

■ 国家社会科学基金项目（编号10XMZ046）

西北地区 民族文化旅游产业发展模式研究

窦开龙◎等著



飞天出版传媒集团

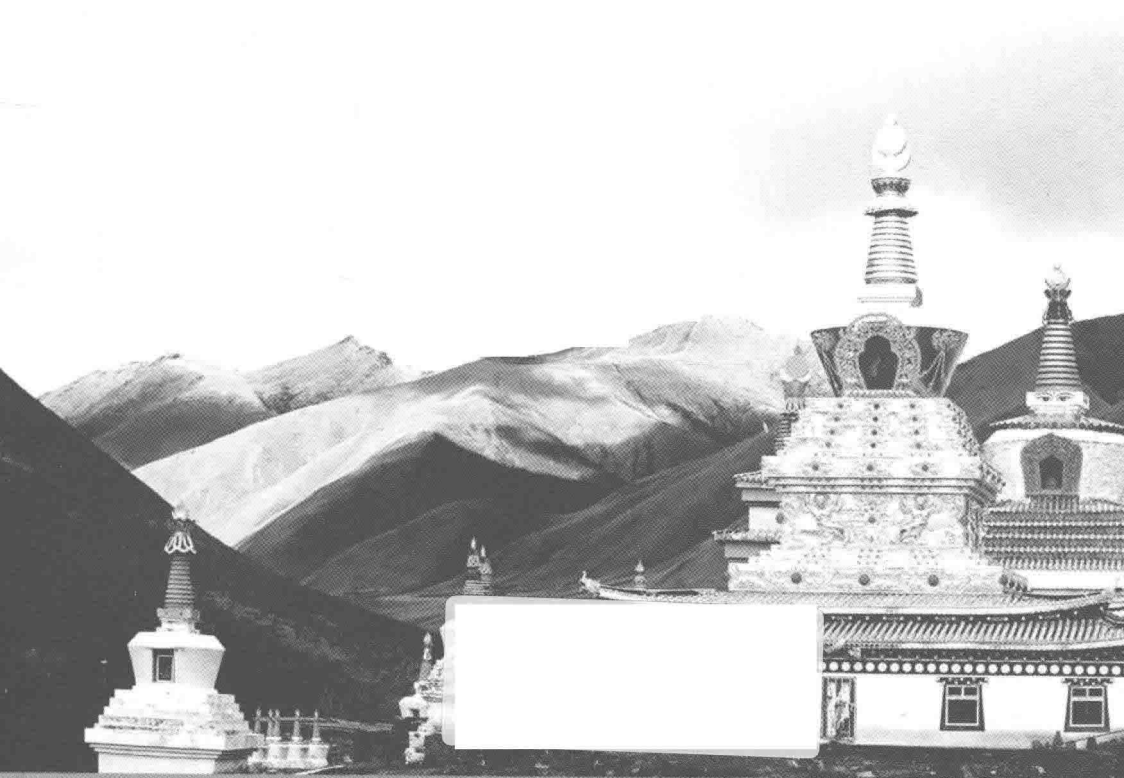
 甘肃文化出版社

■ 国家社会科学基金项目 (编号10XMZ046)

西北地区

民族文化旅游产业发展模式研究

窦开龙◎等著



飞天出版传媒集团



甘肃文化出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

西北地区民族文化旅游产业发展模式研究 / 窦开龙等著. — 兰州: 甘肃文化出版社, 2015.12
ISBN 978-7-5490-0972-5

I. ①西… II. ①窦… III. ①民族文化—文化产业—发展模式—研究—西北地区 IV. ①G127.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第311126号

西北地区民族文化旅游产业发展模式研究

窦开龙 等 | 著

责任编辑 | 何荣昌

封面设计 | 苏金虎

出版发行 |  甘肃文化出版社

网 址 | <http://www.gswenhua.cn>

投稿邮箱 | press@gswenhua.cn

地 址 | 兰州市城关区曹家巷1号 | 730030(邮编)

营销中心 | 王 俊 贾 莉

电 话 | 0931-8454870 8430531(传真)

