
基于实践视角的 民族文化旅游创意产业发展研究 ——以湖北省武陵山少数民族 经济社会发展试验区为例

吴海伦

（中南民族大学 管理学院， 湖北 武汉 430073）

【摘要】民族文化旅游创意产业是以民族文化为核心，依托现代科技，运用独特的创意思维，创造多元化旅游产品的民族区域旅游经济发展的新形式。民族地区发展文化旅游创意产业具有培育旅游新业态、促进民族文化遗产以及促进民族地区旅游产业协同发展的作用。根据湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区的情况，其发展文化旅游创意产业具有产业比较发展优势、资源优势和经验累积优势。民族地区发展民族文化旅游创意产业应在旅游资源转化、旅游价值创造、旅游创意产业集群化以及旅游创意环境营造等方面下足功夫。

【关键词】实践视角；民族文化；旅游创意产业；湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区

【中图分类号】F592

【文献标识码】A

【文章编号】1672-433X(2016)01-0092-05

一、问题的提出

1994 年，澳大利亚从国家层面提出“创意国家”的文化创意发展战略，英国于 1998 年对创意产业做了定义。中国于 2004 年召开了首届中国创意产业论坛，探讨创意产业与城市发展的关系，就此创意产业在中国登陆。可以说，我国的创意产业起步晚，正以后来者的身份在学习其他国家成功经验的基础上，探讨适合中国本土的创意经济发展形式。2006 年，中国从国家政策层面对“创意产业”进行规划，在创意产业的视野内，不仅要有“创意”，更要有“产业”，以此为基础，中国的文化创意产业的发展环境逐步成熟。

收稿日期：2015-03-20

作者简介：吴海伦，女，中南民族大学讲师，博士，主要研究旅游文化。E-mail: wuhailun@mail.scuec.edu.cn

① 详见《湖北日报》2011 年 2 月 17 日所载《生态立区 产业兴区 开放活区 富民稳区 我省启动武陵山少数民族经济社会发展试验区建设》一文。

文化旅游创意产业属于创意产业的一个分支，是顺应市场需求的新的旅游产品，民族文化旅游创意产业是民族区域旅游经济发展的新形式，它是以区域民族文化为核心，依托现代科技，运用独特的创意思维，整合旅游资源，实现旅游项目的多元化功能，进而实现效益最大化。因此，本文以民族文化旅游创意产业为研究对象具有重要的现实意义，而从实践视角出发进行研究就具有针对性以及实践价值。同时，湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区具有发展民族文化旅游创意产业的潜在优势，因此，本文选取其为代表性案例进行分析。目前，对于民族文化旅游创意产业的研究处于初步探讨阶段，学界提出了一些值得借鉴的观点。如冯学钢、于秋阳提出，民族文化旅游创意产业是创意产业在民族文化旅游领域的延伸和发展^[1]。尹贻梅、鲁明勇指出，民族文化旅游创意产业可以有效地促进当地经济结构转型升级^[2]。张海燕、王忠云认为，科学技术与民族文化旅游创意产业联系紧密^[3]。王兆峰认为，民族文化旅游创意产业可以形成产业集聚，拓展产业价值链^[4]。

湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区^①是以武陵山脉为中心的湘鄂渝黔毗邻地区，是我国内陆跨省交界地区面积最大、人口最多的少数民族聚居区，也是全国 18 个集中连片特殊困难地区之一。范围包括湖北省恩施土家族苗族自治州的恩施市、利川市、建始县、巴东县、宣恩县、咸丰县、来凤县、鹤峰县共 8 个县市和宜昌市的长阳土家族自治县、五峰土家族自治县、秭归县以及湖北神农架林区，面积 3.2 万平方公里。受多方面因素的制约，武陵山少数民族地区长期处于贫困落后的状态，与其他地区的差距正呈现逐渐扩大的态势，但是其自然资源秀美多姿、人文资源不可复制，作为创意产业发展的新领域，民族文化旅游创意产业正是武陵山少数民族地区发展当地经济的有力探索，具有重要的经济转型、文化振兴与促进社会和谐进步的价值。这也即经济与社会、文化的协同演化。协同演化^[5]的作用机制推动文化与经济的协同发展。“创意因子”作用于经济系统，创意主体与创新因子（动力）的互动作用推动的适应性变化，会促进另一个创意主体与创新因子（动力）的变化，在此过程中，创意主体与创新因子互相制约并相互促进。在经济系统多层级的、复杂的演变过程中，经济系统展现出创造新奇、传递新奇和扩散新奇的能力^[6]。这三种能力可以促进经济创新、理念创新和文化创新，并由此推动经济、社会、文化的协同发展。

