



西部文化产业发展研究丛书

西部文化产业发展

文化与经济：

民族文化与产业化发展

施惟达 等著

云南大学出版社

文化与经济

民族文化与产业化发展

施惟达 等著

 云南大学出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

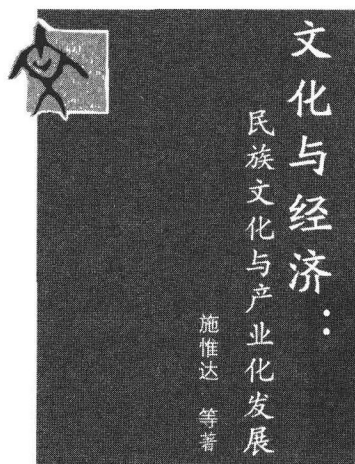
文化与经济：民族文化与产业化发展/施惟达等著. —
昆明：云南大学出版社，2011

(西部文化产业发展研究丛书)

ISBN 978-7-5482-0454-1

I. ①文… II. ①施… III. ①民族文化—文化产业—
产业化发展—云南省 IV. ①G127.74

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第093476号



策划编辑：柴 伟

责任编辑：柴 伟 李 平

装帧设计：◎ 猎鹰创想 | 书籍设计

出版发行：云南大学出版社

印 装：昆明佳迪兴隆印刷有限公司

开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：10.5

字 数：172千

版 次：2011年8月第1版

印 次：2011年8月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5482-0454-1

定 价：28.00元

地 址：云南省昆明市一二一大街182号云南大学英华园（邮编：650091）

发行电话：（0871）5033244 5031071

E-mail：market@ynup.com

西部文化产业发展研究丛书

主 编：施惟达 李 炎

副 主 编：林 艺 李菊梅

编 委（按姓氏笔画为序）：

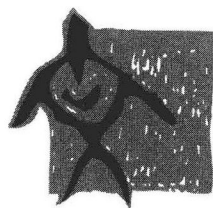
王庆馨 王 佳 王 莹 刘建华

李 炎 李 佳 李菊梅 陈 曦

孟 航 胡洪斌 施惟达 聂 滨

柴 伟

西南边疆少数民族研究中心
云南大学 “211” 工程建设规划项目
国家文化产业研究中心



西部文化产业 一个值得关注的课题

(总序)

施惟达

西部地区的文化产业，由于其历史、社会、经济发展的差异，一开始就处于与东部，甚至中部不同的环境条件下，从而与东部和中部的文化产业呈现出不同的特点。首先是由于经济发展不足，西部地区老百姓的文化消费水平不高，相应地文化消费市场就比较小，这对于一个产业的发展是非常不利的。根据国际经验，人均GDP突破1 000美金是一个重要的拐点，这时不仅文化消费支出的总量会稳步增长，而且文化消费占整个消费的比重会明显提高，这就会给文化产业的发展带来有利的因素，而10多年前西部地区普遍达不到这个数。其次是产业人才匮乏，现代技术人才、文化创意人才、市场营销人才都严重短缺，给文化产业的发展带来极大制约。再次是西部地区有经济实力的大企业少，政府普遍比较穷，这对于新产业的支撑和培育能力也就十分有限。这些都是西部地区文化产业发展的先天弱项。但是，文化产业发展已然在世界和全国范围内呈现出方兴未艾之势，处于不发达地区的西部不能再错过这个新的历史机遇。回过头来审视，西部地区的文化产业发展也有其自身的条件和优势。最大的优势无疑就是资源的优势。相对长期以来开发过度的东部和中部，西部地区大多山高谷深、交通不便，保留下了丰富的自然景观资源和民族文化资源。诚然，资源不是产品，但是资源与产品之间并无鸿沟。从文化产业的角度看，这些资源自然而然地吸引了大量的旅游者，造就了西部地区的文化消

费市场。所以，认真地讲，西部地区的文化产业基本是从旅游业起步的。其实在国外，例如日本、韩国等，观光旅游业就属于文化产业的范畴，只不过在我国，20世纪80年代旅游业兴起时候还没有文化产业这一概念，于是从体制上造成了两个独立的产业。由于旅游业的带动，西部地区文化产业就以演出演艺、节庆会展、手工工艺等为主体，而东部的文化产业更多地关注出版、传媒、影视、动漫、软件、广告、时尚等领域。这样，西部文化产业从产品形态上与东部发达省区产生明显差异。