印 刷 | 兰州中正印刷有限责任公司

开 本 | 787毫米×1092毫米 1/16

字 数 | 448千

印 张 | 25

插 页 | 1

版 次 | 2015年12月第1版

印 次 | 2016年9月第1次

书 号 | ISBN 978-7-5490-0972-5

定 价 | 54.00元

版权所有 违者必究 (举报电话: 0931-8454870)

(图书如出现印装质量问题, 请与我们联系)

前言

民族文化旅游是人类自古就有的一种社会活动,在新时期则是一种旅游新业态。它以异域、异族和异文化为核心吸引物,可以通过文化资源深度挖掘和产业模式优化促进主客互动,实现边疆团结,达到文化和而不同、民族共同发展的战略目的。由于地理区位、资源禀赋、历史背景、文化特色、经济基础、自然生态等要素各不相同,区域经济在不同时空场域下呈现不同发展模式,发展目标、内涵、问题、战略、机制和路径选择千差万别。由此,模式经济学颇受学术界关注。但是,目前相关研究存在诸多明显不足:多研究“苏南模式”“温州模式”等区域经济模式,而对区域民族文化旅游经济模式很少涉及,更未进行深入分析;多选择西南民族地区为视域,而对西北地区民族文化旅游业发展模式研究不足。因此,如何完善和深化模式相关研究,是学术界义不容辞的职责。

西北地区(甘青宁新)为我国著名文化和生态双重脆弱区,属于重要地缘战略安全区。该区域也是多元民族文化资源荟萃密集区,多个民族和族群在这里迁移流动和聚居,民族文化原生特色鲜明,对外界极具旅游吸引力,近年来旅游业发展势头迅猛,属于典型后发型民族文化旅游区,对业界和学术界产生了巨大影响。基于此,本课题选择西北地区进行调查分析,对落实科学发展观、合理规划民族文化旅游业、拓展学术研究领域、丰富模式经济学和民族经济学研究等均具有重要价值。

本书采用经济学、旅游学、民族学、人类学、社会学、历史学等多学科分析法(包括田野调查法、访谈法、文献分析法、软件分析法),对西北地区民族文化旅游业发展模式进行了多方位、深层次研究。具体内容包括:第一章提出课题研究背景、研究意义,梳理了国内外研究现状;第二章分析了基本概念和相关理论,阐释了民族文化旅游产业发展模式的主要影响要素;第三章分析了西北地区民族文化旅游资源,并应用层次分析法作了开发适宜性评价;第四章基于旅游者行为视角,分析了客源市场特征;第五章从宏观视角归纳了西北地区民族文化旅游发展

模式,包括发展内涵、发展成就、发展问题;第六章基于微观视角分析了具体产业运行模式,包括博物馆模式、文化村模式、街区模式、歌舞模式、节庆模式等,总结了各自运行特点、要素,指出了未来发展途径和方向;第七章借鉴国内外典型民族文化旅游发展模式,分析了发展民族文化旅游产业应该注意的要点;第八章依据前文分析,构建了西北地区民族文化旅游发展优化模式;第九章对西北地区民族文化旅游产业发展模式的优化提出了对策,重点分析了必须构建和完善的机制。

本书的主要观点和结论是:西北地区参与民族文化旅游业竞争的实质是模式的竞争,因此总结模式内涵、对其加以优化是当务之急;西北地区发展民族文化旅游业模式形成动力机制是政府主导、多维宣传、导向转型、极点支撑,其内在规定性为“海纳百川,美人之美”“美美与共,和而不同”“实事求是,与时俱进”“以人为本,谋求发展”;未来发展中应该采取“三元聚合驱动模式”或IPS模式,从旅游目的地形象、旅游产品、空间结构三个层面优化旅游模式,并以社区参与、文化保护、市场拓展、区域旅游合作、人才资源配置机制构建为重点路径选择。

