

“互联网+”背景下滕州土豆文化产业发展研究分析

◆孙荣华 赵慧

(山东协和学院 计算机学院 山东济南 250107)

摘要:滕州土豆已走出滕州,走出山东,走向全国。其中尤其以界河镇为最大种植区和最大影响区,“界河无界心无界,土豆不土土生金”,这是滕州市界河镇的经济社会文化宣传口号。在介绍研究背景、目的和意义的基础上,对课题研究的内容、思路、观点和创新程度进行了说明,阐述了本课题的应用研究价值。

关键词:滕州马铃薯;互联网+;文化产业发展

1 研究背景、目的、意义

1.1 研究背景

学名“马铃薯”,人们常称之为“土豆”。2000年,山东省滕州市被授予“中国马铃薯之乡”;2008年,滕州马铃薯得到了国家农产品地理标志认证;2009年,滕州马铃薯注册国家地理标志证明商标;2012年,滕州马铃薯被评为最具影响力中国农产品区域公用品牌,滕州马铃薯已经走出山东,奔向全国,飞往全世界。“界河无界心无界,土豆不土土生金”,这是滕州市界河镇的口号,“厚德耕田、良心种地”、“种豆得豆、种德收福”、“天天走路学走路,年年种田学种田”等等,这些在滕州土豆文化馆的“土豆论语”,也反映了当地人民因种植土豆引发的土豆文化。中国(滕州)马铃薯节是土豆文化产业的发展的突出代表。

在“互联网+”背景下,几乎每个行业都可以借助互联网平台进行自身的转型与发展。随着互联网技术的广泛应用,许多传统行业迎来了颠覆式变革。众多文化研究学者不断关注“互联网+”背景下的中国文化产业的发展。

而国外对于土豆文化的研究也很多,尤其是“薯条”在国内受欢迎程度很高,美食的背后,也蕴含着当地的文化。在美国,众所周知的KFC,当薯条遇到番茄酱,土豆的价值以远远超出食物本身,早已走出国门,形成了品牌的力量。美国爱达荷土豆,最初构建土豆区域公用品牌“IDAHO”,再到形成以“土豆先生”为主体的符号体系、传播土豆文化,都有土豆协会来进行全面管理,最终形成了产品品种与品质之外的高额品牌价值,品牌营销带来的巨大价值值得我们学习和深思。

1.2 研究目的及意义

本课题的研究目的是:“互联网+”背景下研究滕州市界河镇土豆文化产业发展,促进“小土豆、大文化”在新时代下的大发展。

研究意义:“互联网+”激发文化产业发展,可以推动文化产业升级,丰富人民群众文化产业生活。文化营销已经让滕州土豆不愁“嫁”,但在互联网+时代下有更大的空间可以发展。

2 国内外研究现状及发展趋势

发达国家高度重视文化产业,把文化产业作为战略性新兴产业之一。美国靠不断创新使文化产业居世界第一,文化产业的兴旺发展不仅推动了国民经济的增长,更为人们提供了一种新的生活方式。据“国外文化发展现状、发展措施与经验研究课题组”调查显示,美国最强的400家企业中有72家为文化企业,产值达到数千亿美元,文化产品贸易额居全球首位,约占总贸易额的40%。其中大量的文化公司对其起到至关重要的推动作用。

中国(滕州)马铃薯节是由农业部信息中心、中国蔬菜流通协会和滕州市人民政府共同主办的,旨在宣传推介滕州的土豆产业,推进产供销、贸工农一体化发展,进一步叫响“中国马铃薯之乡”的品牌。同时,节会还推出了马铃薯机械展、滕州优势农产品展、马铃薯高产现场参观、土豆产业发展报告会、经贸洽谈会、土豆厨艺大赛、土豆创意等主题活动。集展会赛事、经贸洽谈、文体活动、旅游观光于一体,形式多样,内容丰富。

