

江南文化助力长三角文化产业一体化发展研究

王霞霞¹

【摘要】：江南文化经过历史流变与岁月变迁，助推江南地区一路成长为全国经济重心。长三角区域一体化发展上升为国家战略，长三角区域范围扩大至沪苏浙皖全域。安徽与江南具有极深的历史渊源，在新战略布局下，亟需重构新江南文化与长三角区域的关系。辨析江南文化成为长三角文化产业共同基因的优势因素，并借助江南文化资源向文化产业一体化发展方向转化，形成独具江南特色的文化品牌，为打造世界级城市群讲好江南文化故事。

【关键词】：江南文化 长三角文化产业 一体化

江南，谓之长江以南，在历史变迁中从起步崛起走向繁荣成熟。在先秦秦汉时期江南城市发展较为缓慢，六朝时期江南文化蜕变的重要表现就是城市发展进程明显加快。江南在唐代已然成为经济富庶、风景秀美、文化发达的代名词，五代的金陵使江南成为诗意化的精神家园，宋代的临安完成了古代江南都市文化的精神体系。经过魏晋六朝时期的起步追赶，唐宋元时期的飞速发展，明清时期的江南终于成为全国经济文化最为发达的区域。

江南的水乡景观、耕织传统和蚕桑习俗离不开当地得天独厚的自然地理环境，也体现了江南人民征服自然、融入自然的智慧与力量。借助经济与文化的双轮驱动，江南地区人们物质生活相对舒适、精神生活比较潇洒，使江南文化整体呈现一种俗与雅交错并融、物质享受和文化追求并存的独特面貌，承载了中国人对美好生活的向往与希冀。岁月变迁，新时代新机遇下，江南文化承担着更高的责任与使命。

一、新江南文化与长三角城市群关系建构

江南区域经过历史变迁，文化资源不断丰富，沪苏浙皖都能寻到江南文化的足迹。长三角的协同发展机制自 1997 年起步，主要集中于苏浙沪两省一市。后经由安徽部分城市加入长三角，再到 2018 年长三角区域一体化上升为国家战略，沪苏浙皖全域纳入长三角区域范畴。在国家新战略布局下，需要对新江南文化与长三角区域关系进行重新建构。

（一）新江南文化的范畴归属

江南文化研究专家刘士林认为，江南的范畴以李伯重先生的“八府一州”说为基础，吸收了“江南十府”说中的宁波和绍兴，同时，还将在自然环境、生产方式、生活方式与文化联系十分密切的扬州、徽州等地纳入江南范畴。他认为，江南文化必然大于“吴文化”“越文化”和“海派文化”，江南文化的历史渊源就是长江文明。

根据长三角城市群区域规划范围的逐步扩大，江南文化亦应从文化层面重新界定区域范畴。新江南文化的内在基因与长三角城市群新发展战略布局相吻合，与明清时期经济富庶与文化繁荣的江南区域不谋而合。因此，无论是从历史渊源还是从新时代战略发展维度考虑，新江南文化的核心文化范畴都应涵盖沪苏浙皖一市三省区域文化，尤其是要重新建构对安徽加入长三角城市群后的江南文化研究归属。

作者简介：王霞霞安徽师范大学新闻与传播学院讲师、澳门城市大学访问学者

基金项目：安徽省社科规划青年项目“长三角一体化战略背景下安徽文旅产业升级研究”（编号 AHSKQ2019D078）的阶段性成果

（二）新江南文化与长三角城市群关系建构

长三角城市群最直接的历史基础主要表现在：一是以南宋临安为代表的江南都市文化形态，其在文化创造上的理念与动力主要是发自城市文化自身生产与消费的内在需要；二是明清时代以南京为中心的江南文化繁盛形态，富裕的江南城市群在意识形态、审美趣味、生活时尚等方面也拥有显著的“文化领导权”；三是从近代向现代演变过程中的上海新型都市文化，其文化的延续性、前卫性、典范性与代表性，对当时乃至现如今都产生了极大影响。

新江南文化的范畴归属与长三角区域新战略布局下的规划范围如出一辙，江南文化是文化精英的经世选择，新江南文化与长三角区域属于集合中的交集关系，即长三角一市三省有各种传统文化样式存在，唯有江南文化是长三角区域内集合而成的交集因子，是构成长三角城市群发展的共同文化基因。重新梳理江南文化与长三角城市群的关系，将对促进长三角城市群一体化发展产生重要影响。

