

遂昌农业与文化创意产业融合发展研究

张琴 曾周琪 萧佳丽 姚逸菲 程云行¹

(浙江农林大学 经济管理学院, 浙江 杭州 311300)

【摘要】: 农业与文化创意产业融合发展是一种新的产业模式, 作为农业转型新方式, 发展潜力大。以浙江省遂昌县为例, 在调研当地产业融合的现状和剖析其发展过程中的不足的基础上, 提出加大基础设施规划建设, 以旅游业为载体加入融合点, 加强农产品文化创意品牌建设, 加强乡村服务文化主体建设等促进农业与文化创意产业融合发展的建议。

【关键词】: 文化创意产业 农业 遂昌 融合发展模式

【中图分类号】 F327 **【文献标识码】** A

近年来, 一种在传统农业基础上融合文化创意产业的新型发展模式悄然兴起, 逐渐成为新的产业模式。这种模式将文化创意融入农业价值创造的过程中, 提高产业附加值, 从而获得更好的效益, 对于推动中国乡村振兴具有重要意义。但在发展过程中如何深化融合, 更加合理利用农业资源, 提高农业竞争力也成为了当下面临的问题。本文以浙江省遂昌县为例, 基于农业与文化创意产业融合发展的现状进行分析和研究, 旨在为产业融合提供借鉴, 推进可持续发展。

1 遂昌文化创意产业和农业融合发展的现状

遂昌县地处浙西南, 钱塘江、瓯江源头, 东倚武义、松阳, 南邻龙泉, 西接江山和福建浦城, 北与衢江、龙游、婺城相连。全县总面积 2510km², 总人口 23.1 万人, 辖 7 镇, 203 个行政村, 7 个城市社区, 森林覆盖率达 82.3%, 属中亚热带季风气候, 夏热冬冷, 四季分明, 境内雨量充沛, 温暖湿润, 云雾缥缈, 山地垂直气候差异明显, 发展农业优势明显, 农产品多种多样富有特色。

遂昌当地农业发展模式处于单一阶段, 主要以农业种植和采摘业为主, 但也呈现出向多产业融合发展的趋势。本文基于实地调研, 分析产业融合情况, 总结概括出以下三种融合模式。

1.1 文化创意产业与遂昌乡村旅游的融合发展模式

文化创意产业和乡村旅游的融合, 并不是将两者简单的结合, 而是互相补充, 融合发展, 在旅游中感受遂昌文化的熏陶, 通过文化创意带动农村旅游产业的升级。文化产业和乡村旅游的发展, 会为游客提供更优质的乡村服务, 也会让他们体验到当

¹**作者简介:** 张琴 (2000-), 女, 安徽芜湖人, 浙江农林大学经济管理学院学生

曾周琪 (1998-), 女, 浙江丽水人, 浙江农林大学经济管理学院学生

萧佳丽 (1999-), 女, 浙江丽水人, 浙江农林大学经济管理学院学生

姚逸菲 (1999-), 浙江嘉兴人, 浙江农林大学经济管理学院学生。

程云行 (1966-), 男, 浙江桐庐人, 教授, 研究生导师, 研究方向: 企业管理、市场营销、林业经济管理。

基金项目: 2019 年浙江农林大学校级大学生创新创业项目“遂昌文化创意产业与农业产业融合的商业模式研究”(项目编号: 103-2013200167)。

地的民俗文化的魅力，为乡村旅游注入生命力，为乡村旅游的可持续发展奠定基础。遂昌当地的乡村旅游业以“绿水青山就是金山银山”为绿色发展理念，依靠当地的“金木水火土”五行旅游资源结合如“班春劝农”等乡俗文化，推出特色化村庄，如黄泥岭音乐村、庄山慈孝村、淤溪耕读村、长濂状元村等一批特色景区村，形成良好的发展态势。同样遂昌县以特色村庄为基础打造特色农家乐，举办“乡村春晚”，推出乡村春晚旅游路线等，让游客体验农事活动、果园采摘，享受高山避暑、精品民宿，使消费者更好地体验农业创意活动。全年举办 80 台“乡村春晚”，120 场“送戏下乡”，13 场文化走亲，送图书下乡 13000 册。成功举办“班春劝农”典礼；高规格举办汤公音乐节；黑陶作品《中华朱雀》入选首批浙江省优秀非遗旅游商品；举办“遂昌年货节”、“到遂昌乡村过大年”、“端午遂昌行”等节庆活动，“浙西南革命精神”系列活动、“玩美游学”研学之旅、“非凡匠心”文创设计大赛、“百县千碗”美食烹饪大赛等参与型活动。

