

基于地域特色的陕西中医药文化创意产业发展策略构建

马 滢¹⁻²

(1. 陕西(高校)哲学社会科学重点研究基地—健康文化研究中心 陕西 西安 712046)

(2. 陕西国际商贸学院 陕西 西安 712046)

【摘要】伴随着当下的社会背景环境,与此同时,也为了顺应当今时代发展的新要求,从陕西中医药文化建设的指导方针出发,结合地域特色,在资源整合的基础上,进行陕西中医药文化创意产业发展的策略构建,可以帮助有效活化陕西中医药文化资源,从而实现经济与文化发展的双赢效益。可以看到的是,在当下快节奏的社会生活中,中医药文化中的健康养生理念也开始受到越来越多民众的关注与重视,中医药文化的社会影响在不断地扩大,这也使得中医药文化传播有了更好的社会基础。同时,不少省份也都将中医药产业的发展纳入到了社会发展的规划中来,而这也都对陕西中医药文化产业发展构成了一定程度的冲击和影响。

【关键词】地域特色;中医药文化;文化创意产业

Development strategy construction of Shaanxi Traditional Chinese Medicine cultural creative industry based on regional characteristics

Ying Ma¹⁻²

(1. Shaanxi (University) Key Research Base of Philosophy and Social Sciences—Health Culture Research Center, Xi'an, 712046)

(2. Shaanxi Institute of International Trade & Commerce, Xi'an, 712046)

【Abstract】Accompanied by the current social background environment, at the same time, also in order to adapting to the new requirements of the changing times, starting from the guidelines of Shaanxi cultural construction of Traditional Chinese Medicine, combined with the local characteristics, on the basis of resource integration, the strategic construction of Shaanxi Traditional Chinese Medicine cultural creative industry, which can help to activate the cultural resources of Shaanxi Traditional Chinese Medicine, so as to realize the win-win benefit of economic and cultural development. It can be seen that in the current fast-paced social life, the concept of health preservation in Traditional Chinese Medicine culture has also begun to attract more and more people's attention, the social influence of Traditional Chinese Medicine culture is constantly expanding, which also makes the spread of Traditional Chinese Medicine culture have a better social basis. At the same time, many provinces have incorporated the development of Traditional Chinese Medicine industry into their social development plans, which has exerted a certain degree of impact and influence on the development of Traditional Chinese Medicine culture industry in Shaanxi province.

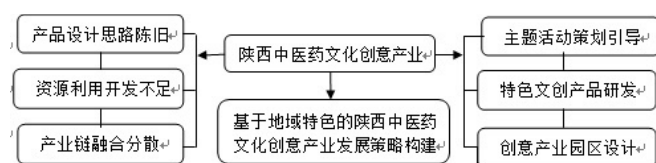
【Key words】Regional Characteristics; Traditional Chinese Medicine Culture; Cultural and Creative Industry

伴随着当下的社会背景环境,与此同时,也为了顺应当今时代发展的新要求,结合地域特色,在资源整合的基础上,进行陕西中医药文化创意产业发展的策略构建,可以帮助有效活化陕西中医药文化资源,从而实现经济与文化发展的双赢效益。可以看到的是,在当下快节奏的社会生活中,中医药文化中的健康养生理念也开始受到越来越多民众的关注与重视,中医药文化的社会影响在不断地扩大,这也使得中医药文化传播有了更好的社会基础。同时,不少省份也都将中医药产业的发展纳入到了社会发展的规划中来,而这也都对陕西中医药文化产业发展构成了一定程度的冲击和影响^[1-3]。

根据相关资料显示,陕西中医药文化产业在结构上,目前已经初步形成了涵盖药材种植、饮片加工、保健品和药品制造、商贸流通、科研教育和文化传播

等领域的产业体系。而在这其中,也可以看到,在陕西中医药文化产业发展中,更倾向于着力向中医药文化思想、文化研究创新等领域进行拓展和延伸。具体而言,在中医药文化创意产业方面,与中医药文化密切相关的书刊杂志、影音作品、科普文创、文娱周边、衍生产品等“文化+”创意产品的研发传播相对比较缺乏。同时,也可以看到,陕西中医药文化品牌的自主研发创新能力较弱。从对陕西中医药文化创意产业的调研情况来看,总体上存在着产品设计思路陈旧、资源利用开发不足及产业链融合分散的问题,并由此而产生了品牌效应欠缺且市场竞争力不足等衍生问题。整体上而言,陕西中医药文化创意产业尚未形成完整的产业结构体系,文化创意产品的规模还远远不能满足日益增长的人民群众对于中医药文化创意产业的各项需求。与此同时,尤为突出的

