



新背景下特色小镇产业发展研究

——以河南省石佛寺镇为例

戚红年

南京大学城市规划设计研究院，江苏 南京 210008

[摘要] 石佛寺镇——南阳玉雕的发源地，中国最大的玉雕产品加工销售集散地，也是全球最大玉文化创意产业中心，素有“中华玉都”之美誉。据史料记载：石佛寺玉文化始于新石器时代，兴于宋元，盛于清朝中叶，繁荣于改革开放以来。荣光的背后必有沧桑，随着石佛寺镇玉文化产业的发展壮大，也并存着玉雕产业结构整体水平较低，玉雕产业与旅游、文化等产业的联动不足，尚未形成产业集群，缺乏龙头企业等问题，同时面临全国激烈的市场竞争格局。本文通过感性认识，理性思考，分析背景，研判石佛寺镇产业发展阶段，提出了“玉文化+”总体策略，以期对石佛寺镇特色小镇建设提供产业上的支撑。

[关键词] 石佛寺镇；特色小镇；产业发展研究

引言

住房和城乡建设部、国家发展改革委、财政部于2016年7月21日联合发出《关于开展特色小镇培育工作的通知》，即日起在全国范围内开展特色小镇培育工作，到2020年争取培育1000个左右各具特色、富有活力的特色小镇，引领带动全国小城镇建设牢固树立并贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念。

石佛寺镇位于河南省镇平县，北枕伏牛山南麓，素有“中华玉都”的美誉。石佛寺玉雕产业历史悠久，玉文化源远流长，是南阳玉雕发源地、中国最大的玉雕产品加工销售集散地，同时也是全球最大的玉文化创意产业中心。2008年河南省镇平县玉雕工艺被列入国家非物质文化遗产名录，同年12月，河南省将镇平县确定为全省8个文化改革发展试验区之一，石佛寺镇当之无愧地成为试验区的核心区。2015年石佛寺镇入围“河南省首批重点示范镇”。但传统的玉文化资源形态散、产业规模小、竞争力不强、产品雷同度大等问题突出，作为河南省文化改革发展试验区核心区的石佛寺镇以突出的玉文化品牌，将玉产品加工销售基地建设和中国玉文化研究传播基地相结合，打造全国玉文化产业试验区，力求形成名副其实的玉文化产业集群。

1 石佛寺玉文化产业发展背景

1.1 文化产业成为未来最具发展潜力的朝阳产业

21世纪是知识经济时代，经济的文化化和文化的经济化已成为大趋势，知识文化已成为经济发展的重要资源。随着经济全球化进程的加快，文化产业已成为21世纪发展最快的朝阳产业之一，它与信息产业并称为21世纪的两大新兴支柱产业，成为世界经济增长的两个新亮点。文化经济文化含量高、附加值高、创新性强、品牌效应显著，开拓和占领市场的能力强，对其他产业的渗透力大，具有很强的扩张能力和持续发展力，竞争优势明显，是内涵式集约发展的集中体现。美国、英国、日本等国家，文化产业已经成为引领国家经济发展的支柱产业。文化产业在美国、日本占GDP比重达到20%左右。而中国随着经济实力的不断增长，人们生活水平的日益提高，对文化产品的消费需求也越来越大。在国家文化产业政策的积极引导和文化体制改革的大力推动下，中国文化产业已经由探索、起步、培育的初级阶段，开始步入快速发展的新时期。

1.2 中国成为世界上最大的玉石加工和消费市场

近几年，我国经济的快速增长也带动了珠宝首饰行业进入快速发展期，玉石销量迅猛增长，我国已经成为世界上最大的玉石加工和消费市场。据北京大学专项调研及中国珠宝玉石协会数据显示：2010年国内玉石销售额超过200亿，2015已经达到3000亿元以上。随着中国人均收入的增加，社会转型的加速，新富阶层显现，对珠宝首饰的消费与日俱增。珠宝首饰正成为继房屋、汽车之后，中国老百姓的第三大消费对象。快速增长的玉石消费市场为石佛寺镇玉产业发展创造了潜力和活力，奠定了良好的市场基础。