旅游业具有强大的关联带动作用，在其发展中将文化创意元素融入和渗透到农业和旅游业，开发创意乡村旅游，充分利用农村丰裕的空间资源和众多的传统文化、习惯风俗等无形资产，能够很好地带动遂昌其他产业的发展，提高遂昌人民的生活水平。2006 年，遂昌旅游业发展迅速，各旅游项目总投资超过 1 亿元，南尖岩、飞石岭、神龙谷旅游景点相继建成开园。全年旅游总人数达 41.5 万人次，同比增长 72%，旅游总收入 1.04 亿元，同比增长 73%。根据遂昌 2019 年旅游年度报告显示，2019 年营业收入为 1647 万元，截至 2019 年，遂昌旅游资产总计为 6884 万元，2019 年全年实现旅游综合收入 156.82 亿元，全年旅游总人数达到 297.8 万人次，同比增长 21.0%。由旅游带来的资金的流动量占总额的比例很大，带动了其他产业的资金链的流动。

1.2 文化创意产业和遂昌特色农产品的融合发展模式

文化创意产业与农产品的融合模式注重发展当地的特色农产品，提高当地农产品的特色文化，经济价值和文化附加值，同时在农产品的销售过程中采取相对应的文化宣传活动。

当地一众农产品中，最为突出的是遂昌茶叶。茶产业是遂昌农业的主导产业，是事关社会和谐的生计产业。全县现有茶园面积 8334.67hm²，投产面积 7915.8hm²，2018 年茶叶产量 12077t，一产产值 9.3854 亿元，平均产值 532.247/hm² 元，茶叶种植规模位列全省第五，丽水市第二；产值位列全省第十，丽水市第二。

人们的生活水平不断提高，生活环境水平对所消费的产品所需要的“文化因素”产生影响，更加强调产品的差异性。在文化创意融合农产品同质化严重的现状下，产品的特色与品牌则成为竞争的关键因素，许多地区会借着当地特殊资源优势，打造一批具有当地特色的涉农品牌，例如利用当地文化传统举办体验节或推荐季。遂昌通过举办“端午龙排排排”“九龙闹春”“石练七月会”等非遗活动，来推出自身的特色农产品，如“石练七月会”中推出的菊花和茶叶等。当地发展的特色文化会让消费者感受到传统文化的魅力，并且提高对产品的了解度，会大大增加消费者的参与度和购买欲。

近年来，遂昌大力实施品牌富农战略，通过建设全国首个地级市农产品区域公用品牌——“丽水山耕”，搭建起生产者和消费者的桥梁，农产品品牌富农成效已初步显现。目前，遂昌县共有 6 家企业、8 个产品通过了“丽水山耕”品字标品牌认证。依托“丽水山耕”区域公用品牌效应，遂昌制定严格的准入门槛，纳入质量安全追溯管理系统。企业的农产品只有通过相应的检验检测，在仓储能力和储运条件上达到要求且包装合格才允许使用“丽水山耕”品牌。遂昌县以“品牌兴农”为切入点，优选重点培育品牌，集中力量培育了遂昌菊米、红茶等一批特色农产品品牌，并通过在首届“国字号”中国——中东欧国家博览会“丽水山耕”品字标品牌产品展示区及体验区展出，进一步提升品牌知名度。

1.3 文化创意产业和乡村服务的融合发展模式

遂昌县在发展乡村文化服务时，以村为单位开展活动，融合文化创意，将文化创意融入乡村服务中，转变服务形式，提高乡村文化服务水平。调研得知，石练镇已建成图书馆石练分馆，新设立图书流通点 30 个，建成 110 家农村文化礼堂，210 家农家书屋，210 个村级（社区）文化活动室，初步建成集宣传文化、科技普及等多功能于一体的基层文化服务中心。同样除了基本

