

贵州苗族文化产业群建设研究

文新宇 麻勇斌

(贵州省社会科学院)

【摘要】就贵州苗族文化产业及产业群现状、存在的问题，笔者认为，解决问题的基本思路是：推进贵州苗族文化产业群建设项目点的规划、布局，建设具有聚集作用的相应大型综合平台及一定数量的基本发展点；巩固业已形成的三个产业门类，提升创新力和产能；发展形成新的产业门类，延伸产业链和产业幅。

【关键词】 贵州，苗族，文化产业，产业群建设

苗族文化产业群这一概念于 2011 年 1 月 22 日贵州省十一届人大第五次会议通过的《贵州省国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》中首次提出。在英文里，产业集群叫 Cluster，含有丛集、簇群、组合之意。文化产业集群是指众多相互关联的文化企业或机构共处一个文化区域，形成产业组合、互补与合作，以产生孵化效应和整体辐射力的文化企业群落或产业集聚。我们可以把“苗族文化产业群”看成是“文化产业集群”的派生概念，即：众多相互关联的、以从事苗族文化生产和提供苗族文化服务的文化企业或机构共处一个文化区域，形成产业组合、互补与合作，以产生孵化效应和整体辐射力的文化企业群落或产业集聚。

笔者认为，发展贵州苗族文化产业、加强贵州苗族文化产业群建设，对推动贵州民族文化产业发展、加强民族文化产业群建设，加快贵州民族地区经济、社会、文化事业发展具有极为重要的现实意义。

一、贵州苗族文化产业及产业群现状

(一) 从产业门类结构看

贵州苗族文化产业，并没有全部涉及文化产业的各个门类，只相对集中在以下三个小门类：以蜡染、刺绣、银饰、服饰为主的工艺美术业；以村寨旅游为主的文化旅游业；以非物质文化遗产项目表演为主的演出业。虽然贵州苗族文化产业在三个产业门类有了起步，但创新力和产能较弱，急需提升和巩固。

与目前文化产业发展的趋势相比，由于缺乏创新能力，贵州苗族文化产业多年来局限于传统门类的发展，无法发展形成新的产业门类，无法延伸产业链和产业幅。虽然苗族可产业化的文化资源很多，但由于受政策、人才、资金等条件所限，还难以与饮食康体业、影视服务业、生物遗产业等产业进行融合发展。

(二) 从产业分布格局看

苗族文化产业在贵州各地虽有不同程度的发展，但由于缺乏产业布局的规划，缺乏规模化、集约化、集成化发展的探索，贵州苗族文化产业还没有形成产业群的布局。雷山县的西江千户苗寨、凯里市的“蚩尤大道”、松桃县的苗王城等为数不多的文化产业载体虽然体量较大、苗族文化特色浓郁，但并不是苗族文化产业的规模化、集约化、集成化发展及产业群聚集、布局的宏大构思的结果。

从苗族文化产业在全省的分布格局看，有以下特点，即贵州苗族文化产业的格局同苗族东部、中部、西部三大方言区人口集中度和语言保存情况基本上对应，即中部方言区硕大，东部方言区和西部方言区相对纤小，呈“纺锤体”形状。

以苗族文化旅游业为例。目前苗族文化旅游业的主要产能集中在属于中部方言区的黔东南州。苗族村寨旅游相对比较成熟的点，全省有 6 个，其中 4 个在黔东南，东部和西部方言区各有 1 个。规模为 500 户以上有旅游开发潜力的苗族村寨，全部在中部方言区。规模较大的苗族传统节庆活动全省有 6 个，其中 5 个在黔东南州，1 个在属于西部方言区的六盘水市，东部方言区没有。

苗族民间工艺美术业主要产能也集中在中部方言区。银饰加工名匠 95%以上出自黔东南州、黔南州。蜡染集中在中部、西部方言区，东部方言区没有。刺绣、织锦、服饰、雕刻等主要产能也集中在黔东南州。第一届贵州工艺美术大师评选结果表明，在 28 名大师中有 8 名是苗族，这 8 名大师，除了吴通英是贵阳市的，其余全部是黔东南州的。

