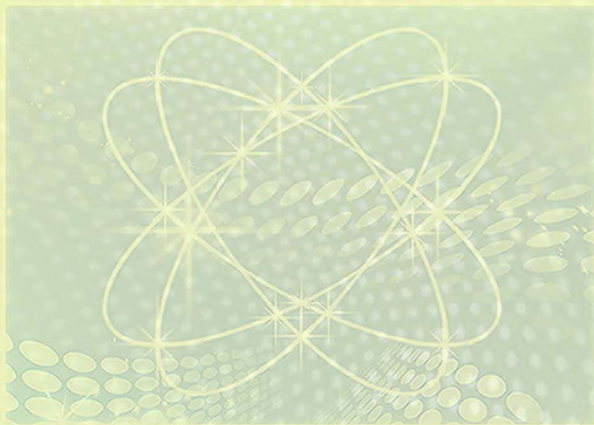


民族文化旅游创意产业 发展机制研究

张琰飞 朱海英 著



中南大学出版社

国家社科基金项目 (09XJY033) 成果

吉首大学武陵山片区扶贫与发展协同创新中心资助项目

吉首大学应用经济学湖南省重点学科建设成果

吉首大学西部经济研究湖南省社科重点基地学术成果

吉首大学湖南省民族经济研究基地成果

民族文化旅游创意产业 发展机制研究

——以湘西地区为例

张琰飞 朱海英 著

M
inzu Wenhua Lüyou
Chuangyi Chanye Fazhan
Jizhi Yanjiu

——Yi Xiangxi Diqu Weili



中南大学出版社
www.csupress.com.cn

图书在版编目(CIP)数据

民族文化旅游创意产业发展机制研究/张琰飞,朱海英著.
—长沙:中南大学出版社,2016.5
ISBN 978-7-5487-2235-9

I. 民... II. ①张... ②朱... III. 民族地区-旅游业发展-研究-湘西地区 IV. F592.764

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第096035号

民族文化旅游创意产业发展机制研究
——以湘西地区为例

张琰飞 朱海英 著

☐责任编辑 陈雪萍

☐责任印制 易建国

☐出版发行 中南大学出版社

社址:长沙市麓山南路

邮编:410083

发行科电话:0731-88876770

传真:0731-88710482

☐印 装 湖南雅嘉彩色印刷有限公司

☐开 本 730×960 1/16 ☐印张 15 ☐字数 283 千字

☐版 次 2016年5月第1版 ☐印次 2016年5月第1次印刷

☐书 号 ISBN 978-7-5487-2235-9

☐定 价 32.00 元

图书出现印装问题,请与经销商调换

内容摘要

民族文化旅游创意产业是创意产业与民族文化旅游产业融合发展的结果。将创意理论用于文化旅游产业研究,可推动创意经济学、旅游经济学等学科的整合与发展,拓展旅游经济学的研究领域,具有重要的学术价值。湘西地区集中了优质的民族文化旅游资源,立足创意元素实现科学运作是湘西地区实现文化旅游产业升级优化的重要保障。充分发挥湘西地区的民族文化优势,用创意的无限性来弥补资源的有限性,对于促进湘西地区旅游产业结构优化升级与可持续发展、发展壮大民族地区的优势产业都具有重要的现实意义。

本书旨在立足湘西地区民族文化资源优势,借助创意元素实现旅游产业发展方式转变,探索依托创意实现资源优势向产业与市场优势转化的路径,推进湘西地区民族文化旅游创意产业的可持续发展。本书重点研究如何通过民族文化资源的创意开发,丰富和提质现有民族文化旅游创意产品体系,建立旅游创意产业发展平台,创新运营模式提升民族文化旅游资源的产业附加值,改变发展方式推动民族文化旅游创意产业的融合发展,为湘西地区居民提供脱贫致富的途径。

本书着重探讨了以下问题:

(1) 湘西地区民族文化旅游创意产业发展动力机制。民族文化的开发价值是民族文化旅游创意价值实现的核心驱动力,游客需求层次的提高和市场竞争程度的提升是民族文化旅游创意产业发展的根本动力。产业发展不仅需要创意人才群体形成、政府政策支持和居民积极参与,还需要资金、技术和环境等产业发展要素作为保障,特别是要打造区域文化创新的软实力。研究发现,社区参与水平对民族文化旅游创意开发中的社区居民态度具有显著正向影响,必须重视居民支持度和参与积极性。以《魅力湘西》为例,发现其成功得益于立足民族文化资源,坚持市场化运作,并充分利用政府政策等外部环境的有利条件。

