不足,没有有效凸显浙江海洋区域特色,没有打造出具有自己独特优势的海洋文化产品和品牌。甚至盲目效仿其他地区导致海洋文化产品同质化现象严重,

^① 数据来源:2013年浙江统计年鉴。

造成了大量的海洋文化资源的浪费。

3. 不同沿海区域同类产业的竞争

近年来,沿海各省市为响应国家海洋战略,纷纷整合海洋文化资源进行开发和利用,大力推进海洋文化产业的发展,掀起了一股开发海洋的热潮,海洋经济得到了较快发展。然而,随着海洋经济迅猛的发展势头,各区域间的海洋经济竞争也日益激烈,“海洋中国”的竞争格局也已形成。辽宁、河北、天津、山东、上海、福建、广东、海南等地先后制定海洋经济战略,力求在这场角逐中抢占先机。

4. 同一区域不同产业之间生存空间的挤压

浙江是文化大省,文化产业形态众多,在高新技术的推动下,新兴文化产业形态层出不穷,分流了海洋文化产业的资金和文化人才等发展要素,挤压了其生存空间。此外,由于海洋文化产业涉及领域较广,容易受到经济、政策和自然灾害等不确定和不可预知因素的影响。

三、浙江海洋文化产业发展的路径选择

(一) 注重观念的转变,树立海洋意识

我国海洋文化虽然历史悠久,但由于长期受重陆地轻海洋思想的禁锢,海洋文化的影响力远远弱于陆地文化,导致海洋文化产业的发展相对滞后。此外,目前我国公民的海洋素养和海洋意识还相对较低,绝大多数人对海洋文化产业等问题知之甚少,这在很大程度上制约了我国海洋经济的发展。因此,在当今大力发展文化产业,实施海洋经济战略的大背景下,中国的海洋文化产业要实现进一步的发展,首先要进行意识转变的突破,即从陆地意识转向海洋意识。

(二) 优化海洋文化产业布局,既要有顶层设计,又要接地气

自十七届三中全会以来,各省市都把发展文化产业提上了议事日程,大力发展文化产业已经成为这个时代的命题。然而,目前我国海洋文化产业特别是高端的海洋文化创意产业还远远低于发达国家水平,大多海洋项目处于低端运行,未能与信息技术和创意紧密结合,多数海洋文化产业缺乏自身的海洋特色和海洋文化内涵,只是由于地理位置靠近海域,而冠以“海洋文化产业”的名称,名不符实,海洋文化产业的建设缺乏整体规划。因此,要发展海洋文化产业,须从产业布局做起,制定聚焦地域特色的海洋文化产业发展规划,面向国内、国外两个市场,做好顶层设计,融合新型高科技海洋产业,发展以海洋文化创意产业作为城市经济主导增长方式的战略,建设海洋文化产业产业示范区,构建国际化的新兴海洋文化产业集群。但值得注意的是,在做好顶层设计布局的同时必须兼顾和立足于浙江省海洋文化产业的发展现状,符合其发展实际,从全局角度,对海洋文化产业各方面、更层次、各要素统筹规划,以集中有效资源,进行海洋文化产业的发展突破。

首先,加强省内海陆统筹发展规划。制定海陆统筹发展规划,明确海洋文化产业发展的主要目标和发展战略,充分利用海陆的文化资源,协调好海陆文化产业,避免重复投资建设。此外,要注重扶持临海区域文化产业的发展,通过政府引导、市场运作,科学规划等产业布局的原则,增强海洋文化产业的竞争力,吸引有实力的海洋文化企业聚集发展,形成产业集聚态势,努力缩小文化产业在陆地和海洋的发展差距。

其次,注重海洋生态环境的保护。在开发和挖掘海洋资源,获取经济利益的同时,也要强化海洋生态文化意识,合理使用海洋资源,做好海洋污染防治措施,切忌以牺牲海洋环境为代价来发展海洋文化产业。

(三) 实施品牌战略,大力塑造浙江海洋文化品牌

浙江海洋文明历史悠久,海洋资源丰富,随着时间的推移和经济的不断发展,浙江的海洋文化内涵也在不断提升。在浙江省良好的海洋文化禀赋的基础上,要培育和长久发展海洋文化产业,首先要树

立品牌意识，大力实施品牌化战略。该战略是摆脱海洋文化产业同质化竞争的必然选择，需把文化品牌作为发展产业的着力点，努力挖掘和提升海洋文化内涵，打造隶属于浙江的特色海洋文化品牌。

其次，在对海洋文化品牌内涵进行精确定位的基础上通过相应的海洋文化活动对其策划和宣传推广，可以整合资源塑造一批具有区域文化特色的旅游和文化节庆品牌，比如与时俱进地举办一些海洋周、海洋文化节等活动，并在此过程中充分展现浙江海洋文化、海鲜美食和滨海休闲的魅力，真正实现浙江海洋文化和海洋经济的相互融合、相互促进。近几年来，在浙江舟山举办的中国海洋文化节，其丰富多彩的活动内容都融合了当地的历史文化、民俗文化、饮食文化等地方色彩浓厚的文化符号，如 2013 年的舟山·中国海洋文化节中的蓬莱赋、渔嫂献唱、蓝色梦想等本土文化符号都成为了文化节中的新亮点，向人们展示了浙江海洋文化的新魅力，提升了浙江海洋文化品牌的知名度和影响力。

