
发掘资源优势 打造文化强区

王健军

习近平总书记深刻指出，历史文化是城市的灵魂，要像爱惜自己的生命一样保护好城市历史文化遗产。泰州市海陵区是一座具有 2100 多年悠久历史的文化名城，具有深厚的文化底蕴、丰富的文化资源。海陵区坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻习近平总书记关于文化建设的重要论述要求，按照省、市有关部署安排，坚定文化自信，发掘资源优势，努力建设文化强区，向着打造集萃人文、承载记忆、寄托乡愁的文化古城不断迈进。

挖掘历史文化资源

考据海陵的建城史，可上溯至公元前 223 年，距今已 2200 余年。海陵坐拥一城三园，即梅园、桃园、柳园，分别代表戏剧、传奇和评话三种戏曲方式。文保单位星罗棋布，现有市级以上文保单位 116 处。泰州学派为地方发展注入了“百姓日用即道”的人文基因。海陵自古以来崇文重教、尊师重才，名贤大师层出不穷，基础教育根基深厚。

深厚的文化积淀以及广泛的群众文化认同，正是海陵文化发展的独特优势，但“文化库存”并不等于现成的“财富”，在“底色十足”的同时，也存在着“后劲不足”的问题。海陵的文化同质化程度高，个性特征少，以早茶文化、盐税文化、水文化、佛教文化等为主的市井文化虽“五脏俱全”，但特色不够鲜明，文化精神提炼不够彰显。海陵的文化古代遗存多，现代文明少，古代遗存多为文化的“固态保护”“静态展示”，缺少现代文明元素的加持，难以适应年轻人的口味。海陵的产业文化多，文化产业化少，文化需要产业作为容器才能真正实现其价值，而海陵现有文化产业项目中，影视、文化创意等纯文化类的产业项目不足 1/3，有后续乏力的隐忧。海陵的群众文化繁荣，文旅融合不足，群众文化有声有色，百姓参与度高，但缺少核心的文旅品牌、商旅品牌，对外地人吸引力不强。

破译文化发展密码

文化发展的基础在于地方文化底蕴、历史文化遗存、文化基础设施以及经济发展水平等“常量”，但真正要实现突破，还必须把握和用好各种相关的“变量”。

顺应需求，把握风口。

文化产业作为一个蓝海产业，正越来越被人重视。从故宫文创的火出圈到二次元的爆红，从印象系列的实景电影到河南卫视的古风舞蹈，从 AI 技术应用场景的拓展到“VR+项目”的成熟，由文化自信推动文化产业的蓬勃兴盛已不可阻挡，而且正在从一线城市向下延伸。海陵这样的城市，抓住风口就能借势借力、事半功倍。2021 年，海陵抓住建党百年这一重要历史节点，对苏北党校、杨延修纪念馆等红色场馆进行保护性修复、整理，成功擦亮红色文化新名片。当前，我们大力发展“文化+科技”“文化+消费”等领域，加快文科创融合，助推企业孵化。

培育人才，创新内容。

文化产业作为一个以“内容为王”的产业，如果没有优秀的原创作品支撑，没有大量具有创新精神的从业人员，那就是无源之水。年轻人既是文化产业的主要创造者，也是主流消费者。一方面，要把准年轻群体脉搏，引入更多时尚元素，吸引更多年轻

人加入爱戏的行列；另一方面，要打造更多适合年轻人群体干事创业的文化产业平台，鼓励年轻人创新创业，真正留住他们。

加速转型，抢占高地。

由于疫情影响，线下的文化项目受到严重冲击。但同时，网络视频、直播、游戏等“宅经济”的活跃用户数和用户时长都明显上升，在线办公、在线教育、在线游戏等快速增长。疫情防控的常态化，将倒逼文化产业结构转型，推动文创内容电子化、产品智能化、销售渠道多元化，线上办公、线上教育、网络直播、电子竞技、智能康养等行业正成为海陵需要加速抢占的行业领域。

激发文化建设动能

作为主城区，海陵区文化建设既有市区联动的强大合力，又有共建共享的同城福利，因而有责任有底气当好全市文化工作的重点任务合作区、对外宣传主阵地和创新发展试验田。

打造以凤城河为代表的地标文化品牌。

凤城河是泰州的凤城河，也是海陵的凤城河。只有串起八字文化街区、涵东文化街区以及诸多文化景点的凤城河，才有希望被打造成泰州版的“清明上河图”。还要携手文旅集团，努力实现“河”与“城”联动，让“凤城河”成为以水为媒、以文为脉的城市核心，集中展现“汉唐古郡、淮海名区”的历史风情。

打造以海陵红粟为代表的群众文化品牌。

优秀的地方文化，不能关起门来自娱自乐，要打开大门，实现有效传播。海陵红粟是流传千年的一种人文意象，且具有“红色种子”的象征意义，通过打造红粟文化品牌，有助于进一步提升城市品位，提升文化特质，是时代要求、发展需求。在举办红粟文化节基础上，将寻求红粟文化品牌与公共文化服务融合，把群众需求作为努力方向，既舍得用“真金白银”大投入，增强百姓获得感，也主动接受群众“点菜”，赢得百姓“点赞”。

打造以“海陵好人”为代表的幸福文化品牌。

海陵有着深厚的好人文化土壤，范仲淹留下“君子不独乐”的千古名句，崇儒祠中王艮语录碑写着“爱人直到人亦爱，敬人直到人亦敬”。海陵深入挖掘泰州学派以及海陵本土乡贤的思想“闪光点”，不断丰富其精神内涵，通过举办首届“海陵好人节”，开通线上线下海陵好人馆，“礼遇”志愿者，感召更多的人加入志愿服务行列，让“有时间做志愿者、有困难找志愿者”的生活方式在人民群众中成为常态。

打造以“海陵烟火气”为代表的消费文化品牌。

“水城慢生活，尘世幸福多”是海陵的城市名片。结合“三大门”建设，向东拓展“中骏世界城+东部市场群”的辐射能级，打造沉浸式体验的消费新地标；向南聚集“万达一柳园一三水湾”夜市人气，探索“海陵有戏”系列应用场景；向西优化扬州路、江州路沿线消费业态，打造极具市井文化的醉美打卡地；向北融合“茂业、金鹰、一百、居然之家”商业能级，打造“炫酷潮趣悦”的时尚新磁场，汇聚起独具海陵特色的“尘世”烟火气。

打造以苏北党校为代表的红色文化品牌。

近年来，海陵的红色文化品牌正不断被擦亮。通过深入挖掘苏北党校等历史遗存背后的红色文化内涵，以泰州城最早中共地

下党组织活动旧址展现革命战争时期在国民党控制地区从事地下党工作的艰苦卓绝的历史，以苏北党校展现解放初期从农村转向城市工作的时代任务转型的历史，以孙龙珍纪念馆展现社会主义建设时期城市与边疆支援建设的历史，打造出一条从革命战争到社会主义建设再到改革开放的完整红色线路。未来，海陵还将进一步引入和利用市场化机制，做好统筹运营管理，探索协同开发的模式，建立“点单式”红色文化服务清单，将海陵红色品牌真正树立起来。