(2) 湘西地区民族文化旅游创意产业产品开发机制。湘西地区民族文化旅游创意产品的开发,要重视民族文化特色的挖掘与创意,以产品深度挖掘和结构优化为主要目标,以“旅游+”为主要的途径,形成功能层次、数量层次和级别层次科学合理的旅游产品体系。本书分析了民族文化旅游创意产品的体系内容,特别是旅游景区、旅游演艺和旅游商品等重点旅游产品的创意开发思路和途径,并以凤凰为例分析其民族文化旅游创意产品开发的主要策略,以里耶和老司城为例分析遗址型旅游创意产品开发的困境和思路,并重点探讨了湘西地区旅游商品开发的难题。

(3) 湘西地区民族文化旅游创意产业运营机制。文化旅游创意产业运营模式的本质是创意作用于旅游产业资源开发、产品创造、营销渠道、产品消费四大环节基础上的旅游产业价值链的增值过程,具体来说就是通过挖掘区域民族文化旅游资源产生创意,从游客需求出发设计创意旅游产品和旅游服务。本书以湘西地区的知名文化节庆为例分析利用创意模式实施文化旅游营销的主要思路;以《魅力湘西》和《天门狐仙》为例对湘西地区的旅游演艺运营模式进行了分析;以苗寨、土家寨和侗寨为例,分析了湘西地区民族村寨运营开发的思路,特别提出要重视乡村能人在乡村旅游开发中的作用。

(4) 湘西地区民族文化旅游创意产业融合发展机制。文化产业与旅游产业的融合发展特征显著,

创意是民族文化产业和旅游业的产品融合开发、市场融合营销和产业融合升级的重要条件；旅游创意产业与农业、工业和服务业的融合发展特征显著，与区域经济社会发展也具有一定的耦合关系。旅游产业发展对湘西地区城镇化的促进作用比较有限，但对区域商品市场发展具有明显推进作用，旅游的富民作用尤其显著。书中以溆浦雪峰山生态文化旅游开发和古丈茶旅融合发展为例，分析了实现文化旅游创意产业开发与区域扶贫开发的融合机制。

(5) 湘西地区民族文化旅游创意产业发展对策。由于基础薄弱，湘西地区民族文化旅游创意产业还存在诸多问题，包括产品创意层次较低、高层次人才缺口较大、产业发展要素支撑不足、产业运营水平偏低、发展政策不完善、发展环境不成熟等问题。针对湘西地区民族文化旅游创意产业发展中存在的困境，提出要夯实产业要素支撑，组建协同创新中心；立足创意，培育民族文化旅游创意产品体系；创新商业模式，实现民族文化旅游创意产业价值；科学运作，转变民族文化旅游创意产业发展机制；完善产业发展政策，优化民族文化旅游创意产业发展环境。

序

当前,我国正在努力打造创新型国家,大众创新和万众创业成为推动经济发展的重要动力,旅游行业已经成为创新与创业活动的热点领域。针对旅游产业升级与发展,国家连续出台了一系列的推动措施,旅游业成为拉动内需、保持经济平稳发展的重要增长点。“商、养、学、闲、情、奇”等旅游新六要素及“旅游+”概念的提出,为旅游产业发展提供了重要的创意源泉,成为未来民族文化旅游创意产业发展的重要方向。

创意经济是一种发展方式的转变,它将产业发展从依靠资源转变为依靠创意人才的创新和创造,并以此作为产业可持续发展的重要动力。将创意理论运用于旅游产业的发展研究,在理论上丰富了旅游经济学的内容,推动了文化学、创意经济学、旅游经济学等学科的整合与发展,对于旅游创意产业发展具有重要的理论指导价值。民族文化旅游创意产业是立足于民族文化旅游创意人才智慧,借助各种新技术、新方法对民族文化进行创新,开发创意旅游产品、旅游服务和旅游项目,促进民族文化与旅游业有机融合和增值的新型产业,产业体系包含民族文化旅游产品、旅游服务和旅游智能产权等内容。发展民族文化旅游创意产业不仅可以实现区域经济的跨越式发展,也是经济增长方式转变、产业结构升级及县域经济综合实力提升的重要途径。

