论宿州奇石文化品牌的建设

张玮

（宿州学院 文学与传媒学院，安徽 宿州 234000）

**摘要：**宿州奇石产业主要由灵璧石、乐石工艺品和磬石工艺品组成，经济和文化价值较高，然而却存在现实的困境。通过梳理宿州奇石文化品牌建设的现状、存在困境及具体发展路径，有利于宿州奇石文化产业的保护和开发。

**关键词**：奇石文化 品牌 建设

作者简介：张玮，助教，主要研究方向：民俗文化学、文化市场营销学。

 文化资源是一个有机整体，主要由城市物质文化、精神文化和制度文化共同构成。宿州地区地处淮河以北，地形以平原为主，缺乏较为奇秀壮丽的山水旅游资源，旅游吸引力较低，属于旅游资源非优区，即“在某一特定时期内，旅游资源较为缺乏、品味较低、知名度不高、对游客吸引力小的区域[[[1]](#endnote-0)]。”然而，宿州的文化资源却是极其丰富，以奇石、马戏、书画和地方戏曲艺术为基础形成了四大特色文化产业，其中奇石产业更是宿州市的标志性文化产业，打造宿州的奇石文化品牌具有重要意义。

1. 宿州奇石文化品牌建设的现状

城市的文化品牌是城市历史文化和特色资源长期积淀的产物，文化的软实力是城市核心竞争力的重要体现，挖掘城市特色文化资源，建设城市特色文化品牌，对城市的发展具有引领作用。

2012年底，国务院批复《中原经济区规划（2012-2020）》，宿州市也属于规划范围中，规划中明确强调要“挖掘整合旅游资源，实施旅游精品发展战略”。灵璧石、乐石工艺品和磬石工艺品是宿州奇石产业的主要组成部分，灵璧石，又名磬石，战国时期就成为贡品，是我国传统的观赏石之一,石质坚硬素雅，色泽美观。具有色奇、声奇、质奇的“三奇”和瘦、透、漏、皱、丑的“五怪”的主要特征，目前故宫、孔庙保留的编磬都是产自灵璧。乐石也产于宿州，形、质、色、声俱美，以乐石制砚始于南唐，兴盛于宋，乐石砚石质稍硬，刚柔并济，疏密相承，发墨良好，涩而不费笔，滑而不拒墨，其声圆润清脆，雕刻刀法挺秀刚健，具有很高的实用价值、艺术价值、观赏价值和收藏价值。

现今，宿州的奇石产业发展势头较好，围绕灵璧石形成了已具规模的开采、运输、清洗、销售一条龙产业链，建成了灵璧石会展中心、天一园、中国灵璧石国际交易中心等一批集奇石文化展示、奇石赏购、商务洽谈、旅游休闲等功能于一体的奇石展馆、奇石市场。乐石砚作为乐石工艺品的代表作，自2006年被列为第一篇安徽省非物质文化遗产后，随着宣传力度的加大，发展活力得到进一步激发，产品销售已经扩展到北京、上海等一线城市甚至出口日本、美国等国家。

1. 宿州奇石文化品牌建设的制约因素

 虽然宿州市的奇石产业发展优势独特，但在奇石文化品牌的建设上也存在着一些问题，具体表现在以下几个方面：

 （一）建设奇石文化品牌的意识不强

尽管宿州的奇石产业具有资源、类型、品种丰富等优势，且自2012年开始年年举办灵璧国际奇石文化博览会，目的是要打造“奇石文化”品牌，但在奇石文化品牌建设的过程中，对奇石文化品牌的理念、市场的定位、品牌的设计、管理、营销策略、营销目标等核心内容并未形成较为清晰的脉络，对奇石文化品牌的打造仍缺乏实质性的发展举措，对奇石文化品牌的基本问题仍值得去认真思考和研究。

（二）缺乏科学的宏观产业规划

宿州奇石文化品牌的建设中“散、小、弱”的现象仍然十分突出，分布较为零散，缺乏一定的科学规划和有效的资源整合措施，奇石文化品牌的建设在奇石文化艺术节等活动结束后便销声匿迹，品牌的宣传力度不够。再以灵璧石开采来说，其市场价值的飙升极大地刺激了灵璧石产地的农民，由于他们的观赏石知识有限，水平高低不一，加上目前缺乏对灵璧石开采进行有效管理和约束的相应法规，受市场利益驱动，为了提高灵璧石的交易量，当地农民纷纷加大开采力度，以致滥挖乱采现象出现并日趋严重，造成大量的灵璧石资源盲目流失，灵璧石资源大幅减少，科学开发不够。

 （三）奇石产业的集聚力不够

首先，人才是奇石产业开发的制约因素。目前，宿州市场中无论是灵璧石还是乐石工艺品、磬石工艺品，在创意、设计、加工、营销等方面都急需专业人才的开发。其次，奇石文化产业链条单一、层次低，与奇石产业相关的新产品和新产业，例如石文化研究、石装饰品的生产、加工和销售等还没有形成良性发展的态势。

1. 宿州奇石文化品牌建设的路径分析

 （一）、政府发挥主导作用

 宿州的奇石文化资源是极其珍贵的，经济和文化价值都很高，政府应当发挥其在经济、社会发展中重要的主导作用，制定宿州奇石资源相关法律、法规，建立起奇石资源开发的保护平台；其次，应加大经费投入，努力完善的基础设施建设，加大对宿州奇石文化节的宣传力度。再次，应完善人才的培养、引进和使用机制；最后，政府应积极为中小型文化企业提供资金、土地、政策和信息的支持，科学规划奇石文化资源开发举措，为奇石文化品牌的打造建立起良好的外部宏观环境。

 （二）、企业进行品牌化运营

文化企业在经营管理中要树立正确、科学的发展观，注重文化产品和服务的创新和品牌化运营。积极扩大奇石文化资源的影响力，注重开发奇石产业的衍生产品。目前，灵璧石、乐石工艺品和罄石工艺品的价格都比较高昂，且物品相对较大，例如灵璧石多是作为景观石来开发，市场的需求量并不大。那么企业其实可以通过开发相关衍生产品，如小饰品、砚台和磬石琴等小型工艺品，以制作精良、价格低廉为品牌卖点，从而打入旅游市场，扩大企业及宿州奇石文化资源的知名度。此外，还可以借助“互联网+”进行特色营销，把宿州当地的特色文化资源、书画、工艺品等整合在一起进行营销。

 （三）、组织之间的协作

文化产业非营利组织包括文化产业交友中心、文化人才资质考级和培训中心、文化发展基金委员会、各类专业服务机构、文化中介代理服务机构等。这些组织作为宿州奇石文化产业的支持力量，对宿州奇石文化品牌的打造都能起到助推的作用。此外，宿州地方院校也应积极培养符合市场需求的文化产业相关方面的人才，在课程设置上要与应用型人才培养相契合。

1. 结语

 宿州奇石文化品牌的建设对宿州城市竞争力的提升、文化产业的发展有重要的意义，因此，更要正确认识和处理好奇石文化品牌建设中的现实问题，有效开发宿州文化资源，推进当地文化产业的发展，从而增强城市的竞争力。

1. 参考文献：

[] 杨燚，姜含春.《基于旅游资源非优区理论的宿州旅游开发策略研究》[J].《宿州学院学报》，2013(10):21-23.
 [↑](#endnote-ref-0)