# 浅析中国京剧文化产业的现状与未来发展

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2025-07-23

*第一篇：浅析中国京剧文化产业的现状与未来发展浅析中国京剧文化产业的现状与未来发展摘要：京剧,从徽班进京以来,已有二百年的历史了,在这二百年中经过一代又一代艺术家们的努力,使京剧艺术变成了有深厚文化底蕴,有深厚实践积累,有深厚群众基础的艺术...*

**第一篇：浅析中国京剧文化产业的现状与未来发展**

浅析中国京剧文化产业的现状与未来发展

摘要：京剧,从徽班进京以来,已有二百年的历史了,在这二百年中经过一代又一代艺术家们的努力,使京剧艺术变成了有深厚文化底蕴,有深厚实践积累,有深厚群众基础的艺术瑰宝,不但得到中国人民的喜爱,也得到世界专家的注意。

一、京剧的历史背景

京剧的正式形成大约是道光二十年（1840年）以后的事，这时京剧的各种唱腔版式已初步具备，京剧的语言特点已经形成，在角色的行当方面已出现了新的变化，已拥有一批具有京剧特点的剧目，京剧第一代演员也已经出现：余胜

三、张二奎、程长庚被称为老生“三鼎甲”，此外还有老生演员兼京剧剧作家卢胜奎。程长庚是这一时期的代表人物，他在融合汉调、徽调并吸收昆曲加以改造和提高方面，比同时期的其他京剧演员作了更多的努力，对京剧表演艺术的形成贡献很大，对后世京剧的发展影响起了很大的作用。京剧音乐属于板腔体，主要唱腔有二黄、西皮两个系统，所以京剧也称“皮黄”。京剧常用唱腔还有南梆子、四平调、高拔子和吹腔。京剧的传统剧目约在一千多个，常演的约有三四百个以上，其中除来自徽戏、汉戏、昆曲与秦腔者外，也有相当数量是京剧艺人和民间作家陆续编写出来的。京剧较擅长于表现历史题材的政治和军事斗争，故事大多取自历史演义和小说话本。既有整本的大戏，也有大量的折子戏，此外还有一些连台本戏。

旦、净、丑四大行。

京剧形成以来，涌现出大量的优秀演员，他们对京剧的唱腔、表演，以及剧目和人物造型等方面的革新、发展做出了贡献，形成了许多影响很大的流派。如老生程长庚、余三胜、张二奎、谭鑫培、汪桂花芬、孙菊仙、汪笑侬、刘鸿声、王鸿寿、余叔岩、高庆奎、言菊朋、周信芳、马连良、杨宝森、谭富英、李少春等；小生徐小香、程继先、姜妙香、叶盛兰等；；考勤武生俞菊笙、黄月山、李春来、杨小楼、盖叫天、尚和玉、厉慧良等；旦角梅巧玲、余紫云、田桂凤、陈德霖、王瑶卿、梅兰芳、程砚秋、荀慧生、尚小云、欧阳予倩、冯子和、小翠花、张君秋等、老旦龚云甫、李多奎等；净角穆凤山、黄润甫、何桂山、裘桂仙、金少山、裘盛戎等；丑角刘赶

三、杨鸣玉（原为昆丑，加入京班演出）、王长林、肖长华等。此外还有著名琴师孙佑臣、梅 田、徐兰沅、王少卿、杨宝忠等；著名鼓师杭子和、白登云、王燮元等。

京剧角色行当划分比较严格，早期分为生、旦、净、末、丑、武行、流行（龙套）七行，以后归为生、二、京剧的现状及问题

第一、现代社会的快节奏信息化的开始标志着快餐时代的到来。特别是在城市，时间变成一种奢侈品，很紧迫。很多的仪式都变得从简，生活不动声色的单调化、紧凑化。

所以，现在很多朝九晚五忙着工作的人们开始没有闲情逸致去抽空欣赏这样悠长的艺术了。京剧里悠长的声线、京胡抑扬顿挫的配乐、演员们缓和的舞台动作„„这一切都让时间紧张的现代都市人觉得闷，接受不了。

第二、当前各种音乐流派的冲击在选京剧课之前，我对于京剧也知之甚少，兴趣也不浓厚。总觉得那是老人们为纪念过去的时光而津津乐道的古老的剧种。

跟所有被当下繁杂的音乐风格和流派冲击着的年轻人一样，觉得京剧有着强烈神秘感而不敢接近。同样，与同龄人交流，也许流行和通俗，甚至歌剧与芭蕾更容易让彼此的交谈没有距离。也许正是因为国门敞开后，人们对音乐艺术的选择范围更大了，使得人们在不经意间冷落了京剧这门传统艺术第三、官方的高定位国家把京剧定义到“国粹”的高度，这个高度是其它任何剧种都所不能够企及的。

国际文化交流中作为中国的代表项目、民族文化的图腾„„京剧早已脱离了单纯的戏曲的意义，它代表了一种文化一个国家。这让它背负了太多的荣誉以及责任。而逐渐变得神秘且孤独。

外国人了解中国的民族历史文化，有很多都是从京剧开始。扩大了海外的影响力，本国却没有掀起太大的浪潮。这不得不值得人们深思。

我想，也许正因为如此，京剧才脱离了主流群体，变得曲高和寡，成为大众可望而不可及的空中楼阁了吧。

第四、社会大众品味的导向在很多的大型演出中，我们不难发现，只要有京剧节目，多是热闹的武打场面，且多以其精彩纷呈的高难度动作博得观众们的掌声。

这样的场面，究竟是京剧的辉煌还是不幸？如同买椟还珠的故事。我们能否怪罪于大众的品味？看一场演出、一场剧。各方面的表现都应该成为衡量它是否精彩的标准。客观来说，个人觉得，文戏比武戏更考一个演员的表演功底。而现在出现的文戏与武戏比重失调，严重的制约了京剧的发展。这样的现象使得京剧发展方向潜移默化的发生了偏转，变得越来越浅显和单薄。

第五、新旧观念的冲突对京剧的热爱，更多是老人们的专利。

老人们到一定的年纪，思想开始沉淀希望安静下来，喜欢一种恬淡的生活，喜欢回忆。因为特殊的年代的熏陶，京剧是回忆里不可磨灭的记号。再者，老年人离退休后，有充足的时间来喜爱这门陶冶情操的艺术，可以细细品味演员们的表演。而且在这个年龄段存在着一大批志同道合者，京剧使得老人们之间得到交流，让老年人的生活更加丰富。

而年轻人生活在这样一个高速发展的时代，思想比较活跃。每一天都接受着新鲜事物和新思想，热衷于创新和冒险，所有很多传统的观念在他们的思维中都会被压缩。

两种思想的碰撞、冲突，有时会使得双方的观念朝着自己更极端的方向发展。

三、京剧的未来发展

第一、京剧的传承与创新问题

一些专家学者认为，只有通过新剧目创作，才能做到真正意义上的继承。直到近几年，这样的状况才有所变化。京剧作为传统表演艺术的精华，最集中地体现在了那些将舞台表演手法运用于充满戏剧性情境的经典剧目中。拥有特殊表演技艺的演员和演奏者，更是值得珍惜。我们当然不能忽视市场化的环境里普通观众求新求变的趣味，但是从文化发展和遗产保护的长远眼光看，政府以及文化人、包括戏剧理论家们自当超越一时一地的考虑，超越普通欣赏者的立场，以更开阔的视野，呼吁并推动京剧传统的完整继承。

我们应该更清醒地认识到，对于非物质文化遗产来说，创新和发展其实是可以由市场来解决的，可是保护和传承却需要有文化关怀的人才能做。尤其在市场失灵的地方，需要公共资源有所投入。也就是说，政府应该把更多的资源用到继承和保护上。至于创新和发展，应该交给演出市场、剧团自身去解决。

继承和发展确实很难，步子太大不像京剧，一成不变也不行。京剧的本质，体现在表演的形态上，如唱念做打、四功五法、西皮二黄的基本唱腔等，不能随意丢掉。京剧的特征，在于程式化和写意化。京剧的舞台是虚拟的，所以有人说，布景就在演员身上。从演员的身段、姿态、神色，观众可以看到千军万马和千山万水。可以说，追求气韵生动的写意，就是古典审美的本质。拿掉这些，自然不像京剧。

当然，吸收其他艺术也很重要。周信芳当时就吸收了一些话剧的东西，但是他融合得很好。比如《打鱼杀家》，他自己在生活中观察渔民撒网的动作，再把动作提炼到京剧中。但这不是将日常动作直接照搬，而是经过了舞蹈化和京剧化。

用发展的眼光来审视京剧现代戏的艺术探索，我以为其中最重要，也是最难解决的，还是在于京剧艺术固有的舞台程式化表演与塑造现代人物之间难相融合的矛盾。如何吸取优秀京剧传统剧目和

