

新时代文化“两创”的价值重塑与实践路径创新

高宏存

[摘要] 推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，要从增强文化创新活力出发，在探寻文明互鉴中创生民族文化“新生命体”，增强创新活力则应对接国家重大文化发展战略，推动文化与经济社会协同发展；实现传统文化与现代技术耦合，再造文化价值；构建有利于文化创新发展的文化生态系统；加强美育美学教育，培育基层“创意群体”；重视源于中华优秀传统文化资源的创意设计与文化制造业产品的融合，持续发力推动文化实践。

[关键词] 文化“两创”；价值重塑；路径创新

[中图分类号] D63

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-7453(2024)02-0004-12

新时代传承创新中华优秀传统文化是文化强国建设目标的重要任务，是中华文化主体性回归的重要表征。“着力赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展”，既是当下文化建设和实践的重要内容，也是习近平文化思想的重要组成部分。中华优秀传统文化的创新发展是一个系统的工程，中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，应该从增强创新活力和注重文明再生入手。具体而言，从方向上与国家重要的发展战略相对接；从赋能路径上利用现代技术融合创新文化产品和服务，构建一个开放性的创新系统；从文化制度上完善具体保障措施予以

支持，比如建立健全社会美育教育的制度，探索融合中华优秀传统文化要素传承创新文化生产等。概言之，中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展是优秀传统文化与当下文化创造的对接融合，是传统文化跨时空重构与价值重塑的探索，是现代文明塑型创造的历史性展开。

一、对接国家重大发展战略，推动文化与经济社会协同发展

中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，要坚持与经济社会协同发展的步调一致，对

[基金项目] 中共中央党校（国家行政学院）2022年度校（院）级科研项目“十八大以来党领导文化建设的创新性实践经验研究”（2022ZXLZ007）。

[作者简介] 高宏存，中共中央党校（国家行政学院）文史教研部教授、博士生导师、创新工程项目首席专家。

接服务于国家重大发展战略。如以藏羌彝文化走廊为代表的线性文化遗产创新发展战略,以京津冀、长三角、粤港澳大湾区为代表的城市群发展战略,以长城国家文化公园为代表的大型国家文化遗产保护和发展的主题公园发展战略等。应重视研究国家出台的不同类型文化发展战略,深入分析其中对接中华优秀传统文化创新的内容和方向,结合中华优秀传统文化的独特资源,进行融合创新,推动中华优秀传统文化与国家文化战略和区域经济社会发展的相互促进、协同共赢。

(一) 统筹好线性文化资源开发

“线性文化遗产概念是对传统文化遗产保护理念的重要突破,它把文化遗产保护的对象从单独个体升级为跨区域整体,把保护对象个体的文化价值上升为区域间的整体价值。”^[1]线性文化遗产资源的开发利用要从区域整体出发,甚至要突破行政区划限制,注重突出不同地域文化资源和文化产品的特色,注重“跨区域”统筹协调中的差异化、特色化发展。一是以完善的顶层设计引领文化资源开发方向。要以中央制定的总体规划为导向,以行政区为单位,根据不同区域的禀赋特点,因地制宜制定线性文化遗产资源保护利用的具体规划方案,为文化遗产保护利用提供具体指导。如在原国家文化部和财政部发布《藏羌彝文化产业走廊总体规划》后,四川省根据自身区域特点制定《藏羌彝文化产业走廊四川行动计划(2018—2020年)》,从文旅融合、文化创意、市场主体、市场要素、文化品牌等五个方面规划文化产业发展的主要目标和任务方向,为四川省具体贯彻落实《藏羌彝文化产业走廊总体规划》提供重要支撑。二是打造区域主题联动、特色突出的文化旅游线路。沿黄九省区在《黄河流域生态保护和高质量发展规划纲要》颁布实施后,为落实建立统一的黄河文化主题品牌与保护弘扬传承黄河文化的总体目标,沿黄九省区立足于各自

不同类型文化资源的特点,选取最能突出地域特色的文化资源打造特色鲜明的文化产品和服务,形成了文化特色突出、空间主题联动的文化旅游线路、文化产品和服务,锻造出了黄河文化品牌下特色突出、丰富多样的黄河文化矩阵。三是统筹区域协同合作。线性文化遗产突破了行政区划的限制,相应的管理和发展方式应进行调整,重视不同省市,尤其是共有黄河文化资源的城市地区,建立良性的持续性合作发展机制,通过联席会议制度建设,促进不同区域管理部门和文化企业界的交流合作,推动在工作机制、信息系统、服务平台、营销模式、知识产权保护等多领域的协同合作发展,实现共赢的文化发展格局。

(二) 突出城市群文化创新活力

城市群依托经济发展基础、高质量人力资本积累和区域文化关联,呈现出较强的文化创新能力。国家大力推动城市群建设,京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝经济圈等都是典型代表。城市群建设在推动区域文化创新发展方面更是作用显著,未来以城市群推动中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展,要突出政府、企业、社会组织、文化社群以及各类公共文化服务机构的联动作用,系统激发城市群文化创新活力。一是增强文化产业集群特色化、专业化优势。培育龙头文化企业,发挥龙头文化企业集聚各类资源、创新转化文化资源为文化产品和服务、形成文化品牌的优势,发挥龙头文化企业的辐射力和影响力。推动文化产业园区高质量发展,引导文化产业园区结合地区文化资源特色,形成集主导产业、关联产业及配套服务于一体的系统集约化发展方式,促进产业关联效应和规模效应的产生,形成主题鲜明的文化功能区,与城市社区及智慧城市建设相协调。积极构建创新型、内涵式、全链条式园区产业生态,促进园区由投资、要素驱动向创新、内容驱动转变,由粗放、集聚式发展向内涵、集约式发展转变,促进园区特色化和集约化发展。

