

依托巴中石窟艺术资源打造鲜明地方特色的城市文化品牌

杨 刚 张会林

【摘要】：石窟艺术源于印度，隋唐时期经中原传入巴中，在传播的过程中不断与巴中本土文化融合，形成独特的艺术风格。通过分析巴中石窟艺术的核心价值与人文意蕴，总结以石窟艺术为依托打造城市文化品牌的优势与存在的问题，并以此提出建设巴中城市文化品牌的宏观政策与实施措施。

【关键词】：石窟艺术；打造；文化品牌

“文化搭台，经济唱戏”，改革开放近四十年的成功经验告诉我们，优秀的历史文化资源往往成为推动地方经济快速发展的重要载体和工具。在推动市场经济发展的过程中，城市推出什么样的文化品牌才能突显出地域文化特有的魅力，无不成为各地政府需要认真思考的课题。本文拟通过对巴中石窟艺术资源核心艺术价值与人文意蕴的初步研究，提出利用石窟资源打造巴中地方特色城市文化品牌的课题目标，并以此展开调查研究。

一、巴中石窟艺术产生的历史背景

（一）石窟艺术的发源与传播

石窟艺术源于印度，是依山崖开凿而成的一种佛教寺庙建筑，主要分为两种：一种是供僧侣居住修炼的洞窟称为“毗诃罗窟”，另一种是供信徒祭祀膜拜的洞窟称为“支提窟”。^[1]自公元前2世纪佛教石窟建筑在古印度兴起，随着佛教的传播迅速向域外推广。向北经由今巴基斯坦、阿富汗一带，形成具有中亚特色的石窟艺术，再越过葱岭传入今中国新疆塔里木盆地北部，形成具有浓郁地方风格的龟兹石窟艺术。再后来，经河西而至中原，由中原推广到中国北方和南方地区。^[2]中国的石窟艺术兴盛于魏晋至隋唐时期，内容多取材佛教经典故事，吸收了印度犍陀罗艺术的精华，并融汇了中国雕塑与绘画的审美情趣和传统技法，反映了佛教思想的传播与逐渐汉化的文化历史进程，最终形成了具有中国特色的石窟艺术。

（二）石窟艺术在巴中地区的传入与发展

早在秦汉时期，成都平原已经成为当时的经济中心之一。成都出产的蜀锦也使之成为连接中亚至罗马丝绸之路的重要起点之一，汉朝时期即有胡商往来四川的文献记录。川北地区的广元，其地理位置正好扼守四川北上汉中至长安的交通要道，历来为四川军事、经济方面的要害之地。北魏时期，受到北方佛教思想传播的影响，广元开始凿窟造像。到唐高宗至武周时期，由于武则天出生于广元，其本人又笃信佛教，因此，这一

[1]李伟静,杨发鹏.石窟文化旅游者感知价值概念模型构建[J].资源开发与市场,2015,3:107-112.

[2]程崇勋.巴中石窟[M].北京:文物出版社,2009:11.

地区的石窟造像活动进入高潮。广元以东相距一百多公里的巴中，也在这一时期大量的开凿石窟，由此，巴中的石窟造像活动逐渐兴盛。^[3]

巴中的石窟造像活动始于隋代，兴于盛唐，续于宋元，至明清逐渐步入尾声，民国时期亦有极少量开凿。现存宗教石窟近60处，500余龕，造像10000余躯，其中保存较好的有80余龕。这些石窟均分布于今巴中市周边广大地区，其中巴州区有东龕、南龕、西龕、北龕。城区以东有沙溪、水宁寺石窟。城区以南有龙门山、卧牛山石窟。城区以西有千佛岩、佛尔岩等石窟。城区以北有石门寺等石窟。位于巴州区的南龕、北龕、西龕、以及位于水宁寺镇的水宁寺现为全国重点文物保护单位。

尽管中国的石窟艺术是印度佛教文化的移植，但也与本土的主体中原汉文化经历了一个漫长而复杂的融合过程，巴中石窟艺术正是这一融合过程的直接产物。经过长期的选择、改造和重构，巴中石窟在沿袭了唐代长安、洛阳一带石窟艺术风格的同时，又在石窟的形制以及造像内容上有着不同的理解与表达，突出表现了四川地区特别是川北地区的地方特色和风俗习惯，带有显著的川北风情，从而形成了鲜明的本土地域性特色，是研究巴中地区政治经济文化发展的重要历史标本和文化遗产。

[3]四川省文物管理局,成都文物考古研究所,北京大学中国考古学研究中心,巴州区文物管理所.巴中石窟内容总录[M].成都:巴蜀书社,2006:1.