现代剧目中的艺术营养，学习前辈艺术家在艺术实践中取得的经验，并在此基础上寻求京剧程式与现代之间艺术创造的最佳切合点，应该是京剧艺术发展道路上，作为现代戏在今后长期探索中所要思考和解决的问题。

第二、京剧的“走出去”问题

中国京剧院院长吴江认为，让中国文化走出去，这是一种好的方式，至少外国人不会带着有色眼光去看这个戏。“用外国人的嘴去介绍我们，对一个中国内容的作品打开澳洲市场是有利的。并且两国艺术家的合作最后抹平了很多成见性的东西、文化偏见等，文化上达到了真正交流，不是我演你看、你演我看这种简单的模式，而是我们共同演给不同国家的人去看。”

真正的艺术是没有国界的。京剧作为我国的国粹艺术，艺术含量高，历史积淀厚，文化底蕴深。在中国京剧200多年的历史长河中，不仅造就了大批的艺术家，而且成为中国艺术宝库里的一颗璀璨的明珠。中国京剧为何能在异国走红？首先在于它是精美的艺术。只要是艺术就会超越国界，就会受到异国观众的青睐。中国京剧院这次在英伦的演出活动，是经过精心策划的。为了让英国观众了解中国的京剧艺术，中国京剧院进行了先期的铺垫工作。之前请英国媒体记者来华观看京剧演出，让他们先了解京剧，喜欢京剧，然后回国进行宣传，做到了未雨绸缪。舆论的作用是不可忽视的。由于宣传工作做得好，前期铺垫工作做得充分，使中国京剧院一到达英国，很快就拓展了市场。首场演出上座率为80％，以后场场爆满，一票难求。以致后来提前一个月才能买上戏票，看一场京剧成为一些英国观众的一种奢望。凡是看过演出的英国观众，无不被中国京剧艺术所征服。不少英国观众在谈到自己的感想时说，中国京剧服装华丽，表演精彩，真称得上是美轮美奂的艺术。中国京剧一时成为英国观众街谈巷议的话题。

关于中国文化走出去，现在更重要的是要考虑一种思路。改革开放30年来我们在文化走出去的问题上应该说还没有一个准确的思路和定位，所做的事情是随意的、盲目的、非理性的，不是对世界各国的情况进行了很细致的分析之后来做的。如果我们能早一些做这种细致的分析和思考而不是这种盲目的去做，那么我们这方面的成就应该是非常明显的。所以说，我这几年所做仅仅是一种尝试，这条路还要走很长。

总之，我们想把京剧这个文化包装成一个产品来振兴来推广，我们就要始终坚持京剧的振兴不是一个空洞的口号，就是要争取观众，拓展市场。我们必须坚持国内外两条腿走路，全面激发京剧艺术的活力，京剧的振兴也就指日可待了。

京剧是我国最具民族文化特色的传统艺术之一，但今天面临着传承与发展的紧迫问题。近日，本报记者就相关问题采访了京剧传承与发展（国际）研究中心主任李嘉珊。

记者：北京京剧院自2025年起将“京剧”的英文译名从“Peking

Opera”改为“Jingju”，为什么要这么改？国际上会认可和接受这样的改变吗？

李嘉珊：Peking Opera的译法出现在“五四”时期，当时中国在国际上的话语权并不强，在语言文化领域更是如此，所以借用英语中广为人知的Opera进行翻译。Peking Opera并不能准确地表达出京剧的文化内涵。Opera

是歌剧，从音乐、语言到服装、动作都与京剧存在很大差异。改名不仅仅是中国地位提升的表现，也是京剧实质的回归，应恢复本来面目，展现自身本色。

当然京剧英译改名也遇到诸如名称变更的成本、其它戏剧的翻译、对旅游等其它行业的影响、国际相关组织机构的认同等许多问题，但我们可以逐渐提升京剧改名的热度，让更多的领域关注京剧名称的问题，让更多的人了解京剧改名的必要性和可行性。就像“北京”的翻译由Peking改为Beijing一样，从开始的改变到以后的习惯接受需要一个过程，这其中为释义、推广所花的时间和精力是不可避免的。

记者：在京剧票友中青年人的比例很小，很多年轻人宁愿去听一场演唱会也不爱进剧场听京剧，这不能不让人担心京剧的未来。您如何看待京剧传承与发展的现状？

李嘉珊：的确，像许多传统戏曲一样，如今的京剧已不再彰显往日的辉煌，经典剧目大量失传、优秀演员不断流失、剧场经营难以为继，这一系列问题都导致了京剧的现状不容乐观。最主要的原因是京剧这种艺术形式与现代化、快节奏的生活方式间的冲突，这一点在年轻群体中尤为明显。例如开展多年的“京剧进校园”活动，原本是青年学生了解京剧、了解我们民族文化的一个重要窗口，但实际情况却是学生们的热情很快就被升学压力和其他流行文化所挤占，真正能够通过“京剧进校园”活动而唤起对这门艺术热爱的人少之又少。

单纯依靠面对面的形式传播京剧艺术，会受到很多时间和场所上的限制，在活动之外也难以对人产生持续的吸引力。我觉得，京剧艺术应该适应时代潮流，充分利用网络新媒体的优势，使之成为京剧艺术传承过程的重要载体。记者：北京市提出打造京剧作为城市的文化名片，还提出要推动京剧艺术“走出去”，如何实现这两个目标？

李嘉珊：“京剧”是最浓郁、最纯正、最具典型的国粹。今天被公认的世界城市中，纽约的文化名片非百老汇莫属，伦敦最富象征意义的文化名片自然是伦敦西区音乐剧。北京要建设中国特色世界城市，“京剧”理所当然应被确立为北京独有的文化名片。

当然京剧艺术要想走出去，为世界所熟知，还有大量艰苦的工作要做。首先要加强京剧的创新力度，京剧的核心是“内容”，京剧的情节很富有故事性，但要提高京剧艺术的市场竞争力，有效传播京剧艺术，还要研究用什么形式讲好故事，在创作上下功夫，能让不同文化背景的人理解，才能实现京剧在创新中的传承与发展。

加强外国观众近距离的触摸和体验京剧艺术，让外国观众了解京剧的艺术特点和欣赏方式，这是推广京剧的重要基础。要积极发挥海外文化中心、孔子学院、唐人街的作用，探索汉语教学和京剧传播相结合的模式。剧院要

利用文化交流时积累的国外演出营销资源，积极主动沟通，联合国外演出商共同投资制作适合国外演艺市场的京剧产品与服务。

京剧与相关产业的融合跨界发展，也是京剧发展的强大引擎和推动力，京剧完全可以和杂技、音乐、影视、互联网、动漫、旅游等结合起来，使京剧走出传统的狭小的内循环体系，与市场共舞，实现京剧发展的市场化、规模化。

全球化时代下，中国“国粹”京剧的表演和创作，面临着被西方文化“标准化”、“统一化”、“同质化”的危险。京剧背离其传统“歌、舞、诗”的形式美，转而去模仿复制话剧的现实主义表达方式。为获得西方审美的认同，部分京剧不断“改”掉、“革”掉民族特质，使得中国的传统戏剧文化出现了危机。京剧艺术如何在世界戏剧文化丰富多元的势头面前保持其独有价值与个性，早已成为学界讨论的核心话题。

**第二篇：北京文化产业现状与发展对策**

北京文化产业现状与发展对策

当前，世界经济正面临一场极其深刻的变革。文化产业悄然兴起，日益引起人们的重视和青睐。有专家称，21世纪人类社会的竞争形态，将由“武力竞争”转为“经济竞争”，再转为“文化竞争”，“各国的胜负决定于文化领域，其胜负的重点就在文化产业”。联合国教科文组织指出，“发展可以最终以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标”。党的十六大审时度势，与时俱进，提出积极发展文化产业的战略任务，强调要“完善文化产业政策，支持文化产业发展，增强我国文化产业的整体实力和竞争力”。在中央精神的指引下，全国不少地区和城市纷纷提出要加快文化产业发展。在全国各地蓄势待发的形势下，北京只有深化改革，整合资源，加快发展，才能真正将资源优势转化为产业优势，占领文化产业发展的制高点。

北京文化产业发展的基础和优势

近年来，北京市委、市政府一直非常重视文化产业的发展。在大力推动文化事业繁荣进步的同时，不断深化文化体制改革，完善文化产业政策，使文化产业保持了良好的发展势头。2025年，文化产业实现增加值246.1亿元，占全市GDP比重达到6.7%，成为首都经济重要的支柱产业之一。2025年，文化产业增加值328.7亿元，比2025年增加82.6亿元，产业规模进一步扩大，综合实力不断提高。综观北京文化产业发展，可以用“三长、两短”来概括。“三长”就是资源、市场、环境三大优势比较明显；“两短”就是产业发展还存在两大方面的不足。对此，我们要重新审视，深入分析，以便廓清思想，理清思路，谋划对策。我们的三大优势是———