苗族民间文艺演出业，绝大多数发展主体、具有代表性的文艺作品，也主要产生在中部方言区。

二、贵州苗族文化产业及产业群发展、建设存在的问题

从总体上看，贵州苗族文化产业起步较晚，产业幅很窄，产业链很短，发展较慢，产值较小，产业群建设刚起步，同时从事苗族文化产业的主体弱小、分散，缺乏骨干企业。贵州苗族文化产业及产业群发展、建设主要存在以下问题：

（一）贵州苗族文化产业化程度低，缺乏产业群的规划与布局

贵州苗族文化产业化程度低，与可产业化的丰富的苗族文化资源反差较大。以雷山县苗族文化为例，该县目前已有雷山西江千户苗寨吊脚楼营造工艺、苗族鼓藏节、苗年节、苗族芦笙制作工艺、苗族服饰刺绣制作工艺、苗族织锦、苗族银饰锻造工艺、苗族芦笙舞、苗族铜鼓舞、苗族飞歌、苗族医药 11 项国家级非物质文化遗产项目，和苗族酒礼歌、苗族“嘎别福”、苗族爬坡节、苗族吃新节、苗族招龙、苗族扫寨 6 项省级非物质文化遗产项目，苗族文化资源不可谓不丰富，但从该县的苗族文化产业状况看，产业化程度低，总体发展水平低，以上 16 项可作为文化资源发展文化产业的非物质文化遗产项目中，只有苗年节、苗族服饰刺绣制作工艺、苗族银饰锻造工艺、苗族芦笙舞、苗族飞歌 5 项有相应的产业化，但产业化程度都较低，产值也较低。除苗年节作为官方办的“文化搭台、经济唱戏”的节日活动带来一定的旅游收入以外，苗族刺绣、苗族银饰除了有为数几家小企业生产、经营以外，基本上都是小作坊的生产

、销售，产值较低。据笔者调查，类似雷山县的状况，丹寨县、织金县的苗族蜡染，台江县的苗族刺绣、银饰等等，都存在产业化程度低、产值小的状况。

笔者调查发现，从各地、州到省里，都没有开展各地、州、全省范围的苗族文化产业群建设的调研、规划等工作。比如，苗族文化最为丰富的黔东南州，各县的苗族文化既有共同的方面，但又各具特色，抓住各地苗族文化的特色，做好本地区的苗族文化产业群规划、布局，应是当前要做的工作。但是，目前，这项工作还没真正开展。

（二）重生产，轻管理，无品牌

一是多数发展主体是个体户，前店后坊式小规模、间歇式地生产经营，难以在管理上、品牌上见成效；二是以“公司+农户”模式发展的工艺品生产经营企业，往往由于农产“以农为主、兼做生意”而不能上规模，有大订单时不能承接。例如，苗族工艺家纺产品很有市场，有一家湖南公司通过调查了解到，贵州能够刺绣的苗族妇女不计其数，欲大力开发这个艺术人才资源。该公司同美国某公司签订了贴牌销售的合同，又同某印染公司就面料提供方面签订了合同，订单超过50万套/年。但承担刺绣组件加工的妇女们，由于受喜事、农活等耽搁时间，通常要等闲下来才“给公司干活”，基本上不能按时完成任务，使该公司难以履行合同而不得不放弃此项目。三是大多数发展主体习惯于风险小、收益微、发展慢的模式，有质量、成本的观念，没有品牌意识。例如，雷山郎德苗寨二十多年来坚持“工分制”发展文化旅游，是当地村民完全自主的发展模式，取得了一定成效，但这样的模式不能大发展，没有竞争力，在西江千户苗寨旅游发展起来后，郎德苗寨基本上处于品牌衰退的境况。

（三）对本地区的旅游业存在极大的依赖性，创新发展的思路和方式严重受限

从目前贵州苗族文化产业与旅游业联动发展状况看，虽然在苗族村寨旅游方面取得了一些效益，但是由于文化产业过度依赖旅游业，造成创新发展的思路受限，往往局限于旅游景点范围内的文化产品、旅游商品、服务的创收，没有真正在广泛的市场中去盈利。

（四）产品、服务同质化、低端化倾向严重

这一倾向主要表现在刺绣、蜡染、银饰等工艺品生产、销售方面。工艺品低端化表现为用低廉材料进行加工，导致工艺品处于低价、低质的恶性竞争之中。比如，目前市场上销售的苗族银饰品，分有“苗银的”和“纯银的”。所谓“苗银的”，就是假银的，是白铜或是其他廉价合金做成的。苗族酷爱银制品，这一文化现象已广为人知。因此，顾客往往相信“苗银”是真的，是有其文化含义的。市场上流行的这种做法，不但会毁掉苗族银饰的品质，更会毁掉苗族银饰的文化内涵，久而久之，还会毁掉苗族文化产品与服务的市场信誉。

