

文化产业视域下传统民居活化利用策略研究 ——以珠海市为例

王 玥¹ 袁 磊² 欧芷君¹

1. 珠海科技学院 广东珠海 519000

2. 珠海市自然资源与规划技术中心 广东珠海 519000

【摘要】2022年党的二十大提出要“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”。在城市高质量发展的新格局下，文化产业作为城市发展的重要路径，是提升城市竞争力、树立城市品牌的重要驱动，也是增强文化自信，展示社会主义文化强国的重要方式。本文依据珠海市传统民居文化资源特性，建立以传统民居为基础的城市品牌建设框架，从产业价值、文化价值、数字化重塑、文化品牌、空间体系等五个方面提出传统民居活化利用的策略研究，推动珠海文化产业发展，进而打造珠海城市文化品牌。

【关键词】文化产业；传统民居；活化利用

【基金项目】2023年珠海市哲学社会科学规划项目，项目立项编号：2023GJ136；广东省教育厅2023年度广东省普通高校青年创新人才类项目，2023WQNCX122。

1 文化产业及传统民居的内涵及价值体系

1.1 文化产业的内涵与价值

文化产业是一种特殊的经济形态，联合国教科文组织将文化产业定义为按照工业标准，生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动，是从文化产品的生产、流通、分配、消费的角度进行界定的，我国文化部对文化产业的定义为从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。^[1]城市文化是随着历史演进和变迁，地域异质化发展的整体文化参酌体系，其本身所附着的特有精神符号以及当地文化要素的业态延续，便是城市特有文化内涵的具象化解读^[2]，随着现代消费的不断转型升级，文化产业逐渐成为促进区域经济发展的支柱力量，依托于城市文化背景及当地的资源环境，利用地缘性、传承性构建资源型文化产业，即利用文物资源、民俗资源以及历史文化资源构建城市文化产业基础，聚焦提高知名度、增强辨识度、提

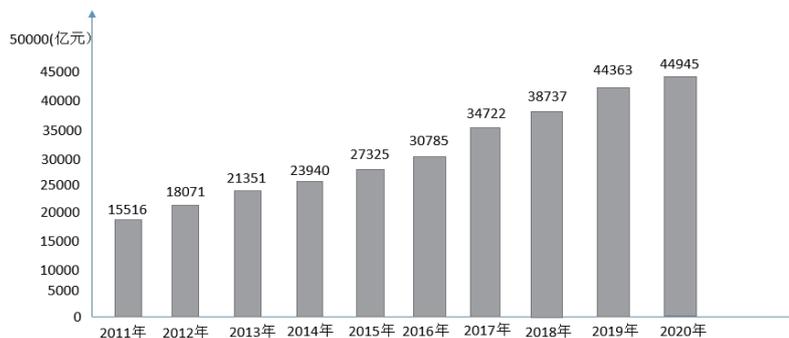
升美誉度这三个方面来提升文化品牌并向外传播。^[3]

文化产业提升经济发展以及促进基础设施建设的功能，文化产业发展程度成为衡量国家现代化程度以及综合国力的重要标志之一，逐步被誉为经济发展的加速器。

文化产业具有较强的交叉性、融合性，通过与多种传统产业进行融会贯通，才能变成更具附加值和产业融合性的业态，因此文化产业不能固步自封，必须落地生根。

改革开放以来，中国文化产业进入高速成长期。文化增加值统计数据显示，2011—2018年，我国文化及相关产业增加值的年均增速达到18%左右，产业规模迅速扩大，2020年增加值为44945亿元，比上年增长1.3%，占国内生产总值（GDP）的比重为4.43%，如图1所示^①。2021年中国文化产业的营业收入达119064亿元，占GDP的10.41%^②。^[4]（见图1）

一个城市的发展离不开其特有的文化底蕴，一个城市的



图一 2011年——2020年中国文化产业增加值变化（作者自绘）

没有形成鲜明的城市品牌形象，因此，从知名度来看，珠海市传统民居并没有树立起品牌效应，缺乏明晰区域文化旅游品牌形象定位。对于自身历史文化优势构建的文化品牌识别与定位、品牌塑造、品牌营销与推广、品牌运营与管理缺乏系统性规划。

2.4 文脉整合度较低

文脉是城市发展历史凝结的丰富的历史记忆和文化积淀，是城市内涵、品质、特色的重要标志。文脉的内容包含多个层面：语言文脉、文化文脉、历史文脉、社会文脉。构建独特的建筑、艺术、宗教、绘画、饮食等各个文化领域形成了鲜明的要素特征。统筹城市文脉，为城市建设发展赋予文化价值。城市在发展过程中，会赋予自身独特的文化属性，具有文化的承启关系。^[6]珠海传统民居的形成演变受多种文化影响，形成自身独特的文脉特色，但是很多资源散布在城市各个方位，呈现碎片化的状态；政策体系不健全，缺乏顶层设计；文化体系创新力不足，产品粗制滥造；无论是游客还是普通市民很难捕捉到每个有价值的历史资源和历史全貌，使得很多具有很强“场所”精神的历史信息逐渐消失于城市建设之中。空间上失序、意向上失衡是历史资源缺乏整合的必然结果。通过城市文脉的整合，将复杂的历史信息根据历史线索整理分类，便于系统化的了解城市资源。

