

旅游数字化建设助推扬州文创类特色小镇发展

陈海鹏 李德才

扬州市职业大学,江苏扬州 225009

[摘要] 数字经济时代的到来,促使各行业逐步进入了数字化转型进程,对于集聚文化、旅游、产业于一体的特色小镇建设而言,重要的是满足消费者个性化、多元化和智能化的需求。在互联网时代,区域化特色产业运营也需要改变思维,进行智慧化创新。文化创意类特色小镇建设,涉及的产业比较广泛,受到广大游客的喜爱。本文根据扬州文创类特色小镇发展现状及特点进行综合分析,在融媒体发展驱动下探索特色小镇数字化转型的路径,提升特色小镇品牌建设质量,推动落实产业、文化、旅游的高质量融合发展。

[关键词] 数字化建设; 特色小镇; 运营模式

[中图分类号] JF590

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-7740 (2021) 25-0019-03

引言

互联网时代,新经济形态推动各产业正处于数字化、网络化、智能化发展进程中。《国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出,加快数字化发展,推动数字经济和实体经济深度融合,打造具有国际竞争力的数字产业集群^[1]。特色小镇以产业作为支撑,按创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念,集聚文化、旅游、社区为一体,具有数字化与产业融合发展的优势。本文根据扬州文创类特色小镇发展现状及特点进行综合性分析,在融媒体发展驱动下探索特色小镇数字化转型的路径,提升特色小镇品牌建设,推动落实产业、文化、旅游的高质量融合发展。

一 特色小镇数字化转型背景分析

(一) 供给侧改革背景下品牌建设的意义

2017年4月,国务院批准自2017年起,将每年的5月10日设立为“中国品牌日”,意味着中国正式开启了自主品牌发展的新时代,凝聚社会共识,提升品牌意识,增强品牌保护,助力供给结构和需求结构升级^[2]。品牌文化所带来的价值,促使企业营销升值,是企业发展的—种力量,是推进企业向更高更快发展的原动力。互联网时代品牌建设与运营以信息技术为支撑,以跨界融合、新旧媒体融合创新传播的方式,让更多受众共享特色文化资源,宣传普及传统文化,有效提升品牌附加值。在推进非遗和文化遗产的基础上,开创文创产品、渲染文化底蕴、烘托文化氛围进行文创品牌建设与营销推广,打造数字文化产业高地,契合供给侧改革,同时也是新经济时代文化强省品牌建设的重要抓手。

[基金项目] 扬州市科技计划项目“基于数字创意产业下的扬州文化创意类特色小镇建设研究”(YZ2019193)。

(二) “宅经济”时代的特色需求

新冠疫情打乱了所有产业发展的节奏,加速了产业数字化转型。尤其是原本以线上运营为主的行业,由于“宅经济”的兴起,呈现出爆发式增长;以线下为主的行业,如旅游、餐饮、商超等则遭受了严重的冲击。通过电商、在线教育等行业运营模式,重构数字化运营路径,以线下为主的商业场景运营逐步转移线上,至少形成线上和线下的协同。以专题、直播、短视频、线上展览互动等跨界融合、融媒体立体传播,激发文化创新潜能。通过路径转换,积极适应“宅经济”时代的需求,同时让产业找到新的增长点,进而为特色小镇高质量发展贡献力量。

(三) 融媒体时代的必然选择

互联网时代背景下,新媒体和传统媒体融合形成了融媒体。融媒体在充分吸收了新媒体和传统媒体的优势和精华,实现了创新发展。尤其是信息技术的支撑,从PC端到移动手机,以及无人机、VR、AI等硬技术辅助,新媒体影响力愈发重要^[3];另外涌现出的自媒体,依托微信、直播等传播机制更加灵活,发展迅速迅猛。另外,充分借力融媒体特性,强化传统文化互联网流量再造,实现信息传播交互化与多元化,逐步适应传统文化与新媒体的融合在当前时期的传承特点和传播规律。从传统媒体到新媒体,再到融媒体,融媒体突破了传统媒体的局限,有效缩短了信息资源的传播时限,增加了媒体与消费者的互动,这是一场技术与力量的变革。

二 扬州特色小镇数字化建设现状与问题

(一) 缺少规划引领与品牌化建设

从扬州特色小镇数字化发展现状看,建设管理者与企业经营者都或多或少涉及各自领域的数字化建设,尚未形成有效的数据链,数据未实现共享、开

放,未能实现以数字化特色小镇整体运营以及协调有序发展。从特色小镇经营企业了解,个体运营数字化平台建设受经济发展形势影响和企业综合实力制约。平台建设有规划但进展较为缓慢。另外,以特色小镇或特色集聚产业为整体品牌化运营与推广力度不足。但随着数字经济时代的到来,依托数字化品牌建设,对其优势资源推广与传播产生了积极的影响。