二、民族文化旅游创意产业发展的必要性

1. 培育旅游新业态。创意产业与旅游业融合而成的旅游创意产业是旅游业发展的新业态，将成为促进旅游业健康、快速发展的重要源泉。旅游业是一个动态完善和持续创新的产业，随着人们消费结构的升级，人们对精神生活的追求日益增加，使得旅游业面临转型升级的挑战，旅游业之间的竞争不再是传统意义上价格、质量的竞争，而是全新理念和创意的竞争，其中核心竞争力便是文化创意。民族文化旅游创意产业通过独特的文化创意因素，促进民族地区经济结构转型升级，其产业可以以独立的形式存在，并成为促进民族地区乃至国家经济整体或长远发展的产业，也可以通过渗透、影响、改造、集聚传统产业的方式，拓展产业价值链。

民族文化旅游创意产业凭借创新思维、创意理念以及数字化高科技手段的利用，创造地优化传统产业结构，以形成新产业的增长点。比如湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区在传统的种植业的基础上发展了现代观光农业，其不同于传统农业之处在于，其观光农业已经不是单纯的种植业，而是与民族歌舞、农事节庆紧密联系的创意观光农业，如在种植的过程中融进插秧草歌、排歌、采茶歌、石工号子等原生态山歌以及各种民族乐器、与种植相关联的舞蹈，甚至把这种欢快的劳作方式搬上演艺舞台，以歌舞情景剧的方式来展示。因此，传统的农业结构在创意思维的建构下，已经发生了巨大变化，农业耕种功能逐渐减退，相反却更注重观光以及依附于其上的创意价值。另外，民族文化旅游创意产业通过创新旅游产品丰富旅游产品体系，引领并提升消费结构，在消费需求与经济发展之间形成良性循环，以此推动区域产业结构优化，提升旅游产业素质。

2. 保护并传承民族文化。文化是创意产业的基础与核心，文化使得创意产业具有生命力。创意文化旅游是一种重要的文化载体，《夷水丽川》就是一个很好的例证。《夷水丽川》是在湖北省武陵山民族地区经济发展实验区的恩施州利川市腾龙洞旅游景区上演的情景歌舞剧目，其深度挖掘并传承当地民族文化，比如巴人祖先廪君、土家图腾白虎的传奇故事，土家族哭嫁、撒叶儿嗬等婚丧民族文化，龙船调、六口茶以及肉连响、摆手舞等民族歌舞艺术元素。《夷水丽川》在腾龙洞的上演，丰富了当地的旅游项目，使游客对当地民族文化有一定程度的体验。

民族文化旅游创意产业的创意灵感源于本土的古文物遗存、古老仪式、历史遗迹、宗教信仰、风习俗惯等文化符号，当地企业和居民会主动领会并保护本民族文化，并通过创意思维和创意符号向旅游者传递更多的民族文化信息和深邃历史内涵。因此，旅游者旅游的过程既是消费民族文化的过程，又是民族文化的再生产与再创造的过程，民族文化在成就了旅游发展的同时，旅游也在一定程度上传承和保护了民族文化，民族文化在基本保持“原真性”的同时，与当代科技与时俱进、共同发展，形成“有意味的形式”与“有意义的产业”的结合，永葆民族文化的活力，并与世界文化接轨。