二、巴中石窟艺术的核心艺术价值与人文意蕴

要了解一种艺术门类的核心艺术价值，首先要探究其价值取向和审美标准。中国石刻艺术的发展已有 5000 年的历史，在漫长的历史长河中，中国石刻的审美价值取向，经历了由抽象到具象，由图解式说明，到蕴含深刻主题思想和丰富的社会内容，由单纯的图像表白到具有宗教意义的石刻造像。^[4]透过这些石刻艺术可以领略到中国石刻在东方文明背景下的深刻的价值取向，而这也是与西方石刻艺术迥然不同的地方。如果说中国石刻艺术审美及价值取向在于处理具体石刻手法的创作观念和宗教思想评判上的话，那么西方石刻艺术则是突出一种人本主义价值取向和以人为中心的审美标准。

巴中的石窟造像艺术，在传承中国北方石窟艺术风貌，沿袭唐代长安、洛阳一带石窟艺术风格的同时，又在窟龕造型的演变和造像内容的选择上极具巴中本土特点，有着鲜明的地域性审美标准和价值取向，形成巴中石窟艺术独特的核心艺术价值和人文意蕴。

（一）巴中石窟艺术的核心艺术价值

1、巴中石窟是北方石窟艺术在川东北地区的重要代表

米仓山横亘于今陕西省南部与四川省东北部之间，交通位置极其重要。古代南北交通要道“米仓道”即因翻越米仓山而

[4]卢加强,吴晓东.中国古代精品石刻艺术研究[M].成都:四川美术出版社,2014:2.

得名。巴中就位于米仓山南麓巴河之滨，是米仓道南段的重要通道，巴中也因此道与汉中想通。巴中往西可至成都，向东顺江而下可达重庆，进入长江，在唐代交通位置突显。由于自古成都平原的经济发展，当时的二京（长安、洛阳）与四川联系颇为密切，不少皇室宗亲、达官显贵、文人墨客都曾经米仓道而至巴中，或贬居于此，或为官一方。与京城绵密的政经、文化交流，也使巴中在宗教石窟造像方面得两京风气之先，并由此达到巴中石窟艺术的巅峰时期。

总的看来，巴中石窟的人物造像风格普遍受到唐代长安洛阳一带石窟艺术风格影响。以南龕为例，现存南龕的一百四十余龕造像中，唐以后所凿不过九龕，规模不大且简单，在整个南龕造像中所占比重较小。因此，南龕实质为唐代石窟造像群。^[5]其特征明显表现为：佛像面部丰满，身躯魁伟，菩萨雍容华贵，其形象多体现了武周时代创下的体态丰盈、樱桃小嘴、腰肢微扭和安详宁静的模样；力士像威武勇猛、雄健有力；飞天像形象优美、雕刻精巧；诸多佛像的面容表情和形体动作都雕刻得健康、精美，这些都体现出唐代的文化、思想和雕凿技艺对巴中石窟艺术的直接影响，也使得巴中石窟艺术在总体上呈现出华美的唐风遗韵。

唐开元、天宝年间，北方凿窟造像的活动逐渐式微，安史

[5]中国艺术研究院研究生部.硕士学位论文集[C].北京:文化艺术出版社,1985:81.

之乱以后几近绝迹。然而，在同时期的巴中乃至整个四川，开窟造像活动方兴未艾，从最早出现石窟造像的南北朝时期至晚清时期，持续不断的开凿了一千五百多年，是继北方大规模开窟造像活动结束以后中国唯一大规模开窟造像的区域，并将中国集中大规模开窟造像活动的历史向后延续了五百年。^[6]由此可以认为巴中石窟艺术继承了北方宗教石窟的核心艺术价值，是唐代长安造像样式在四川传播的源头，又在北方石窟艺术衰减后的五百多年中（唐中期至南宋）延续了中国石窟造像的艺术生命，这在中国石窟开凿史上具有极其重要的研究价值。

2、鲜明的本土化融合与改造形成独特的艺术风格

巴中古为巴子之国，居民为賁，“种类刚猛，昔从高祖定关中”——《三国志·杨戏传》。巴人民风坚韧彪悍，又久居崇山峻岭之中，环境严酷，加之相对中原地区开化较晚，礼教观念淡漠，因而造就了古代巴中人民勤劳淳朴、风趣幽默、喜好不受约束地表达自己的感受，在审美情趣上善于自由发挥的独特个性。巴中石窟虽受北方中原地区石窟造像的影响极甚，但是，在千百年来巴中石刻工匠的口传身教、传承因袭下，又不断的与本土巴文化融合进而改造，发展成为一种有别于北方石窟艺术的新的地域风格，我们姑且称之为“巴中风格”。

什么是“巴中风格”呢？我们大致可以从两个层面来探究。

[6]四川省文物管理局,成都文物考古研究所,北京大学中国考古学研究中心,巴州区文物管理所.巴中石窟内容总录[M].成都:巴蜀书社,2006:4.