的乡村文化服务设施外，当地为了进一步弘扬中国民族传统文化，深入乡村文化服务，近三年累计送演出下乡 390 场，讲座下乡 128 场，电影下乡 5320 场，图书下乡 32150 册，深入开展“五水共治”、“宣传党的十九大”等主题文艺演出，惠及全县群众；赴县外文化走亲 25 场，交流和宣传遂昌文化，也包括遂昌昆曲十番乐坊，完成全县送戏下乡 120 场的演出任务。遂昌当地在“乡村春晚”文化服务活动中推出“乡村过大年”、“淘宝春晚”等线上线下活动，近三年共举办 229 场；全力打造“乡村春晚”文化品牌，在全市建成首个“乡村春晚梦剧场”，开通全市首条乡村春晚体验路线，吸引国内外游客慕名前来体验和消费。当地乡村服务和文化创意融合也与时俱进，推行新时代文明实践习中心，建成了 87 个文化礼堂文明理事会，316 个特色文明传习点，实时将文化创意融入到了乡村服务中，丰富了当地村民的文化生活，满足了当地村民的文化需求。

2 文化创意产业和农业融合发展存在的问题

农业与文化创意产业融合作为遂昌县的一种新兴发展模式，取得了一定的成果，但在其发展过程中仍然存在一定的问题。

2.1 交通基础设施滞后

基础设施是为社会生产和居民生活提供公共服务的物质工程设施，是用于保证国家或地区社会经济活动正常进行的公共服务系统。它是社会赖以生存发展的一般物质条件。交通基础设施总体分为一般公路交通设施、高速公路交通设施，市政道路交通设施，轨道交通设施等。

遂昌县境山地属仙霞岭，地势西南与南部高峻，东北与北部略低。地块起伏多在 300m 以上。全县中山地块大于低山、丘陵、平原的总和，显示为中山地块。总计山地面积 22.6 万 hm^2 ，占全县面积的 88.83%，素有“九山半水半分田”之称，是个典型的山地县。由于遂昌县的地貌以山地为主，导致其交通主要以公路为主，山路崎岖，高铁、高速等难以连接到遂昌。

根据实地调研以及政府统计数据显示，遂昌呈现公路密度和高等级公路占比“双低”局面。截至 2015 年底，遂昌县公路总里程 1731.224km，其中高速 28986km，省道 86.576km，县道 704.479km，乡道 108998km，专用道 57.609km，村道 744.576km。公路网密度为 6754km/100km²，低于丽水市平均 18 个百分点，低于全省平均 47 个百分点；全县二级以上公路 165km，不到总里程的 10%，国省道公路仅占总里程的 6.7%。通往 5A 级景区、国家级旅游度假区的公路达到一级公路标准，通往 4A 级景区、省级旅游度假区公路达到二级公路标准的要求，但现有大部分道路等级、状况仍然达不到标准要求。

遂昌县旅游交通建设相对滞后，到各旅游景点的道路回头路多，等级低，路况差，能进旅游大巴的不多。遂昌的每一个景区都相隔甚远，且各景区间未形成交通环线，既降低了旅游效率，也制约了遂昌旅游业的发展。如千佛山和南尖岩相隔千里，前来旅游观光者若自驾游一天可达多个地方，但若是根据旅游线路的班车则不能自由选择搭配，则无法到达多个地方。

2.2 产业融合意识不足

遂昌县政府秉承“宜融尽融，能融尽融”的发展理念，将文化创意融入乡村旅游、农产品和乡村服务中，其产业融合虽已取得一定成效，但遂昌县的企业和农户的产业融合意识仍有增强的空间。

遂昌县的大部分旅游产业和旅游景区建设仍然处于观光旅游产品的单一层面，企业提供的也多为单一的产业或产品，尚缺少与旅游产业融合发展的“旅游+”意识，没有将旅游景点和当地特色产业产品、乡土文化气息和民俗风情充分融合。

遂昌县的休闲农业多以打造特色农家乐和观光果园为中心，仅仅是乡村旅游与农业生产的简单结合，尚未形成真正的农业与文化创意产业融合互动的产业体系。大多数农户所提供的特色农家乐尚停留在吃农家饭、住精品民宿的层面，缺乏文化内涵和遂昌当地特色，没有融入当地的农业节庆、民俗文化、产品创意等，缺少特色民俗资源与创意产业的整合。观光果园以农业

