

“互联网+”背景下景区文创产业集群建设的 内在动能和升级路径研究

——以南京牛首山为例

言震清

南京林业大学人文社会科学学院、生态文明传播学院，江苏 南京

收稿日期：2026年6月26日；录用日期：2026年7月10日；发布日期：2026年8月14日

摘 要

数字经济与“互联网+”重构了景区文创产业发展格局，产业集群成为景区文化活化、经济提质的重要路径，是提升文创产业竞争力、实现资源高效配置的核心载体。南京牛首山兼具金陵文化、佛教文化与生态资源，其文创产业集群依托“互联网+”技术赋能形成发展雏形，却面临集群协同不足、创新能力薄弱、数字化转型滞后等困境。本文以牛首山为研究对象，运用文献研究、实地调研与案例分析法，梳理“互联网+”与景区文创产业集群的内在关联，基于价值链理论、创新系统理论剖析其发展现状与问题，挖掘出文化资源赋能、技术创新驱动、市场需求牵引、政策环境支撑四大内在动能，并从协同机制、创新能力、数字化转型、品牌体系、人才队伍建设五方面提出升级路径，推动其实现从“规模集聚”到“质量提升”的跨越，也为同类景区文创产业集群高质量发展提供理论参考与实践借鉴。

关键词

互联网+，景区文创，产业集群，内在动能，升级路径，南京牛首山

Research on the Internal Dynamic Mechanism and Upgrading Path of Cultural and Creative Industrial Cluster Construction in Scenic Spots under the “Internet+” Background

—A Case Study of Niushou Mountain in Nanjing

Zhenqing Yan

Abstract

The digital economy and the “Internet+” have reshaped the development pattern of cultural and creative industries in scenic spots. Industrial clustering has become an important approach to cultural activation and economic quality improvement in scenic areas, as well as a core carrier for enhancing the competitiveness of cultural and creative industries and realizing efficient allocation of resources. Nanjing Niushou Mountain is rich in Jinling culture, Buddhist culture and ecological resources. Its cultural and creative industrial cluster has taken initial shape empowered by “Internet+” technologies, yet it is confronted with dilemmas including insufficient cluster coordination, weak innovation capacity and lagging digital transformation. Taking Niushou Mountain as the research object, this paper adopts literature research, field investigation and case analysis to sort out the internal correlation between “Internet+” and cultural and creative industrial clusters in scenic spots, analyzes its current development status and existing problems based on value chain theory and innovation system theory, and identifies four internal dynamics: cultural resource empowerment, technological innovation drive, market demand traction and policy environment support. Furthermore, it puts forward upgrading paths from five aspects: collaborative mechanism, innovation capacity, digital transformation, brand system and talent team construction, so as to promote its leap from “scale agglomeration” to “quality improvement”, and also provide theoretical references and practical experience for the high-quality development of cultural and creative industrial clusters in similar scenic spots.

Keywords

Internet+, Cultural and Creative Industries in Scenic Spots, Industrial Cluster, Internal Dynamics, Upgrading Path, Nanjing Niushou Mountain

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着我国文化强国战略的深入实施与文旅融合的持续推进，景区文创产业作为文化传承与经济增长的重要结合点，已成为推动景区高质量发展的核心增长点。2027 年年底，中央财政继续安排文化产业发展专项资金，创新投入方式，推动实施重大文化产业项目，促进文化产业高质量发展。通过中央国有资本经营预算等渠道，支持国有文化企业落实国家文化发展战略[1]。文创产业的集群化发展能够有效整合产业链上下游资源，降低交易成本，激发创新活力，实现“1 + 1 > 2”的协同效应，而“互联网+”技术的普及与应用，为景区文创产业集群的建设注入了新的生机与活力，打破了传统文创产业的时空限制，重构了产业的生产、流通与消费模式。

1.1. 文献综述

1.1.1. 国外研究现状

国外关于文创产业集群的研究起步较早，形成了较为成熟的理论体系与实践经验。早在 20 世纪 90

年代,国外学者便开始关注文创产业的集群化发展,佛罗里达(Florida)提出的“创意阶层”理论,为文创产业集群的形成与发展提供了重要的理论支撑[2]。波特(Porter)的钻石模型理论进一步指出,产业集群的竞争力源于生产要素、需求条件、相关产业、企业战略四大核心要素及政府、机遇两大辅助要素的协同作用,为文创集群竞争力分析提供了经典框架[3]。此外,价值链理论(Michael Porter, 1985)将产业活动划分为基本活动与辅助活动,强调通过环节优化实现价值增值,为文创产业链条完善提供了分析工具[4];国家创新系统理论(Lundvall, 1992)则聚焦多元主体协同创新,为文创集群创新生态构建奠定了理论基础[5]。

