

# 海西红色文化产业发展战略的SWOT分析

刘 双

(福建江夏学院 思政教研部, 福建 福州 350001)

**[摘要]**红色资源产业化是文化发展与产业发展的有效接合点,合理开发和利用红色资源的“政治教育、经济发展、文化传播等价值和功能”,是构建社会主义和谐社会的重要战略举措。海西地区红色资源数量多、品质高,经济价值潜力巨大。通过SWOT法分析海西红色文化产业的发展现状,提出海西红色文化产业化的主要原则是科学开发、创新开发与整合开发。主要途径包括改进传统红色旅游开发;发展红色影视产业开发;积极打造红色经济品牌以及开发红色动漫、红色短信等产业化新路径。

**[关键词]**海西;红色文化产业;SWOT分析

**[中图分类号]**F127

**[文献标识码]**A

**[文章编号]**1673-9477(2012)03-0025-03

红色资源产业化是文化发展与产业发展的有效接合点,合理开发和利用红色资源的“政治教育、经济发展、文化传播等价值和功能”,<sup>[1]</sup>是构建社会主义和谐社会的重要战略举措之一。“十二五”规划纲要明确提出提高全民族文明素质,推进文化创新,繁荣发展文化事业和文化产业,推动文化大发展大繁荣。《福建省建设海峡西岸经济区纲要》提出了建设文化强省的策略,明确指出培养发展一批重点文化产业。目前海西红色文化产业化发展已经具备一定规模,下面借助SWOT分析法来探讨红色文化产业发展的诸多要素。

## 一、海西红色文化产业发展的优势和劣势

### (一) 优势(strength)

1. 红色资源丰富,数量多,品质高。福建自中国近代以来就是革命思潮的发源地之一,第一次国内革命战争之际,党组织领导人民进行了一系列反帝反封建斗争,汇成了福建现代史上第一次民主革命的斗争高潮。土地革命战争时期,党组织先后领导人民创建闽西、闽北、闽南、闽东等4块革命根据地。长征途中,近3万名福建儿女踏上了长征路,为红军长征的胜利作出不朽贡献,成为福建红色历史上最具华彩的一章。中国共产党在福建领导的革命斗争,不仅为革命胜利作出了重要贡献,也在八闽大地留下了丰富的红色资源。

2. 红色文化产业有了初步发展,为进一步的深入发展奠定了良好的基础。首先,海西红色旅游业已有一定程度的发展。在全国重点发展5大红色旅游经典景区和精品旅游线路的基础上,2011年福建省7个红色旅游经典景区、17个红色旅游景点列入国家“十二五”红色旅游规划名单。其次,红色文

化艺术取得一定成绩,《红色记忆》经典油画作品展在福建积翠园艺术馆展出。重大革命历史题材电视连续剧《红色摇篮》2010年在央视热播,不仅取得了较高的收视率(平均收视率达到3.78%),同时也带动了长汀红色旅游日益升温等。

### (二) 劣势(weakness)

1. 某些地区缺乏保护意识和行动。部分革命旧址保护修缮经费、人力、物力投入不足;缺乏专业人员和知识,导致不合理、盲目的保护;保护和利用海西红色资源的长效机制尚未建立;缺乏对全省红色资源基本情况的翔实资料等。一些地处偏僻的红色资源由于交通不便等原因,难以实现经济效益,已在岁月的侵蚀下坍塌倒毁;一些革命遗址没有指定专人管理,处于脏乱差状态。加之自身脆弱性等原因,很多红色资源遭到不同程度的破坏,甚至消失,这不仅是海西红色资源发展的损失,也是党和国家的不可弥补的损失。

2. 开发层次低、粗放,缺乏红色文化内涵。无论是革命遗址还是革命博物馆,大都是物品陈列配以图片文字或导游解说,不能满足参观者体验参与的要求,很难产生强烈吸引力。开发层次主要着眼于革命遗址类等有形资源,缺乏对无形的红色革命精神的深层挖掘。相对侧重红色资源的经济价值,忽视红色资源的精神内涵。

