
供给侧改革视阈下的 云南民族民间工艺品产业发展

段智毅¹，桂宇²

（昆明学院 美术与艺术设计学院，云南 昆明 650214）

【摘要】民族民间工艺品是云南丰富多彩的民族文化资源的代表，作为当前云南特色文化产业，发展潜力巨大。本文分析了云南民族民间工艺品的市场和产业现状，从供给侧和需求侧的双向度审视了这一市场的现存矛盾，从供给侧结构性改革的思路探讨了云南民族民间工艺品市场和产业的发展路径。

【关键词】云南；民族民间工艺品；供给侧改革

【中图分类号】F769.2 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1006 — 723X（2016）07 — 0104 — 05

一、云南民族民间工艺品的市场和产业现状

民族民间工艺品与普通商品相比而言，具有显著的二重性。一方面，工艺品是一种商品，经历普通商品从生产到销售的各个环节，价值也要通过市场来实现。另一方面，民族民间工艺品又是艺术品，是一种诉诸精神层面消费的特殊商品。其二重性决定了民族民间工艺品的市场也大为不同。

（一）遍地开花的云南民族民间工艺品市场

民族民间工艺品是利用传统民族的文化符号和地方性知识、技艺、工艺流程，主要用手工形式制作，能体现一定传统民族文化、传统技艺的工艺品种。^[1]其制作者大多是本民族的民间艺人，技术上大多为师徒传承或家族内代际相传。20 世纪 80 年代以来，滇西北的大理、丽江，滇南的西双版纳逐步走上以旅游业振兴地方经济之路，带动了旅游工艺品的逐步开发，扎染、石雕、竹编、木雕等成为区域内较早开发的代表性工艺品和旅游商品。就旅游商品的市场成熟度而言，这一时期的民族民间工艺品从供给量到产品的质量、艺术性等尚处初级阶段。

多年来，全省各地旅游业的蓬勃发展也给云南民族民间工艺品带来了刺激创新和生产的活力，很多原本作为少数民族日常生活器具、宗教法器、工具、生活装饰品的物件由于在与异文化的接触中被识别为民族特色文化而获得了“他者”的欣赏，满

【基金项目】2015 年昆明学院科研创新团队建设项目（2015 CXTD05）

【作者简介】段科毅（1966—），女，云南昆明人，昆明学院美术与艺术设计学院副教授，主要从事民间工艺美术研究；桂宇（1981—），女，重庆人，昆明学院美术与艺术设计学院教师，民族学博士，主要从事民族艺术理论研究。

足了“他者”的文化猎奇心态。在“他者”眼中，民族民间工艺品是具有符号功能的文化产品，标志着对于异文化的探寻、体验经历，是一种纪念品。

实际上，除了旅游业的拉动，从中央到地方在文化建设中对于传统文化、传统技艺的重视也影响了广大群众的审美心态，各地对文化的深度挖掘使本地人也热衷于传统工艺品。近期，第十届昆明国际民族民间工艺品博览会在昆明国际会展中心举办，来自云南各地的多项非物质文化遗产纷纷呈现在展会上，诸多的传统手工艺品引起了广大市民的关注。随着受众文化素质的提升，人们也逐渐从文化猎奇的心态向文化理解、文化认同转型，对于民族民间工艺品的审美能力和审美需求也在不断提高。

庞大的市场需求催生了各地民族工艺品的挖掘、设计和制作，并形成了目前繁荣的市场，如，彝族的绣品、建水的紫陶、尼西的黑陶、大理的扎染布等，不仅在工艺原创地，甚至在云南大多数旅游景点景区都有卖售。很多工艺品在设计上大大增强了实用性，与现代实用性商品相结合，因此获得了市场欢迎，譬如原本为少数民族自家纺织的棉麻布，现在织成围巾、绣花鞋，批量制作，图案色彩竞相模仿，各地皆有卖售。不容忽视的是，在规模化生产下，工艺简化，附加于其上的文化内涵和民族特色有淡化的趋势。