二、江南文化是长三角文化产业发展的共同文化基因

江南文化作为一种相对独立的文化体系，代表了我国区域文化在审美和艺术上的最高水准。文化产业的发展离不开对传统文化资源的依赖。长三角各区域文化资源类型丰富，缘何唯有江南文化可以作为长三角文化产业发展的共同文化基因，这与江南文化的本质特性与资源优势密不可分。

（一）长三角文化产业发展的“文化共识”

长三角文化产业发展的基础是文化共识，重工商经济的江南文化，激发了长三角文化企业的发展与创新活力；重开放包容的江南文化，促进了长三角区域的文化开放与全球交流；重审美意蕴的江南文化，创造了长三角文化产品的创意特色与丰富内涵。达成江南文化共识，是解决长三角内部资源冲突的重要任务。

文化资源需要协同开发，才能形成具有长三角特色的文化品牌。江南文化是长三角区域共同的历史文脉传承，以长三角文化共同体建设凝聚区域文化认同，可为促进长三角实现更高质量一体化发展提供强劲文化动力和丰厚社会资本。长三角各区域联盟机构形成文化共识，在文化产品与服务一体化、文化市场要素一体化等方面建立文化共同体意识，可立足于打造以江南文化为品牌的文化产业资源形态。

（二）江南文化对长三角文化产业发展的“基因优势”

江南文化对长三角文化产业发展的基因优势首先表现为文化资源的丰富性，江南物质文化资源、社会文化资源、审美文化资源类型繁多，以“水”元素为核心的水乡文化、运河文化丰富多彩，以“林”元素为核心的山林文化、园林文化独具风韵。其次表现为博大胸怀的包容性，江南文化是在历史变迁中逐渐发展成熟的，集结了南北方不同地域的文化精髓，同时吸收了西方文明的先进基因，在这种巨大的交流碰撞中产生的文化基因必然自带博爱宽容的胸怀，能够在助推文化产业发展过程中形成各种新型业态。最后表现为至高至纯的审美性，古今关于江南的诗歌众多，独具韵味的江南自然风景与手工制作最能带给受众静谧的文化享受与至高的审美自由。

江南文化对长三角文化产业发展的基因优势还表现在内外部环境协调发展上。目前，外部一体化发展脉络根基尚未统一，需要有一定领导力的文化达成共识；内部协同发展的体系尚未健全，也需要强有力的文化认同作为共同体的支撑。唯有江南文化，是隶属于三省一市共有的交集，最有资格成为长三角文化产业一体化发展的文化基因。

三、江南文化助推长三角文化产业一体化的路径选择

长三角文化产业一体化发展，是长三角区域一体化发展的重要内容，是提升综合国力竞争的大趋势。长三角所承载的江南文化传统，既有重商、精致、开放、多元、诗性与审美的共性基因，又包括了历史传承与城市创造的个性化成果。在当下长三角文化产业发展的关键期，把握江南文化的内核，并运用江南传统文化资源进行文化产业转化，是打造新时代江南文化品牌的必然方式，也是助推长三角城市群文化产业一体化发展的必要路径。

（一）推动江南都市文化向艺术产业转化

作为一种本土性的都市文化模式，江南都市文化对重新考量中国传统文化的现代价值以及探索如何实现当代转化，具有不可替代的标本价值与示范意义。江南富足的经济物质基础是都市文化发展的基础条件，也为城市艺术发展起到了推动作用。中国山水画兴起发展都与江南都市发展轨迹相一致，瓦肆、勾栏、茶楼、别苑等文化娱乐场地的大量涌现，既依据场所对消费群体进行细分，又促进了都市艺术形态的丰富多彩。

