

文化部文化产业案例选编

中国特色文化产业案例集

Chinese Characteristic Culture
Industry Case Set




文化部文化产业司 编



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

文化 部 文 化 产 业 案 例 选 编

中国特色文化产业案例集



Chinese Characteristic Culture
Industry Case Set

文化 部 文 化 产 业 司 编



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

图书在版编目(CIP)数据

中国特色文化产业案例集 / 文化部文化产业司编. —北京:
社会科学文献出版社, 2015. 4

(文化部文化产业案例选编)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 7243 - 0

I. ①中… II. ①文… III. ①文化产业 - 案例 - 中国
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 052994 号

· 文化部文化产业案例选编 · 中国特色文化产业案例集

编 者 / 文化部文化产业司

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 任文武

责任编辑 / 丁 凡

出 版 / 社会科学文献出版社·皮书出版分社(010)59367127

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

发 行 / 市场营销中心(010)59367081 59367090

读者服务中心(010)59367028

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16


印 张: 21.5 字 数: 348 千字

版 次 / 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 7243 - 0

定 价 / 79.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

序 言

知识经济时代和工业经济时代的一个重要区别是，人类社会发 展所依 托的资源有很大的不同。工业经济时代所依托的主要是土地、能源、资 金、劳动力等资源，而知识经济时代，以文化资源、人才和创意等为代表的文化资本在创造财富和促进经济发展过程中表现出巨大潜力，成为经济 增长的关键因素，文化产业也因此成为知识经济时代方兴未艾的重要业 态。按照所依托的文化资源类别不同，文化生产和文化服务可大致分为三 类：媒体产业、文化设施服务业、特色文化产业，如表 1 所示。

表 1 文化产品和文化服务类别、途径和主要门类

类 别	途 径	主要门类
媒体产业	现代科技 + 内容创意	报刊、图书、影视、动漫游戏、互联网、移动媒 体等
文化设施服务业	文化设施 + 内容创意 + 市场运作	公共文化设施、文化娱乐设施、城市文化综合体
特色文化产业	特色文化资源 + 内容 创意	特色文化产品：雕塑、金属、漆器、花画、编 织、刺绣、地毯挂毯、珠宝首饰、民族手工艺 品、陶瓷、烟花鞭炮等
		特色文化服务：节庆展览、演出演艺、文化旅游

特色文化产业作为文化产业的一个重要类别，是指依托人们在长期生 产和生活实践中形成的具有鲜明地域或民族特色的文化资源，通过创造性 转化和市场化运作，提供具有鲜明区域和民族文化特点的文化产品、服务 的文化产业形态，包括以特色工艺品为代表的特色文化产品和以演出演 艺、节庆展览、文化旅游为代表的特色文化服务。与媒体产业和文化设施 服务业不同的是，中西部和欠发达地区具有发展特色文化产业的潜在竞争 优势，这决定了特色文化产业发展的重心也将集中在中西部和欠发达地区

的小城镇，特色文化产业的发展不仅能够充分释放和挖掘城乡文化消费空间，而且是促进城乡文化产业统筹发展的重要方式。目前，除媒体产业和文化设施服务业之外的特色文化产业均呈现出较快的发展速度，根据相关部门预测，“十二五”期间，特色文化产业将进入快速发展阶段，按照年均增长15%的速度计算，到2015年，特色文化产业所创造的产值将由目前的8000亿元增加到1.5万亿~2万亿元，通过联动效应带动地方相关产业增加5000亿~6000亿元的产值。^①特色文化产业发展前景广阔，具体表现在以下几个方面。

第一，特色文化产业种类多、规模大。我国特色文化资源种类丰富，特别是传统文化和民间艺术源远流长、特色鲜明。根据《中国文化文物统计年鉴》统计，2008年全国重点文物保护单位2351处、世界遗产33处、博物馆1893家、文物商店84家，国家级历史文化名城110个、历史文化名镇名村251个、省级文化名镇名村529个，国家级非物质文化遗产名录1028项。^②它们不仅是经济社会发展的物质文化财富，更是特色文化产业发展的创意源泉，是实现乡村经济转型的重要基础。以工艺美术行业为例，据统计，全国工艺美术行业有1881个品种，2008年，工艺美术行业从业人员数合计182.19万人，规模以上和以下企业总数达36015家，“十二五”期间，按年均增长22%计算，工艺美术行业规模以上企业将达8000家，规模以上、以下企业工业总产值将达15000亿元，同时农村加工队伍将达2000万人，如表2所示。^③