注重培育专业化的文化产业园区运营公司,通过公开招标的方式,遴选专业化的市场园区运营主体,提升文化产业园区服务水平。二是重视公共文化服务一体化外溢效应,^[2]实现跨域文化产业规模化发展。打造兼具区域特色和城市群统一文化内涵的文化品牌,形成具有鲜明区域特色的文化标识。提升公共文化服务的质量,通过引进社会力量参与公共文化服务供给,将区域文化资源和文化元素巧妙融合进公共文化服务产品中,丰富公共文化服务产品类型,普及推广区域特色文化,满足人民群众精神文化生活的需求。构建公共文化服务一体化服务平台,通过线下基础设施和线上数字设施的建设和完善,推动公共文化服务一体化和智慧化,促进区域特色文化的传播。

(三) 彰显国家文化公园精神价值

国家文化公园建设是由国家层面推动,保护具有民族显著精神标识的文化遗产,推动文化遗产活化利用,传播中华优秀传统文化的重要战略举措。近年来,国家高度重视并启动国家文化公园建设,密集出台系列政策文件,持续发力推动这一负载了传统文化精神的空間建设。2019年7月,中央全面深化改革委员会会议审议通过《长城、大运河、长征国家文化公园建设方案》。2021年8月,国家文化公园建设工作领导小组印发《长城国家文化公园建设保护规划》《大运河国家文化公园建设保护规划》《长征国家文化公园建设保护规划》。2022年7月,文化和旅游部、国家文物局、发展改革委、自然资源部、水利部联合印发《黄河文物保护利用规划》。推动实施国家文化公园建设高频率的政策举措,更要求我们重视国家文化公园在促进各区域优秀传统文化创造性转化和创新性发展方面的重要作用,积极推动国家文化公园建设取得实质成效。一是挖掘地区文化资源,构建全球认同的标志物。文化标志物是直接引发受众联想到相关地域文化最核心的要素,具有显著的文化象征意义,作为国家文

化公园建设的重要内容,是凸显区域个性、文化特性和国家精神的综合载体。要深入挖掘地区文化资源要素,结合故事化手段和新媒体传播,提炼代表性强、接受度高的文化标志物,呈现国家文化公园不同地域的突出特色。二是深入挖掘区域文化价值,提供类型多样的文化产品和服务。结合文化消费需求和国家文化公园的多种文化价值,延伸文化生产链条,提供类型多样的文化产品和服务,延伸放大国家文化公园建设的价值。三是加强科学的文化资源配置机制建设。有学者围绕长城国家文化公园建设的机制探索,提出通过建立国家文化公园联合管理机构,^[3]提升区域协同合作机制,最大化统筹长城沿线各区域人才、资本、文化资源和相关基础设施等资源,为国家文化公园的整体性呈现和创新发展提供重要的保障和支持。

(四) 发挥中外文化交流传播作用

“一带一路”倡议是党中央审时度势、着眼构建人类命运共同体,作出的包含“文明之路”愿景目标在内、促进中外文化交流合作发展的重要部署。2015年3月,国家发展改革委、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,囊括了新疆、陕西、黑龙江、广西、云南、上海、福建、海南等在内的18个省(区市),是充分挖掘中华优秀传统文化,协同国内和国际合作,传播优秀民族文化的重要之举。一是构建好合作平台。“积极促进‘一带一路’国际合作,努力实现政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通,打造国际合作新平台,增添共同发展新动力”,^[4]继续通过跨国申遗、对外展览、援助修缮、联合考古等途径,搭建交流合作平台,开展跨国历史文化遗产国际交流与合作。建立国家之间的常态化合作机制,实现资源、信息的互联互通,积极寻求与文化创意企业的合作,以项目合作形式拓展“一带一路”文化资源的转化利用途径。

二是大力培育高素质文化人才队伍。人才是“一带一路”倡议实施的关键要素，尤其对于西部地区来说，人才队伍的保障是推动中华优秀传统文化创新发展的必要前提。完善人才引进政策，加大对文化产业高新技术人才和复合型人才在薪资待遇、生活保障方面的支持力度，让人才留得住、想要留、长期留。继续加强对本土文化人才的培养力度。注重文教融合，提高艺术人才的综合素质；建立校企联合培养机制，定向输出技能型人才，助力文化资源的产品化开发；长短结合，加强文化产业人才的持续性发展，既要积极发挥社会组织在人才培养中的持续性引导和培育作用，又要结合政府的短期培训项目，推动文化产业人才的短期突破性成长，通过社会 and 政府的合理推动，保障文化产业人才得到长期的锻炼和发展，增强区域人才内生创新能力。

总之，国家重大文化发展战略是未来文化建设的重要方向，文化“两创”要紧随国家重大文化战略的发展需求，结合本区域文化资源优势 and 当代文化消费需求趋向，创造兼具丰富文化价值和多样文化服务体验的文化产品和服务，推动中华优秀传统文化的活化利用 and 创新发展。

