

# 苗族银饰文化产业 调查研究

# MIAO SILVER

INVESTIGATION  
AND  
RESEARCH ON  
MIAO SILVER  
ORNAMENTAL  
CULTURE  
INDUSTRY

郑泓灏 著



# 苗族银饰文化产业 调查研究

INVESTIGATION  
AND  
RESEARCH ON  
MIAO SILVER  
ORNAMENTAL  
CULTURE  
INDUSTRY

郑泓灏  
著



社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

## 图书在版编目(CIP)数据

苗族银饰文化产业调查研究 / 郑泓灏著. -- 北京 :  
社会科学文献出版社, 2018.9

ISBN 978 - 7 - 5201 - 3263 - 3

I. ①苗… II. ①郑… III. ①苗族 - 金银饰品 - 文化  
产业 - 调查研究 - 中国 IV. ①TS934.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 185707 号

## 苗族银饰文化产业调查研究

---

著 者 / 郑泓灏

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 任文武

责任编辑 / 高 启

出 版 / 社会科学文献出版社·区域发展出版中心 (010) 59367143

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: [www.ssap.com.cn](http://www.ssap.com.cn)

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 15.25 字 数: 191 千字

版 次 / 2018 年 9 月第 1 版 2018 年 9 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 3263 - 3

定 价 / 78.00 元

---

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

## 序

小郑小两口，找我询问过一些问题，因此认识他们。那时候，他们还很年轻，也很谦虚，但有一种初生牛犊不怕虎的精神，经过一番磨砺之后，现在都有所成就。夫妇共同搞研究，本来就并不多，一起研究同一对象的就更少了。一起生活，一起研究，争论的是学术，促进的是情感，堪称学术夫妻，或许学术上的“神雕侠侣”就是这样炼成的。

民族学原本是研究异文化的，但自从费孝通先生开创研究本民族文化的先河以来，民族学的研究理路更加丰富，从而得到他老师马林诺夫斯基的赞赏。然而，也使得一部分人误认为只有研究自身文化才能获得深入的理解。对此，费老认为是一个“进得去出得来”的问题，即对于研究异文化的人是一个“进得去”的问题，对于研究本文化的人是一个“出得来”的问题。无论“进去”与“出来”都是异文化体系间比较研究的问题，只有对本文化与异文化都有深入的理解，才能建立参照系，更好地研究他文化、本文化或共同的文化问题。郑泓灏的《苗族银饰文化产业调查研究》正好是对这个问题的探索。

如果说有的民族用金子炫耀他们所拥有的财富，那么苗族则是



以银饰打扮自己心爱的姑娘。苗族银饰深深地嵌入苗族社会文化结构，被纳入苗族社会的意义体系。没有银饰的人就不是苗族社会里的人，没有银饰的姑娘也不成其为苗族姑娘，不能提供银饰给女儿的家庭就一定是不称职的苗族家长。

这个精彩不是一时的心血来潮，而是来自一系列的制度机制。苗族姑娘即使出嫁了，也不是“泼出去的水”，以往还要留一份“姑娘田”给她，作为她与娘家往来的用度开销。“土地改革”过后，没有了“姑娘田”，也就转化为增加银饰的分量。最终彻底分离男女继承财产的方式，男人继承房产、田产，女人继承银饰。银饰随着婚姻圈流动，几乎是对等的流入与流出，只是时间的长短问题，因此不用担心银饰的永远流失。这是一种双系继承制度的体现。男人既然得到了不动产，就要为女人动产的不确定性提供可靠的保障，也就是舅权制度存在的意义。比如，婚姻解体，舅家有权利追回由娘家带过去的银饰；老姑妈去世，舅家有权开棺验尸等。所谓“舅舅为大”“出嫁不离家”正是苗族维护弱势妇女权利的一种制度设置。既然银饰是妇女财产的体现，展现的是穿戴在身上的财富，那么“多”与“重”也就成为苗族银饰的特色之一，也塑造了一种“厚重”与“多样”的审美取向。也就是说，任何社会文化现象都有其深厚的历史根源，这就要看追问的程度与方式了。