湘西地区经济基础薄弱,依靠工业化实现区域经济飞跃面临巨大困难,但是作为多民族融合之地的湘西地区,千百年来所形成的丰富而独特的文化创意素材,为其发展民族文化旅游创意产业提供了重要的创意源泉。把文化创意旅游作为湘西地区旅游产业发展的新思路,充分发挥区域民族文化优势,用创意的无限性弥补资源的有限性,对于促进湘西地区旅游产业结构优化升级和产业可持续发展,发展壮大民族地区的优势产业,具有重要的现实意义。本书重点研究如何利用湘西地区丰富的民族文化旅游资源建立旅游创意产业发展平台,通过科学运营、立足创意,提升和实现民族文化旅游资源的产业价值,为区域居民提供脱贫致富的途径。研究发现,民族文化旅游创意产业的产品体系包括旅游商品、服务和智能产权,创意的核心作用在于提升产品附加值;创新是其发展的核心驱动力,产业价值实现是其商业模式的核心,旅游演艺是其重要形式。未来,湘西地区文化旅游创意产业发展可以从以下层面入手:

(1) 加大投入,夯实产业要素支撑。①实施民族文化旅游创意人才工程。做好高端创意经营人才的引进工作,完善创意人才培养体系,发挥企业主体作用和高校培养能力;营造创意人才发展的良好环境,构建高创意级人才发展平台和空间,为社区居民参与创意开发提供制度保障。②培育和组建产业发展协同创新中心。重视科技进步与民族文化旅游创意结合,培育和组建各级创意中心,完善民族文化旅游创意产业创新体系;完善产业协同创新机制,创新协同创新组织模式,优化产业协同创新环境。

(2) 立足市场和创意,培育民族文化旅游创意产品体系。①建设高端文化创意精品景区。将文化旅游开发与民族文化遗产相结合,深入挖掘和开发民俗风情、民族歌舞、历史文化等特色文化资源,打造高端民族文化体验型旅游景点。②打造品牌旅游创意商品。实施民族文化旅游创意商品精品工程和品牌建设工程,推进旅游创意商品的品牌化运作;推出旅游创意商品,推荐精品菜单,增强游客

的购物文化体验;规范旅游购物市场,树立游客的旅游消费信心。③打造文化旅游演艺品牌。从产品定位、品牌打造、运作机制创新等方面入手,开发旅游演艺精品;立足民族文化创新与科技创新,重视游客满意度,不断提升产品创意水平;提升区域民族文化旅游演艺品牌效应,实现旅游演艺产业升级。

(3) 创新商业模式,实现民族文化旅游创意产业价值。①创新产业运营机制,提升产业竞争力。增强企业运营科学性,推进产业发展的市场化机制;培育区域民族文化旅游创意龙头企业,支持中小企业提升企业核心竞争力;优化旅游创意产业主体利益链条,不断提升产业运营效率。②多渠道立体化创意营销。推动文化产业和旅游产业融合营销,提升创意营销的专业化水平;立足游客的民族文化体验和快乐需求,塑造民族文化创意品牌的特性和独特魅力,挖掘和策划新闻效应,不断提升品牌影响。③打造区域创意旅游品牌。科学运作民族文化旅游资源,明确民族文化旅游产业品牌定位;保护民族文化旅游技术创新,塑造民族文化旅游产业品牌;延伸民族文化旅游创意产业链条,实现企业品牌延伸。④打造旅游创意全景价值链。用创意挖掘旅游资源、开发旅游产品、拓展旅游渠道和引领旅游消费,强调对旅游产业价值链的全程创意,打造民族文化旅游创意产业发展平台并加强组织管理,为产业发展创造条件。

(4) 科学运作,转变民族文化旅游创意产业发展机制。①推进产业发展与扶贫攻坚结合。切实抓住国家扶贫攻坚机遇,瞄准文化旅游创意产业优势,用好用活各级优惠政策,加快区域产业结构的调整。②推进产业的融合化发展。挖掘民族文化旅游创意,通过功能创新实现民族文化旅游产业与特色农业、工业和服务业等深度融合,打造新型文化旅游业态。③推进产业的两型化发展。要抓住两型产业发展机遇,加快编制区域文化旅游创意产业发展规划,强化资源整体开发,提升产业综合效率与效益。