在长三角文化产业一体化目标下，要充分发挥江南都市文化下产生的各种艺术流派与艺术作品的影响，进行现实条件下文化艺术市场转化。根据数字技术的发展态势与长三角数字文化产业的发展优势，通过数字化传播降低艺术品推广成本，促进艺术品创作提质，同时根据大数据分析、智能运算和个性化推荐等方式实现艺术品与艺术消费者的精准匹配。文化艺术产业与科技的融合必不可少，要借助 VR、AR 等数字化技术向青少年展示江南艺术历史魅力，提升青少年美育鉴赏能力。在文化艺术产业整体市场向好的情况下，将江南文化与数字艺术产业紧密结合，既能传承历史传统艺术韵味，传播江南优秀文化艺术，展示江南都市文化特色，也能为长三角文化产业一体化发展提供时尚前沿的独特艺术产品与服务，扩大年轻受众群体市场消费力，增强艺术市场品牌竞争力。

（二）推动江南运河文化向文旅产业转化

大运河是中国南北经济与文化走廊，流淌在江南大地上的大运河，浸润了城市与乡村，在生活习俗与精神气质上打上了运河烙印。江南的运河分为淮扬运河、江南运河和浙东运河，联系和沟通了淮河、长江、太湖和杭嘉湖地区，为江南文化注入了新的活力。江南城市群在融入运河城市文化带后获得了地位的提升。

长三角城市群是江南运河依托生产的大环境，以上海作为龙头带动，苏浙皖比较优势发展明显。在文化产业一体化进程中，应借助有利时机，加强运河文化交流。运河文化与江南文化有着天然的亲缘关系，对于建设城市群十分重要。从文化生态来看，运河文化需在新时代发挥更大的效能，探寻属于自己的文化新常态。长三角城市群要紧抓大运河发展机遇，在一体化目标下首先要统一品牌，比如设计打造“江南运河·千年运河”品牌；其次要以长三角各城市为主线设计精品路线，在旅游线路上注重文化内涵的融入；最后最为关键的是要开发优质运河产品及相关文旅原创产品。

城市因“运”而生，文化因“运”而活。随着运河沿线城市间的优势互补、资源共享，逐步形成了“和而不同”的运河风情。长三角城市群要借助江南运河千年文脉的伟力，全方位、多角度向文化旅游产业进行转化。加强运河沿线非遗传统文化的展演活动，宣传运河沿线美食文化的独特味道，开设以运河文化为主题的民宿酒店，增强以运河为名的国际文旅交流。同时，在打造文化旅游主题精品线路时要注重赋能文旅文创产品，协同共建长三角文旅产业一体化共享平台，高质量发展江南运河文旅产业品牌。

（三）推动江南手工文化向设计产业转化

江南地区自宋元以来，商品经济日益发达，商品市场辐射全国，既为手工艺品提供了广阔的消费市场，也对手工艺品质量提出更高要求，从而使江南地区云集诸多名匠，精品迭出。由于农耕社会农闲时间制作手工业较多，江南手工业可称作是中国在农耕社会的“文创产品”。从江南经济发展起来的千年时间，创造出世界手工业的最高端产品，即丝、茶、瓷。江南发达的手工业

既为江南文化提供经济基础，又丰富深化了江南文化主题内容。

长三角文化产业发展要充分发挥传统手工业的优势，既要传承保护传统手工艺，又要与当下文化市场相结合进行创意创新。从保护的层面来看，手工业已经开始融入相关旅游景区与特色小镇。同时，国家对非物质文化遗产的保护力度也为手工艺提供了良好发展平台，要通过创意设计大赛、研学旅游等方式吸引更多年轻人参与到手工艺创作与保护中，提升江南手工业的社会价值。从创新的层面来看，江南手工艺不仅要作为一个整体，还要抽离出部分元素进行创新，将手工艺中的代表元素与其他产业进行融合。此外，手工艺不能仅停留在审美与观赏价值上，市场价值需求要与生活美学息息相关，推动江南手工业向创意设计产业转化。

（四）推动江南圩田文化向娱乐产业转化

江南圩田形制复杂，规模庞大，单圩分“有塘有钱”模式、“上塘下塘”模式、“外塘里塘”模式，多个单圩联系在一起，形成了联圩模式，每一圩即相对独立的水利工程体系。在这个体系中，非常强调圩内的规划和布局，圩内外水系调节的技术手段较为成熟与系统。