（二）潜力初显的民族民间工艺文化产业

在旅游业带动下，民族民间工艺品产业化规模逐年增长，近几年来，云南省文化产业增加值年均增速达 20 % 以上，2012 年云南省各文化产业门类企业户均主营业务收入中，工艺美术品生产位列第一，可谓发展势头强劲。在云南省政府下发的《文化产业振兴规划云南行动纲要》确定的十大文化产业门类中，已将民族民间工艺品定位为特色产业，作为云南民族文化强省建设的标志性产业。2014 年，“金木土石布”五位一体的云南民族民间工艺品产业发展体系初步建立，为产业发展的规范性、体系化奠定了基础。目前，云南民族民间工艺品的生产与销售企业在全省 319 家重点文化企业中占 29 家；在 70 家主营业务收入过亿元的重点文化企业中占 7 家，在 103 家大中型重点文化企业中占 11 家。总体上看，设计和生产制作由过去的个人、小作坊的散点式向工艺专业村的集群化发展，加上政府积极宣传，以各种交流、会展形式助推，民族民间工艺品产业逐步成为云南经济新常态下的新动力。

云南民族民间工艺品向产业化推进是有物质基础的，就种类而言，金木土石布五大门类齐全，且每一大类下又有不同民族、不同地域的艺术表现形式和风格流派。以陶艺为例，历史悠久、知名度高的就有华宁釉陶、西双版纳慢轮傣陶、香格里拉尼西黑陶、丽江纳西族金沙陶、大理鹤庆瓦猫等。此外，即使是同类型工艺品，由于不同艺人所承袭的艺术特色各有侧重而表现为不同的工艺技法、外形特征、传承制度和审美意识，为产业化甚至产业集群化的发展奠定了丰富的资源基础。

二、供给侧结构性改革针对民族民间工艺品产业化发展的要义

供给侧改革主要针对的是经济结构，从供给到需求之间的整个经济链条上，供给侧的结构性改革要义在于去库存、去产能、降成本和补短板。对于云南民族民间工艺品的产业而言，这个“药方”是非常具有针对性的。对于低端的、粗制滥造、以次充好、千篇一律的无个性工艺品，应减少生产，将有用的、高效的产能集中在增强中高端市场的供应上来。

（一）民族民间工艺品的价值体现：由“造物”到“造生活”

民族民间工艺品从属于器物文化，无论是过去、现在、还是将来，民族民间工艺品都是地域文明的重要表征，是不同族群的集体智慧的结晶，具有普通工业产品所不具有的文化内涵。

工业产品的价值主要体现在其实用性，使用时间越久，价值和品质越下降，因此人们对大多数生活中的工业产品都持“坏了再买”的态度。工业产品的大批量制造，同质同型、规格统一、千篇一律，作为“物”的个性较为缺失。

相比而言，民族民间工艺品就以文化个性见长。工匠的造物活动以特定的社会文化为支撑平台，每种工艺都有一定的行业信仰和禁忌。比如在藏区，做手工艺之前要洗手，做佛像只能在庙宇之中进行，不能在异地打制，且不能划破手，避免将血滴到佛像上。这些禁忌与规范是在特定的文化场域、宗教信仰之下形成的，构成了工艺品的文化异质性。可以说，工艺品的设计制作过程体现着设计制作者的情感表达和造物哲学，而购买者通过文化解读从而产生对设计作品的理解与欣赏，并在生活哲学层面产生一些共鸣。这样的情感交流与文化碰撞是普通工业产品难以企及的。

传统陶瓷器、漆器、木制品、针织物就材质上和不锈钢、玻璃、人造纤维相比，透过视觉与触觉的感受，更能强烈地表达出天然材料的质朴、自然和温暖。在使用过程中，经过时间的洗礼，其品质会变得越来越好，例如小叶紫檀、密蜡等工艺品，通过长期的把玩以及和人的皮肤接触会产生“包浆”现象，光泽、质感更加温润。茶海上的各种陶制的小摆件通过多次用茶水冲洗，也会产生色质的变化，作为工艺品，其具备的不只是器物本身的功能，还通过提供体验让其中的文化附加值得到价值的实现。

另外，很多工艺品不只是一件器物，其实也创造了一种生活方式。例如一个根雕的茶海，根据其自然造型特点，通过根雕工艺制作而成。品茶时，茶海、茶壶、茶杯、茶盅、盖碗等一一摆好，不同类型的茶配以不同的茶壶茶杯，从味道到茶具的质感要相得益彰；从洗壶、洗杯、洗茶到泡茶、分杯，其中还有诸多礼仪和讲究，作为器物的陶工艺品造就了茶文化，影响着人们的生活方式。这才是民间民族工艺品的魅力所在，也是获得市场欢迎的原因和走向产业化的生命力所在。

