
特色文化产业

——中国西部少数民族地区脱贫的不二选择^{*1}

范霁雯^{1, 2} 范建华³

(1. 复旦大学社会发展与公共政策学院, 上海 200433;

2. 云南大学文化发展研究院, 云南昆明 650091;

3. 华中师范大学, 湖北武汉 430079)

【摘要】:中国地理空间和历史原因是造成西部少数民族地区实现贫困状况的根本原因,而地区差异、发展不平衡等因素仍是造成西部少数民族地区贫困的直接原因。在推动脱贫的历史进程中,西部少数民族地区是中国脱贫攻坚工作的难点、焦点、关键点,突出表现为西部少数民族地区贫困人口占全国贫困人口总数比例最高、西部少数民族地区贫困面最广、贫困程度最深、脱贫难度最大。西部少数民族地区实现脱贫,一方面离不开国家政策的倾斜和外在的帮助,更需要自身的内在突破。大力发展特色文化产业,是西部打好脱贫攻坚战、实现精准扶贫目标的根本所在。西部少数民族地区是中国特色文化资源最为富集的地方。西部丰富而优质的特色文化资源,是做大做强中国特色文化产业的物质基础;西部众多的优秀特色文化传承人是发展中国特色文化产业的人才资本;而人类异文化消费需求,是西部特色文化产业走向东部、走向世界的市场条件。在脱贫的过程中,西部特色文化产业发展需要异军突起,需要其最大价值的充分发挥,在困境中突围,在突围中蜕变,在蜕变中重生。

【关键词】:特色文化产业;西部少数民族地区;脱贫

【中图分类号】: G114 **【文献标识码】**: A **【文章编号】**: 1672-867X(2018)03-0069-08

受制于诸多因素的影响,我国经济发展区域不平衡的问题依然比较突出,中国贫困人口绝大多数集中在西部少数民族地区,这些区域在发展的过程中,具有几个方面的基本特征:首先这一区域与东南沿海地理位置相对应,形成其独特的政治、经济、文化差异性相对于东部而言被称为具有特殊含义的“西部”;其次这一区域是少数民族最多的区域;再次表现为作为文化产业发展基础的文化资源禀赋比较突出;最后这里也是中国贫困人口最多、贫困面积最广、脱贫工作难度最大的老少边穷地区。

自开展精准脱贫以来,西部少数民族地区就成为了制约该项工作能否顺利完成的关键,新一轮精准扶贫的重点是在西部少数民族地区,难点是如何帮扶西部少数民族地区实现长远脱贫。这是关系到全面小康目标能否实现的重大问题。同时我们也应充分认识到西部少数民族地区各民族自身发展历史进程中所创造的独特文化,是这一地区发展经济、实现脱贫的最重要资源,这种独特的文化资源使得西部少数民族地区脱贫具备了内在的生命力,而不是短暂性的依靠“输血式”的外在帮扶。“不让一

¹ **作者简介**:范霁雯,复旦大学社会发展与公共政策学院博士研究生,云南大学文化发展研究院助理研究员;范建华,华中师范大学特聘教授,研究员,博导。

个少数民族落下”（习近平语）是我们党和国家对全世界的一份自信的宣告，更是对西部少数民族地区群众的一种承诺。充分利用好特色文化资源，大力发展特色文化产业，正是西部少数民族地区脱贫致富，与全国同步实现小康的根本支撑点所在。

一、西部少数民族地区是中国脱贫攻坚的难点、焦点、关键点

自开展脱贫攻坚工作以来，西部少数民族地区成为了该项工作的集中点，主要表现为：其一，西部少数民族地区是中国脱贫攻坚的难点，这种“难”主要集中在交通瓶颈制约比较突出、区域位置优势不够明显；民族成分比较复杂、产业支撑缺乏持续性、现代化水平相对低下、民众素质有待提高等；其二，西部少数民族地区是中国脱贫攻坚的焦点，在推进脱贫的进程中，如何科学的进行西部民族地区的产业发展规划、如何保持民族文化的纯真性、如何实现与发达地区的脱贫同步、如何继续维持边疆的稳定、如何切实发挥民族兄弟的创造活力等，使得西部民族地区成为了我国脱贫攻坚的焦点区域；其三，西部少数民族地区是中国脱贫攻坚的关键点。中国的脱贫攻坚是全局性的任务，脱贫任务的完成是小康社会全面建成的重要铺垫，西部少数民族地区的脱贫关乎政治大局，关乎中国整体的国际形象，关乎民族兄弟生活水平的切实提高，直接影响到党和国家的执政认可度和群众基础深浅的问题。

