

文化产业以创意为动力 能够推动形成创新型社会
文化产业对改善和传播地区形象 提升软实力和综合竞争力作用巨大

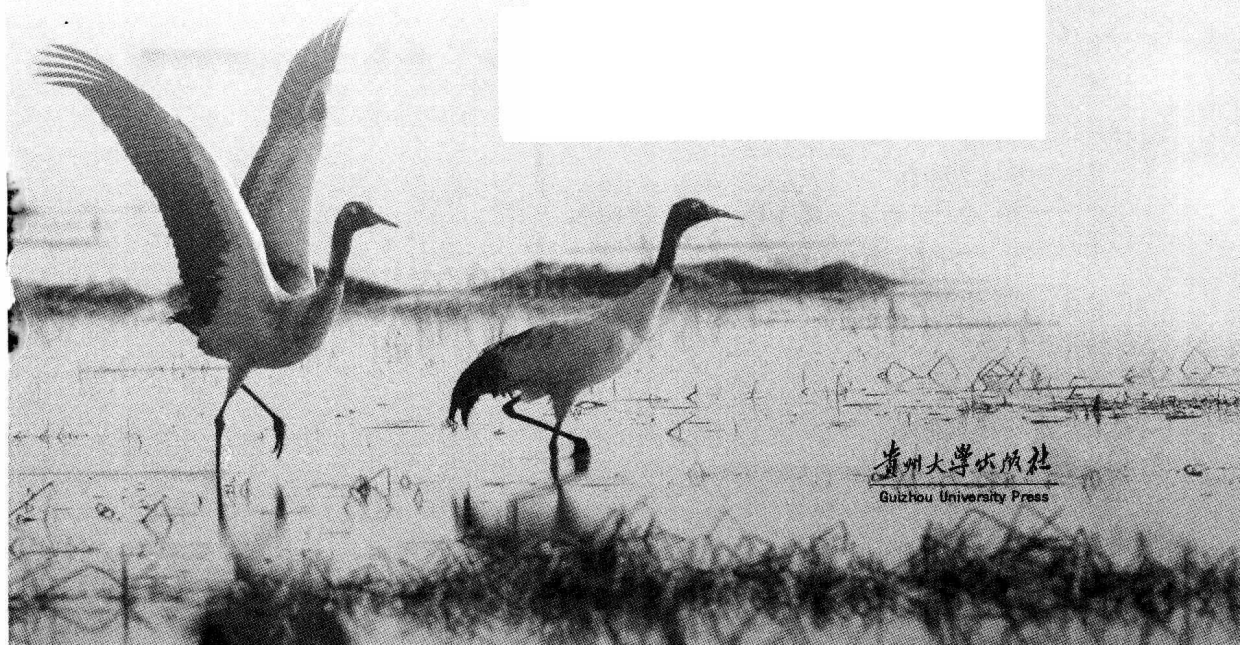
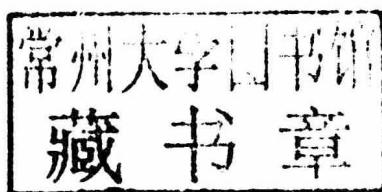
毕节地区文化创意产业 发展规划及专题研究

《毕节地区文化创意产业发展规划2011—2020》课题组

贵州大学出版社
Guizhou University Press

毕节地区文化创意产业 发展规划及专题研究

《毕节地区文化创意产业发展规划2011—2020》课题组



贵州大学出版社
Guizhou University Press

图书在版编目（C I P）数据

毕节地区文化创意产业发展规划及专题研究 / 《毕节地区文化创意产业发展规划 2011-2020》课题组编写. --
贵阳：贵州大学出版社，2012.3

ISBN 978-7-81126-465-4

I. ①毕… II. ①毕… III. ①文化产业—研究—毕节地区 IV. ①G127.732

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 042795 号

毕节地区文化创意产业发展规划及专题研究

编 写：《毕节地区文化创意产业发展规划 2011—2020》课题组
责任编辑：张 一

出版发行：贵州大学出版社

印 刷：贵州创兴彩印厂

开 本：710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张：9.5

字 数：144.5 千

版 次：2012 年 3 月第 1 版 第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-81126-465-4