二、传统文化与现代技术耦合再造文化价值

文化“两创”离不开现代技术的创新和运用，尤其是数字摄影、高清技术、LED 大屏、大数据、云技术、全息技术、VR/AR 等技术与中华优秀传统文化元素结合，为文化内容创新和空间场景重构提供重要的技术支撑。技术创新发展为中华优秀传统文化的当代性活化利用提供了多种可能，拓宽了文化产品和服务创新的边界，也为打造多样化、甚至跨域“文化空间场景”提供了强大技术支持，实现全时异步时空对话，形成多维时空下的文化叙事方式。

（一）技术创新驱动文化内容创新

技术在中华优秀传统文化创造性转化 and 创新性发展过程中发挥重要作用。一是加强技术创新推动传统文化资源数字化存储 and 展览展示，为文化内容创新创造技术条件。数字化技术的创新发展为传统文化资源，尤其是为不可移动的、珍贵的文化资源提供不被损坏也不失魅力的展示渠道。传统文化资源，如文物、古建筑通过数字孪生、数字建模等技术，将珍贵的文物 and 古建筑等文化遗产进行数字化再现，让更多的文化遗产，尤其是珍贵文物有了更多机会与大众见面，也大大减少甚至消除了空间及温度、湿度、光照等自然因素对珍贵文物资源的损耗，为文物等文化遗产资源创造了良好的储藏 and 展览条件。数字化文化资源为数字内容创新提供了“原材料”，数字化文物在技术加持下可以进入综艺节目等多种文化场景中，通过数字文化资源、当代文化元素、场景 or 渠道载体的融合实现内容与形式的组合创新，带给受众超越于书籍或者博物馆陈列形式的多维体验。如传世名作《清明上河图》，通过运用云计算、5G、人工智能、大数据、动作捕捉等最前沿的高科技，摘取部分内容打造了长 25.8 米、高 3.5 米的全息动态长卷，生动地在虚拟场景中动态还原了北宋汴京的繁荣风貌。数字化《清明上河图》除了动态长卷的展示，还将古代绘画变成让人宛如画中游的多主题多维科技立体互动项目，观赏者既可以看到“动起来”的古画，又可以体验“人在画中游”的乐趣，给人身临北宋汴京的沉浸感，完成从现代到古代的“穿越”之旅。再如甘肃省博物馆《金城揽胜图》的数字化转化探索，通过数字化存储完成了从静态纸质到动态影像的转变。“画作中的黄河、城廓、南山、衙署、城楼、寺院、园林、桥津、水车、筏子等景物，通过 3D 建模立体还原，栩栩如生，历历可见。《金城揽胜图》在博物馆内展示时，画作中的每一处建筑和景点都是可以被‘打开’的，观众只

需动动手指,就能穿越时空与历史对话。”^[5]《清明上河图》和《金城揽胜图》都是利用数字技术实现文物资源数字“活化”的典型案列,通过数字化扫描获取文物资源的数字影像,借助叠加全息影像等技术打造多维互动场景,提供沉浸式观赏体验。二是依托技术推动中华优秀传统文化资源与新业态融合,创新文化产品和服务。互联网和数字技术成为文化信息生产和传播的重要载体和传播渠道,技术为文化产业不同门类资源的组合提供了重要条件,中华优秀传统文化资源通过技术手段的应用,可以实现与网络综艺、网络直播、网络展演等新业态相结合,衍生创新新型的文化产品和服务,丰富消费者的审美体验。传统文化元素和内容与新技术、新业态的结合能拓宽受众群体,以契合年轻人的消费习惯和消费心理的方式呈现博大精深的传统文化,增进年轻人对中华优秀传统文化的认知,有助于扩大中华优秀传统文化的传播力和影响力。在中华优秀传统文化与新型业态的融合创新过程中,要坚持内容为王、技术为支撑的原则,用技术为内容创新服务,摆脱“炫技”偏差,真正从内容出发寻求技术为内容服务的支撑。文化“两创”要大胆突破观念束缚,巧妙嫁接、无缝“移植”、融合不同时空历史文化语境的文化元素,让传统文化的当代表达更加和谐、深入、巧妙,在悄无声息中提供让不同群体认可和欣赏的文化产品和服务,推动中华优秀传统文化创新转化。河南卫视“奇妙游”系列晚会、舞蹈诗剧《江山只此青绿》、国潮文创、国漫和国风游戏等都是利用技术手段结合民族优秀传统文化元素,创造的具有亦真亦幻、古今联通的网络原生文化内容产品。以“奇妙游”系列为例,《唐宫夜宴》借助5G与AR技术让唐俑“复活”,带领欣赏者穿越“千里江山图”“簪花仕女图”“捣练图”“备骑出行图”,欣赏“妇好鸂尊”“贾湖骨笛”“莲鹤方壶”等一件件国宝,亲身体验大唐宫廷盛宴。数字技术的应用“将‘穿

越’这一现代性叙事情节编织进古代的宫廷背景中,用一种生动、活泼的方式展现了我国文化艺术遗产的古风韵致。”^[6]《唐宫夜宴》突破了歌舞类节目惯用的“合家欢”“炫技”型的表现形式,充分挖掘地方文化资源,将历史文化资源与当代审美取向、技术表现形式进行深度融合,推动跨时空传统文化内容的创意呈现与文化再生。