首先，在窟龕的雕凿手法与表现形式上，巴中石窟呈现出独特的造形风格。巴中的宗教石窟

相对于雕凿空间较为深广的北方石窟而言多为浅龕，即摩崖石刻龕像。这与巴中境内的地质结构、石材资源以及宗教造像等级、规模等原因密不可分。虽然是承袭了北方石窟艺术的风格，但是巴中的石窟又在窟龕的样式上别具匠心，另有一番审美趣味，可以说，巴中石窟在造形



风格上最大的特点不是造像，而是造龕。巴中石窟窟龕的形式多为双重龕，外龕呈长方形，敞口平顶，内龕有素面圆拱龕、带桃形龕楣的圆拱龕、佛帐龕三种形式。尤其是佛帐龕与北方早期佛帐龕不同，北方的龕像中大量流行的是垂帐纹龕窟，而巴中多为“房形龕”或“佛帐龕”，比北方佛帐龕复杂得多。巴中石窟十分注重龕楣的雕凿处理（如图一），华丽而精美的龕楣往往已脱离了对于整个窟图一 南龕第070龕盛唐时期 龕的依附属性而独具特色，对窟龕起到极强的装饰性作用，这在全国也是仅有的。龕楣中反复大量使用了锯齿纹、花绳纹、垂幛纹等雕刻装饰手法，具有强烈的视觉冲击和形式美感，让人们在祈祷膜拜间感受到庄重、华丽的佛国气象。将这些精而美华丽的装饰元素倾注于龕楣之上，也反映出古代巴

中石刻工匠独特的审美情趣和艺术表现欲望，窟龕的造形风格表现出来的也不仅仅是对宗教的理解而更是一种朴素的唯美思想。

其次，从石窟造像的内容形式、组织结构来看，巴中石窟艺术带有浓烈的川东北地域风情，可谓是自唐以来佛教艺术逐渐



世俗化的经典范本，具有很高的研究价值。巴中石窟造像的内容大都取材于佛教经典，这一点与中原样式并无二致，但其真正的魅力就在于当时的石刻工匠将大量的世俗生活元素融入了宗教人物造形之中。窟龕中许多造像并未完全按照佛教经典描述的仪轨样式去雕刻，而是打破传统造像模式，融入创作者的个体情感和本地域宗教发展的社会功能需求，具有显著的世俗化风格。例如，位于南龕石窟的 68 号龕 “鬼子母” 像，内龕基座上雕刻有一组极具生活化的群像：一位丰腴慈祥，盛唐装扮的妇女盘腿而坐，怀中抱一婴孩，左右身边各坐四个戴着项圈、手镯或是脚镯的肥胖小孩，完全就是一幅反映当时图二 南龕 68 号窟 鬼子母像（局部） 盛唐时期社会多子多福的普通家庭妇女的图像。尤其是在“鬼子母”像外龕右侧李思弘光启四年供养题记和李保寿文德元年供养题记中，都刻有“愿男保寿易长易养聪明”，“男保寿易长养”等文字，这就更清楚地

说明了供养“鬼子母”的市俗目的。^[7]“鬼子母”又称为欢喜母或爱子母，梵文音译诃利帝母。原为婆罗门教中的恶神，护法二十诸天之一，专吃人间小孩，称之为“母夜叉”。被佛法教化后，成为专司护持儿童的护法神，唐时也待之如佛。而巴中南龕的“鬼子母”像，完全被雕塑成一个现实生活中的普通妇女形象，如此彻底将佛的形象还原于生活，实属罕见，是宗教为当地社会需要服务的最明显、最坦率的例证之一。也反映了古代巴中人民敢于创新、鲜明大胆地表现自我思想感情的“巴中风格”。

（二）巴中石窟艺术的人文意蕴

宗教世界虽然是一个虚拟的存在，但丰富的石窟造像却是具象的，石窟构建了一个人神合一的共享空间，诸多佛、菩萨、力士等造像不仅具有人情味，还充满了青春健美的气息，同时，巴中石窟儒释道三教合一的特征也赋予了石窟大量的传统文化思想内涵，发掘整理其中积极向上的宗教文化故事，可以感染、影响、教育社会大众，净化心灵，荡涤社会不良风气，对于推动巴中市社会主义精神文明建设有着特殊的功能和意义。

1、以中和仁爱为核心

“致中和，天地位焉，万物育焉”——《中庸》。“中”含有合宜、正确、中正、公正之意，是一种最佳的处理问题的

[7]中国艺术研究院研究生部.硕士学位论文集[C].北京:文化艺术出版社,1985:82.

