

彭岚嘉 黄怀璞 彭江嘉 著

中国西部文化产业 发展战略选择

ZHONGGUO XIBU WENHUA CHANYE FAZHAN ZHANLUE XUANZE

中国社会科学出版社

国家社科基金项目 项目号: 04XZX006

彭岚嘉 黄怀璞 彭江嘉 著

中国西部文化产业 发展战略选择

ZHONGGUO XIBU WENHUA CHANYE FAZHAN ZHANLUE XUANZE

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国西部文化产业发展战略选择/彭岚嘉, 黄怀璞, 彭江嘉著. —北京: 中国社会科学出版社, 2008. 12

ISBN 978-7-5004-7684-9

I. 中… II. ①彭… ②黄… ③彭… III. ①文化—产业—发展战略—西北地区
②文化—产业—发展战略—西南地区 IV. G127

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 007652 号

责任编辑 张小颐

责任校对 李 莉

封面设计 高丽琴

技术编辑 张汉林

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂 装 订 广增装订厂

版 次 2008 年 12 月第 1 版 印 次 2008 年 12 月第 1 次印刷

开 本 170×235 1/16

印 张 19.25 插 页 2

字 数 305 千字

定 价 36.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换

版权所有 侵权必究

目 录

序言	(1)
绪论 文化产业理论的形成与拓展	(12)
一 文化	(12)
二 文化产业的概念和内涵	(21)
三 文化产业与文化事业	(27)
四 文化产业理论的产生和发展	(34)
第一章 世界文化产业发展趋势和经验	(43)
一 世界文化产业发展态势	(43)
二 美国文化产业	(48)
三 欧洲文化产业	(54)
四 亚洲文化产业	(65)
第二章 中国文化产业的整体走向	(72)
一 中国文化产业兴起的背景及意义	(72)
二 中国文化产业发展脉络	(77)
三 中国文化产业发展的现状和走向	(84)

第三章 中国西部文化产业发展现状	(92)
一 中国文化产业发展的区域差异	(92)
二 西部文化产业发展整体状况	(98)
三 西部文化产业开发的路径选择	(104)
第四章 文化产业在西部大开发中的作用	(113)
一 西部大开发对西部社会的影响	(113)
二 文化产业在西部大开发中的作用	(123)
第五章 西部文化市场开发	(136)
一 西部文化市场	(136)
二 西部文化市场开发对策	(143)
三 西部文化旅游市场开发	(150)
四 西部文化演艺市场开发	(155)
第六章 西部文化产业的开发模式	(159)
一 发达国家文化产业开发模式	(159)
二 中国文化产业开发模式	(164)
三 西部文化产业开发模式	(178)
第七章 西部文化产业的重点门类	(187)
一 文化旅游业	(187)
二 文化演艺业	(194)
三 文化出版业	(200)
四 电影电视业	(210)
第八章 西部文化产业的典型案例	(219)
一 广西：民歌效应	(219)

二 甘肃:《读者》现象	(222)
三 云南:丽江模式	(227)
四 宁夏:影城奇迹	(232)
五 贵州:侗歌范型	(238)
六 陕西:乐舞视窗	(240)
 第九章 西部文化产业的区域化布局 and 策略	(245)
一 文化产业布局的影响因素	(245)
二 西部文化产业的布局	(251)
三 西部文化产业的区域化策略	(256)
 第十章 全球化视阈中西部文化产业的战略选择	(272)
一 全球化及国家文化安全	(273)
二 西部文化产业与国家文化安全	(281)
三 西部文化产业的战略选择	(286)
 参考文献	(296)
 后记	(302)

序 言

孙若风

西部是中华文化的发祥地，是红色文化在中国落地生根最终郁然成林的根据地，今天也仍然是中国文化产业众多品牌的摇篮，仅在兰州，就有堪称中国民族舞剧经典的《丝路花雨》和多年雄踞世界期刊发行量前列的《读者》，横贯市区的百里“黄河风情线”，被公认为城市设计和经营的“典范之作”，是一个开放的旅游景点和公共文化服务平台，还有可能成为一个开放的文化产业园区。西部的历史文化塑造了自古至今中国人的精神世界，决定了中华民族的精神气质，并且是全国文化艺术生产的资源库，所以它是中国文化“软实力”的蓄水池，是中国文化产业挺进世界的大后方。