(5) 完善产业发展政策,优化民族文化旅游创意产业发展环境。①健全产业发展政策保障。政府要进一步简政放权,发挥市场在产业资源配置中的核心作用;树立科学发展观,不断提升区域的文化软实力;推进民族文化旅游创意产业规范化发展;提供制度保障,提升居民参与创意开发的能力和水平。②健全产业发展服务体系。健全产业发展的投融资平台,推进创意开发项目向全社会资本开放;完善产业服务体系与发展平台,构筑创意产品产业化促进机制,完善文化与旅游协同管理机制;完善法律与管理机制,加强旅游市场诚信建设。③完善创意资源与产权保护。进行产权重构,强化民族文化原创性资源保护;构建科学的创意产权保护制度,提升创意人才进行文化创新的积极性;创新民族文化资源开发机制,实现资源科学高效利用。④持续优化产业发展环境。提升旅游景点的交通通达性,立足旅游安全进一步完善旅游配套设施建设;科学布局,加快区域重点旅游城镇建设;协调民族文化旅游创意开发主体利益,强化区域间的文化旅游创意开发合作。

限于个人水平,对民族文化旅游创意产业的研究和认识还存在不足,书中可能还有不少疏漏之处,欢迎广大读者批评指正。

目 录

第一章 导论

- 1.1 研究背景与意义
- 1.2 旅游创意产业相关研究
 - 1.2.1 国内外创意产业的相关研究
 - 1.2.2 国内外旅游创意产业的相关研究
- 1.3 相关概念与理论基础
 - 1.3.1 湘西地区概况
 - 1.3.2 民族文化旅游创意产业界定
 - 1.3.3 文化旅游创意产业与相关产业的关系
 - 1.3.4 民族文化旅游创意产业产品体系
 - 1.3.5 民族文化旅游创意产业商业模式特征
- 1.4 研究内容、思路与方法
 - 1.4.1 研究内容
 - 1.4.2 研究思路
 - 1.4.3 研究方法
- 1.5 主要创新之处

第二章 民族文化旅游创意产业发展的理论机理

- 2.1 民族文化旅游创意产业发展机理框架
 - 2.1.1 民族文化是旅游创意诞生、成长的有机土壤
 - 2.1.2 旅游者需求的动态变化是创意的推动力量
 - 2.1.3 创意人才的智慧和技能决定产品市场认同度
 - 2.1.4 资金、技术和创意环境等是重要的保障条件
- 2.2 技术进步是民族文化旅游创意产业发展的重要条件
 - 2.2.1 技术进步催生民族文化旅游产品创意
 - 2.2.2 技术进步渗透产业发展整个流程
 - 2.2.3 信息化技术是推进文化旅游产业融合的重要条件

- 2.3 产学研合作是民族文化旅游创意产业发展的重要途径
 - 2.3.1 产学研合作提升民族文化旅游创意水平
 - 2.3.2 产学研合作优化旅游创意人才培养结构和质量
 - 2.3.3 产学研合作提高文化旅游创意产业发展能力
 - 2.3.4 产学研合作营造民族文化旅游创意产业发展环境
- 2.4 产权保护是民族文化旅游创意产业发展的重要保障
 - 2.4.1 产权推进民族文化创意资源保护
 - 2.4.2 产权保护激励创意的生产与发展
 - 2.4.3 产权保护保障创意阶层的利益
 - 2.4.4 产权制度推动创意市场规范化发展
- 2.5 软实力提升是民族文化旅游创意产业发展的重要支撑
 - 2.5.1 软实力提升推动文化创新
 - 2.5.2 软实力提升推动居民素质提高
 - 2.5.3 软实力提升推动产业转型升级
 - 2.5.4 软实力提升推动发展环境改善
- 2.6 专题：创意旅游开发中社区参与、开发感知与社区态度的关系
 - 2.6.1 研究假设与概念模型
 - 2.6.2 研究方法设计
 - 2.6.3 数据分析结果

