



西部文化产业发展研究丛书

西部文化产业 理论与实践

李炎著

云南大学出版社

西部文化产业

作者简介

李炎，男，云南鹤庆人，法学博士、教授，云南大学文化产业研究院院长、云南大学国家文化产业研究中心常务副主任。主要研究领域为文化产业理论与实践、跨文化研究、中国少数民族艺术等。曾主持和参与过十余项国家、省部级研究课题，主持过数十项地方政府、企业和社会委托的横向课题，出版过《再显与重构：传统民族工艺的当下性》《中国区域文化产业研究》《空间、布局与特色：云南文化产业现状与对策》等，发表文化产业及民族文化等学术文章数十篇。

西部文化产业发展研究丛书

第一辑:

文化与经济: 民族文化与产业化发展

施惟达 等著

西部文化产业理论与实践

李炎 著

空间、布局与特色: 云南文化产业现状与对策

李炎 王佳 等著

民族文化传媒化

刘建华 CindyGong 著

制度与环境: 西部乡村文化产业

李佳 著

中国西部产业的西部模式

孟航 著

第二辑:

大湄公河次区域国际会展合作机制研究

靳柯 刘从水 著

资源配置与西部文化产业

胡洪斌 著

西部演艺产业的文化反思

陈曦 著

西部文化消费与文化市场

李菊梅 著

禀赋与发展: 民族文化资源保护与开发

王佳 著

文化消费视野下西部民族节庆开发研究

王莹 著

碰撞与交融: 云南与泰国特色文化产业研究

王庆馨 邹沁园 著

策划编辑：陈曦
责任编辑：李红
装帧设计：🦅猎鹰创想 | 书籍设计

上架建议：社会科学

ISBN 978-7-5482-2268-2



定价：58.00元

西部文化产业 理论与实践

李 炎 著

 云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

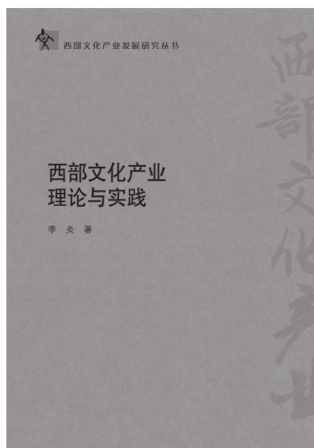
西部文化产业理论与实践 / 李炎著. —昆明 : 云南大学出版社, 2015

(西部文化产业发展研究丛书)

ISBN 978-7-5482-2268-2

I. ①西… II. ①李… III. ①文化产业—西北地区—文集②文化产业—西南地区—文集 IV. ①G124-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第042217号



策划编辑: 陈 曦

责任编辑: 李 红

封面设计: 猎鹰创想 | 书籍设计

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 昆明市五华区教育委员会印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 21.5

字 数: 341千

版 次: 2015年8月第1版

印 次: 2015年8月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5482-2268-2

定 价: 58.00元

社 址: 昆明市翠湖北路2号云南大学英华园内

邮 编: 650091

电 话: (0871) 65033244 65031071

网 址: <http://www.ynup.com>

E-mail: market@ynup.com

西部 部 文 化 产 业

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	刘从水
刘建华	李 炎	李 佳	李菊梅
汪 榕	陈 曦	孟 航	胡洪斌
施惟达	聂 滨	柴 伟	葛俐杉

中西部高校提升综合实力工程专项资金支持
云南大学 国家文化产业研究中心
民族文化建设与文化产业发展基地



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,发展文化产业的意义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,由于民族

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:中国文化产业报告[M]. 社会科学文献出版社,2003:5.

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



空间与视域： 西部文化产业的理论与实践 (代序)

“西部”是人类为认识和确定自己生存活动，通过参照物建构的坐标体系而确立的一个空间概念。“西部”可大可小，不同区域内也有“西部”。美国的西部是相对于美国东部地区而言的，中国的西部是相对于中国东部地区而言的，参照体系不同。美洲大陆在开发过程中，最早开发的地区是东部沿海地区，进而才是西部地区，西部拥有广袤的土地、草原、沙漠和资源，也有土著居民，经济于东部地区相对落后，于是“西部”仿佛成为“经济相对落后、资源丰富”的代名词。在历史上，中国的西部是少数民族积聚地区，土地广阔，资源丰富，人口较少，文化多样，文化表现形式复杂，与中原汉文化有着长期的交流、碰撞与融合。