第一资源优势

经济学研究表明，决定比较优势的首要因素是资源禀赋。北京具有异常丰富的文化资源，种类繁多，与经济的可渗透性强，可开发程度高，为北京发展文化产业奠定了突出的比较优势。首先，历史文化资源丰厚。北京有着3000多年建城史、850多年建都史。在悠久漫长的历史进程中，积淀了丰富璀璨的文化遗产，各个历史朝代的文物古迹达3500多处。走在北京的大街小巷，浏览到的一个门脸、一座院落都可能流传着一段故事；触摸到的一砖一瓦都可能有着三四百年的历史，都蕴含着文化，都是我们保护利用的宝贵资源。其次，文化人才荟萃。文化产业是创意的产业、内容的产业。文化人才是文化产业的主体，创意是文化产业的灵魂，假如说文化资源是基料，那么文化人才是酵母，是最具活力的因子，是发展的生力军。文化名城与首都的优势地位使北京汇集了大批文化人才，不仅包括享誉全国的文化名人、文学家、艺术家和学者，而且还有众多的领导人才、管理人才、创作人才和表演人才，成为首都文化建设和产业发展的重要资源。

第二市场优势

主要表现在有条件、有需求、有基础。首先，首都的唯一性，决定了北京作为政治中心、文化中心的地位不可动摇，决定了北京对全国具有强大的文化辐射力和影响力。北京有着1500多万常住人口、300多万流动人口，每年大约有1亿国内外旅游者来京参观游览，如此庞大的人口规模，既是文化的消费者，又是文化的传播者，由此也使北京对各地文化建设和文化消费具有很强的示范带动作用。这是北京文化产业做大做强的重要条件。其次，巨大的文化需求。多样化、多层次的文化需求，构成庞大的文化消费市场。发展经济学研究表明，当人均GDP达到1000美元左右，居民的文化消费会出现较大的增长，占到人均消费支出的18%。目前，北京人均GDP已突破5000美元，居民的文化需求不断增强，文化消费扩大已是必然趋势，表明文化产业发展具有十分广阔的市场前景。通过近几年的发展，北京文化产业已经形成了以文艺演出、新闻出版、广播影视、文化汇展、古玩艺术品交易等优势行业为主体的产业结构，培育了一批龙头企业，打造了一些著名文化品牌，诸如，相约北京、北京国际音乐节、北京图书节等，这些都是北京文化产业发展壮大的坚实基础。

第三环境优势

一是领导重视。目前，北京市文化产业发展已形成自上而下的努力推动与自下而上的积极开发相结合的格局。按照首都经济发展战略，未来几年北京仍将坚持以知识经济为方向，第三产业为主导，大力发展文化产业，这既是北京市的重大决策和重要战略部署，也成为各级领导和各界人士的共识。二是教育资源充沛。文化产业作为高科技支持与文化结合的产业，特别需要大批高素质、复合型的新型人才。北京是我国最大的专门人才和高层次人才培养基地，也是世界上为数不多的高等教育密集区之一，有77所高等院校，各种职业教育以及留学生教育等也非常发达。这些教育机构培养和造就了大批专业人才和复合型人才，本身也成为拥有大量高素质人力资源的人才库，为文化产业发展提供了重要的智力资源。三是科技支持。文化产业的发展必须借助科技的翅膀。随着科技的发明与应用以前所未有的规模侵入文化领域，文化产品得以用工业生产的方式被生产出来，“文化产业”才轰然问世，并迅猛发展起来。北京地区集中了353家科研院所（不包括转制的），科技人员达30.1万人，技术产出非常丰富，科研成果不断涌现，特别是与文化产业紧密相关的计算机网络等高新技术和产品，为文化产业发展提供了有力的技术支撑。

北京文化产业发展面临的不足和障碍

当然，北京文化产业发展也存在一些矛盾和问题，突出表现为两短，即“胶着”与“脱节”。

文化产业与文化事业胶着

文化产业与文化事业是相互关联的两个范畴，都以文化为内容，然而性质、目标、方式、策略都各不相同，胶着与混淆的结果是严重影响了文化产业的市场化、产业化、企业化进程。在市场经济条件下，文化中可以通过产业方式运作的那一部分，必然是经营性文化。这是由文化产业的性质和特点所决定的。与此形成鲜明对照的是，公益性文化具有公共物品的性质，偏重于满足社会的公共需要，不以盈利为目标，不能被纳入产业的轨道，应由非产业化的公益性的文化事业单位提供。但实际发展中，文化产业与文化事业常常胶着在一起，既制约了文化产业的发展壮大，也使文化事业发展跟不上社会和公众日益增长的公共文化需要。

文化、经济、教育、科技脱节

世界经济发展经验表明，比较优势在发展中并不是决定性因素或者首要因素，发展的决定性因素是整合、统筹、兼顾而形成的规模优势。脱节、割裂、单一的发展将消耗比较优势，使资源禀赋成为包袱。要尽量避免陷入“比较优势的陷阱”。具体到北京，尽管北京在全国文化资源中心的地位是稳固的，但文化资源中心并不等于文化产业中心。由于资源缺乏整合，目前北京市文化产业发展的规模和水平，与其拥有的文化、教育、科技资源以及经济总量相比还远远不够。

北京文化产业发展中的“两短”只是表象，从深层分析论证，其根源在于“三大障碍”，即观念障碍、体制机制障碍和政策障碍。

观念障碍

中国有五千年的文明史，既创造了璀璨的民族文化，也有守旧落后的一面。文化产业发展问题是一个产业问题，是市场问题，不再是传统的事业问题。因而，一些传统的文化观念与现代产业发展理念抵牾和冲突，成为产业发展的障碍。首先，“伦理至上”观念与功利观的冲突。中国文化传统从道德标准上把人分成两类：“君子”和“小人”，“君子喻于义，小人喻于利”，导致禁欲主义。文化产业追求的就是收益最大化，讲求的是效率、效益、利润。纯粹的文化人难以接受物化的精神和精神的物化的现实，在他们看来，文化产业的崛起，标志着文化的沉沦、文化的堕落。其次，“人治”观念与“法治”观念的冲突。中国是一个有着悠久的人治传统的国家，延续了4000多年的宗法家长制，没有受到强有力的挑战和批判。“法治”则是市场经济的基本特征，文化产业的发展不能没有法治的环境。市场经济提倡和鼓励竞争，提倡树立忧患意识、进取意识、竞争意识。文化产业发展需要创造，需要通过竞争激发出人们无穷的创新能力，“删繁就简三秋树，领意标新二月花”，为广大文化消费者提供更多更好的文化作品。

体制机制障碍

文化管理体制不顺，是造成文化事业与文化产业难以真正分离的重要原因。当前，北京市文化管理体制滞后主要表现在三个方面：一是各部门文化产业促进职能不明确，兼有文化行业管理、发展文化事业和促进文化产业的三重职能，是典型的政资、政事、政企不分。例如，市文化局既负责农村电影“2131工程”、基层图书馆建设等文化事业范畴的活动，也负责局属艺术院团管理等文化产业范畴的工作，还负责文化市场行业管理和文化执法等政府工作。二是市区两级文化管理体制衔接不畅。市一级，文化管理部门分得过细。区县一级，由文化局、文物局、新闻出版局、广播电视局等合并建立了文化委员会，开始试行文化综合执法。上下工作机构不能对接，影响了工作效率。三是社会文化市场主体还没有完全纳入政府文化管理的视野。目前，仍只局限于北京市属文化部门，特别是市属的国有文化单位，与中央部委及部队所属文化企业资源缺乏整合，对民营文化企业更是底数不清。

政策障碍

一个产业的发展，需要相应的政策扶持和引导。在文化产业发展方面，国务院出台了《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》，国家财政部会同相关部门出台了《财政部海关总署国家税务总局关于文化体制改革试点中支持文化产业发展若干税收政策的通知》，市里出台了《北京市人民政府办公厅关于印发文化体制改革试点中支持文化产业发展和经营性文化事业单位转制为企业的两个实施办法的通知》等政策，从市场准入、财政支持、税收优惠、工商管理等方面为文化产业的发展提供了政策支持。但总体上看，文化产业政策体系还不够完善，特别是在投融资、高端人才引进和培养等方面明显不足；有些政策过于原则，缺乏实施细则，相关配套政策和措施保障也没有及时出台。