定 价：29.80 元

版权所有 侵权必究

本书若出现印装质量问题，请与印刷厂联系调换
电话：0851-6610960

《毕节地区文化创意产业发展规划 2011—2020》领导小组

顾 问：秦如培 张吉勇 金元浦

组 长：安金黎 朱江华 张光奇

成 员：黄中华 袁德琴 刘 军 李明泽 张义萍

王允铎 戴淑金 潘圣群 彭 玲 沈义勇 殷从隆

魏其凯 王丽佳 杨丽霞 禄炳军 李文均 陈敬书

办公室：戴元明 张点点 何 毅 何健学

《毕节地区文化创意产业发展规划 2011—2020》编制组

组 长：余世明

成 员：金颖若 曾 芸 盘晓愚 向富华 袁轶峰

秘 书：占耀宗

《毕节地区文化创意产业发展规划 2011—2020》咨询专家

（以姓氏笔画为序）

王红光 李三旗 余宏模 张晓松 杨庆武 袁 华

麻勇斌 谢 一 熊宗仁

目 录 MULU

上 编

前言	1
第一章 文化产业发展背景	3
一、国内外文化产业发展形势	3
二、发展文化产业是实现历史性跨越的必然选择	4
第二章 产业发展基础	7
一、文化资源	7
二、市场基础	8
三、市场前景分析	9
四、目标市场选择	11
五、文化产业发展基础	12
第三章 指导思想和发展战略	18
一、指导思想与基本原则	18
二、发展目标和发展战略	20
第四章 产业体系	23
一、产业结构关系	23
二、重点行业	24
第五章 空间布局	32
一、空间布局原则	32
二、重要产业地带	33
第六章 特色品牌和“十二五”重点项目	37
一、文化产业八大特色品牌	37
二、“十二五”重点项目	40
三、规划期内的其他项目	44

第七章 保障措施	46
一、基础设施保障	46
二、文化市场开拓	48
三、政策措施	51

下 编

第八章 毕节地区文化创意产业综合性园区概念性规划	55
一、可乐国家考古遗址公园—夜郎古都文化旅游区	55
二、石门文化纪念园区	56
三、韭菜坪（阿西里西）贵州屋脊景区	57
四、百里杜鹃避暑、休闲、会议、体育训练区	58
五、毕节民族文化创意产业园区	59
六、金沙生态文化园区	60
七、“奢香古驿遗产廊道”概念性规划	61
第九章 毕节地区文化创意产业发展专题研究	67
一、毕节地区文化创意产业发展背景分析研究	67
二、毕节地区文化资源及其评价	78
三、毕节地区文化旅游业发展研究	87
四、毕节地区游艇—地产业发展研究	95
五、毕节地区旅游商品业发展研究	99
六、毕节地区民族节庆和文艺演出业研究	108
七、毕节地区文化创意产业的市场培育和开发	111
八、毕节地区文化创意产业骨干企业的培育	123

毕节地区文化产业规划 文化资源分布图

毕节地区文化产业规划 文化产业空间结构图

毕节地区文化产业规划 文化产业市场分布图

毕节地区文化产业规划 “十二五”文化产业重点项目图

文化产业资源消耗低、环境污染小；经济回报高，受益时间长；进入门槛较低，创造就业岗位多，是实现可持续发展的环境友好型产业。文化产业能够充实普通产品的文化内涵，彰显文化个性，提高其精神功能和审美价值，提高普通产品的经济附加值。文化产业正在与国民经济各个产业部门发生普遍地渗透和融合，形成了以文化内容为纽带、关联度日益密切的庞大产业链和产业集群。文化产业以创意为动力，能够推动形成创新型社会。文化产业对改善和传播地区形象，提升软实力和综合竞争力作用巨大。

文化产业应该成为优化产业结构的着力点，经济增长的新引擎，建设和谐社会的重要抓手和实现发展方式转变的突破口。

为了落实国家《文化产业振兴规划》，贯彻省委、省政府建设文化大省的精神，对接国家相关部委振兴文化产业的有关意见，制定本规划。

本规划是毕节地区文化产业 2011—2020 年的中长期发展规划，重点在“十二五”期间。

编制本规划的依据是：

《毕节地区国民经济和社会发展“十二五”规划纲要》；

《贵州省文化产业发展战略规划纲要》。

本规划强调：遵循“毕节试验区”的战略构想和理念，从推动区域经济社会更好更快全面发展的高度，因地制宜，实现文化产业的跨越式发展。

本规划提出：按照“一圈四带满天星斗”的空间布局，着力打造“八大文化产业特色品牌”，建设旅游为引擎、内外市场兼顾的产业体系，形成三类产业结构，彰显古彝文化特色。通过十年的努力，使文化产业综合实力位居全省前列，成为国民经济新的增长点。