当然，西部少数民族地区的贫困也是多方面因素造成的：

（一）中国地理空间和历史原因是造成西部少数民族地区实现贫困状况的根本原因

“胡焕庸线”^[1]划定的中国东、西人文经济地理状况 20 多年仍未改变。胡焕庸线自产生之初便在地理学和人口学上产生了重要影响。在这条线的两侧，中国的人口分布、经济发展水平、自然地理条件等均有较大差异。时至今日，胡焕庸线对我国的经济布局、基础设施建设和未来交通发展规划仍有十分重要的参考意义。在我国新型城镇化建设的过程中，党和政府对如何打破胡焕庸线的限制高度重视。2014 年，李克强总理在国家博物馆表示，如何打破打破胡焕庸线的规律，实现统筹规划和协调发展，让中西部的老百姓在家门口也能分享现代化，是我们将来要面临的重大课题。

（二）地区差异、发展不平衡等因素，仍是造

成西部少数民族地区贫困的直接原因我国西部山区和高原居多，海拔多在 3000 到 5000 米，交通不便，自然灾害频繁，与国内其他地区，尤其是东部和中部的地理差异较大，这直接造成了我国西部和其他地区经济文化发展的不平衡。恶劣的自然地理条件影响到西部地区农业、工业等相关产业的发展，成为当地脱贫致富道路上的巨大障碍。

历史上，西部少数民族地区也多次受到战乱影响。新中国成立后，国家将经济中心和文化中心放在东部地区，较少照顾到西部，加上恶劣的自然环境条件，国家政策的落实和成效不如东部。由于经济基础薄弱，相关产业得不到长足发展，仍停留在自给自足的阶段。再加上教育水平的落后和科技创新能不足，西部经济在相当长的一段时间内发展缓慢，鲜有突破性进展。

（三）中国西部少数民族地区脱贫攻坚的现实状况堪忧

西部少数民族地区贫困人口占全国贫困人口总数比例最高。从国家统计局和国务院扶贫办公室发布的数据来看，2010 年到 2015 年期间，西部少数民族地区的贫困发生率虽然由 23.8% 降低到 10.6%，但仍然明显高于全国平均水平。国家统计局住户调查办公室发布的《2016 中国农村贫困监测报告》中显示，2015 年贫困地区农村贫困发生率在 15% 以上的省份有 5 个，分别是西藏 18.6%、甘肃 18.3%、云南 17.4%、新疆 15.8%、贵州 15.3%。^[2]2017 年上半年，西藏、贵州、云南、宁夏、广西和新疆等地的 GDP 总量与国内其他地区相比存在较大差异，明显落后于东部地区。西部少数民族地区的贫困人口无论在数量上还是比例上都高于全国平均水平。

西部少数民族地区贫困面最广。中国西部地区包括云南在内的十二个省、自治区和直辖市，土地面积 681 万平方公里，占全国总面积的 71%；人口约 3.5 亿，占全国总人口的 28%。^[3]根据国务院扶贫开发领导小组办公室发布的数据来看，截止 2015 年底，贵州、云南和甘肃的贫困率分别为 45%、43%和 41%，是中国最为贫困的三个省份，而这三个省份都位于中国西部。从贫困人口数量上来看，2014 年底，贵州和云南的贫困人口分别达到 745 万和 661 万，是中国贫困人口数量最多的省份。从国家统计局发布的数据来看，2017 年第一季度，人均可支配收入最少的省份为西藏自治区，为 271.35 元，其余不足千元的省份还有青海、宁夏等地。这在一定程度上反映出西部少数民族地区的贫困范围大，是我国贫困人口比较集中的区域。

西部少数民族地区贫困程度最深。国家统计局住户调查办公室发布的《2016 中国农村贫困监测报告》中指出^[4]，2015 年，一半以上的农村贫困人口集中在西部地区，贫困人口数量达到 2914 万人。这与当地教育水平落后，人口老年化等因素息息相关。在居住条件上，西部地区炊事主要能源为柴草的农户比重为 51.8%，无洗澡设施的农户占 51.7%，高于中部和东部地区；住宅外为水泥或柏油路面的有 48.8%，居住钢筋混凝土和砖混材料结构住房的农户占 52.5%，均低于中部和东部地区。从网络通讯上看，2015 年西部地区自然村能接收有线电视信号的农户比重为 94.8%，平均每百户农村居民家庭拥有接入互联网的移动电话为 59.6 部，平均每百户农村居民家庭拥有接入互联网的计算机为 9.1 台，与中部和东部存在较大差距。从教育卫生条件看，西部地区所在自然村内垃圾能够做到集中处理的农户比重为 49.7%，有卫生站的农户比重为 85.2%，上幼儿园或学前班较为便利的农户比重为 71.9%，上小学较便利的农户比重为 78.4%，落后于中部和东部。

