

新一轮西部大开发中的 贵州文化产业发展研究

颜肃

摘要：西部大开发孕育并开启了贵州文化产业的发展，在即将开始的新一轮西部大开发中，贵州文化产业发展将面临新的机遇和挑战，并将呈现出新的发展态势。本文以新一轮西部大开发为背景，运用 SWOT 分析方法分析贵州省文化产业发展的利弊，并提出相应的政策建议。

关键词：文化产业，SWOT 分析，西部大开发

西部大开发战略于 1999 年正式出台。2000 年 1 月，国务院西部地区开发领导小组召开西部地区开发会议，标志着西部大开发迈出了实质性步伐。2010 年 7 月，西部大开发工作会议召开。标志着西部大开发进入了新的发展阶段。

文化产业是生产文化产品、娱乐产品和提供文化服务的行业，它以满足人们的文化需求为主要目标。就行业范围而言，文化产业的范围包括提供文化产品(如图书、音像制品)、文化传播服务(如广播电视、文艺表演、博物馆等)和文化休闲娱乐(如游览、室内娱乐活动、休闲健身娱乐活动等)活动，它构成文化产业的主体；同时与文化产品、文化传播服务、文化休闲娱乐活动有直接关联的用品、设备的生产销售活动以及相关文化产品(如工艺品等)的生产和销售活动，它构成文化产业的补充。文化的产业化是由生产力水平和社会消费需要所决定的，是社会化大生产和市场化的必然要求。在文化日益走向世界一体化和产业化过程中。文化已成为世界范围超级利润产业，被国际经济学界称为“朝阳产业”、“支柱产业”，具有广阔的发展。

一、新一轮西部大开发中贵州文化产业发展的内部环境

(一)新一轮西部大开发中贵州文化产业发展的优势

1、资源优势

独特的喀斯特岩溶地貌、多种多样的民族文化风情和习俗、丰富多彩的自然风光是贵州文化产业发展的资源优势，也是基础优势。贵州省境内生活着 48 个少数民族，其中世居的少数民族 17 个。每个民族都有自己的文化风情和民族习俗，文化资源在全国排名居前位，有 50 个地方获得了“中国民间艺术之乡”称号。拥有国家级非物质文化遗产项目 62 项、101 处。

2、市场优势

贵州文化产业的发展在全国范围内已经建立了一定的市场。这也是贵州文化产业在新一轮

西部大开发中发展的市场优势。从 2004 年贵州省成功举办“中国·贵州黄果树瀑布节”以来，至今每年都举办，其成为文化产业的一大亮点，在推动旅游、弘扬贵州民族民间文化等方面取得了新突破。2010 年贵州省接待旅游总人数 12913.02 万人次，实现旅游总收入 1061.23 亿元，其中国际旅游外汇收入 1.26 亿美元。每年举行的“多彩贵州”歌唱大赛及“多彩贵州风”的演出。向国内外展示了贵州丰富多彩的民族民间文化。如今，“多彩贵州”已受到越来越多的国内外人士的关注，正成为越来越亮的文化品牌。

(二)新一轮西部大开发中贵州文化产业发展的劣势

1、产业基础薄弱

贵州省文化产业基础薄弱主要是指总量上和规模上的弱小，可以从以下几个方面的数据来说明：

(1)文化产业单位数量：2010 年末全省有艺术表演团体 64 个，博物馆 53 个，文化馆 95 个，公共图书馆 93 个。而 2010 年末全国文化系统共有艺术表演团体 2515 个，博物馆 2141 个，文化馆 3258 个，公共图书馆 2860 个。从以上数据可以看出。贵州省文化产业中艺术表演团体个数仅占全国的 2.5%。博物馆仅占全国的 2.5%。文化馆仅占全国的 2.9%，公共图书馆仅占全国总数的 3.3%。

(2)从业人员的分布：截至 2009 年，贵州省文化产业从业人员达到 21 万人，而全国当年的从业人员已达到 1182 万人，贵州省文化产业从业人员只占全国的 1.78%。

(3)文化产业法人单位的经营情况：2009 年贵州省文化产业法人单位实现营业收入和增加值分别为 186.71 亿元、62.23 亿元，全国文化产业法人单位实现营业收入和增加值分别为 27244 亿元、7630 亿元，贵州省文化产业营业收入和增加值分别仅占全国的 0.69%、0.82%。

2、区位偏僻

贵州省位于我国的西南部，不沿海、不沿边、不沿江是贵州省区位的最好介绍，从省会贵阳经陆路交通线到我国最近的海港及边贸城市均有 1000 多公里。这种“三不沿”的区位优势，将使贵州省经济社会发展付出比中、东部地区大得多的代价，对贵州省经济社会的发展十分不利。由于区位的偏僻，造成贵州文化产业“养在深闺人未识”的局面。