注：2011年，《国务院关于同意贵州省撤销毕节地区设立地级毕节市的批复》（国函〔2011〕130号）：同意撤销毕节地区和县级毕节市，设立地级毕节市；毕节市设立七星关区，以原县级毕节市的行政区域为七星关区的行政区域；毕节市辖大方县、黔西县、金沙县、织金县、纳雍县、赫章县、威宁彝族回族苗族自治县和新设立的七星关区。由于本规划编制工作在毕节撤地设市之前，规划文本中的有关行政区划称谓与内容须依国函〔2011〕130号文件做相应调整。

第一章 文化产业发展背景

一、国内外文化产业发展形势

(一) 各国文化产业强势发展

文化产业在全球经济发展中迅速崛起，增长极快，已成为日趋激烈的综合国力竞争中的一个重要方面。资料显示，越来越多的国家和地区已将文化产业作为战略产业，产业发展速度突飞猛进。美国、英国、意大利、日本等发达国家文化产业已成为支柱产业。美国文化产业增加值占国内生产总值的比重高达 25%，日本达到 20%，欧洲国家平均在 10% 到 15%，韩国也高于 15%。美国 400 家最富有的公司中文化产业公司达到了 72 家，美国音像业已取代航空业成为最大出口产业；英国文化产业的平均发展速度是经济增长的 2 倍以上；日本娱乐业的生产经营收入超过了汽车工业总产值；韩国提出把文化产业培育成“21 世纪的骨干产业”。文化产业不仅强劲地推动着各国经济的发展，而且提升了国家参与国际竞争的“软实力”。大力发展文化产业，已经成为全球方兴未艾的大趋势。

(二) 国家对文化产业日益重视

党的“十七大”报告指出：“大力发展文化产业，实施重大文化项目带

动战略，加快文化产业基地和区域性文化产业群建设，培育文化产业若干企业和战略投资者，繁荣文化市场，增强国际竞争力”；国家《文化产业振兴规划》提出：“大力培育市场主体，加快转变文化产业发展方式，进一步解放和发展文化生产力，切实维护我国文化安全，推动文化产业又好又快发展，将文化产业培育成国民经济新的增长点”；国家“十二五”规划纲要明确要求：“推动文化产业成为国民经济支柱性产业”。在以上精神的强力推动下，我国文化产业迎来了前所未有的发展机遇，国内各地百舸争流、竞相发展的局面正迅速形成。贵州省“十二五”规划纲要将文化产业提到了前所未有的高度，提出“大力发展现代服务业，加快把旅游和文化产业培育成为重要支柱产业”。在国家战略指引下，大力发展文化产业上升为贵州省战略。

二、发展文化产业是实现历史性跨越的必然选择

（一）难得的历史机遇

毕节地区“十一五”期间主要经济指标增速位居全省前列，经济发展速度高于全国、全省的平均发展速度，经济总量在全省九个地州市中从后列跃居第三。经济总量的迅速增长，社会财富总量不断增加，折射出经济发展质量的进一步提高和人民收入来源渠道的多样化和生活水平的不断提高，人民群众对精神文化的需求日益增长。

在中央高度重视文化建设和地方经济发展的大背景下，毕节地委和行署提出了大力实施公共文化服务体系建设工程、努力把文化产业培育成国民经济的重要支柱产业的要求。这为今后毕节地区文化产业的大发展提供了契机和平台。

（二）转变增长方式的迫切要求

毕节地区矿产资源丰富，但矿业资源的有限性对寻找替代产业的要求以及矿业发展带来的环境压力越来越大，资源、能源、环境等瓶颈制约越来越突出。而文化产业的一大特点是资源消耗低、环境污染小，是受资源、能源、环境瓶颈制约不大的新兴产业之一，最能够实现人与自然协调发展，是典型的低碳经济、绿色经济，是战略性、先导性产业，不仅能够提供精神动力、思想保证、文化条件，而且能够开辟经济发展的新途径、新空间，是转变经济发展方式的重要途径和突破口。因此，从转变增长方式的战略高度，大力发展文化产业，将其纳入经济社会发展总体规划，作为发展战略性新兴产业的重要组成部分，积极推动文化产业与旅游、休闲、制造、电信、交通、房地产等产业相融合，使文化产业成为国民经济新的增长点和支柱型产业，走环境友好之路，推进新型工业化和城镇化，以文化产业促和谐，以和谐保发展，将成为毕节文化产业发展的良好条件和重要优势。