生产过程中的果园采摘、观光、休闲等活动为主，没有充分融合当地的农业资源和人文资源，大大降低了对游客的吸引力。

2.3 农产品文化品牌建设欠缺

农产品文化建设的一个好处是，将普通的农产品通过文创开发，能成为受欢迎的旅游地商品。遂昌县鼓励各类生产经营主体深挖农耕、人文文化特色，创新自主品牌，一些公司自主设计了文创形象，使得产品价值翻倍。在 2018 年，遂昌县新建农产品旅游地商品购物网点 11 个，培育旅游地商品 34 个，新增“丽水山耕”合作开发包装设计 31 个，新建“丽水山耕”合作基地 137 个，全年实现“丽水山耕”农产品销售额达 5.07 亿元。在农产品品牌建设下，也出现了农产品专营店的形式，主要结合城市或者旅游服务区，为消费者提供文化创意农产品、农业工艺品、农业装饰品等销售服务，以此来获得盈利。但是该项目规模较小，项目主题较强，因此盈利模式相对单一。

尽管一些品牌的销售额不错，且其中拥有特色品牌“龙谷丽人”和地级市品牌“丽水山耕”，但是遂昌的农产品品牌和文化创意有效结合仍然较少，没有充分利用好遂昌当地所具有的文化资源优势。遂昌当地文化资源丰富，比如“好川文化”、“汤显祖文化”等，当地企业却未能将文化与农产品品牌有效联合和对接，缺乏品牌建设环境以及区域品牌保护政策，其农产品的宣传力度及影响力不足。

2.4 文化服务活动人才短缺

在文化创意和乡村服务融合中，乡村服务活动离不开组织的人员，组织人才的缺失在乡村文化服务中较突出。根据调研可得，遂昌大部分乡镇只有一名文化员，难以全身心抓好文化工作，不能够更深入地安排好文化服务活动，而农民群众自我组织能力和意愿较低，其他的组织群体也毫无经验，因而很难将农民群众组织起来。

同样除了组织人才的缺失，也缺少一定的专业人员，农村虽然存有一定的业余文化爱好者，但因为经费等原因会受到阻碍，其作用无法被充分发挥，文化专业人才更显匮乏。而对于目前发展的乡村服务来说，文化活动必须增添时代的因素，一些时新的文化服务活动必须要有专业人员和组织人员的辅助，如果没有则无法保障文化活动的顺利进行。

3 推进文化创意产业和农业融合发展的对策建议

3.1 加大基础设施规划建设

政府要加快建设主干道，解决对外交通不快捷的问题，同时积极谋划建设对外高速，改善遂昌县区位条件，使遂昌成为连接长三角与海西经济区的一个重要交通节点，提升景区公路等级，改善景区的进入条件，形成旅游环线，通过环线将全县主要景区串联起来，提高效率。

加强对农村地区的基础设施建设，改造农村公路，统筹城乡发展。结合新农村建设，进行高品质定位、高起点规划、高标准建设，进一步完善交通、食宿、购物等配套功能，对闲置的文化场所和文化设施与产权单位共同提出解决方案，让文化场所与设施真正发挥文化服务功能，让乡村旅游更“智慧”。在乡村旅游领域，依托 5G、大数据等新技术，整合分散的乡村旅游资源，强化线上线下推广、品牌建设和数字化赋能，带动乡村旅游实现更新、更“潮”、更加多样化发展。

3.2 以旅游业为载体加入融合点

以旅游业为载体，挖掘融合点。实地考察当地农业特色，以旅游业为载体，进行深入分析，挖掘属于自己的特色，寻找合适的融合路径和契机。一方面，利用本地的农村文化，挖掘地方文化，讲好地方文化故事，发挥“土味”优势，形成特色鲜明

的市场吸引力；另一方面，以农产品为载体，结合文化要素进行深加工，最大限度地将文化创意与各个生产环节的农产品相结合，依托实物产品深挖文化内涵，创新产品形态或功能，增加农产品直接或间接衍生品附加值，使文化创意融入到农业生产的各个环节。不同区域具有不同的文化资源，遂昌县应充分利用本身的特色资源，使之与当地的农业相融合，找准定位，以旅游业为载体，深入挖掘农业与文化产业融合的结合点，提供个体性、差异性需求的服务内容，并通过“互联网+”强化宣传、扩大影响。

