

江苏宣传工作动态

社科基金成果专刊

第4期

中共江苏省委宣传部

2023年3月2日

江苏加快建成长江国家文化公园 先行示范段的对策建议

摘要：南京师范大学郭新茹等研究认为，江苏立足于经济、文化、生态三大维度，从健全制度保障、优化改善沿江生态、深入推进文旅融合、提质升级数字平台等方面加速推进长江国家文化公园建设，成效显著。但也存在区域协同联动较弱、文化资源利用效率较低、品牌营销宣传不足、数字化传承保护方式较少等问题。对此，建议着力强化协同联动、创新转化、立体营销和数字赋能，加快建成长江国家文化公园先行示范段。

建设长江国家文化公园对于传承长江精神，增强中华文明影响力意义重大。作为长江国家文化公园建设的先行者，江苏立足长江文化资源繁荣富集、创新要素多元集聚等比较优势，深挖长江文化精神内核，高水平建设具有江苏特色的生态长江、人文长江、幸福长江，开启城市肌理与文脉传承互促互进的新局面。南京师范大学文化产业与创意传播基地、南京大学长三角文化产业发展研究院郭新茹承担的江苏省社会科学基金“长江文化研究”专项课题“南京长江文化公园价值评估与前期规划研究”，分析江苏建设长江国家文化公园的成效与问题，提出对策建议。

一、江苏建设长江国家文化公园的成效

一是健全组织保障。省委省政府成立领导专班、设置专门机构，搭建1+N政策体系，形成统一领导、省市联动、多方参与、多元协同的“一盘棋”工作格局。2022年4月，江苏率先印发《长江国家文化公园建设推进方案》，2022年上半年安排专项资金2.27亿元，支持224个长江文化遗产保护展示项目建设。二是组织项目跟进。实施地域文明探源工程、长江文物和文化遗产保护利用工程等重大项目，开展沿线文物和非遗资源专项调查，已采集长江沿线文旅资源单体近百万个，完成龙江船厂保护规划、城墙博物馆建设等项目。三是制订空间规划。明确建设范围，提出打造“四沿”联动、“一

主七支”的长江文化空间格局，并将“两廊两带两区”文旅空间布局融入长江国家文化公园建设。四是改善沿江生态。推动实施高淳、金坛、宜兴等试点地区的50项生态保护修复工程。2021年建成国家生态文明建设示范区20个、实践创新基地3个。构建新沙洲江心岛生态湿地、太仓长江林场生态公园等新田园综合体，打造了“春江十里”、三山矶岸线、江豚广场等生态景观。五是推进文旅融合。沿江八市依托地域特色资源，打造幕燕滨江风貌区、长江数字文化博物馆等世界级标识性文旅产品。举办张家港长江文化节、长江文化保护日、长江森林音乐节等系列品牌节庆活动，推出《大江南》《扬子风华》《从秦淮河到扬子江—古代南京段长江文物特展》等长江文化精品。六是建设数字平台。规划打造长江国家文化公园数字云平台，培育一批“互联网+中华文明”数字体验项目产品，包括苏州规划建设长江数字文化博物馆，南京打造全国文化科技融合示范中心等。

二、江苏建设长江国家文化公园的现存问题

1.区域协同联动较弱。长江国家文化公园江苏段文化资源数量大、类别多、分布散，因统筹协调难度较大，导致各城市间创新要素配置不合理、文化资源协同开发较弱。此外，江苏段沿线城市经济发展水平不同，各地国家文化公园建设发展重点任务存在差异，再加上与长三角区域一体化、长江

经济带等国家战略联动较弱，致使江苏长江沿线城市国家文化公园保护与传承“条块分割、各自为营”。

2.文化资源利用效率较低。江苏丰富的长江文化资源优势并未全面转化为产业优势，文化资源开发同质化现象突出。譬如，长江沿线城市博物馆、历史文化街区大多采用“文化叙事+旅游景点”模式，主题特色不鲜明，展陈方式较为单一。由于江苏长江文化资源开发的政府主导性强、民间参与性弱，能对长江文化进行创意转化的文化企业和复合型创意人才较少，导致众多长江文化资源仍在“沉睡”阶段或被“浅层次开发”。