## 二、海西红色文化产业发展的机遇与威胁

### (一) 机遇(opportunity)

1. 国家与福建省对海西文化产业的政策支持。文化产业已经成为新兴支柱产业越来越受到国家重视。“十二五”规划纲要明确提出,要提高全民族文

**[收稿日期]**2012-02-25

**[基金项目]**省教育厅A类人文社科研究项目计划(编号:JA11287S)

**[作者简介]**刘双(1979-),女,山东邹平人,讲师,硕士,研究方向:高校思想政治教育。

明素质,推进文化创新,繁荣发展文化事业和文化产业,推动文化大发展大繁荣。福建省也高度重视文化建设,先后颁布了《福建文化强省建设纲要》、《福建省“十一五”文化发展专项规划》等相关政策措施,文化产业被纳入政府专项规划范围,这意味着福建文化产业的发展由自发阶段进入自觉阶段。“十二五”期间,我省将不断提高福建文化软实力和发展的整体水平,加快文化产业体制改革,为文化产业发展创造宽松的环境,文化产业是福建确定的闽台产业对接十大领域之一。

2. 海西地区消费空间广,发展潜力大。改革开放30年来,福建经济发展一直走在国内前列,人们的生活水平不断提高,消费方式也发生了变化。2009年福建省人均GDP达到33051元,按6.831的年平均汇率折算为4838美元,<sup>[2]</sup>第三产业增加值的比重占GDP的39.1%。居民的文化消费已经到达一个适宜的水平。可以预见,随着福建经济的持续迅速发展以及居民多维的文化消费预期,海西地区文化消费市场会进一步扩大,从而为海西文化产业的发展带来机遇。

## (二) 威胁(threat)

1. 全球化背景下,红色文化产业受到前所未有的冲击。国外文化资本和先进管理理念的涌入对我国文化产业发展提供了更广阔的发展空间,但是也对我国的文化产业发展造成了剧烈冲击。在这一轮新的浪潮中,红色文化产业也不能幸免。在市场经济体制中,任何一种产业经济的发展都不能主要依靠政府的保护性政策,红色文化产业也将与其他传统产业一样,进入市场,接受国内国际经济条件的挑战。

2. 国内制约因素。我国正处于工业化中后期,居民收入虽然增长较快但差别较大,大多数人的收入水平仍不高,部分具有较高文化消费倾向的年轻群体还处于成长初期,受各种因素影响,他们的文化消费很不稳定。文化产业观念相对落后,文化产业知识匮乏,文化产业人才不择,文化管理体制机制不适应发展需要等等。所有这些都成为制约红色文化产业发展的瓶颈。

## 三、海西红色文化产业发展的对策

### (一) 科学开发

把红色文化资源产业化的开发与保护结合起来。国务院在《关于加强文化遗产保护的通知》中明确地指出,“对物质文化遗产保护主要贯彻‘保护

为主,抢救第一,合理利用,加强管理’的基本方针,保护是核心、是基础,开发利用则是在保护的前提下开发利用,而且必须是合理的,而不是无度的。”<sup>[3]</sup>(P867)对此应在摸清海西红色资源“家底”的基础上明确管护职责,各级领导部门要将此项工作列入议事日程,并开设专门红色资源保护经费并保证落实到位。特别要加强对红色资源所在地的宣传教育工作,提高当地群众的保护意识。同时,各级各部门要制定切实可行的保护方案,明确工作任务、目标、责任和措施并落实到具体单位和个人,强化目标考核,确保红色资源的保护工作能真正落实到位。

### (二) 创新开发

积极探索新路径,杜绝全盘商业化。“在文化资源开发中一定要避免过度市场开发和滥开发等等不良行为,把文化资源当作拉动经济增长的‘摇钱树’,只顾眼前经济利益,一切向钱看,以牺牲文化资源保护为代价……这并不是一种符合文化保护要求的合理的开发行为,而是着眼于经济利益的商业性开发行为,这会使得文化资源开发变成获取经济利益的手段。”<sup>[4]</sup>以旅游业为例,单纯的红色景观对群众吸引力有限,很难独立支撑红色旅游业的发展。可以充分发挥辖区旅游资源丰富的优势,采用多种旅游方式联合经营,结合群众心理和群众喜好,综合运用体验式、参与式游览等形式。例如上杭县古田镇五龙村开发的“红军客栈”、“知青人家”等农家乐项目,长汀县开发的“汀州美食”优势,龙岩开发的客家文化旅游等都富有特色,取得了良好的社会效益。

### (三) 整合开发

密切省内区域间合作,各地红色资源要加强联系,实现资源共享、信息共用、市场共建、利益共得。同时要加强对其他省的协同合作,例如2007年5月,闽粤赣3省8市旅游局代表签订了《闽粤赣区域八市红色旅游合作协议书》,正式设立闽粤赣区域8市无障碍红色旅游区。在这方面还可以寻求与更多省市的联合,全面开发国内国际市场。