银饰形制、图案自然地表现出苗族文化元素，如银角、银鸟、银花之类。然而银饰主要是男人打制的，它的形制自然带有男人的观念。男人主外的模式使男人有更多机会与异文化接触，这在银饰图案上也留下了印记。这是族际文化生态模塑的结果。

文化产业是文化、产业、市场等多种要素的交集。作为文化产业的银饰，自然存在双重性问题，一方面要适应内部市场，这是保卫社会的延续与发展问题；另一方面要适应外部市场，这是族

际共同繁荣与共生整合的问题。外部市场要适应不同文化的不同需求，才能在对方市场生根发芽。这就需要知己知彼，互相适应，建构共同规则。目前，市场上出现不少苗族银饰的伪劣产品，这是资本无孔不入而违背文化知识产权与市场规则所导致的。这些方面在郑泓灏的《苗族银饰文化产业调查研究》里，或隐或显地均有所涉及。

全书调研记录比较细致。例如，该书的“黔东南雷山、台江实地调研”“黔东松桃、铜仁及湘西花垣、凤凰、古丈、吉首实地调研”“黔南都匀、贵定、惠水实地调研”等相关章节，涉及苗族东部方言区、中部方言区、西部方言区，并通过对“工作人员访谈”“苗学专家访谈”“文献收集与通信访谈”等调研方式，对三江、吉首、塘龙等地方苗族银饰文化产业发展状况进行研究。这些都取得一定的成绩，但还有待系统资料的进一步完备，多种研究视角探讨的步步深入。

本书作者把调查点选在湘黔两大苗族聚居区，尤其是具体调查点很有代表性。作者发现，无论是在黔东南的施洞、雷山，黔南的都匀，黔东的松桃还是湘西的凤凰都有不同规模的银饰产业。其存在的基础是这些苗族地区各种节庆活动都离不开银饰的装扮，而且各个地区都有本土的苗族银匠非物质文化遗产传承人，以及各种苗族银饰设计花样与穿戴习惯，甚至在很多地区都有以苗族银饰产品研发为主体的大型生产厂家，如凯里的以“仰阿莎”命名的苗族银饰生产基地和凤凰县以“小红鼠”命名的苗族银饰传习所等。苗族银饰文化产业对民族地区的经济发展起着不可忽视的作用，发展苗族银饰文化产业，对实施精准扶贫具有一定的启发意义。

多年来的田野调研和潜心研究已使作者融入苗族社会文化里，



把这些辛勤收集的资料整理著书，是作者对苗族银饰文化产业研究成果的初步展示。有了好的开头，就是成功的一半。希望此后更加努力，奉献出更加高质量的学术专著。

刘 锋

2018年6月16日于贵州大学

## 前 言

本书为 2017 年湖南省教育厅资助科研项目“湘西民族工艺的传承与发展研究”（项目编号 17C1321）、2017 年湖南省哲学社会科学基金项目“苗族东部方言区银饰文化产业创新发展研究”（项目编号 17YBX028）研究成果，主要围绕苗族银饰文化产业相关知识与调研进行阐述，共分为四个部分。第一个部分是对苗族银饰文化产业课题的提出及其意义进行阐述，第二部分是对苗族银饰的市场分布与制作工艺的调研，第三部分通过与工作人员、苗学专家、银匠通信访谈以及文献收集、鉴别等多种研究方法对苗族银饰的文化与产业价值进行调查，第四部分是对苗族银饰文化产业的现状分析与发展进行研究。文化资源是文化产业发展的基础和前提。随着文化产业的发展，人们意识到文化资源的丰富与否与一个国家和地区的文化产业发展密切相关。苗族银饰锻制技艺是民族地区很宝贵的文化资源，开发这一民族特色工艺产品对发展文化旅游、民族银饰产品以满足游客新的审美需求起到促进作用，并提升游客的消费品位，从而带动区域经济的发展，并相应增加民族地区贫困人口的收入。