20 世纪 80 年代以来，随着国家经济社会的发展，区域之间的经济社

会文化发展的不平衡逐渐得以凸显。在国家整体经济社会发展布局中，“西部”这个空间概念，不再是泛指中国的西部地区，除了空间意义外，也被赋予了更多的经济社会文化发展水平的内涵。西部大开发计划概定和国务院西部地区开发领导小组办公室协调的西部范围由 12 个省、直辖市、自治区及 3 个自治州构成。“10 + 2 + 2”是西部地区最新的定义。西部包括西北五省市（陕西、甘肃、青海、新疆、宁夏）、西南五省市（重庆、云南、四川、贵州、西藏）和内蒙、广西以及湖南的湘西、湖北的恩施土家族苗族自治州。土地面积 538 万平方千米，占国土面积 56%，人口 3.7 亿，占全国人口总数的 22.9%。在中国的现代化进程中，“西部”不仅是个空间概念，而且已成为现代化进程中国家经济社会文化发展的考量指标，成为国家划定经济社会发展的一个层级，也成为国家未来可持续发展需要推动的一项国家战略。就像 19 世纪、20 世纪的美国一样，在中国的现代化进程中，西部以其土地、矿产、能源、文化资源、经济欠发达来承接国家产业转移，获得国家可持续发展的重要空间和发展战略。

在中国西部的资源中，与土地、能源、矿产、人力资源同样引人瞩目的是文化资源。中国作为一个多民族共同体，有 56 个民族，其中除了汉族外，绝大部分少数民族主要集聚在西部，少数民族从东北到西北、西南，沿边境呈马蹄环状分布。80% 以上的少数民族集聚在西部 12 省区，仅云南省就有 25 个少数民族。随着全球化进程的加快，在现代交通、网络化和信息化的冲击下，地域、族群文化的边界快速被消解，旅游产业和大众文化消费促进了民族文化的传承、传播与产业化开发，与各民族生产、生活、宗教、生态环境密切相关的民族文化的经济价值迅速凸显。市场经济和全球化是西方工业化以降的产物，全球化带来的巨大人际流动、城市化进程与地方性知识之间的对接，为民族文化的传播展演和产业化开

发提供了基础，在其过程中民族文化已成为西部地区可持续发展的重要资源。

第一，空间拓展是西部文化产业发展的前提。

西部地区的文化，尤其是民族文化往往是和各民族、族群的生产生活融为一体的，与其环境、宗教、人生礼仪、传统节庆、日常生活紧密相关。就文化表现形式而言，现代意义上的文化表现形式尚没有从其生产生活中凸显出来，文化经济还是一种伴生性经济，也还没有从传统的农业经济中分离出来。有文化消费，但没有现代意义的文化消费；有文化经济，但没有规模化的现代意义的文化产品生产与服务。现代意义的文化消费是工业化和城市化发展的产物，以机械复制、图像时代和现代信息传播技术不断改变文化的生产与传播方式，使个体、群体的文化创作得以规模化复制、批量化生产和全球范围内传播；城市化进程在促进人类集聚生存的同时，使得人类的经济发展方式得以改变，民众的生活质量得以提升。

大众教育水平不断提高，艺术欣赏、文化消费已不再是少数权贵的文化权益，文化消费需求成为城市化进程中都市民众消费的重要组成部分。文化生产、传播和接受是一个文化流动的过程，而其文化流动的背后，隐含着的则是资本与文化的结盟，也是个资本流动的过程。在都市大众消费进程中，文化生产得以实现，以版权服务、影视服务、演艺服务、会展服务、广告服务、设计服务和文博服务等从传统经济中分离出来，成为独立的文化形态。随着欧美发达国家中产阶层的壮大，发展中国家经济的发展，民众生活水平的不断提升，成为欧美发达国家产业转型经济可持续发展的方向，成为国家重要的支柱性产业。

中国的经济发展起步于 20 世纪 80 年代，从农村的联产承包制到城市经济的发展，伴随中国经济快速发展，都市文化消费也应运而生，从 20

世纪 80 年代广东东方宾馆的音乐茶座到乡村音乐,从城市卡拉 OK 到城市酒吧文化,从 798 艺术园区到朝阳区创意产业集聚,从高校露天电影到电影院线,从民族歌舞到大型实景演出,文化消费从东部的大都市向中西部的中心城市、中小城市快速辐射,文化产业也从被批判的对象走向国家认同。通过十多年的快速发展,2013 年中国文化产业增加值达到 2.1 万亿元,约占 GDP 比重的 3.77%。在这个过程中,经济发展、民众教育素质的提升,消费水平的增长,大众对文化诉求是中国文化市场迅速形成、壮大,文化产业实现规模化发展的基础与条件。