哲学思辨方法。“和”是万物存在的秩序，是万物发展的最高境界。当两汉之际佛教由印度传入中国之时，具有博大胸怀与非凡气魄的华夏民族接纳了这一外来文化，并很快将其融入本土信仰和世俗生活之中，在传播发展中逐渐形成了具有中国民族特色的宗教文化，这个融合发展的过程即体现了“中和”思想，一种承认世界多元化、思想多元化，学会包容各种意见并加以融合、使人类始终处于合作中的处事原则与方法。而仁爱则是儒家的核心思想，不仅仅是一种伦理道德，更是通过对天、地、人的思考而达至的一种人生境界和生命体验。孔子提出“仁”就是要使人的生命实践顺达通畅、和谐安顿。

纵观巴中的石窟艺术，无不体现了这种以中和仁爱为核心的人文意蕴。

譬如位于南龕 83 号的双头瑞佛像（如图二），其故事背景、传播过程即是中和仁爱思想的集中体现。相传古时有一对穷兄



弟笃信佛教，用省吃俭用积攒下来的钱请画师在寺院中彩绘两尊佛像，以实现自己供养的夙愿。可是两兄弟的钱不够，画师被其虔诚感动，于是为他们画了一尊双头佛像，两兄弟的夙愿得以实现。后来双头瑞佛成为祥瑞的寓意，象征佛的智慧与慈悲、愿力无穷，由此可见双头瑞佛这一宗教艺术表现形式更具备世俗哲理和喻教意义。早在唐代

玄奘法师撰写的《大唐西域记》里，就有在西域见到过造型奇异的双头瑞像记载。在丝绸古道的新疆克孜尔石窟、甘肃敦煌莫高窟等地，亦有以壁画形式留存的双头瑞像图案，但唯一以石刻

图二 双头瑞佛造像（局部） 盛唐时期 形式留存于世的就当数巴中南龕的双头瑞佛像，堪称绝无仅有。这种流行于新疆与河西、表示祥瑞的佛像题材在此出现，是古代印度佛教文化经西域、中原传播至巴中，并与巴中本土文化融合的绝佳佐证。

2、以共生和谐为基调

共生是人类的基本存在方式，任何人都生活在人与人、人与自然的共生系统之中。共生关系不止存在社会某个方面，而是遍布人类社会的政治、经济、文化、社会、家庭等所有领域，其表现更是形形色色，千姿百态。没有共生，也就没有人的存在。同样，在人类的精神世界里也从来不曾有过单一形式的信仰，而是多种信仰共生共存。中国早在北周时期就出现了三教（儒教、佛教、道教），到高度开放的大唐盛世，唐王朝为了维护其统治，采取了儒、释、道并用的政策，各教之间相互吸收与融合，宗教信仰转瞬间幻化为雄浑的儒释道三教合一，这是人类文明发展的共生之道，也是必然的历史趋势。

巴中石窟艺术正是这种以共生和谐为基调的人类发展必然规律的历史明证。

四川本就是道教的发源地，中国最早的道教窟龕就出现在四川，唐开元、天宝年间，唐玄宗崇尚道教，道教徒开始大规模的开窟造像。巴中石窟中的道教造像早至隋代已有雕刻，中唐以后，儒、释、道各教逐渐吸收融合，至宋初，形成稳定的三教合一信仰体系。明代时期，巴中石窟中就出现了三教合一的窟龕造像。清代以后，这种三教和谐共生的石窟艺术形式明显增加，晚至民国都有雕刻，且数量较多，内容丰富。如位于玉井乡观音村村旁崖壁上雕刻于明代的六号龕，龕内分别雕有孔子、太上老君及释迦造像，虽雕像已毁，但龕旁所刻联语仍清晰可辨：左侧刻“三教作主宰”，右侧刻“万代为宗师”，上刻“道贯古今”。这种三教融合的窟龕形式在巴中还有多处，充分印证了中华民族在漫长的历史文化进程中所形成的共生哲学：不管是儒家的“中庸之道”，还是道家的“清静无为”，亦还是佛家的“众生平等”，他们追求的其实都是“和谐”的理想，即人与人的和谐，人与自然的和谐，人与社会的和谐。

3、以淳朴善良为导向

巴中自古有淳朴善良的民风，崇尚忠义勇武之士，北宋时期宗泽出任巴州，在其《重修英惠侯义济庙记》一文中谈及巴中居民对汉代将军巴郡太守严颜，“千有余载，巴人事之若存。岁月