第三章 湘西地区民族文化旅游创意产业发展的动力机制

- 3.1 民族文化资源开发价值高
 - 3.1.1 文化资源品位高
 - 3.1.2 文化资源特色鲜明
 - 3.1.3 文化资源适宜开发
 - 3.1.4 民族文化成果丰硕
- 3.2 游客需求与市场竞争的联合驱动
 - 3.2.1 游客需求层次提升拉动产品创新
 - 3.2.2 创意竞争日益激烈推动产业升级
- 3.3 产业发展支撑要素不断完善
 - 3.3.1 投融资平台逐步建立
 - 3.3.2 高新技术广泛应用

- 3.3.3 创意人才群体逐步形成
- 3.3.4 基础设施改善迅速
- 3.3.5 民族文化研究氛围逐步形成
- 3.4 产业发展支持政策不断完善
 - 3.4.1 国家级政策集中出台
 - 3.4.2 省级政策同步出台
 - 3.4.3 各地积极出台支持政策
 - 3.4.4 高度重视民族文化保护
- 3.5 案例: 张家界品牌旅游演艺《魅力湘西》的崛起
 - 3.5.1 深植于民族文化资源进行产品创意
 - 3.5.2 依托游客需求进行创意开发
 - 3.5.3 高度重视创意人才, 保障产品质量
 - 3.5.4 坚持市场化运作, 实现品牌化发展
 - 3.5.5 充分利用外部环境

第四章 湘西地区民族文化旅游创意产品开发机制

- 4.1 产品开发思路与原则
 - 4.1.1 创意开发思路
 - 4.1.2 创意开发原则
- 4.2 产品开发类型体系
 - 4.2.1 传统民族文化旅游创意产品
 - 4.2.2 时尚民族文化旅游创意产品
- 4.3 重点产品创意开发模式
 - 4.3.1 创意景区产品开发模式
 - 4.3.2 创意旅游商品开发途径
 - 4.3.3 创意旅游演艺精品途径
- 4.4 专题: 凤凰民族文化旅游创意产品开发模式
 - 4.4.1 文化创意融入旅游景点建设
 - 4.4.2 文化创意提升民族风情表演档次
 - 4.4.3 文化创意包装设计旅游商品
- 4.5 专题: 湘西遗址型旅游创意景区产品开发困境
 - 4.5.1 案例: 里耶遗址的开发困境与思路
 - 4.5.2 案例: 老司城世界遗产的开发困境与思路

- 4.5.3 启示: 开发与保护并重是可持续发展的核心
- 4.6 专题: 湘西民族文化旅游商品创意开发
 - 4.6.1 湘西民族民间工艺品创意开发
 - 4.6.2 凤凰旅游商品创意开发困境

第五章 湘西地区民族文化旅游创意产业运营机制

- 5.1 民族文化旅游创意产业发展运营过程
 - 5.1.1 开发民族文化资源的创意
 - 5.1.2 设计民族文化旅游创意产品
 - 5.1.3 实施民族文化旅游创意营销
 - 5.1.4 推动民族文化旅游创意产业升级
 - 5.1.5 案例: 凤凰县民族文化旅游创意产业运营特征
- 5.2 民族文化旅游创意产业发展运作形式
 - 5.2.1 文化旅游圈融合运作方式
 - 5.2.2 项目开发融合运营模式
 - 5.2.3 文化旅游节庆与会展推广模式
 - 5.2.4 文化旅游创意产品吸引模式
- 5.3 专题: 民族文化旅游创意主题营销活动
 - 5.3.1 旅游创意营销效益显著
 - 5.3.2 案例: 吉首鼓文化节
 - 5.3.3 案例: 怀化三古文化节
 - 5.3.4 案例: 凤凰民族文化旅游创意营销模式
- 5.4 专题: 湘西地区文化旅游演艺运营模式
 - 5.4.1 产品创意开发是基础
 - 5.4.2 科学运营管理是关键
 - 5.4.3 机制体制创新是保障
 - 5.4.4 案例: 《魅力湘西》的运营模式
 - 5.4.5 案例: 《天门狐仙》的运营模式
- 5.5 专题: 湘西地区民族村寨创意旅游的运营
 - 5.5.1 凤凰苗寨的兴衰
 - 5.5.2 吉首德夯苗寨的开发历程
 - 5.5.3 龙山土家寨的开发难题
 - 5.5.4 通道侗寨的开发之路