（二）改革要义：由低水平供需平衡向高水平供需平衡跃升

民族民间工艺源自大众百姓，具有广泛的群众基础，是传统社会生活的历史呈现。在现代文化场域，民族民间工艺因其代表着不同族群人们的文明演进和文化印迹，承载着不同的审美价值，在多元文化的包容力之下得以商品化继而产业化。但经过多年的发展，主要依赖传统文化资源的低水平开发、产品附加值低、产业链不完整、转型升级缓慢、粗放型经营、与现代科技结合程度不高等问题还是比较突出，成为制约云南民族民间工艺品产业发展的瓶颈。因此，市场上不缺乏工艺品，但短板在于缺乏创新，缺乏高水平供给，因此市场成熟度不高。

新时代下，社会环境更为开放，全球经济一体化，人们的消费视野也扩大了。中国作为消费品大国，近年来，国外代购、出国旅游大批量扫货无不展示了中国人的消费能力和消费观念，即对于进口消费品、国外品牌的执着与舍得。可见，国人的需求是十分旺盛的，且需求中品质、品牌、文化附加值是影响购买的重要因素。

对于民族民间工艺品的需求，求新求异的文化猎奇心态逐渐成熟为对文化品牌、科技含量、艺术价值等的看重。总的来说，消费观念和需求已经从过去量的满足转变为对品质的追求，而供给的产品却没有适应这种转变，品质和创新跟不上，很多潜在需求没能在市场上得到满足。

供给侧结构性改革是要改变过去单纯以扩大需求为策略的经济增长模式，将过剩的产能转化到市场所需的领域，是从生产端进行优化各要素配置的科学思路。^[2]针对云南民族民间工艺品市场的低端供给多、文化特色不鲜明的产品重复存在等现象，需要从供给侧结构进行调整资源和要素，使之高效配置。从供给端着手，减少文化含量低、艺术品位差的低端供给，扩大民族特色浓、工艺技术高的中高端供给，增强供给结构对市场需求变化的适应性和灵活性。只有当市场上的民族民间工艺品可以引导人们的需求、创造出新的需求而不仅是适应现实需求之时，才能说民族民间工艺品的开发已经成熟。

三、云南民族民间工艺品市场的供需双向度的审视

（一）艺术性与文化附加值的供需落差

普通商品的功能和质量是核心竞争力，实用、好用、耐用是品质的体现。对于工艺品，很多工艺品固然也有实用功能，但大多数人们购买工艺品是出于对艺术性、文化价值的消费。例如，在大理周城购买扎染布和民族绣包，消费者真正需要的不是桌布、桌旗或者挎包，而是对民族元素、民族风格、色彩纹样、装饰图案和特殊工艺技法的赞赏。刺绣是云南民族民间传统工艺之一，传统技法结合地方民族民俗的艺术呈现，非常具有代表性。但是市场上大部分刺绣工艺品，无论从制作工艺还是售卖价格，已经流俗为普通商品。实际上，就滇绣而言，目前工艺水平较高的是双面异样异色绣和透视感极强的3D绣，但由于技法难以掌握，成本较高，尚不具备作为产业大规模发展的条件。

在巨大的需求刺激下，为了能短时间内提供足够的产品，很多民族工艺品往往简化生产流程以提高生产效率和利润。过去同样的纹样制作几件，同类工艺品在市场上差异化明显、个性突出，艺术感体现在不同匠人的风格和民间艺人的工艺特色。现在为了大批量、快速生产，设计上趋于简单化，比如传统靠人工手绣的，现在纹样靠电脑制版，制作靠机绣，一个版可制千万件。虽然成本下降了，但作为艺术品的独特性、风格差异化却受到影响。因此，很多民族工艺品商品气息浓，而艺术味道淡。实际上购买者也知道这类商品是同形异质的仿品，不能代表真正的民族民间工艺水平。工艺品毕竟以艺术性为本，而作为旅游商品则需要考虑销量，二者如何统一，既产生利润又不失其文化底蕴，值得思考。