（三）试验区创新发展的要求

毕节试验区建立20多年以来，紧紧围绕“三大主题”，坚持开发与扶贫并举、生态恢复与建设并进、人口数量控制与质量提高并重，扎实开展了一系列工作，取得了明显的成效。毕节试验区正努力推动从资源大区向经济强区转变、从石漠化严重地区向生态环境优美地区转变、从人口大区向人力资源大区转变、从欠开发地区向全方位开发地区转变，努力实现经济社会的跨越式发展。在中央各部委办和各民主党派的大力支持、帮扶下，毕节试验区已经成为中国多党合作的成功典范，形成独具特色的文化内涵和别具一格的发展模式。在新形势下，要深化试验，寻求创新发展，才能进一步推动试验区事业。

（四）旺盛的文化市场需求

随着经济的快速发展和全面建设小康社会进程的推进，毕节地区城乡居民收入不断提高，生活质量跃上新的台阶，文化需求不断增长。构建以人为本的和谐社会，实现人自身全面发展的意识更加自觉，对文化产品和文化服务质量的要求不断提高，对文化市场的需求趋于旺盛。国家实施带薪休假等制度，文化消费选择更具自主性，更加有利于文化消费市场的形成；随着文化产品的生产、传播和消费手段、方式的全球化、现代化，国际文化交流更加频繁，对外开放不断扩大，文化产业的发展更具广阔的拓展空间，加速发展文化产业已势在必行。

文化资源较为富集的毕节地区，必须抓住机遇，全力推进文化产业的大发展，不辜负时代的要求。

第二章 产业发展基础

一、文化资源

毕节地区是“洞天湖地、花海鹤乡、避暑天堂”，有着得天独厚的文化资源，是一块美丽而神奇的乐土。

（一）悠远深厚的历史文化

史前文化黔西观音洞遗址，毕节朱昌牛鼻子洞新石器时代遗址；绵延数千年、分布广泛的夜郎文化（以赫章可乐战国—汉墓群遗址和威宁中水汉墓群为代表）；一度影响世界、汇聚中西文化交流的石门坎文化。

（二）积淀深厚、以古彝文化为代表的民族文化

毕节地区世代居住着汉、彝、苗、回等 18 个民族，丰富的民族文化多姿多彩、充满活力，其中非物质文化遗产尤能体现其特色，是民族文化既独特又重要的标志之一。威宁撮泰吉、纳雍滚山珠、纳雍箐苗服饰、赫章铃铛舞、大方漆器制作工艺为国家级非物质文化遗产。赶毡制作工艺、威宁彝族酒礼舞、素朴金钱棍、文琴戏、花灯戏、化屋苗族文化空间、苗族射弩、砂陶制作工艺、四桐鼓舞、烟火、仡佬族吃新节、彝族年、苗族大迁徙舞、划篾莫祖苗俗、

彝族咪古、大屯三官寨彝族祭祀、薅秧歌等为省级非物质文化遗产。由于较少受到全球化、城市化的影响，毕节保留着大量弥足珍贵的非物质文化遗产，是文化产业取之不尽的创意资源宝库。

具有代表性的全国重点文物保护单位大屯土司庄园、奢香博物馆，是毕节地区彝族土司文化和建筑文化的重要资源，集中反应了毕节地区历史上辉煌一时的代表性民族文化——彝族文化。

（三）凝重亮丽的红色文化

毕节是中国共产党贵州省第一个地下党支部的成立地，是贵州新民主主义革命的摇篮。在红军长征途中，党中央在林口镇“鸡鸣三省”村召开了政治局会议。1998年，毕节地区8县市中有7县市被命名为革命老区，苏维埃共和国川滇黔省革命委员会旧址、贵州省抗日救国会旧址，鸭池河战役、七星关战役等30多处革命遗址，见证了毕节作为革命老区的巨大光荣。

（四）神奇优美的生态文化

毕节地区为典型的喀斯特地貌，自然景观丰富奇特，神奇优美，独特的乌江水体景观、奇峰、峡谷、飞瀑、石林、溶洞、湖泊、杜鹃花林带等比比皆是，保留着自然的原始风貌。年平均气温为 $10.5 \sim 15.1^{\circ}\text{C}$ ，冬无严寒，夏无酷暑，空气清新凉爽。特别是夏季最适宜进行旅游、休闲和户外运动等活动。

二、市场基础

近年来，毕节地区经济取得较快发展，人民生活水平迅速提高，人们的

精神文化娱乐需求，包括文化、艺术、娱乐、休闲、体验，乃至健康的需求大幅上升，进入一个文化消费的新阶段。

现阶段毕节地区文化产业出现了两种迅速增长的需求：即本地消费者需求和外地包括境外消费者对各种文化产品的需求。

毕节地区本地市场快速成长。城镇居民对文化需求不断扩大，成为发展文化产业的主力市场。

外地市场对毕节地区的文化消费需求迅猛增长。由旅游、投资等拉动的全国各地，特别是东部与“珠三角”人群，以及云南、四川、重庆等周边人群的消费需求呈现高速增长的态势，为毕节文化产业的发展提供了动力源。