西部少数民族地区脱贫难度最大。脱贫是有标准的，从最新的脱贫政策要求来看，贫困村的脱贫标准主要涉及道路硬化、公共活动场所、卫生室建设(含医护人员数量比要求)、网络宽带、通电、广播电视、饮水、教育等诸多方面，贫困户的脱贫标准涉及到可支配收入、住房保障、就学保障、医疗保障、养老保障、享受扶贫政策等，这需要在整体上对西部少数民族地区进行系统化的帮扶和拉动，这个过程真是漫长的，需要克服的困难太多，面临的问题也太复杂，因此从现实来看，西部地区要实现脱贫，仍有很长的路要走。

二、西部又是中国特色文化资源最为富集可以创造经典的地方

中国西部是少数民族的主要聚集地，有几十个世居少数民族。在长期的历史变迁和世代交替中，西部各少数民族孕育出了独特的民族文化。多种民族融汇的同时又保持着自身的特色，是西部民族文化的重要特点。自西部大开发以来，各少数民族有了更加广阔的发展和展示空间，民族文化资源进一步整合，有力推动了西部经济、文化和社会的发展。从地域上来看，西部民族文化既包含了藏文化的神秘、巴蜀文化的古色古香，又包含了滇黔文化的多彩欢乐和黄土高原文化的悠长古朴，呈现出东西合璧之美。在与本民族的生活方式、习俗、宗教信仰、歌舞艺术等相结合的同时，西部少数民族将外来文化融会贯通，产生了诸如《云南映像》、“多彩贵州”等经典之作。相信在不久的将来，西部少数民族凭借自身得天独厚的历史文化资源，会创造出更多的普世作品，将民族文化推出国门，走向世界。

(一)西部是中国生物多样的世界高地

西部地区资源条件具备明显的优势，呈现出独特性，以云南省为例，云南是中国的重要边疆省份，主要山脉包括高黎贡山、玉龙雪山等，近千条大小河流可以分属于六大水系，有滇池等 30 余个高原湖泊，此外中国从海南岛到哈尔滨的各种气候类型在云南省内都可找到，这里是中国多气候类型的缩影。

气候多样性带来的是植物和动物的多样性，目前云南省拥有各类繁多的植物 18000 种，使其一直以来都有“植物王国”的美誉，在全国 3 万种高等植物中，云南省占有 1.7 万种，还有不少观赏植物和花卉都属于珍奇物种和特产植物。此外，云南的可食用野生菌种类占到全球总量的三分之二，再加上独特的地理条件和丰富的气候类型，自然条件把云南省造就成了我国西南部生态的重要屏障。

西部地区资源条件的独特性使得它在与文化的结合上显得更加美妙和默契，生物的多样性和文化的丰富性相得益彰，能够更大程度的发挥各自的价值，展现出独特的西部文化产业发展魅力，自然与文化的内在完美契合是西部发展文化产业的重要保障，也使其独特性的特征更加明显和具体化。

(二) 西部是中国民族文化多元性的富集地

中国的少数民族主要分布在西部，以世居少数民族为例，云南省有 25 个，贵州省有 16 个，四川省有 14 个。其中，云南又是中国少数民族最多的省份。

民族文化是民族的核心。在云南，毕摩文化、梯田文化、驿道文化、南诏大理国文化等充分展示了云南文化的丰富性；在贵州，布依族的“六月六”节涵盖了歌舞、祭祀、农耕、婚俗和日常礼俗等多重文化内涵，是当地少数民族最为盛大的节日之一；在青海、四川和西藏等地，《格萨尔》作为一部伟大的英雄史诗，仍以说唱和歌舞的形式广泛流传，传达着藏族悠久的历史 and 深厚的情怀；在广西，少数民族家织的土布上，有各种精美或复杂的图案，姑娘们喜欢的饰物光彩夺目，壮族的歌、瑶族的舞、苗族的节和侗族的楼与桥，构成了丰富多彩的民间文化。