促进北京文化产业发展的思路和对策

综合考虑北京市文化产业的发展现状和发展中存在的突出问题，未来几年，北京应紧紧抓住奥运机遇，深化体制改革，打破瓶颈制约，以求文化产业有更大的发展。

深化改革，加快创新，着力解决体制机制问题

尽快理顺文化管理体制，对文化产业和文化事业采取不同的管理方式，是促进文化产业快速发展的当务之急。一是实行全行业统一管理，探索建立党管方针政策、人大立法规范、政府依法行政、社会自治自律的新型文化管理体制。二是建立推进文化产业发展领导小组，对全市文化产业促进工作统一规划、统一协调，避免由于条块分割造成的政出多门、多头管理。三是紧紧围绕重塑市场主体、完善市场体系、改善宏观管理、转企改制、转变政府职能四个环节，推进政企政事和管办分开、国有文化资产监管、转企改制、文化市场综合执法等工作。四是加快推进行业协会建设，将目前政府部门承担的诸如制定和推广产品技术、质量标准，实行行检行评，职业技术培训等工作转移给行业协会，增强企业自我经营、自我管理、自我发展的活力，促进政府职能转变和行政管理方式转变。

完善政策，落实政策，营造有利于文化产业发展的社会环境

北京文化产业虽然具备了一定规模，但尚处于初始阶段，在国际竞争中处于弱势，要努力建立起既符合国际规则，又适合我国国情、北京特点和社会主义文化发展需要的文化产业

政策。一是加快落实国家相关政策法规，加强政策整合力度，制定出台支持北京市文化产业发展的地方法规和优惠政策。二是发布实施《文化创意产业投资指导目录》，设立发展引导资金，支持企业重组，加快文化产业园区建设，不断优化发展环境。三是加强知识产权保护，制定保护知识产权的地方法规，完善知识产权保护环境，把北京建设成为全国知识产权保护的示范区。四是高度重视思想发动工作，在部门、企业和群众中广泛宣传和培训已出台的各项促进政策，为文化产业的改革和发展打牢思想基础。

整合力量，扩大开放，走出文化抓文化，走出文化圈、北京圈，寻求与国内外企业更广泛的合作

树立首都大文化的发展观念，站在大局看文化，将首都功能和文化产业发展统一起来，通过促进文化产业发展，进一步拓展首都文化中心的内涵，提升其功能和地位，建设国际性文化之都。另一方面，文化企业是文化产业的主体，也是创新发展的主体，更是全球化竞争的主体。要按照市场经济规律，通过联合、兼并、重组等，加快在全国范围内组建若干家跨地区、跨部门、跨行业和跨所有制的，一业为主、兼营相关产业的综合性文化集团，参与国际竞争，在开放式的文化市场空间中获得一席之地，提升北京文化产业的综合竞争力。

拓展融资渠道，吸引外资及社会资本进入，调整优化所有制结构

资金不足是北京文化产业发展的一个瓶颈。2025年底，北青传媒在香港上市成功，融资额达到10.4亿港元，为我市文化企业利用国际资本市场融通资金积累了重要经验。加快推进市属文化行业的改革，在政策允许的范围内打破行业垄断，积极吸收境外资金和社会资

本投入文化产业。可采取通过支持国有非文化企业兴办文化项目，吸引社会力量参与文化企业的经营管理等形式，形成文化产业的多元投资、多种经济成分并存的格局，为文化产业的迅速扩张提供更加有力的资金支持。在文化产业的资本结构上，形成国有资本、社会民间资本、境外资本共同投入并促进文化事业和文化产业的所有制格局。

培养人才，壮大队伍，造就专业化、国际化、现代化文化产业企业家队伍

北京文化产业能否快速发展壮大，成为重要的支柱产业，归根结底靠人才。一是要坚持以人力资源开发为重点，培养具有领先的策划能力、文化产品创新能力、市场营销能力和开放的国际视野的优秀文化创意人才和市场经营管理人才，造就一支政治强、素质高、业务强的文化产业企业家人才队伍。二是“海纳百川，有容乃大”，积极主动地吸引优秀的国内外文化人才到京发展，为他们提供发展空间，形成北京市独特的优秀文化人才流入的洼地，构建北京市文化产业活力竞相迸发的高端舞台。

整合资源，打造品牌，努力建设“六大中心”

打破行业、部门等所属界限，整合首都文化资源，将民营文化企业、中央及部队所属文化企业资源纳入文化服务和管理体系，不求所有，但求所在，培育有竞争力的品牌企业和企业集团。抓紧时机继续组建一批文化产业大型集团，使北京的新闻、出版、广播、电视、电影、演艺、娱乐、展览等产业都有支柱型的大集团，把北京建设成全国文艺演出、出版发行和版权贸易、影视节目制作和交易、动漫和网络游戏制作、文化会展和古玩艺术品交易等六大中心。力争到2025年，文化产业创造增加值在北京市生产总值中所占比重达到9%，成为

首都经济重要的支柱产业。

**第三篇：县文化产业发展现状与思考**

文化建设是经济社会协调发展的重要内容。加快文化产业发展，促进民族文化资源优势向经济优势的转化，对于盐津实现全面建设小康社会的目标具有特殊重要意义。根据省、市党委政府和上级业务部门关于加快文化产业发展的有关精神，结合盐津实际，紧紧围绕把文化产业培育成为盐津国民经济新的增长点和支柱产业这一目标要求，我们做了一些初步探索。一、xx文化产业发展现状

“十五”以来，xx县紧紧依托门户通道、自然资源、历史文化、民族民间文化、地沿文化和品牌文化优势，坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想和党的十六大精神为指导，充分发挥各方面的积极性、主动性和创造性，文化事业和文化产业取得了良好成效。

（一）文化活动丰富多彩。开展大型文艺演出活动11场，观众达29700余人次；文化“三下乡”活动共开展了41场，观众达50000人次；部门专题宣传24场，观众44000人次。启动实“2131”电影放映工作，市文体局配送了价值12余万元的农村电影流动放映车和4套电影设备，“十五”期间全县电影放映703场，观众达67.1万人次，覆盖率达100％；参加省市文艺调演2场，提高盐津文艺的知名度；老年文艺活动内容丰富，形式多样。全县有组织的老年文艺队1个，在重大节日和各种庆典活动共演出8场，参加300人次。

（二）文化市场繁荣发展。认真贯彻落实省委、省政府关于进一步加强和改革未成年人思想道建设的精神，集中整治网吧、歌舞娱乐场所、校园周边环境，竖决打击黄、赌、毒，坚决制止娱乐场所接待未成年人、超时经营等违法行为，文化市场进一步规范运行，显现出良好的发展态势。目前，全县有各类文化经营户99户，从业人员145余人，年创收76万元，实现利税5.3万元。

（三）历史文化开发多措并举。一是与旅游相结合开发豆沙历史文化。豆沙古镇扼西蜀之要冲，锁南滇之咽喉，自古就是滇川道上的一个重要关隘，积淀了深厚的历史文化。县委、政府启动并分步实施了以风景名胜区豆沙景区为龙头的旅游开发方案，以丰厚的自然历史文化和交通便捷的区位优势为依托，发展文化旅游。二是加大了保护设施建设投入。对豆沙关古镇历史文化遗产进行维修保护，维修保护项目5个，投入资金60余万元。软件建设迈出了可喜步伐，在今年5月，县委、政府邀请了国内专家学者和领导100余人云集盐津，围绕挖掘豆沙古镇历史文化内涵，探索旅游市场运作，打造旅游精品为主题，进行广泛深入的研讨。研讨会上共形成论文22篇，其中涉及历史文化的18篇，县文体局将收集到的这些宝贵材料编写出版《豆沙关五尺道文化研讨会论文集》一书。同时，豆沙古镇的规划设计方案已形成，将筹资建设。三是品牌争创不断实现，遵循“适度操作、分步实施、逐步加温、推向高潮”的原则，抓对外宣传工作，唱响“豆沙关”品牌；突出重点，集中力量，拓宽渠道，精心包装，强力推介，致力打造文化旅游精品。

（四）基础设施建设进度明显。一是千里边疆文化长廊建设，投资65万元、建设面积760.36平方的普洱文化站已建成启用，正在建设的豆沙文化站、新区文化馆投入资金160万元，建设面积1600m平方。二是非文化长廊设施建设，庙坝文化站投资23万元，建设面积300平方。三是建设竣工的旅游公厕总投资25万元。四是豆沙风景区两座牌楼建设将在今年10月份完工，投入资金30万元。

（五）民族民间文化普查推进有序。一是成立机构，为顺利完成普查工作提供了组织保证。二是进行人员培训，为普查工作提供了业务保证。三是通过模底调查，确定“庙坝火纸”等7个重点项目，完成上报材料29份，为民间文化的传承和发展提供理论依据。四是对普查内容进行了详细的分类，为民族民间文化的查询建立了历史档案。五是完成了申报工作，经县政府批准，将《关河号子》等6个传统文化项目列为盐津县第一批县级民族民间文化传统文化保护名录进行公布。形成材料64份，按时上报。