本书的创新点在于:对西北地区民族文化旅游业发展采取何种模式进行了系统性、专题性、个案性研究,极大丰富、完善和深化民族学、旅游学研究;使用统计分析法,对民族文化旅游市场演化模式、旅游者行为(认知行为、时空行为、偏好行为、评价行为等)、社区旅游认知与满意度等进行数理分析,使研究具有深入性、精确性;大胆采用人类学影视法,拍摄影视资料,对典型社区民族文化旅游业发展模式进行反映,使研究具有直观性;综合运用旅游人类学、市场营销学、地理学、旅游者行为学、区域经济学等理论、知识及相关文献,使课题研究和理论分析具有高度的综合性和跨学科性。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 选题背景和意义	1
一、课题背景	1
二、研究意义	7
第二节 国内外研究综述	9
一、国外研究综述	9
二、国内研究综述	15
第三节 主要内容、研究方法、重难点、创新点	31
一、研究内容、基本思路、研究方法和技术路线	31
二、研究重难点、基本观点和创新点	33
第二章 理论基础	35
第一节 基本概念和相关理论分析	35
一、基本概念厘清	35
二、相关理论分析	39
第二节 民族文化旅游产业发展模式的影响因素	46
一、发展观因素	46
二、经济发展因素	47
三、旅游产业因素	47
四、文化资源因素	48
五、民族因素	49
六、地域因素	49
七、旅游市场因素	50
第三章 西北地区民族文化旅游资源归类整合和评价	51
第一节 西北地区民族文化旅游资源归类整合分析	51

一、自然类旅游资源	51
二、人文类旅游资源	55
第二节 西北地区民族文化旅游资源评价	62
一、西北地区民族文化旅游资源的定性评价	62
二、西北地区民族文化旅游资源的定量评价	66
第四章 西北地区民族文化旅游市场分析	
——基于旅游者行为模式系统视角	70
第一节 样本基本特征和研究方法说明	70
一、问卷设计	70
二、调查过程	70
三、调查样本结构特征分析	71
第二节 民族文化旅游者旅游动机分析	75
一、因子分析	75
二、均值分析	79
三、差异分析	81
第三节 民族文化旅游者旅游决策行为分析	92
一、旅游信息搜寻行为	92
二、旅游决策影响要素	105
第四节 旅游消费行为分析	131
一、旅游消费水平分析	131
二、旅游消费结构分析	132
三、出游方式分析	136
四、旅游目的地选择分析	138
五、旅游偏好行为分析	140
第五节 旅游评价行为	142
一、旅游者评价行为模型的提出	142
二、旅游者满意度分析	143
三、忠诚度分析	157
四、旅游者评价模型修正	160

第六节 基本结论及建议	163
一、基本结论	163
二、研究不足和展望	165
第五章 西北地区民族文化旅游产业发展模式的宏观透视	
——演进·内涵·反思	167
第一节 西北地区民族文化旅游产业发展模式演进回顾	167
一、萌芽阶段(1949—1978年):起步艰难多停滞, “旅游”何物众不知	167
二、开始阶段(1979—1990年):忽如一夜春风来, “开门”效应红胜火	168
三、发展阶段(1991—2000年):格局制度双演化, 发展之中有局限	169
四、提升阶段(2001年至今):国家改革形势变, 波折发展势难挡	171
第二节 西北地区民族文化旅游产业发展模式内涵分析	174
一、西北地区民族文化旅游产业发展模式机理	174
二、西北地区民族文化旅游产业发展模式内在规定性	180
第三节 西北地区民族文化旅游产业发展成就总结和反思	184
一、西北地区民族文化旅游产业发展成就总结	184
二、西北地区民族文化旅游产业开发存在问题诊断	190
第六章 西北地区民族文化旅游业发展模式的微观分析	
——基于实体运行视角	201
第一节 影视城模式	201
一、“忽如一夜春风来,几家欢笑几家愁”: 影视城旅游发展概述	201
二、“出卖荒凉名四海,名人城镇升潜质”:西部影视城旅游发展 模式实证分析	204
第二节 博物馆模式	208
一、“收集藏品展历史,保护遗产延血脉”:民族文化博物馆旅游 发展概述	208