是陕西中医药文化创意产业缺乏具有地域特色和市场影响力的中医药文化品牌，诚然，由于欠缺与时代结合的新理念与新技术，在文化创意产品的研发上存在着仿制多、创新少；重复多、独家少的不足，能够形成的中医药文化创意产业的社会传播力和影响力非常有限。^[4-8]在这种情况下，为解决陕西中医药文化创意产业所面临的问题与困境，结合地域特色的陕西中医药文化创意产业的发展策略的构建便是十分有必要的。具体而言，可以从以下几个方面来展开陕西中医药文化创意产业的建设，如下图所示。



一方面，需要扭转陈旧的中医药文化创意产品的设计思路。以主题活动的策划引导行业发展先行，利用活动策划的影响引领产品设计，通过产品设计的应用提升主题活动影响，结合活动发展的延伸拓展文化传播，力求打破陈旧的文化创意产品的设计思路，更多地要使得中医药文化在传播中与时下的传播手段以及受众群体的接受偏好相结合，从而更好地起到活化中医药文化创意资源的作用。具体而言，将主题活动策划作为进行中医药文化创意产品设计的先导，如在陕西的中医药文化资源中，结合岐伯、扁鹊、孙思邈、王焘、武之望等历代名医在陕西行医医学史料，《神农本草经》、《黄帝内经》、《千金要方》、《千金翼方》等成书于陕西地区的史料梳理，包括黄竹斋、米伯让、朱兴恭、张学文、郭诚杰、雷忠义、杨震等一批当代中医名家等中医药学研究，可由此作为素材来展开主题策划活动，在内容上力图最大程度地来凸显陕西地区的地域特色与文化特征。同时，在主题活动的策划形式上，结合当下信息社会的全媒体传播特性，将“互联网+”作为有效的传播搭载手段与方式，通过“互联网+文化创意”的方式，来实现具有地域标识的陕西中医药文化资源的时代活化。如摒弃陈旧的中医药文化创意产品设计思维，打造以陕西中医药文化创意为核心的一系列主题活动，可结合如中医药文化品牌设计比赛、中医药文化创意作品遴选、中医药文化传播科普作品策划等形式。与此同时，也可结合人工智能、物联网科技等信息传播的科技手段与方式来增强主题策划活动在形式上的时代感和科技感。

另外一方面，转变中医药文化创意资源利用不足的弊端，以创意性和独特性作为文化创意产品研发的

核心，将中医药文化创意产品的设计核心要素紧紧锁定于创意二字，精专于进行特色文化创意产品的研发创意挖掘，在此过程中帮助有效地整合陕西中医药文化创意资源。在具体的研发思路，可结合丰富的陕西中医药文化创意资源，深入发掘具有地域特色的文化创意产品要素，如从经典名方、医史文献、中医药典故、名医验方、民间故事中的内容中进行创意要素的挖掘，从而也可将陕西中医药文化素材有效地进行资源整合。与此同时，在陕西中医药文化创意产品的研发主体上，动员和结合更多的社会力量和资源，如以陕西中医药科研院所、非物质文化遗产组织等社会机构为基础，以知名医药企业如步长集团、海天制药、康惠制药等为重点，结合新闻出版、媒体传播、动漫文化、艺术创作、旅游餐饮、健康养生等领域的社会组织，以通俗化、大众化且时尚化的文化创意要素为核心来进行中医药文化创意产品的研发，尤其要抓住当下年轻受众群体对于文化创意产品的消费心理需求，也使广大民众在体验陕西中医药文化创意产品的过程中，更好地了解和感受陕西中医药文化的内涵与魅力，从而增强陕西中医药文化传播影响的广度与深度。

再者，打破中医药文化创意产业链融合分散的问题，着力进行中医药文化创意产业园区的聚合打造，并以创意产业园区为依托，以此来打造强有力的陕西中医药文化品牌，而这也可以帮助在融合陕西地域文化特色的同时，进行中医药文化传播的市场价值拓展。诚然，就陕西省内目前的情况来看，尚有安康市石泉县本草溪谷中医药旅游养生基地、西安市姚氏太和医室非遗文化基地、铜川市孙塬镇中医药文化特色小镇。另外，如黄帝陵、药王山、扁鹊庙，包括秦岭药用植物生态观光园等中医药文化创意产业资源多样且丰富，但在中医药文化创意产业园区的运营上仍存在产业链融合发展分散的问题，尤其是难以形成聚合式的品牌效应。因此，结合陕西地域特色的药材、食品、温泉等自然资源；中医药文献、思想流派、名家名方等人文资源，打造产业链上下游清晰、产业模块连接紧密的创意产业园区品牌，突出生态、居住、食用、文化养生的主线，融合医疗康养、药膳食疗、运动养生、教育科研领域，充分结合陕西地域特色的自然环境和人文环境，打造能够产生更广泛社会和市场影响力的创意产业园区也是可行且十分有必要的。这一举措在很大程度上可以帮助在进行陕西中医药文化品牌聚合，同时也将充分挖掘陕西中医药文化创意资源的转化势能潜力^[9-15]。