（六）群团文体活动异彩纷呈。一是体育活动内容丰富，形式多样。积极开展全民健身活动，其活动内容有：体操、工间操、太极拳、扭秧歌等，累计参加人数达50多万人次，极大地丰富了全民健身活动内容，受到广大青少年及中老年人的好评，收到了较好的社会效果；二是定期召开篮球运动会。五年间共召开了5次篮球运动会，共有61支球队，618人参赛。比赛场次共达323场，投入资金40多万元，观众达5万多人次；三是以生基为主的民族体育活动多姿多彩，别具一格，每年苗族“花山节”吸引了众多邻近县、乡的苗族同胞前来观看，五年来共举办3次苗族“花山节”，参赛项目共10个，参加人员共2025多人次，投入经费3万多元，观众人数达16000多人次。增强了民族团结，发展了民族体育。四是“十五”期间我县中小学参加了市级举办的中小学田径运动会2次，获金牌7枚、银牌5枚、铜牌6枚，共投资1万元；五

是老年体育活动开展有声有色。县老体协利用各种规格节日开展以门球、地掷球为主的体育活动，2025年全市县老年体育门球运动会在盐津召开，我县参加了5个项目，有4个项目分别获得了名次。同时，我县老体协积极参加活动，共参加6场次，参加人员177人。在十二个乡镇成立了老年人体育协会，极大地丰富了退休老同志的文化体育生活。六是体育场地的基础设

施建设良好。老县城灯光球场进行维修改造，修建了门球场、地掷球场，共投入资金40万元，保护了这些体育场的完好，有利于各项体育活动的开展。七是文体荣誉接踵而至。“十五”期间全民健身活动受各级表彰7次，县文体局被市委、市政府授予“文明单位”称号；书协活动内容丰富，共展出8次，拟在今年9月推出《古道行吟•盐津书画诗词楹联协会会员作品选集》一书。

在取得上述成绩的同时，我们也清楚地看到盐津文化产业发展中存在的很多问题和不足。一是基础设施建设滞后，城镇文化体育设施落后于经济发展和城镇建设。目前，老县城文化馆、县图书馆馆舍面积狭窄，不能满足正常业务开展；新区还无文化基础设施，远远不能满足人民文化的需要；乡镇文化站大部分无独立用房，且年久失修，已不能满足实际发展的需求。二是产业结构失衡。文化产业起步晚，从文化产业和文化事业经营收入（即文化产品制造业、文化产品商贸业、文化传播业、文化服务业和其它收入）结构看，全系统产业经营收入主要是服务业和其它收入，反映出我县文化产业和文化事业结构处于失衡状态。三是文化产业和文化事业人才紧缺。文艺创作、表演行当不齐，编、导、演人员青黄不接，群众文化工作人员缺乏才艺素养，文化经纪人才匮乏。四是资源亟待整合。我县拥有丰富的文化资源，由于缺乏必要的资金投入，致使文化资源流失或闲置现象不同程度存在。“船工号子”、“打鼓草”、“僰人舞”、“傩戏”等是我县久负盛名的民间艺术，因受各种原因的冲击，这些民间艺术濒临灭绝，亟待拯救。五是现行文化经济政策落实不够。县财政仅能满足有限的人头事业经费，文化系统大部分单位甚至连必要的办公经费都难以保证，文化产业市场机制还未形成，致使文体产业难以启动，文化体育基础设施建设落后，严重影响了农村群众文化工作的深入开展。

二、加快盐津文化产业发展的思路及措施

为使文化产业发展既体现省、市的要求，又符合盐津县域文化发展的实际，经过深入调查研究，盐津县县域文化建设的总体思路是：围绕一个目标（解放和发展文化生产力，建设县域文化发展强县），抓住一个机遇（抓住省委、省政府建设民族文化大省、旅游经济强省的历史机遇），坚持五大原则（经济发展和文化发展相协调的原则；社会效益和经济效益相统一的原则；改革创新和继承借鉴相衔接的原则；政府引导和市场机制相结合的原则；抓住发展机遇与依托丰富资源相结合的原则），突出三个重点（豆沙关文旅结合的历史文化开发；市场文化的调整整顿，规范管理，繁荣发展；公益性文化中开展经营性文化活动）打造六大品牌（以实施“精品工程”为重点，打造文艺创作品牌；以大力开展群众性文化活动为重点，打造城乡文化建设品牌；以推动社区（街道）文化、广场文化、校园文化、企业文化、旅游文化、军营文化、商贸文化的普及和提高为重点，打造繁荣农村文化生活品牌；以积极开展创建“民间艺术之乡”活动为重点，打造开发地域特色文化品牌；以开发旅游文化产品为重点，打造文化旅游业品牌；以完善基础设施建设为重点，打造高规格文旅结合品牌），主攻三大项目（豆沙关历史文化开发的重大项目；市场文化上的重大项目；公益性文化中开展经营性文化的重大项目），强化四大保障（政策保障，投入保障，社会环境保障，管理保障）。力争我县文化产业GDP比重在“十一五”期间达到6以上。

围绕上述指导思想和发展思路，当前和今后一个时期，应抓紧抓好以下六个方面的工作：

（一）抓住四大机遇，创新思路，整合资源。

盐津既有丰富的自然资源和人文资源，同时又具有优越的区位优势、交通优势和发展机遇优势。我们将抓住省委、省政府建设民族文化大省机遇；抓住省委、省政府深化文化体制改革，加快文化产业发展的机遇；抓住省委、省政府再次掀起开发旅游资源，发展旅游产业的机遇；抓住豆沙镇成为省级历史文化名镇的机遇。发扬团结拼搏、务实、创新的盐津精神，把文化产业发展与县委、政府“开发旅游资源”的发展思路，建设“过境旅游县”的定位目标相结合。充分发挥我县的门户、通道优势，自然资源优势，历史文化、民族民间文化、地沿文化、品牌文化优势，邀请专家进行高层次的策划，创新规划思路、开发思路、资源挖潜思路、产品开发思路、热点亮点思路、文化科技含量思路和宣传促销思路，使之摆脱浅层次起步，以高起点的水平进入市场运营。

（二）培植龙头，突出重点，整体推进。

豆沙关是盐津文化产业开发的龙头，要在僰人文化、五尺道文化、古镇文化、宗教文化上。开展石门漂流，湖泊荡舟，关隘、古镇觅古活动，观赏古关隘风光，领略历史文化风采，形成雄关、湖泊、古镇浑然一体的龙头精品亮点景区，成为人无我有、人有我优的风景名胜之地，成为盐津文化旅游产业发展中的精品景区。

1、文化与旅游相结合。一是开发以豆沙为龙头的旅游产业，发掘、整理僰人文化，以豆沙古镇、唐袁滋题记摩崖、僰人山寨三大有形资源和汉族劳作民歌“打鼓草”、僰人舞蹈、傩戏三大无形资源开发为主，形成“人无我有”的高档品牌，带动全县旅游产业开发；二是搞好民间传统文化普查，开发民族民俗风情，如歌、舞、曲展出，书画、服饰以及饮食文化等；三是培育发展文化市场，扶持一些有经济实力的人员开展文化市场经营，鼓励企业从事文化产业建设、经营，培育发展农村文化户，填补农村文化薄弱和农村文化产业滞后现象；对有示范性、导向性的重点文化产业项目，建立奖励机制，给予优惠政策和信贷优惠条件，创造良好的产业市场环境。

2、繁荣文艺创作。以樊忠慰的诗歌、李荣曦的书法为代表树立我县品牌文化。樊忠慰在省内、国内发表新诗40余首，《绿太阳》诗集获省政府文学创作二等奖，樊忠慰获云南第七届王中文化奖；李荣曦的书法作品在国内外参展、被收藏、获奖；两位的作品均参加人文昭通在昆展出；盐津散文队伍健康成长，数名新秀佳作在省内、国内大刊上发表问世，为盐津的文艺繁荣创造了条件。

3、加强基础设施建设。抓住党中央实施西部大开发，省委、省政府实施建设民族文化大省；抓住对正在实施的我省千里边疆文化长廊昆水线各点和农村文化站建设，加快我县千里边疆文化长廊建设点新区文化馆、新区图书馆、豆沙文化站、柿子文化站、盐井镇文化站、普洱文化站、滩头文化站建设步伐；加快非长廊建设点庙坝、中和、艾田、串丝、落雁、兴隆、牛寨等乡文化站建设步伐，改善全县文化基础设施落后的状况，增强文化产业发展后劲。

4、培育文化市场。要通过内容创新、形式创新、技术创新、服务创新，增强文化产品和服务的吸引力，引导消费。坚持一手抓繁荣，一手抓管理，充分履行法律赋予文化部门的职责，实施管理，加强文化娱乐业的引导，大力发展民族民间文艺展演、民间工艺品展销和民俗文化旅游业，营造公平的市场竞争环境，逐步形成统一开放、竞争有序的文化市场体系。