（二）供给同质化与需求多样化的失调

与东南亚、南亚的民间工艺品相比，云南由于民族众多，文化的地域性、民族性特色更为鲜明。以“布”类为例，包括染织刺绣布艺品。云南诸多少数民族都擅长染织刺绣，其中以彝族、苗族、白族、哈尼族、壮族、布依族等以刺绣工艺见长；傣族、景颇族、纳西族、壮族、基诺族等织锦技术突出，就图案设计、色彩应用、装饰效果、工艺特色方面各有千秋，各具特色。但没有形成各自独特的形象和产品，或者说同类产品在市场上差异性较小、文化特色不鲜明、民族特征不典型。以至于说到扎染，只知大理白族，说到刺绣，联想到的就是彝族的马缨花。尽管目前民族民间工艺品产业已初具规模，涌现出了建水紫陶、鹤庆银器、会泽斑铜、永仁石砚、个旧锡器、大理石器 etc 等工艺品牌，建成了鹤庆新华银器村、腾冲荷花玉雕村、石林阿着底刺绣村、剑川狮河木雕村、大理周城扎染村等一批工艺美术品专业村，同类工艺品在不同民族、不同地方文化中的形制表达和艺术表现是又差异性的，以点概面的发展格局难免会削弱本身存在的民族文化多样性。

（三）市场繁荣与生产者获利微薄的差距

民族民间工艺品的设计制作主体是民族民间艺人、工艺大师等，技艺具有独创性和艺术风格，是民族民间工艺品创新发展的核心要素。据调研，这些民族民间技艺传人很多是出于对传统技艺的热爱而继承从事此行业，在市场环境下，品牌意识较为淡薄，一些即使成立了公司，但在产品创新、系列化策划方面仍显乏力，需要有技巧的宣传推广和市场营销。目前存在的主要问题是：能跻身重点文化产业单位的企业不多，个体作坊仍然是主要经营主体，经营单位小、散、多，企业粗放经营方式明显，产业组织程度低，科技含量不足，创意跟不上市场发展。而大企业，由于有专业的营销团队，作为核心要素的工艺品设计制作者，从自身的技艺中所获利益有很大流失。因此，看似繁荣的民族民间工艺品市场下，比比皆是同类复制品。真正源于传统技法又富有时代感的产品是供不应求的。创新设计需要以合理的利益分配机制和技艺传习机制来实现人才要素的优化整合。

四、民族民间工艺品市场及产业发展路径探讨

（一）提高供给侧文化含量，培育高端优质民族民间工艺品市场

美国学者苏珊·朗格认为艺术品从本质上看是情感的呈现。^{[3] (P76)}民族民间工艺品是源于生活、地方文化的凝练和表达，

是艺术家通过材料、意向、技巧表现出来的实用性艺术，视觉艺术上通过色彩、图案、造型进行表现。^[4]因此，民族民间工艺品从设计到制作都应该以艺术性、高品质为基本考虑。

使向产业化发展，工艺品的手工操作在工艺技术中仍居于核心地位。这也正是民族民间工艺品和普通商品价值的不同。正如云南民族民间美术师母炳林所说：“即使是同一个人做的同一类东西，因为心情、时间和环境不一样，每一次都不同……这是由手工艺的本质决定的。”^[5]也正是因此，作为工艺品的独特性和蕴含其中的个性色彩才具有艺术感染力。

在产业化运作过程中，将艺术品和生活用品相互结合进行工艺品的创新设计是符合市场需求的。需要重视工艺品的文化性和艺术品位的打造，将民族元素、文化符号与现代工艺和现代审美结合起来，利用现代技术精细化、现代材质多样化的优势，再现传统工艺品“材美工巧”的价值亮点。突出创意，突出本土加工，重点突破生产加工环节，这正是增强供给灵活性、有效性、合理性和技术含量的可行模式，符合提高云南民族民间工艺品艺术性和文化含量的可持续发展思路，也是云南文化产业长远、高效发展的保证。

产品质量和艺术性方面，可以依托当地的民族民间工艺协会，制定相应的工艺品产品标准，并邀请行业专家对产品质量进行审核，评定出等级，并给予合理定价的指导，既能避免制作粗劣的产品进入市场，又能有效保障工艺品实现合理的市场价值。

（二）提高供给侧技术含量，用现代技术支撑传统产业

传统手工艺有自身特点，也有不足，现代技术亦如此。传统手工艺要摆脱现有的困境，需要利用现代技术的支持，需要不断革新。如何发挥现代工艺的标准化、一体化、精细化以及生产高效率、高速度优势，同时又能保持传统工艺的个性、灵性、自然的艺术效果，使传统手工艺与现代技术相结合，提升传统工艺的文化品牌价值，完善知识产权保护，是各行各业关注的问题。毕竟，技术是不断往前发展的，社会和文化也如此，如果传统工艺为了保留“原汁原味”而放弃了和现代技术文化的结合，长久之后必然失去审美的文化基础。