（五）苗族传统知识的资源权益被盗用严重

带有大银角的银帽和带裙，是黔东南州苗族服饰文化的代表和符号，具有极强的视觉冲击力。目前广西、湖南、重庆的其他民族也在使用，这就分散和稀释了贵州苗族文化名片的独家效用和效益。因图案抄袭、剽窃、未经授权复制等现象在民间十分普遍，苗族刺绣、蜡染等工艺产品的生产也常涉及知识产权问题，这类问题目前还未得到重视并拥有合法解决途径。

（六）在苗族和苗族地区，苗族语言文字为媒介的文化产品存在突出的供需矛盾，但尚未引起有关方面足够的关注、重视

由于缺乏旨在满足苗族群众基本文化需求的苗族语言文字为媒介的文化产品，在拍摄、制作和传播等必须依赖的数字化工具已久处于普通民众的购买力之内的条件下，自制、自售苗语音像光盘等文化产品，在苗族语言保存完好的县、乡、村，已经成为一种常见现象。而这种生产与销售活动，在执法部门看来，都属于非法行为。例如，在凯里、雷山出现的自拍苗语电视剧《金钱惹的祸》，在受到苗族群众欢迎的同时，却遭到了文化部门的“执法”。政府职能部门既不能提供苗族语言文字为媒介的文化产品以满足广大苗族群众的基本文化需求，又不允许生产和提供这样的文化产品，制约了文化的发展。

三、发展、建设贵州苗族文化产业、产业群的对策、建议

（一）关于苗族文化产业发展、产业群建设的战略思想

1. 大力发展苗族文化产业，把贵州建成我国苗族文化产品创作、生产和“走出去”的重要战略基地。

“文化产业毕竟属战略性新兴产业，顾名思义，它更需要国家从战略角度出发，为其产业的发展进行周密布局规划，绝不能为眼前利益而牺牲长远利益。”主动成为国家实现某些方面的战略利益的重要战略基地，应是建设贵州苗族文化产业群的重要目标。

贵州是苗族文化的“大本营”。贵州苗族文化产品与服务“走出去”，特别是走到老挝、越南、泰国、美国、澳大利亚、法国等国家的苗族社区，具有得天独厚的条件和优势。这为我国通过苗族文化“走出去”，巩固和维护国家战略利益，提供了极其难得的人文条件和民间基础。随着东南亚在我国国家利益中的地位越来越重要，以苗族文化“走出去”为手段，巩固、维护和发展我国国家战略利益，贵州责无旁贷。

实际上，苗族文化产品通过民间和商务渠道已经初步实现了“走出去”。主要产品是苗族服饰、银饰、刺绣、蜡染、芦笙等；锦鸡舞、花鼓舞、滚山珠、木鼓舞、上刀山下火海绝技艺术等演艺节目；阿幼朵的歌碟，一些个体户自制的没有经过审批的苗族文艺内容的碟片等。

2. 要对苗族文化产业群建设进行科学、系统、可行的规划。现在形成的苗族文化产业群，基本上是民间自发的自然集聚而成的，具有显著的草根性，比较弱小、分散，缺乏创新力和品牌影响力。当下盛行的苗族文化开发利用模式，最大特点是州、县、乡、村各自行动，没有系统规划，数量产量虽多，但高端产品少、总产值低，同质化现象严重。要构建起真正意义上的苗族文化产业群，必须从省级层面，对苗族文化产业发展进行必要的规划，使资源利用的效率更高、产能更大，区域性的差异化更加显著，品牌得以树立。为此，需要建立苗族文化资源利用的三个大型龙头产能基地，为苗族文化产业规模化、集约化和集成化发展打下坚实的基桩。