5、加强队伍建设。专业、业余、管理、文经四支队伍是文化队伍建设的主流。专业队伍主要抓人才调入、专业培训培养，改变文化人才数量少整体素质偏低的现状；业余队伍主要抓业余文化协会组织，骨干培养和群众、民族、民间、校园文化人才队伍建设，发挥他们在群众文化活动中的作用；要高度重视行政、文物、市场三支管理人才队伍建设；文经队伍主要为了促进文化产业开发，在文化服务和文化产品经营上培养一支懂经营、会管理的人才队伍，充分发挥文化经营管理人才在深化文化体制、加快文化产业发展中的重要作用。

（三）强化内涵，提质升档，切实抓好七项工作

1、主要课题的定位研究。聘请专家对盐津历史文化中一些主要课题进行学术研究，科学定位，为发展创新提供历史依据。

2、历史文化的考证定位。考证僰人悬棺年代，阿杓墓年代及是否是乌蒙王，史万岁南征是否经豆沙关，马湖府边界线，李兰义军在牛寨整编，何提督简史，赵端横江起义，朱德在盐津等史料。

3、民族民间文化的深层挖潜。对僰人文化、五尺道文化、“三川半”文化、移民文化、少数民族文化、宗教文化、建筑文化、服饰文化、饮食文化进行深层次的研究、定位、整理、开发。

4、流散史料的征集鉴定。为研究盐津新石器以来两千三百多年的历史，广泛征集民间有史料价值的诗文、器皿、钱币、书法、绘画、雕刻、族谱、契约、工艺品等实物史料，为研究工作提供详实的佐证史料。

5、依据资料，撰文纂书。把有价值的历史事件、历史人物、名人玉音、前人足迹、民间传说、神话故事、特色文艺，通过收集整理、编纂成书、出版发行，展示盐津厚重的历史文化风采。

6、摄影摄像，集册制片。把盐津有档次的自然风光、历史文物、民间文艺、民族风情，通过摄影摄像方法，精心选择剪辑，出画册，制作专题片，以图像系统展示盐津山川人文风光。

7、突出地方特色，开发旅游产品。一是开发乌骨鸡、腊肉、九香虫、竹笋、魔芋、茶叶等天然食品；二是开发豆沙粑、黄粑、猪儿粑、泡粑、油花子、甜浆油糍、水粉等名特小吃；三是开发天麻、虫草为主的中药材保健产品；四是开发竹编、竹雕、木刻民间工艺品；五是开发兰花、盆景、根艺产品；六是开发地方书法、绘画、摄影艺术产品。

（四）悉心谋划，创建载体，广泛宣传，强力推介。

要立足本土特色，精心组织人员，谋划宣传方案，从十个方面抓好文化宣传推介：一是发扬“云南团队”精神，参与全省实行整体宣传促销战略；二是准备宣传资料，积极参与中国昆明国际文化旅游节宣传活动。三是加强同周边省市县旅游部门、旅行商、新闻媒体和中介组织的合作与交流；四是拍摄旅游宣传专题片，在电视台宣传我县的旅游资源、区位交通优势、优惠政策和良好的投融资环境；五是准备宣传材料、图片，通过新华网进行图文并茂的宣传；六是请省内、国内有影响的报刊杂志社，到我县进行采访报道宣传，同时拍摄印制专页或综合性的宣传画册进行宣传；七是充分利用每年的“五•一”“十•一”黄金周开展宣传；八是在滇川交通干线和昭通、宜宾两市设大型宣传广告牌进行宣传；九是开展专题研讨、文艺演出、体育赛事、产品展销进行宣传；十是举办“南丝绸之路”文化艺术节，扩大宣传效应。

（五）严格执法，强化管理，优化环境，提供保障。

依法规划，依法开发，依法经营，依法管理，依法保护是文化产业发展的必由之路。为使盐津的文化产业发展纳入依法管理的轨道，要着力抓好六个方面的工作。一是组建文化执法队伍，培训执法人员，提高执法水平，完善执法手续，开展执法工作，做到宣传有人抓、市场有人管、违法有人究。二是开展文化法规宣传。宣传国家、省的保护、规划、开发、经营、安全、消防、卫生、纳税等方面的法规，增强部门、行业、经营、从业人员的法律意识，提高法律水平，自觉依法开发文化资源。三是严格依法管理。对文化规划、开发、经营、保护的领域和行为进行全程的监督管理，防止违法违规的行为出现，给资源造成不可弥补的损失。四是建立健全各项制度。建立健全环境影响评价制度，行业资格认证制度，从业人员资格考试制度，安全质量监督检查制度，应急处理制度，投诉举报制度。五是加大执法力度，严厉打击违法行为。严格执行各项法规，全面规范经营行为，严格查处一切违法案件，实行公开曝光，接受社会、舆论的监督。六是搞好部门配合，开展联合执法。要强化公安、工商、国土、质监、建设、环保、消防、安全、卫生等部门的职责，形成齐抓共管，联合执法的保障体系。

（六）加强领导，上下联动，齐抓共管，形成合力。

为确保文化产业的有序推进，全县将从四个方面加强对文化旅游工作的领导。一是实施分级开发战略，全面推进文化产业发展。全县县、乡两级根据资源结构、条件，在全面规划的基础上，扬长避短，突出特色，拓展市场，发掘亮点，从而以点连线，以线连片，形成整体合力。二是要求各乡镇把文化产业发展纳入当地国民经济和社会发展计划，定期研究，强化督促和引导，为文化产业发展提供组织保障。三是建立完善奖惩激励措施，充分调动各级各部门积极性，切实搞好服务工作。四是调整工作重心，实现政府管理由办文化向管文化的方向转变。

**第四篇：绵阳文化产业发展现状**

关于绵阳文化产业的调查报告

调查目的:了解绵阳文化产业的存在问题，并提出相应的解决措施 调查方式：访谈法 实地考察法 观察法 调查对象: 绵阳文化产业 调查时间:2025年 6月15日 调查地点：绵阳文化局 越王楼 调查组织：

文化是承载历史文明进程的灵魂，文化产业是传承与弘扬历史与现代文明的实质性载体。绵阳是一个具有悠久文明历史的城市，有许多历史古迹和民族民间文化。同时绵阳还是现代文明气息非常浓厚的城市，灾后重建以来，企业文化、民间民族文化、社区文化、校园文化……一片繁荣。

但是，在绵阳文化发展大好趋势的情况下，文化产业的发展却令人堪忧，基本上是各行其是，个立山头，互相之间沟通较少，无法把资源优势发挥出来，无法体现出绵阳整体文明发展的优势与集约品牌化外向延伸。文化产业在绵阳还是一个薄弱产业，产业贡献对地方的经济与社会繁荣的带动尚为有限。

绵阳文化产业存在的问题如下: 1.绵阳科技城的文化内涵与主题、标志不突出不醒目，缺乏文化产业的带动及相关主打产品的支撑，缺乏对资源的系统整合和包装。

2.缺乏标志性的建筑与雕塑，没有具有代表性的主题广场。3.文化产品的开发相对滞后。4.缺乏有影响力的地方特产，缺乏高品位的文化休闲活动，老百姓的文化休闲活动形式单一。5.与文化相关的会展活动较少，即使有规模的也很小。6.缺少高水平的文艺演出活动，文化创作出版落后。

7.绵阳的文化资源的挖掘与利用不够。如绵阳的各类博物馆举办的活动少，宣传少，参观者少。

对发展与建设绵阳文化产业的建议 ：

1.着力打造绵阳标志性建筑 标志性建筑是一个城市的名片，也往往成为人们心中那个城市的代名词，也能够更好地让各地人们了解绵阳。

（1）用丰厚的“历史文化” 为主题的标志性建筑推广绵阳 绵阳历史悠久，据历史记载，绵阳古名“涪城”、“绵州”，自公元前201 年汉高祖设置涪县以来，已有2200 多年建城史，这里是人文初祖黄帝的元妃——丝绸之母嫘祖的故乡，治水英雄大禹的诞生地。古往今来，这块土地英才辈出，哺育了唐代诗人李白、宋代文豪欧阳修、等无数杰出人物。打造标志性建筑，就是让人们看建筑识绵阳，了解绵阳是一个有丰厚的历史文化底蕴的城市。

（2）用“现代科技”为主题的标志性建筑推广绵阳

绵阳有“科技城”美誉，是党中央、国务院批准建设的中国唯一科技城，注重发展以电子信息产业为主导的高新技术产业，用高新技术改造提升传统产业。辖区内拥有中国工程物理研究所、中国空气动力研究与发展中心及中国燃气硪轮研究院等十八个家研究所，是我国重要的国防军工、科研生产和人才基地。用“先进的科技”为主题的标志性建筑推广绵阳；树立绵阳在人们心目中的“先进科技城”的形象。