追祀而歌舞之,若常亲见其人,躬披其惠泽不可忘者……”可见当地到宋代,依然对汉时之忠勇义士崇拜尤嘉。唐时之巴州社会已普遍信奉佛教,开窟造像蔚然成风。巴中地区的造像分布区域广多,除个别地点开凿规模较大以外,多数都规模较小,这反映了隋唐以来,除了达官显贵、富户商贾进行开窟造像以外,广大的下层民众也积极地加入到造像活动中来。地域也由城镇集市逐渐发展到广大乡村。可见当时的巴州,庙宇香火旺盛,到处善男信女。百姓怀着对佛教虔诚的信仰,进行崇佛礼佛活动,或施资兴建寺院庙宇、或捐资开岩凿洞修龕礼佛,他们既是出资人,也是佛教传播者,祈福国泰民安、今生来世。

巴中石窟艺术就是淳朴善良的古代巴中人民造就的蔚为大观的历史遗存。

三、依托石窟艺术资源打造文化品牌的优势与存在的问题

(一) 利用石窟艺术资源打造文化品牌的优势

1、文化竞争力决定城市未来的竞争力

城市文化是市民生存状况、精神面貌以及城市景观的总体形态,并与市民的社会心态、行为方式和价值观念密切相关。在一定程度上体现出城市的竞争力,决定着城市的未来。在当下日新月异的城市发展浪潮中,文化竞争力的影响与作用越来越显著,成为推动城市可持续发展的重要支撑力量。我们看到,在物质增长方式日益趋同,资源与环境压力逐渐增大的今天,

城市本身所具有的文化品牌成为城市发展的驱动力，体现出更强的经济社会价值。巴中的石窟艺术是宗教文化与巴中本土文化在两千多年里相互影响、融合而形成的极具地方特色的文化遗迹，是一座城市从历史中汲取智慧和力量的源泉，也是市民共同的文化记忆与精神家园。当今世界各国的城市发展成功案例中，无论是工业发达的现代城市，还是历史遗迹丰厚的旅游城市或是金融、手工业聚集的商业城市，我们发现其成功的要素之一都是在不约而同的打“文化牌”，着力彰显城市悠久的历史文化和构建广泛的文化认同。以优质的石窟艺术资源打造巴中的文化名片，在面对各种席卷而来的外来强势文化挑战的时候，可以唤起市民的文化自信，增强城市发展的驱动力和竞争力。

2、优秀传统文化促进城市和谐发展

习主席在纪念孔子诞辰 2565 周年国际学术研讨会上指出，中国优秀传统文化中蕴藏着解决当代人类面临难题的重要启示，比如，关于中和、求同存异、和而不同、和谐相处的思想。石窟艺术中蕴含着许多宗教哲理和朴素的处世哲学。在建设文化品牌的过程中挖掘整理其中优秀的传统文化资源，打造成属于城市自己的经典文化符号，向社会宣讲惩恶扬善的传统故事，可以洗涤城市的文明风尚、倡导向上向善的社会风气。优秀传统文化还蕴含着和而不同的处世方法、文以载道的教化思想、

形神兼备的美学追求、简朴致中的生活理念，有利于推动整个城市形成崇德尚礼、友爱向善的醇厚民风，促进城市的和谐发展。

3、品牌唯一性是避免同质化竞争的保障

当前一些城市的发展对城市本身的文化内涵理解传承不够，盲目抄袭模仿其它城市的品牌建设模式，导致城市面貌千篇一律、辨识度不高。有的地方甚至人为制造虚假文化遗迹或是相互争夺历史文化名人来妆点城市文化。巴中的石窟艺术存在了两千多年，在这片土地上历经了岁月的浸润和历史的侵蚀，转化成巴中独有的文化符号，如今保存较为完好，依旧光彩照人，美不胜收。这是其它城市在文化品牌建设中无法依托和不可复制的，也是避免形成品牌同质化竞争的有力保障。

（二）存在的问题与不足

虽然利用石窟艺术资源打造文化品牌有许多优势，但也应该看到目前以石窟艺术为核心的文化产业还存在一些问题与不足。首先是石窟艺术的知名度有待提高。巴中区域以外的许多人都知道巴中有瑰丽的自然风光和红色文化，却少有人知道巴中还有如此规模广、保存好的石窟文化遗迹，这与一直以来偏重自然风光和红色文化的宣传路线是有关系的。笔者多次前往石窟景区参观考察，即便是周末也可以说是门可罗雀，这与游人如织，摩肩擦踵的红叶节相比不知寒碜了多少。如果我们主