3、观念落后

贵州经济落后，不仅仅是因为贵州地势条件差、基础设施落后，关键在于贵州的干部群众观念落后。2011 年在贵州省“两会”上，省委书记栗战书在与政协经济、工商联、农业界委员一起讨论时说到，贵州省有一些干部和群众只承认文化的意识形态性和事业性，只关注文化的教化、喉舌、阵地等社会效益，看不到文化所具有的潜在经济价值，难以理解文化在经济发展中的引擎地位和文化在创造财富方面巨大的乘数效应。文化产业意识淡薄，直接导致的是文化建设和开发缺乏市场的视角与考量，许多有产业价值的文化资源和文化现象不能得到应有的重视。

4、资金缺乏

由于贵州省经济基础薄弱，财政收入较低。相应对文化产业发展的支持力度偏低，资金投入不足已成为制约文化发展的瓶颈。2008 年贵州省文化产业发展专项资金的额度仅为 5130 万元，且各市县均未设立这样的专项资金，而 2007 年北京市一个西城区的文化产业发展专项资金就达 2 亿元。

二、新一轮西部大开发中贵州文化产业发展的外部环境

（一）新一轮西部大开发中贵州文化产业发展的机遇

1、政策机遇

首先，2010 年《贵州省第十二个五年规划计划方案》的下发，拉开了新一轮西部大开发中文化产业发展的序幕。方案中出台了对文化产业发展大力支持的政策，同时为文化产业的发展做出详尽的规划，为贵州省文化产业未来五年的发展指明了方向。其次，国家对文化产业发展越来越重视，在新出台的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》中关于文化产业方面的支持政策，提出加快文化产业发展，并构建以优秀民族文化为主体、吸收外来有益文化的对外开放格局，积极开拓国际文化市场，创新文化“走出去”模式，增强中华文化国际竞争力和影响力，提升国家“软实力”的政策。这些都为贵州省文化产业的发展提供了强大的政策支持背景。

2、投资机遇

随着对经济的发展和人均收入的提高，人们对文化产品的需求也越来越强烈，文化市场的份额不断扩大。需求决定供给，在文化市场不断扩大的大背景下，贵州省应加快文化资源的开发与整合步伐，加大对文化产业的投资力度，促进贵州文化产业的发展。新一轮西部大开发中，为了促进文化产业的发展。贵州省出台了对文化产业投融资的优惠政策，《在贵州省人民政府关于振兴文化产业的意见》中，提出对文化产业增加财政投入、落实优惠政策、加强金融支持、鼓励社会资本进入文化产业领域、确保土地供给等多项政策。从投资的各个方面对文化产业的发展予以支持。

3、交通机遇

首先，在基础交通方面，《贵州省第十二个五年规划计划方案》中明确提出加速综合交通网络建设，全面发展铁路、公路、民航和水运，加快建设客运快速化、货运物流化。管理现代化的现代综合交通运输体系。铁路以通道、枢纽建设为主要任务，以增建复线、客货分流、提高速度为重点，建设全国通往东南亚国际通道和西部通往沿海出海通道的陆路枢纽。按照骨架畅通、干支协调、形成网络的要求，大力实施“六横七纵八联”高速公路网络规划。尽快完成“一千十支”机场建设，基本形成布局合理、覆盖全省的干、支线民航机场体系。改造提升一批航道，提高北进长江、南下珠江的能力。基础交通的发展，将进一步推动贵州省文化旅游人数的增加和文教体育产品的输出。促进贵州省文化产业和整体经济的发展。

其次，在信息交通方面，《贵州省第十二个五年规划计划方案》提出加快信息基础设施建设。推进“数字贵州”建设，围绕第三代移动通信、下一代互联网和数字电视等未来网络建设重点，促进电信网、互联网、广电网三网融合，力争全省互联网普及率、电话普及率、广播电视人口覆盖率达到西部地区平均水平。现阶段网络信息技术在经济中发挥越来越重要的作用。文化产业应抓住网络信息技术发展的机遇，使其自生发展再上一个台阶。

（二）新一轮西部大开发中贵州文化产业发展面临的挑战

1、资源的同质化

贵州省的文化资源与周边省市有着很大的相同性。以云南省为例，在区位上两个省都地处西南地区。有着“云贵高原”这样共同的称谓：在文化旅游方面，两省的少数民族文化旅游都是主打的特色旅游：在会展业方面，近几年来两省都大力发展会展业。以这种新兴行业来带动本省其他行业如交通、物流、酒店、餐饮行业的发展。再以重庆市为例，红色文化旅游是重庆文化旅游的一大特色，其拥有渣滓洞、白公馆、梅园等大量红色文化旅游资源：而贵州省文化旅游中红色文化旅游也是重点突出特色，遵义会议遗址、红军山、四渡赤水、息烽集中营等等资源在一定程度上与重庆红色文化旅游相同，使得两者的发展相互制约。同质化使贵州省文化产业的发展一定要找到一个突破口，才能在周围省市的挤压中找出一条发展道路。