西部是文化产业苏醒较早的土地，高涨的热情、大胆的探索、成功的实践，使这里成为我国文化产业早期的发动机。西部在文化产业理论上也有筚路蓝缕之功，同样是在兰州，就有一群文化学者和业界人士在不断地总结和思考着，推动着西部乃至全国文化产业新的自觉，彭岚嘉教授主持的国家社科基金项目的最终成果《中国西部文化产业发展战略选择》，是其中最新也是最突出的成果。

中国的文化产业伴随着中国的市场经济勃然兴起，势如破竹。受经济社会发展整体水平限制的西部，虽然在文化产业的多个方面领先一步，但总体上与东部发达地区的差距越来越大，目前仍处于启动和培育阶段。在经济全球化的冲击下，在中国东西部发展的持续性失衡中，如果文化产业方面不抓紧有更多

的作为，西部优势将逐渐丧失，风光难再。尽管西部已经打造了一系列适应当代文化市场的产品，而且已经有了不少运作的成功经验，对当地经济增长不同程度地发挥了作用，也给老百姓带来了一些经济利益，但是，总体上说，这些产业与当地居民特别是农民的文化生活的关系并不大，或者说对丰富群众的生活、提高他们的生活质量，并没有产生直接影响，形成了外来消费者与当地民众文化生活互不相干的两重天。而人们更愿意看到的是，西部文化产业能够将文化成果就近惠及最缺少文化生活的西部人民，在文化利益上能够关注民生、改善民生、保障民生。如今，文化产业界各种理论纷繁陆离，各种经验层出不穷，西部有许多理论观念需要澄清，一些基本战略需要抉择。

《中国西部文化产业发展战略选择》的学术价值，是它在大量调研基础上对中国西部文化产业发展战略进行了科学系统的研究，不仅从总体上对文化、文化产业及西方成熟的文化产业经验作了概括分析，而且针对西部实际状况，就文化产业在西部大开发中的作用、西部文化市场问题、西部文化产业的开发模式、西部文化产业应着力发展的重点门类进行了深入探讨，同时对西部文化产业发展中已经形成的具有代表性的典型案例作了理论总结和解剖，提出了西部产业的区域化布局构想及其基本策略，并认为西部文化产业的发展还要有一种全球化视野，要从维护国家文化安全的高度确立西部文化产业的战略。

2007年7月底我到兰州挂职，恰逢彭岚嘉教授在兰州市建委挂职，我们一起为兰州申报国家历史文化名城奔波。在这个时候读到他早先出版的《中国西部文化发展战略研究》，书中对西部文化产业多有涉及，获益匪浅。《中国西部文化产业发展战略选择》完成后又有幸成为最早的读者之一，知人论世，尤为亲切，有很多启发和共鸣。他请我作序，我也正想借此一吐为快，算是对共同挂职经历的一个纪念。

发展西部文化产业的特殊意义，在于它与西部特殊的社会生态、人文生态、

自然生态和内心生态高度关联。西部的这些生态是美好的，同时又是脆弱的。而西部是全国最敏感也是最柔弱的地带，多种矛盾交织于此，众多焦点汇聚于此，牵一发而动全身。所以，西部的这“四大生态”不仅是西部的，也是全国的。

首先是社会生态。西部历来多民族杂居，其中不少民族还是跨国而居。长期以来这里风俗醇厚、民性质朴，在恶劣的自然环境和动荡的历史环境中，各民族相互扶持，相濡以沫，但不同民族之间，不同族群之间，不同宗教之间，不同教派之间，也存在着错综复杂的矛盾。千百年来，在中华文化的凝聚下，各种矛盾化解在祖国的大家庭中。但这些矛盾的起伏、团结与分裂两种力量的消长，始终威胁着国家的稳定和统一。新中国成立后，党和政府致力于消除民族隔阂和不平等，各民族人民成为国家主人，在西部地区形成了和谐的民族社会和民族文化。特别是改革开放以来，国家经济社会持续健康发展，极大地增强了民族自信心和自豪感，也有力地增强了社会主义核心价值观的凝聚力，国家的强盛进一步奠定了保持国家统一的雄厚基础。新一轮西部大开发，更是有利于国家长治久安的大计。不过，在当前日益复杂的国际形势下，居安思危，对民族团结和国家安全始终怀着强烈的忧患意识，绝非杞人忧天。