二、“后来竞上声誉起,大美青海闪亮点”:青海民族文化博物馆群 旅游发展模式实证分析	210
第三节 民族文化村模式	214
一、“繁星闪烁开发热,业绩声中有暗忧”:民族文化村旅游发展 概述	214
二、“久远土族新貌焕,五彩互助个性强”:互助土族文化村旅游发展 模式实证分析	216
第四节 民族历史文化街区模式	220
一、“承载历史话岁月,延续生活气息浓”:历史文化街区 旅游发展概述	220
二、“异域风情之窗口,二道桥边赏风情”:二道桥街区旅游发展 模式实证分析	222
第五节 节庆模式	228
一、“异彩纷呈多庆典,以节促旅有亮点”:民族节庆旅游 发展概述	228
二、“人间净土香巴拉,如梦如幻在体验”:香巴拉旅游艺术节 旅游发展模式实证分析	234
第六节 歌舞音乐演艺模式	241
一、“异域舞姿竞芬芳,别样器乐音绕梁”:民族歌舞音乐演艺 旅游发展概述	241
二、“月上贺兰彰风情,歌舞盛事颂和谐”:《月土贺兰》旅游发展 模式实证分析	246
第七章 国内外典型民族文化旅游产业发展模式经验借鉴	251
第一节 国外典型民族文化旅游发展模式	251
一、南非:彩虹国度,感动之旅	251
二、美国:印第安人,神秘之旅	254
三、印度尼西亚:千岛之国,风情之旅	256
四、澳大利亚:红色土地,土著之旅	259
五、西班牙:巴斯克人,“异类”之旅	263

第二节 国内典型民族文化旅游产业发展模式	265
一、云南:节庆给力,彩云之旅	265
二、四川:悲情羌藏,振兴之旅	267
三、深圳:主题公园,奇迹之旅	272
四、广西:山水造势,壮瑶之旅	375
五、西藏:雪域高原,神圣之旅	379
第三节 国内外典型民族文化旅游产业发展模式经验及启示	284
一、旅游市场开发方面的经验及启示	284
二、旅游产品开发方面的经验及启示	285
三、旅游惠及民生方面的经验及启示	287
四、民族文化发展方面的经验和启示	288
五、旅游危机应对方面的经验及启示	290
第八章 西北地区民族文化旅游产业优化模式构建	292
第一节 “大美廊道,多彩家园”:旅游形象塑造优化模式	292
一、旅游形象和民族文化旅游	292
二、西北地区民族文化旅游形象定位的基础分析	294
三、西北地区民族文化旅游形象定位分析	299
四、西北地区民族文化旅游形象设计	302
第二节 “联点成线,面板结合”:旅游空间结构优化模式	308
一、西北地区民族文化旅游空间结构模式构建基础	309
二、西北地区民族文化旅游空间结构模式的构建	315
第三节 “求真创新,精品取胜”:旅游产品开发优化模式	325
一、民族文化旅游产品开发的四大原则	325
二、民族文化旅游产品开发思路、模式转型和谱系设计	327
三、旅游线路设计与策划	330
第九章 西北地区民族文化产业优化模式优化战略及机制选择	333
第一节 民族文化旅游产业模式优化战略	333
一、旅游扶贫战略	333
二、“以人为本”的可持续发展战略	335
三、创意人才撬动的整合创新旅游发展战略	336

四、政府引导型旅游发展战略	338
五、组团旅游发展战略	339
第二节 西北地区民族文化旅游业发展模式机制构建	339
一、旅游社区参与机制构建	340
二、区域旅游合作机制构建	345
三、民族文化发展机制构建	352
四、旅游人才配置机制构建	355
五、旅游市场拓展机制构建	358
附录 旅游人类学影片解说词	363
参考文献	380
后记	391