3.3 加强农产品文化创意品牌建设

3.3.1 吸取区域文化，打造特色农产品文化。

区域文化是地区典型的特色文化，对农产品品牌建设有很大影响。农产品在汲取区域文化时，其产品内涵要与特色文化相匹配，让消费者对该区域文化产生好感，而区域文化具有一定的独特性，不一定完全能被消费者接受，因此农产品在汲取文化时要“取其精华，去其糟粕”，创新发展区域文化。遂昌的“好川文化”、“汤显祖文化”可以有选择地融入当地的特色农产品中，比如在当地茶叶中融入汤显祖的历史故事，石练镇当地的“七月会”也可以和菊米、茶叶相结合，积极创新农产品文化。

3.3.2 深挖农产品品牌文化价值内涵。

品牌文化的精神内涵是在品牌的建设过程中形成，是一种更深层次的文化。在农产品品牌建设中，要积极结合区域文化，深挖品牌的文化价值，使当地文化融入品牌内涵中。遂昌“龙谷丽人”品牌虽然吸收了一定的当地文化，但品牌建设不足，要深挖品牌内涵，发挥品牌的文化价值，使品牌传播更广。遂昌汇聚多种丰富文化，但宣传方式单一。在新媒体时代，宣传遂昌本地文化，可以通过互联网线上线下的方式宣传，充分利用互联网来发展电子商务和扩大消费市场。

3.4 加强农村文化服务主体建设

农村文化服务的主体可分为专业人员和组织团体，前者包括管理人员、业余工作者、志愿者等，后者包括文化事业单位、非政治化组织、私人企业单位等。服务主体建设是服务质量和数量的主要影响因素，因而要加强文化服务主体建设。乡村工作管理人员应在原来的基础上，完善基层服务人员的待遇，在人员安排上可以将人事招聘管理机制落到乡镇，按照乡镇的人员比例进行配比，合理分配好乡村文化服务管理工作。除了管理人员招聘之外，也要多种方式培养人才，重视人才的教育学历，培养经费可由多方筹集，以企业赞助捐助的方式或个人支持项目的形式完成。同时也要加强人才服务意识的培养，竞争上岗，兼顾将有基础和热爱文化基层活动的志愿者派驻到乡镇，对乡镇的文化服务活动进行指导和扶持。落实大学生村官政策的实施，加强文化服务主体之间的交流。文化服务主体建设的不断完善可以让乡村文化服务活动的质量更优，使文化创意和乡村服务更好地融合。

参考文献:

[1]温小林,孙德举,庄义庆.产业融合理论视角下的休闲农业产业发展——基于镇江市休闲农业发展实践与农业经济增长关系量化分析[J].江苏农业科学,2019,47(15):26-28.

[2]李丽玲.当前遂昌文化建设的思路与对策[J].企业导报,2016(05):174.

[3]张俊雄.新时代文明传习促进乡村振兴的实践与思考——以遂昌县“新时代文明传习中心”试点为例[J].乡村科技,2018(22):10-12+15.

-
- [4]廖为义. 补齐交通短板推进县域发展[N]. 丽水日报, 2016-05-01(002) .
- [5]沈世山. 遂昌: 加快推进农旅融合[J]. 政策瞭望, 2017(03):18-20.
- [6]言石. 乡村游转型升级正当时[N]. 益阳日报, 2020-05-11(003) .
- [7]李硕, 王蔚雯, 毕镜宸, 等. 乡村振兴背景下农业与文化产业融合发展研究[J]. 价值工程, 2019, 38(27):108-109.
- [8]易清月, 林想, 刘黄傲, 等, 胡巧真. 基于文化营销的宜昌市农产品品牌建设研究[J]. 现代商贸工业, 2018, 39(20):1-3.
- [9]李硕, 王蔚雯, 毕镜宸, 等. 乡村振兴背景下农业与文化产业融合发展研究[J]. 价值工程, 2019, 38(27):108-109.
- [10]王富军. 农村公共文化服务体系建设研究[D]. 福州: 福建师范大学, 2012.