本书稿在对苗族聚居地进行实地调研的基础上进行整理、分析、讨论，同时，另附调研时采集的 112 幅图片，大部分是 2016 ~ 2018





年在湘黔地区苗族银匠家里或苗族集市上拍摄的，以及由银匠提供，让读者直观感知苗族银饰锻制技艺的保存与发展现状，及其文化产业的发展状况。在著作过程中，笔者查阅了大量的资料文献，并深入贵州东部、南部、湘西等苗族东部方言区、中部方言区进行银饰文化产业调研，并绘制了相关的5个图表，对民族地区精准脱贫的实施以及苗族银饰锻制技艺非物质文化遗产资源的开发提供参考与建议。

郑泓灏

2018年5月写于吉首大学张家界校区

# | 目 录 |

第一章 苗族银饰文化产业调查研究的提出和意义 .....	1
第一节 文化产业概述 .....	1
第二节 苗族银饰文化产业的内涵 .....	9
第三节 苗族银饰文化产业调查研究的目的是 .....	11
第四节 银饰艺术与苗族群体的依存关系 .....	27
第二章 苗族银饰调研报告 .....	32
第一节 黔东南雷山、台江实地调研 .....	32
第二节 黔东南松桃、铜仁及湘西花垣、凤凰、古丈、 吉首实地调研 .....	59
第三节 黔南都匀、贵定、惠水实地调研 .....	119
第四节 关于湘西山江地区苗族银饰工艺的生存现状及 文化产业创新发展 .....	134
第三章 苗族银饰文化产业研究方法 .....	150
第一节 工作人员访谈 .....	150
第二节 苗学专家访谈 .....	156



第三节	文献收集与通信访谈 .....	164
第四节	文献鉴别与历史性调查 .....	173
第四章	实地考察苗族银饰文化产业的现状与发展 .....	180
第一节	吉首及周边苗族银饰工艺的生存现状及发展趋势 ...	180
第二节	当代文化语境下的苗族银衣装饰习俗及保护研究 ...	186
第三节	苗族银饰文化产业与生态旅游发展的传承与发展 ...	195
第四节	苗族东部方言区银饰文化产业创新发展研究 .....	199
参考文献	.....	211
附录	地理标志产品 黔东南苗族银饰 .....	213
后 记	.....	231

# 第一章 苗族银饰文化产业调查研究的提出和意义

## 第一节 文化产业概述

### 一 文化产业

#### (一) 文化产业的内涵

文化产业是以文化资源为基础，文化创意为核心，文化科技为动力，充分发挥人的智慧，进而创造财富与就业的新兴产业。随着社会经济的快速发展，文化产业在各国经济发展中的地位越来越重要，如今已成为世界公认的“朝阳产业”。<sup>①</sup> 联合国教科文组织将文化产业定义为按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。由此可概括出文化产业的定义是，通过生产、流通、分配和消费文化产品及其服务来实现创收的产业部门。

---

<sup>①</sup> 肖丰、陈晓娟、李会：《民间美术与文化创意产业》，华中师范大学出版社，2012，第1页。

文化产业所包含的产业范围是广泛的。一般来说，文化产业是指从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。

文化产业的概念因文化产业理论发展的不成熟和实践的快速发展，以及文化产业本身具有的开放性特点，不同国家、不同社会、不同行业都对文化产业有着不同的认识与理解，处于不同历史时期的人们对文化产业的认识与理解也不一样，其外延不断拓展难以统一。从我国的情况来看，就文化产品性质而言，文化产业是向消费者提供精神产品或精神服务的行业，是以市场经济配置文化资源为基础，通过产业化方式进行运作、生产、经营的群体，它包括文化艺术、广播影视、新闻出版为核心层的行业。<sup>①</sup>

