

# 传统文化现代转化赋能区域特色产业的机制与路径研究

王心 陆泉志\*

(广州商学院, 广东 广州 511363)

**摘要:** 在区域发展由要素驱动转向价值驱动与差异化竞争的背景下, 传统文化如何转化为现实产业动能, 成为区域特色产业培育的关键议题。本文基于文化资本转化视角, 构建“文化资源资产化—文化资产产品化—文化产品品牌化”分析框架, 系统阐释传统文化赋能区域特色产业的机制与路径。研究认为, 传统文化并不天然具有产业属性, 其赋能成效取决于是否通过制度性识别与确权实现资源资产化, 通过创造性转译与产业设计实现资产产品化, 并通过品牌建构与市场整合形成稳定的价值循环。在此基础上, 本文进一步归纳了IP化与品牌化、场景化与体验化、社群化与生活化以及数字化与智能化等主要实现路径。本文的分析有助于深化对传统文化产业化机制的理解, 并为区域特色产业培育实践提供理论参考。

**关键词:** 传统文化; 现代转化; 区域特色产业; 文化资本; 产业赋能

## 一、引言

在全球化持续深化和发展方式加快转型的背景下, 区域经济竞争正由单纯依赖要素投入和规模扩张, 逐步转向以价值创造和差异化优势为核心的发展逻辑。在这一过程中, 区域特色产业因其依托特定地域资源、历史文化与社会结构, 能够形成不可复制的竞争优势, 日益成为推动区域高质量发展的重要载体<sup>[1]</sup>。然而, 从现实发展状况看, 许多地区的特色产业仍面临产业层级偏低、产品同质化严重、市场竞争力不足等问题, 其根本原因在于特色资源尚未有效转化为稳定、可持续的产业动能<sup>[2]</sup>。

在众多特色资源类型中, 传统文化因其蕴含的历史记忆、审美价值与社会认同, 被广泛视为培育区域特色产业的重要潜在基础<sup>[3]</sup>。文化资本理论指出, 文化所具有的象征价值和认同价值, 只有在特定制度和社会条件下, 才能实现向经济资本的转化。近年来, 随着“国潮”消费兴起、农文旅融合加快以及非物质文化遗产保护与合理利用并行推进, 传统文化以多种形式嵌入区域产业发展过程, 逐渐成为塑造产业差异化、提升产品附加值的重要来源<sup>[4]</sup>。

然而, 需要强调的是, 传统文化并不天然具有产业属性, 其经济价值并非自发生成。文化价值向经济价值的转化, 依赖于系统性的制度安排、产业组织方式和市场机制, 而非简单的开发利用或符号嫁接。从实践效果看, 不同地区在引入传统文化要素后形成的产业绩效存在显著差异: 部分地区通过文化创意、品牌塑造和场景营造, 成功推动传统文化转化为具有市场竞争力的特色产业<sup>[5]</sup>; 而另一些地区则停留在符号化利用或短期开发层面, 产业链条短、可持续性不足<sup>[6]</sup>。这种差异表明, 传统文化能否真正赋能区域特色产业, 关键不在于文化资源“是否存在”, 而在于其是否经历了有效的转化过程。基于此, 本文从文化资本转化视角出发, 构建“文化资源资产化—文化资产产品化—文化产品品牌化”的分析框架, 系统分析传统文化赋能区域特色产业的运行逻辑, 并进一步归纳不同转化路径的实践形态及其现实约束, 以为区域特色产业培育和乡村产业振兴提供更具解释力的理论参考。

## 二、传统文化赋能区域特色产业的内在机制

### (一) 文化资源资产化机制: 传统文化参与产业发展的前提条件

文化资源资产化是传统文化赋能区域特色产业的起点环节, 其核心在于将分散、隐性的文化

**基金项目:** 广州商学院博士科研启动经费项目(2025KYQD86); 广州商学院2025年度校级科研项目(2025XJYB016)。

**作者简介:** 王心(1996-), 女, 博士, 研究方向为国际经济。

陆泉志(1994-), 男, 博士, 研究方向为产业经济。

**通讯作者:** 陆泉志

资源转化为具有明确权属、可识别价值和制度保障的文化资产<sup>[7]</sup>。大量传统文化资源长期以习俗、技艺或地方性知识的形式存在，虽具有深厚文化价值，但由于缺乏系统识别与制度确认，难以直接进入产业化过程。在这一机制中，制度性识别与确权发挥着基础性作用。一方面，通过普查建档、价值评估和数字化记录，对传统文化资源进行系统整理，使其由“存在于地方社会中的文化要素”转变为“可被识别和管理的文化资源”；另一方面，借助非物质文化遗产名录、地理标志认证、行业标准和公共品牌等制度安排，明确文化资源的权属边界和使用规则，为其后续产业化提供制度基础。