(二) 重视传统文化内容的视频化转化与传播

视频已成为当前文化信息和内容传播接受的主要渠道,截至2023年6月,我国网络短视频用户规模为10.26亿人,较2022年12月增长1454万人,占网民整体的95.2%^①。“移动端的视频用户活跃度很高,2020年6月移动端视频月活渗透率96%,2020年6月平均每位移动用户观看视频时长40小时”,^[7]短视频因为短小精悍的特点,成为视频领域增速最快、最活跃的部分,其中,短视频领域巨头抖音的日活用户不断增加,“截至2020年8月,抖音日活跃用户突破6亿,截至2020年12月,抖音日均视频搜索次数则突破4亿”。^[8]短视频突破了传统媒体静态的以文字和图片为主的形式,通过动态影像表达,利用镜头语言,以视觉主导的接受方式完成标出性、跨媒介的符号流动,^[9]推动“可读”文本向“可见性”影像的转变。^[10]短视频传播成为大众传播最重要的形态,也成为中华优秀传统文化创新传播的新契机。中华优秀传统文化要实现创造性转化和创新性发展,要汇入现代文化流通体系,立足于移动传播的新视野,拓宽自身媒介化生存格局和路径。^[11]当前,短视频已经成为中华优秀传统文化传播的重要阵地。截至2019年5月初,抖音平台上传传统文化相关短视频超过6500万条,累计播放量超过164亿次。其中,累计播放量过亿的话题主要集中在戏曲,如“我‘变脸’比翻

①详见中国互联网络信息中心发布的《第52次中国互联网络发展状况统计报告》。

书还快”“我要笑出‘国粹范’”“粉末新声”“谁说京剧不抖音”等^①。2021年6月—2022年5月，抖音平台上国家级非遗项目相关视频播放总数达3726亿，获赞总数为94亿，抖音视频覆盖的国家级非遗项目达99.74%^②。短视频数字化动态传播、生活化情景传播、伴随式社交传播特点和实用性整合传播等特点，^[12]有助于唤醒、激活和复现中华优秀传统文化的内容，成为传统文化传播景观的新场域。

因此，要充分利用好短视频传播的特点优势，制作适合短视频输出的传统文化内容，推动文化“两创”的时尚化和视频化表达。一是挖掘传统文化符号和元素，赋予现代化语境表达。萃取优秀传统文化“亮眼”的元素和内容，剥离生涩和抽象的内容，将雅俗共赏的“接地气的内容”作为提取的重点。如将传统戏曲、文物、绘画中特定元素进行抽取，摒弃原样复制、搬移和缓慢、冗长的铺陈等陈旧叙事方式，以故事性方式巧妙结合当下生活主题，依托才艺展示、工艺体验、创意设计等表达形式，基于历史真实进行合理想象，运用声乐、舞蹈、视觉特效等重塑视听艺术表达空间，补足传统文化“难理解”的不足。二是综合化传播。综合多个主题、多个内容生产主体和多个平台矩阵，提升中华优秀传统文化的短视频创意性、传播力和影响力。选择由浅及深的主题，兼顾知识性传播、故事性分享、艺术性审美和创新性演绎，形成融合传统文化内涵和现代文化审美的内容。以京剧短视频内容为例，要呈现京剧文化表演形式、经典唱段等专业知识类内容，展示京剧演员化妆、换装、排练等幕后生活类内容，名家传奇故事等情感类内容，传统剧目与现代技术融合的创新改编等创新类内容。通过多重短视频主题设置，多维度内容生产矩阵生成，使经典与流行融合互长，借流行带动传统，以情感引发共鸣。三是培养跨文化网红，发挥意见领袖的传播影响力。网红聚集了大批

量具有相同志趣的群体，其创意制作的短视频更具有较强影响力。文化“两创”借力网红引领和传播，特别是要积极引导跨文化传播网红，通过短视频方式对优秀传统文化进行短视频内容转化，通过国际化语境的转化、故事化叙事方式和生活化场景呈现，让青年群体更容易理解优秀传统文化。

（三）发挥技术优势塑造多维文化场景

技术创新和应用突破了文化场景单一固定的时空特点，为文化场景的营造提供了更多创意的可能。要充分利用LED巨屏、高清全息投影、AR/VR、3D设计、CG、云渲染等技术生成逼真、实时、三维虚拟场景，为艺术舞台呈现和博物馆、文化馆、艺术馆展品展示，提供多维变换的设计空间，沉浸式的丰富体验提升了观众对艺术作品和展品直观的感受。如洛阳牡丹博物馆采取“实物展陈与互动体验相结合、文物展示与场景再现相结合、可控天然光与人工光相结合、传统展陈和数字技术相结合”的手段，以“传播”“创造”“研究”三个关键词作为展陈逻辑，系统介绍牡丹文物、诗词、谱记、艺术等与牡丹文化相关的内容。展馆通过3D建模、3D投影等技术将静态文物进行动态演绎，声、光、电以及环境营造交叉融合，如通过三维建模影片技术复活的《洛神赋图》、全息幻影成像《牡丹亭》，让人们在极具视觉冲击力和沉浸感的场景中感受牡丹文化魅力与河洛文明内蕴。牡丹博物馆还设置艺术品鉴、互动体验等区域，并利用数字手段创新展示方式，增加参观过程的趣味性与科技感。再如全球规模最大的沉浸式数字艺术博物馆——法国的“光影流池”。“光影流池”展馆设立在二战时期建造的潜艇基地中，整个“光影流池”中心，由四个大