## 四、海西红色文化产业化的主要途径

### (一) 改进传统红色旅游开发

展现红色旅游的魅力,创新势在必行,如何将相关历史重新演绎得更生动贴切,如何加强与游客之间的互动,如何缩小历史的距离感等成为亟待解决的问题。龙岩推出“红色、客家、生态”为核心

的旅游模式;沙县策划了一些注重体验性、参与性与观赏性的旅游活动,并结合当地生态推出“红、绿、古、俗”为特色的旅游模式等都是积极有益的尝试。“这种以红色旅游为主体,多种旅游形式复合发展的模式,不仅有利于维持充足的客源,增加游客消费水平,也大大丰富了红色旅游的内涵,形成优势互补的综合性旅游产品,产生叠加效应,保证了红色旅游产品的独特性,有利于红色旅游的可持续发展。”<sup>[5] (P335)</sup>

## (二) 发展红色影视产业开发

“红色经典”影视再现了中国共产党人和中国人民为民族解放和国家独立进行的可歌可泣的英雄故事,“众多革命事迹的故事情节大多曲折感人,具备了较高的戏剧性,完全可以为影视投资商拿来利用。”<sup>[6]</sup>例如重大历史文献片《古田会议》全面讲述古田会议召开的历史背景、深刻内涵及其巨大历史作用与现实意义,热情讴歌毛泽东、周恩来、朱德、陈毅等老一辈无产阶级革命家在探索中国革命道路中的伟大功绩。这部纪录片播出以后收到了较高的收视率,既创造了一定的经济价值,又弘扬了中国传统文化,实现优秀传统文化对社会发展和进步提供的精神动力和智力支持。

## (三) 积极打造红色经济品牌

我国实施中国名牌发展战略以来,全省创出“中国名牌产品”62个,另有“福建名牌产品”695项,福建省著名商标625件。但是在所有这些品牌之中,未有红色品牌,红色品牌经济相对落后。在这方面,山东临沂“由红色文化品牌正转化为经济品牌的产品已达数百个,涉及食品、果品、工艺品甚至化工用品等上百个门类,沂蒙红嫂、六

姐妹、红日、孟良固等正在成为临沂特色经济的代表。”<sup>[7]</sup>积极开发红色经济品牌,打造受消费者喜爱的红色品牌,在带动海西经济社会协调发展的同时,还可以弘扬爱国主义、保护和利用历史文化遗产、培育壮大新的特色名牌等直接效益。而对企业而言,“充分挖掘和利用好革命传统资源和政治优势,做大革命纪念地、纪念物及其所承载的革命精神为主要内涵的红色品牌,努力把革命传统转化成现代化建设的动力,把革命精神转化为社会财富,也是企业弘扬民族文化的社会责任。”<sup>[8]</sup>

## 参考文献:

- [1]刘建平,刘向阳.区域红色文化遗产资源整合开发探析[J].湘潭大学学报,2006(5):73-74.
- [2]胡善安.2009年福建人均GDP达33051元[EB/OL].  
<http://news.163.com/10/0223/17/607LCKMB000120GR.html>.2010-02-23/2011-9-13.
- [3]于海广,王巨山.中国文化遗产保护概论[M].山东:山东人民出版社,2008.
- [4]张胜冰.产业化视角下文化资源开发:问题及其解决方案[J].中国海洋大学学报(社会科学版),2008(3):32-34.
- [5]周振国,高海生.红色旅游基本理论研究[M].北京:社会科学文献出版社,2008.
- [6]颜敏.红色经典影视的文化资源[N].江西日报,2004-08-04(B1).
- [7]邢兆远,邹恒赛.临沂凭红色文化构筑产业体系[N].光明日报,2008-10-05(003).
- [8]渝豹,杨徽,刘艺.从“东方红”品牌看我国红色经济缘何快速崛起(一)[N].经理日报,2005-06-16(A02).

[责任编辑 陶爱新]

# SWOT analysis and countermeasures of the developing strategy of Hercynian red culture industry

LIU Shuang

(Department of Ideology and Politics, Fujian Jiangxia University, Fuzhou 350001, China)

**Abstract:** Industrialization of red sources is connection point between culture and industry. Exploiting and utilizing red sources are strategical process on establishing harmonious society. Hercynian belt is abundance in highly quality red sources, which has significant value. This article analyses developing situation of hercynian red industrialization based on SWOT and demonstrates principles of red source industrialization including scientific, innovative, holistic exploitation. The primary approaches include expanding red tour, driving red moviedom, building red brand and evolving red cartoon and so on.

**Key words:** Hercynian; red culture industry; SWOT analysis