共同的文化活动是融洽民族关系的良方。早在先秦时期，我们的前人就发现了“乐和同”的规律，共同的文化活动具有融和感情、促进和谐的作用，它能让参与者在共同的文化艺术活动中同声相应、同气相求，由共同的文化艺术节律导入共同的生命节律，形成心理合拍和同体共振。进入这样的“化境”，可以是传统的祭祀歌舞，也可以是当代的种种文化艺术活动。公共文化服务体系就是这样一个人人享有的现代文化大平台，是各民族人民平等进入的公共空间。所以，在西部要大力构建公共文化服务体系，让公共文化服务的阳光普照这里所有的人。文化产业也是一个黏合彼此的重要平台，从长远来看，在市场经济体制下，它或许还是一个更加广阔、更加灵活的平台。共同的文化需求期待共同的文化产品和文化服务，共同的文化产品和文化服务又培育和强化共同的文化趣味和选择。特别是西北地区文化资源和产品通过市场走向全国，经受

各地消费者的自主选择,可以在彼此的欣赏中增强各民族之间的文化沟通和认同。

在西部地区发展文化产业,还有利于改变当地单一的经济结构,缓解就业压力,减少社会矛盾。第三产业落后是西部的突出问题,经济发展跛足,就业和再就业机会相对较少。在当前工业化、城镇化和新农村建设的进程中,特别是加快土地经营权流转,实现农业规模化、集约化经营的背景下,第三产业将是消化农村剩余劳动力的重要领域。发展与旅游相关的文化产业,是目前西部地区比较普遍的选择,也是最明智、最现实的选择。通过旅游开发,游客来了,不仅带来了消费,而且带来了就业岗位。

第二是人文生态。西部是中华大地上出现第一缕文明的地方,黄土高原是炎黄子孙的精神家园。西部各民族保持着自己的生活习俗、宗教信仰和文化传统,使用着自己的语言或文字。这些文化多元并存,交相辉映。西部现代化和城市化的后发性,使这里丰富的文物和非物质文化遗产得以侥幸留下。留下的还不只是文物和非物质文化遗产,更有它们与这里居民日常生活的联系,它们仍然深嵌在人们的思想道德和行为方式之中,活化在当地每个人的生命过程之中。但明显不利的是,当人们普遍认识到传统文化、民族文化的珍贵性,东部已经有经济力量保护文物和非物质文化遗产了,西部则心有余而力不足。另外,越来越多的西部农民到外地打工,而能够走出去的很多是农村社会精英和文化骨干,导致许多地方非物质文化遗产传承出现青黄不接的断层。农村文化建设积贫积弱,腐朽文化则沉渣泛起,一些畸形力量正在影响着这些地方文化的文化格局。

文化产业为保护西部人文生态提供了新的契机和途径。西部发展文化产业,很大程度依重于对当地文化资源的利用。地方文化资源的市场利用,让农民从一个新的角度看到了家乡文化的价值,有了保护这些文化的经济动力,这是一种新的发现和新的动力。当前在文化资源的掠夺式开发的情况是存在的,但文化产业给传统文化带来的应该不是灾难,而是前所未有的契机。而且,任何有眼光的文化产业主管部门,任何希望打造有生命力的文化品牌的企业,都会注意到对传统文化资源和民族文化资源的保护,防止竭泽而渔的方式,防止对文

物和非物质文化遗产的“保护性破坏”。

第三是自然生态。西部天地辽阔，山河壮丽，但同时又是生态最脆弱的地方。有统计表明，我国高寒、沙漠、黄土和喀斯特四大生态脆弱带，多分布在面积达到345万平方公里、占国土面积35.9%的西部地区，占全国生态脆弱区的60%。西部水土流失面积占全国的80%，沙化面积占99%；草原“三化”面积占93.2%，沙漠化面积占全国的绝大部分。“茫茫九派流中国”，而中国的绝大多数河流都发源于西部，西部日益恶化的自然生态，不仅成为这里发展经济的严重障碍，而且严重威胁着整个中国的安全。保护好这里的自然生态，也就取下了已经悬在整个民族头上的一把利剑。

文化产业将直接或间接地成为修复自然生态的新推手。在人口与自然的矛盾日趋尖锐的情况下，文化产业是减轻西部土地承载、实现农村剩余人口就业转移的重要出口，是西部走出越开发越贫穷的恶性循环的重要途径。大力发展与旅游产业、观光农业相联系的文化产业，有利于遏制对土地的过度索取和对水资源的低效使用，加快退耕还林、退耕还草的进程。文化产业作为无烟工业，把资金、项目投向文化产业，就是投向这里的青山绿水、蓝天白云，就是投向西部人和中国人的健康生活。