- 5.5.5 民族村寨创意旅游的发展思路
- 5.6 专题:乡村能人与湘西村寨创意旅游运营
 - 5.6.1 古丈默戎镇毛坪村的巨变
 - 5.6.2 乡村能人成为关键因素
 - 5.6.3 产业运营的主要经验

第六章 湘西地区民族文化旅游创意产业融合发展机制

- 6.1 民族文化旅游创意产业发展的融合方式
 - 6.1.1 市场融合是产业融合发展的基础
 - 6.1.2 产品融合是产业融合发展的重要途径
 - 6.1.3 企业融合是产业融合发展的载体
- 6.2 专题:创意是区域民族文化与旅游融合发展的根本
 - 6.2.1 创意是民族文化资源与旅游产品融合开发的源泉
 - 6.2.2 创意是民族文化旅游产业融合的营销手段
 - 6.2.3 创意是民族文化产业和旅游产业融合升级的动力
- 6.3 旅游创意产业与三次产业融合发展的途径
 - 6.3.1 抓住“旅游+”的发展机遇
 - 6.3.2 推动旅游与农业融合发展
 - 6.3.3 推动旅游与工业融合发展
 - 6.3.4 强化旅游与第三产业融合发展
 - 6.3.5 数据:旅游与产业融合发展的区域差异
- 6.4 专题:湘西地区旅游与经济社会融合发展的区域差异
 - 6.4.1 旅游创意产业发展与区域居民收入
 - 6.4.2 旅游创意产业发展与区域城镇化进程
 - 6.4.3 旅游创意产业发展与区域商品市场发展
 - 6.4.4 结论与建议
- 6.5 专题:旅游创意产业发展与湘西地区扶贫攻坚
 - 6.5.1 案例:雪峰山旅游立足乡村旅游富山乡
 - 6.5.2 案例:古丈县茶旅融合富民强县
 - 6.5.3 启示:旅游开发与扶贫的协同发展是关键

第七章 湘西地区民族文化旅游创意产业发展存在的问题

- 7.1 民族文化遗产创新难度大

- 7.1.1 民族民间文化传承能力偏低
- 7.1.2 生态环境破坏严重
- 7.1.3 过渡商业化风险凸现
- 7.2 产品开发层次较低
 - 7.2.1 产品有待丰富与提升
 - 7.2.2 旅游演艺创新力度不够
 - 7.2.3 景区创意吸引力下降
 - 7.2.4 商品创意水平不高
- 7.3 产业运营水平偏低
 - 7.3.1 市场化水平不高
 - 7.3.2 文化旅游创意企业竞争力偏低
 - 7.3.3 民族文化旅游宣传方式雷同
 - 7.3.4 旅游产品综合效益不显著
 - 7.3.5 文化和旅游融合机制构建障碍重重
- 7.4 产业发展要素支撑乏力
 - 7.4.1 人才压力严重
 - 7.4.2 资金筹措压力巨大
 - 7.4.3 区域软实力水平偏低
 - 7.4.4 基础设施建设滞后
- 7.5 产业发展体制机制不完善
 - 7.5.1 产业发展规划严重滞后
 - 7.5.2 创意的产权保护不力
 - 7.5.3 社区居民参与机制不完善
 - 7.5.4 区域旅游市场管理不到位
 - 7.5.5 管理体制与机制创新不足

第八章 湘西地区民族文化旅游创意产业发展的对策

- 8.1 实施民族文化创意人才建设工程
 - 8.1.1 积极引进外部高端创意人才
 - 8.1.2 积极发挥本土人才创新作用
 - 8.1.3 完善区域创意人才培养体系
- 8.2 强化民族文化旅游创意与创新开发
 - 8.2.1 完善产业协同创新机制