3. 促进民族地区产业协同发展。民族文化旅游创意产业以民族文化为内核，构筑以民族文化为中心的产业载体，促进资源整合、产业集聚，以此来实现产业协同发展，并带来民族地区旅游产业的价值提升，成为当地经济发展的新引擎。

首先，民族文化旅游创意产业可以促进相关产业的资源整合，并将当地独特的民族文化，比如独特的服饰、饮食、民居、民俗、信仰、节庆等，与舞台表演、影视娱乐、故事传说等相融合，对民族文化进行包装、诠释和演绎。拓展旅游资源的内涵和外延。其次，民族文化旅游创意产业可以实现产业集聚，并拓展产业链，以此推动产业协同发展。民族文化旅游创意产业以多元化的旅游项目为核心，主动与传统产业融合，各种产业间形成相互影响、相互制约的产业链。并且由于其集聚效应，可以带动更多相关产业的发展，获得旅游乘数效应，并可产生品牌效应，提高区域产业的核心竞争力与综合实力。

三、民族文化旅游创意产业发展的优势

1. 产业比较发展优势。民族文化旅游创意产业比较发展优势主要包括两方面，一为旅游业相较于其他产业的自身发展的优势，二为旅游业与其他产业融合发展的优势。

第一，旅游业的优势。伴随着人们物质生活水平的提高，旅游在人们生活中所占的比重越来越大，体现了现代人对于精神生活的追求。在现代科技的支撑下，旅游业的发展具有区域优势和生态环保特色以及规模带动效应，近10年来，旅游业在国家战略转型期凸显优势。2005 - 2014 这10年中，全国旅游业总收入呈较快上涨趋势，2014 年的收入较之2005 年的收入已经增加了3.4 倍，而湖北省武陵山片区的恩施州则增加了124.8 倍。在当前中国经济下行压力的情况下，最近3 年（2012 - 2014 年）全国旅游业的增长趋势（同比增长率）均维持在14 %左右，甚至达到15%，恩施州则为23 %以上，2014 年的增长率更是达到了35.6 %，而2010、2011 年则为70 %以上^①。由此可见，旅游业已成为中国经济增长的新动力。

第二，旅游业与其他产业融合发展的优势。旅游业有与其他产业互融发展的优势，文化旅游创意产业便是文化创意产业与旅游业的融合，民族文化旅游创意产业是民族地区旅游业发展到一定阶段的必然选择。在国家政策的积极推动下，湖北省明确了少数民族文化事业繁荣发展目标，湖北省武陵山片区各地积极制定了以旅游产业作为支柱产业的政策，使得其民族文化旅游创意产业更具发展潜力。在国家“十二五”时期，以旅游业为代表的服务业已经发展成为国家第一大产业，在2008 年世界金融危机时期，在其他产业经济增长有所下滑的情况下，旅游业仍然一枝独秀，保持增长，现在我国旅游业已经成为经济支柱产业，并将成为对某个区域乃至国家经济发展起重大作用的产业，即地区或国家战略支柱产业。民族文化旅游创意产业的发展是随着

^① 数据主要根据2005 至2014 年版的《中国统计年鉴》、《中国旅游统计年鉴》、湖北旅游政务网、恩施州统计局《恩施州国民经济和社会发展统计》等资料计算得出。

旅游业的发展而发展的，随着旅游业的快速发展与观念创新，民族文化旅游创意产业较之其他创意产业的发展必然具有更多的机遇与空间。

2. 资源优势。湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区具有发展民族文化旅游创意产业的资源优势，其资源优势体现在自然资源和人文资源两方面。

湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区在进行大规模的旅游开发以前，由于其特殊的地理位置，形成一个相对封闭的区域，其相对原始的自然生态和优美风光、绚丽多姿的民族文化资源得以保存完好。其自然环境山青水美、洞奇谷幽、动植物种类丰富，原生态的风光迤迤而迷人，比如齐岳山、坪坝营森林公园、清江画廊、柴埠溪峡谷风景区、恩施大峡谷、神农溪、世界特级溶洞腾龙洞、梭布垭石林等。人文资源中，古城镇、古建筑以及独特的土家族、苗族等民族文化，诸如其原始的宗教信仰文化、多彩的节日文化、传统的饮食文化、丰富的民族歌舞文化等神奇而富有魅力，如有“世外桃源”之称的鱼木寨、恩施唐崖土司遗址、大水井古建筑群、舍米湖摆手堂以及极具民族特色的哭嫁、傩戏、摆手舞、土家油茶汤、土家吊脚楼等，可供人们进行生态旅游、科研考察、探祖求源、古迹观光、建筑科考、体育旅游、养生度假、红色教育等。上述这些都是发展文化旅游创意产业的极其独特且丰富的素材。

3. 经验累积优势。近年来，湖北省武陵山少数民族地区的旅游创意产业已经在国家以及省、州市县等各级政府部门相关政策的支持下，比如“鄂西生态文化旅游圈”的战略决策、“616”工程、各个州市县区旅游产业政策等，以及资金的扶持下，进行了一系列的成功的旅游创意活动，积累了旅游创意的经验优势。这些创意活动集中于民族文化品牌塑造、民族地区旅游市场营销以及民族旅游产品升级等方面，通过打造旅游形象、开发民族村寨、实景舞台表演、音乐诗话演出、大型原生态歌舞表演、电视电影拍摄、高空极限挑战活动、体育赛事、民族地区采风、与央视等媒体合作打造民族生态旅游产品等创意活动宣传本地区，塑造民族地区文化旅游品牌：湖北省武陵山少数民族经济发展实验区利用民族文化的独特魅力，用文化创意赋予旅游活的生命，通过诸如“世界硒都”、“仙居恩施”等口号创意，整合旅游资源（既包括民族地区区域内的合作，也包括与周边县市区的合作），并且融合现代科技等手段将民族文化创意融入旅游商品的开发、包装和营销中。通过一系列的创意活动，使得湖北省武陵山少数民族经济发展实验区的旅游景点和旅游产品增值，创造了很高的经济价值，获得了良好的社会反响，这些成功的创意模式为民族文化旅游创意产业的发展提供了可资借鉴的经验和启示。

四、民族文化旅游创意产业发展对策

旅游资源是旅游业发展的前提，对民族文化旅游创意产业发展来说也是如此。旅游产品是其发展的基础，文化是其发展的核心，创意是其发展的关键，并贯穿于整个民族文化旅游创意产业的发展过程中，创意环境是其发展的保障，创意品牌的塑造是其发展的根本，旅游产业集群化或者规模化是民族文化旅游创意产业发展的必然选择。

1. 旅游资源转化。资源是产品开发的基础，发展民族文化旅游创意产业首先必须实现旅游资源转化，也即将民族地区的自然资源与人文资源产品化。其产品化的过程也是为了实现其市场化的过程，即通过数字高科技创意产品、广播电视、新闻媒体、动漫书籍、艺术品展览、舞台表演、游戏视频、民族旅游产品交易博览会等文化创意产业实现其转化，并在此过程中实现其市场价值。

一般而言，民族文化资源转化模式包括物质和非物质两种。其中物质的文化资源，诸如古建筑、古文物、古遗迹等旅游资源，通过创意思维组合、包装、设计、转化等，在保持物质文化资源的文化内核同一性的同时，利用科技手段达到文化的差异化表现。而对于非物质文化遗产资源的利用开发，也就是精神文化资源的创意发展，诸如民族语言、文字、歌舞、信仰风俗之类的文化资源的开发，需要依托有形的物质形式进行表达，诸如舞台情景剧、旅游项目活动等进行展示。比如恩施的“女儿会”依托舞台经济、商业化表演、旅游项目的开发，已经越来越为人们所熟识，并成为鄂西生态旅游文化圈的核心吸引物。这就是一种创意文化商品化推介的过程，在这个过程中恩施特有的“女儿会”在保持其原真性的基础上进一步演绎发展，去粗取精，