表2 2008年、2015年我国工艺美术品业企业数、产值

单位：家，亿元

年 份	规模以上企业		规模以上、以下企业 工业总产值
	数 量	工业总产值	
2008	4262	2750	3525
2015	8000	11000	15000

① 傅琰：《特色文化产业发展空间巨大》，《中国文化报》2012年5月29日。

② 祁述裕主编《中国文化产业发展前景——“十二五”展望》，社会科学文献出版社，2011，第174页。

③ 祁述裕主编《中国文化产业发展前景——“十二五”展望》，社会科学文献出版社，2011，第251~255页。

第二，特色文化产业是地方经济的重要内容。特色文化产业正在成为各地区，特别是中小城市和乡镇地区新的增长极。如江苏宜兴目前共有各类陶瓷企业 700 余家，年产值超过 110 亿元，其中，紫砂壶产值 30 亿元，未来产值还可能翻番。木雕产业是浙江东阳除建筑业以外的重要经济增长引擎，目前，全市已有年产值 500 万元以上木雕、红木家具企业 100 家，产值超 2000 万元企业 18 家，产值超亿元企业 2 家，省级以上品牌 4 个，每年木雕产业产值超过 100 亿元。近年来，山东省不断推动民间手工艺的产业化转型，草柳编、织花布、陶瓷印染、风筝年画等传统手工艺如今都已成为畅销海内外的艺术精品，年产值达 1000 多亿元，成为引领山东省各地方经济增长的重要引擎，如潍坊风筝的国内市场占有率超过七成，年销售额达 10 亿多元人民币；巨野县工笔牡丹画占全国工笔牡丹画市场的 80%。

第三，特色文化产业具有绿色经济、循环经济特征。特色文化资源是可再生、可创造的资源，具有可重复开发、多方位开发的特点。同时，特色文化产业的发展不仅具有低污染、低能耗、高附加值的特点，而且更能使特色文化资源在多次开发与利用过程中实现增值以及保护与传承。比如传统工艺品往往具有化腐朽为神奇的特点，苏州舟山村核雕之乡、浙江开化县根雕艺术之乡，将传统手工技艺与桃核、树根等原料相结合，不仅具有变废为宝的作用，更形成了独特的艺术风格，看似废弃物的竹木根、果核，经民间艺人的构思和巧手，能成为深受人们喜爱的工艺品，成为促进当地农民增收的一大产业。

第四，发展特色文化产业是发达国家和地区的普遍做法。伴随着知识经济的不断兴起和工业经济的衰退，20 世纪六七十年代，一种新的发展模式——“以人才为资本、以文化资源为生产力的发展模式”被提出，并受到发达国家的普遍重视，依托当地特色文化资源，发展特色文化产业，成为发达国家和地区推动地方经济转型的普遍做法。比如日本及泰国的“一村一品”运动。又如台湾地区南投市桃米社区，1994 年地震后，在“文建会”的介入下，以社区总体营造的思路重振地方经济。桃米社区依托当地丰富的物种和独特的环境优势，以自然风光为主题，通过设计代表社区形象的动植物 logo、布局特色家庭旅馆、挖掘地区特色美食，吸引了大量游客，成为灾后重建的成功典型。再如台湾地区宜兰县苏澳镇白米木屐村，为了解决当地水泥生产带来的环境污染问题，“文建会”以重振木屐产业

来推动地方经济转型，通过创意设计具有多种文化内涵的木屐产品、建设木屐展览馆、举办木屐主题节庆活动、创办合作社等方式，成功地把木屐由实用产品转化为具有丰富文化内涵的工艺品，并成为推动当地经济发展的主导产业。