众多的少数民族千百年来继承和发展了丰富独特的民族文化，很多民族节庆、民间手工艺、民族习俗、民族服饰和饮食、民族建筑、民族歌舞和民族信仰等仍保留着原始的风貌，成为民族历史和民族文化不可多得的见证，且丰富和发展着西部文化产业的进程。

(三) 西部丰富的自然资源与文化资源是发展中国特色文化产业的重要基地

产业的形成和发展离不开产品，产品的生产要依托于资源。西部少数民族地区丰富的自然资源和文化资源为当地特色文化产业的发展提供了有效保障。2014 年，文化部、财政部在《关于推动特色文化产业发展的指导意见》中指出的特色文化产业带等内容为西部特色文化产业的形成和发展提供了强有力的政策支撑。

西藏自治区的藏文化源远流长，其中唐卡是第一个走产业化的门类。为了促进西藏特色文化产业的发展，西藏在“十二五”期间对部分文化企业免征年限不等的所得税，并将特色文化产业作为提质增效的重要任务纳入到政府规划中。西藏文化产业之窗的全球化布局始于上海和尼泊尔。其中，“醍醐艺术中心·上海”结合了西藏的顶尖艺术品和特色文化创意产品，更是开放了电商渠道邀请其他品牌一起发展。预计在“十三五”末期，西藏文化产业之窗将达到 20 个，为南亚国家乃至世界奉献一份厚礼。^[5]

青海海西蒙古族藏族自治州依托区域丰富的特色文化资源，构建起以生态、创意和休闲为主的特色文化产业体系，依托海西当地的文化资源和文化产品，当地组织十多家企业参加国际和国内文化产业博览交易会，2017 年上半年实现销售收入 2.9 亿元，同比增长 19%。^[6]

甘肃以“华夏文明传承创新区”建设为抓手，打造敦煌丝绸之路文化产业博览会，以华夏文明传承创新为平台，努力把甘肃建成传承优秀历史文化、健全公共文化服务体系、推动文化创新发展的文化大省，积极探索经济欠发达而文化资源又极为富足的地区如何实现发展的新路子。

云南围绕“金、木、土、石、布”打造特色文化产业体系，积极进行文化产业门类建设和细化，率先在全国制定特色文化产业发展规划，逐步形成符合云南实际的文化产业发展战略，力争充分发挥文化资源的价值，把特色文化产业做大做强。

未来，更多的特色文化产业基地将会在西部少数民族地区建立，依托于西部当地的资源优势，借助于政府逐级政策的扶持，

积极勇敢的面对文化市场竞争，西部特色文化产业将迎来发展的新高潮，也将实现西部文化产业发展的良性循环。

三、大力发展特色文化产业是西部打好脱贫攻坚战、实现精准扶贫目标的根本所在

打好脱贫攻坚战，是全国上下现阶段的工作核心，西部少数民族地区也正在这场工作中积极推进，在这个过程中，必须以西部丰富而优质的特色文化资源为支撑，做大做强特色文化产业，发挥特色文化传承人的功能，以市场为导向，以创意为灵魂，满足异文化消费需求，这是西部打好脱贫攻坚战、实现精准扶贫目标的根本所在。

(一)西部丰富而优质的特色文化资源是做大做强中国特色文化产业的物质基础

文化资源是一种精神财富，在文化产业发展过程中具有不可替代的作用。以西部民族地区为例，这种地位和作用可以通过以下几个方面体现：

第一，西部的文化资源具备独特性，这种独特性能够自然地吸引到市场的关注，使其能够进入到文化的“共享系统”中。文化是社会实践的产物，它反映的是人与自然的关系和人与人的关系，“文化共享”是一种人与人关系的体现——不同区域的文化产业内在的满足人类的那些共性内在需要，这种需要构成了人类的文化共性系统，接受这种系统的选择，顺利进入共性系统内部，是这种文化实践的产物(文化产品)最终生命力大小的决定性因素。西部文化资源具备独特性，这种独特性表现在内外两方面:对内而言，这是西部少数民族兄弟适应自然的产物，与西部地理位置、气候等密切相关；对外而言，它展现的是自己的一种文化的与众不同。