在物质外显和市场化的同时，保持其原真性和可再生性。由此，旅游文化资源在创意产业中获得了生命力，其内涵和外延又得到了丰富和拓展。在此必须注意的是，在对民族文化旅游资源进行转化之时，既要旅游资源进行保护性转化，也要实行地区、产业间的合作性转化，特别是做好差异化转化，这样一方面可以打造区域品牌；另一方面可以避免跨区域同质恶性竞争。

2. 旅游价值创造。旅游价值创造既包括旅游工艺品的价值创造，也包括旅游目的地价值创造、民族艺术的价值创造以及旅游品牌等的价值创造。通过价值创造实现其附加值的提升以及市场影响力的提高。比如湖北省武陵山少数民族经济发展实验区对诸如民族特产之类的产品，通过创意设计和品牌包装，将民族文化创造性地融入商品中，实现旅游商品价值增值（见表1）。创造性地把民族文化与旅游目的地融为一体，从而增加旅游目的地的文化气息，创造多层次的旅游意境，丰富游客的审美感受，以此使得游客自然而然地增加旅游时间和旅游项目，实现旅游目的地的价值提升。民族文化旅游创意产业还可利用情景歌舞表演以及影视制作等方式对民族歌舞艺术进行创意包装，提升其艺术价值、审美价值和观念价值，增添旅游目的地的文化艺术气息和时代感。湖北武陵山民族地区通过创意活动、媒体宣传以及名人效应创造其品牌价值，比如“清江闯滩节”、众多明星参与的“山歌好比清江水”、迪恩·波特恩施大峡谷高空极限挑战、全国自然水域漂流大赛等活动，以此提高知名度，塑造旅游品牌。

表1 湖北省武陵山少数民族经济发展实验区文化创意实现旅游商品增值的部分案例

旅游商品类型	旅游商品名称	主要文化创意方法	创意前价值	创意后价值
民族特产	豆腐乳	创意设计	2-4元/瓶	30-50元/瓶
	来凤姜	创意设计、加工	2-4元/斤	20-30元/斤
	富硒贡茶	品牌塑造	20-30元/斤	600-700元/斤
	柏杨豆干	品牌塑造	4-6元/斤	20-40元/斤
民族手工艺品	手工布鞋	创意设计、加工	土家自产自用布鞋	180-200元/双
	土家织锦	品牌塑造	土家族自用	300-500元/幅

3. 旅游创意产业集群化。旅游创意产业是一种整体性的生成过程，是由各种产业组合而成的，其内容广泛，各种产业之间又互有关联，从而使得产业集群化成为文化旅游创意产业发展的必由之路。当前，民族地区经济发展还没形成规模，各种产业分散在各个地区，缺乏联系，因此，联系各种产业，使之集群化、规模化便是民族地区文化旅游创意产业发展所亟需解决的问题。为了保证民族地区旅游产业集群的有效运行，需要做到以下两点：第一，对民族文化应该实行保护性开发。民族文化是民族文化旅游创意产业发展的核心和基础，也是其发展的根本，民族文化旅游创意产品的开发需要深度挖掘民族文化，但不可“竭泽而渔”，应将文化产业与旅游创意产业紧密结合。第二，构建旅游创意产品开发的完整产业链。以游客的多层次需求为市场导向，创新核心吸引物，并以吸引物为基础实现相关产业的空间集聚，以达到文化、信息、资源的互通有无和互补共享。

