

乡村文化系列谈①

文化产业如何塑造活力新乡村

——对话范周、丁亚冬、李新恺

嘉宾

范周

中国传媒大学教授、北京京和文旅发展研究院院长

丁亚冬

中国乡村发展基金会副秘书长

李新恺

内蒙古自治区乌兰察布市兴和县副县长

主持人

农民日报·中国农网记者

焦宏 郭芸芸 刘知宜



◇范周



◇丁亚冬



◇李新恺

农耕文化保护传承,特色乡村文化建设,民间文艺传承,乡土文艺团组发展……今年8月,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《“十四五”文化发展规划》,专门拿出一小节对促进乡村文化振兴进行了重点规划和部署。此前,六部门出台《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》(以下简称《意见》),为发展乡村文化产业指明了方向与路径。当前文化产业赋能乡村振兴面临哪些机遇和挑战?如何引导各类乡村建设者更深入了解农民需求?如何使农民在文化产业发展中既“富脑袋”也“富口袋”?是否有一些可供借鉴的探索和模式?本期对话邀请范周、丁亚冬、李新恺三位行业专家和实践者,一起探讨文化产业如何赋能乡村振兴。

文化产业和旅游业是具有高度开放性和融合性的产业形态,将在乡村振兴的广阔天地中开辟新蓝海,为推动乡村产业深入融合发展提供新载体

主持人:从乡村文化中挖掘资源,并以此为基础形成乡村特色产业,有利于乐农富农惠农。今年4月,六部门联合印发《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》。这一政策的出台,向社会释放了什么信号?

范周:文化产业自身的特性和功能决定了其在乡村振兴领域大有作为。一方面,文化产业具有跨界融合的特征,和旅游、农业等其他业态能够广泛融合。另一方面,文化产业对带动地区就业、促进区域产业转型升级等有重要价值,能进一步推动乡村精神文明与物质文明富足。

乡村振兴,文化不能缺位,文化建设贯穿于乡村振兴的全过程。文化赋能乡村振兴的含义,不仅包含着产业层面对乡村振兴的物质和精神的带动作用,同时也包含着乡村公共文化服务、乡村文明风尚、村民道德思想观念等多方面的共同赋能。乡村文化建设需要以精神文明的丰富带动产业发展,进而提高乡村社会文明程度和推动农民的全面发展。乡村振兴是一个系统工程,既要解决基础设施,也要重视人与自然的关系,还要重视教育、各类传播媒介、文化场所在乡村发挥的作用和效益。《意见》彰显了文化产业、旅游业等业态在乡村振兴战略中的重要意义,为今后一段时期内文化产业和旅游业的高质量发展与实现乡村振兴协同发展提出新的要求和实施路径。

丁亚冬:《意见》的出台,旨在将文化产业赋能乡村振兴纳入全面推进乡村振兴整体格局。围绕文化产业重点领域,制定企业、人才、项目、用地等方面政策举措,引导文化产业机构和工作者深入乡村对接帮扶和投资兴业,充分发挥文化产业多重功能价值和综合带动作用,助力乡村经济社会发展。

主持人:乡村文化产业的重点领域包括文化、音乐、艺术、数字、旅游等方面。结合乡村振兴提出的“既要塑形也要铸魂,要物质文明和精神文明一起抓”的要求,文化产业赋能乡村振兴面临哪些机遇和挑战?

范周:乡村振兴从顶层设计到各省实践都已经进入了新阶段,这个阶段的重点是塑造具有新活力、烟火气、高人气的新乡村。文化产业和旅游业是具有高度开放性和融合性的产业形态,将在乡村振兴的广阔天地中开辟新蓝海,为推动乡村产业深入融合发展提供新载体。在此机遇下,乡村旅游产品及服务、各类乡村题材的文艺创作、乡村数字文化消费等相关文旅业态都将迎来新利好。

同时,文旅赋能乡村振兴的过程也面临着挑战。一是乡村变“老”了,人才的“空心化”和老龄化是当前乡村活力的主要桎梏,乡村地区普遍缺乏专业管理人才。为此,9月教育部新颁布《新农科人才

培养引导性专业指南》,新增了乡村治理等专业以适应当前发展需要。二是乡村思维不够“新”。部分乡村地区仍存在一些不符合现代社会精神的风俗,例如高价彩礼、大操大办等。如何以文化塑造“新农民”的“精气神”,也是当前赋能乡村的一大挑战。

丁亚冬:源自于乡土的优秀传统农耕文化,在乡村被很好地保存,这是很多城市所不具备的优势。当前新媒体与新技术在乡村的运用,正在进一步推动乡村本土文化跨越时间空间维度,与本地产业相结合进行传播。