①详见武汉大学媒体发展研究中心、字节跳动平台责任中心2019年发布的《抖擻传统：短视频与传统文化研究报告》。

②详见抖音发布的《2022非遗数据报告》。

型船坞，一个方形蓄池，以及一个沉浸池构成，共计 30 台 Modulo Kinetic 媒体服务器，保障多维的沉浸式体验服务的呈现。由已废弃的 19 世纪的铸铁车间蜕变为沉浸式光影艺术展馆的“光影工坊”，保留自身工业特点的同时，让观众 360 度融入艺术作品以感受艺术魅力。在新的沉浸体验中，观众与克里姆特、凡·高、莫奈等艺术大家的画作亲密接触，近距离感受绘画的魅力，“光影流池”和“光影工坊”很好地实现了昔日老旧潜艇基地、老旧厂房、绘画艺术与数字技术结合，通过技术对空间场景的设计重构，创造绘画艺术的沉浸式体验，丰富大众的认识和感受。无论是洛阳牡丹博物馆还是“光影流池”“光影工坊”都是借数字技术设计、渲染和重构原来单一的文化空间场景，实现多维时空的共时呈现，丰富了原有文化内容的表现形式，增强了观众的体验感。

总之，文化“两创”要注重利用技术，依托不同的空间打造特色的文化场景，增强文化活动的体验感。充分利用博物馆、文化馆和老旧厂房，打造以文物为代表的物质文化遗产和以民俗节庆、传统技艺为代表的非物质文化遗产的展示和互动的空间场景，推动中华优秀传统文化资源的储存、展示、传播和创新转化。对于以文物等为代表的物质文化遗产资源要让他们在博物馆或者特定的文化空间场景“活起来”“动起来”，用技术手段赋予物质文化遗产新的生命，如根据文物类型或者以博物馆为单位设计“文物精灵”，以文物精灵作为主持人和介绍人，并通过游戏环节的设置，增强互动体验，让参观真正变为游览，从以“看”为中心转变为以“玩”为中心。以传统技艺为代表的非物质文化遗产更加适合依托技术手段，通过文化空间场景的巧妙设计，在参与互动中体验传统技艺的魅力，以多次互动的亲身体验增强对传统文化的感知和认识。

三、构建有利于文化发展的文化创新生态系统

文化创新生态系统构建来自创新生态系统理论，国内外的研究和内涵界定稍有差异。综合国外的研究成果，创新生态系统可以理解为发挥内部创新主体优势、协同合作机制，实现价值创造，形成相互依赖和共生演进的关系。国内的研究则围绕“价值创造”与“协同创新”展开，创新生态系统是一个以企业为主体，大学、科研机构、政府、金融等中介服务机构为系统要素载体的复杂网络结构，通过组织间的网络协作，整合人力、资本、信息、技术等要素，实现资源的优化配置和价值再造，推动系统整体和内部各主体的持续发展。文化“两创”是一个系统工程，需要政府、文化企业、社会机构、民众群体等多方协同配合，构建共生共促的文化创新网络系统。

（一）激发文化企业创新活化传统文化资源的活力

文化创新生态系统是创新生态系统聚焦于文化领域的表现形式，以文化企业为主要的创新主体，是推动中华优秀传统文化转化创新的重要力量。创新系统离不开政府、高校及科研机构、中介服务机构等支撑力量，它们为文化企业文化“两创”提供智力、制度和环境的支持。文化企业是中华优秀传统文化资源开发和文化产品服务创新的生力军，并呈现不断增长的态势。近些年，文化企业数量和营收不断增长，为中华优秀传统文化的创新转化提供了重要动力。根据最新国家统计局公布的统计数据，2023 年，全国规模以上文化及相关产业企业 7.3 万家，实现营业收入 129515 亿元，按可比口径计算，比上年增长 8.2%^①。第四次全国经济普查结果显示，我国文化产业的经营主体数量剧增，共有文化产业法人单位 210.3 万个，其中经营性文化产业单位数占

比 92.6%，是推动我国文化发展的主体力量。这些不同类型的经营主体，都是推动文化创新发展最活跃的因素。未来发展中，文化企业需要对优秀传统文化元素和内容的挖掘活化更上一层楼，摒弃简单的传统文化元素与文化生活用品的简单拼接，要充分发挥创意和内容创生优势，通过故事化、体验化的方式，将优秀传统文化内容与现代技术通过巧妙的创意设计实现融合，创造出更多传统元素与时尚审美对接恰到好处且不乏新奇的文化产品和服务。