再者，西部地区是我国众多少数民族的聚居区，浓郁的民族风情和民族特色使西部地区的文化产品带有鲜明的印记，这也是在市场的期待下西部文化产业所着意突出的。可以说，西部文化产业在某种意义上说就是民族文化产业，即以表现或展示少数民族文化为主要特征，并使其产品和服务产业化的活动的集群。而民族文化产业的特殊性或许还在于，由于市场、技术、资金等条件的限制，其生产和服务往往是沿袭传统的家庭或作坊式小生产，而非现代的社会化大生产，更没有高科技手段的运用，简而言之，是手工的作坊式生产而非流水线的大规模复制。虽然这种方式所获取的利润不能与社会化的大规模生产相比，但从另一方面来看，民族文化产业的低门槛使广大农民有了参与的途径和新的创造财富的机会，从而带动了农民共同发展，是一项典型的民生工程。在国际上，发展文化产业的意義不完全在于它能贡献多少GDP，更在于它提供新的就业机会。在我国，据有关研究表明，发展包括文化产业在内的第三产业所创造的就业岗位远高于同等规模的第二产业所创造的就业岗位。^①不仅如此，由于民

① 张晓明，胡惠林，章建刚．战略性调整中起步的中国文化产业．见：2003年：中国文化产业
发展报告[M]．社会科学文献出版社，2003：5．

族文化产业的发展，使传统的民族文化资源的价值又有了新的拓展。传统的民族文化资源是各民族在漫长的历史发展过程中所创造和积累下来的宝贵财富，是民族智慧的结晶，但在此之前的相当一段时期，这些文化资源在全社会追赶现代化的浪潮中遭到摒弃，而陷于濒临灭绝的境地。现在赶上了“经济文化化、文化经济化、经济文化一体化”发展的新的世界潮流，从而获得了新生的契机，成为西部地区文化产业发展的战略性资源。文化产业发展为民族文化的保护与传承找到了一条新的路径，当然这其中有很多值得深入探索的理论和实践问题。

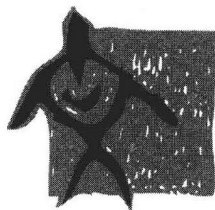
西部文化产业的发展也突破了西部传统资源依赖型发展的老路，对生态保护发挥积极作用。自然资源是不可再生资源，西部地区的经济过去长期地依赖于不可再生的自然资源，如煤、矿、森林等，而且由于加工技术的限制，这些资源大多以初级产品的形式供应给发达地区，产品附加值低，对生态的破坏日趋严重。文化产业开发的是民族文化资源，是人的文化创意，这就大大减少了对自然资源的开发强度，使生态环境的保护有了新的支撑。

本丛书以西部文化产业为主要研究对象，是多年来我们关注和研究以云南文化产业为代表的西部文化产业发展的一批阶段性成果。云南省在20世纪90年代较早提出建设民族文化大省的战略目标，2000年后着力发展文化产业，推出了以《云南映象》为代表的一批文化产品，及以丽江为代表的文化体制改革和文化产业发展的典型，在全国产生了很大影响，呈现出政府推动、社会参与、市场运作、品牌先导的文化产业发展的西部特色。在这一发展过程中，无论是理论层面还是实践层面，无论是体制层面还是政策层面，都有许多值得总结的成功案例，也有许多值得分析的失误教训，更有许多值得深入探索的未知道路。丛书从不同角度涉及了这些内

容。如果上升到理论上，研究的中心就是围绕着在经济不发达的地区如何发展一个需要建立于发达的经济基础之上的产业这一关键点。虽然还不成熟，毕竟也是跟随历史的发展记录下来的思考。

云南大学文化产业研究所成立于2003年，开始只有两三个人，在学校的支持下，研究所逐渐壮大，有了全国高校的首批文化产业管理本科专业。文化产业研究所也受到省里的高度重视，成为推进云南的文化体制改革与文化产业发展的力量，直接参与了其中的包括调研、培训、规划等一系列工作。经过几年的努力，文化产业研究所已发展为文化产业研究院。云南大学文化产业研究院同时也是经省委宣传部和省教育厅批准挂牌的云南文化产业研究院。研究院现在拥有10多名中高级的专职研究人员，设民族文化产业与民族经济两个博士学位授权点，并先后获准成为文化部在高校挂牌的6个国家文化产业研究中心之一、云南省首批哲学社会科学研究基地（民族文化与文化产业方向）等。可以说，我们是随着文化产业的发展一同发展起来的。今天的西部文化产业站在“十二五”的一个新起点上，我们也将追随它的发展脚步，继续努力。

