

扎实推进湖北“一县一品”文化品牌创建工作

刘永泽

（湖北省文联党组书记、常务副主席）

湖北省现有103个县（市、区），文化资源丰富，文化遗产众多，文化底蕴深厚，文化名人荟萃。为了响应省委、省政府建设文化强省的号召，省文联于2005—2009年首先在全省基层文联系统开展了“一县一品”文艺品牌创建活动，并于2010年初表彰了利川——龙船调之乡等35个创建先进单位和宜昌市等4个优秀组织单位。随后，省委宣传部提出在全省开展“一县一品”文化品牌创建工程，并列入2010年宣传思想文化战线的十二件大事，出台了《湖北省“一县一品”文化品牌创建实施办法》，成立了“一县一品”文化品牌创建工作领导小组及办公室。各市州、县都按照省里要求成立了工作专班，下发了创建文件，形成了党委、政府高度重视，宣传部门亲自督导，有关部门大力支持，各级文联协调落实，社会各界广泛参与的工作格局，“一县一品”文化品牌创建工作在荆楚大地全面展开。

我省“一县一品”文化品牌创建活动，以其扎实的成绩、创新的方法、恢弘的前景，受到了各级领导与专家的重视和认可。文化部副部长杨志今和《光明日报》总编胡占凡在陪同中央领导李长春同志和刘云山同志视察湖北期间，称赞湖北省“一县一品”文化品牌创建是推动基层文化建设、促进县域经济社会科学发展的有力抓手，值得在全国推广。中国文联党组书记、副主席赵实在四川召开的各省市文联负责人座谈会上，表扬湖北省“一县一品”文化品牌创建工作卓有成效。2011年3月和9月，湖北省社科院调研组相继以《要文摘报》形式向省领导报送《县域文化如何跨越——关于我省“一县一品”文化品牌的考察》、《关于我省“一县一品”文化品牌建设的经济走向》两篇专题调研报告，省委书记、省人大常委会主任李鸿忠，省委副书记、省长王国生，省委常委、省委秘书长李春明，省委常委、省委宣传部部长尹汉宁，副省长赵斌、张通，省政协常务副主席李佑才等省领导相继作出重要批示，对全省“一县一品”文化品牌创建工作给予了高度肯定，要求进一步加大工作力度，由省委、省政府统筹推进，专题研究，专题部署。2011年初，在全省宣传部长工作会上，由省委宣传部、省文化厅、省文联联合发文，授予潜江市湖北省“一县一品”文化品牌创建特别奖，授予秭归县、蕲春县等16个县市湖北省“一县一品”文化品牌创建奖。

新闻媒体对我省“一县一品”文化品牌创建工作给予了重点关注。《人民日报》刊发了评论，新华社、《光明日报》、《经济日报》等作了报道。中国文联编发了题为《推动县域文化科学发展的有效载体》的调研报告。《中国艺术报》以《大手笔再写荆楚文化版图》为题，用3个整版配发评论，全景式报道了我省各级文联创建“一县一品”文化品牌的历程和经验。《湖北日报》8月7日全文予以转载。《文化纵横》、《当代经济》、《咨询与决策》等杂志纷纷派记者深度采访报道我省“一县一品”文化品牌创建工作。

一、提高认识，增强文化品牌创建的自觉和自信

文化是一个民族的精神和灵魂，是一个民族真正有力量的决定性因素。我们正处于文化大发展大繁荣的伟大时代，天地广阔，大有作为。“一县一品”的创建，就是要以高度的文化自觉和文化自信，遵循科学发展观，做到科学谋划、科学定位、科学创建，围绕中心、服务大局，面向基层、服务群众，全方位地推动湖北文化强省的建设。

1、与湖北“两圈一带”、文化强省战略相对接，着眼于县域文化科学发展

党的十六届三中、四中全会提出了统筹城乡发展的科学发展观和构建和谐社会的蓝图，十七大提出了全面建设小康社会的

奋斗目标。省委、省政府根据中央的要求提出了“两圈一带”战略和“把湖北建设成为文化综合实力居于中部前列的文化强省”的目标。创建工作就是把党和人民勾画的宏伟蓝图和美好愿景项目化、工程化、具体化，把挖掘、开发特色地域文化资源和彰显灵秀湖北的整体文化形象有机结合起来，把文艺家的创作资源和生态文化旅游景观建设有机结合起来，把丰富多彩的惠民文化活动和与时俱进的创意文化产业有机结合起来，使文化软实力成为县域经济社会发展的硬支撑。