- 8.2.2 完善协同创新组织模式
- 8.2.3 优化产业协同创新环境
- 8.3 培育高档次民族文化旅游创意产品体系
 - 8.3.1 深挖创意构建民族特色产品体系
 - 8.3.2 立足创意建设高端文化精品景区
 - 8.3.3 打造民族文化旅游创意商品品牌
 - 8.3.4 立足创意打造旅游演艺精品品牌
 - 8.3.5 推动民族文化旅游创意业态创新
- 8.4 创新民族文化旅游创意产业运作模式
 - 8.4.1 创新企业运营模式
 - 8.4.2 多渠道立体化创意营销
 - 8.4.3 打造区域旅游创意产业品牌
 - 8.4.4 打造旅游创意全景价值链
- 8.5 转变民族文化旅游创意产业发展方式
 - 8.5.1 推动产业发展与扶贫攻坚结合
 - 8.5.2 推进产业融合化发展
 - 8.5.3 推动产业集群化发展
 - 8.5.4 推动产业两型化发展
- 8.6 提升民族文化旅游创意产业发展环境质量
 - 8.6.1 健全产业发展政策保障
 - 8.6.2 完善产业发展服务体系
 - 8.6.3 强化资源创新与产权保护
 - 8.6.4 持续优化产业发展环境
 - 8.6.5 创新管理体制机制

第九章 总结与展望

- 9.1 主要结论
- 9.2 研究不足与展望

参考文献

后 记

第一章 导论

1.1 研究背景与意义

2011年10月,中共十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》明确提出推动文化产业与旅游等产业的融合发展,增加相关产业文化含量以提高附加值,而融合的关键则为创意,这为湘西地区民族文化旅游创意产业的发展提供了重要的机遇。党的十八大报告提出“努力建设美丽中国”的目标,通过创意的方式将生态文明融入旅游产业发展全过程,改变旅游产业的发展模式是实现这一宏伟目标的重要途径之一,而创意在旅游产业发展中的地位日显突出。创意产业(creative industries)在20世纪80年代已开始逐渐兴起,其概念于1998年由英国最早提出,并很快被新加坡、澳大利亚、新西兰、中国香港与中国台湾等国家和地区略作调整后采用,在全球范围内产生了广泛影响。

旅游创意产业是创意产业在旅游领域的传承和延伸,而民族文化旅游创意产业是指依靠创意人的智慧、技能和天赋,借助于各种新技术、新方法对民族文化进行创造与提升,促进民族文化和旅游业有机融合的新型产业。加入世贸组织以后,外国游客大量涌入,国外游客对自然和文化的双重追求,特别是对中国文化的偏爱,使更多的景区开始重视民族文化要素;同时,随着居民需求的逐步多样化和个性化,对复合型旅游产品的需要增多,生态旅游和文化旅游开发出现交叉融合,文化元素开始进入旅游市场;生态观光景区开始开发文化演艺产品,而文化旅游景区也开始重视生态资源的保护,强调原生态元素,两者开始逐步融合,文化旅游创意产业开始快速发展。

2000年以来,湘西地区的民族文化旅游创意产业开始进入快速发展阶段。典型标志是张家界演艺市场开始繁荣,出现了大量针对外部游客的旅游演艺活动,并出现了《魅力湘西》《天门狐仙》等一批旅游演艺精品。湘西的凤凰古城开始大力挖掘民族文化内涵,发挥名人的带动效应,并开始利用古城附近的山江、老洞、勾良等苗寨开发乡村旅游,乡村旅游出现繁荣;同时,德夯苗寨、里耶遗址、永顺芙蓉镇等实现转型发展,民族文化旅游的融合性

增强;永顺小溪、猛洞河漂流的知名度进一步提升。怀化开始利用其自然资源和文化资源,连续举办文化节构建“三古文化”旅游品牌,洪江古商城、黔阳古城景区开发力度增强,一批侗寨和苗寨得到开发。