(二) 缺少专业人才与运营资源

特色小镇以集聚产业为支撑,在产业发展领域拥有实力雄厚的人力资源,但在建设数字小镇、智慧小镇,发展数字经济领域而言实属新生事物,特别是在未来的发展中,需要大量的高素质专业性人才。专业技术人才的匮乏,导致数字小镇建设速度缓慢。同时,产业发展升级过程中与高校人才培养衔接有待提升,导致专业人才的供给与产业需求匹配度不够。除此之外,数字经济时代的加速到来,使得产业转型升级过程中数字化运营资源基础相对薄弱,信息技术支撑、新科技设备建设有待进一步加强。总体来看,强化人才培养和运营资源建设都是摆在特色小镇建设面前的一道必解之题。

(三) 知识产权运营理念不完备

从知识产权的角度看,文创设计作品集聚艺术与技术的智力成果,并且渗透到科技、文化等广泛的领域。如何通过便捷、快速的方式为特色小镇聚集产业从业者提供原创认证保护是非常重要的。在互联网时代信息传播速度极快,尤其是数字化平台的未受知识产权保护的文创产品,容易引发知识产权侵权风险,且原创者维护自身合理、合法权益渠道少、维权成本高,这为文创产业数字化转型发展带来阻碍,同时也为知识产权保护带来新的挑战。

三 特色小镇数字化转型运营模式探索

“中国玉雕之乡·湾头”,即扬州湾头,拥有得天独厚的产业优势、丰富的旅游资源和历史文化底蕴。经过多年发展,湾头已在镇中心形成了极具规模的玉器市场,聚集了400多家玉器商户,从业人员3000多人。拥有国家级大师3人,省级大师7人,市级大师23人。年产出作品6万件,创造产值近8亿元。玉器产销已成为湾头镇的支柱产业之一,对推动扬州工美行业及文旅文创产业发展,以及特色小镇数字化发展奠定了良好基础^[4]。

(一) 做好顶层设计,确立协同共建机制

以小镇全局整体运营思维推进数字化转型。强

化特色小镇数字化运营顶层设计,协同项目建设、产业经营、社区管理服务共同参与,促进玉器工艺与互联网产业及文化创意设计产业的有机融合,以打造小镇全新品牌形象,推动传统玉器产业焕发新的生命力。以创新驱动玉器全产业链整合,以琢玉创新和高端服务为主导产业,通过“互联网+科技、文化、创意、投资、服务”融合的模式拓展产业链,建设玉器设计、品牌运营、品鉴与投资、企业运营服务一体的数字化平台——扬州玉器特色小镇APP,推动文商旅产跨界融合,带动文创数字经济产业发展^[5]。

以产学研合作推进数字化转型。结合扬州本地高校各学科优势资源,依托特色小镇产业定位,确立文创产学研合作思路,打造“特色小镇+产业+高校+人才”的人才供给模式,将信息化技术融入高校艺术专业人才培养体系,培育符合数字化转型升级需求的复合型专业人才,促使懂业务、懂技术、懂创新、懂数据的专业性人才成为企业数字化转型的技术骨干。

以传统文化保护与传承思维提升数字化品牌价值。弘扬传统文化缺的不是内容,而是创新的传播形式。对于“天下玉、扬州工”的玉器文化传承面对逐渐缺乏生机活力的当下,借助互联网、移动终端平台实现其传播方式数字化、传播过程交互化、传播速度实时化,有效激活传统文化;逐步探索传统文化与新媒体的融合在当前时期的传承特点和传播规律,利用新媒体时代全新的信息传播模式塑造受众新的互动方式和消费观念,让产品消费转化为文化消费。

(二) 借助互联网思维,推进工作机制创新

推进“互联网+政务服务”运营模式,强化政策扶持,提升服务效率。借助APP平台通过信息化手段促使服务高效、便捷。一方面加快引进服务、科技机构,整合市场资源做好企业服务;另一方面探索数据开发与应用,提升玉器小镇运营主体自我管理与服务水平,构筑起“政府—特色小镇—中小企业”线上服务方式^[6]。

建立“互联网+产权保护”服务机制,优化文创环境,注重知识产权保护。通过有效载体的嵌入,形成文创产品知识产权申请、合作方选定及谈判、法律文书起草、打击侵权等方面提供专业法律支持,为文化产品创作者和投资人消除侵权风险点,激活文化资源流通,有效推进文创产权授权,将文化资源有效转化为文化资本,用创新机制满足数字经济发展需