第四是内心生态。西部人心地坦荡，乐观开朗，加上许多少数民族保持着接近自然的生活方式、能歌善舞的艺术氛围，所以，尽管他们生活不算富足，但精神常常是富足的，焦虑、抑郁等各类表现于心理上的“城市病”明显少于东部发达地区。但需要正视的是，西部生产、生活水平的落后，在全球化和信息化的今天变得一览无余，这势必会打破西部人的内心平衡。特别是当来自西部农村的进城务工人员与发达地区直面相遇时，种种失落会更加突出。此外，东西部经济发展的差距已经导致了社会文明发展整体水平的落差，最明显的例证便是迄今为止西部已经进入“全国文明城市”行列的数量远不如东部，而这项活动的测评体系已经对西部有所“照顾”了。在构成地方文明的几大要素方面，如政务环境、市场环境、法制环境、人文环境、生态环境和人居环境，西部明显落后于东部，而这些要素往往成为西部产生心理冲突的诱因。这也是近年来西部群体性事件明显高于东部的社会基础。

保持和提高西部人的幸福指数，是一个综合工程，任何一个方面的严重落差，都会导致西部群体性的心理失衡。心态的平衡、生活的幸福，既是一种源自人生观和价值观的理性判断，也是一时一地的即时感受。而这些都是“文化问题”。文化产业能够为解决这些文化问题发挥独特的作用，它以产业运作的手段，以丰富的文化产品和现代文化服务，拓展、延伸西部人传统的休闲方式和生活方式，增强民众的幸福感。

总之，西部有着国家的万里边疆长廊，是众多河流的上游，也是中国文化的故乡。没有西部和谐的社会生态，就没有中国的稳定和统一；没有西部繁荣的人文生态，中国文化就失去了自己的家园；没有西部宜人的自然生态，整个中国就失去了遮风挡雨的屏障；如果没有西部人的平衡内心和由衷展露的笑脸，西部的山水就失去了魅力。当然不能指望文化产业一招制胜，解决所有的问题，但它确实能够起到四两拨千斤的作用。西部产业要考虑到它对当地经济发展的支撑力量，发挥其改善当地居民物质生活水平的作用，更要进一步考虑到它对西部社会生态、人文生态、自然生态和内心生态的作用。由此出发，应该说这里发展文化产业更加紧迫，人们寄予的希望也更大。

二

西部发展文化产业有着得天独厚的优势，包括自然资源和人文资源。西部也已经形成了一大批文化产业品牌，积累了丰富的文化产业经验，涌现了众多杰出的文化产业人才。更难得的是，西部地区普遍重视文化产业，在政策上、制度上做了大量工作，许多地方已经形成了有利于文化产业发展的大气候。但是，制约西部文化产业的瓶颈也十分明显，文化企业举步维艰，最突出的是：

第一，社会市场化程度低。在市场经济体制下，一个地方的市场化水平决定着文化产业的水平。这是西部文化产业越来越落后于东部的最重要的原因。在目前的西部文化产业发展中政府确实应该担当起组织者和启动者的角色，但并不意味着可以替代市场的主导作用。比如，在发挥市场对资源配置的基础性

作用方面，西部仍有较多羁绊，从根本上制约着文化产业的发展。特别是非公经济在西部比重很低，难以成为市场平等竞争的主体力量，不仅影响着社会资金进入文化产业，而且影响着国有文化企业的改革，比如股份制改造。第三产业在地方经济结构中权重太小，层次不高，无法发挥其应有的产业效应，使位居第三产业的文化产业不仅难以脱颖而出，即便是出来了，也孤掌难鸣。作为市场要素的劳动力流动远不如东部和中部地区活跃，而且素质也相对较低，流动上有很大的盲目性，使得文化产业难以吸纳需要的人才。此外，与市场经济相对应的政务环境、法制环境建设也相对落后，也阻碍文化产业市场的正常发展。