第五，中西部和欠发达地区发展特色文化产业具有潜在优势。中西部和欠发达地区发展特色文化产业的潜在优势主要表现在：政府扶持和重视程度以及劳动力成本优势上。以江浙的苏绣和四川的蜀绣为例，苏绣近年来虽然创造出较大产值，却面临着朝鲜绣品的巨大冲击，朝鲜的苏绣产品以独特的价格优势占领江浙地区近六成的苏绣市场，而根本的原因则是朝鲜的劳动力成本优势，苏州地区由于经济发展程度较高，工资水平相应较高，苏绣产业的创收水平很难吸引较多的劳动力进入，苏绣正面临着绣娘年龄老化、后继乏人等问题。同时相对于苏州占全国 1/10 的 GDP，苏绣产业也很难受到政府的重视和扶持。而蜀绣则不同，一方面当地政府高度重视蜀绣产业发展，通过扶持建立培训基地、蜀绣产业园、大师工作室，举办蜀绣艺术节、蜀绣技能大赛，加大蜀绣品牌的宣传和营销，促进了蜀绣产业的快速发展。另一方面丰富的低成本劳动力，使得蜀绣产品不断丰富，市场竞争优势明显。比如成都市政府不仅针对蜀绣专门出台振兴规划，而且在成都市妇联的介入下，通过“妇联+基地+企业+绣娘”的形式，探索出了以传统蜀绣工艺为核心内容的妇女居家灵活就业模式，使大量的农村与城镇低收入妇女实现了就地就业，增收致富。作为成都蜀绣产业核心发展区，目前，郫县拥有成都市最多的蜀绣人才队伍和技术力量，聚集行业内企业 32 家，扶持建立规模较大的绣庄 15 家，单独的个人绣坊百余家，从业人员达 3000 余人，2011 年蜀绣全产业链产值近亿元。^①

我国特色文化产业发展总体上还处于起步发展阶段，特色文化资源利用层次较低，特色文化产品和特色文化服务生产还存在较多问题，主要有：生产者总体素质不高，缺乏创意和技术人才，产品的创意设计和技术含量普遍偏低，且与现代生活和消费时尚脱节，传统家庭作坊式的生产方式还不能适应现代化市场的需求，特色文化资源和各业态难以有效整合，产业链不完善等问题。解决上述问题必须围绕推动特色文化产品从传统生产方式向现代生产方式转型，以及推动特色文化服务向参与式、体验式转

^① 《安靖蜀绣创意“绣”天下》，《成都晚报》2012 年 6 月 26 日，第 7 版。

变两个重要着力点。

（一）推动特色文化产品从传统生产方式向现代生产方式转型

1. 重视特色文化资源的生产性保护

“生产性保护”是我国非物质文化遗产的重要保护方式之一，是指在不违背传统手工生产规律和运作方式以及保证其本真性、整体性、核心技艺和传统工艺的前提下，使传统技艺等非物质文化遗产项目在创造社会财富的生产活动中得到积极有效的保护。鹤庆县新华村是传统的银铜器手工艺之乡，20世纪90年代前，新华村银铜器技艺以“走夷方”^①的发展方式得以延续，但由于市场空间不大以及条件艰苦，大多数年轻人不愿继承父辈传统，导致新华村手工技艺一度面临危机。90年代后，新华村以民族旅游村建设为契机，着力开发银铜器等民族传统手工艺品，彻底改变传统“走夷方”的发展方式，经民间艺人打造的手工艺品成为新华村一大特色旅游产品，围绕银铜器生产制作过程开发的参与式旅游形式深受旅游者青睐，新华村的民族传统手工艺逐渐形成了“家家有手艺，户户是工厂，一村一业，一户一品”的生产格局。目前，新华村从事金、银、铜器等民族传统手工艺品加工制作的户数已达900多户，其中全年销售额在1000万元以上的有12户，500万元以上、1000万元以下的有13户，100万元以上、500万元以下的有211户；全村直接从事旅游业的群众有2000多人，占全村劳动力的90%以上，^②成为生产性保护的成功典型。

2. 促进特色文化产品与现代消费时尚相结合

关键是强化创意和设计，通过与知名设计公司和品牌公司合作，促进特色文化产品与现代生活相结合，以适应消费者不断升级的文化消费需求，在产品的不断更新中形成核心竞争力，以创新和创意求得发展。汶川地震后，一项旨在发动灾区妇女从事羌绣手工劳动，鼓励和帮助其就业，保护和拯救羌绣文化遗产的帮扶计划——“壹基金羌绣帮扶计划”开始实施。在壹基金的扶持带动下，羌绣从业者不仅大幅度增加，而且羌绣产品创意设计水平也得到了提升，呈现了新的发展趋势。在西方高级定制日渐