求,推动扬州历史文化名城建设。

建立“互联网+媒体”融合机制,推动媒体深度融合。在信息化时代,传统主流媒体单向传播的模式在信息技术的浪潮下受到很大影响,转变思维,适应从“传播者”到“受众者”的需求转变,依据特色文化借力主流新媒体形成流程再造,具有人人获取、人人分享、人人发布的信息化时代特征。促使文化产品的生产与传播从单一、单维、单向向全媒、多维、互动转变,构建与融合发展相适应的文化传播矩阵^[7]。

(三) 打造融媒体品牌,完善数字化运营载体

实现“联盟运营”。组建“1+N”玉器小镇与高校合作联盟,运行玉器与文创设计中心,面向数字化转型、文化传承创新、行业产业和区域发展四种类型,形成玉器小镇品牌建设智力支撑。面向地方特色产业转型升级的重大需求,以建构“天下玉、扬州工”为导向,以文化创意为内驱力,以设计链为突破,以优势集聚为方法,以数字转化与传统提升为切入点,以产业推广为关键,以专业人才建设为整体,化解地方文创发展升级的难题,为特色小镇振兴发展提供示范模式,并通过文化与产业的协同,为地方文化产业塑造全新的形象,推动文创产品实现时尚化、功能化、国际化。

实现“传播运营”。切实发挥玉器文化服务综合体的引擎作用,将玉器文化、扬州工艺、文化创新等内容借助短视频形式转换为文化资源,设立“空中课堂”“云端展览”为特色文化展示、传播、交流提供良好载体。5G时代背景下的文化传播运营,视觉化、动态化作为新媒体的崭新传播形式,使其传播过程互动化和传播内容多元化等特点,赢得了受众的青睐,不仅为文化艺术提供了新的传播路径,更为特色小镇产业发展提供了广阔的传播平台。借助载体在特色产业文化产品传播过程中增强媒介创新意识,优化创意视角、创新形式,全方位、持续性地为特色文化传播构建一个完善的视觉化、动态化创新体系,为特色小镇品牌推广贡献力量。

设立“定制工坊”。在非物质文化遗产传承背景下,文创产品的开发热度日渐升温。文创产品的

开发,不仅是文化的传承,也是产业发展的推动力,更是坚定文化自信的组成部分。基于文化艺术传承创新,利用互联网平台让消费者通过“玉器小镇”文创产品定制平台沉浸式、参与式地体验定制服务,同时感受其背后的文化内涵,达到传承“天下玉、扬州工”的精湛技艺和宣扬特色文化的目的,开创视觉与产品方面的概念设计^[8]。以移动应用程序APP为载体,云端互联互通开启与文化消费受众的个性化需求服务项目,设立线上定制工坊项目,拓展营销模式,打通电商现代化供应链,让“天下玉、扬州工、源湾头”线上服务文化消费者。

四 结语

对于特色小镇的运营而言,将游客的“吃、住、行、游、购”实现一站式无缝对接服务,满足新型消费者个性化、多元化和智能化的需求,通过做好数字化建设顶层设计确立协同共建机制,借助互联网思维推进政策机制创新,打造融媒体品牌完善数字化运营载体,实践特色小镇数字化转型的路径模式,提升特色小镇品牌建设,推动落实产业、文化、旅游的高质量融合发展,使之成为助力扬州历史文化名城的“数字经济”的试验区和聚集区。

[参考文献]

- [1] 邵春堡. 打造具有国际竞争力的数字产业集群 [J]. 中国信息界, 2021, (2): 68-71.
- [2] 信理达, 龙娃. 爱点击集团: 助力企业运营向数字化迈进 [J]. 中国报道, 2021, (3): 108-109.
- [3] 林琰. 数字化博物馆建设发展规划路径探讨 [J]. 江南论坛, 2014, (4): 52-53.
- [4] 张婷. 特色小镇发展文化创意产业问题研究 [J]. 农业经济, 2020, (5): 46-47.
- [5] 赵媛. 基于产业融合视角的运城文化旅游业发展策略研究 [J]. 市场论坛, 2019, (6): 71-73, 89.
- [6] 李庆雷. 对推进旅游数字经济发展的思考 [N]. 中国旅游报, 2019-07-02.
- [7] 姜圣瑜, 刘晓来. 深度融合, 探索“媒体+”的无限可能 [J]. 传媒观察, 2021, (6): 88-89.
- [8] 李敏. 基于服务设计思维的南京金箔文创产品定制设计研究 [J]. 文物鉴定与鉴赏, 2021, (1): 3.