除此之外,在进行基于地域特色的陕西中医药文化创意产业发展策略构建时,也可以充分发挥多样主体的融合发展作用。将中医药文化创意产业向科研教育、医疗健康、文化传播、对外交流等领域进行延伸拓展,联合政府企业、社会团体、科研院校、非物质文化遗产组织等社会组织和机构的共同力量。在此之中,更要调动发挥如陕西中医药大学、陕西省中医药研究院、陕西省中医药管理局等管理科研部门单位的重要引领作用。同时,在产业政策的制定中也要注重政企联动、区域联合、行业融合的侧重倾向,为陕西中医药文化创意产业的发展聚集更多的社会力量与优质资源。与此同时,也应该注重在制度保障方面,特别是加大对中医药文化创意产业的资金投入力度,包括政企筹资支持制度、企业融资优惠政策等政策的有效支撑,为中医药文化创意产业的发展提供先行的资金制度保障。另外,在打造基于地域特色的陕西中医药文化创意产业的过程中,也要注重与陕西中医药文化科普、论坛宣讲、体验考察、产品购买等要素相结合,以地域中医药文化特色为基础,将陕西中医药文化传播的资源整合、产品研发和IP搭建的理念融入其发展的过程中,凸出彰显地域文化特色的陕西中医药文化的共享理念与传播特质,并在此过程中,以期达到提升陕西中医药文化传播的广度与力度、拓展陕西中医药文化产业市场的规模与体量的促进作用。从而增强陕西中医药文化传播的价值认同,助力建设具有地域特色的陕西中医药文化创意产业系统,帮助扩大陕西中医药文化品牌知名度与价值性,实现陕西中医药文化传播的多维影响和势能转化的有效提高^[16-21]。

参考文献:

- [1] 李隽,欧阳静,李亚军,武小培,聂海洋.陕西中医药文化产业发展的SWOT分析[J].中医药导报,2020,26(12):209-212
- [2] 吴谦,邱映贵.全媒体时代下中医药文化传播模式研究[J].中医药导报,2020,26(11):175-177
- [3] 黄兴,杨建宇.新媒体时代中医药文化传播的现状与对策分析[J].中国中医药现代远程教育,2020,18(11):175-176
- [4] 刘笑.“互联网+”时代下中医药文化传播面临的挑战和思考[J].新闻研究导刊,2020,11(07):227-242
- [5] 王玮娇,张洪雷.中医药文化产业特点、现状与发展路径辨析[J].中国医药导报,2020,17(06):140-143
- [6] 王晓凤.新媒体视域下成都中医药文化创意产

业探究[J].新闻研究导刊,2019,10(04):30+67

[7] 潘琦虹,陈映轶,魏韶锋,赵海梅,呼妙炫,杨喜洋,刘端勇.论中药创意文化创新发展新契机[J].企业导报,2016(01):171+173

[8] 杨扬,黄莺,章涤凡.云南特色的中医药文化创意产业发展探析[J].卫生软科学,2015,29(10):605-608

[9] 孟令涛,于海燕,张永利,梁慧敏,赵峰.论中医药文化的创意价值与创意产业传播[J].医学与社会,2014,27(08):62-64

[10] 陈小平.地域中医药文化创意产业发展研究[D].湖南中医药大学,2013

[11] 袁仁智.互动与融合——关于中医药文化创意产业的路径思考[C]//第十五届全国中医药文化学术研讨会论文集.2012:154-157

[12] 陈小平.中医药文化创意产业人才培养之思考[J].中医药导报,2012,18(12):109-111

[13] 张超中.我国中医药文化创意产业发展趋势[J].中国中医药信息杂志,2011,18(10):5-7+17

[14] 史励珂.陕西中医药文化产业集群品牌建设评价研究——以铜川市孙思邈养生文化集群为例[J].读书文摘,2015(24):121-122

[15] 杨扬,黄莺,章涤凡.云南特色的中医药文化创意产业发展探析[J].卫生软科学,2015,29(10):605-608

[16] 孟令涛,于海燕,张永利,梁慧敏,赵峰.论中医药文化的创意价值与创意产业传播[J].医学与社会,2014,27(08):62-64

[17] 陈小平.地域中医药文化创意产业发展研究[D].湖南中医药大学,2013

[18] 袁仁智.互动与融合——关于中医药文化创意产业的路径思考[C]//第十五届全国中医药文化学术研讨会论文集.2012:154-157

[19] 陈小平.中医药文化创意产业人才培养之思考[J].中医药导报,2012,18(12):109-111

[20] 张超中.我国中医药文化创意产业发展趋势[J].中国中医药信息杂志,2011,18(10):5-7+17

[21] 王晓凤.新媒体视域下成都中医药文化创意产业探究[J].新闻研究导刊,2019,10(04):30+67

【基金项目】本文系陕西省教育厅2021年度重点科研计划项目(哲社重点研究基地项目):《疫情防控背景下中医药文化传播的困境与对策研究——以陕西地区为例(项目编号:21JZ015)》的研究成果。