一是在凯里市建设链接雷山、台江、剑河等县的蚩尤文化园或苗族文化园，作为中部方言区苗族文化资源开发、利用以及提供苗族文化产品与服务的龙头产能基地。

二是在松桃县、铜仁市及湖南省凤凰县接壤的正大乡、大兴镇之间，建设基于苗王城旅游和大兴机场空港交通优势的特色旅游城镇，作为东部方言区苗族文化资源开发、利用以及提供苗族文化产品与服务的龙头产能基地。松桃县是东部方言区苗族文化资源最富集的地方，其辖区内的苗王城与大兴机场距离仅 11 公里。这片约 30 平方公里的区域，位于腊尔山台地上，地势平坦，气候和水资源条件良好，非常适宜于人居，是凤凰县和梵净山旅游的空中来客的必经之地，是苗族文化旅游同苗族特色城镇建设及生态农业结合发展的理想环境。该城镇建成后，将成为凤凰县和梵净山旅游的重要纽带。

三是在贵阳市花溪区选择恰当位置，建设汇集全省、全国乃至全世界西部方言苗族文化的向心空间——亚鲁王城堡或新阿桑都，形成苗族文化同教育、旅游、苗医药研发、康体健身等结合发展的城市综合体，作为西部方言区苗族文化资源开发、利用以及提供苗族文化产品与服务的龙头产能基地。

贵阳是西部方言苗族最早建造城池的地方，苗语称“阿桑都”。因此，《贵州通志》称贵阳为“老苗城”。苗族英雄杨鲁（亚鲁）为保卫“阿桑都”而战死在贵阳喷水池一带。因此，贵阳及四周的苗族，从古至今都在这里举行“四月八”活动。现在，由于交通方面的原因，苗族不能在喷水池一带举行缅怀英雄祖先的节庆活动了。从发展苗族文化产业，加强民族团结，促进社会和谐长远目标计，笔者建议：贵州省委、省政府和贵阳市委、市政府应当给苗族举行这一神圣活动一个永久性的文化空间，把苗族“四月八”节转化为苗族文化产业群建设的重要资源。在花溪选择一个恰当的地点建设亚鲁王城，作为举行“四月八”活动及发展文化产业的功能载体，让苗族英雄战死的圣地不能再举行“四月八”活动所形成的矛盾得以转移和解决，用文化产业的方式，变由来已久的困扰为促进发展的新机遇，是两全其美的事情。

（二）关于苗族文化产业群建设必要的政策与措施

1. 要鼓励和支持苗族为主体民族之一的自治州、自治县充分发挥自治地方在制定和落实政策上所具有的灵活空间，尽早出台支持和鼓励苗族语言文字为媒介的文化产品的生产与提供的政策和相关措施。以苗族语言文字为媒介的文化产品创作、生产和提供，是苗族文化“走出去”的重要环节，是苗族文化产业面向市场的同时面向本民族群众的必要举措。

2. 要鼓励和支持各级苗学研究组织在苗族文化产业群建设中发挥积极作用。在发展苗族文化产业的过程中，具有非营利性质的学术团体——苗学会，应当被赋予和主动承担“三通”的功能，使之成为联系和沟通政府职能部门、企业和社区的重要渠道，减少和避免一些不必要付出的成本。

贵州除遵义市外，各市州地都建立有苗学会，苗族人口较多的县，也建立有苗学会。实践证明，在促进发展上，苗学会是能够发挥积极作用的。例如，雷山县的苗年节、鼓藏节等节庆的举办、苗族传统文化资源的保护，雷山县苗学会在县委、县政府领导下，在推动苗族群众的主体性作用发挥方面，起到了不可或缺的积极作用。

（三）贵州苗族文化产业群建设基本思路

就以上贵州苗族文化产业及产业群现状、存在的问题，笔者认为，解决问题的基本思路是：推进贵州苗族文化产业群建设项目点的规划、布局，建设具有聚集作用的相应大型综合平台

及一定数量的基本发展点；巩固业已形成的三个产业门类，提升创新力和产能；发展形成新的产业门类，延伸产业链和产业幅。

1. 建设集苗族文化产业主体集群化、文化产品的生产与提供规模化、集约化和集成化的 3 个大型综合平台，建设不少于 23 个的苗族旅游村（寨）、镇（群），作为苗族文化旅游业富有活力的基本发展点（具体内容见下表）。