总体来看，文化资源资产化的关键并不在于将文化简单“商品化”，而在于通过制度化方式确立其公共属性与稀缺价值，从而降低文化资源进入产业体系的制度成本。只有在完成这一环节之后，传统文化才能以文化资产的形态参与后续的产品开发与市场运作，否则相关实践往往停留在零散利用和短期开发层面，难以形成稳定产业基础。

## （二）文化资产产品化机制：传统文化价值实现的核心环节

在完成资产化之后，文化资产能否转化为现实产业动能，取决于其是否能够进一步实现产品化。文化资产产品化是传统文化赋能区域特色产业的关键环节，也是决定赋能成效高低的核心机制。文化资产产品化的实质，是通过创造性转译和产业设计，将文化资产所蕴含的符号价值、审美价值和体验价值，转化为可进入市场体系的产品或服务形态<sup>[8]</sup>。这一过程并非简单的形式移植，而是要求在尊重文化内涵的基础上，对传统文化进行当代表达，使其能够与现代消费需求、生产方式和审美取向相适配。

从运行逻辑看，文化资产产品化主要通过三种方式实现：一是叙事重构，通过重塑文化故事和价值表达，使传统文化由“地方内部知识”转变为“公众可理解的文化内容”<sup>[9]</sup>；二是设计介入，通过现代设计理念和工艺手段，对传统文化形态进行再造，提升其功能性与审美性<sup>[10]</sup>；三是技术赋能，通过新材料、新工艺和数字技术，拓展传统文化的表现边界和应用场景<sup>[11]</sup>。这些方式共同作用，使文化资产具备进入现代产业体系的现实可能。需要强调的是，文化资产产品化并非越“创新”越好。若脱离文化本体进行过度改写，虽然可能在短期内获得市场关注，但往往削弱文化资产的长期价值基础。因此，产品化机制的有效运行，必须以现代转化所强调的文化连续性为前提。

## （三）文化产品品牌化机制：产业价值循环的实现路径

文化产品品牌化是传统文化赋能区域特色产业的最终实现机制，其核心在于通过品牌建构和市场整合，使文化产品形成稳定的市场认知和持续的价值循环<sup>[12]</sup>。相较于单个产品的市场成功，品牌化更强调长期价值积累和产业体系的稳定运行。在区域特色产业发展中，品牌不仅是市场竞争工具，更是文化价值的集中表达形式。通过品牌化运作，分散的文化产品和相关主体得以整合到统一的价值框架之下，从而形成具有地域标识和文化内涵的产业形象。这一过程通常依赖于区域公共品牌建设、企业品牌培育以及多层次品牌协同机制的共同作用。

文化产品品牌化还通过构建稳定的消费关系，实现文化价值的持续释放。一方面，品牌有助于增强消费者对文化产品的信任和认同，降低市场不确定性；另一方面，通过社群运营、体验活动和文化传播，品牌将消费者由一次性购买者转变为持续参与者和文化认同者，从而延长产业链条，提升产业附加值。在缺乏品牌化机制的情况下，文化产品往往陷入低端竞争和同质化困境，即便具备一定文化内涵，也难以形成稳定的产业优势。因此，文化产品品牌化不仅是市场层面的策略选择，更是传统文化实现产业赋能的重要制度安排。

综上所述，本文认为传统文化赋能区域特色产业的作用机制并非相互独立，而是在现代转化过程中形成递进衔接与相互支撑的整体结构。文化资源资产化为传统文化进入产业体系提供制度前提，文化资产产品化决定文化价值能否转化为现实产品，文化产品品牌化则保障产业价值的持续循环。任何一个环节的缺失或弱化，都会影响传统文化赋能区域特色产业的整体效果。总而言之，传统文化赋能区域特色产业的过程，本质上是文化资本在现代制度和市场体系中逐步转化并实现增值的过程。现代转化正是通过协调上述机制，使传统文化得以在保护与利用、创新与传承之间实现动态平衡，并最终转化为区域特色产业的长期竞争优势。