1.3 多层面的政策支持

1.3.1 国家层面——推动文化产业成为国民经济支柱性产业

从十二五时期就明确提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业，要求加快文化体制机制改革创新，加快文化科技创新，重点实施文化精品战略、重大项目带动战略、文化走出去战略，构建现代文化产业体系、构建现代文化市场体系、构建文化产业投融资体系、构建文化产业政策法规体系，我国文化产业正迎来一个加速发展的重要战略机遇期。

1.3.2 河南省层面——文化强省战略，首批八大文化改革试验区

在国家中部崛起战略的大背景下，在经济发展由单纯追求GDP增长转向经济发展与资源、环境、社会协调的又好又快发展模式的政策环境中，河南省充分利用文化资源优势，提出文化强省战略。选择了开封、登封、宝丰、禹州、浚县、镇平、淮阳、新县等八个县市作为文化改革发展试验区，借此推动河南“文化强省”建设。镇平县被定为全省首批8个文化改革发展试验区之一的玉文化改革发展试验区，重点圈定了总投资120亿元的70个重点项目，涉及基础设施、文化服务体系、产业协调整合、玉文化主题旅游、品牌体系等5大类。石佛寺作为玉文化改革发展试验区的核心区域，在财政资金、用地指标、发展项目上获得更多的支持，未来玉文化产业发展前景十分广阔。

1.3.3 市县层面——支持石佛寺镇进一步做大做强玉文化产业

南阳市委2013年8月出台文件《南阳市关于支持石佛寺镇繁荣发展的意见》，对石佛寺镇提出了新的要求扩大其人口与用地规模，文件提出“按照镇区面积15平方公里、城镇人口达到10万人以上的目标，支持石佛寺镇进一步做大做强玉文化产业，完善总体规划，实现整体布局合理，功能清晰的特色小城市”，要求石佛寺镇融入县城中心城区，对其提档升级，按照小城市标准进行建设。在这种新形势下，结合目前已建成的国际玉城、天下玉源一期以及在建的玉文化博物馆等这些大项目和政策支持将对石佛寺镇玉文化产业发展产生巨大的推动力。

2 石佛寺镇玉产业发展阶段研判

2.1 商贸城镇发展阶段总结

专业商贸是指同类型或属性相似的商品，在某一个流通环节汇集在一起经营的商业经营场所。专业市场是商品流通的集中经营形式的一个流通环节。通常依托当地产业优势，在区域中同类商品生产企业数量多、规模大、种类齐全，在全国同类商品市场中占有较大比重，且在市场上具有绝对的竞争优势。

我国的专业商贸是从“三边”（路边、街边、墙边）的小摊小贩式贸易到集市式的摊位集中经营，再到登堂入室成集贸式市场而发展起来的。通过梳理分析我国主要专业商贸城镇的发展历程，如义务小商品城、广东佛山市乐从家具城等，可将专业商贸城镇总结以下3个主要发展阶段。

未来专业市场的发展将呈现几大趋势：专业市场将向规模化和批发功能方向发展；专业化趋势越来越明显，分类越来越细；市场管理向规范化、现代化、法制化发展；交易方式向现代化集约型转变；品牌化、连锁化和优质化树立市场新形象。

表1 我国专业商贸城镇发展阶段总结

| 特征 | 1.0时代 | 2.0时代 | 3.0时代 |
|------|-----------------------------------|-----------------------------|-------------------|
| 阶段描述 | 无序的自发形成 | 专业市场繁荣 | 从制造、销售走向创意研发、领先创造 |
| 空间形态 | 小摊小贩式贸易，规模较小，组织管理较为混乱，建筑结构简陋外观面貌差 | 集市式的摊位集中经营，形成多个交易专业市场，初步成规模 | 现代化贸易商城，景区化 |
| 产业概况 | 产品档次低 市场功能单一 | 传统销售交易转向现代商贸发展 | 信息化 国际化 品牌化 |