（二）推动多元创新主体协同创新与支撑体系建设

政府、高校及科研机构、中介服务机构等都是文化创新生态系统的重要组成部分，对文化企业的创新行为提供政策、制度、智力和信息咨询等辅助和保障功能。政府要灵活运用税收、专项资金等多种政策工具，并及时根据文化企业和新型业态发展的特点，制定扶持新业态发展的政策，规范文化企业主体的市场行为，打造良好有序的文化市场发展环境。重点加强制度建设，提升文化治理效能。要坚持马克思主义在意识形态领域指导地位的根本制度，坚持以社会主义核心价值观引领文化建设制度，建立健全把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的文化创作生产体制机制，完善网络文化内容生产传播制度等各项制度。促进提升传统文化创新的热情，畅通传统文化创新的渠道，综合运用法律、行政和思想教育等手段，由行政管理为主向依法管理为主转变，推动文化管理向文化治理转变，夯实中华优秀传统文化创新发展的环境根基。高校和科研机构要积极发挥智库的功能，根据自身对于文化消费市场的前沿洞察和传统文化资源开发制约因素的反思，为文化企业创新文化产品、为政府规范文化市场提供科学的建议。中介服务机构要发挥在人才、资金和技术等方面的优势，搭建文化企业

之间、文化企业与政府之间的合作和交流平台，促进产业链相关联的文化企业以项目形式进行合作，推动文化企业了解政府扶持信息和相关政策，激发动力活力促进文化创造创新。

四、加强美育教育以培育基层“创意群体”

美育就是审美教育，是对人的情感、气质和心灵的熏陶，能够提升人的审美素养和想象力，激发人的创造潜力。党的十八大以来，党和国家高度重视学校美育工作。习近平总书记在全国教育大会上强调，要全面加强和改进学校美育，坚持以美育人、以文化人，提高学生审美和人文素养。2020年10月，中办、国办印发的《关于全面加强和改进新时代学校美育工作的意见》指出，“到2035年，基本形成全覆盖、多样化、高质量的具有中国特色的现代化学校美育体系”。2022年3月，教育部印发《义务教育课程方案和课程标准（2022年版）》，通过改革艺术课程设置、增加艺术课程比重、培养学生艺术特长等举措，促使学校美育内容多元化、体验丰富化、功能立体化。从小培养与生活实际相关联的美育教育是培养创意力量，进而形成全民美育教育、提升全社会现代审美意识和审美能力的基础，在传承中华文化基因中推动文化“两创”。因此，要注重美育教育，通过学校美育观念的革新和多种课程的优化设置、社会美育教育的协同发展、乡村基层创新力量的培育，建立完整的创意群体培养体系，为优秀传统文化的创新输送源源不断的创意力量。

（一）推进美育教育课程与生活化实践协调发展

构建全方位、多层次、立体化的学校美育

①详见国家统计局网站。

本期关注 传承发展中华优秀传统文化

体系。根据不同学段、不同层次学生的接受规律,设计精准的美育课程体系与教学环节,注重研究介绍和感受中华优秀传统文化的教育,让博大精深的优秀传统文化在青少年的内心洒下向阳的种子。加强美育环境的软件和硬件环境建设。美育硬环境建设方面,发挥学校各类场馆的美育功能,大力营造格调高雅、品味优雅的校园美育环境;美育软环境建设方面,运用AI、VR等前沿技术,创设“美育情景”。重视美育的生活性实践,丰富学校美育实践,加强美育的现实转化机会,增加学生,尤其是高校学生参加中华优秀传统文化生活化转化的创意设计活动的机会,通过举办创意大赛或者艺术节,推动美育的成果落地,促进中华优秀传统文化的传承和创新。

(二) 系统化完善社会美育教育体系

社会是美育实践的重要场所,也是集聚和体现全民族审美精神和审美能力的重要领域。社会美育系统的完善关系着与学校美育教育的有效衔接和创新人才的持续发展,要发挥政府项目推动、行业协会组织带动与学校教育协同等多方力量,构建系统完善的社会美育教育体系。一是积极发挥政府美育项目推动作用。通过针对性出台关于文艺发展、文化创意等方面的项目,不断提升全社会不同群体的审美意识和审美能力,通过优质的文化服务,真正让美的产品和服务启迪心灵、滋养精神,形成浓厚的艺术和创新氛围。如宁波市开展“一人一艺”全面艺术普及工程,为实现让全市80%的人至少能认知或掌握一门艺术,政府文化部门为百姓提供了大量的文化艺术服务,走进地铁站可以看非遗展,乡村文化礼堂每周都有曲艺表演,空余时间带着孩子去“一人一艺”社会联盟机构就能免费接受舞蹈课培训等公共文化服务。2020年,经过第三方测评,宁波全市“一人一艺”全民艺术普及综合参与率达到82.93%。^[13]宁

波市的文化和艺术氛围得到很大提升,全民拥抱艺术已经成为百姓的生活日常。二是发挥行业协会整合资源的优势。鼓励民间美术、音乐、曲艺等行业协会发挥资源纽带作用,整合文化服务供给和需求双方诉求,通过展览、艺术节等多种活动载体为民众提供更多了解艺术、学习艺术和实践创意的机会,通过时间和空间上灵活多样的方式推动社会美育教育的普及。

