

巴中市哲学社会科学规划项目

(2024 年度)

项 目 类 别 一般课题

立 项 编 号 BZ24YB035

学 科 分 类 社会学

课 题 名 称 关于深挖红色文化助推巴药产业高质量发展的
调研与思考

项 目 负 责 人 岳锐刚

项 目 参 与 人 赵大博、黄皓、熊林

负责人所在单位 中共南江县委党校

联 系 电 话 17336872738

巴中市社会科学界联合会 制

关于深挖红色文化助推巴药产业高质量发展的调研与思考

内容提要：近年来，巴中市高度重视中医药产业发展，通过开展中药材资源保护、推进中药材开发运用等系列举措，实现相关产业蓬勃良性发展。另一方面，巴中市也拥有丰富的中医药红色文化资源。巴中地区的民间中草药和乡村中医在川陕革命根据地建设时期起到了关键的作用，为确保红军健康和伤员救护作出了巨大贡献。然而，尽管巴中市拥有坚实的产业基础和文化资源，但在中医药品牌建设方面却鲜有建树，缺乏认可度高的产品品牌及公共品牌，不利于巴中中医药产业的健康发展。事实上，《巴中市人民政府关于印发巴中市中医药产业发展规划（2020-2030）的通知》《四川省建设国家中医药综合改革示范区实施方案》等文件都鼓励挖掘中医药文化资源，打造全产业区域公共品牌和企业知名品牌。为巴中市深挖中医药文化，建强中医药产品及公共品牌提供了政策依据。因此，本课题将以巴中市中医药产业及文化资源为基础，结合其他地区打造特色医药品牌的经验案例，探索巴中市以深挖红色文化助推巴药产业高质量发展的可行性以及实施路径，为巴中市实现中医药产业协同发展建言献策。

关键词：红色文化；中医药产业；区域品牌创建

巴中素有“秦巴山区天然药库”的美誉，巴中中医药在川陕

苏区时期为救治千千万万红军作出了突出贡献，也为巴中中医药产业高质量发展奠定了良好的人文基础。因此，立足巴中市中医药产业发展现状，探索以本土红色文化打造区域中医药品牌的可行性以及实施路径，将助力巴中市中医药成为社会经济发展、乡村振兴和“健康巴中”建设的重要支撑。

一、巴中市利用红色文化助推中医药产业发展的现实基础

（一）红色文化底蕴深厚，救死扶伤事迹颇丰

1932年12月底，中国工农红军第四方面军西征数月转战千里来到川北，建立了以“通南巴”为中心的川陕革命根据地。川陕苏区建立后，党和政府提出了“以防为主，防治结合”的卫生工作方针，开办了许多医院、医疗卫生所，免费为贫雇农治病，显著改善了苏区人民的健康情况，初步实现了苏区人民“病有所医”。然而苏区专业医务人员稀有，加之被敌方严重经济封锁，西药急缺。为此，各级苏维埃政府积极发动群众组成挖药队进山大量采集各类中草药，在通江、南江、巴中等地采到了杜仲、天麻、川芎、当归、白芍、知母、黄连、桔梗等200多种药材。同时，也发动群众种植田七、沙参、金银花、桔梗、川芎、红花等常用药材，以弥补药材不足。可以说，川陕苏区特殊自然条件孕育的乡土中草药和地方中医为革命工作顺利开展、确保地方百姓的健康和红军伤员的救护作出了特殊的贡献，也留下了许许多多感人至深的救死扶伤事迹。

（二）自然生态环境优良，药材资源优质丰富

巴中是川陕苏区的核心地带，被毛主席称为“中华苏维埃共和国的第二个大区域”。这里属典型的盆周山区、亚热带湿润性季风气候，是道地药材适宜生长区，素有“四川盆地北缘山区重要生物基因库和天然药库”之称。目前，境内现有各类药用动植物**3400**余种，蕴藏量达**8**万余吨。其中，种植经验成熟品种**120**多个，被列入《中国药典》的有**90**多种（大宗常用品种**48**个），多种药材有效成分高于药典标准；通江银耳，巴州川明参、柞蚕蛹，南江金银花、杜仲、厚朴**6**个品种获得国家地理标志保护，早在**20**世纪**80**年代被国家林业局、国家中医药管理局评定为“中国三木药材之乡”。