第一章 绪论

第一节 选题背景和意义

一、课题背景

(一)国家崛起背景:渐进改革受瞩目,提“软实力”成使命

社会发展和兴衰演化实际是发展模式的演化,人类一部发展史就是发展模式演化史。上世纪末期,西方部分人士提出“华盛顿共识”(Washington Consensus)^①,认为基于自由化、私有化、市场化的发展模式具有重大价值。但是,在新世纪世界经济低迷背景下,新中国在不断探索和经济持续稳定快速发展中创造了世界奇迹,GDP增长速度连续多年保持在9.8%左右,经济总量于2010年超越日本,成为名副其实的世界第二大经济体,和前苏联解体、东欧剧变的历史事实形成鲜明对比,并由于在应对全球经济危机中发挥了举足轻重作用,赢得世界更多尊重,使“北京共识”(Beijing Consensus)悄然出现^②,以“新自由主义”为核心理论依据的“华盛顿共识”受到质疑,“中国案例”“中国模式”“中国特色社会主义道路”和中华民族伟大复兴受到国际社会的普遍关注和重视。

在国际上,对“中国模式”的观点有三类,一是认为中国发展理念和道路与西方迥异,故表示不满;二是承认中国发展成就,却对发展道路中出现的问题过度夸大,甚至使讨论和研究超越了单纯学术和社会现象而政治化;三是肯定中国模

① 所谓“华盛顿共识”,是1989年美国国际经济研究所的约翰·威廉姆森(John Williamson)为陷于债务危机的拉美国家如何进行国内经济改革提出的10条政策措施,核心教条是“主张政府的角色最小化、快速私有化和自由化”。“华盛顿共识”提出后虽盛行一时,却在实践中引发了严重问题,受到强调可持续发展、以人为本、制度等要素的“后华盛顿共识”“北京共识”的挑战。

② 提出者为美国《时代》周刊高级编辑乔舒亚·库珀,他于2004年在伦敦《金融时报》上发表《北京共识》,将中国通过艰苦努力、主动创新、大胆实践、坚决捍卫国家主权和利益、循序渐进、积聚能量而摸索出一个适合本国国情的发展模式称之为“北京共识”。

式,认为其成功之处不但在于使中国迅速崛起于世界之林,也使世界发展范式得到丰富,使发展中国家和地区有了新的选择方向;四是不认为存在中国模式,因为中国尚处于转型之中。^①

在国内,对“中国模式”的观点主要有两类,一是认为中国发展道路的确与西方和前苏联等国家迥异,是客观存在,故需要进行分析 and 总结,以形成理论体系;二是认为不提为好,目前尚不完善,自身也没有推广之意,“发展才是硬道理”。

无论如何,中国的崛起是大势所趋,中国发展特色异常鲜明,但所谓的“中国模式”也的确存在不少问题和局限,需要进行完善。中国的快速发展是基于资源过度消耗、环境破坏严重的发展,有关统计表明,我国每年因环境污染所造成的损失相当于GDP的10%。^②我国发展是基于重工业化优先发展的模式,工业结构呈现“重型化”特点,工业产品附加值低,出口产品局限于服装、玩具等初级制成品,我国需要通过区域积极响应以保持国家发展特色,落实“科学发展观”,早日实现中华民族伟大复兴。

(二)旅游产业背景:地位凸显投资热,开发“潮涌”需冷静

在国际,旅游业发展态势迅猛,早已成为现代主要产业。产业定位方面,世界主要国家和地区均认为旅游业属于独立的新型产业;发展速度方面,世界旅游业于1945年后进入良性发展阶段,年均增长12.0%,属于世界产业之首;经济收益方面,旅游收入占出口收入比重于1994年时达8.52%,超过石油、汽车工业所占比重(分别为6.5%和5.6%)^③;产业规模方面,世界旅游业到2020年时将接待16亿人/次国际旅游者,国际旅游消费将达2万亿美元,国际旅游人数和消费平均增长率将分别最少达到4.4%和6.7%^④,趋势为世人看好。

在国内,旅游业得到持续发展,在促进经济增长、缓解就业压力、维护社会稳定等方面所做的贡献有目共睹,得到各界认可。旅游接待方面,国家旅游局统计数据显示,中国旅游业接待人次和收入不断增加,其中2007年中国国内旅游者达16.1亿人次,国内旅游收入达7771亿元;入境旅游人数1.32亿人次,旅游外汇收入

① 吴汉瑜.当代中国发展模式特征研究[D].广东商学院, 2011: 2.