而在优势资源开发过程中,也面临许多挑战,我认为最突出的还是人才问题。《意见》中重点提到了解决乡村文化人才问题的工作举措,既要充分发挥院校和研究机构作用,也应调动各类文化单位和文化工作者积极性,鼓励各地探索建立有效人才制度。中国乡村发展基金会面对机遇和挑战并存的现状,在项目实践中,通过善品公社项目、百美村庄项目,引入“村庄文化旅游运营官”“农村职业经理人”,并与培育乡村本土人才相结合,多举措探索吸引和聚集社会人才投身乡村建设,带动科技、信息、创意、市场等资源进入乡村。

李新恺:当前居民消费能力不断提升,消费者的需求越发趋于多元化和个性化,也更乐于在精神文化生活中张扬个性、表现自我、实现价值。传统的初级农产品已渐渐无法满足消费者的多样化、品质化需求,他们希望能够从产品中更多体验到乡村特色文化,感受到乡土人情,这推动了乡村产品形态、产业业态的转变。随着旅游出行需求持续释放,人们出行已由单纯的观光游向休闲度假游转变,为乡村文化产业发展带来广阔的市场空间。

乡村文化产业的局限性,主要体现在以下四个方面。一是思想观念方面存在局限,农民对文化资源的认知程度尚有不足。二是产业发展基础薄弱、业态落后,虽拥有良好的原生态自然资源优势,但把这种生态优势转化为发展优势、经济优势的能力不足。三是乡村人才流失严重,现有人员年龄结构偏大,整体素质不高,缺乏创造性,在产业的设计规划、运营管理等方面能力欠缺,尤其高学历人才严重缺乏。四是资金投入不够,无论是规模化的种植养殖、农产品深加工,或是乡村文旅产业,普遍存在着投资周期长、成本高、回报慢的特点,再加上乡村产业发展本身面临的资金不足,在很大程度上制约了乡村文化发展。

为了更好地推动产业发展与传统农耕文化保护传承有效衔接,要激发当地群众内生动力,鼓励政府、社区组织、本土企业、文化团体和农民合作社联动,为识别农户的需求提供关键信息

主持人:我国是一个文化大国,乡村尤其是很多优秀农耕文化的发源地,目前这些文化的保护与开发、弘扬与传承情况如何?

范周:首先,顶层设计在不断完善,对乡村地区尤其是农耕文化的重视程度正在不断加强。党的十八大以来,出台了一系列关于传统村落保护、农业文化遗产保护的系列政策。2014年,《中国重要农业文化遗产管理办法(试行)》正式实施;2016年,中央一号文件明确提出“开展农业文化遗产普查与保护”;2021年,农业文化遗产和非物质文化遗产的保护写入了《中华人民共和国乡村振兴促进法》;2022年,《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》提出,“支持有条件的中国重要农业文化遗产地建设农耕文化体验场所”。一系列政策出台落地,表明中国农业文化的保护和利用逐渐迈入科学化、规范化、制度化、法治化轨道。

其次,乡土文化传播力度加强,社会对乡村文化

的认知程度逐渐加深。伴随着三农短视频、三农电商等业态的兴起,涌现了一批乡村生活的“代言人”。某短视频平台最新公布数据显示,2021年共有28.3亿单农特产通过短视频电商出村进城,卖向大江南北。该平台三农电商达人数量同比增长252%,农货商家数量同比增长152%,通过立体传播和营销的方式,全社会对于乡村文化的认知程度和旅游意愿也在不断加强。

同时,还要看到目前在产业发展中存在的一些问题。当前,部分地区出现了过度开发、破坏乡村原有风貌等问题,部分传统村落、古镇有同质化、过度流量化的趋势。而在利用短视频进行营销、传播的同时,出现了内容低俗、以猎奇情节博取流量等负面问题,需要有关部门引起重视。

李新恺:一直以来,内蒙古乌兰察布市兴和县十分重视传承和保护“东路二人台”这一地方传统戏剧。成立于1966年的兴和县乌兰牧骑,是一支以东路二人台为特色的综合文艺团体,他们常年活跃在农村牧区,担负着传播先进文化、传承地方特色文化、活跃农村牧区文化生活的重要任务。

在大众文化产业迅猛发展的今天,像二人台这类传统民间艺术形态的发展也面临困境,市场化的程度相对较低。由于缺乏新鲜血液、艺人素质不够高、创新的意识和能力不足,导致了演出的内容和形式单一。乌兰牧骑侧重于公益性质的表演,而民间艺术团体侧重于婚庆活动,在与大众市场融合方面还不够深入。鉴于此,在这类项目的开发中,未来考虑将其融入到乡村旅游当中,为游客带来沉浸式文化体验,这样既提升了乡村文旅产品的内涵与市场价值,又起到了宣传推广地方特色文化的效果。

主持人:结合您的研究或实践经验,文化产业赋能乡村振兴有哪些优秀案例?这些案例是否可以复制和推广?最迫切需要哪些条件保障?