第二，公共服务水平低。文化产业不仅与公共文化服务互生互动，而且与其他公共服务领域唇齿相依。公共服务均等化，突出目标之一就是区域间服务的均等化。即便是城乡服务均等化问题，也集中表现在西部。西部大开发以来，西部公共服务建设渐有起色。特别是随着政府职能向服务型政府转型，西部大开发的重点也由 GDP 转向公共服务。在教育、卫生、环保、交通等多个公共服务建设领域，西部是国家重点倾斜的对象。但是，由于历史欠账太多，再加上在多民族居住、地广人稀，西部的公共服务建设成本远远高于东部和中部，这里的公共服务能力上要追赶上去，还需要一个相当长的时期。公共文化服务体系作为公共服务的一个分支，而且是这些年建设力度又明显较弱的分支，不仅未能实现自身保障公民基本文化权益的自身功能，也很难配合与呼应当地文化产业的发展。

第三，消费能力低。多年来，消费一直是拉动中国经济发展三驾马车中最弱的一匹。文化娱乐消费是消费中最重要指数之一，对文化产业发展的制约更是直接而明显。西部消费在全国又处于下游，中国的最低消费群体主要是在西部特别是农村。按理说，西部受少数民族特别是游牧民族生活影响，更有休闲的欲望和习惯，更有娱乐的文化传统和社会氛围，这是西部各类“农家乐”比其他地方更兴旺的原因，也是进一步启动西部文化消费能力的基础。但因为收入有限，人们目前普遍消费水平很低，比如参加各类节会，一家人出动，很多都是自带干粮。这迫使西部文化产业的一些重要门类只能采取走出去的办法，

将主要消费对象定位在外面城市。而西部文化产业自身的一些缺陷,比如说产品和服务未能对接大众的真实需求,大众没有成为完整意义上的文化市场消费主体,也抑制了当地居民的消费欲望和消费能力。

三

西部发展文化产业,要把社会效益放在更重要的位置。在其社会效益中,又要将民族的团结、社会的稳定、国家的文化安全 and 环境安全,西部各民族人民的幸福感等因素充分考虑进去,把西部大开发的目标考虑进去,增强紧迫意识和危机意识。要看到西部发展文化产业的特殊困难和制约,以更明晰的分类指导和更有效的扶持方法,给西部文化产业创造更大的发展空间,提供更多的发展机会。

基于对西部发展文化产业特别重要性和特殊困难的判断,如何在推进西部文化体制改革和发展西部文化产业发展上既与全国保持同步,又能体现分类指导,如何在思路和政策上既应有所坚持,又应有所变通,是应该引起深思的。

第一,在区分文化事业与文化产业的基础上,加强二者互动。改革开放30年来,文化体制改革的最重大的收获,是传统的文化建设形成了公益性文化事业与经营性文化产业两大分支,并且由此明确了政府在推进二者发展上的不同职能和不同方式。区分文化事业与文化产业,对于西部至关重要。在市场经济体制下,只有按照产业的思路 and 办法,才能充分认识和有效利用西部文化资源并将它变现出社会效益和经济效益;只有按照事业的思路 and 办法,才能在保障公民基本文化权益的目标下对西部特别是西部农村有所倾斜,保证对图书馆、文化馆、博物馆等公益性文化事业的投入。要通过继续深化文化体制改革,明确身份,该转企的要转企,对西部的倾斜不应该体现在该转的不转上,而应该体现在转企后按照公共文化服务的需要给予资助上。只有这样,文化体制改革的思路才更明晰,政策才更顺畅。

在严格区分事业与产业的基础上,要充分考虑到西部的实际,在许多情况

下可以用“分工不分家”的思维解决一些现实问题，你中有我、我中有你，这样符合西部实际，也更有利于事业单位和产业单位的生存与发展，不必一概强求非此即彼、泾渭分明。特别是在西部农村，只要能达到丰富农民文化生活、用健康文化占领精神文明阵地的目的，不妨多采用一些事业与产业融合的综合办法。比如说，农村戏班子应该是市场上自我生存和发展的市场主体，属文化产业的范畴，但在目前颇能解决农民的文化饥渴问题，其作用远不是国家剧团送戏下乡所能取代的，能否从准公益文化产品的角度明确政府在政策和资金上的扶持责任？而且从保护传统优秀文化的角度来看，这些剧团是当地民族民间文化艺术的重要载体，能不能从非物质文化遗产保护方面给予国家财力的支持？另外，从大量乡镇文化馆站是“空壳”的现实问题出发，能不能在保证公益性为主的前提下，允许它们结合当地实际搞一点文化产业项目，比如说参与当地非物质文化遗产走向市场、介入当地旅游产品的项目开发，这样既可解决一些经费问题，又可从事业的角度将这项产业变为当地群众的文化生活？这些应该是允许探索的。