② 李长安.“中国模式”成功经验与问题反思[EB/OL].<http://www.people.com.cn>, 2011-9-13.

③ 陈何辉.旅游业对中国经济的影响及加入 WTO 后应对策略[D].中南林学院, 2003: 15.

④ 陈何辉.旅游业对中国经济的影响及加入 WTO 后应对策略[D].中南林学院, 2003: 5.

为419亿美元;出境旅游总人数达4095万人次,较上年增长18.6%。^①至2011年时,中国国内旅游人数达26.4亿人次,比上年增长13.2%;国内旅游收入为1.93万亿元,比上年增长23.6%;入境旅游人数1.35亿人次,比上年增长1.0%;旅游外汇收入470亿美元,比上年增长2.5%;出境旅游人数6900万人次,比上年增长20.0%;全国旅游业总收入2.25万亿元,比上年增长20.8%,旅游产业运行总体上处于令人满意的“较为景气”区间。旅游消费方面,新业态不断涌现,奥运会、世博会、西园会(西安世界园艺博览会)等精彩节会接二连三,长三角、珠三角、京津冀、大关中、成渝旅游区游人如潮,丝绸之路、香格里拉、京杭运河、唐蕃古道、青藏高原、故宫长城、长江三峡等旅游品牌声名远播,享誉世界。^②产业地位方面,旅游业发展早已跨越民间外事接待行业属性阶段,被国务院专门发文定位为“国民经济的战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业”。国际旅游形象方面,中国国际影响力不断增大,旅游产业体系趋于完善,逐年举办不同主题旅游活动(如中国体育健身游、百姓生活游),以古老而现代的大国形象对外国居民产生巨大吸引力,国际市场规模逐渐扩展,世界旅游组织分析预测,中国将于2020年成为全球第一旅游接待国和目的地国,接待1.37亿人次国际旅游者,产业规模相当可观。

但是,旅游业发展也潜藏诸多不确定性和制约因素:一是市场导向和政府主导的关系。旅游业发展需要政府制定规则和调节秩序,但不少地方却步入误区,转化为政府“主宰”,过度介入,致使市场扭曲,产业停滞,不良效应凸显。二是资源依赖与过度开发的关系。资源是旅游业发展的基础,特色资源是旅游业竞争力的要素,不少地方依靠资源而得到发展,但同时却过分强调GDP增长而忽视资源保护,在大规模旅游开发中毁灭遗产,丢弃传统,致使可持续发展受到挑战。三是需求旺盛与消费受抑的关系。与市场经济发展和社会转型相伴随的是竞争加剧和居民心理压力增大,因此人们普遍具有外出休闲、追求快乐和减小心理压力的心理需求,但当下中国社会保障制度不完善、居民收入水平不均衡,不少居民有心出游,无力支付,望景兴叹,旅游消费已成为旅游市场和内需扩大的严重制约。四是战略定位和现实状况的关系。不少地方调子很高,口号很大,但是发展很慢,

① 中国2007年旅游总收入达1500亿美元[EB/OL].<http://www.travel.sina.com.cn>, 2008-11-20.

② 吴阳,邵琪伟.2011年中国旅游业总收入达到2.25万亿元[EB/OL].<http://www.rednet.cn>, 2012-1-18.