## （二）文化产业的特征

### 1. 全面认知文化产业所具有的产业基本特征

文化产业是国民经济中生产具有文化特性的服务产品的单位的集合体，具有一般产业所有的大规模商业运作、工业化和产业化的操作模式及组织模式、追求利润最大化的企业行为等一般性质。<sup>②</sup>但是关于产业的规模与利润的理解是相对的，对于民族民间文化产业则不能完全以追求大规模商业运作和利润最大化为目标，一些传承民族民间艺术文化行业由于规模不大、利润不高，其生产经营还需要政府加以保护及经费投入；一些非物质文化遗产的创作产品也不能盲目地以追求组织规模最大化为目标，而是要更好地传承中华优秀传统文化，并以此为企业的重要责任。从根本上来说，树立具有自身文化品牌的文化产品，提升国民文化自信才能真正使自己的文化创作产品满足老百姓对美好生活向往日益增长的需求。由此可见，

① 朴智渊：《延边地区文化产业发展研究》，延边大学硕士学位论文，2013。

② 张廷兴等：《中国文化产业概论》，中国广播电视出版社，2009。

文化产品的生产不能盲目跟随市场，而要主动引导市场消费行为，激发人们新的审美需求与使用需求，有利于拉动市场与消费需求，使其良性发展。

当今，文化产业成为推动全球经济发展的新动能，然而在全球的文化产品生产、消费、流通中，如何凸显自己本民族的文化特色，同时又对异族文化包容与兼容，是我们所共同面对的课题，特别是在某些大国利己主义政策的施行下，更富有挑战性。对文化产业理论的全面理解能引导有利于市场发展的实践行为，而如果以“单纯追求利润最大化的企业行为作为产业的一般性质”进而演变为大国的经济政策行为，就会愈加促使利己主义政策的施行，这样会打破世界经济的平衡，发展为尔虞我诈的贸易战。由此可见全面认知文化产业是重要的。

### （1）产业的定义与分类

产业是指一些具有某些相同特征的经济活动的集合或系统，它是一个经济学意义上的概念。<sup>①</sup>产业的形成与发展同社会分工的产生与发展紧密相连。在现代西方经济学中，由费希尔、克拉克、库兹涅茨等人提出的三次产业分类方法对18世纪英国产业革命以来人类生产的社会分工状况进行了分类描述，从而形成了产业结构和产业组织理论。

关于产业的分类，从横向上看，产业的概念有广义和狭义之分。广义的产业是由一般社会分工形成的产业大类，即农业、工业和服务业（商业）三大生产部门；而狭义的产业是指在一般社会分工之下由特殊社会分工形成的生产部门，如工业内部的冶金、纺织、机械等生产行业。从纵向上看，有时候，产业只指生产物质产品的集

---

① 胡慧林：《文化产业概论》，云南大学出版社，2005，第83页。



合体，有时专指工业，有时泛指一切生产物质产品和提供劳务活动的集合体。产业分类概念是经济学用以研究和描述经济活动的理论工具，同时被应用于某一国家的国民经济统计。但作为理论和经济统计的工具，产业分类概念相对于现实中的具体产业运行，总是滞后于实际的产业发展，且由于世界各国经济状况的差异，同一产业分类概念在各国的具体应用中所包含的内涵也千差万别。但是无论社会怎么发展，无论产业的概念如何变化，都脱离不了产业是经济活动这一基本特征。<sup>①</sup>

### （2）产业化的一般特点

产业是经济条件活动下的特有现象，有它自身的特点，即对市场的依赖性、规模性和一般消费性。这些特点主要体现在经济活动这一基础之上。虽然不同的产业具有不同的特点，但是从产业化的理论定义可知，产业化的基本内涵是，以市场为导向，以效益为中心，依靠主打龙头（品牌产品）带动科技进步，实现区域化布局、专业化生产、一体化经营、社会化服务和企业化管理，为现代经济的经营方式和产业组织形式。<sup>②</sup>

### （3）文化产业具有文化的一般特征

文化一词用来指人类社会的精神现象，泛指人类所创造的一切物质产品和非物质产品的总和，亦被称作精神产品、知识产品。文化产业是从事文化生产与服务的产业，具有与文化相关的特征：一是熏陶意识，提升审美能力；二是传递性与传承性特征明显；三是丰富的民族地域性和多样化。