(三) 培育乡村基层文创新力量

乡村基层是中华优秀传统文化资源,尤其是少数民族文化资源的聚集区,要注重乡村基层创意创新力量的培育,让文化“两创”在乡村开花结果。一是面向乡村居民开展文化资源重要性的宣传和教育,倡导形成人人知晓、人人保护文化资源的氛围和环境,为优秀文化资源开发奠定良好基础。二是组建服务机构,促进资源要素的流通。通过服务机构对接村落内外文化供给和消费需求,引入村落需要的资金、技术和人力,精准对接特定的文化消费需求,针对性地开发相应内容和形式的特色文化产品和服务。三是重视传统民间手工艺匠人的传承创新作用。传统民间手工艺是优秀传统文化的典型代表,是“传统文化的种子”,^[14]需要工匠人、工艺大师对其进行“就材加工,量材而用”的传承创新,创造与人们现代生活相结合的衍生产品。民间传统手工艺匠人在传统文化的传承创新过程中发挥着核心作用,要积极为传统手工艺匠人创造良好环境,通过政策倾斜和市场化机制,为传统手工艺匠人对中华优秀传统文化的保护、创新和经营创造良好的发展环境。

五、重视“中国风”创意设计与文化制造业产品融合

长期以来,我国文化制造业处于“微笑曲

线”的底部位置，集中于生产利润较低的组装和制造业务，“微笑曲线”两端获利高的技术专利和品牌服务生产创造比重滞后于发达国家，“低端锁定”特征明显。2014年国务院出台《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，着力推动文化创意设计服务业与制造业融合发展，“塑造制造业的新优势，加强传统文化与现代时尚的融合，以创意和设计引领商贸流通业创新，增加消费品的文化内涵和附加值，健全品牌价值体系，形成一批综合实力强的自主品牌，提高整体效益和国际竞争力”。^[15]中华优秀传统文化资源为文化制造业产品中融入“本土化”创意设计提供了重要的来源，要善于挖掘利用中华优秀传统文化资源的要素和符号，将其与创意服装设计、文化创意产品制造和数字创意产品制造等相融合，实现传统与当代的文化表达、增加产品的文化附加值，提升文化制造业的经济价值，推动文化制造业由“微笑曲线”低端向两端拉升，提高文化制造产品品质，彰显中华审美特质。

（一）创意服饰与民族文化元素融合

中华优秀传统文化资源是服饰图案、造型的重要创意来源，历史文化资源中炫美的壁画、大气的青铜方鼎、清秀的青花瓷韵、浑朴的书法、优美的国画；民间手工艺中贵州的蜡染、东阳的木雕、苏州的刺绣等都是服饰创意设计的重要灵感来源，通过抽取传统文化资源中的文化元素与服饰的整体造型设计和现代感进行融合，突破单一现代或者单一民族的服装风格，实现传统文化与现代文化融合的创意文化服饰创新。一是以文化元素创意设计整体的服饰造型。抽取特色文化元素，尤其是具有标识性的文物资源作为服饰的整体创意造型，提升服饰整体的创意感，形成鲜明的民族特色风格。如提取青花瓷花纹样式文化元素，并依托青花瓷瓶的整体形态创意设计女士连衣裙，将以青花

瓷为代表的传统文化意蕴与现代连衣裙时尚风情相结合，实现了二者巧妙融合基础上的创意效应叠加。二是文化元素内嵌于服饰风格的设计之中。选取特色文化元素，内嵌于整体服饰的设计中，不改变颜色和整体造型，而以细微巧妙的设计创意，凸显服饰独特的文化创意设计。如选取剪纸形状作为服饰图案剪裁的“内隐”式创意，结合不同风格主题的颜色和造型，设计蓝色、黑色、白色等不同色彩造型主题的服饰，以剪纸形式作为整体图案和花纹的剪裁设计方式，让单一的颜色主题服饰凸显剪纸的传统文化内涵。

（二）重视文化创意产品深度开发

文化创意产品是将文化要素融合于产品设计开发，增加产品文化价值和审美意蕴的重要形式。要重视对文化创意产品的深度开发，实现文化创意与产品的深度融合。根据 Mob 研究院发布的《2024 年文创行业报告》，2023 年中国文化用品商品交易会中文创产品占比已达 14%，同比增加 6.5%。文创产品不仅规模不断增长，而且文创行业发展态势也呈现出从保护传统文化到商业化、艺术化再到数字化演化，反映了社会经济和技术发展的趋势和需求。为此，要适时推动这个综合性文化行业的提质升级。一是深入挖掘博物馆文化资源。博物馆承载了大量历史上宝贵的文化文物资源，是不同历史时期文化的标志性代表物和诉说者。要通过机制创新引入社会力量，通过与专业创意设计公司的授权合作，将博物馆的文物资源与当代时尚消费场景和趋向进行有机融合，生产既蕴含历史文化资源价值，又符合当代审美消费的文化创意产品，在传承中华优秀传统文化中促进文化消费。二是注重文化生活产品的创意表达。要注重抽取文化元素，巧妙融入文化生活用品的创意设计，增加文化生活产品的美感体验。如开物成务企业“将北京雕漆、陶瓷、

本期关注 传承发展中华优秀传统文化

刺绣、蓝印花布等中国传统工艺美术材料应用到指纹密码笔记本的外观,配以系统的彰显传统文化的网页设计,为其普通皮料产品进行升级”,^[16]大大增加了消费者的使用体验,也增进了对传统北京漆雕、陶瓷和刺绣等传统文化技艺的认识了解,激发了消费者传统文化的学习兴趣。