观上不重视文化遗迹，它就会像城市的弃儿一样蓬头垢面的藏于城市的角落，要认识到文化遗迹不是城市发展的拖累，相反，当你真正的尊重它、保护它时，它就会成为城市发展中最靓丽的一道风景。其次是石窟艺术与城市建设之间的矛盾。以南龕为例，目前南龕石窟景区周边正在规划建设文化产业园，其目的与功能是否符合石窟遗迹的保护和石窟文化产业的良性发展，是否符合城市景观打造的客观规律，余认为还有待观察与商榷。最后是石窟艺术文创产品的缺失。未见有“叫的响亮，拿得出手”的相关石窟艺术的文创产品。举例来说：去陕西看兵马俑的游客，一般都要带几件旅游纪念品回来，大多会买上几个兵马俑的复制品。巴中的石窟艺术产业恰恰缺乏这类的核心文化产品，造成在品牌推广中产品链匮乏、辨识度不高的短板。

四、以石窟艺术资源为依托打造巴中特色的城市文化品牌

（一）打造特色城市文化品牌的重要意义

1、是“巴蜀文化极地”建设的必由之路。

把巴中建设成为“巴蜀文化极地、巴文化中心、红色文化核心”，是巴中加快建设文化强市的战略目标。以南龕摩崖造像为中心的巴中石窟艺术群落是“巴蜀文化极地”的重要组成元素，以石窟艺术资源为依托打造巴中特色的城市文化品牌，代表着巴中政府、学界和文化工作者对“巴蜀文化极地”的战

略意识与系统思考，对于丰富“巴蜀文化极地”的文化内蕴、深化“巴蜀文化极地”的内涵诠释、营造“巴蜀文化极地”的文化声势，有着重要意义，是实现“巴蜀文化极地”战略目标的必由之路。

2、是有效利用巴中文旅资源的必破之题

作为第三产业龙头地位的文化旅游产业，因其低门槛、易操作、高收益，而被称为朝阳产业，尤其是我国进入小康社会，人均 GDP 达到 2000 美元以后，按照马洛斯需求层次理论，文化旅游自然而然成为人们精神需要的不二之选，这也正是全国各地竞相发展文化旅游产业的根本所在。以石窟艺术资源为依托，突出巴中石窟资源特色并充分利用资源优势，打造巴中特色的城市文化品牌，是对巴中石窟资源宝库长期蒙尘的大胆破题，是让巴中石窟艺术在新的历史天空下大放华彩的必修之功，是给巴中旅游形象注入文化内核，让巴中石窟等宝贵的文旅资源助推旅游事业发展的应有之义，有助于文物保护与合理利用有机结合，天然氧吧的秀美和巴人故地的厚重深度融合，唯此，方不负巴地先祖遗珠，巴人历史馈赠。

3、是无限拓宽巴中文化版图疆域的必经之道

“文化版图”是指一个地域文化的完整性与延续性。在文化传播的动态过程中，既要固守“文化版图”的完整，又要拓展“文化版图”的疆域，才能使文化得以继承和发展。以石窟

艺术资源为依托打造巴中特色的城市文化品牌，在于以巴中石窟艺术群落这一文化坐标为切入点，把巴中历史文化、红军文化、名人文化等文化坐标在文化版图中一一落子，并积极推动“文化版图”向周边、全省、全国，乃至全世界铺开去，“文化版图”所到之处，将把巴人历史广博的文化、巴中石窟瑰丽的形象、红军故里厚重的文脉等文化元素一一展示，从而实现巴中文化输出，无限拓展巴中文化版图疆域。

（二）城市文化品牌建设应遵循的原则

城市文化品牌建设的实质就是将城市特色文化中潜在的内涵价值挖掘、转化为能满足大众文旅消费、促进城市文化发展的系列文化产品。其目的是通过创建优秀的城市文化品牌，提高城市的知名度，进而提升该城市文化市场竞争优势，带动城市总体发展。优秀的城市文化品牌是城市形象设计的核心目标。通过对当地特色文化的深度挖掘和整合，能够提升城市本身在文化、旅游等市场上的竞争力和持续发展的能力。那么，既然是打造地方特色文化品牌，就应该因地制宜，做总体的战略规划，并注意在城市文化品牌建设中应遵循的原则性问题：