李新恺:去年以来,我们立足兴和县文化旅游产业发展现状,推动落地了内蒙古首个“百美村宿”项目。该项目充分挖掘内蒙古乡村的绿色农业、生态风光、人文民俗等旅游元素,以村办旅游合作社为对外经济合作、利益分配平台,通过导入市场机制,引入国内民宿知名运营商,开展乡村民宿、草原露营、景区观光、文化体验等综合性开发,实现乡村可持续发展。通过发挥资源文化禀赋,精准对接目标市场,引进优秀运营主体,秉持保护性开发原则,整合村庄闲置资源,因地制宜融合草原景观、农牧文化,在传承乡村原有文化的基础上,有序建设保有村落元素的乡村,形成以点带面的全域旅游发展新模式。

在推进项目的过程中,我们也遇到了一些急迫的实际问题。一是乡村“空心化”现象突出。长期以来,乡村中青年、优秀人才持续外流,人才总量不足、结构失衡、素质偏低、老龄化严重等问题突出。二是乡村规划理念滞后。由于乡村旅游没有现成的、规范的规划标准,导致有些村落在编制规划时缺乏通盘谋划,一定程度上制约了乡村旅游的发展。三是少数村民思想观念比较保守,在土地流转、施工过程中提出部分不合理诉求,最终我们通过耐心细致的沟通进行了化解。

丁亚冬:以云南红河县哈尼梯田地区为例,红河县拥有作为世界文化遗产、全球重要农业文化遗产的撒玛坝梯田。在过去,梯田农产品与配套产业尚未得到有效开发,传统农业生产也缺少能适用于梯田生产环境的现代化农具,导致当地的农户往往在梯田上投入更多的劳动,却不能产生与之相匹配的价值。如何让红河县这类拥有丰富文化资源的乡村在传承、保护中合理开发,促进乡村产业兴旺,帮助农民增收,是当地最迫切需要解决的问题。

中国乡村发展基金会以红河县梯田红米等产业为切入点,通过农业经营主体孵化、产品品质深耕管理、农产品区域公用品牌培育等举措,支持梯田红米产业体系性提升,带动农户增收。整合了国内主流

媒体支持红河梯田红米宣传推广,结合中华慈善日、中国农民丰收节、世界粮食日等宣传节点开展宣传营销,目前已经取得了阶段性成效。

针对文化遗产保护与数字化转型,我们一方面援建了哈尼梯田保护传承学校,另一方面,基金会联合央企出资,邀请联合国粮农组织等机构合作。如今,红河哈尼梯田保护传承学校(世界梯田中心)基础设施已基本建成。同时,也初步完成撒玛坝梯田数字化模型建立,初步把每一块梯田在地图上划分并编号,标记梯田的坐标、面积、主人、作物种植情况等基础信息。此外,基金会广泛动员社会力量,在红河县先后实施了教育扶贫项目、顶梁柱健康扶贫公益保险项目、爱心包裹项目、爱心厨房项目、智慧农业项目等,总计投入公益资金3251万元。

红河县哈尼梯田地区农耕文化保护和发展案例的启示包括,保护和发展要基于市场化的、持续的、充分的调动,激发当地群众内生动力。鼓励当地政府、社区组织、本土企业、文化团体与农民合作社等有效抓手平台联动,精确捕获当地农户需求。借助科技力量帮助传统农耕文化焕发新生机。农耕文化保护是系统工程,需要从产业、教育、科技、宣传等多方面协同发力。

发展乡村文化旅游经营要坚持农民主体地位,让外部力量成为有效补充。建立汇聚各方人才的有效机制,吸引相关从业者、高校毕业生、返乡小镇青年、企业家等各方人才走进乡村,为乡村“聚人气”

主持人:《意见》中提到为乡村文化和旅游经营主体提供信贷支持和项目用地支持,这是否有助于缓解当前文化和旅游经营主体面临的一些问题?

范周:资金、用地方面的支持可以解决部分问题,但根本性的问题还在于,项目本身是否能够顺应市场需求、符合当地实际、展现文化内涵。此外,项目能否支撑文旅经营主体可持续发展也很重要。对此,有关部门要加强对文旅经营主体实际需求的调研,不断提升项目的针对性和适配性,推动项目更好落地。同时,要不断增强文旅经营主体对政策、市场的认识水平,提升他们对于项目的运营能力。