(三) 增加数字创意产品的文化内涵

数字创意产品,尤其是信息通信产品成为大众文化消费的主要类型之一,随着人们文化消费水平的提升,对数字文化创意产品的技术能力、艺术设计和文化内涵有了更高要求,要注重增加数字创意产品的文化和技术的双重创新能力,提升数字创意产品的审美感和体验感,推动数字创意产品的文化价值和技术价值同步提升。一是注重数字创意产品技术人员创新能力的培养。通过政策引导扶持大力培养技术人才,提升技术人才在数字创意产品全产业链的创意设计生产能力,丰富数字创意产品的功能和文化品质。如 iPhone14 的硬件价值大约有 25% 由中国产业链提供,^[17]与 10 年前中国制造参与 iPhone 的 3.6% 比例相比有了巨大提升,中国产业链能更深度地参与 iPhone 的制造环节,显著体现了中国技术创新能力的显著提升。二是重视数字创意产品技术与传统文化创意的有机融合。促进数字创意产品外观设计和内部功能有效衔接,挖掘优秀传统文化元素对数字创意产品的外观进行创意设计,包括使用具有标识性传统文化符号对手机外观进行主题设计,改变千篇一律的设计风格,适应青年消费群体求新求变的时尚化消费需求,提升数字创意产品的美感和使用体验。

总之,文化“两创”的实践是一个系统工程,需要多领域多主体系统发力,特别是要从增强创新活力方面重点发力,要对接国家重大文化发展战略,要依托“经济发展第一推动力”

的科技赋能,要构建活跃、宽松、自由的文化创新生态,要注重全民族审美能力和想象力的美育精神培育,更要尊重基层创造力和草根“创意群体”。

【参考文献】

- [1]王林生,金元浦.线性文化理念:城市文化遗产保护利用的实践走向与结构变革——以北京“三条文化带”为对象[J].北京联合大学学报(人文社会科学版),2021(4).
- [2]胡慧源,李叶.长三角文化产业集群一体化发展:现实瓶颈、动力机制与推进路径[J].现代经济探讨,2022(9).
- [3]王兆峰.文旅融合助力弘扬长征文化精神[EB/OL].华声在线,<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1737117897707418326&wfr=spider&for=pc>,2022-07-26.
- [4]习近平.在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL]. <http://cpc.people.com.cn/n1/2017/1028/c64094-29613660-14.html>,2022-10-26.
- [5]文汇报.博物馆成为数字化创新热土,让文物真正“活”起来[EB/OL].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1708871973552423811&wfr=spider&for=pc>,2022-10-29.
- [6]张国涛,欧阳沛妮.解锁河南春晚成功“出圈”的密钥及其启示[J].中国电视,2021(5).
- [7]DT财经.解锁视频化时代新趋势[EB/OL].https://mtw.com/mzw/content/detail/id/191377/keyword_id/-1,2022-10-29.
- [8]抖音.2020抖音数据报告[EB/OL].https://p3-bd-official.byteimg.com/obj/eden-cn/uj_shpjpmmv_ljuhlafi/ljhwZthlaukjlkulzlp/data_reports/2020_douyin_data_report.pdf,2021-1-5.
- [9]晏青,罗晓红.流动的意义:传统文化移动传播的符号学阐释[J].中州学刊,2019(10).
- [10]姜红,开薪悦.“可见性”赋权——舆论是如何“可见”的? [J].苏州大学学报(哲学社会科学版),2017(3).
- [11]晏青.移动传播视阈下传统文化传播逻辑与策略[J].理论月刊,2018(4).
- [12]张师迅.短视频对于优秀传统文化的呈现方式与传播

策略[J].中国电视,2021(1).

[13]宁波市文化广电旅游局.民艺术普及,宁波为何走在全国前列?解码宁波“一人一艺”助力精神共富模式[EB/OL].http://wglyj.ningbo.gov.cn/art/2022/6/30/art_1229057571_58923572.html,2022-10-27.

[14]潘鲁生.传统文化的保护、创新、衍生[EB/OL].<https://ijs.ifeng.com/mip/5080650/news.shtml>,2022-10-27.

[15]国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见[EB/OL].中国政府网,<http://www.gov.cn/>

zhengce/content/2014-03/14/content_8713.htm,2022-10-27.

[16]王素娟.对非遗活化初步实践的分析——以开物成务材料创新(深圳)有限公司为例[J].设计,2018(16).

[17]伯铭.让人意外,iPhone14更信任中国制造和中国工程师了[EB/OL].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1743350117773728178&wfr=spider&for=pc>,2022-10-27.

责任编辑:刘翠霞

The Value Reshaping and Practical Path Innovation of Cultural "Two Creations" in the New Era

Gao Hongcun

[Abstract] To promote the creative transformation and innovative development of fine traditional ethnic culture, we need to start from enhancing cultural innovation vitality, and explore the creation of "new life forms" of ethnic culture through mutual learning among civilizations. To enhance innovation vitality, practical policies should be aligned with major national cultural development strategies, and the coordinated development of culture, economy and society should be promoted. Meanwhile, we need to realize the coupling and reconstruction of cultural values between traditional culture and modern technology, build a cultural ecosystem conducive to cultural innovation and development, strengthen the aesthetic education and cultivate the "creative group" at the grassroots level, emphasize the integration of creative design and cultural manufacturing products derived from excellent cultural resources of the nation, and continuously promote the flourish of cultural practice.

[Key Words] Cultural "Two Innovations"; Value Reshaping; Path Innovation