1.1.2. 国内研究现状

国内研究围绕文旅融合、数字经济与文创集群展开多元探索。在文旅融合领域,学者聚焦文化资源转化路径,孙若晨指出互联网技术推动博物馆文创开发模式革新,实现文化资源的数字化活化[6];余吉安等提出文创产业需以技术创新与文化创意双轮驱动发展,强调资源赋能与技术驱动的协同价值[7]。在数字经济领域,赵霖、陈仕国剖析数字经济赋能文旅产业的内在逻辑,指出数字化转型是破解文旅产业发展困境的关键;马功军认为技术聚合驱动业态创新,数字技术正重塑文旅产业发展格局[8]。在产业集群领域,花建聚焦数字文创产业集群,深入探讨其内在动能与升级路径,为景区文创集群研究提供了前沿参考[9];祝四朋等从产业协同视角,论证集群联动对区域经济韧性的提升作用[10]。

1.1.3. 研究述评

现有研究已构建文创集群、数字文旅的基础理论框架,但仍存在不足:一是研究视角多聚焦宏观文旅产业或单一文创产品,针对景区场景下文创产业集群的专项研究较少,缺乏针对性案例剖析;二是理论应用偏浅层,较少将价值链理论、创新系统理论深度融入问题诊断与路径设计;三是实证分析数据支撑不足,多为定性描述,缺乏量化数据增强说服力。基于此,本文以南京牛首山为案例,结合经典理论与前沿研究,聚焦景区文创集群的内在动能与升级路径,填补相关研究空白。

1.2. 研究背景与意义

南京牛首山文化旅游区(以下简称“牛首山”)坐落于南京市江宁区,是一座集自然风光、历史文化、佛教文化于一体的综合性景区,拥有牛首烟岚、佛顶宫、弘觉寺塔等众多核心景观,承载着千年金陵文脉与佛教文化底蕴,是南京市文旅产业的重要标杆。近年来,牛首山依托自身丰富的文化资源,逐步推进文创产业集群建设,引入互联网技术优化文创产品开发、营销与传播环节,建成“数智牛首”数字化平台,推动文创产业实现了一定程度的规模化发展。但与此同时,在“互联网+”快速发展的背景下,牛首山文创产业集群仍面临着集群内企业协同不足、文创产品同质化严重、数字化应用深度不够、品牌影响力有限等问题,制约了集群的可持续发展与核心竞争力提升。当前,我国景区文创产业正处于从“单一产品开发”向“集群化发展”转型的关键时期,“互联网+”为破解景区文创产业发展瓶颈、推动产业集群升级提供了重要契机[6]。基于此,本文以牛首山为具体案例,深入研究“互联网+”背景下景区文创产业集群建设的内在动能与升级路径,对于推动牛首山文创产业集群高质量发展、挖掘金陵文化时代价值、丰富我国景区文创产业集群发展理论具有重要的理论与实践意义。

2. “互联网+”背景下南京牛首山文创产业集群建设现状及问题分析

2.1. “互联网+”背景下牛首山文创产业集群建设现状

牛首山文创产业集群已形成初步集聚态势,主要分布于景区内部及周边文创街区,集聚了文创设计、生产、销售等各类主体,初步构建起“设计-生产-销售-服务”的完整产业链条[7]。景区内设有多个

文创商店，重点销售以佛教文化、金陵文化为核心的佛像摆件、文化书签等产品；周边集聚的文创设计工作室与生产企业，为产品开发生产提供了有力支撑。同时，景区依托自身文化资源，联合中国艺术研究院、南京博物院等科研文化单位开展文创联合开发研究，并引入德基艺术博物馆山海奇幻园项目，融合多元业态与数字技术，丰富产业形态、完善产业链条。在“互联网+”赋能下，牛首山有序推进文创产业数字化转型，搭建微信小程序、淘宝店铺等线上销售渠道打破时空限制，借助抖音、小红书等社交媒体开展直播带货等营销活动提升产品影响力，建成“数智牛首”数字化平台与“牛小禅 AI 伴游”系统，丰富数字化体验并获得相关教学案例认证。牛首山深度挖掘佛教、金陵、生态三大文化资源，开发出佛顶宫模型、诗词书签、生态环保袋等特色文创产品，注重创意设计与品质提升，先后斩获多项旅游文创赛事奖项，部分产品成为景区标志并广受好评；同时打造“牛首十二讲堂”等文化载体，推出相关系列作品并获“世界文学之都地标网络”认证，推动文化要素产品化、生活化。政策支持方面，国家、省、市、区各级政府出台多项相关政策，为集群发展提供良好环境，江宁区更明确支持牛首山 2026 年底前创成 5A 级景区并加大文创扶持力度；景区管理部门也推出场地支持、资金补贴等扶持政策，吸引文创企业与人才入驻，推动集群规模化发展。