李新恺:乡村文化和旅游经营需要长期持续运营,乡村旅游往往处在农村偏远地区,虽然文化和旅游资源优势明显,但产业基础设施及配套建设往往比较滞后,导致在产业发展初期,资金投入需求比较大。在产品初创阶段,受制于产业规模小、利润微薄或一段时间内持续亏损,资金短缺成为制约产业发展的瓶颈,而长期信贷支持则是破解这一突出问题的有力举措。我们在推动兴和县“百美村宿”项目过程中,也同样受到缺乏长期资金的制约,后来通过引入企业捐赠资金和帮扶资金,有效破解了发展难题。《意见》中关于项目用地的政策支持,为加快发展乡村文化项目提供了有力支持和政策保障。在推动兴和县“百美村宿”项目过程中,我们坚持把旅游规划、景区规划和村庄规划统筹论证实施,通过指标置换,为产业未来的发展预留空间,在合理利用土地的基础上,有效解决了项目用地问题。

丁亚冬:随着城市化的发展,大多数人在城市工作,决定了乡村旅游很大程度上依赖周末经济,影响了这一类项目的市场回报率。不管是信贷支持还是项目用地支持,都是基于市场效益。但发展乡村文化旅游经营要坚持农民主体地位,让外部力量成为有效补充。

主持人:在发展乡村文化产业的过程中,既要在政府引导下发挥市场的运作机制,也要尊重农民主体

地位,应当建立怎样的联结机制提高农民参与意愿,做到既“富脑袋”也“富口袋”?

范周:一方面要强化产业基础作用,不断做大做强村集体经济。要建立企业和农民的联结机制,积极探索“企业+合作社+农户”订单式联结、股份式联结等在内的合作模式,让村民的口袋富起来,精神富起来,共同参与乡村振兴的伟大实践,在自身实践中获得更高质量的生活。另一方面要坚持党建引领,形成“党群服务+文明实践+基层治理”综合体。充分发挥基层治理的作用,积极针对当前需求展开培训工作,充分调动农民学习积极性,有效强化农民群众的参与感。

李新恺:在推动乡村文化产业发展的过程中,我们始终坚持把农民的切身利益摆在首位。采取市场化的运作方式,建立完善联农带农的利益联结和分配机制。增强农民参与能力,让每一位农民都能够融入到产业的发展当中,真正分享乡村文化旅游产业发展带来的红利。

比如,在推动兴和县“百美村宿”项目过程中,我们积极探索发展混合所有制集体经济,整合村庄闲置农房资源入股合作社,村民每人出资1元入股,组建旅游专业合作社,搭建村民共享的股份制合作社平台。同时,确立了收益分配的“一个基本,三个原则”,“一个基本”是指全体村民共享,每人都有“人头股”;“三个原则”即“多投多得、多劳多得和帮扶贫困”的原则。将村集体收入划分为四个部分,合作社当年利润的50%用于给全体村民分红;30%用于合作社发展基金;10%用于乡村公益事业或帮扶弱势群体;最后10%作为公益传导基金,捐赠用于帮扶其他乡村。健全完善的发展机制为乡村文化项目的可持续发展提供了根本保障。

主持人:您对文化赋能乡村振兴的未来有什么样的愿景?对“十四五”时期推进乡村文化产业高质量发展,促进乡村文化振兴,您有什么样的建议?

李新恺:乡村文化振兴前景远大。文化作为乡村的灵魂,作为乡村发展的动力,通过文化赋能乡村振兴,不仅将有效发挥文化的经济属性,为乡村产业赋予内涵和意义,提升价值属性,激发乡村产业活力。还将有效发挥文化的意识形态属性,为乡村发展提供智力支持和精神动力,丰富乡村的精神文明建设。以文化为引领推动乡村振兴,实现乡村文化、旅游、风土人情融合,既带动了产业升级,又重塑了农村价值。

范周:乡村振兴是充满希望的产业发展新蓝海和创业新天地。促进乡村文化振兴,必须把握资源规划与人才培养两个要素。其一,对资源的梳理要系统、充分,资源的梳理是产业功能定位的第一步,对乡村资源的梳理不仅需要梳理与文化旅游有强相关性的资源,更需要关注到乡村的自然资源、人力资源、信息资源、社会资源等多个方面。其二,加大对乡村人才培养。《意见》指出要建立汇聚各方人才的有效机制,也就是要通过各种政策举措吸引相关从业者、高校毕业生、返乡小镇青年、企业家等各方人才走进乡村,为乡村“聚人气”。其中应重点关注返乡小镇青年这一群体,他们是乡村产业发展、文化消费中不可缺少的主力。

主持人:文化产业所具备的高度开放性与融合性,将为推动乡村产业深入融合发展提供新载体。从要素投入来看,乡村文化振兴要协调技术、人才、管理、品牌等多元要素投入,尤其解决人才问题是关键;从实施路径来看,要帮助企业、公益组织等主体深入农户,精准识别农户需求,理顺联结机制,激活农户内在发展动力;从推进过程来看,要系统性推进、市场化管理、持续性投入。可以期待的是,未来,在中国广袤的乡土大地上,会有更多生动、鲜活、具备可推广价值的实践出现。