2、资源的脆弱化

文化资源的脆弱性主要表现在民族文化旅游的开发过程中对人文旅游资源的保护意识差。使得资源遭到破坏且难以恢复。主要表现在：一是文物流失。我国五千年文明，流传下来的文物不计其数，而由于对文物的认识不足和管理体制上的漏洞。使我国民间文物流失率一直居高不下。二是建设性破坏。在旅游开发中，常常因为相关部门规划错误，导致开发时常出现不和谐的败笔。例如，镇远县青龙洞古建筑群曾申报世界文化遗产。结果因近年的旧城改造，遗址周围满是高楼大厦，景区氛围已被破坏而遭否定。三是不断增多的旅游者对少数民族文化产生了“示范效应”。这种示范效应促使少数民族村民对旅游者言谈举止、穿着打扮、生活方式等进行刻意的追求和模仿，在年轻人身上体现得尤为明显。如部分年轻生活逐渐汉化，穿着打扮日趋潮流化等，使得自身民族文化得不到传承，失去了民族文化特有的吸引力。

3、竞争的恶性化

资源的同质化，导致两者的竞争尤为激烈，从而使得竞争也向恶性化发展。以“夜郎文化”为例，贵州夜郎文化研究会学者指出：历史表明，夜郎国首府在黔北，在贵州省桐梓境内，尚有蒙渡桥的历史遗迹。贵州一直将夜郎当作他们当仁不让的文化品牌。而2010年，湖南新晃县宣布决定斥巨资打造“夜郎古国”项目，将体现夜郎文化和侗族风情，打造成独具魅力的夜郎文化休闲度假区。对于湖南方面的“争抢”，贵州的文化学者纷纷发文反击。这从另一方面也可以看出，不仅仅在民族文化旅游方面，在文化创意方面、影视文化方面，贵州省面临同样激烈的竞争。

三、应对策略

(一)扩大对外宣传，着力塑造贵州的良好形象

从大的范围来讲，贵州省文化产业的落户是由于现今贵州省的欠发展，而其欠发展更多是贵州省的封闭带来的，因而开放是贵州振兴的关键，也是贵州省文化产业正兴的关键。贵州省抓开放，需要在整治优化投资软环境的同时，大力树立贵州对外新形象，提高贵州对外知名度和美誉度，为贵州发展营造良好的外部环境。继续办好“多彩贵州”系列主题文化活动，做大做强“多彩贵州”文化品牌。2011 年应以举办第九届全国少数民族传统体育运动会等重大活动为契机，通过媒体聚焦和大众关注的大平台、大舞台，展示贵州积极进取、奋力赶超的新形象，让国内外更广泛、更深入地了解贵州，进而走进贵州、投资贵州，参与建设和发展贵州，从而带动贵州文化产业的建设发展。

(二)用产业集群战略发展贵州文化产业

文化旅游业是贵州文化产业的先导。是带动贵州文化产业各行各业发展的龙头。《贵州省文化产业发展战略规划纲要》创新地对贵州省文化产业集群发展提出具体思路，将贵州省的文化旅游业、民族民间文艺演出业、民族民间工艺品产业、民族节庆与会展产业、山地运动与户外运动产业、广播影视、新闻出版、文化艺术与休闲娱乐产业、网络通信媒体与动漫网游、创意设计产业等 10 大文化产业领域分为相互支持、相互为用、融合发展三大部类。运用产业集群发展贵州文化产业就能充分发挥贵州文化产业的产业集群的比较优势，将特色的贵州文化产业的发展做好做强。

(三)建立以资源基础型文化产业为主导、创意文化产业为辅助的发展模式

文化产业的发展以贵州特色山水旅游、特色少数民族文化为主导，在此基础上发展影视、动漫、创意设计等创意型文化产业。并基于贵州民族文化优势，积极打造知名民族文化品牌。贵州文化旅游资源丰富的优势，加大建立著名旅游景点的力度。以民族文化和文化旅游的发展带动创意文化产业的发展。

参考文献：

[1]王志标，文化产业关联效应分析[J]。统计与决策，2009，(20)。

[2]曹鲲、安俊美。西部文化产业发展的 SWOT 分析[J]。内蒙古师范大学学报，2008，(02)。

[3]杨建文。产业经济学[M]。上海：上海社会科学院出版社，2008。