2、与转变经济发展方式相对接，着眼于县域文化产业跨越发展

“十二五”规划的主题是科学发展，主线是转变发展方式，主攻方向是调整产业结构。而文化产业既是绿色产业，又是新型产业。湖北省“十二五”规划纲要明确指出：推动文化产业成为全省支柱产业，文化产业增加值占生产总值的比重达到6%。“一县一品”创建工作是推动县域基层文化体制改革和文化产业发展的重要手段和加快县域经济发展方式转变的重要引擎。而“一县一品”文化品牌创建要取得实效必须坚持正确的方向和原则。打造文化品牌必须把握正确方向，不断增强品牌的吸引力、凝聚力和感召力；打造文化品牌必须树立科学理念，遵循规律，因地制宜，有计划、有步骤地推进；打造文化品牌必须充分发挥文化单位、企业和人才的主体作用，引导工业、农业、科技、教育、旅游等行业参与文化品牌建设，形成强大合力；打造文化品牌必须强化创新意识，努力造就具有地方性、时代性、共通性的文化品牌，以独特的风采走向全国、走向世界。

3、与社会管理创新相对接，着眼于加强惠民文化服务、推动社会和谐发展

中央从改革发展稳定的大局出发提出了抓基层打基础、加强社会建设和社会管理创新的重大战略任务。去年初，中宣部等六部委印发了《关于加强地方县级和城乡基层宣传文化队伍建设的若干意见》。中国文联确立了“送欢乐，下基层”长效惠民文化机制。基层文化部门和文联组织是党和政府联系基层文化工作者的桥梁和纽带，是整个文化大厦的基石。创建工作要坚持“三贴近”原则，既要送文艺又要种文艺，既要锦上添花又要遍地开花，既要注重民间文化的传承又要加强文化遗产的保护，既要注重基层文化组织建设又要开展惠民文化服务，从而满足人民群众日益增长的文化需求，使“一县一品”创建活动真正成为人民群众的满意工程。

二、真抓实干，推进文化品牌创建的谋篇和布局

“一县一品”上升为全省宣传文化的重点工作后，标志着创建工作步入了一个新的阶段。文艺品牌到文化品牌尽管只一字之差，但其内涵和外延都发生变化，其工作的方式和平台都得到拓展，其工作的要求和验收的标准都得到提升，各级文联既感到责任重大，又感到使命光荣。大家纷纷表示，以高度的政治责任感狠抓创建工作的落实，运用文联独特资源，在联络、推介上要体现“四争”即争取领导、争取政策、争取项目、争取作为；在协调服务上争取“四有”即服务大局有作为、服务基层有地位、服务群众有成效、服务文艺家有口碑，扎实推进“一县一品”创建向广度和深度发展。

1、领导重视，思路明确

湖北省“一县一品”文化品牌创建领导小组是指导创建工作的决策指挥机构。省委常委、宣传部部长、省创建工作领导小组组长尹汉宁多次对创建工作提出明确的思路和具体的要求。省委宣传部副部长陈连生定期召开专题工作会议，检查创建进度，部署工作安排。领导小组各成员单位积极参与创建工作的理论研讨、验收评比、项目资金投入等重点工作的研究和决策，形成了创建工作全省一盘棋、劲往一处使的良好氛围。

2、各地响应，各显其能

湖北省“一县一品”文化品牌创建以来，很多地方由党委、政府主要领导担任组长，常委宣传部长具体抓，切实承担起凝聚各方力量的组织责任，形成创建工作的重大推力。各地党委、政府高度重视，把创建工作摆上重要议事日程，纳入经济、政

治、文化、社会发展总体规划，纳入党委、政府年度工作要点，纳入领导干部任期目标考核，将创建经费纳入财政预算，将创建项目纳入发改委重点项目库，将品牌推介纳入对外宣传重点。在创建领导小组的领导下，形成八仙过海、各显其能，千帆竞发、你追我赶，百花齐放、争奇斗艳的良好工作局面。

3、深入调研，出台文件

省文联把“一县一品”创建工作作为全年工作的重中之重，确立了“一手抓精品生产，一手抓品牌创建”的工作思路，抽调骨干力量参与创建办公室日常工作。省委宣传部和省文联分若干个调研组，分赴全省十几个市、县、区进行座谈、调研、摸底，反复推敲，八易其稿，形成了《湖北省“一县一品”文化品牌创建实施办法（试行）》，省委宣传部、省文化厅、省文联以鄂宣发[2010]1号文件下发执行。该文件政策性、操作性强，对文化品牌创建的意义、原则、目标、标准、条件、申报评选、表彰推介、组织保障等方面提出了明确的要求，为全省“一县一品”创建工作的全面开展提供了有力的政策保障。