① “走夷方”是指新华村手工艺匠人挑起小炉匠工具，沿茶马古道（途经中甸、德钦、巴塘、康定、拉萨、昌都、玉树等地）走村串户做银铜器手工艺品。

② 《特色化发展的新景观：来自鹤庆新华村的报告》，云南网，http://yn.yunnan.cn/html/2012-10/29/content_2460584.htm，2012年10月29日。

式微的背景下，以羌绣为代表的中国传统手工艺开始提炼特色文化元素，借助奢侈品牌，设计出受消费者青睐的产品，如羌绣在《嘉人》杂志主办的“2011 国际顶级时装设计大赛”中，一款出自四川羌绣绣娘王福荣之手的绣着一朵朵红艳花卉的婚纱备受瞩目^①，高级定制已经开始与羌绣合作，创造出一系列备受青睐的生活用品。

3. 推动特色产品生产由家庭作坊式向现代组织结构转型

现今特色文化产品仍然以传统家庭作坊式生产方式为主，现代企业制度还未形成，缺乏专业分工，很难获得资本支持，导致其市场竞争力弱。特色文化产品要适应市场经济，需要向现代企业制转型。当前，我国特色文化产业发展已经存在三种组织形式：一是个体和家庭生产的模式，这种模式的生产主要表现为个体流动式和家庭作坊式两种形态。二是村落、乡镇发展模式，这种模式的生产以乡村文化资源厚重的历史积累和鲜明的传统特色为基础，工艺品在质和量上都有了很大突破，并逐渐走上了规模化生产、经营的道路，基本形成了一村一业、一户一品的生产格局。三是社会的模式，是指由政府、企业、民间民众、协会等諸多力量共同建构的多元互动系统。^②以石林县阿着底村为例，20 世纪 80 年代，特色浓郁的彝族挑花服饰、挂包等工艺品在石林县旅游业的带动下，深受国内外游客喜爱，刺绣成为彝族妇女农闲时节增加经济收入的来源，但零散的家庭作坊面对大市场也陆续出现销路不畅问题。20 世纪 90 年代以来，石林县陆续建立了多个专业生产企业，采用“公司 + 农户”的生产方式，大大拓展了工艺品的销售范围和销售市场，2005 年，阿着底村成立了民族刺绣产品开发技术协会，不断加强刺绣培训，2007 年底刺绣协会发展到 2750 人，2008 年刺绣协会销售额达 1600 万元，^③阿着底村以“企业 + 农户 + 协会”的现代组织方式成功地构建了工艺品生产、销售、培训等产业分工体系。

4. 促进特色文化产品生产与展示相结合

一方面许多特色文化产品生产过程具有很强的观赏性，可通过以特色

① 《高级定制中国下乡》，网易，<http://money.163.com/11/0803/10/7AHAHV0L00253B0H.html>，2011 年 8 月 23 日。

② 黄静化等：《西部开发中少数民族民间文化资源的保护与开发——云南民族工艺村建设模式及思路研究》，《思想战线》2003 年第 3 期第 29 卷。

③ 马翀炜等：《从干塘子到阿着底——乡村文化产业发的个案研究》，《西南边疆民族研究》2010 年第 1 期。

文化生产、生活与展示的结合，将特色文化产品的生产作为文化旅游等其他产业的组成部分，既能促进产业融合，也能增加消费者对特色文化产品生产过程、文化价值和内涵的认识；另一方面也是文化生态整体性保护的有效方式。以台湾地区社区总体营造为例，台湾社区总体营造是由民间开始并逐渐发展起来的，1994年台湾当局下属的“文建会”正式提出社区总体营造的概念，社区总体营造以自发性组织来促进社区内相互信任，再以当地的特色人文环境为统筹，构建社区认同，形成社区内共同组织文化生产和生活活动的基础。社区居民利用特色文化内容再加入文化创意，创造出与当地居民娱乐生活息息相关的文化休闲活动和特色文化工艺品，将文化创意融入生活，形成“小而美”的特色文化发展模式，不仅丰富了当地群众文化生活，传承了传统文化遗产，而且也形成了一道亮丽的风景线，吸引了一大批旅游者和消费者。