目前较为广泛的传统技艺与现代技术的结合方式有加工过程中的结合、现代新兴技术的加入、现代管理理念的运用以及材料配方的结合。比如，引入现代电脑制图技术，将传统工匠在图纸上甚至脑海中的设计形象转化为精准的数据和效果图，就能在产品制成之前预览成品效果从而预测市场前景，还能节省原料、人力成本，这属于从设计加工过程中寻找结合点的做法。不同的工艺类别应该思考不同的结合方式。总之，利用传统工艺和现代科技的优势相互结合，共融共通，是不可逆的发展趋势。

（三）以民族民间艺人储备和培养机制保证供给侧持续发力

云南民族民间工艺具有广泛的群众基础，多年来成就了一大批国家级、省级工艺美术大师，民族民间艺人等。目前已有一定产业规模的木雕、陶器等工艺品类型，靠的是品牌打造，大师支撑。云南省在2014年继续加强民族民间工艺品大师、领军人物、知名品牌、龙头企业的遴选塑造和宣传推广，使更多的工艺大师崭露头角、享有名号，实现大师效应和品牌带动，提高了云南特色文化产品附加值，从供给侧人才要素提供可持续的支撑。

不可回避的矛盾是，很多民族民间工艺的传承面临两种问题：一种是出于对工艺技法不愿外传的考虑，只传自家人，甚至自家人中还传男不传女，因此技艺的垄断性较强，产业化发展较困难；另一种是年轻人对于传统文化艺术不感兴趣，师傅愿意

教却吸引不来徒弟——毕竟工艺从初学到掌握再到能产生可观的经济价值，这是一条漫长的道路，非真心热爱难以坚持。因此，很多非物质文化遗产和民族民间工艺面临失传的可能性。

对于设计行业，创新的核心是人。大部分民族民间工艺品都要靠手工制作完成，因此，一方面要拓展工艺传人的培养途径，通过民间艺人保护机制激励有文化、懂文化的民族青年学习和从事民族工艺品的设计制作；另一方面，通过政府、企业协同力量，整合各方资源作为生产要素投入产业发展，既实现了民族文化的活态保护，让技艺要素实现经济价值，也能确保民族工艺品创新发展后继有人。

（四）在国际市场对比中发挥云南民族民间工艺品供给的比较优势

就中央领导人对云南的三大发展定位而言，建成面向南亚东南亚辐射中心的战略目标与“文化走出去”战略具有内涵上的一致性。云南对建设辐射中心进行了顶层设计，明确建设区域性国际经济贸易中心、科技创新中心、金融服务中心和人文交流中心的定位。作为特色产业的民族民间工艺品产业在树立云南文化形象、以高品质文化内涵驱动经济增速方面极具发展潜力。

在全球化背景下，要提高供给侧的灵活性、有效性和技术含量，必须充分考虑和利用国内国际两个市场，充分利用我们的比较优势，在全球范围内优化配置资源。^[6]

云南的民族文化与东南亚各国有着山水相依的发展环境，民族民间工艺既存在差异性，也有一些相似性。无论从工艺水平还是文化附加值都各有长项和短板。将云南民族民间工艺品置于大市场中审视，调整供给侧结构，扬长避短，把民族特色表现力强、工艺水平高、历史文化悠久、产业积累深厚的工艺品种朝深层次、系列化、品牌化发展，避免低水平重复开发，从市场出发，灵活调整供给战略。

【参考文献】

[1]李炎，王佳．传统民族工艺：西部民族地区文化产业发展的一种模式[J]．中国文化产业评论，2010 ，（ 8 ）．

[2]林远，梁倩．“新供给新动力——供给侧改革圆桌论坛”专家建言供给侧改革的核心需激活生产要素[N]．经济参考报，20 15 — 11 — 30 ．

[3]苏珊·朗格．情感与形式[M]．刘大基，等译．北京：中国社会科学出版社，1986 ．

[4]刘学文，王铁军．视觉艺术视阈下少数民族工艺品的文化建构[J]．贵州民族研究，2015 ，（ 2 ）．

[5]黄静华．古道·拉萨·新华：大理白族手艺人寸发标生活历史的自然言说[A]//洪颖．田野中的艺术[M]．北京：社会科学文献出版社，2012 ．

[6]郑京平．对中国供给侧结构性改革的几点认识[J]．开放导报，2016 ，（ 2 ）．