3.品牌营销宣传不足。目前尚缺少统一长江文化标识系统和立体宣传矩阵，未能形成以系列“爆款”打好用活“长江牌”。从主流媒体宣传看，自党的十八大以来截至2022年12月，《人民日报》对南京长江报道96次，对武汉长江报道182次；2019年以来《学习强国》涉及武汉长江报道1818篇、涉及重庆长江报道1065篇，涉及南京长江报道946篇。从文旅品牌影响看，南京与苏州共同主办的长江文化节在参展机构、项目签订金额、社会影响力等方面仍有较大提升空间。从文艺精品看，与重庆、武汉等其他城市相比，江苏长江沿线城市创作生产的、老百姓耳熟能详的长江文艺标识性作品数量偏少。

4.数字化传承保护方式单一。长江文化资源复杂多样，急需建立长江文化数字化标准和大数据平台，加强管理、保护与开发。在数字表达与应用方面，长江文化的展示方式基本还是以图片、视频、文字为主，缺乏深层次、智能化的高阶技术支撑。长江文化数字内容的供给能力及高质量精准服务等，离“数智长江”的要求还有一定距离。

三、江苏加快建成长江国家文化公园先行示范段的对策建议

1.着力强化协同联动。一是加强区域内部统筹协调。成立江苏长江国家文化公园建设管理机构，建立跨区域、跨部门的沟通协商机制，就专项政策衔接、项目整体规划、基础设施共享等开展合作。二是构建创新合作网络。以重大文化产业项目为抓手，引导龙头文化企业、行业组织、科研机构协同构建国家文化公园建设创新合作网络，凝聚发展共识与创新智慧。三是实行长江水系联动发展战略。加强与长江沿线省市的协同联动，引导生态受益地区与保护地区之间“共保联治”，形成长江国家文化公园建设利益共同体。

2.着力强化创新转化。一是孵化长江文化精品 IP。创新内容生产机制，通过政策引导、资金扶持等方式引导文化企业、创意工作室及高校孵化一批富有江苏特色的长江文化精品 IP。二是构建江苏长江文化 IP 标识体系。成立江苏长江文

化 IP 中心，打造“长江文都”整体品牌和系列子品牌，构建形象标识系统。三是拓展长江文化 IP 体验空间。鼓励支持沿江各市建设长江数字文博馆、长江智慧公园等文化体验空间，以“绣花”功夫进行滨江城市“微改造”，推动长江山水文化与城市更新有机融合。

3.着力强化立体营销。一是成立江苏长江文化品牌宣传工作领导小组，构建“一体策划、集中采集、多种生成”的长江国家文化公园全媒体宣传矩阵，展示沿江各市建设成果。二是拓展“江苏长江”国际传播渠道。搭建江苏长江文旅 IP 产品国际交易平台，构建“长江文旅 IP+贸易”营销模式，开展文旅企业合作交流、跨境电商贸易、国际长江文化主题峰会等特色活动。三是壮大江苏“长江”品牌企业走出去队伍。推动江苏主营长江文化的企业进入《国家文化出口重点企业目录》，支持凤凰传媒、江苏广电、原力动画等涉外文化企业创作生产更多长江国际文化产品。

4.着力强化数字赋能。一是加强数字基础设施建设。提档升级长江国家文化公园沿岸基础设施，加快 5G 通讯配套设施建设，推进“智慧景区”建设。二是强化数字技术应用。构建一批类型不同、规模各异的国家级科技创新平台，推动以工艺美术为代表的特色传统产业转型升级，促进游戏电竞、元宇宙等战略性新兴产业跨越式发展，催生新业态、新模式、

新场景。三是提升数字化展示水平。建立江苏“长江自然与文化基因库”，推出一批以长江文明为主题的数字文博体验产品，开展数字展馆、虚拟讲解等数字化服务。

（作者郭新茹，系南京师范大学文化产业与创意传播基地教授，南京大学长三角文化产业发展研究院研究员；陈曦，系南京师范大学文化产业与创意传播基地助理研究员）

本期送：省委、省人大、省政府、省政协领导同志
中宣部、全国社科工作办公室、省委办公厅、省政府办公厅、省社科工作领导小组成员，省有关厅局及高校、各市委、市政府领导同志、各市委常委宣传部长、省直宣传文化系统各单位负责同志
本部各部领导、各处室

中共江苏省委宣传部政策法规研究室编 共印 150 份 苏简字 1003 号