（二）推动特色文化服务向参与式、体验式转变

1. 创意引领

用文化创意的视角来审视文化资源甚至自然资源，通过创意将地方特色资源与现代生活方式相嫁接，往往具有点石成金的效果。四川省遂宁市大英县是四川除自贡、井研外的第三大产盐区，该县除了地下的盐卤，几乎没什么可引以为豪的东西，但2002年大英县利用当地近千年的古老采盐技术卓筒井和地下42亿吨储量的盐卤资源，吸引了上亿元的民间资本，大力开发卓筒井旅游项目，该项目以“盐文化”为主题，利用地下盐水建造人工“死海”，在此基础上创意设计出“死海”漂浮、“死海”健康盐疗、矿物黑泥浴以及水上休闲娱乐等各种新奇游乐项目，形成了集保健、游泳、运动、休闲为一体的大型休闲度假项目。目前该地成为国家4A级旅游景区项目，并被誉为“中国死海”，曾获“2005年度中国死海四川发团量第一”“2007年度区域销售冠军”等骄人成绩。

2. 构建活态文化空间

构建活态文化空间或活体博物馆是体验式旅游的重要元素。“活态文化空间”是指要尽可能地保留旅游景点的原始居民，让游客体验到当地原汁原味的生活形态。“活体博物馆”是指让静止的生活场景、生活形态动态化，并尽可能地让游客参与其中，让游客在体验中获得快乐。山西平遥古城在保护古城风貌、独特的民居建筑和民风民俗原真性的基础上，将文

化旅游与居民生活相融合，居民生活成为古城“体验式旅游”的有机内容。同时，平遥古城利用传统文化资源，深化旅游参与体验设计，努力将其打造成一个大型的“活体博物馆”，例如依托地方风俗和文艺以旅游表演的形式再现县衙升堂、县太爷出巡、走镖、娶亲、剪纸等情景，并设计多样化的游客参与环节，让游客真正感知和体验到古城街巷买卖、工艺品制造、地方戏曲等多样化繁荣的景象，极大地激发了游客的体验兴趣。通过让游客体验传统生活，设计和再现地方风俗，加强参与互动性，为古城的体验式文化旅游带来了突破性的创新发展。

3. 重视不同业态集聚发展

依托区域优势资源，通过不同产业门类、业态的融合互动发展，实现资源的整合和优化配置，形成区域整体影响力和差异化竞争优势是我国多地发展特色文化产业的普遍模式。不同文化资源的有机组合水平越高，文化旅游地对公众的吸引力也就越高。以大理市特色文化产业为例，2002年，由大理省级旅游度假区经济开发总公司和大理省级度假区国有资产经营公司，共同出资组建的大理旅游集团有限责任公司，开始整合大理文化旅游资源，并统一设计市内旅游路线，成立统一的计算中心，至此大理市旅游业开始走上快速发展的道路。2006年，大理旅游从地方旅行社和消费者角度出发，开始从“卖景点”转向“卖文化”，并不断丰富产品类型，形成了一批以大理历史、自然、生态、宗教、民族为内涵的文化品牌，培育了演出演艺、影视、文化节庆、会展、民族民间工艺品等5个重点产业。2007年，大理市接待海内外旅游者551万人次，实现旅游社会总收入32亿元，分别占到了全州旅游接待人数和旅游总收入的1/2，并开始重视大理市内特色文化小镇建设，现今大理市中国民间艺术之乡达8个；国家级历史文化名城（镇、村）达10个，占全省总数的47%；省级历史文化名城（镇、村）达13个，占全省总数的32%。形成了以旅游业为平台，整合地方各类特色文化资源，形成各业态互动融合发展，以及城乡统筹发展的模式，特别是特色文化小镇的建设，不仅带动了乡村经济发展，而且促进了各乡村内公共基础设施的完善，是促进新型城镇化建设的重要方式。