旅游业服务质量不尽如人意,未来发展缺乏后劲。五是整体崛起和区域差距的关系。国际上,发达国家由于经济发达,居民收入高,消费观念强,制度完善,旅游业发达,而后发展国家旅游产业发展相对滞后,所占份额较小;在国内,沿海地区和我国西南地区属于早起步区域,基础设施相对完善,产业发展基础较好,而西北等地区由于自然环境特点和社会经济限制,产业发展相对落后,“二元格局”明显。凡此种种,均需各方利益相关者冷静思考,对比利弊,谨慎处理,以防患于未然。

(三)文化产业背景:各地纷纷打品牌,文化创意领风骚

“文化产业”,也可被称为“创意产业”“内容产业”“版权产业”“文化创意产业”,指的是为社会公众提供文化、娱乐和服务的活动及其集合。目前,文化产业发展态势异常迅猛,受到世界各国各地区普遍重视。

在国外,文化产业已成为重点产业、支柱产业。其中,美国依靠对外贸易的全球化、资本支持的全球化、跨国公司的全球化商业运作等因素,文化产业近些年来经营总额高达几千亿美元,好莱坞的巨制电影、三大电视网的娱乐节目、时代华纳的流行音乐更是依仗超凡实力占据了营业额的大头,在每年美国商品的出口项目当中,文化产业视听产品的出口额(紧随航空业和食品业之后)名列前茅,为美国国内提供了1700多万个就业岗位;^①日本于1995年制定《新文化立国:关于振兴文化的几个重要策略》,积极发展出版、影像、游戏、音乐产业,使文化产业市场份额逐渐扩大,在国际上影响力增强;韩国虽小,文化产业却势头不小,“韩流”已经席卷世界,拉动了韩国经济,英国《金融时报》报道,以韩国电影、韩剧以及K-POP音乐偶像为代表的韩国流行文化风靡整个亚洲,极大地刺激了韩国的出口收益,仅2011年韩国文化出口额(包括电影、漫画和电子游戏)就高达42亿美元,较2009年上升了60%,韩国最具代表性的卡通形象——小企鹅宝露露已经在全球超过120个国家的电视台上亮相,成为名副其实的韩国娱乐代表。^②

在国内,文化产业发展也很迅速,在短短30多年内达到1.1万亿元规模,占GDP的2.75%。其中,北京市于1996年提出发展文化产业构想,利用政治、文化中心优势和历史文化资源及创意人才资源优势,不断加大对文化产业的投入力度,

① 刘悦笛.美国文化产业何以雄霸全球?[EB/OL].<http://www.sina.com.cn>, 2006-5-26.

② 吴丽佳.英媒:韩流席卷世界 文化产业拉动韩国经济[EB/OL].<http://www.JRJ.com>, 2012-2-13.

目前每年用于文化产业发展的资金超过10亿元,在“十一五”时期先后认定30个市级文化创意产业集聚区,实现收入630.3亿元,年均增速超过20%,一些知名文化产业集聚区如798艺术区、751艺术区蜚声海内外,其中北京奥运会开幕式期间贯穿整场的“卷轴”影像带给世界巨大震撼;^①上海为中国“创意之都”,2010年时文化创意产业增加值高于全市GDP增幅53%,占上海生产总值的比重为9.75%，“十二五”期间文化创意产业将发展为新的支柱产业,在媒体业、艺术业、工业设计业、时尚产业、建筑设计业、网络信息业、软件业、咨询服务业、广告会展业、休闲娱乐业等十大产业领域取得重大进展,至2015年时占全市生产总值的12%左右;^②天津利用文化底蕴和区位优势,将城市定位为“创新型城市”,新建许多创意产业园区(如明清一条街、近代金融街等),推出动漫《四大名著》等精品,使文化产业规模和影响扩大,自2004年起文化创意产业增长速度多年保持在16%左右;河南在打造少林寺品牌的同时推出大型歌舞《禅宗少林·音乐大典》;杭州在打造杭州宋城的同时推出《宋城千古情》,累计演出12000余场,接待观众2800万人,2010年演出主营收入4.45亿元^③……文化产业综合影响越来越为各方所认同,已经上升到国家战略层面,将随着国家发展进一步提升发展贡献率,成为推动我国经济发展方式转变的战略性新兴产业。