2011年5月



目 录

西部文化产业：一个值得关注的课题（总序） 施惟达 ■ 001

上 编 理论探讨

一、民族文化的价值及其经济化 ■ 002

（一） 民族文化的界定 ■ 002

（二） 问题的提出 ■ 002

（三） 民族文化的价值二重性：使用价值与交换价值 ■ 004

（四） 民族文化经济化的不同含义或层面 ■ 007

二、民族文化生态：民族文化的共生体 ■ 012

（一） 民族文化发展的三个阶段 ■ 012

（二） 什么决定民族文化的生与存 ■ 018

（三） 文化生态是一个复杂的系统 ■ 020

（四） 现阶段的民族文化生态与民族文化变迁 ■ 023

三、民族文化生态保护与民族文化发展 ■ 028

（一） 民族文化的保护与发展 ■ 028

（二） 民族文化生态保护 ■ 029

（三） 选择适合的发展方向与发展目标，
保护民族文化生态与民族文化 ■ 030

（四） 文化产业：民族文化生态与民族文化保护的一条有效途径 ■ 032

四、建立民族文化生态评估指标 ■ 034

（一） 建立民族文化生态评估指标的意义和必要性 ■ 034

（二） 建立民族文化生态评估指标的原则和方法 ■ 035

（三） 民族文化生态评估指标构成 ■ 036

五、民族文化产业在西部地区的勃兴 ■ 040

(一) 民族文化产业的含义 ■ 041

(二) 民族文化资源是民族文化产业的战略性资源 ■ 046

六、民族文化产业发展形态与模式 ■ 053

(一) 民族文化产业的发展形态 ■ 053

(二) 西部民族文化产业的发展模式 ■ 061

七、民族文化产业与社会主义新农村建设 ■ 069

(一) 社会主义新农村建设的基本含义和建设重点 ■ 069

(二) 发展民族文化产业是促进社会主义新农村建设的重要途径 ■ 071

(三) 发展民族文化产业是社会主义新农村建设的重要内容 ■ 077

八、西部地区的文化生态保护与乡村文化产业发展 ■ 081

(一) 西部：文化生态保护区 ■ 081

(二) 文化生态：乡村文化产业发展的基础 ■ 084

(三) 乡村文化产业：构建文化生态保护的新路径 ■ 089

下 编 个案研究

石林县月湖村：文化生态保护与文化产业发展 ■ 094

在“水”中保护 在“用”中发展

——对云南沧源翁丁佤族原生态村的实证分析 ■ 102

峨山县：花鼓舞带动乡村文化产业发展 ■ 112

丽江：民族文化生态与文化遗产产业 ■ 125

西双版纳：展演型的产业开发模式 ■ 131

大理：传统民族工艺资源与文化产业发展 ■ 138

西部民族歌舞：文化消费语境下的多向度发展 ■ 148

参考文献 ■ 159

后 记 ■ 161



上
编
理论探讨

一、民族文化的价值及其经济化

(一) 民族文化的界定

在全球化的语境下，今天人们讲民族，有广义与狭义之分。广义的民族指的是中华民族，也就是以汉族为主体，由56个不同的民族组成的现代国家民族；狭义的民族指的是组成中华民族的各个民族，在很多情况下是指除汉族外的其他55个少数民族。

文化也有广义与狭义之分。广义的文化是指人类的一切创造，包括物质的、精神的、制度的、技术的。例如泰勒的经典定义：“文化或文明，就其广泛的民族学意义来讲，是一复合整体，包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及作为一个社会成员的人所习得的其他一切能力和习惯。”^①狭义的文化指文学艺术、娱乐消遣等。但今天，文化通常与政治、经济、社会相区别，是指人们的社会活动与社会结构中的一个组成部分。如果说，政治活动是求“权”的活动，经济活动是求“利”的活动，那么文化活动就是求“意”的活动，而社会则是保障人们生活所必须的公共部门和设施，如卫生医疗、防灾减灾、慈善救济等。传统的社会结构由政治、经济、文化三部分所构成，而随着社会的进步与发展，社会层面的内容越来越重要，已不能为传统的上述三个部分所包容，于是单列出来，成为现代社会结构的一个独立部分。在与政治、经济、社会相区别的层面的文化，既没有无所不包，也不是如狭义文化那么局限，它既包括了人类历史上的创造发明，也包括现代人们的与精神生产和创造有关的行为、制度、组织、成果。于是，我们所研究的民族文化，就是指除汉族文化以外的少数民族文化，他们是以求“意”为核心的精神和物质的创造活动，包括他们的风尚习俗、技术技艺（艺术）、符号语言、群体组织、观念心理等。民族文化与民族政治、民族经济、民族社会有着非常密切的联系，或直接或间接，甚至有时就是混为一体的。这也就是民族文化研究的特殊性。