2.2. “互联网+”背景下牛首山文创产业集群建设存在的问题

基于价值链理论拆解文创产业“设计-生产-营销-服务”核心环节，结合创新系统理论审视多元主体协同关系，发现牛首山文创集群存在五大核心问题。其一，集群协同机制不完善，产业链条不健全。集群内企业各自为战，缺乏有效合作与资源共享，导致创意浪费、产品同质化严重，核心竞争力薄弱；企业与高校、科研机构及政府部门协同不足，技术资源转化不畅，政策与企业需求对接不精准。产业链存在“重生产、轻设计、弱营销”短板，专业创意人才短缺导致产品缺乏创新，线上营销方式单一、数字化水平低，售后及物流、孵化等配套产业缺失，阻碍产业链升级。其二，创新能力薄弱是核心瓶颈。高素质创意人才短缺，难以实现文化与现代创意的有效融合；互联网技术在产品开发、生产环节应用不足，无法实现精准开发与个性化定制；产品集中于传统品类，同质化加剧市场竞争。同时，企业创新投入不足，缺乏长期研发规划与激励机制，创新积极性难以激发。其三，集群数字化转型滞后，互联网赋能不足。线上销售平台存在展示不清、客服滞后、物流缓慢等问题，线上销售额占比偏低；线上营销依赖传统渠道，未探索新型方式，精准度不足；数字化体验项目单一、缺乏互动性，数据采集分析机制不完善，企业数字化意识薄弱、转型主动性不足。其四，品牌建设处于初级阶段，影响力有限。集群缺乏全国性知名品牌，企业合力不足，消费者认知度低；品牌宣传力度不够、方式单一，未充分利用全国性媒体与展会；品牌文化内涵挖掘不深，附加值低，且缺乏规范管理，知识产权保护薄弱，抄袭现象存在，虽有海量产品及奖项，但品牌辨识度低。此外，人才队伍短缺是重要制约因素，创意设计、数字化、营销及复合型人才均有缺口，现有人员专业能力不足；人才培养与引进机制不完善，缺乏政策吸引力，周边人才配套薄弱，难以留住人才，无法为集群升级提供支撑。

3. “互联网+”背景下南京牛首山文创产业集群建设的内在动能剖析

3.1. 文化资源赋能动能

文化资源是景区文创产业集群建设的核心基础，也是推动集群发展的核心动能。牛首山拥有丰富的自然与文化资源，这些资源为文创产业集群的建设提供了充足的创意来源与发展支撑，是集群形成与发展的核心优势[7]。牛首山的文化资源具有独特性、丰富性与多元性的特点，主要包括佛教文化、金陵文化、生态文化三大类。佛教文化是牛首山最核心的文化资源，拥有佛顶宫、佛顶寺、弘觉寺塔等众多佛教景观，承载着千年的佛教文化底蕴，为文创产品的开发提供了丰富的素材，如佛像、佛经、禅意元素

等，是牛首山文创产业集群区别于其他景区集群的核心特色；金陵文化是牛首山的重要文化内涵，牛首山作为南京的历史文化地标，承载着金陵文脉的传承与发展，其历史典故、诗词歌赋、民俗风情等，为文创产品的开发提供了丰富的文化素材，增强了文创产品的文化附加值；生态文化是牛首山的特色资源，景区拥有优美的自然景观，山林、湖泊、溪流等自然元素，为文创产品的开发提供了生态素材，契合了当下绿色、环保的消费理念。从“废弃矿坑”到“中国森林氧吧”的华丽蝶变，更让牛首山的生态文化资源成为文创开发的重要亮点。

在“互联网+”背景下，文化资源的赋能作用得到进一步凸显。互联网技术能够打破文化资源的时空限制，实现文化资源的数字化存储、传播与转化，让更多的人了解牛首山的文化资源，为文创产品的开发提供更广泛的创意来源；同时，互联网技术能够推动文化资源的创意转化，通过大数据、人工智能等技术，分析文化资源的内涵与价值，结合市场需求，开发出具有文化内涵与市场竞争力的文创产品，实现文化资源的创造性转化与创新性发展。例如，牛首山通过数字化技术，将佛教壁画、历史典故转化为动态内容，融入文创产品与体验项目中，让文化资源“活起来”，提升了文创产品的吸引力与竞争力。此外，牛首山与中国艺术研究院、敦煌研究院等机构的合作，进一步挖掘了文化资源的价值，推动了文化资源的协同转化，为集群发展注入了持续动力。