（3）用“唯美的旅游文化”为主题的标志性建筑推广绵阳 绵阳的旅游资源极为丰富。平武境内王朗自然保护区是大熊猫最多的地方；北川境内的小寨子沟，是目前亚洲最原始状态的自然保护区；以民族风为特色的北川羌寨羌族文化旅游；窦团山、猿王洞、千佛山、七曲山古柏林、罗浮山温泉、仙海风景区、白马民俗风情、西蜀子云亭、三国古战场，山水园林城市风光，有以中物院科技展览馆、亚洲最大的风洞群、长虹商贸中心为代表的工科旅游，都极具魅力。以旅游的美好风光为主题做绵阳标志性建筑，吸引更多游客，让游客见建筑就能将绵阳的风光呈现在眼前。2.建设文化广场

一个城市的文化广场常被比作这个城市的“会客厅”。它不仅是展现当地城市文化的窗口，也是吸引游人的美丽风景，同时为当地居民提升文化涵养提供了平台。因此建立具有绵阳特色的文化广场，能够呈现出绵阳在历史、科技、旅游等方面的文化特色；开辟为绵阳市民提供休闲娱乐的公共空间与文化活动的场所；搭建绵阳居民了解家乡文化、增加自身综合素质修养的平台。

3.系列化开发文化产品 文化产品是文化的寄托物，而绵阳城市文化特点的文化产品如今呈现缺乏状态。文化产品的开发的好处在于：第一、能够带动经济消费，增加经济收入；第二、文化产品能够将绵阳市文化传播到全国各地，成为一种免费宣传的效应；第三、文化产品能够更直观的让消费者了解绵阳的文化，提升绵阳的城市形象。第四、提升绵阳市民的文化内涵。绵阳可以开发以“越王楼”形象做的吉祥物，富有民俗气息的羌秀。

4.开发特色餐饮与具有代表性的地方特产

我们四川的餐饮是全国文明，然而我们绵阳的特色餐饮、特产却有待开发。特色产业、地方特产也是一个城市的名片。比如：云南米线、北京烤鸭、天津狗不理包子等。具有特色的餐饮、地方特产能够将城市的文化、名气都很好地宣扬出去。不吃狗不理，就等于没去天津；可见城市特色餐饮、特产对于一座城市的影响是巨大的。将绵阳的科技、文化等特色和餐饮相结合，将会是绵阳城市的有一个亮点。特色餐饮、特色也能够增加我们绵阳市的经济效益，同时能够提供就业岗位；地方特产通过游客的携带，也将绵阳的文化、特色、名气带到了全国各地，增加绵阳城市名气，吸引更多的游客。5.充分利用绵阳本土优势，发展科技文化力量 争取设立市文化产业投资基金，作为文化领域的战略投资者，对重点领域的文化企业进行股权投资，推动文化企业跨地区、跨行业改制重组和并购。目前全国已成立11只文化产业投资基金，总规模逾300亿元，大多由政府主导设立。从事广播电视，网络传输，网络传输，数字出版，动漫游戏，文化创意等文化创新型企业，高新技术文化企业或是高新技术项目，将给予行政性收费减免。

6支持文化事业发展，多渠道调动群众热情

可以通过向群众发放部分免费券，或是减价打折门票等方式，加大宣传力度，使群众自发参与和丰富文化精神生活。

城乡广场和农村小戏台，重点举办“开心大广场”系列群众性文化活动。通过整合零散、重复的活动项目，依托我省丰富的民间传统文化资源，大力开展民间文化艺术之乡建设，培育特色鲜明、在全国有影响的民族民间艺术节和艺术大赛。

加大对民间文艺团队、社会组织的扶持，大力开展文化下乡、对口支援和城乡帮扶活动，大力开展民间文化艺术之乡建设，确保每个乡镇建成一支群众业余文艺演出团队，壮大群众文化服务队伍力量。对那些开展得好的还可以评为省级群众性文化团队。

2025年中国旅游宣传主题为：2025欢乐健康游，围绕主题年和宣传口号，绵阳市的文化产业建设应该组织和设计各类欢乐健康旅游活动，如欢乐家庭，山水健身，运动健体，温泉疗养及中医保健，中华食膳，中华武术旅游等。

**第五篇：咸宁文化产业发展现状**

咸宁文化产业发展现状及发展对策

200804303105刘伟琴

内容摘要：咸宁作为武汉“8+1”城市圈之一，在文化产业发展方面已经取得了一些显著成果。通过对咸宁特色文化的研究，结合当地实际情况，在成就的基础上用文化创意的思想对存在的问题提出对策。打造咸宁文化产业品牌。

关键词：咸宁文化文化产业发展现状发展对策

咸宁市地处鄂南，是一座新兴的生态文化旅游城市，中国著名的桂花之乡、温泉之乡、茶叶之乡、楠竹之乡、苎麻之乡。其东邻赣北，南极潇湘，西望荆楚，北依武汉，境内铁路、公路、水运四通八达。全市面积9861平方公里，现辖咸安区、嘉鱼县、赤壁市、崇阳县、通城县，共有63个乡镇和6个乡镇级办事处人口278万，森林覆盖率达53%%，是名副其实的“绿城”。

咸宁地名，出于《易经》之“首出庶物，万国咸宁”。咸宁自古是荆楚文化和吴越文化交汇地带，也是兵家必争之地。因此文化底蕴深厚，文化遗存丰富，富有特色和魅力。一，咸宁文化特色魅力

咸宁文化秉承荆楚文化的风骨，吸纳吴楚文化的精髓，融粗犷与细腻于一体，集阳刚与阴柔于一身，古老与现代相互融合，淳朴与浪漫相映成趣，形成独特的艺术风格。

咸宁的主要物质文化遗产有湖北龙山文化遗址尧家岭文化，商代铜鼓为代表的青铜器文化，中欧茶叶之路源头羊楼洞、辛店积淀的茶马古道文化，因赤壁之战闻名于世的三国文化，佛、道两教同藏的宗教文化与闯王陵（全国重点文物保护单位）警世文化、原始生态文化和明清民居古建筑文化融于一山的九宫山文化，汀泗桥北伐战争旧址（全国重点文物保护单位）为代表的红色文化，向阳湖文化名人旧址为代表的名人文化以及桂花文化、楠竹文化等。咸宁正在挖掘和整理的非物质文化遗产，有赤壁盆鼓、嘉鱼呜嘟、崇阳提琴戏、咸宁山歌、桂、竹、洞、泉民间神话传说和颇有先秦古韵的方言民俗文化。民间歌舞、音乐、剪纸、布贴等曾远赴欧洲演出和展览。山鼓、脚盆鼓、呜嘟、拍打舞、《李闯王传说》、《双合莲》等9项目入选湖北省首批“非物质文化遗产”，提琴戏更是成为国家级“非物质文化遗产”。这些文化遗产世代传承，异彩纷呈，组成了独具魅力、形式多样的咸宁特色文化主骨架。同时以温泉、九宫山、陆水湖为代表的生态文化在全省乃至全国都有着广泛的影响。最响亮的一个品牌当属温泉休闲文化。

咸宁，又是“中国桂花之乡”，也是“嫦娥文化之乡”。咸宁大规模种植桂花始于唐代，盛于清朝。古老的月亮崇拜与当地桂花种植习俗的结合，催生了独有的“嫦娥文化”现象。2025年，咸宁被国家林业局、中国花卉协会联合授予“中国桂花之乡”的荣誉称号。丰厚的文化底蕴、丰富的文化资源，为咸宁文化产业发展壮大提供了有利的条件。“十五”期间，咸宁市加大了政府对文化基础设施的扶持力度，落实了国家出台的各项文化发展措施，制定了相关配套政策，从财政、税收、土地各方面提供全方位的支持。

二，咸宁文化产业发展现状

曾几何时，咸宁的文化资源静养深闺，难以显现经济和社会价值。近几年来，咸宁市突出文化旅游和温泉休闲，着力打造特色文化品牌，培育具有咸宁风格、咸宁特色、咸宁气派的文化旅游发展模式，文化产业彰显出新特色、新气象、新魅力。

㈠发展路径多元化

目前，咸宁市文化项目呈现齐头并进之势。例如文化产业与旅游业结合，赤壁之战、李自成殉难地、北伐汀泗桥等战争遗址，咸安刘家桥、赤壁新店羊楼洞、通山大夫第等明清民

居，还有九宫山、陆水湖等，都结合民俗文化和乡土风情资源，逐步构建起文化旅游网络。旅游产品不断挖掘地域文化的内蕴，开发态势如火如荼。赤壁市依托茶文化和三国文化，开发茶叶、猕猴桃、鱼、竹等“赤壁四宝”，行销海内外。嘉鱼县依托“二乔”文化生产“小乔”木枕、“二乔”麻花，成为游客之首选。咸安区延伸嫦娥文化产业链，开发桂花酒、桂花蜜、桂花糕和桂花糖系列食品，备受消费者青睐。

集聚是文化产业壮大之征象。市温泉文化产业初具集聚效应。生态新城倾力打造第五代温泉文化，按“一核二片三轴四区十园”建设现代化田园型生态城。以月亮湾为中心，汇聚温泉谷、碧桂园、三江森林、太乙、叠水湾、温泉国际等众多温泉企业，集中体现温泉度假、生态居住、养生休闲等功能。