## 2. 文化产业的突出特点

文化产业的特点是基于文化产品而延伸的。文化产品也称“文

<sup>①</sup> 荣跃明：《文化生产论纲》，复旦大学博士学位论文，2009，第88页。

<sup>②</sup> 张廷兴等：《中国文化产业概论》，中国广播电视出版社，2009，第14页。

化商品”，是指具有特定文化含量的精神消费品，与物质产品满足人们衣食住行的实用需求有所不同，文化产品具有精神性（符号消费性）、意识形态性、创意性、价值延伸性和增值性等几个突出的特点，并随着社会实践发展而不断发展。

### （1）文化产业的符号消费性突出

符号是指人的生存环境及社会关系等一切有意义的物质形式，也是一种传达信息的有意义的中介物，即介于人与物之间的关系，并在解释这种关系活动中形成符号的功能，包括能指具体事物与所指抽象含义。文化产品的主要功能：直接作用于人的精神，主要是促进和提高人们的思想境界，改善人的精神状态，培育人们的道德情操，着眼于全面提高人的素质。这明显不同于一般物质产业的直接消费性，而具有很强的符号消费性。世界是由各种符号系统组成的，万事万物都可看作各类符号系统中的一个符号。而人类所创造的符号系统主要分为语言符号（实物形式的人工符号）和非语言符号。文化产业以语言符号为主体，辅以非语言符号。人类文化即符号的文化，人类生活在一个充满着人工符号的文化文本的世界中，即对狭义上的符号进行消费。<sup>①</sup>

### （2）文化创意是文化产业的核心

挖掘中华民族文化资源，用创意打造中国文化产业品牌。中国文化产业的发展必须走将中华民族优秀传统文化资源转化为与当代社会消费需求相适应的文化产品的创新之路。挖掘本民族文化资源中最能代表本民族文化性格的差异化特征，用创意建立起本民族文化资源的符号表达体系，即文化品牌的确立，这既关涉能否集聚起本民族的文化资本，又关涉将来中华民族文化软实力的核心竞争力。

---

<sup>①</sup> 张廷兴等：《中国文化产业概论》，中国广播电视出版社，2009，第20页。





正如皇甫晓涛教授在他著的《创意中国与文化产业》一书中所说的那样：“中国人又开始了本土化、民族化的文化重构与文明再造，开始了创意中国的新文化运动。”<sup>①</sup>

### (3) 文化科技是文化产业发展的动力

科技对文化产业的介入包括文化产品生产手段、文化产品流通方式、文化资本市场的优化创新等方面，而文化科技创新是推动文化产业不断发展的原动力。文化产业的概念是对现代社会文化生产、传播和消费的形态概括。从人类文化的起源看，文化的发生与传播相伴随，或者说，文化为了传播的需要而诞生。文化传播方式的每一次变化都会对文化发展产生重要影响。从史前岩画艺术对生活的记录、结绳记事等到从象形文字、抽象文字的创造及其载体甲骨、竹简、木牍、金石、缣帛、纸张的发明（造纸术），再到纸质书籍、电子书籍、硬盘、U盘、云盘、电视、电脑、手机的诞生；从雕版印刷术到泥活字、木活字、铅活字、铜活字等活字印刷术，再到机械彩墨印刷、喷墨打印机、激光打印机、3D打印技术的使用；从早期人类肢体语言、声音语言的诞生到模拟影像，再到数字化、同步翻译技术、高分辨摄影技术、全息投影技术、高分辨率全球定位系统、微芯片制造、人工智能、可控光等技术的突破，这些语言、图像、文字等文化载体在现代科学技术帮助下越来越便于人们记载与传递相互的思想意识，促使人与人沟通的障碍消除。从飞鸽传书到人工书信来往、邮政等快递、发电报、电话交流、有线电视，再到无线电视、光纤通信、邮箱、QQ聊天、手机微信、卫星导航、量子通信等传播渠道的发展，可见，随着科学技术的日益进步，人与人之间的心灵距离不断拉近；而随着水路、水空、陆空两栖交通工具

<sup>①</sup> 载肖丰、陈晓娟、李会：《民间美术与文化创意产业》，华中师范大学出版社，2012，第3页。