2.5 数字文化产业支撑力不足

数字文化产业日益成为推动文化与经济发展的内生力量，数字及文化的互生性原则，赋能和重塑传统文化产业链。数字技术与文化资源的融合能推动文化产业创造方式和表现形式“集成式创新”，促进传统文化创新性传承发展，以及数字文化产业出海方式迭代升级。^[7]

珠海的数字经济呈现良好的发展态势，但是数字技术在

传统文化领域仍处于劣势，无法为本地数字文化产业的发展提供强有力的技术支撑。数字文化产业应根植于珠海文化本身，传达珠海自身文化特色与历史特色，伴随数字社交媒体的裂变传播，信息流的多感官冲击力，提升城市中人群的视知觉共情，强化城市鲜明的符号特征。

3 文化产业视域下传统民居活化利用策略研究

城市文化产业具备实体物质空间与文化影响力双重耦合性，作为城市有形资产和无形资产的结合体，聚着城市文化精华、占据着城市文化的。传统民居作为有形资产，促进其物质性、文化性、技术性、场所性的多重要素叠加，对文化产业的发展有着举足轻重的作用。从活化利用的角度，提出以下策略。

3.1 传统民居的文化价值重塑

中国传统建筑是中国传统文化和哲学精神的体现天人合一的宇宙观、建筑表现出强烈的人文意识和理性精神^[8]，作为一种技术与艺术相结合的文化遗产，应充分保护并发扬传统民居蕴含的文化价值。中国的传统文化具有巨大的头部效应，作为传统文化的重要物质形态，需要在保护的基础上，挖掘精神内涵。

珠海市传统民居是典型的岭南派建筑，作为八大建筑流派之一的岭南派建筑，是岭南文化地区重要的文化符号之一。从建筑整体布局特征、民居特征、图腾标志、主体公共建筑、环境因子和基本形态等六个要素，具有鲜明的地域特点，因而，针对传统民居的文化价值重塑，从两方面入手：

(1) 物质层面。珠海传统民居具有鲜明的广府建筑特色，如会同村传统民居群落呈现梳式格局，典型的广府风貌建筑。对实体的保护与更新，应从整个布局到建筑形态、建筑材料等方面修旧如旧，确保其风貌完整。依据修旧如旧、小修小改的原则，根据传统民居的保护等级、破

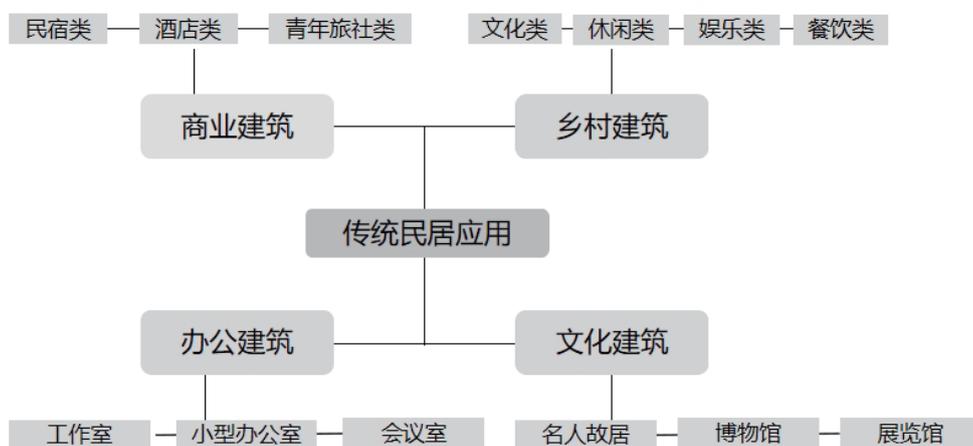


图5 传统民居应用模式 (图片来源: 作者自制)

损程度进行保护、修缮、维修，对传统民居进行结构修缮及环境优化。延续传统民居建筑布局特征，场所空间等物质层面基础条件，通过在原有的空间置入新的功能，在此基础上对建筑进行改造和再利用人们的物质生活、精神需求匹配，建筑为适应社会发展和人们需求而发生转型。

(见图5)