（三）种养产业初具规模，医药工业快速发展

目前，巴中全市种植中药材共**70**多万亩，有医药规上企业**19**家，国药准字药品批准文号**91**个、中药配方颗粒**300**余种、中药饮片**600**余种，建成中药材良种良繁基地**5**个、万亩示范片**5**个、百里产业走廊**1**个，打造中医药现代农业园区国家级**1**个、省级**2**个、市级**16**个，配套建设中药材产地初加工场所**60**余处，已初步形成“一县一品”产业发展布局。巴州区、南江县列入全省中药材重点县，巴州区、平昌县创建成为国家级、省级中药材溯源试点县和四川省中医药产业示范县，引进国药太极集团、扬子江药业等多家链主企业，投产解毒降脂片、保心宁片等多个产品，衍生银耳面膜、黄芪饮料等中医药产品**100**余种类，中医药生产领域产值屡破新高，中医药产业集群已初具规模。

二、巴中市利用红色文化助推中医药产业发展存在的问题

（一）红色资源文化价值挖掘不够

巴中市一直高度重视红色资源的保护、开发与利用，健全了革命历史资料信息数据库，编制了系列红色资源保护方案，在红色资源发掘利用方面做了大量工作，但也存在不少亟待解决的问题，不利于区域中医药品牌建设。一是没能正确认识中医药红色文化的价值。资源不等于产业，有文化资源并不意味着有文化产业。巴中对中医药产业的开发利用比较深入，但更多是集中在其经济价值上，认为文化价值只是中医药产业经济价值的附属品，没有主动将中医药红色文化转化成为巴中中医药产业现实的、有竞争力的资源。二是对红色文化的开发利用存在差距。许多红色资源尚未得到充分开发，利用效率较低，在实现保护和利用有机结合、相互促进等方面还有较大差距。三是红色文化的传承创新存在不足。红色文化的研究阐释还不够，缺乏对红色文化社会价值的深刻解读，红色故事的整理挖掘不充分、宣传推介少，红色文化品牌打造不多，对红色文化社会价值进行宣传推广的表现力、艺术性亟待加强。

（二）区域品牌意识较为薄弱

巴中是全国道地中药材主产区之一，以中医药为主的生物医药产业发展态势良好，但受限于区位条件、信息化程度等因素，致使不少相关主体忽视了建设区域品牌以及维护品牌的重要性，主要体现在以下三个方面：一是部分农户和企业过于关注中药材

的种植及生产规模，因此时而会发生忽视药材的种植要求和生产标准导致生产出来的产品品质不合格等问题，从而影响巴中中医药产品的口碑。二是产业链上各利益相关者缺乏主体品牌意识，在上下游环节各主体没有严格遵守相关制度也会导致产品品质和口碑受到影响。三是龙头企业和经销商对品牌建设和品牌维护的忽略，在生产经营过程中缺少对巴中中医药品牌价值的认识和规范化管理，也不利于激发红色区域中医药品牌价值。

（三）宣传和营销机制尚不健全

打造红色区域中医药品牌，需要良好宣传营销能力的协助，而巴中在这一方面则存在明显短板。一是营销介质和平台有限。目前巴中各级党政部门所开展的线上宣传，主要集中在“抖音”平台，公众号、官方网页更新都很不及时。线下宣传还是借助于传统的线下广告牌，少量电视广告和政府招商引资推介会，这些宣传方式受众有限，覆盖面不广，信息传播速度不快，已经跟不上信息时代的发展了。二是营销宣传能力不足。目前巴中各类宣传作品中的“精品”少之又少，宣传内容吸引力不足，质量不高，品牌营销效果一般。三是营销宣传人才缺失。打造红色区域中医药品牌需要一定的人才支撑，相关从业人员既需要对红色文化及中医药专业知识有着深度了解，也需要掌握一定的宣传推介专业能力，而巴中市从业人员素质参差不齐，相关专业人才较为匮乏。

三、巴中市利用红色文化助推中医药产业发展的对策建议

（一）科学编制发展规划

围绕巴中市中药材种植、发展现状和特色优势，科学编制红色区域中医药品牌发展规划，设计系列品牌形象（包括品牌名称、品牌广告语、品牌 LOGO、品牌包装、品牌推广等）。各县区结合市级发展规划，编制县域品牌发展规划，明确发展方向和路径，形成“一县（区）一主打品牌、多个特色品牌”的发展格局。