3 研究的内容、主要思路

3.1 研究内容

(1)滕州市界河镇土豆文化产业的现状研究

调查研究滕州市界河镇的土豆文化现状,了解当地土豆产业的发展以及由于土豆经济的发展引发的土豆文化,对“界河无界心无界,土豆不土土生金”,在当地形成的文化舆论氛围现状进行梳理。

(2)滕州土豆文化产业发展在“互联网+”背景下的发展机

遇

对互联网+背景下的土豆文化以下方面进行深入研究:文化消费意愿、文化产业链、文化金融模式、品牌效应商业模式、产业链经营商业模式等。结合“互联网+”思考滕州土豆文化发展趋势以及措施,理出具有滕州特有的土豆精神和特色文化,研究当地因土豆文化发展而形成的决策文化、科技文化、品牌文化、机制文化、人才文化、组织文化、地域文化和节会文化,为当地政府文化产业发展提供参考建议,促进当地土豆市场的经济与文化发展。例如,在当前“互联网+”背景下,运用互联网与乡村旅游相结合,打造“互联网+”文化创意乡村旅游新型发展模式,推动“互联网+”背景下滕州市土豆文化产业发展不断升级。

3.2 主要思路

在进行实地调查研究滕州当地土豆论语现状的基础上,进行现状梳理,发现当地文化现状的不足,结合当地地域特色借助“互联网+”的力量进行产业文化升级。

4 研究的重要观点、创新程度、应用价值

4.1 重要观点

“互联网+”背景下利用新技术结合新农村特点,结合滕州当地的“墨子文化”、“鲁班文化”,可以促进滕州市土豆文化产业的新发展。

4.2 创新程度

响应国家“互联网+”创新文化产业发展,利用互联网新技术,为滕州市界河镇土豆文化产业发展提供新平台、多样性经营、线上线下同发展,集成传统的墨家文化、当地的鲁班文化,融合经济文化新生活,促进界河镇农村区域经济文化共同发展。

4.3 应用价值

滕州土豆文化具有丰富的内涵,是在长期的土豆种植历史中传承累积下来的,是经过自然凝聚的共有人文精神和物质体现。[1]我们必须在继承的基础上不断进行创新,本研究可以为滕州土豆经济发展提供参考意见,可以把发展特色文化和开发特色产业相结合,对提升土豆产业的软实力、增强土豆产业的文化、品牌影响力具有重大的意义。

在“互联网+”背景下,几乎每个行业都可以借助互联网平台进行自身的转型与发展。随着互联网技术的广泛应用,许多传统行业迎来了颠覆式变革。基于SWOT分析,探析新媒体时代滕州马铃薯的营销模式,旨在开拓滕州马铃薯得市场前景,以及为地方政府制定相关政策提供参考。

5 结束语

滕州马铃薯优势主要有:自然资源优势、滕州马铃薯产品优势、品牌文化优势、政府政策优势;内部劣势有:薯种不适宜深加工,深加工企业缺乏,主粮开发设备和技术落后,主粮产品少。互联网+时代的到来,国家农业部出台诸多政策加快发展现代农业,在继承的基础上不断文化创新,把开发特色产业和发展特色文化结合起来,以文化包装马铃薯,对提升马铃薯产业的软实力、增强马铃薯产业的影响力具有非常积极的意义。

参考文献:

- [1]崔丽,吕冰冰.文化营销让滕州土豆不愁嫁[N].农名日报 2014-6-14(23).
- [2]第二届中国(滕州)马铃薯节开幕[EB/OL].http://bolg.suna.com,2012-3-9.
- [3]借助节会平台 做强特色产业-中国马铃薯之乡 [EB/OL].http://bolg.suna.com, 2012-4-18.
- [4]刘国华.英国的“土豆文化”[J].甘肃农业,2015(15):60.
- [5]达荷土豆管控品牌营销各个环节[N].农业工程技术(农产品加工业),2014-07-15.

作者简介:

孙荣华,男,山东协和学院网络工程专业2016级学生。
赵慧(1986-),女,指导教师,通讯作者,硕士,副教授。

课题来源:2017年度大学生创新创业训练计划项目:界河无界心无界,土豆不土土生金,项目编号:201713324127。