(二) 问题的提出

今天，许多人都对民族文化的价值有了深入的认识。一致的看法是，尽管经济向全球化的方向发展，但文化却应该是多元化的。各个民族的文

① 泰勒：《原始文化》，中译本，上海文艺出版社1992年第1版，第1页。

化都有着保存的价值。而且,有的学者还提出,民族文化也可以资本化和产业化,因为在新世纪,文化消费已成为人们的一项重要消费内容。随着技术的进步、生产的发展,社会物质供应越来越充分和丰富,与此相反,生活消费却出现了“脱物化”的趋向。购物不一定是去买需要的东西,而可能是去寻求一种体验,享受一种心情,或是和家人在一起娱乐的活动。总之,精神消费所占的比重在生活费用支出中日益加大。与这种发展趋势相一致的是旅游业在世界范围内的勃兴,旅游者的足迹已经出现在世界上不管多么闭塞偏僻的地方。而当旅游者对陌生神秘的异民族文化表现出极大的兴趣时,这些平时并不受重视的民族文化产品的确显示出了它的经济价值。一条手工制作的粗糙的独龙毯,过去仅仅是自用,但在好奇的游客那里却可以卖到它的主人从未见过的那么多的钱。这种新的发展趋势也被描述为经济的文化化与文化的经济化。

情况是复杂的。对于广大待发展的边疆民族地区来说,众多旅游者蜂拥而至的景区、景点毕竟非常有限,绝大多数地区由于种种条件的限制(如交通、特色、知名度等),并没有人问津,或许只有少数研究者会到那些条件异常艰苦却又很有文化独特性的地方去,而广播、电视、商品的覆盖面非常之广泛,因此眼见的实际往往是,少数民族传统文化在商业文化、大众文化、主体民族文化、官方文化的冲击下逐渐消失,无论是语言、服饰、艺术、建筑乃至节日、习俗等都是如此。现在,要想找一个典型的民族村寨都比较困难,只要某一种文化事项,不论是建筑、节庆、技艺或习俗等,还有较好保留的,相关部门都会把其申请为民族文化保护点(村),足见民族文化的稀缺。面对这样的实际,作为民族文化的“我者”的人们,尤其是年轻的一代,并无不安的感觉。相反,他们所向往并着意模仿的,是通过从电视、广播、报纸等各种传媒到大量商品乃至外来者的展示所提供的现代流行文化。倒是作为“他者”的研究者们深感不安,他们往往大声疾呼保护民族文化的口号。另外,许多民族文化在人们发现其经济价值后,被粗俗地商品化,被肢解,被表浅化、空洞化,以至被伪造,如供旅游者参观的民俗(特别是婚礼仪式,甚至有一些宗教仪式)、伴餐的民族服饰、歌舞等。在这种状态下,作为文化主体的民族群体与自己的文化产生了某种程度的疏离。作为生活方式和生存样式的民族文化从民族的现实生活中剥离出来,成了表演项目,甚至因为不断地重复

表演而使表演者产生了厌恶情绪。这样就产生了一个问题，到底民族文化的价值在哪里？它的意义首先是对“我者”还是对“他者”？

（三）民族文化的价值二重性：使用价值与交换价值

为了使这个问题变得更清晰些，我们有必要对价值问题作一点梳理。首先所谓价值，是指事物具有的对人的意义或效用，它能满足人的某种愿望或需要。马克思说：“物的有用性使物成为使用价值。”并引约翰·洛克的话作为注解：“任何物的自然worth（价值）都在于它能满足必要的需要，或者给人类生活带来方便。”^①由于人的需要是多种多样的，于是价值所包含的内容也是多方面的，对价值可以作多种角度的划分。如根据效用性质的不同可分为实用价值和非实用价值；物质价值和精神价值；经济价值、道德价值、认识价值、审美价值、教育价值、娱乐价值等。根据发挥效用的方式不同可划分为直接价值和间接价值。根据发挥效用的范围不同可划分为普遍价值和特殊价值。根据发挥效用时间不同可划分为历史价值和现实价值。根据效用的表现形态不同又可划分为潜在价值和显现价值。如此等等。马克思在分析商品的构成因素时，指出了商品价值的二重性，即使用价值和交换价值，并说：“使用价值同时又是交换价值的物质承担者。”^②马克思对价值的这一种分析角度同样是我们应该重视的，尤其是在谈到民族文化走向市场的时候。