1、可持续发展的原则

俗话说：留得青山在不愁没柴烧。巴中石窟艺术就是勤劳智慧的祖先留给巴中人民的一笔宝贵“财富”，如何利用好这笔“财富”为当前城市经济的高速发展以及人们不断提高的文

化消费需求服务，同时也要考虑到如此珍贵的文化遗迹如何保护与传承，为后代子孙留下可持续享用的物质财富与精神家园，这是一个需要认真思考的问题。因此，依托石窟艺术资源打造城市文化品牌，首先就要注意遵循可持续发展的原则。

城市文化品牌建设的可持续发展原则是指要根据人们对文化和精神消费的需求，以文化旅游企业、文化消费者和城市文化战略的长远发展为目标，正确处理当前利益与长远利益的关系，满足适当合理的发展需求，正确处理文旅开发与生态环境保护的关系，当代文化资源开发与传统文化保护的关系。石窟艺术的保护与研究是巴中城市文化品牌持续建设的基础，离开了这个基础，就谈不上什么开发与利用，更谈不上什么本土文化的传承与发展。

2、品牌唯一性的原则

在当前各地各级政府或是民间组织都在大力打造当地文化品牌的大背景下，建设本土文化品牌尤其要注意品牌唯一性的原则，就是要求打造文化品牌所依托的文化资源必须要有其独特之处，品牌特色必须是鲜明和不可复制的。这方面巴中市已经有了一个好的示范，即每年一度的光雾山红叶节，该文旅品牌充分利用了光雾山的独特地貌与自然景观，色彩斑斓，气势磅礴，唯整个川东北地区所独有，本身就具有强大的吸引力，再加上政府的逐年宣传推广，已成为中国西部地区知名的休闲

旅游品牌，其品牌的唯一性就是成功的关键因素之一。反观巴中的石窟艺术，其历史可谓久远，其底蕴可谓深厚，在考古及艺术研究领域某些方面独一无二、全国罕见。依托这样的文化资源打造城市文化品牌具有得天独厚的唯一性优势，有效避免了各地文化品牌建设的同质化现象，形成独树一帜的品牌效应。因此，将巴中石窟艺术做为城市文化品牌建设的主要依托资源是可行且必要的。

3、品牌体系化的原则

所谓文化品牌的体系化是指在实施城市文化品牌战略的过程中，应基于文化资源的核心价值，站在全局角度，以宏观视角规划品牌建设的各个方面，从“体系化”的维度去思考品牌建设的途径与方法。其目的在于有效处理品牌建设中各方面的矛盾，使之变为有序且整体，各方面之间相互协调、相互补充、相互强化，最终形成强大统一的品牌形象。强调品牌的体系化原则是为了避免在品牌建设的过程中出现盲目性、片面性的错误，犯了“头痛医头脚痛医脚”，“盲人摸象”的毛病。例如，巴中石窟资源分布较广，规模等级各不相同，若没有体系化的品牌形象，各地管理机构各自为政，以不统一的宣传文案和视觉设计展示于参观者，难免产生杂乱无序的观感印象，无从形成对巴中石窟艺术的总体感知与认知，这于石窟艺术的传承与推广是及其不利的。当然，品牌建设的系统化并不仅仅只是宣

传文案和视觉设计，它涉及到许多方面，是多个领域、多种形式的综合构建。

4、市场导向性的原则

一个文化品牌的核心价值是由文化消费者的驱动力与文化资源供给者的驱动力共同推动下创造出来的。城市文化品牌体系体现的是复杂的行为关系，包括文化产品、文化受众、文化产品提供者之间相互关系的总和。打造城市文化品牌一定要建立在了解市场情况、预测市场未来、分析市场动态的基础之上，以市场需求作为基本出发点，把准文化消费者的脉搏，把立足点和归宿点放在文化品牌系列产品的开发推广上。

巴中的石窟艺术不是抽象的存在，而是实实在在的一座瑰丽多姿的文化宝库。在作为城市文化品牌背景下，完全可以依据市场导向设计出系列文化产品，使其自成体系，并形成品牌优势，满足不同层次消费者多元的文化需求。消费者在需求得到满足的同时也会逐渐从内心认同该文化品牌，并与之产生共鸣，从而增强了该品牌的向心力和凝聚力，吸引更多的文化消费者关注并参与进来。

（三）打造特色城市文化品牌的宏观对策与实施措施

1、找准定位，打造鲜明地方特色的石窟文化品牌

城市文化是每座城市从诞生至繁荣，汇聚到这里的人们在长期的生产生活中逐渐形成的具有地域性的文化资源及文化环

境，涵盖了城市的地缘、政治、宗教、历史等诸多因素。发扬城市的文化传统，打造城市的文化品牌，首先必须针对城市的文化资源进行分析评估，深挖其文化背景及内涵，再结合城市文化中的地方特色以及当下城市发展中所呈现的文化价值取向，做出精准的品牌定位。