4、分类指导，科学定位

鲜花因个性而美丽，文化因特色而精彩。创建工作中，我们对各地的历史文化资源进行了科学的提炼归纳，根据其特点加强分类指导，梳理创建类型，总结创建经验，分析存在问题，提出合理建议，帮助各地落实文化特色确定、文化品牌定位、文化品名定名、文化项目立项、文化活动策划、对外宣传推介等工作。概括起来看，我省各地“一县一品”创建基本上有以下五种类型：

一是以文化名人作为题打造品牌。如潜江的曹禺文化、蕲春的李时珍中医药文化、黄陂的木兰文化、随县的炎帝神农文化、襄州的诗书两襄阳（孟浩然、米芾）、公安的“三袁”文化、红安的将军文化等。

二是以文化遗产作为题打造品牌。如武昌区的首义文化、十堰的武当文化、郧西的牛郎织女风情园、房县的尹吉甫诗经文化、秭归的端午文化、大冶的青铜文化、黄梅的佛教禅宗文化等。

三是以民间文化作为题打造品牌。如长阳的土家源文化、恩施的女儿会、孝感的镂空艺术、谷城的蕪山根艺、梁子湖区的武昌鱼文化、神农架的三锣鼓等。

四是以文艺样式作为题打造品牌。如郧县的凤凰灯舞、来凤的摆手舞、安陆的水墨漫画、仙桃的天沔花鼓戏、天门的江汉曲艺、钟祥的莫愁湖乡土作家群等。

五是以自然景观作为题打造品牌。如嘉鱼的灵秀山水文化旅游度假区、洪湖市的印象·洪湖系列、荆州区的桃花会等。

5、上下联动，部省合作

毛泽东同志曾说过：文联，核心在文，关键在联，文联嘛，就要上联下联，左联右联，内联外联。我们坚持开门搞创建，在“文”字上做文章，在“联”字上下功夫，上下结合、左右互动、密切协作，形成合力。在中国文联赵实书记的支持下，在省委常委、宣传部部长尹汉宁，副省长张通直接关心下，实施了与中国文联的部省合作项目制，为各地“一县一品”创建出谋划策、牵线搭桥，聚智、聚才、聚力，打造品牌、擦亮品牌、推介品牌，上接天气、下接地气。在潜江举办的“第二届中国（潜江）曹禺文化周”活动中，省文联、省剧协协调潜江市与中国剧协签订了兴建梅苑，建设中国剧协曹禺剧本奖创作基地、中国剧协梅花奖艺术交流中心、“曹禺大剧院”项目的协议，打造中国戏剧之都。我们还积极争取中国书协授予了襄阳市“中国书法名城”、中国民协先后授予了襄阳市和荆州市“三国文化之乡”、中国音协授予了随州市“中国编钟之乡”、中国舞协授予了利川市“中国歌舞之乡”、中国曲协授予了天门市“中国曲艺之乡”、中国民协授予了咸宁市咸安区“中国嫦娥文化之乡”

等。中国书协和黄冈市、武昌区合作兴建“东坡碑林”和“首义碑林”。尹汉宁部长夸奖文联上联下联的作法是“顶天立地”。

6、注重协作，合力共建

创建工作是一个系统工程，不能单打独斗、封闭运行。我们按照省委宣传部的统一部署，认真履行职责，主动与省发改委、省财政厅、省文化厅、省旅游局等有关政府职能部门联系，努力形成齐抓共管的创建合力。省发改委在编制鄂西生态文化旅游圈文化项目中，组织部分文艺家参加咨询调研。省财政厅、省委宣传部还专门印发了《湖北省“一县一品”文化品牌创建专项资金管理办法》，确定一年1000万、三年3000万元创建专项资金，明确了“一县一品”创建的奖励和扶持标准，形成有效的激励机制。省文联积极配合省文化厅文化遗产保护利用，做好理论研究工作。省旅游局和省文联合作出版了百名摄影家聚焦“两圈一带”的《灵秀湖北》摄影集。长江出版社和省文联合作编辑出版了《湖北省“一县一品”文化资源概览》一书。