毕节地区旅游产品结构在调整中发展。文化在毕节地区旅游发展中的基础地位越来越突出，纯粹的自然景观观光型旅游产品的比重减少。即使是以自然资源为基本依托的旅游产品，如织金洞、百里杜鹃、草海等也不再单凭自然风光打造品牌，都在不断提升和丰富文化内涵。

长期以来，毕节地区经济属于内需型，主要满足本区居民的生产生活需求，限制了市场的进一步扩张。对于文化产业发展而言，难点在于如何引入消费市场，实现文化产品的外销，扩大市场规模和占有率。而旅游业的发展，为毕节地区带来了大量的国内外游客，形成了较大的外来消费市场，为文化产业的发展搭建了市场平台，这也是毕节地区文化产品实现由内需向外需转变的可行路径。

三、市场前景分析

随着中国—东盟自由贸易区的建立，成贵、贵广快速铁路和杭瑞、厦蓉、贵毕高速公路的修建和毕节飞雄机场的建设，毕节地区在经济区中的纽带作用将逐渐突出，在联结长江流域经济带与珠江流域经济带两大经济带中的优

越位置将不可低估。西南陆、空、水立体交通综合运输体系的迅速发展，通信网络的健全，还将极大地缩短毕节地区与全国、全球的时空距离，毕节的区位将逐渐优化。这将从根本上解除毕节因交通瓶颈制约而被边缘化的问题，为把资源优势转化成为经济优势、全面提升经济发展能力奠定坚实的良好平台。

（一）本地市场

要实现毕节文化产业的战略性崛起，一方面要满足广大人民群众的文化消费需求，提供人民群众喜闻乐见的、有创意的文化产品，另一方面要把群众潜在的文化消费需求激发起来。消费结构升级带来了市场需求的变化，住房、汽车、交通、通信、教育、旅游、文化娱乐和服务性消费等方面的需求将有很大的上升空间，表现出较强的经济文化一体化趋势。因此，通过多种途径，运用多种形式，大力宣传、倡导文化消费新观念，培养文化消费习惯，提高文化产品创意水平，催生一批较为活跃的文化消费主体，引导居民自觉地进行文化消费，将潜在的文化消费变为现实的文化消费，扩大文化消费支出，是促进毕节文化产业发展的重要市场。

此外，随着毕节地区主动承接国际、国内沿海地区的产业转移和经济辐射与合作，吸引更多的境内外资金、技术、人才参与毕节文化产业建设，逐步形成以本地文化（知识产权和品牌）为核心的所有权，将会为本地文化产业的发展带来持续空间和动力。

（二）周边潜在市场

在我国城市化发展的背景之下，随着区域经济的发展和交通条件的改善，

西部地区城市群的快速发展,成为增强自身实力,参与区域竞争,推动经济发展的动力。成渝城市群、滇中城市群和黔中城市群的兴起和发展,必将推动区域经济的快速发展,形成巨大的潜在消费市场,成为毕节地区文化产业发展的机遇。

毕节周边城市经济的发展状况决定了消费水平。除了贵阳和重庆两个城市外,毕节周边城市的文化产业均属于起步阶段,消费能力有限。但贵阳、安顺、遵义、六盘水、重庆、泸州、昭通、曲靖等八个城市巨大的旅游存量市场,为毕节地区的文化产业发展创造了良好的市场条件。

四、目标市场选择

依据对本地市场现状和潜在外部市场的分析,结合毕节地区主要文化产品的吸引力和消费者的需求,同时考虑到目标市场的经济发展水平、消费人口总量、交通状况等因素和未来的发展趋势,将毕节地区文化产业的目标市场定位如下:

表1 毕节地区文化产业目标市场定位

市场类别	目标市场	产品类型
本地市场	本地市场(毕节、黔西、大方、织金、金沙、威宁、赫章、纳雍、百里杜鹃)	满足本地需求的广电、新闻、休闲娱乐等文化产品
周边市场	周边城市(贵阳、安顺、遵义、六盘水)	满足差异化需求的户外运动(游艇、高尔夫)、风味餐饮等文化产品
中、远程市场	周边省份(云南、四川、重庆)、以及以广东为主体的珠三角、以上海为中心的长三角	满足生态、文化需求的创意地产、民族风情等文化产品