3.2. 技术创新驱动动能

技术创新是“互联网+”背景下景区文创产业集群升级的核心引擎，更是牛首山文创产业集群突破发展瓶颈、提升核心竞争力的关键动能[11]。在数字经济快速发展态势下，互联网技术的迭代升级为牛首山文创产业集群技术创新提供了坚实支撑，推动集群实现从“规模集聚”向“质量提升”的根本性转型。互联网技术的创新应用为牛首山文创产业集群发展注入新活力，其驱动作用主要体现在三个核心层面。其一，创意设计技术创新，大数据、人工智能等技术打破传统设计局限，通过分析消费者偏好与市场需求数据，为文创产品设计提供精准指导，提升设计针对性与创新性。牛首山依托大数据分析游客消费特征，优化产品设计方向，推出贴合年轻群体需求的禅意文创单品，提升了市场接受度。其二，生产制造技术创新，互联网技术与传统生产技术深度融合，推动文创生产向智能化、精细化转型，降低生产成本、提升产品品质。部分文创企业引入数字化生产设备，实现产品个性化定制，既满足多元需求，又提高生产效率、缩短生产周期。其三，营销传播技术创新，多元化互联网平台提供了新型营销渠道，直播带货、短视频营销等模式打破传统营销时空限制，提升文创产品知名度与影响力。牛首山通过抖音直播、小红书种草等方式，推动文创产品走出景区，拓展了市场空间。

此外，技术创新还显著提升了集群协同效率。互联网技术搭建起集群内各主体协同平台，实现创意、技术、市场资源的快速流动与共享，打破企业信息壁垒，构建起协同创新生态。牛首山通过数字化平台，实现景区管理部门、文创企业、科研机构的信息互通，推动技术成果快速转化，确保政策支持精准对接企业需求，提升集群整体创新效能[12]。

需要注意的是，技术创新驱动作用的充分发挥，离不开企业创新投入与人才支撑。牛首山部分文创企业加大技术创新投入，引入先进数字化设备与技术，培育创新人才，推动技术创新与文创产品开发、生产、营销深度融合，进一步强化驱动效能，为集群升级发展提供持续动力。

3.3. 市场需求牵引动能

市场需求是推动牛首山文创产业集群建设与发展的核心导向，也是集群可持续发展的重要保障。在“互联网+”背景下，消费市场的需求呈现出多元化、个性化、品质化的发展趋势，这种需求变化直接牵引着牛首山文创产业集群的发展方向，推动集群不断优化产品与服务，提升核心竞争力[13]。牛首山文创

产业集群的市场需求主要来源于两个方面：一是景区游客的即时消费需求，二是线上线下广大消费者的常态化消费需求[13]。随着我国居民收入水平的提升与文旅消费意识的增强，游客对景区文创产品的需求不再局限于简单的纪念意义，而是更加注重产品的文化内涵、创意设计与实用价值，追求个性化、品质化的消费体验。例如，游客在游览牛首山佛顶宫后，不仅希望购买具有佛教文化特色的纪念性文创产品，还希望获得兼具实用性与创意性的单品，如禅意茶具、文化丝巾等，这种需求牵引着集群内企业不断优化产品结构，提升产品品质。

互联网技术的应用，进一步放大了市场需求的牵引作用。通过互联网平台，集群内企业能够快速捕捉市场需求的变化，及时调整产品开发与营销策略，实现供需精准匹配。例如，牛首山通过线上销售平台的用户反馈数据，发现消费者对非遗类文创产品的需求日益增长，随即联合南京本地非遗传承人，开发了非遗手作系列文创产品，涵盖剪纸、刺绣、竹编等品类，一经推出便受到市场好评。同时，互联网平台打破了地域限制，让牛首山文创产品能够触达全国乃至全球的消费者，拓展了市场需求空间，为集群的规模化发展提供了支撑。市场需求的牵引作用还体现在集群产业形态的优化上。为满足消费者多元化的消费需求，牛首山文创产业集群逐步拓展产业边界，融合文创产品销售、文化体验、休闲娱乐等多元业态，打造“文创 + 体验”“文创 + 旅游”的新型发展模式。例如，景区推出的 AR 智慧眼镜体验项目，将文创产品与文化体验相结合，满足了消费者对文化沉浸式体验的需求，同时带动了文创产品的销售，实现了产业形态的升级与优化。

综上，市场需求作为集群发展的核心导向，通过互联网技术的赋能，实现了与集群发展的深度绑定，牵引着集群在产品开发、产业形态、营销模式等方面不断创新，推动集群实现可持续发展。

3.4. 政策环境支撑动能

政策环境支撑是牛首山文创产业集群建设与发展的重要保障和核心动能。国家、省、市、区四级政府的政策引导扶持，以及景区管理部门的配套政策落地，构建了良好的政策生态，从顶层设计、资源配置、发展保障等方面保驾护航，推动集群从初步集聚向规模化、高质量发展迈进[14]。