## 三、传统文化现代转化赋能区域特色产业的实践路径

### （一）IP化与品牌化路径：文化符号的集约化转化

IP化与品牌化路径以传统文化中高度凝练、辨识度较高的核心符号为起点，通过系统化叙事建构和品牌运营，将文化资源转化为可持续增值的产业资产<sup>[13]</sup>。该路径的关键不在于文化元素的简单提取，而在于对文化符号进行整体性重构，使其具备稳定的价值内涵和跨场景延展能力。在现代转化过程中，IP化首先体现为文化符号的“去地方化理解”和“再地方化认同”的双重过程。一方面，通过现代叙事方式降低理解门槛，使传统文化由地方内部知识转化为公众可识别的文化内容；另一方面，通过品牌标识和文化故事强化地域关联，使其持续指向特定区域，从而形成稳定的区域文化认知。通过品牌化运营，传统文化由分散、隐性的文化资源转变为可管理、可授权、可增值的产业资产。

该路径更适用于文化辨识度高、象征意义集中的传统文化类型，如传统技艺、经典意象和历史文化符号。但其实施高度依赖内容创新能力与市场运营水平，若缺乏系统规划，容易陷入符号滥用和品牌稀释的风险。

### （二）场景化与体验化路径：文化价值的沉浸式转化

场景化与体验化路径通过空间营造和情境再现，将传统文化嵌入可参与、可感知的消费场景之中，推动文化体验向产业价值转化<sup>[14]</sup>。相较于以产品为核心的转化方式，该路径更强调文化与空间、行为和情感的结合，使文化由“被观看的对象”转变为“被体验的过程”。在这一路径中，现代转化主要体现为功能重构。传统文化原有的仪式性或生活性功能，被重新嵌入当代休闲、旅游、研学和文化消费场景之中，从而形成以体验为核心的产业形态。沉浸式体验不仅延长了消费者停留时间，也增强了文化认同感和情感黏性，有助于提升区域特色产业的综合收益水平。

该路径通常依赖较为完整的空间载体和综合运营能力，适合文化资源集聚度高、具备整体开发条件的区域。若空间规划和文化阐释能力不足，则可能流于形式化展示，削弱文化体验的深度。

### （三）社群化与生活化路径：文化关系的内生式转化

社群化与生活化路径以传统文化技艺、生活方式或审美趣味为纽带，通过社群运营推动文化消费由一次性行为转向持续参与。与强调规模和流量的路径不同，该路径更注重人与文化之间的长期互动，将文化价值嵌入当代日常生活之中。在该路径下，现代转化主要表现为关系重构。传统文化不再仅以产品或服务的形式出现，而是通过学习、交流和共创等方式，成为社群成员共同参与的文化实践。消费者在这一过程中逐渐转变为文化参与者和传播者，文化价值通过社群关系不断积累并实现缓慢但稳定的释放。

社群化与生活化路径有助于保持传统文化的完整性和真实性，适合技艺性强、强调审美和工艺价值的文化类型。但其经济回报节奏相对缓慢，对组织能力和长期投入要求较高，更适合作为区域特色产业体系中的支撑性路径，而非短期收益导向路径。

### （四）数字化与智能化路径：技术赋能下的边界拓展

数字化与智能化路径依托数字技术重构传统文化的保存、传播和体验方式，突破时间与空间限制，拓展文化资本转化的应用边界。在这一路径中，现代转化表现为表达方式和传播结构的深度重塑，使传统文化得以进入线上平台和虚拟空间，形成新的产业形态。通过数字采集、虚拟展示和智能交互，传统文化不仅降低了传播成本，也增强了可复制性和可扩散性，为区域特色产业拓展外部市场提供了新的可能性。同时，数字技术还为文化资源保护、产品创新和用户参与提供了技术支撑，使文化价值的转化更加多元和灵活。

需要注意的是，数字化与智能化路径在提升转化效率的同时，也可能引入技术逻辑对文化内涵的挤压风险。因此，该路径的有效实施有赖于相应的技术治理和文化规范，以确保技术赋能不以削弱文化本体价值为代价。

## 四、结语

面向区域特色产业的高质量发展，传统文化的作用不应被简化为“加一个文化元素”或“做一次活动”的装饰性投入，更需要被纳入长期产业治理与公共政策框架之中。实践层面，建议在推进相关工作时把握三点：第一，推动从“项目思维”转向“体系思维”，将文化资源利用、产业培育、公共服务与空间营造统筹起来，避免零散开发导致的资源消耗与同质竞争；第二，建

立以长期价值为导向的绩效评价与激励机制，减少对短期流量、短期收益的过度依赖，引导市场主体形成稳定投入预期；第三，强化跨主体协同与能力建设，特别是补齐专业化运营、产品设计、数字化传播与品牌管理等关键能力短板，为产业持续迭代提供组织基础。