三、产生效应，发挥文化品牌创建的功能和作用

文化是民族凝聚力和创造力的重要源泉，是综合国力竞争的重要因素，是经济社会发展的重要支撑。在市场经济条件下，文化品牌具有强大的整合、聚集、增值、辐射、放大效应，是推动县域经济社会科学发展、跨越发展的重要力量。我省“一县一品”文化品牌的创建，虽然时间不长，但已经在实践中显示了独特的作用。

1、在产业调整中起着引领作用

在我省不少县域经济中，产业结构比较传统，叫“重工业太重，轻工业太轻，新型产业不新”。而文化产业既是现代服务业，又是支柱产业，对产业结构调整起着引领作用。武汉市的黄陂区大打“木兰牌”，兴建了木兰景区和花木兰纪念馆，开发了木兰泉饮料、木兰牌醇酒、木兰牌豆丝、木兰牌泥塑等。去年，该区接待国内外游客390万人次，文化旅游收入5.85亿元。潜江市大打“曹禺牌”，把梅苑建设成戏剧艺术的大观园和湖北文化旅游的新景观，带动了相关产业的发展，仅第二届曹禺文化周，就签约经贸投资项目53个，投资总额218亿元。枝江市通过打造步步升鞋产业文化，形成了步步升布鞋文化产业园，开发出系列旅游商品，步步升布鞋被评为三峡十大特产、十大旅游商品和湖北名牌产品。此外，各地在创建中推出的许多“一县一品”文化品牌，本身就蕴含着巨大的产业价值。如襄阳米芾书法、十堰武当文化、天门陆羽故园、随州炎帝神农故里、孝感民间镂空艺术等，已成为当地重要的文化产业发展内容，有的还扩展为全省重点发展的文化产业园区并纳入了省经济和社会发展规划“十二五”规划。

2、在文化消费中起着带动作用

实践证明：经济建设的高潮必然带来文化建设的高潮，人们在解决温饱之后必然带来对文化的需求。实践同时证明：经济规律是需求创造供给，文化规律则是供给创造需求。而“一县一品”的文化品牌和文化活动正好可以满足人们的文化需求和精神享受，起着“改善民生、文化惠民”的作用。云梦县的老百姓有观看皮影戏的习惯。近几年，该县组建了皮影艺术团，不断演出《天仙配》、《武松打虎》、《猪八戒背媳妇》等节目，不仅当地老百姓百看不厌，而且多次参加国内外的皮影艺术节，在北京演出还受到温家宝总理的亲切接见。房县重视打造尹吉甫诗经文化品牌，抢救了大量的尹吉甫文化遗存，而且在老百姓中形成了传诵、传唱《诗经》的传统。秭归县是屈原故里，老百姓有很浓厚的“端午习俗”，该县举办了大型端午文化节，全县有18万人参加节庆活动。

3、在文化旅游中起着灵魂作用

大量事实证明：文化是魂，旅游是形。旅游养身，文化养心。文旅联姻，相辅相成，良性互动，方能产生叠加效应。如利川市大打“龙船调牌”，大刀阔斧地引进东莞市兴业公司和黄山市中安公司投资1.5亿开发腾龙洞风景区，其中投资1200万元

打造了一台大型民族歌舞《夷水利川》，每天上演两场，一台大戏带动了“天下第一洞”的开发，一个洞的开发又带来了一个市旅游的兴起。又如宜昌市夷陵区大打“三峡牌”，千方百计支持三峡环坝旅游集团投资3.5 亿元，打造“三峡人家”旅游景区，并排练有“编钟乐舞”和“土家民俗”两台小戏每天上演，2010 年接待中外游客250 万人次，创造旅游收入2.7 亿元。

4、在农业经济中起着创意作用

现在出现了一种新的经济形态叫创意农业。其特征是以文化为品牌、以农业为基础、以农庄为载体、融入休闲农业和观光农业概念所形成的新的农业经济体。如蕲春县大打“李时珍牌”，建设李时珍药材基地、李时珍药材工业园、李时珍医药集团和李时珍生物医药企业，现已建设药材基地 26 万亩，药材企业 6 家，固定资产 6 亿元，从业人员 8000 人，年销售收入超过 10 亿元，年创利税 3400 万元，已成为该县最大的支柱产业。又如荆州市荆州区打造“桃花会”品牌，共建成 1000 亩桃园、800 亩梨园、500 亩农业科技示范园，发展了 78 家农家特色餐店，形成了以水蚯蚓、林蛙、果树花卉为代表的有旅游观光价值的特种养殖产业和以“农家乐”餐饮为主的餐饮休闲一条街，年接待游客 100 万人，餐饮营业额达 900 万元。