从政策层级来看，国家层面的文旅融合、数字经济发展战略明确了集群发展方向。《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》等政策[15]，提出推动文创产业集群化、数字化发展，鼓励景区挖掘文化资源、发展特色文创，为牛首山文创集群建设提供了国家级政策依据与指引。江苏省层面聚焦文旅高质量发展，出台相关规划及实施方案，将景区文创集群建设作为文旅融合重要抓手，对牛首山等重点景区给予政策倾斜，支持其开展文创创新与数字化建设。南京市与江宁区层面的政策更具针对性和落地性，是政策支撑的核心。南京市相关“十四五”规划将牛首山纳入文创集群核心布局，支持其打造以佛教文化、金陵文化为特色的集聚区，并给予资金、人才、项目专项支持；江宁区将文创集群建设纳入牛首山创 5A 核心工作，设立专项发展资金，提供场地补贴、研发奖励等支持，同时优化营商环境，简化审批流程，降低企业运营成本。景区管理部门的配套政策实现了政策落地“最后一公里”。牛首山景区出台入驻扶持、产品创新奖励等办法，为入驻企业提供免费办公及展示空间，对优质文创产品和数字化转型企业给予奖励补贴；搭建政策对接平台，专人对接企业，精准推送政策、协助申报，确保政策红利直达企业。“互联网+”背景下，政策支撑与数字经济深度融合，重点向文创数字化转型倾斜。各级政府支持景区建设数字化平台、发展线上营销、推动文化资源数字化，南京、江宁分别给予数字化平台建设、线上营销活动资金及流量补贴，直接推动“数智牛首”、线上文创商城等项目落地，加速集群数字化转型。此外，政策推动多方主体协同联动，凝聚发展合力。政府通过政策引导，推动景区与高校、科研机构、文创企业建立合作，整合创意、技术与产业资源，形成“政策引导 - 资源整合 - 协同发展”的良性循环。

3.5. 四大内在动能的协同作用关系

文化资源赋能、技术创新驱动、市场需求牵引、政策环境支撑四大内在动能并非孤立存在，而是相互关联、协同发力的有机整体，共同构成牛首山文创产业集群发展的动力体系，形成“基础－引擎－导向－保障”的逻辑关系，推动集群从初步集聚向高质量发展升级[9]。文化资源赋能是核心基础，为其他三大动能提供根本依托。牛首山独特的佛教、金陵、生态文化资源，是技术创新的创意源泉，决定技术应用方向；其独特性形成差异化市场需求，为市场牵引提供载体；政策制定也围绕文化资源的保护、挖掘与转化展开，无文化资源赋能，其他动能便会失去方向与内核。技术创新驱动是核心引擎，放大并激活其他动能。互联网技术打破文化资源时空限制，推动其数字化转型，充分释放赋能作用；同时精准捕捉市场需求，实现供需匹配，推动集群调整产品服务；技术创新需求也推动政策优化，各级文创数字化扶持政策便是回应，且技术成果落地让政策效果得以体现。市场需求牵引是核心导向，为三大动能指明方向。消费市场多元化、个性化需求，引导集群精准挖掘文化资源核心价值，让赋能更具市场针对性；推动技术创新迭代，促使集群加大各环节技术应用以满足市场需求；政策制定也以市场需求为依据，出台培育消费新场景等政策，实现“政策引导市场，市场反哺产业”。政策环境支撑是重要保障，为其他动能提供制度与资源支撑。政策通过顶层设计为文化资源开发提供制度保障；以资金补贴、项目扶持支持技术创新与数字化转型；通过优化营商环境、规范市场秩序，为市场牵引营造良好环境，确保市场需求转化为产业动力。“互联网+”背景下，四大动能借助数字化平台深度融合，互联网技术成为核心纽带。数字化平台提升文化资源转化效率，推动技术成果落地，精准捕捉市场需求，便捷政策对接落地，使四大动能形成相互促进的良性循环，助力集群突破发展瓶颈，实现高质量发展。

4. “互联网+”背景下南京牛首山文创产业集群的升级路径

立足“互联网+”发展背景，结合牛首山文创产业集群建设现状与现存问题，依托文化资源赋能、技术创新驱动、市场需求牵引、政策环境支撑四大内在动能的协同作用，基于价值链优化与创新系统构建双重视角，从协同机制完善、创新能力提升、数字化转型深化、品牌体系构建、人才队伍建设五个维度提出针对性升级路径，推动牛首山文创产业集群实现从“规模集聚”向“质量提升”的转型跨越，打造具有全国影响力的景区文创产业集群标杆。

4.1. 完善协同发展机制，构建一体化产业链条

针对牛首山文创产业集群协同联动不足、产业链条布局不完善的现实问题，以“互联网+”为纽带与桥梁，构建“政府－景区－企业－高校/科研机构”多方协同的产业发展机制，推动集群内各主体资源共享、优势互补、合作共赢，完善“设计－生产－销售－服务－配套”一体化的文创产业链条，实现产业集群的协同化、集约化、高质量发展[10]。第一，搭建数字化协同创新平台。由江宁区政府牵头、牛首山景区具体运营，搭建牛首山文创产业协同创新数字化平台，整合景区特色文化资源、高校创意设计资源、企业生产制造资源、科研机构技术研发资源，设立线上创意设计库、技术成果库、产品供需库，实现各主体间的信息实时共享、需求精准对接与项目深度合作；平台开设线上协作专区，支持创意设计、技术研发等环节的跨主体远程协作，打破时空壁垒，提升集群整体协同效率。第二，建立多方协同合作机制。由政府牵头，与牛首山景区、南京艺术学院、东南大学等高校，中国艺术研究院、南京博物院等科研机构，以及本土优质文创企业签订战略合作协议，成立牛首山文创产业发展联盟，制定联盟章程，明确各主体的权利与义务；建立定期沟通会商机制，每月召开联盟工作会议，精准对接产业发展需求、及时解决集群发展难题，推动跨主体的文创产品联合开发、技术联合攻关、市场联合推广。第三，完善全产业链条布局。补齐产业链条短板，重点强化创意设计与品牌营销两大核心环节，引入国内知名文创设计机