2.2 石佛寺玉产业发展阶段研判

石佛寺玉产业始于新石器年代，兴于宋元，盛于清朝中叶，繁荣于改革开放以来。通过分析石佛寺玉产业的发展历程，新中国成立以来可将石佛寺玉产业的发展分为以下四个阶段：

20世纪50-70年代，以玉料初级加工为主，兴建了石佛寺公社玉器厂，小摆件、工艺品等价格相对低廉的小玉器产品交易开始显现。

20世纪70-80年代末，改革开放，玉料种类增多，不再仅仅有南阳独山玉，缅甸玉、俄罗斯白玉、辽宁岫玉等外来玉品种逐步增多，石佛寺玉产品加工及交易市场开始繁荣。玉产品交易主要以路边、街边摊位交易为主，产品种类及工艺水平也得到提升。

20世纪90年代-2000年，玉雕专业市场快速膨胀，兴建了贺庄摆件市场、榆树庄玉镯市场、石佛寺翠玉玛瑙精品市场、玉雕湾工业区等专业市场，形成了以家庭手工作坊式的13个玉雕专业村，基本形成了生产、加工、销售一体化的运作模式。

2000年以来，随着石佛寺玉产业规模不断扩大，玉产品多样化、交易市场趋于饱和，兴建国际玉城、天下玉源、玉博馆等大型交易展示平台，集交易、休闲、旅游、购物等多功能为一体。

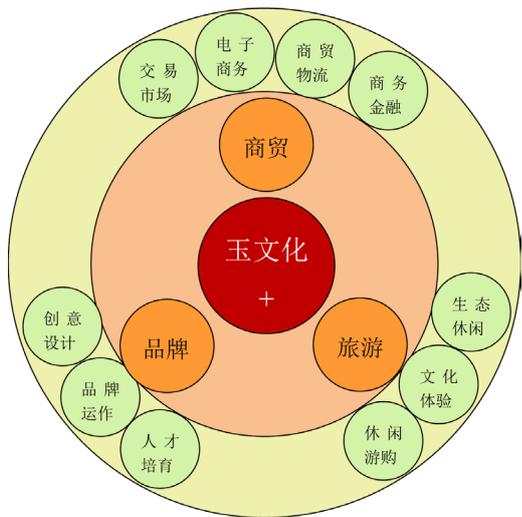
石佛寺玉产品交易市场经历了从路边摊到专业市场，再到大型商贸商城、专业市场与路边摊并存的转变。当前石佛寺处于“2.0时代向3.0时代”过渡的发展阶段，未来石佛寺玉产业的发展应借助新兴商业流通方式，注入玉文化元素，打造市场专属品牌，提升创意设计水平，加强商贸、休闲、娱乐一站式服务，最终迈进玉文化产业3.0时代，实现玉产业发展国际化、品牌化、信息化、景区化。

3 石佛寺镇玉文化产业发展研究

3.1 玉文化产业发展总体思路

深入挖掘玉文化历史内涵，立足“玉文化+”为总体发展理念，将玉文化融入到玉产业中的各个环节，以玉文化作为提升石佛寺玉产业层次的关键要素。充分发挥石佛寺作为全国最大的玉器销售集散地的优势地位，打造石佛寺区域玉

文化品牌，以玉产品交易为核心、以玉文化旅游为突破，形成“玉文化+商贸”、“玉文化+品牌”、“玉文化+旅游”三大产业功能，牵引带动专业市场、品牌设计研发、玉文化旅游、电子商务、商贸物流、检测认证、商务金融等相关产业，构建主业突出、联动互促的玉文化相关产业体系，形成特色鲜明、功能完善的玉文化产业集群。



3.2 玉文化产业发展策略

3.2.1 玉文化+商贸

商贸是石佛寺镇的核心职能，以玉产品交易为核心，提升玉交易市场，配套发展电子商务、商贸物流、检测认证、商务金融服务等相关产业。

玉产品交易：核心环节，扩大和完善高中低档产品市场，提高产业结构层次，满足不同层次客户的需要。创新玉产品交易模式，引导区内的玉产品交易市场向批发采购中心、物流配送中心、商品展示订货中心等现代市场形态转型，大力发展以电子技术为载体的商务信息系统，打造集区域专业市场之大成的玉产品商贸集聚中心、玉产品采购中心的集聚地。建立与国际接轨的规范的现代化的交易管理体系。发展原石交易、精品玉器专卖、玉器连锁专卖、可回购式销售、体验式销售等玉产品交易形式。