类 别	名 称	所 在 位 置	建 设 情 况
3 个大型综合平台	蚩尤文化园	凯里市	蚩尤大道已规划
	苗王城(镇)	松桃自治县	苗王城已初具规模
	亚鲁王城堡	贵阳花溪区	未计划
23 个乡村旅游基本发展点	西江千户苗寨	雷山县	已成功开发运营
	郎德苗寨(群)	雷山县	正在重新规划建设
	陶尧苗寨(群)	雷山县	待开发
	施洞镇(群)	台江县	待开发
	反排苗寨	台江县	待开发
	红阳苗寨	台江县	已初步开发
	南花苗寨	凯里市	已初步开发
	也沙苗寨	从江县	已成功开发
	小丹江苗寨	榕江县	待开发
	空申苗寨	榕江县	已初步开发
	革东镇	剑河县	已重建
	温泉村	剑河县	已初步开发
	寨头苗寨	三穗县	待开发
	大江坪苗寨	龙里县	待开发
	排烧苗寨	三都自治县	待开发
	上河苗寨	紫云自治县	已初步开发
	化屋基苗寨	黔西县	已开发
	鲤鱼坝苗寨	兴仁县	待开发
	大湾苗寨	松桃自治县	已初步开发
	小妥罗苗寨	织金县	待开发
	梭嘎苗寨	六枝特区	已开发
	土河村	习水县	待开发
	新开村新寨	大方县	待开发

2. 巩固业已形成的三个产业门类，提升创新力和产能。

（1）在苗族文化旅游业方面，主要是：①以苗王城、西江、施洞等苗寨村镇的基础资源培育骨干企业；②培育覆盖所有具备开发价值的苗寨的乡村旅游合作社组织；③各地苗学研究组织主动配合政府、社区、企业，，办好苗族节庆活动。

（2）在苗族文艺演出业方面，主要是：①扶持松桃、台江、丹寨、贵定、纳雍等县，培育非物质文化遗产项目演出企业；②培育一两家重点服务于苗族文艺演出的中介企业，促进企业开拓演出市场。

（3）在苗族工艺美术业方面，主要是：①支持经营苗族服饰为主的企业同国际流行服装设计机构合作，以苗族服饰申报世界文化遗产名录的契机，整合资源，培育骨干企业；②有关部门应当采取有效措施，对苗族银帽、带裙被其他省区市侵权，“苗银”在旅游商品市场演化成假银代名词等现象，应予坚决制止，切实维护贵州的资源权益；③成立苗族银饰协会，制止以“苗银”为假银的代名词的低质化行为，树立“苗银”工艺品品牌形象；④选择一批有一定实力的刺绣、蜡染、银饰、石雕等方面的企业，支持其发展成为该领域的骨干企业。

3. 发展形成新的产业门类，延伸产业链和产业幅。

在提升业已形成的三个产业门类的产能和产值的同时，大力推动苗族文化产业同苗族医药产业、苗族饮食产业、苗语影视服务业、苗族地区城镇化建设、特色高效农业、生物遗产业等产业的融合发展，发展形成新的产业门类，切实延伸苗族文化产业的产业链和产业幅，其中尤其是：

（1）在苗族饮食康体业方面，主要是：①鼓励和支持亮欢寨、醉苗乡、老凯里等苗族餐饮投资企业同体育、健身、保健等方面的企业，合作开拓药膳、康体健身、文艺展演等结合的服务产品；②依托苗族传统节日，举办以苗族餐饮文化为内容的节庆活动。

（2）在苗语影视服务业方面，主要是：①创新审批方式，使苗族语言文字为媒介的文化产品生产与销售合法化；鼓励创作生产苗族语言文字为媒介的传统形态的文艺产品；②支持苗族语言文字为媒介的文化产品生产企业同国外苗族同类企业合作，拍摄苗语影视作品；③支持苗族为主体民族之一的自治州（县）电视台、广播电台安排苗语新闻和文艺作品播出时间，并进行相应内容生产。

（3）在苗族生物遗产业方面，主要是：鼓励文化企业同农业科研单位结合，挖掘苗族传统生物知识资源，并利用这些知识资源发展珍稀物种驯化、育种、繁殖、养殖、种植、加工和销售等。

参考文献：

[1]詹成大.文化产业集群及其发展模式[J].浙江经济，2009（11）：16.

[2]第一届贵州工艺美术大师评审结果公示[N].贵州日报，2011-9-7.

[3]雷山县文化体育局，编.雷山苗族非物质文化遗产申报文本专辑[Z].北京：中央民族出版社，2010：16.

[4]艾群.论文化产业的战略问题[J].新华文摘，2011（11）：12.