这些探索不是要走回头路。因为它是以区分事业与产业为基础的融合，虽然一些文化单位身兼二任，但桥归桥路归路，“亲兄弟明算账”。西部的许多文化产业门类和服务门类都可以作为公共文化服务需要的准公共产品和私人产品纳入文化事业的范畴，予以扶持。实际上，这些年来不少地区已经采用政府购买、补贴等方式，向基层、低收入和特殊群体提供免费文化服务。比如设立农村文化事业专项资金，通过政府购买的形式，鼓励专业文艺演出团体到农村进行文艺演出、电影公司组织放映队到乡村放映电影、乡镇政府组织农民群众开展各种文体活动。人们清楚地认识到，将公共投资更多用于农村基础设施建设和公共服务建设，并以此来改善民生，缩小城乡差别，有利于造就城乡一体化的市场。

第二，在加快“走出去”步伐的同时，注重开发本地市场，就是“向外”也“向内”。西部文化产业要更加积极、坚定地走出去。所谓“走出去”，指的是向外开发市场，既包括面向国际市场，也包括面向国内其他地区的市场；既包括把产品和服务送出去，也包括吸引外国和外地消费者来本地消费。西部文

文化产业“走出去”，是中国文化产业“走出去”总体战略的需要，也是一些文化产业的品种决定了它不能囿于本土，只能走出去才能维持生存与发展，比如一些杂志和舞台艺术。当然，有些则是在目前西部文化消费能力普遍较弱情势下的无奈之举。

西部的文化产业需要“行商”，也需要“坐贾”，需要向外，也需要向内，需要到外面去攻城略地，也需要面向本地的市场和本地的消费者。能够走出去的文化产品和文化服务终究只是少数，而更多的还是要面向本地，这是满足人们多方面多层次文化消费的需要，也是众多文化产业企业基本的生存之道和发展方式。比如成都郊县已经成为“农家乐”品牌的“五朵金花”，虽然享誉全国，但消费者却主要是本地市民。像重庆城乡接合部出现的“洋人一条街”、“美丽乡村”，还有兰州以“桃花会”挑头的安宁仁寿山风景区、以“梨花会”挑头的皋兰什川风景区，如同繁星洒落在城乡的各个角度，给当地居民生活带来了新鲜的色彩。

第三，在继续下大力气扩大文化产业的企业规模、组建大集团的同时，也关注和扶持普通文化企业，扶大带小，以小助强。西部文化产业与其他任何产业一样，要千方百计地寻求整合资源，扩大规模，能大则大，能强则强。这些年来，西部也打造了这样一批大企业，它们显示出大船出海、集团作战的突出优势。西部文化产业要发展，就不能没有这样的集团作为领军方阵。要通过资源整合，以资产为纽带，重点培育发展一批实力雄厚、具有较强竞争力和影响力的大型文化企业和企业集团，实现规模化经营、集团化运作。不过要引起注意的是，一个时期以来，文化产业界存在着贪大求洋的倾向，“集团”、“带有集团性质的企业”满天飞，这种假大空的风气让公众啧有烦言。

西部文化产业需要巨人，也需要小人物；需要大集团，也需要游击队。这才是文化产业发展的常态。正是大量名不见经传的中小企业支撑起了文化产业的一片天空。在市场经济社会中，几乎是有人群的地方就有小型文化产业实体，比如书店、歌厅、网吧、茶摊，等等。这些文化经营单位处于文化产业的底层，也构成了文化产业的基座，虽然规模小、投资少，但见效快，而且产权明晰，机动灵敏，适应性和生命力强。实际上，城市也有不少小型企业，涉及

文艺演出、影视节目制作、出版发行和版权贸易、广告会展、古玩及艺术品交易、动漫和网络游戏开发及衍生行业，林林总总。企业小，但作用大，不仅填补了市场空缺，适应了城乡居民的文化需求，而且创造了大量就业岗位。在建设农村文化市场中，固然可以利用连锁、加盟等多种方式延伸大型文化企业的触角，但主要还得靠小型文化生产和经营实体，它们聚沙成堆，汇流成河，是一支不可小视的文化产业力量。

西部的文化产业仍处于草创阶段，理论、政策上的诸多层面只是破题而已，从这个意义上说，中国西部文化产业还有深入研究下去的必要。行成于思而毁于随，在文化产业的八面来风中，西部要有独立思考和明智的选择。

谨以此为序。