电子商务：石佛寺镇应立足传统交易市场的优势上，积极探索创新交易模式，打造电子商务平台。与国内外知名电商运营平台对接合作，健全销售终端，加大玉产品的网络营销，做大电子商务。

建立专业的电子商务运营中心。发挥境内玉产品专业市场集群优势，引导批发市场向现代化展贸市场转型，积极鼓励企业开展电子商务，提升信息化和智能化水平，推动现金现货现场交易向信用电子交易模式转变。通过整合区域内各类专业批发市场电子商务功能，建设与全国领先的玉商贸中心地位相适应，具备较大流通、集聚和辐射能力，虚拟与实体相结合的商品电子交易平台；设立电子商务运营中心，负责区域内玉器市场的电子商务运营及维护。

拓展电子商务的功能。利用电子商务平台，积极发展玉文化创意产品网上交易，打造虚拟设计园，使创意设计吸收更多新鲜元素。

商贸物流：重点打造玉雕产品物流中心，面向全球提供配送服务。该中心负责区域内的国内外物流信息，玉雕产业贸易信息以及玉产品的物流配送工作，为玉产品交易及电子商务提供配套。

商务金融：为玉文化产业提供商务金融服务，可发展玉石鉴定、银行保险、总部经济（吸引知名珠宝玉石品牌进驻，提供商务办公支持）等衍生配套产业。

3.2.2 玉文化+品牌

文化品牌是玉文化产业持续发展的重要驱动力，打好石佛寺“中华玉都”的品牌名片。

创意设计：建立玉雕大师创意园，举办玉雕工艺会展，在玉雕技艺改进、玉雕工艺提升等方面强化玉文化结合、民族文化结合、佛教文化、道教文化结合，提升石佛寺玉雕的特色和魅力，提升文化艺术创意价值。鼓励发展个性化玉文化产品定制、创意加工体验、研发设计、创意玉产品展览等。

品牌运作：创新市场营销模式，积极推动大事件营销，提升玉文化品牌影响力。石佛寺镇应积极营造大事件营销，抓住年度玉雕节及国际玉文化博览会的举办，政府积极推动，争取玉雕节资源，争取使石佛寺成为玉雕节主会场，把玉雕节作为全镇大事件来进行宣传造势，打造石佛寺独特的玉文化产业品牌，利用玉雕节等大型玉文化展示盛会的举办，提升城镇形象，扩大玉品牌影响力及城镇综合竞争力。结合县产业集聚区、城西玉雕大师园，引进知名品牌玉产品加工基地，培育自由品牌加工基地，打造产业集群，培育龙头企业发挥辐射带动效应。

人才培育：人才是石佛寺玉文化产业发展的动力源泉，开设玉雕专业院校，建设职高、技校等；加强培养和引进中高级玉雕专业人才，提升玉雕工艺水平；加强玉文化认知教育及石佛寺玉文化的内涵表现，将当地玉文化有机融入到玉产品中。

3.2.3 玉文化+旅游

玉文化旅游是石佛寺玉文化产业发展的重点突破点，也是石佛寺提升品牌知名度的重要途径。积极发展与玉相关

的高端体验性消费、娱乐性消费、文化性消费、休闲性消费，重点突破文化、旅游和消费相结合模式的创新与发展。注重将旅游休闲嫁接于玉文化之上，加大对玉雕参观游、玉雕体验游、玉器文化游、精品购物游等具有协同效应的旅游项目开发力度，在各个细节考虑商业、文化与旅游的联动发展，实现玉文化旅游和观光休闲旅游的结合，打造玉文化旅游与玉产品购物旅游品牌，打造玉文化旅游特色小镇，实现镇区景区化。

依托玉文化特色的核心优势，实施“旅游活镇”战略，将玉产业与旅游业紧密融合，着重突显玉文化特色，围绕旅游服务基地、玉文化旅游、生态休闲旅游建设，以玉文化旅游为核心，重点打造从游购到玉文化体验再到休闲养生度假的精品旅游线路，培育玉文化特色鲜明的地域旅游产品。