江南圩田文化承载着古代江南人民的智慧与精神，新时代要继续传承这种优秀的智慧。尤其在当下年轻人日渐远离农田文化的时代背景下，加强对水利工程的科普与认知成为必要选择。文化产业的发展可将圩田文化与娱乐产业相结合，如将圩田文化的设计理念植入到游戏中，根据难易程度设置不同等级；或与户外综艺相结合，在娱乐中潜移默化地达到对圩田技术的科普；或将圩田技术与儿童科学创造课程相结合，以当代年轻受众容易接受的方式多角度、多层面加强对圩田文化的认知。

对圩田文化的科普有无必要，与现代水文化的发展紧密相连。现代水文化的核心理念是达成人与水的自然和谐，这种和谐关系的处理对当下城市如何处理与水的关系问题尤为重要。文化产业发展需承担起重要的社会责任，江南圩田文化的创造性转化与创新性发展是责任担当。不管是借助粉丝娱乐进行科普，还是通过游戏竞技进行创新，抑或借助短视频对圩田文化和圩田技术进行广泛传播，都是非常有必要的产业发展模式。一体化进程下，长三角区域需形成统一的圩田文化标识品牌，为人与水资源的和谐共处发挥更强大的社会功能。

（五）推动江南戏曲文化向动漫产业转化

江南戏曲文化资源典型体现了江南文化的诗性特征。“戏曲+动漫”的结合方式已经有文化企业进行尝试，戏曲动漫是将戏曲艺术中的人物塑造、表演形式、服装扮相等巧妙运用到动画设计中，运用现代动画制作技术和表现手法演绎和呈现传统戏曲之美。

戏曲动漫虽然已有一定程度的发展，但仍然停留在市场培育阶段。长三角要借助江南丰富的戏曲文化资源做好戏曲动漫产业发展示范，加快戏曲动漫产业化进程。首先要从形象制作、人物名称与造型、故事情节等生产细节进行戏曲元素融入，强调代入感与体验感；其次在宣传营销环节要拓宽渠道，运用专业化运作团队把小众化产品向大众化平台推广，相信受众的艺术审美素养，更要相信优质产品内容的传播力；最后是消费者的消费捆绑方式创新，将戏迷漫迷的生活周边消费与文化情怀消费相结合，把戏曲动漫当做一个文化艺术产业链进行消费。同时，将戏曲动漫联动营销，产品资源共享，打造长三角戏曲动漫数据资源库，降低生产制作成本，加快一体化下江南文化戏曲动漫品牌的发展进程。

（六）推动江南山林文化向影视产业转化

江南山林作为一种独特的审美资源，不仅自然风光清新迷人，而且还具有极其深厚的文化底蕴。一个小小的山丘，可能隐藏着一段令人扼腕叹息的历史故事，抑或缠绵悱恻的爱情传说。江南山林不仅成为诗人的审美对象，还成为禅宗的审美客体，经过

历史、人文的浸润和点化，形成钟灵毓秀的独特文化。

长三角区域城市要积极打造江南山林文化，讲好山林故事与城市故事，并将故事通过影视或短视频形式呈现出来，影视产业是源头，影视产品内容的优质可带动文化旅游、文创版权等系列产业的发展。江南山林既有“山不在高，有仙则名”的幽雅，也有“人闲桂花落，夜静春山空”的静谧。山中书院文人墨客既有济世之胸怀，又有脱世之洒脱，其中蕴含的丰富哲思与价值观念都可以成为影视故事经典素材。长三角影视产业发展以江南山林文化故事为主旨，既与当下新主流电影发展模式相吻合，又能延伸山林旅游产业与文创产业链条，达到社会效益与经济效益的统一。

以上借助江南文化资源向文化产业的转化不具有惟一性，却显示出独特性。传统文化的创造性转化与创新性发展需要巧妙根据文化元素与市场受众需求紧密结合，既适应文化市场的变化，又成为文化市场的引领者。江南丰富的文化资源能为长三角文化产业一体化发展提供源源不断的创意来源，长三角文化产业一体化发展也需要建设好江南文化品牌。

参考文献：

- [1]刘士林. 江南文化资源研究[M]. 南昌: 百花洲文艺出版社, 2019.
- [2]沈骅. 江南文化十六讲[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2017.
- [3]钱文亮. 江南文化：长三角城市群的成长基因[J]. 人民周刊, 2018(24).
- [4]沈昕, 李庆, 张梦奇. 江南文化助推长三角一体化发展研究[J]. 江淮论坛, 2021(2).