(四) 培养既了解海洋文化产业理论，又能进行文化产业开发的创新人才

近年来，我国的文化产业发展迅速，其领域的竞争愈发激烈，随之产生的文化人才短缺的问题也日益显现。影响文化产业发展速度的因素有很多，但其中较为重要的还是文化人才。它是文化产业的核心竞争力所在。人才资本也是文化产业发展的核心资本。文化产业要获得长久的发展，就必须培养一批既懂文化理论知识又了解市场运作、既有经营能力又有创新精神的海洋文化产业复合型人才。浙江省要发展海洋文化产业就要在海洋文化研究、经营和管理等领域打造一支优势明显、具有高影响力的人才队伍。

首先，要大力培养和引进文化人才。依托浙江大学、浙江海洋学院等高校的师资科研力量，培养探索产学研一体化人才培养机制，储备文化产业人才。与此同时，实施文化高端人才引进计划。政府应创造良好的投资环境，吸引国内外的文化经营人才进入浙江文化产业领域。其次，要改革和完善人才管理和激励机制。对有突出贡献的文化人才和经济效益好的管理者给予奖励，并落实文化人才的社会保障制度，努力创造有利于优秀文化人才发挥才智的社会环境。

(五) 探索和寻求实现浙江省海洋文化产业集群的发展模式

产业集群的概念来源于迈克尔·波特，是指在某特定领域中，一群在地理上邻近、有交互关联性的企业和相关法人机构，并以彼此的共通性和互补性相连接。近年来，随着产业结构转型，产业的集群化成为现代产业发展的重要趋势，也成为文化产业发展的重要形态。据《浙江省文化产业发展规划（2010—2015）》显示，经过多年培育，浙江省文化产业集聚水平不断提升，其态势对全省文化产业发展的示范和带动效应也在不断扩大。作为文化产业的重要组成部分，海洋文化产业也应寻求适宜的产业集群发展模式。

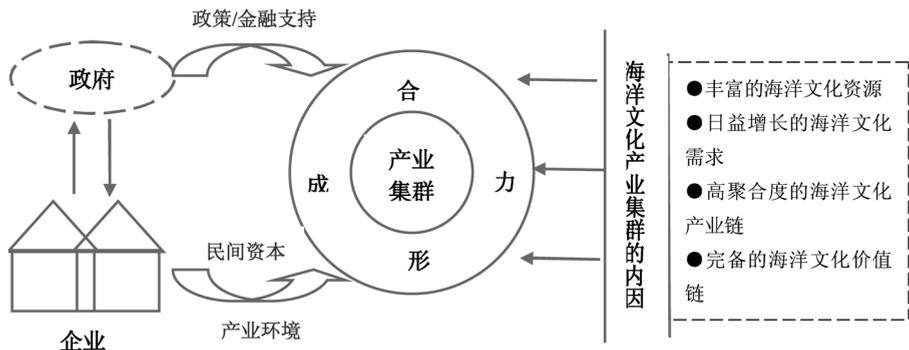


图 4 海洋文化产业集群的形成机制

一般而言，文化产业集群主要有两种发展模式：一种是市场创造模式，另一种模（下转第 120 页）

(上接第 64 页) 式是政府导向模式。^[3] 目前浙江省大部分文化产业集群模式主要以市场创造为主。对于浙江省海洋文化产业的集聚模式, 笔者认为应寻求以市场创造为主、政府导向为辅, 政府与市场相结合的联动模式。先由民间个人或企业自下而上发起, 政府再给予政策和资金的支持, 或者政府整合相关社会资源, 推动海洋文化产业链形成。在此基础上, 受低廉租金和政府低税收等优惠政策的引导, 越来越多的个人或企业进驻到该区域, 从而形成海洋文化中心或园区 (海洋文化产业集群的形成机制见图 4)。但在海洋文化产业集群凝化过程中, 需重视其特色化、个性化, 避免由于聚合度疏散、低层次地理集聚导致的海洋文化和社会资源的浪费。

四、结 语

发展文化产业是浙江建设文化大省、转变经济增长方式、实现产业结构优化升级的重要战略。在区域经济一体化的背景下, 要充分发挥浙江丰富的海洋资源优势, 大力发展海洋文化产业, 促进浙江文化产业多元化发展。

总体来说, 要培育和发展海洋文化产业, 须抓准自身发展的优势, 制定科学的海洋文化产业发展规划, 重点发展区域性海洋文化产业带以形成海洋特色鲜明、重点突出、布局合理的海洋文化产业发展格局, 从而使海洋文化产业的发展促进海洋经济的提升, 增强浙江的区域竞争力。

参考文献:

- [1] 徐舒静, 于慎澄. 海陆统筹视角下的海洋文化产业发展 [J]. 东岳丛论, 2012 (10).
- [2] 诸葛达维. 试论浙江海洋影视基地集群建设——以浙东海洋文化产业带为例 [J]. 东南传播, 2014 (4).
- [3] 朱旭光. 长三角文化产业集群模式的三维分析 [J]. 经济论坛, 2009 (4).