民族文化是一个民族在长期的生产生活过程中积累形成的，也是一个民族赖以生存的基础及进行内外部世界（包括自然界与社会）交流沟通的工具和手段。具体来看，作为一种行为模式（包括制度、规范，也包括认知模式、情感模式、心理模式乃至审美模式等）的民族文化，它的价值是多重多面的。它沟通调节着民族群体与生境（自然、外族）、民族社会群体内部、民族个体与社会等多重的关系，并塑造着民族社会的理想人格，为个体提供归属感、幸福感和心理上的依托。同时，民族文化的这些价值和内在意义又常常是被符号化、系统化，以象征方式表达出来的，这就使民族文化涂上了五彩缤纷的颜色和鲜明耀眼的个性特征。比如，作为民族文化重要构成的民族语言，不仅对一个民族的思维方式、认知方式有着巨大的影响，而且在某种程度上决定着一个民族的世界观。用极端的话

① 《资本论》第一卷，中译本，第48页。

② 《资本论》第一卷，中译本，第48页。

来说,有什么样的语言,世界就显现出什么样的图式。又如,不同的文化所提供的人生意义和价值观也是不一样的。同样一种条件、一种现象、一种事物、一种环境或一种状态,对一种文化下的民族是好的,可能对另一种文化下的民族就未必如此。因此,民族文化的意义和价值无疑首先是对该文化主体而言的。在历史上,不同的民族文化间更多的是相互排拒。实际上,民族文化的一个重要功能就是对同一文化群体的认同和对不同文化群体的排拒。崇尚中华文化的炎黄子孙又自称为“龙的传人”,不管走到世界的什么地方都有一种中华的意识,都保持表明自己身份的春节习俗。传统上,他们将外族称为“夷”。人类学家们用自己的观察经验证明,不仅发达民族视不发达民族的文化为落后,就是不发达民族视发达民族的文化,同样认为是不可理喻的。

但是,民族文化并非对外民族就毫无价值和意义。实际上,不同民族间的文化碰撞、冲突或交流,常常带来不同文化的相互借取,并导致文化的繁荣和昌盛。著名的文化变迁研究专家克莱德·伍兹曾经引述过林顿一段描写美国文化如何向异文化借取的非常生动的文字:“我们十足的美国公民从床上醒来,这床的式样起源于近东,在传入美洲前被北欧人所改造。他盖的被子是棉制的——棉花最早在印度种植;或是亚麻的——亚麻为近东的产品;或是羊毛的——那也是近东所开始驯养的动物;或是绸缎——这则是中国人的创造。他匆匆地穿上他的拖鞋,这是东部林地的印第安人的用品。然后走进洗澡间,里面的设备是欧洲和美洲的发明的混合物,这都是近代的。他脱掉睡衣,这原是印度的长袍,洗澡肥皂是古代高卢人的所有物。随后他刮胡子,这种自我虐待的方式看来是从苏美尔或古埃及传入的。……我们的朋友结束早餐后坐下来吸烟,一种道地的美国人的习惯,消费的却是巴西种植的植物。他或者使用烟斗,源于弗吉尼亚的印第安人;或是香烟,源于墨西哥;或者瘾很大的话甚至可能是一支雪茄,从安第列斯群岛通过西班牙传给我们的。抽烟时他浏览报纸,字母印刷是古代闪米特人的发明,依靠的则是中国人的材料和德国人的方法。当他关注国外骚乱的新闻报道时,如果是一位健谈的人,他会用印欧语感谢希伯来的造物主——上帝使他生为一个纯粹的美国人。”^①

① [美]克莱德·伍兹:《文化变迁》,施惟达、胡华生译,云南教育出版社1989年第1版,第25~26页。

文化人类学理论中著名的传播论学派就认为，文化发展的条件就是不同文化的接触、交流、学习、借鉴。当然，学习借鉴不是照搬，而是对新的东西进行再解释或再创造，以符合自身的需要。另外，在不同文化的接触、交流中，借取也不是单向的，而是双向或多向度的。不仅是弱势文化会向强势文化借取，强势文化也同样会向弱势文化借取。在中国历史上，不仅少数民族向汉族学习了很多东西，汉族同样向少数民族学习了很多东西。唐代所盛行的“胡服骑射”就是典型的例子。在美洲，土著与白人接触同样是双向的借取：“白人带来了马但借取了独木舟。当今天不少美洲印第安人在欧洲风格的房子里时，无数的美国人却至少在帐篷里度两周的假。印第安人吉姆·色伯是全美著名的足球运动员，而常春藤联盟学院的学生却热衷于印第安人的长曲棍球。在食品原料方面，白人则学得更好。他们借取了玉蜀黍、豆、瓜、玉米粥、玉米花、野稻、可可粉、番茄、土豆、火鸡。”^①当然，在文化的学习和借取上，外显的、物质的、技术的层面比较容易，而内隐的、观念的、制度的层面就比较困难。