构入驻产业集群，设立牛首山文创设计中心，为集群内企业提供专业化、定制化的创意设计服务；培育线上线下融合的营销体系，推动集群内销售企业整合资源，打造统一的文创营销平台；完善配套产业体系，引入物流配送、包装设计、创意孵化、知识产权服务等配套企业，在景区周边文创街区打造文创产业配套服务中心，实现产业链条各环节的无缝衔接与高效联动。第四，强化产业链条利益联结。建立集群内产业链条利益共享机制，推动设计企业、生产企业、销售企业签订利益联结协议，采用“设计提成+利润分红”的合作模式，保障产业链各环节企业的合理收益；牛首山景区设立产业链发展专项资金，对开展产业链协同合作的企业给予专项补贴，鼓励产业链各主体形成利益共同体，打破“各自为战”的发展格局。

4.2. 提升集群整体创新能力，破解产品同质化难题

以创意设计为核心、技术创新为支撑、市场需求为导向，通过“人才引育、技术赋能、机制激励、资源整合”多举措，全面提升牛首山文创产业集群创新能力，推动文创产品从同质化向差异化、个性化、品质化转型，打造核心竞争力与市场辨识度[16]。一是强化创意设计创新。深度挖掘牛首山佛教文化、金陵文化、生态文化核心内涵，构建标准化文创文化元素库，为设计提供素材支撑；推动设计企业与非遗传传承人、工艺大师合作，融合非遗技艺、传统工艺与现代创意，开发兼具文化底蕴与时代特色的产品；围绕游客多元需求，推动文创向“文化+实用+体验”升级，重点开发盲盒、定制化、沉浸式体验等新型产品，突破传统单一品类局限。二是推动技术与产业深度融合。将大数据、人工智能、3D打印、元宇宙等新技术应用于文创设计、生产、营销全流程，实现产业智能化升级；依托大数据分析游客消费与市场趋势，精准指导产品设计，实现按需开发；引入3D打印设备，建立个性化定制中心，满足个性化需求；利用元宇宙打造虚拟体验空间，开发数字藏品等数字文创，丰富产品形态。三是加大创新投入与激励。景区与江宁区政府联合设立文创创新发展基金，对企业创新研发、技术应用给予30%~50%研发投入补贴；完善奖励机制，对获得各级文创奖项的企业与产品给予现金奖励和政策倾斜，为潜力创新产品提供推广支持；引导企业将年营收5%以上投入研发与技术升级，推动其从规模扩张向创新驱动转型。四是构建开放式创新生态。加强与国内外知名文创景区、企业、设计机构合作，引进先进理念与模式，联合开发产品、拓展市场；依托文创产业联盟，推动集群内企业共享资源、联合创新；搭建创新成果转化平台，完善机制，推动高校、科研机构的创意与技术成果在集群内落地产业化，实现“创意-技术-产品”快速转化。

4.3. 深化数字化转型进程，强化互联网赋能效应

以“数智化、线上化、体验化”为核心方向，全面深化牛首山文创产业集群数字化转型，破解当前数字化应用层次浅、互联网赋能不足的痛点，推动互联网技术与文创产品开发、营销传播、体验服务、集群管理全环节深度融合，实现“互联网+文创产业”协同发展[17]。其一，升级数字化运营与销售平台。优化现有线上文创商城、微信小程序，完善产品展示、在线咨询、一键购买等全流程功能，提升用户购物体验；引入直播带货、社群营销等新型模式，组建官方直播团队，在主流新媒体平台开展常态化直播，培育品牌达人；推动线上线下渠道融合，实现“线上下单、线下提货”双向联动，提升销售效率与市场覆盖率。其二，打造多元化数字化体验场景。升级“数智牛首”平台，丰富AR/VR等沉浸式内容，构建虚拟佛顶宫、数字文创展馆等场景，实现线上沉浸式文化体验；优化“牛小禅AI伴游”系统，新增文创互动功能，依托AR智慧眼镜实现文化讲解与文创购买联动；在景区设置数字化体验区，推出3D打印、数字设计等项目，提升游客参与度。其三，构建大数据驱动发展体系。建立文创产业大数据中心，整合游客、销售、营销等多维度数据，实现统一采集、分析与应用；运用大数据刻画消费者画像，精准分析不同