4. 善于创造和提炼意义

文化产业是生产和消费意义的产业，赋予一个地方以特定的意义，是确立品牌、发掘特色、扩大影响、吸引消费者的重要手段。如丽江市为了

促进旅游由观光型逐渐向观光、休闲度假以及参与体验等多元方向发展,开始在文化旅游中力求“创造文化”,以此带来特殊的消费体验,丽江以“艳遇之都”“小资生活”等文化宣传口号,将特色主题客栈、特色酒吧以及丰富多彩的夜生活融入丽江古城的文化旅游中,形成了丽江独有的文化氛围,吸引了大量消费者,2012年,仅丽江古城区的旅游人次就突破了1000万,旅游综合收入达132.9亿元。^①再如作为千年传承的休闲之都,成都市近年来将“休闲”文化作为一种城市观念和形象,大力提倡“在休闲中创造,在创造中休闲”的发展理念,打造了一批以宽窄巷子、锦里、文殊坊、大慈寺等为代表的历史文化片区,不仅保护了老成都的原真建筑风貌,再现了千年蜀都的神韵,还引入了现代人的休闲消费观念和生活方式,开创出了旅游度假、休闲娱乐、文化鉴赏、商业购物等相结合的休闲模式。

5. 善于借助现代媒体的力量

文化经济在很大程度上是眼球经济、注意力经济,善于借助媒体的力量是提高知名度、拓展市场的重要途径。一是引入现代营销。特色文化产品其依赖旅游业而形成的单一在地化的销售方式,大大限制了其销售范围和发展空间,现代化的销售方式是拓展文化市场的有效手段。比如在山东博兴县湾头村1700户中开淘宝店的有500多户,年销售额在100万元以上的23~30家^②,电子商务与传统手工艺相结合,打造出一个草编工艺品的完整产业链,创造了一个具有很强规模效应和产业协同效应的新型的淘宝村。二是利用现代科技,重视与影视等艺术作品的合作,拓展特色文化新业态。现代科技的应用不仅是打破特色文化产品和服务类型单一的瓶颈,而且是培育特色文化品牌,创新营销方式的重要手段。以西安曲江国家文化产业与科技融合示范基地为例,其将现代科技与盛世文化、宗教文化等地方特色文化相结合,打造了一系列具有很强文化观赏价值、可感受、可学习、可消费的现代人文景观,形成了独特的曲江文化品牌,如今曲江不仅是一个旅游胜地,而且还成就了一系列相应题材的影视作品,如《大秦帝国》《大明宫》等,形成了业态拓展、产品创新和宣传营销相结合的发展机制。

① 《丽江古城10年嬗变,开启幸福之门》,束河古镇官方网站, <http://www.ljshuhe.com/lyzx/jlj/2013-05-20/311.html>, 2013年5月20日。

② 樊夏:《当董永遇到马云》,《商业周刊》(中文版)2013年9月21日。

前 言

本案例集是国家行政学院文化政策与管理研究中心受文化部、财政部委托编写而成。

近年来，各级党委和政府都高度重视特色文化产业发展。党的十七届六中全会提出“发掘城市文化资源，发展特色文化产业，建设特色文化城市”。《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》提出，“鼓励各地结合当地文化特色不断推出原创文化产品和服务，积极发展新的艺术样式，推动特色文化产业发展”。为统筹特色文化产业发展，2013年8月，文化部、财政部启动了关于推动特色文化产业发展的指导意见的调研和起草工作。同时，为总结全国发展特色文化产业的经验和做法，文化部、财政部委托国家行政学院文化政策与管理研究中心编制《中国特色文化产业案例集》，旨在为各地发展特色文化产业提供借鉴和参考。

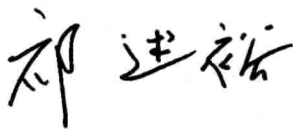
编制《中国特色文化产业案例集》，首先要做的工作是选择案例。在文化产业司的指导下，国家行政学院文化政策与管理研究中心深入研究特色文化产业的内涵和特点，将其细分为特色文化产业规划、特色文化产业园区、特色工艺品业、特色演艺业、特色节庆业、特色旅游业、特色城镇化建设等七个板块，精选了22个案例。这些案例都是近年来各地结合当地实际，发展特色文化产业的**成功实践，较为全面地反映我国特色文化产业发展的现状，从某种意义上说，是我国特色文化产业发展的一个全景图。值得一提的是，本案例集收录的《推动区域特色文化发展的国家实践——文化部、财政部〈藏羌彝文化产业走廊总体规划〉编制的前前后后》一文，记述了我国第一部区域文化产业发展规划，也是第一部区域特色文化产业发展规划——《藏羌彝文化产业走廊总体规划》编制的经过，该案例对政策研究和区域文化产业发展研究等均具有重要参考价值。