巴中过去曾致力于自然风光、红色文化等领域的城市品牌推广，都取得不错的效果。然而，随着全国城市文化产业的快速兴起，各地都在深挖文化资源，打造文化品牌，同质化问题日趋严重，红色文化遍地开花，许多自然风光更是过度开发，造成严重的环境破坏。在此背景下，一座城市在历史的长河中沉积下来的文化遗迹就突显出独特的优势。巴中的石窟艺术就是这种具有独特优势的优质文化资源，以有着两千多年历史沉淀和承载着巴中淳朴民风的石窟艺术做为城市文化品牌的定位坐标，可以唤起城市的文化自信，树立城市的自我意识，打造出一张属于城市特有的文化名片。

2、完善城市文化符号，建设一批标志性的石窟文化设施

一座城市的面貌,如果说建筑是城市的骨骼,环境是城市的容貌,而传统文化就是承载这座城市精神的基石，尤其是那些穿越了时空的优秀传统文化理念、价值标准、审美趣味被重新唤起，并转化为现代市民的精神追求和行为养成时,那么传统文化就不仅是涵育了一个城市的文明,也撑起了一座城市立足当代的

文化底蕴和精神风骨。当下许多城市在规划建设中，抄袭、模仿之风十分普遍，一味追求“高、大、尚”的建筑风格，对本身具有的民族特点和地域特色置若罔闻，取而代之的是几乎千篇一律的高楼大厦，不切实际的打造“大都市”。导致城市面貌日渐趋同，城市风貌逐渐消失，“千城一面”的现象日趋严重。

巴中若是要依托石窟资源打造城市文化品牌，必须要在城市面貌中突显石窟艺术的文化符号，在全市范围内真正建设一批与巴中城市建设的发展目标相适应，有利于提高城市文化品位和文化含量的标志性石窟文化公共设施，例如在巴中的交通要道、车站、高速路闸口、市内主干道、广场等人流往来密集的区域建设成体系化的石窟艺术符号，这些符号包括雕塑、壁画、建筑外观装饰、路灯广告、公交站及书报亭外观造型等等城市公共设施，并采用以石窟环境色彩为参照的体系化的配色方案，形成稳定而持续的形象感知和视觉导引，以提升石窟艺术的辐射力、影响力和凝聚力。在潜移默化中增强大众对石窟艺术的关注和认同，逐步培育石窟艺术为导向的文化生态，彰显出以石窟艺术为特色的城市文化品牌。

3、完善发展规划，培育和发展石窟文化产业门类

根据巴中的地域特色、文化资源优势、文化消费趋势、经济社会发展现状，结合石窟艺术文化品牌的建设，政府的城市

文化发展规划中应重点发展和完善石窟文化旅游、石窟文创开发等产业门类，推动文化产业与信息产业的结合，积极培育特色石窟文化艺术市场，积极开展国内外石窟文化艺术交流，大力发展文创经济，促进巴中文化产业整体实力的提高和产业结构优化发展。

在文化信息领域可大力举办以石窟知识竞赛、文娱表演等形式开展的石窟艺术教育活动，开设相关网站、网页强化对外宣传力度；在文化旅游领域应优化整合现有石窟资源，将散落各地的石窟串联成具有特色的精品旅游路线；在文创经济领域可开发与石窟艺术相关的若干文化产品，例如以石窟造像为原型的公仔玩具和工艺复制品，以宗教故事为原型的漫画读物及影视作品等等。

4、繁荣文艺创作，兴办以石窟文化为主题的文化活动

围绕巴中石窟的核心艺术价值和人文意蕴，有针对性地举办丰富多彩的文艺创作评比活动，比如举办以石窟内容冠名的主题书法美术摄影比赛；邀请国内外艺术、文学、摄影等业内知名人士和机构到巴中的石窟景区写生采风，鼓励和支持他们创作并留下作品，协助在相关媒体发表；利用网络、舞台、影视、戏剧等平台的作用，编写歌曲、戏剧、影片、纪录片等，创作类似于庐山与“庐山恋”，大理与“五朵金花”，桂林与“印象刘三姐”之类作品，使人们耳熟能详，并借助演艺名人

的效应，扩大宣传效果；积极承办各类与石窟艺术关联的文艺表演、演出、评奖等活动，开展旅游文化节、民俗文化节等节庆活动。通过这些途径和方式推动地方文艺创作繁荣，使之成为城市文化品牌的新亮点。

结语

在历史的长河中，勤劳智慧的巴中人民创造了优秀而丰富的文化遗产，石窟艺术就是其中最具代表性的历史遗迹。