3.3 玉文化产业区域发展协调

目前南阳市中心城区、镇平县内多个乡镇和石佛寺镇都有玉产业发展，并且各具特色，因此需要在三者之间协调规划玉文化产业发展的分工和协作。

南阳中心城区围绕独山玉，发展精品制作、独山玉的旅游购物市场和高档玉雕产品市场，培育国家级大师创作基地和鉴定研发中心，举全市的力量统一策划和推广南阳玉文化品牌。

表2 南阳中心城区、镇平县城、石佛寺镇、周边乡镇玉产业协调发展分析表

| 地区 | 玉产业产业链 | | | |
|------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------|
| | 加工制作 | 交易销售 | 设计研发 | 营销策划 |
| 南阳城区 | 以独山玉为主，以精品制作为主 | 以独山玉的旅游购物市场为主，发展高档玉雕产品市场 | 国家级大师的创作基地、全国性宝玉石鉴定研发中心 | “两节一会”营销推广，向国内外推广南阳玉品牌 |
| 镇平县城 | 加工制作基地，包含各类原料、玉产品系列以及相关延伸工艺品；走精品化、工业化、规模化、品牌化道路，并延伸包装、玉料切割等上下游产业 | 面向周边区域的一般性玉雕产品专业批发与零售市场 | 全国性玉文化创意设计中心、省级以上大师创作园、高级玉雕人才培养 | 玉雕节分会场；相关玉文化研究及研讨会会场 |
| 石佛寺镇 | 原则不布置规模化加工场所，可设置个人工作室等精品化创意化的加工制作和体验场所。 | 国际化旅游购物基地，以玉为主的工艺品批发、销售基地，规模批发市场、旅游购物市场、精品市场以及延伸的原料、包装市场和物流 | 国家级玉雕创意设计中心、各类大师工作室及挂牌工作室、为旅游购物与批发市场配套的鉴定中心 | 玉雕节主会场(展示、交易) |

镇平县城以玉神公司为主发展规模化、集群化玉加工产业，以镇平玉雕大世界为主发展区域性玉雕产品专业市场，为石佛寺玉文化产业发展提供高层次、高档次的配套公共服务和职业教育。

石佛寺镇在目前的“大而全”发展思路基础上，形成全国著名的以玉器为主的工艺品销售基地；形成国际化旅游购物基地，规模批发市场、旅游购物市场、精品市场以及延伸的原料、包装市场和物流；打造国家级玉雕创意研发中心，各类大师工作室及挂牌工作室，以及为旅游购物与批发市场配套的鉴定中心；石佛寺应当争取玉雕节主会场，以玉文化和玉产品展示、交易为主。

4 结语

特色小镇一定是以产业为依托，能够形成完整或者部分产业链，且与上下游的供需关系协作良好。特色小镇的特色不是任何部门及领导赋予的特色，也不是翻看地方志挖掘的特色。真正的特色小镇首先是区域的产业的特色。只有挖掘产业的内容及活力，制定产业的扶持及优惠政策，用产业的活力带动整个产业链的发展，形成良好的供需关系，这才是特色小镇的发展动力和可持续的基础。石佛寺镇玉文化产业发展必须紧扣产业升级趋势，锁定产业重点，构筑玉文化产业创新高地。

在“大众创业、万众创新”到来的时代，竞争的关键是生态竞争。良好的生态不仅使内在的发展动力得以充分释放，对外在的高端要素资源也形成强大的吸附力。石佛寺镇玉文化产业能够源远流长的秘诀就在于形成了富有吸引力的创业创新生态，才能集聚创业者、风投资本、孵化器等高端要素，促进产业链、创新链、人才链等耦合，为石佛寺镇玉文化产业注入无限生机。

[参考文献]

[1] 南京大学城市规划设计研究院. 石佛寺镇总体规划(2015-2030), 2005. 12

[2] 镇平县委. 镇平县特色产业. [M] 香港: 炎黄文化出版社, 2006. 9

作者简介: 戚红年, 男, 南京大学城市规划设计研究院 高级规划师、注册规划师