本案例集选择的22个案例，来自全国各地，涉及文化产业的各个领

域。为写好案例，国家行政学院文化政策与管理研究中心邀请了20多名来自全国不同高校、研究机构的学者专家参与编撰。每个案例都数易其稿，力求做到高质量。

为推动理论和实际的结合，多年来，国家行政学院社会和文化教研部和文化政策与管理研究中心致力于文化建设案例集的编写工作。从2008年开始，与四川省文化厅合作，先后出版了四部文化建设案例集，编撰案例近80件。此次编制特色文化产业发展典型案例集，是国家行政学院社会和文化教研部和文化政策与管理研究中心坚持不懈，从事文化建设案例研究的一部分。

由于特色文化产业案例涉及领域多，尚处在探索中，要写好案例难度很大。再加上时间紧，本案例集疏漏之处在所难免。敬请各位多提宝贵意见，以帮助我们提高案例编制水平。



国家行政学院社会和文化教研部主任
国家行政学院文化政策与管理研究中心主任

2015年1月20日

目 录

前 言	001
-----------	-----

第一篇 特色文化产业规划案例

推动区域特色文化发展的国家实践

——文化部、财政部《藏羌彝文化产业走廊总体规划》

编制的前前后后 赵红川 高宏存 / 003

第二篇 特色文化产业园区案例

三坊七巷：历史街区与闽都文化的复兴

——文化历史类创意园区的成功转型 孙慧英 / 027

从雕刻之乡到艺术之都

——曲阳雕塑文化产业园发展的前前后后 李荣菊 纪芬叶 / 043

第三篇 特色工艺品案例

苏绣产业化之困境

——以镇湖刺绣业为考察对象 齐崇文 / 059

小小石佛寺 大大玉市场

——河南石佛寺玉雕产业发展之路 刘 琳 / 075

从“黑色”到“彩色”

——蔚县剪纸文化产业的发展之路 曹 伟 池志勇 / 089

东阳木雕

——千年文化瑰宝崭新辉 侯妍妍 李曼音 / 102

江之源 石之乡 李荣菊 / 115

第四篇 演艺产业案例

《印象·刘三姐》：演艺产业文化创新“样本” 孙凤毅 / 131

九寨沟演艺市场的困境与出路 谢梅 何炬 / 143

“民族文化资源”转变为“优势文化产业”之路

——以“张家界演艺现象”为例 孙凤毅 / 157

农村民间文化产业发展之路

——“宝丰文化现象”分析 李晓奎 安小兰 / 170

《云南映像》：从艺术到商业的突围 孙凤毅 / 184

第五篇 特色节庆案例

杂技搭台 杂技唱戏

——中国吴桥国际杂技艺术节的成功之道 曹伟 周磊 / 199

从政府包办到政府引导

——洛阳牡丹文化节运营模式的转型 曹伟 / 210

秦淮灯会的喜与忧 曹伟 / 221

文化与经济：潍坊国际风筝会的两只翅膀

..... 曹伟 王妍妮 孙晓芳 / 232

第六篇 特色旅游案例

千年平遥古城 焕发文化新生

——平遥古城保护与利用共赢策略探析 刘阳 / 243

布达拉宫引领下的西藏文化旅游发展路径探析 王莹 / 257

第七篇 特色城镇化建设案例

- 多元聚合实现腾冲文化旅游腾飞 汪 榕 / 271
- 综合、互动与多元
- 特色文化产业发展的“大理实践” 胡洪斌 杨传张 / 284
- 乌镇：政府与市场合力发展的现代古镇 刘翠霞 / 300
- 发挥商户力量 创建精致街区
- 以天津民园西里文化创意街区为例 冯 军 张 圆 / 312