同时，应充分认识到传统文化参与产业发展的复杂性和渐进性，妥善处理保护与利用、传承与创新之间的关系，既要防止过度商业化带来的文化空心化，也要避免“只保护不转化”造成的资源沉睡。未来相关工作可在总结不同地区实践经验的基础上，进一步探索因地制宜、分类施策的实施路径，不断提升传统文化赋能区域特色产业的质量和可持续性，为区域高质量发展提供更加坚实的支撑。

#### 参考文献：

- [1] 林园春, 孟文青, 刘焱辰. 推动中原文化资源优势转化为产业发展优势的路径研究[J]. 区域经济评论, 2023, (01): 86-93.
- [2] 汪为. 东西部协作促进脱贫地区特色产业高质量发展的理论逻辑、现实困境与优化路径[J]. 贵州社会科学, 2025, (11): 133-141.
- [3] 邵明华, 高洋. 以文化赋能经济社会发展: 新时代人文经济学中传统文化资本的独特价值[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2025, 46(03): 11-20.
- [4] 贾珍珍, 李明. 文化产业赋能乡村振兴: 作用机理、现实难题与突破路径[J]. 学术交流, 2024, (11): 125-134.
- [5] 范建华, 黄小刚. 特色文化产业赋能中国式乡村现代化——基于鹤庆县的考察[J]. 云南民族大学学报(哲学社会科学版), 2024, 41(03): 70-77.
- [6] 王玉玲, 施琪. 破解乡村特色文化产业的发展困境[J]. 人民论坛, 2022, (04): 82-84.
- [7] 王玉鹏. 文化新质生产力赋能乡村振兴: 底层逻辑、现实挑战与推进路径[J]. 西南大学学报(社会科学版), 2025, 51(06): 44-56+278.
- [8] 陈晓华, 王纪勇, 张方琪. 传统村落文化资源价值实现的逻辑与路径——以安徽省绩溪县仁里村为例[J]. 城市发展研究, 2025, 32(10): 29-34.
- [9] 全小国. 非遗 IP 的理论内涵、基本要素与应用策略[J]. 民族艺术研究, 2025, 38(04): 87-95.
- [10] 唐艺. 设计美学视域下中华优秀传统文化传承发展的机理与路径[J]. 江苏社会科学, 2025, (01): 202-210+244.
- [11] 陆晓芳. 数字技术赋能中华优秀传统文化“两创”的实践进路[J]. 华中科技大学学报(社会科学版), 2025, 39(05): 130-136.
- [12] 崔丽, 马英杰, 李孝忠. 区域公用品牌带动特色产业发展的国际比较: 动因、模式及成效[J]. 世界农业, 2025, (02): 5-17.
- [13] 陈凤娣. 文化 IP 赋能乡村产业融合发展的内在逻辑与路径思考[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2022, (05): 29-38.
- [14] 林一民, 范周. “沉浸消费”抑或“消费沉浸”: 城市文化场景的价值情境与行动路向[J]. 学习与实践, 2025, (09): 124-131.

## Mechanisms and Pathways through Which the Modern Transformation of Traditional Culture Empowers Regional Characteristic Industries

WANG Xin, LU Quanzhi\*

*(Guangzhou College of Commerce, Guangzhou 511363, Guangdong, China)*

**Abstract:** Against the backdrop of regional development shifting from factor-driven growth to value-driven and differentiated competition, how traditional culture can be transformed into tangible industrial momentum has become a critical issue in the cultivation of regional characteristic industries. From the perspective of cultural capital transformation, this paper constructs an analytical framework of “assetization of cultural resources–productization of cultural assets–branding of cultural products” to systematically examine the mechanisms and pathways through which traditional culture empowers regional characteristic industries. The study argues that traditional culture does not inherently possess industrial attributes; rather, its empowering effects depend on whether cultural resources are assetized through institutional identification and property-rights clarification, whether cultural assets are productized through creative translation and industrial design, and whether stable value circulation is achieved through branding and market integration. On this basis, the paper further summarizes major practical pathways, including IP-oriented and branding-based development, scenario-based and experiential development, community-based and lifestyle-oriented development, as well as digital and intelligent development. The findings contribute to a deeper understanding of the mechanisms of traditional culture industrialization and provide theoretical reference for the cultivation of regional characteristic industries.

**Keywords:** Traditional culture; Modern transformation; Regional characteristic industries; Cultural capital; Industrial empowerment