群体消费需求，为产品开发、精准营销提供支撑；推动集群内企业数据共享，提供市场趋势、竞品分析等服务，助力企业把握发展方向。其四，推动集群管理数字化升级。搭建集群数字化管理平台，实现企业入驻、政策对接、运营监测等全流程数字化；设置企业运营监测模块，实时掌握企业生产销售等情况，为政策制定提供数据依据；开通数字化政务服务窗口，实现企业入驻、补贴申领等事项线上办结，提升管理服务效率。

4.4. 构建系统化品牌体系，提升品牌核心影响力

以“文化为内核、特色为标识、传播为抓手、保护为保障”为原则，构建牛首山文创产业集群系统化、多层次品牌体系，破解当前品牌定位模糊、形象不统一、影响力有限的困境，打造具有全国性影响力的牛首山文创品牌，实现从“产品品牌”向“集群品牌”的升级跨越[18]。首先，明确集群品牌核心定位，结合牛首山文化资源特色与“互联网+”发展背景，确立“禅韵金陵，数智文创”的核心定位，以佛教文化“禅韵”与金陵文化底蕴为核心内涵，以数智化文创为时代特色形成差异化优势；同步制定品牌视觉识别系统，统一 logo、字体、色彩及包装等视觉元素，实现集群内产品视觉标准化、统一化，强化品牌辨识度。其次，打造多层级品牌矩阵，构建“集群母品牌-产品子品牌”立体化格局，以“牛首山文创”为母品牌统筹整体宣传与形象塑造，鼓励集群企业围绕佛教、金陵非遗、生态、数字等主题打造子品牌，重点培育 1~2 个具有核心竞争力的子品牌，以子品牌发展带动母品牌影响力提升。再次，开展多渠道品牌宣传推广，整合线上线下资源，线上依托抖音、小红书等社交媒体发布品牌故事与产品内涵，打造热点提升曝光度与粉丝粘性；线下借助各类文旅、文创展会设立专属展区，联动本地及国家级文旅媒体开展专题报道，提升品牌官方影响力与行业权威性。同时，丰富品牌文化内涵与体验，深挖佛顶宫等核心景观的文化故事，打造有温度的品牌叙事，建设文创品牌体验馆提供沉浸式体验，并将品牌文化融入景区旅游全场景，提升游客认知度与忠诚度。最后，加强品牌知识产权保护与管理，建立一站式知识产权服务中心，联合监管部门打击侵权行为，制定品牌使用管理办法，规范母品牌使用标准，取消不符合定位、损害品牌形象的企业授权，保障品牌形象统一性与美誉度。

4.5. 强化队伍建设，夯实集群发展人才支撑

针对牛首山文创产业集群人才总量短缺、结构失衡、高端匮乏、支撑不足的突出问题，需构建“引育留用”一体化人才队伍建设体系，重点聚焦创意设计、数字化、营销、复合型管理四大类人才，为集群升级发展提供坚实人才保障与智力支撑。一是精准引进高层次紧缺人才。围绕集群发展需求，制定高层次紧缺人才引进计划，重点引进文创设计大师、数字化技术专家、营销策划人才及文旅管理人才；出台专项扶持政策，为引进人才提供安家补贴、住房医疗、子女教育等一站式福利，同时给予其所在企业资金补贴与政策倾斜；通过文旅博览会、高校招聘会、线上平台、行业协会推荐等多渠道，精准对接优质人才资源。二是深化校地合作培育本土人才。加强与南京艺术学院、东南大学等本地高校合作，建立人才培养基地，开设文创设计、数字文创等定向专业，定制人才培养方案，实现校企订单式培养与精准输送；推动高校教师与企业技术骨干双向交流，互聘兼职导师，提升人才培养实用性；定期组织企业员工赴高校培训进修，持续提升其专业素养与创新能力。三是搭建人才发展与实践平台。在集群内设立文创设计工作室、数字化研发中心等平台，为人才提供良好工作与研发条件；定期举办文创设计、数字创新、营销策划等赛事，搭建人才展示平台，发掘优秀青年人才；设立文创创新创业孵化基地，为创业人才提供办公场地、指导、资金及资源对接等一站式服务，培育本土创新创业力量。四是完善人才激励与留存机制。建立以能力、业绩、贡献为核心的人才评价体系，打破学历职称限制，表彰奖励突出贡献人才；优化薪酬激励模式，推行“基本工资 + 绩效 + 创新分红”制度，对核心人才给予股权期权激励，提升其