(2) 非物质层面。保护原住民的风俗习惯、人文传统。传统民居建筑群是承载城市记忆、历史文化的重要空间载体。文化与空间属于共生关系，无论是有形或是无形的文化资产，都需在开发时规划所能依附的现实空间载体才会被人所体验，空间也因文化存在而具备吸引力。^[9]——原来的居住空间转变为文化消费空间积极引导多元文化回归历史街区的日常生活传统民居不仅展现了传统文化影响下的建筑形态，也是传统精神的重要空间载体，其传统布局、空间肌理、建筑风貌均是传统文化的外在呈现。

3.2 传统民居的产业价值重塑

从2018年起，我国文化产业政策导向逐渐走入高质量发展阶段。随着文化旅游和数字化经济发展、非物质文化遗产的开发，文化产业高质量发展成为文化产业政策新的导向性目标。

传统民居具有深厚的文化底蕴和哲学思想，在建筑形制、技术、装饰、风格等内容上体现了独特地域文化、宗教文化、宗族文化、风水文化。建筑反映了一个地区民族的生存状态和生活态度，其建筑风格也不同。建筑中蕴含着民族文化，以一种外在的实体体现出天人合一的哲学思想。因而，传统建筑是不仅作为一种实体建筑，也是一种文化载体。

在文化产业蓬勃发展的当下，传统民居有着丰富的物质文化遗产资源，其传统的思想文化内涵可以寓情于景的建筑文化之中；另一方面，传统民居聚落空间也有着丰富的非物质文化遗产资源，其传统的思想文化内涵也蕴藏在民俗文化、传统文化中。因而，借助其独特的文化魅力对促进文旅产业的发展具有强大的优势。

探索传统民居文化产业及旅游产品开发的价值，寻求适合传统民居文旅产业融合的方式，方法和路径，对促进传统村落中各产业的融合升级，有重要的意义。也是推动珠海文旅产业发展的重要动能。

积极发展文化产业，将传统民居发展成为文化产业的空间载体及聚集地。例如，积极推进蕴含传桶思想文化精神的非物质文化遗产展示空间、体验旅游、研学参观和休闲旅游，以高附加值的新兴产业类型替代低附加值的传统产业

类型，以规模化、多元化的产品配置替代初级化、单一化的产业配置，是新时期传统民居传承发展的必由之路。

3.3 传统民居数字化重塑

数字科技助力文化强国建设，技术催生新场景、新业态、新模式。以大数据、人工智能、物联网、云计算、区块链等为代表的新一代信息技术的综合叠加应用，会为传统民居带来了新的承载方式，新的理念以及新的文旅业态，新消费场景，不断释放出活力和想象空间。数字文化服务平台是文化资源转换的重要载体和文化品牌宣传的重要途径。体验是文化旅游产业重要的基因，临场感、个性化、身临其境的方式通过数字化技术实现对传统民居的体验，加深对传统民居的文化传播。

在“科技+文化旅游”的发展背景下，打造智慧文旅系统已成为粤港澳城市群文旅产业融合发展的主要趋势。以科技赋能文化产业的发展。数字信息技术赋能当代文化产业新型生态圈，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，形成线上线下融合互动、立体覆盖的文化服务供给体系，加快传统民居数字化布局及数字化传播。

此外，利用全媒体助推的方式，组建具有品牌意识和互联网思维的专业营销推广团队，充分利用杂志、报纸和电视等传统媒体和公共网络、微信、微博、短视频平台等对其文化旅游形象和品牌内涵进行广泛的宣传与推广。如通过抖音平台，借助抖音达人推鉴，将“珠海传统民居的文化旅游价值以多元化的方式进行阐释，增加珠海传统民居文化旅游品牌知名度；通过举办各类研讨会，参加国内外相关文化旅游发展论坛和旅游博览会、展销会等，提升“珠海传统民居”在国内外的影响力。

数字技术将增强传统文化发展驱动力，创新传统文化传承主客体，拓展传统文化发展新途径。利用数字技术推动传统文化产业发展，是促进产业链升级，推动传统文化产业在数字经济环境下实现高质量发展的重要保证。

3.4 以传统文化品牌为特征塑造文化IP

在城市语境中，城市文化IP是高度压缩了一个区域的文化价值信息，具有高辨识度、自流量。文化ip作为一种新质生产力，具有鲜明的区域文化特征，能够塑造城市的文化形象和文化品牌。从城市运营的角度，强化珠海市城市IP的传播效应，传达城市精神、人文内涵和发展品格。^[10]同时打造识记性强的品牌宣传口号、标识、图形等完善的旅游品牌识别体系，以塑造整体系统的品牌形象。依托自身历史文化优势构建的文化品牌识别与定位、品牌塑造、品牌营销与推广、品牌运营与管理都具有一定发展空间。