㈡文化品牌高端化

品牌是提升文化竞争力的关键。近年来，咸宁市大力实施文化品牌提升战略，重点打造几大品牌。科学制定发展战略，有效整合文化资源，使资源优势化为产业优势，一批特色鲜明、品位高端的文化品牌，正走出鄂南幽巷，昂首迈向全国。

最响亮的一个品牌当属温泉休闲文化。咸宁市温泉产业具有两个鲜明特质：一是高品位。休闲时代的温泉消费十分注重品味和质量，我市温泉发展定位越过“泡汤”层次，从满足单一疗养的物化享受，提升到满足消费文化、精神层面。近两年，大量星级温泉度假村的建设，形成集养生、休闲、美容、健身、旅游、商务为一体的高端温泉休闲产业。二是复合型。我市一直以“大文化”的理念塑造温泉文化。从一开始就把三国历史文化，鄂南山水文化、桂花文化、竹文化、茶文化，向阳湖名人文化，汀泗桥、黄袍山等红色文化，都作为温泉文化的丰富底蕴。

咸宁市委、市政府也在大力推广温泉文化，通过整合和策划咸宁温泉旅游资源和文化资源，加大对外宣传力度：“首届中国咸宁温泉文化国际旅游节”、“美在咸宁————中国温泉之都”摄影大赛、“中国温泉之都————魅力咸宁”锦绣山水缤纷游、“中国温泉之乡”树碑仪式等活动大大丰富了咸宁温泉文化的内涵；鄂南民俗风情歌舞《梦寻咸宁》演出、全国著名诗人“极沐楚天咏温泉”诗歌大赛、“有朋自远方来”盛大欢迎音乐午宴等，也将文化与旅游有机结合，提升了咸宁旅游的文化内涵和文化品位，扩大了咸宁地方特色文化的影响。

另一个品牌是三国文化。近年来，咸宁市三国文化产业纵横扩展。纵向方面，不断开掘文化内涵。总投资3.1亿元的赤壁风景区扩建工程，新建三国雕塑园、古战场恢复区、三国城、三国宾舍、大型系列《赤壁大战》场景戏等，赋予三国文化更深的蕴藉涵容。横行方面，努力延展文化覆盖面。投资1.6亿元的湖北风情赤壁度假村，打造地域风情文化。嘉鱼挖掘二乔文化，倾力打造二乔公园，与赤壁之战的历史文化相得益彰。

㈢产业模式特色化

文化产业的新气象与特色十足的发展模式密切相关。咸宁市文化产业发展的主要办法是：节会开路。2025年首届温泉国际文化旅游节成为彰显城市品牌，展示咸宁形象的靓丽名片，对拉动文化产业发展起到不可替代的作用。

各县市区节会运作也十分成功。赤壁市连续举办三国赤壁文化旅游节，使三国文化产业突飞猛进。通山县九宫山避暑节、咸安区嫦娥文化研讨会等节会都成为拉动文化旅游，推动经济增长的新亮点。

歌舞搭台。咸宁市坚持一手抓艺术生产，一手抓市场运作,加大专业艺术的市场化步伐，摸索出了一条“政府支持、社会参与、市场运作、规范管理”的新路子，初步构建起以市场为核心的专业艺术发展新格局，艺术生产的整体实力显著提高。

同时，歌舞也为经济发展搭台酬唱。两届旅游节中，《梦寻咸宁》受到海内外嘉宾高度评价，为节会胜利举办增添厚重的砝码。目前，全市歌舞百花齐放、精品叠出，赤壁市的《千

古风流》、三国赤壁景区实景戏、通山县的《白云深处》、咸安区的《千桥流水桂花香》、崇阳县的《隽水河畔》，都对地方文化产业、经济发展搭建了流光溢彩的舞台。

咸宁全市现已初步形成了以生态文化旅游为龙头的文化产业发展新格局。依托长江工业园，成立了占地1.8万平方米的咸宁印刷工业园，同时聚集民营资本在各个县市区分别组建了占地8000平方米的图书超市；咸宁的广播电视产业取得了突破性的进展。2025年，该市共实现文化产业产值和销售收入8.37亿元，比2025年增长了2.3亿元，占全市GDP的比重达4.2%%。文化产业从业人员2万余众。

三，咸宁文化发展对策

“十一五”期间，咸宁文化产业将向多元化发展。开发温泉谷、龙佑温泉，发展温泉度假休闲产业；开发向阳湖文化名人旧址，发展文化名人产业，完善开发汀泗桥北伐战争旧址等红色文化产业；依托通山古民居和赤壁羊楼洞、辛店石板街，发展民俗文化旅游；依托“咸宁是武汉的后花园，生态条件最好”的优势，新建温泉美食文化城，发展饮食文化产业；依托潜山国家森林公园，建设国家羽毛球训练基地项目，发展壮大体育旅游。同时整合文化产业资源，发展壮大媒体传播、出版发行，计划到2025年，文化产业产值达到17亿元，占全市GDP的6%，形成文化旅游、媒体传播、出版发行、娱乐美食洗浴休闲四大支柱产业，文化产业有望成为该市最大的经济增长点。

但是在发展过程中，还是存在一些问题。温泉发展未形成集聚效应，产品的知名度仅限于湖北周边地区，因此要全局统筹温泉旅游休闲开发。同时不可忽视咸宁竹文化的开发利用。解读、利用、弘扬竹文化，有效利用竹资源，发展竹文化产业，提高竹产品附加值，促进生态效益，经济效益和社会效益的三者统一。

㈠用文化创意提升温泉产业发展水平

如今，国内许多温泉充分挖掘历史文化内涵，利用独特的地形、地貌和气候等特点，形成了自己特有的文化品牌。如何用文化创意挖掘温泉产业的附加值，不断出新，研究温泉文化的发展与创新，从而研究利用温泉整合休闲业的文化新项目，已经成为实现温泉休闲产业快速发展的重要助力。令人高兴的是，咸宁温泉这一新的温泉文化品牌也正在形成。

温泉正成为咸宁的城市新坐标。温泉正成为咸宁地域文化和历史文化交融发展的载体。赤壁三国历史文化、汀泗桥红色文化、桂花楠竹之乡的生态文化等要与温泉文化汇聚碰撞，用一个大文化的理念，丰富了咸宁的城市精神，使得咸宁的城市建设和产业发展符合科学发展观的要求。

一个国际服装节，把大连推向了世界；一个国际风筝节，把潍坊推向了世界。只有通过分析文化资源，比较优势，咸宁打出了温泉牌，推出了温泉文化节，通过温泉和温泉文化的酣畅喷涌，咸宁温泉文化品牌会越来越亮。

㈡用市场开发观念打造竹文化品牌

结合现代人追求养生和绿色生态的消费心理，对咸宁竹制品（食品）的营养成分、保健功能进行充分的研究论证和宣传推广。在竹子的利用，经济价值的开发方面，可以说前途无量。竹子生长速度快，易于栽种繁殖，产量很大，用途甚广。竹笋营养好，竹材质量高，利用现代科技进行加工可以开发一些新产品。竹制器物，符合环保要求，只要提高工艺水平，仍有广阔市场。竹子在药物、保健品提炼方面也大有文章可做。例如中国新时代集团以淡竹叶为主要原料，科学提取、精制而成的“竹康宁”，具有降血脂、降胆固醇、免疫调节的保健功能，被誉为保健珍品。

大力开发咸宁市竹雕特色旅游工艺品，可充分利用山区资源，优化资源配置，不断提高产品附加值，延伸旅游产业链，提高旅游综合经济效益，促进旅游产业的发展。可促进文化艺术遗产的继承和保护，扩大农村和农民就业，实现富民强市。特色竹雕旅游工艺品可成为旅游者良好的纪念品，是旅游者旅游活动的延伸，对咸宁市可起到较好的宣传作用。把握较

有发展前景的竹文化产品。如：日用炊具、茶具、餐具、工艺玩具、工艺品、家具工艺、用具、装饰品，利用竹材复合板、人造板开发的产品，以及竹荪、竹笋等为主的竹文化产品，以及应运而生的竹雕刻、竹文学、竹文化、竹画、竹艺术等竹文化产业都具有较好的发展前景。

咸宁这块古老的热土孕育出来的灿烂文化，正沐浴着文化市场化的春风，在继承和发扬中焕发出强大的生命力和影响力。经过多年的发展，咸宁已是一座“城中有山、山中有水、水绕城转”的山水园林城市和旅游名城。在深厚文化底蕴的基础上，在优秀人才的建设下，咸宁文化产业的发展必将迎来新的契机。

参考文献：《湖北产业与县域经济发展研究》钟新桥著湖北人民出版社

《湖北经济社会发展报告（2025）》 湖北省社会科学院湖北人民出版社

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！