2010年以来,民族文化旅游创意产业的升级优化步伐逐步加快,人工智能、大数据、移动网络、多媒体等新兴技术为文化旅游创意产业的升级提供了重要保障。2014年以来,国家密集出台了多项政策措施推动旅游产业的升级,2014年中央七部委联合下文推动乡村旅游发展,2015年1月国家旅游局出台《关于促进智慧旅游发展的指导意见》提出建设一批智慧旅游景区、智慧旅游企业和智慧旅游城市,2015年7月国务院通过《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》提出要规划旅游装备制造业、旅游业新生态圈、多彩旅游、旅游创客行动等旅游新业态,2015年9月国家旅游局下发《关于实施“旅游+互联网”行动计划的通知》提出了十项实施“旅游+互联网”行动计划的重点行动。湘西地区的旅游创意产业结构正在向休闲度假转型,主要体现在从名山大川观光向生态旅游、度假休闲转换,从星级酒店向山居静养转换,从地质奇观炫耀向户外休闲体育转换,从大型旅游商演向民间民俗展演转换,从历史文化研究向历史艺术活态展示转化。这对旅游产业发展提出了新的要求和新的挑战,也为文化旅游创意产业提质升级提供了重要的发展方向与思路。各地也都高度重视文化旅游创意产业发展,出台了相关的规划,文化旅游创意产业发展进入新的阶段。

我国继2009年12月出台《国务院关于加快发展旅游业的意见》后,2014年8月又发布《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》,提出旅游产业是推动中西部发展和贫困地区脱贫致富,促进经济平稳增长和生态环境改善的重要途径。2011年10月年公布的《武陵山片区区域发展与扶贫攻坚规划》(简称《片区规划》),明确提出要利用丰富独特的山水生态和民族文化旅游资源优势,促进旅游产业转型升级和发展方式转变,推进省际文化旅游协作,建成国内外具有重大影响力的生态文化旅游区。湘西地区经济基础薄弱,依靠工业化实现区域经济飞跃面临巨大困难;作为多民族融合之地的湘西地区,集中了优质的土家族、苗族、侗族、白族、瑶族等民族文化旅游资源,立足创意元素实现科学运作,形成了丰富而独特的文化创意素材,为其发展民族文化旅游创意产业提供了重要的创意源泉,是湘西地区实现文化旅游产业升级优化的重要保障。

旅游产业是湘西地区的战略性支柱产业,加快推进文化旅游创意发展,对提高居民收入、推动旅游产业提质升级、促进湘西地区全面建成小康社会

具有重要意义。发展民族文化旅游创意产业不仅可以实现区域经济的跨越式发展,也是经济增长方式转变、产业结构升级及县域经济的综合实力提升的重要途径。本书旨在立足湘西地区文化旅游资源优势,借助创意元素实现发展方式的转变,探索依托创意实现资源优势向产业优势转化的路径。理论上,将创意理论用于文化旅游产业研究,可推动创意经济学、旅游经济学等学科的整合与发展,拓展旅游经济学的研究领域,具有重要的学术价值。实践上,充分发挥湘西地区的民族文化优势,用创意的无限性弥补资源的有限性,不仅可为对湘西地区民族文化旅游创意产业的可持续发展与升级优化提供一定的借鉴,而且对发展壮大民族地区的优势产业和居民脱贫致富也具有重要的现实意义。

1.2 旅游创意产业相关研究

创意产业于20世纪80年代已开始逐渐兴起,其本质上为文化创意产业。创意产业作为一个新兴产业,在实践中已显示出其强大的生命力和巨大的发展空间,其在增强自主创新力、建设创新型国家方面具有重要作用,是转变经济增长方式、增强国家软竞争实力的有效战略。民族地区民族文化资源异常丰富,其深厚的文化底蕴构成了发展文化创意产业的重要条件,发展民族文化创意产业不仅可以实现区域经济的跨越式发展,更使民族文化得到保护和弘扬。

1.2.1 国内外创意产业的相关研究

创意产业(creativity industries)于20世纪80年代已开始逐渐兴起,其概念于1998年由英国最早提出,并将其界定为源于个体创造力、才能与技术,且通过知识产权行为创造财富与就业的活动,其实质上是指文化创意产业。此概念很快被新加坡、澳大利亚、新西兰、中国香港与中国台湾等国家和地区略作调整后采用,在全球范围内产生了广泛影响。当前对创意产业的界定尚未获得统一,但差异并不大,主要包括文化艺术、工艺、古董等传统文化产业,电视、广播、电影等电子媒体产业和软件、游戏等数字设计产业三个大类。考虑到创新和技术紧密相关,而创意则更强调文化属性,故本书认为创意产业本质上为文化创意产业,如我国香港特区在2005年将创意产业改称为文化创意产业(cultural and creative industries)。关于创意产业的概念,Florida(2002)提出创意阶层(creativity class)是创意产业发展的核心动力,厉