（二）深挖红色资源价值

一是坚持深度融合。把红色资源保护、开发与利用纳入中医药产业发展规划总体思考，推动红色文化和中医药产业融合发展。二是加强巴中红色中医药文化研究。加大文献研究力度，加强与红色英雄后人的联系，深度挖掘旧址、遗址、纪念设施、事件等背后可歌可泣的红色中医药故事，并借助相关红色传播资源，使其社会价值和文化价值能为更多公众所认知和了解，加速巴中红色中医药文化传播。三是广泛开展教育活动。打造一批在全省、全国具有影响力、辨识度的原创性红色中医药文化陈列展览，扩大红色文化覆盖面。利用国家公祭日、烈士纪念日等重要时间节点，依托优秀红色讲解员讲党史、红色夏令营等活动，增强党员干部、青少年等群体对我市红色中医药文化的了解。

（三）塑造优质产品形象

打造红色区域中医药品牌需要保障产品品质，为塑造区域品牌形象提供支撑。一是从源头上管理和把控品质。应对提供相关中药材原料的农户、企业进行培训，要求各经营主体在中药材种植、仓储运输、生产制造等环节严格遵守标准管理，确保产品品

质。二是塑造特色产品形象。鼓励各相关企业从产品包装入手，立足巴中本土红色文化和中医药文化，设计既符合红色区域中医药品牌特性又吸引消费者的精美包装，提高产品及品牌认知度。二是塑造特色企业形象。龙头企业形象是区域品牌形象的直接表现形式，具体表现企业内在精神和外在品牌公关，可鼓励企业将巴中本土红色文化和企业品牌联系起来，从企业理念、企业视觉风格等方面塑造特色企业形象，增强企业品牌竞争力。

（四）健全营销推广机制

一是培育专业能力过硬的营销传播队伍。可以考虑依托巴中职业技术学院等平台开发相关课程，进行专业能力的培养，为建设红色区域中医药品牌持续提供人才支撑。二是建立新型和传统相结合的宣传推广体系。申请注册如“红色巴药”等富有本土红色文化特点的区域中医药品牌商标。遴选第三方品牌创建运营公司，深入开展全市中药材产业调研和红色文化宣传工作。制定品牌推广方案，建立以电商平台、官方微博、微信公众号、头条号、抖音号等为主的新型宣传方式和以拍摄专题宣传片、户外广告等为主的传统宣传方式相结合的宣传推广体系，加强红色中医药品牌宣传推介。三是广泛组织开展线下品牌形象宣传推介活动。利用中医药博览会、全国中药材交易会、行业论坛等，进行广泛传播，持续提升红色中医药品牌美誉度和关注度。打造我市中医药产业“城市会客厅”，集中展示全市优势主导产业、红色中医药文化、红色中药材品牌形象及优质产品。

（五）建立利益联结机制

应完善利益联结机制，使各主体深度参与区域公用品牌建设。比如，进一步健全政府工作激励机制，将相关工作成效与政府行政人员的选拔和录用制度相挂钩，激发政府各类人才在建设红色区域中医药品牌中发挥积极性、主动性和创造性。引导各中医药经营主体承担品牌经营的相关工作，让企业更直接地参与到品牌建设与管理当中，并给予合理的物质奖励（如政策扶持、金融支持、税收减免、用地用电便利等）。鼓励各社会力量投身品牌建设，主动开展商品注册、地理标志申报、品牌推广等工作，形成广泛参与、共同推动的生动局面。

综上，培育红色区域中医药品牌是发展生物医药产业的重要抓手，是助力巴中实现中医药产业高质量发展的有效途径。培育红色区域中医药品牌不是一个部门、一家企业的事，也不是一蹴而就和一劳永逸的，需要投入大量的人力、物力和时间。巴中中医药品牌化程度提升，需要形成以政府为统筹和引领，各主体深度参与品牌建设的发展格局。相信通过集合众智、汇聚众力，巴中红色区域中医药品牌的影响力和竞争力将不断提升，将优质、红色的中医药产品带向更广阔的市场。