但是,我国文化产业也存在突出问题。第一,大国身份和产业影响力不对称。目前我国依旧处于工业社会后期,被称为世界工业初级产品加工厂,出口产品多为服装、玩具等初级工业产品,文化创意产品国际影响力和竞争力低,如尽管我国46个文化产品销售量居世界之首,但均缺少世界影响力,无法和好莱坞、百老汇、时代华纳、迪斯尼、索尼贝、泰斯迈等相媲美;中国企业500强中,至今尚无一家属于文化企业。^④这使中国在文化产业竞争格局中所处地位与其五千年悠久文明历史大国的身份极不相称。因此,挖掘我国各地区丰富的民族文化资源,发展文化产业,时不我待!第二,文化需求大国和文化消费不对称。按国际经验测算,我国每年文化消费可达4万亿元,但实际消费却不足1万亿元,文化产业发展空间有待挖掘。第三,文化需求旺盛和文化产品供给不对称。部分文化产品质量

① 王晓风,李雪.北京“十二五”欲造文化产业航母[EB/OL].<http://www.ccnt.gov.cn>, 2011-11-21.

② 叶薇.上海已成为文化创意产业投资热土[EB/OL].<http://www.ccnt.gov.cn>, 2011-10-29.

③ 张玉玲.中国文化产业发展:国家战略的新境界[EB/OL].<http://www.wenming.cn>, 2011-10-17.

④ 李舫.2009 中国文化产业的发展与思考[EB/OL].<http://www.epc.people.com.cn>, 2010-3-19.

低劣,格调不高,对社会风气造成不良影响。

(四) 国家安全背景:国强民安总体好,局部依旧存隐患

国家安全在不同时期有不同的内涵。“冷战”结束之前,中国安全威胁主要来自大国之间的对抗和外部压力,其中1949年—1969年,威胁主要来自美国,以军事和政治威胁为主;1969年—1982年,中美关系改善,前苏联对中国形成军事威胁;“冷战”结束后,国际战略形势发生深刻变化,新国家安全观逐渐形成,此时期威胁既包括传统安全威胁,也包括非传统安全威胁,并且非传统安全问题日益突出。

在国际,我国国家安全多样复杂。国际和地缘政治和军事方面,尽管大规模外敌入侵的军事威胁已消除或减弱,但是我国由于边界线漫长,周边多邻国、大国、强国和潜在冲突与热点地区,国际关系态势及其变化均对我国国家安全具有影响。国际文化和意识形态方面,国际敌对势力一直未放弃对我国的西化、分化战略图谋,借机推行西方价值观、生活方式和意识形态,思想文化渗透不可小觑。国际经济方面,一些势力试图制造舆论,试图伺机将我国纳入美国或西方国家主导的世界经济体系之中,从中牟利。

在国内,国家安全面临新的挑战和问题。生态安全方面,水土流失、沙漠化、土地盐碱化问题严重,沙尘暴多次爆发。有数据显示,50年间我国新扩大土地沙漠化面积相当于三个海南省,规模惊人;而来自北部的沙尘暴则漂洋过海,震惊世界。经济安全方面,行业之间、地区之间、人群之间的收入差距依旧存在,贫富不均,基尼系数很大,部分人为生活生存自杀身亡,部分人腰缠万贯一掷千金,形成新的社会矛盾。文化安全方面,个别人道德沦丧,毫无诚信,崇洋媚外,唯利是图,主流价值观缺失,不正之风盛行,文化遗产大量流失,消亡速度惊人,如具有苗族“无字史书”的苗族服饰大量流失,法国巴黎一家私立民俗博物馆馆长坦言:“100年后,中国人要研究苗族的服饰文化,还要到我的博物馆来研究。”^① 社会安全方面,食品安全问题、失业问题、吸毒问题、犯罪问题等对社会稳定和国家安全危害程度日益增大。如西北地区大量农村流动人口外出打工或进城,引发一系列社会和道德伦理问题(如留守老人问题、空巢家庭问题、子女上学问题、离婚率上升问题、包“二奶”问题等);西北边疆地区毒品犯罪出现新特点,个别地方更加猖獗,呈现国际化、家族化、低龄化、复杂化、暴力化等特点,形成新的不稳定现象。

① 文化遗产流失让人泣血 百年后研究苗族到国外[EB/OL].<http://www.sina.com.cn>, 2005-12-29.