民族地区旅游创意产业集群化植根于民族文化，在文化、自然资源丰富的特定民族区域内，创造性地构建旅游核心吸引物，打造完整的旅游产业，并使得相关产业集聚形成产业链，在一定程度上，还可以延伸并拓展产业链，形成以创意产业为核心吸引物的规模化的产业。所谓旅游产业链的延伸，其实指的就是旅游创意产业的发展要突破传统的旅游行业之间的小循环，充分利用休闲娱乐时代人们重体验的需求（此体验既包括物质体验也包括精神体验），民族文化旅游创意产业可以作为产业扩大或集聚的核心要素，也即“投入要素”和“增值资本”^[7]，形成旅游目的地、文化创意产业以及与此相关的第一、第二、第三产业的空间聚集以及连动发展，并促进功能汇集区的形成，从而在此产业集群内不仅涵盖文化要素以及旅游传统产业中的食、住、行、游、购、娱产业要素，而且会带来影视、娱乐、科技、地产、艺术以及文化等相关产业的发展。湖北省武陵山少数民族经济社会发展试验区所发展的民族文化旅游创意产业集群，由于其地理位置的独特性和地域相连性、产业相关性，此地区内具有相似而独特的自然资源与人文旅游资源，分布较集中，文化底蕴深厚，易于组合，从而容易形成相关产业间的空间集群系统。

立足于当前其旅游产业发展背景以及其制定的旅游产业发展的相关政策与目标，湖北武陵山少数民族经济社会发展试验区无疑是湖北最具发展潜力的一个旅游创意产业发展区域。

4 营造良好的文化旅游创意环境。国家和当地政府、企业能够为民族文化旅游创意产业的有序运行营造良好的文化创意环境，这一点非常重要，这包括政策环境、构建文化创意的平台环境以及创新创意人才的培养与使用机制环境。良好的文化创意环境的构建一方面可以充分利用区域民族文化的差异，打造区域民族文化品牌，提高并拓展品牌价值，形成品牌效应。另一方面，也为民族地区文化旅游创意产业集群的形成创造必要的条件，以便于文化创意产业和旅游产业之间能够形成密切联系的研发、设计、创意、生产、营销网络，从而打造以创意为核心的高端产业价值链，形成规模效应。这需要做到以下三点。

第一，通过制定各种政策和法律法规，引导、激励、保障民族地区文化旅游创意产业的实施，形成规范的旅游市场，并提供内部运行以及外部营销等各种政策的支持。此外，还需提供一定数量的资金的投入，以使得创意产业能够有效运行。

第二，民族文化旅游创意产业的发展从根本上依赖创新人才。为凝聚人才、提升素质，必须创新创意人才的培养与使用机制，不仅需要从外部引进旅游创意人才，也需要培养本土化的创意人才、经营管理人才等，给予其创意的自由，并保障其发展的平台与空间。

第三，通过政府构建文化创意的研究平台以及展示平台，以保障创意产品的设计、研发以及创意成果的展示。建立主客互动平台，即产品的供货方与采购方的实时互动平台，比如供货方在平台上展示民族手工艺品的制作程序，可以让消费者或者采购方体验其制作，也可让消费者参与体验旅游产品的制作或使用、欣赏的某个环节等，通过这些平台，让更多的产品实现其市场价值，乃至转化为产业。

参考文献:

- [1]冯学钢，于秋阳．论旅游创意产业的发展前景与对策[J]．旅游学刊，2006（ 12 ）．
- [2]尹贻梅，鲁明勇．民族地区旅游业与创意产业耦合发展研究——以张家界为例[J]．旅游学刊，2009（ 3 ）．
- [3]张海燕，王忠云．基于技术进步的民族文化旅游创意产业发展研究[J]．贵州民族研究，2010（ 6 ）．
- [4]王兆峰．湘西民族文化旅游创意产业发展研究[J]．中央民族大学学报，2011（ 6 ）．
- [5]Norgaard R. Co-Evolutionary Agricultural Development[J]．Economic Development and Cultural Change, 1984, 32（ 3 ）．
- [6]Pavitt K. Sectoral Patterns of Technical Change: Towards A Taxonomy and A Theory[J]．Research Policy , 1984, 13（ 1 ）．
- [7]厉无畏，王慧敏，孙洁．创意旅游：旅游产业发展模式的革新[J]．旅游科学，2007（ 6 ）．