从文化的内部来看，文化是一个包罗面非常之广的复杂聚合体，涉及社会生活的方方面面，在民族发展的过程中，或由于外部环境的变迁（如自然界的改变、外部社会的改变、文化的交流甚至外敌的入侵等），或由于内部社会的改变（如新发明新创造的运用、新思想新行为的产生、领袖人物的更替等），加之文化传承过程中的自然衰减规律，民族文化会随社会条件的改变而变迁，旧的不适宜的文化因子会消失，新的适宜的文化因子会产生。先是局部的部分的变迁，慢慢地会导致全局的整体的变迁。如果一个民族在这样的过程中缺乏对自己民族文化的自觉意识，那么，很可能被异民族的文化所同化（在受到外来文化冲击的情况下），或很可能出现民族文化的退化（特别在一些弱小、封闭的民族群体中），最终是民族文化的消失——这也意味着民族的消失。因为民族的存在就是以其文化作为象征或标识的。在漫长的人类历史发展过程中，不同的民族及其文化的消消长长已经上演过不知多少次了。著名的如玛雅文化，只在丛林中留下那些巨大的石头逗引着现代人的对曾经辉煌历史的猜想和感伤。对于民族文化的消失，人们过去并不是太在意，正像对自然物种的消亡并不是太在

① [美] 克莱德·伍兹：《文化变迁》，施惟达、胡华生译，云南教育出版社1989年第1版，第37页。

意一样。但今天人们对不同民族文化的存在意义有了新的认识。出于保存文化多样性的需要，正像出于保存生物物种多样性的需要，专家或有识之士提出要保留各民族的传统文化，抢救各民族的传统文化，并且要所谓的“原汁原味”地保留。

客观地说，民族文化的消失有的是必然的，有的则不是。由于时代的变迁，已经失去存在合理性的民族文化事象的消失是必然的。但有的文化事象并没有丧失其存在价值，只因为种种原因没有传承下来而消失，这种消失就没有必然性。比如，有的行为习俗因为民族的生存环境或条件的改变而失去了意义或不可能保留，它的消失就是合理的；而有的文化事象只是因为未受到应有的重视而失传就非常可惜，比如民间的许多工艺技术、文艺创作等。对于那些合理消失的文化，要求“原汁原味”的保留，就容易使人产生到底为谁而保留，为什么要保留的疑问。当然，要简单地判断在民族传统文化中，究竟哪些是属于合理消失的，哪些是属于值得保留的是一个很困难的问题。但是至少可以确定的是：第一，任何民族的传统文化都不可能完整地、“原汁原味”地保留；第二，民族文化的价值和意义首先是对于“我者”的，其选择评判的标准首先必须是“我者”的生存与发展的需要，而不是保存人类的文化多样性的需要或对“他者”的文化借鉴意义的需要。无疑，任何一种民族文化，都是全人类文化的重要组成部分，都对他民族的文化有着宝贵的交流和借鉴作用，但这种价值和意义，是建基于对“我者”的价值和意义的基础之上的。不能设想，一种对本民族的生存和发展缺乏价值和意义的文化，能够对他民族的文化和整个人类文化产生积极的作用和影响。

总之，在民族文化的价值层面，民族文化必须是以对文化主体或文化持有者（“我者”）的价值为核心和基础的，也只有以此为核心和基础，才能产生对文化异体或异文化持有者（“他者”）的价值，才能构成全人类文化的有价值的重要部分。就是说，民族文化首先是立足于对“我者”的价值，才会有对“他者”的价值；首先有自身的使用价值，才会有交换价值。民族文化的对本民族的使用价值是与他民族文化交换价值的载体。

（四）民族文化经济化的不同含义或层面

总结不同民族之间相互交往的历史可以看出，民族间的经济贸易与文化交流是两种有密切联系但又能相互区别的行为。虽然一个民族的商品不