职业获得感；完善景区周边人才配套，建设人才公寓、配套商业，健全医疗教育等生活服务，增强人才归属感与留存率。

5. 研究结论

本文以南京牛首山文创产业集群为研究对象，采用文献研究法、实地调研法、案例分析法与归纳总结法，融合价值链理论、创新系统理论，系统梳理“互联网+”背景下景区文创产业集群建设的理论与实践，分析其现状、问题及内在动能，提出升级路径。首先，“互联网+”与景区文创产业集群存在双向赋能、相互支撑的内在关联，二者深度融合是集群高质量发展的必然趋势。互联网技术为集群提供技术赋能、平台支撑、数据驱动与协同纽带，推动集群内主体联动、产业链衔接及产品服务创新；景区文创产业集群则为互联网技术应用提供场景载体与实践空间，助力其在文旅文创领域落地创新。其次，牛首山文创产业集群已形成初步发展态势，但高质量发展仍受多重制约。目前，集群已实现初步规模集聚，数字化转型有序推进，文化资源得到一定挖掘，政策环境持续优化，为升级奠定基础；但同时存在协同联动不足、创新能力薄弱、数字化转型滞后、品牌影响力有限、人才短缺等突出问题，阻碍其从“规模集聚”向“质量提升”转型。并且“互联网+”背景下，牛首山文创产业集群发展的内在动能源于文化资源赋能、技术创新驱动、市场需求牵引与政策环境支撑四大维度，四者构成“基础－引擎－导向－保障”的逻辑体系，协同形成核心动力。其中，文化资源是核心基础，提供独特文化素材；技术创新是核心引擎，推动产业智能化发展；市场需求是核心导向，决定产品服务升级方向；政策环境是重要保障，提供扶持与支撑，互联网则成为连接四大动能的纽带，推动其协同发力。最后还需要推动牛首山文创产业集群升级，需依托四大动能协同作用，从五方面发力：完善“政府－景区－企业－高校/科研机构”多方协同机制与一体化产业链；以创意设计与技术创新双轮驱动提升集群创新能力，破解产品同质化；深化数字化转型，强化互联网全环节赋能；构建系统化品牌体系，打造全国性文创品牌；构建“引育留用”一体化人才体系，强化人才支撑。通过五大路径协同推进，推动集群实现转型跨越，打造全国景区文创产业集群标杆。

本文的研究填补了牛首山文创产业集群专项研究的空白，丰富了“互联网+”与景区文创产业集群融合发展的理论体系，提炼出的内在动能机制与升级路径，也为我国同类景区文创产业集群的高质量发展提供了理论参考与实践借鉴。

参考文献

- [1] 国务院办公厅印发《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》的通知[EB/OL]. https://www.gov.cn/gongbao/2025/issue_11846/202502/content_7002796.html, 2025-01-20.
- [2] Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books.
- [3] Porter, M.E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- [4] Porter, M.E. (2011) *Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance*. Simon and Schuster.
- [5] Lundvall, B.A. (1992) *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Pinter Publishers. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1gxp7cs>
- [6] 孙若晨. 立足于“互联网+”时代 揭秘博物馆文创产品开发[J]. 文化产业, 2023(23): 31-33.
- [7] 余吉安, 尤淼, 曹静, 张皓月. 文创产业技术创新与文化创意双轮驱动发展研究[J]. 中国科技论坛, 2018(6): 83-90.
- [8] 马功军. 技术聚合驱动业态创新:“数字 + 文旅”迎来新变革[N]. 中国文化报, 2025-03-26(007).
- [9] 花建. 数字文创产业集群建设的内在动能、多样形态和升级路径[J]. 上海财经大学学报, 2026, 28(1): 19-33.

-
- [10] 祝四朋, 郭红, 张虎梅. 产业协同发展与区域经济韧性提升的耦合机制研究[J]. 上海商业, 2026(2): 128-130.
- [11] 赵霖, 陈仕国. 数字经济赋能文旅产业高质量发展: 内在逻辑、现实困境与实践路径[J]. 经济问题, 2025(11): 95-103.
- [12] 龙琳霞, 李付坤. 张家界生态旅游中“资源禀赋驱动”与“市场需求牵引”的开发路径差异——基于钻石模型的分析[J]. 西部旅游, 2025(13): 16-18.
- [13] 高涛, 陶飞宇, 刘思源. 顾客满意度视角下南京牛首山非遗文创产品设计研究[J]. 包装工程, 2024, 45(22): 211-221.
- [14] 王凯, 邱天云. 文旅产业数字化转型的政策组合研究[J]. 湖北民族大学学报(哲学社会科学版), 2026, 44(1): 114-125.
- [15] 文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见[EB/OL].
https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-11/27/content_5565316.htm, 2020-11-18.
- [16] 潘道远. 从技术变革到创意驱动: 数字时代经济创新范式转换的文创机理[J]. 深圳大学学报(人文社会科学版), 2020, 37(4): 74-81.
- [17] 李泽华, 陈澄湘. 我国文旅数字化转型的逻辑构成与实践路径[J]. 济南大学学报(社会科学版), 2025, 35(4): 39-47.
- [18] 赵赫. 文旅融合背景下山东海洋文化资源的 IP 化开发与传播研究[J]. 传媒, 2025(24): 86-89.