地理学家胡焕庸根据 20 世纪 30 年代的人口分布,曾提出了一条东北黑龙江省漠河到云南省腾冲的一条假想线。这条分界线,由东北至西南,从黑龙江省漠河到云南腾冲,约有 96% 的人口居住在约占全国土地面积 36% 的东南部地区,约 4% 的人口居住在约占全国土地面积 64% 的西北部地区。^①在经过 80 多年的变化,这两大区域的人口、经济发生了很大变化,但东南部依然是我国人口最为集中、城市化进程较快、经济发展速度较快的地区。进入 20 世纪 90 年代后期,随着国家经济的发展,东西部地区的差距逐渐加大,为推进西部地区的发展,国家提出了西部大开发的国家战略。考量人口、资源、经济发展等社会发展的综合指数,国家划定了“西部”的范围,“西部”被赋予了更多的政治、经济、文化、地理、生态和现代社会发展水平的内涵,从一个空间概念延伸为具有政治经济学意义的概念。

① “瑗瑗—腾冲线”,于 1935 年由地理学家胡焕庸先生在该年《地理学报》第 2 期发表的《中国人口之分布》中首次提出。他根据 1933 年的人口分布图与人口密度图,提出了此概念。因瑗瑗后来更名为漠河,故后来改用“漠河—腾冲线”概念。

按照国家的划分以及“10+2+2”西部地区最新定义，西部地区人口稀少，民族众多，经济发展相对滞后，城市化进程较慢，城乡文化消费总量不足，文化市场发育不够，客观上导致西部文化产业对消费市场的依赖较强。依靠全球化时代的人际流动，依托旅游产业带来的外来文化消费成为西部文化产业发展的重要支撑。从文化学角度看，旅游是消费群体对异文化想象与寻找的过程。旅游产业六大要素“吃、住、行、游、购、娱”中，除大众旅游的吃、住、行文化要素包含较少外，旅游产业中的“游、购、娱”三大要素中文化因子越多，旅游产品与服务的品质越高，越能体现现代旅游的发展态势。旅游产业与文化产业融合发展成为西部地区文化产业发展的重要路径。城市化的快速发展，导致生态、人的生存环境迅速恶化，现代社会的生活节奏、竞争环境，使得依托西部地区传统民族文化、地方文化和生态文化创新开发的文化旅游产品与文化旅游服务成为现代都市大众文化消费的重要补充。每年数亿国内外游客进入中国西部，为西部地区文化产业拓展了发展空间，毕竟绝大部分是冲着西部地区独特的生态文化、民族文化和地方文化来的。全球化给西部地区的文化保护与传承带来巨大的威胁，但同时也给西部地区的文化传播与产业化带来了巨大的发展空间。

第二，文化资源是西部文化产业发展的基础。

参照《国民经济行业分类》，2012年新的国家文化产业分类将我国文化产业分为五层，第一层包括文化产品生产及文化相关产品两大类。五层共包括120个小类和20个延伸类。不同的产业门类，其文化产品及文化相关产品的生产组织的要素配置有所不同。东部地区由于以庞大的都市大众文化消费作为支撑，其产业发展的基本要素，包括文化消费、文化资源、资本、人才、科技、文化产业相关的工业、现代商业等要素齐备。在新闻

出版发行服务、广播电视电影服务、文化艺术服务、文化信息传输服务、文化创意与设计服务、文化产品生产的辅助生产、文化用品的生产和其他文化用品的生产等主要文化产业业态的生产要素配置中占有绝对优势，而西部地区发展文化产业主要业态的市场、科技、人才和现代工业基础相对较弱，难以支撑文化产业主体业态的发展。相比之下，保护相对完好的民族文化资源、地方文化资源和生态文化资源则成为西部地区文化产业发展的基础和优势。

城市化、工业化和全球化是现代化进程中的三个重要标志，现代化背后隐含的是三对矛盾，城市化对应的是乡村社会，工业化对应的是农耕文明，全球化对应的是地方性。在从 20 世纪 20 年代以来，内乱、战争、政治运动和始于 20 世纪 80 年代的改革开放和经济大潮中，有学者统计，今天中国的乡村无形消失正悄然发生，每天有上百个村庄消失。官方数字显示，2000 年中国有 360 万个自然村，到 2010 年只有 270 万个。2000 年到 2013 年，中国城镇化率从 45.9% 提升到 52.6%，转移农村人口 8463 万。乡村被很多人认为代表的是落后的东西、正在远去的東西、被抛弃的东西。当一座座城市摊大饼式地向广袤的农田延展，城市规模不断扩大时，鲁迅笔下的江南农村牧歌式的田园风光已悄然远去，东部沿海地区甚至中部地区的古镇、历史文化名村所剩无几。城市的拓展和粗放的工业化带来的千百年来精致的农耕文明的消解，还带来城市的喧嚣、现代生活的单一和无数城市的雾霾、河流的污染。尽管西部地区在现代化进程中城市与乡村、工业文明与农耕、全球化与地方性的矛盾已然存在，农村的消失也很严重，但相对于东部地区，乡村和农耕文明的基础还在。

东部地区在现代化进程中遭遇到的厄运，包括城市的类同、高度竞争带来的生存质量，传统文化的迅速消失等，已成为高悬在西部民族地区现