文化旅游品牌建设要以区域的文脉、地脉 等文化资源为基础，以塑造文化旅游地的文化属性和精神象征进行品牌定位，构建品牌视觉和行为识别系统，并进行品牌传播、维护和发展，从而让旅游者获得某种特定的文化旅游体验。通过对传统民居具象资源整合，外化为特殊的语言符号，并提炼出抽象化的文化内核，以文化IP的形式

以IP为核心，打破城市各个体系的资源屏障，实现文化资源、环境资源、科技资源领域间的互动交融；联系珠海市内域内布局分散的传统民居空间；以IP为核心，推动传统文化向文化资本转化。进而实现“城市文化”“城市产业”“城市服务”和“城市形象”多方联动^[11]。目前珠海以数字文化产业传播的方式在人才、技术、资金、政策等要素集聚上需要进一步完善，逐步构建起技术研发与集成应用、技术标准制定、技术转移、产业技术联盟等文化科技创新价值链。

3.5 构建珠海历史文化圈空间体系

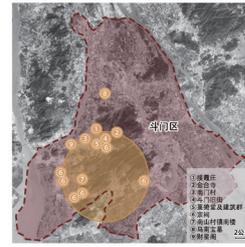
传统民居多分布在古镇/古村落，散落在珠海各个地区，共有28个点，呈现多点状形态，空间散乱，城市历史发生地分布广、涉及事件多、时间跨度长。由于地域的分散呈现割裂的状态。按照空间布局和历史文脉，构建历史文化圈，形成新的空间体系。

3.5.1 塑造空间故事线，打造城市故事脊梁

在错综复杂的空间布局及不同文化背景的历史空间，按照一定主题，梳理空间游览路线，将虚的文化脉落空间实体化，并将作为指引。借鉴国外空间处理方法，如汉诺威打造的“汉诺威红线”以慢行系统连接36个城市重要节点，成为老城区一条城市游览线路，以“故事线”为核心进行“场景缝合”，使原本散乱的历史空间场景重新组织起来。又如贵州省推出以长征文化遗产为核心的文化旅游线路——“红色之旅”就是依靠资源整合能力而将革命纪念地、标志物以及伟人住所等相联系的文化资源紧密结合在一起的典型案例。

3.5.2 以点带线、以线连面的空间布局，营造城市历史文化圈

强化对珠海市现存传统民居群落进行资源整合，如珠海高新区以唐家古镇、会同村为主要历史文脉的近现代岭南文化为主的历史文化圈。斗门地区可构建以南宋传统村落、清朝南洋老街为主题的历史文化圈。从空间上，通过交通联系的方式，串联起传统文化资源，全方位、多角度、多层次整合，以促进文化产业系统、整体和协调发展。



图六 区域历史文化圈空间体系（作者自绘）

4 结语

在城市发展百家争鸣的当下，发掘自身文化内涵，树立独特的城市文化IP，延续城市文脉及文化精神，是每一座城市都要面临的机遇与挑战。珠海市建市时间仅有四十余年，但它所承载的文化历史却源远流长。在历史发展的长河中，也形成了自身特有的民居形态和传统风貌。通过对传统民居活化与保护策略，塑造珠海市独特的文化符号，成为具有文化承载力、创新驱动力的文旅产业空间载体。

参考文献：

- [1]章牧,李欢.珠三角9市文化与旅游产业耦合发展研究[J].城市观察,2021(5):20-31.
- [2]崔仕锦.试论“城市可阅读”的重构与熵增[C]//中国建筑学会室内设计分会.2022室内设计论文集.中国水利水电出版社,2022:4.
- [3]向志强.文化产业类型及其核心竞争力的构成要素[J].求索,2008(11):66-68.
- [4]傅才武,明琰.数字信息技术赋能当代文化产业新型生态圈[J].华中师范大学学报(人文社会科学版),2023,62(01):78-86.
- [5]范睿.基于传统民居价值保护下的徽州民宿改造研究[D].合肥工业大学,2022.
- [6]邢宇.变迁中的水与城市——杭州历史空间整合研究[D].东南大学:基于传统民居价值保护下的徽州民宿改造研究,2016.
- [7]陈知然,庞亚君,周雪,等.数字赋能文化产业的发展趋势与策略选择[J].宏观经济管理,2022(10):70-76+90.
- [8]侯兆铭,付本臣,李丽.论中国传统建筑文化价值的统一转化[J].大连民族学院学报,2010,12(05):449-451+463.
- [9]张哲铭,龙良初.基于文化资本的传统民居建筑群保护与利用——以南宁市周家坡为例[J].城市建筑,2022,19(15):115-117.
- [10]王林生.文化IP是推动城市内涵式发展的重要动力[J].中国国情国力,2018(11):37-39.
- [11]黄盈浩,冯荣贞.中山市旧城城市更新的回顾与思考[J].城市地理,2015(20):33-35.