第二，西部地区的文化资源是丰富的，这种丰富性使得其具备了发展成为产业的可能性，也使其具备了市场消费群体的可选择性。文化资源本身不是文化产品，单一的文化资源本身就不具备成为文化产品的基本支撑可能性。文化资源自身所包含的要素是多元和多维度的，它涉及人类群体社会生活的每一个角落，既表现出物质的一面，又表现出符号化的一面。西部地区的文化资源丰富性的作用发挥是全面的:其一，具备了市场多层次需求带来的多样性要求。文化产品是以市场选择来最终判定的，在文化市场领域，大众的需求是多层次的，这种多层次就需要多样性来予以支撑。其二，具备了结构和功能重组的可能性。单一的文化资源呈现出碎片化和零碎化的基本特质，在文化资源向文化产品的生成过程中，需要适时的进行文化资源整合和重组，使得文化产品的结构更加合理，功能更加优化。

第三，西部的文化资源是优质的，这种优质性使得其具备了生命力和竞争力。其一，民族文化与特定的地理环境相适应，广袤的西部土地和丰富的地理类型孕育了西部独有的民族文化，使得西部文化整体上呈现出大气的气质和细腻的外在表达；其二，从功能的角度看，西部民族文化资源与日常生活的联系度没有随着现代生活的科技化、现代化、物质化等而失去紧密性，它内在的镶嵌在西部民众的精神世界，发挥着独特的精神美丽；从文化资源向文化生产力转化的角度看，西部民族文化资源具有更加强大的文化生产力转化能力，在现实价值创造方面，具有不可复制性，在拉动西部整体经济与社会发展的过程中，其贡献不可小觑。因此从品质的角度划分，西部文化资源是优质的，其竞争力也是巨大的。

(二)西部众多的优秀特色文化传承人是发展中国特色文化产业的人才资本

第一，创意经济是指以知识(智力)资源的占有、配置、生产和使用(消费)为最重要因素的经济，它是以知识为基础的经济，以无形资产投入为主，促进人与自然协调地可持续发展的经济形式。但是需要注意的是，文化资源不能当然的转化为文化产品，更不能一蹴而就转化为现实的文化生产力，文化资源只是文化经济的基础，在这个转化过程中，需要充分的发挥人类的主观能动性，在尊重文化资源向文化产品转化的规律前提下，主动性、创造性、积极性等主观因素不可或缺，总而言之西部民族地区进行特色文化产业发展，离不开人的智力要素，它贯穿文化产品生产的各个环节，直接影响文化产品的质量。

第二，说到西部往往给人的印象是人才匮乏，但人才是相对的，从根本上说有用就是人才。西部也许的确缺少艺术化创意人才、资本运营人才、管理人才等东部区域文化产业发展的人才优势要素，但西部由于各民族文化的独特性，各民族不乏众多民族民间工艺大师、民族民间歌、舞、乐艺术创作与表现大师、民族民间建筑设计营造大师等，这些人才根植于西部的文化土壤当中，文化因子已经深深的渗透到他们的骨子里面，已经与他们的生活和生产紧密的联系在一起，这些有用的人才，恰恰是西部文化产业的独特的人才资源优势，在文化产品生成的这个过程中，需要西部本土的人才优势充分发挥，这是人才要素发挥的前提，同时需要结合其他的现代人才类型，从而在整体上发挥人才的优势与功能。

第三，适应市场需求的创新型人才是西部特色文化产业发展的关键要素，特色文化传承人扮演着独特角色。在这个过程中，文化传承人发挥着三方面的作用：其一是努力利用好文化资源，在技艺上进行延续乃至不间断的改良和完善，这是文化传承人最基本的角色，也是其核心价值的重要体现；其二是他们不排斥甚至主动追求着文化带来的利益，从现实角度看，特色文化传承人往往是某个区域内典型技艺的代表，也是该区域内这一行业发展的领头人；其三是主动使民族文化产品获得外界的普遍认同，带动文化消费，与该区域内普通民众比较而言，特色文化传承人更加主动的对外展现其民族特色文化产品，更加迫切渴望扩大自己民族文化产品的对外影响力和市场占有能力。

(三) 人类异文化消费需求是西部特色文化产业走向东部、走向世界的市场条件。

第一，世界各国人民在漫长的历史发展长河中，创造出了风格迥异的多元化的文化类型。每一种文化所代表的是一个地区的文明演进成果，或是一个族群的生产生活表征，拥有自身独特而丰富的内涵。波德里亚在 20 世纪 60 年代所完成的博士论文《物体系》中指出：“在器物的创造或制造里，人以赋予形式的文化手段，使自己成为自然的质变者”，^[7]在各种千差万别的文化之间，也许会表现出影响力的大小之差，也许会呈现出发展势头的强弱之别。但是，所有文化都是历史与现实有机结合的产物，都不可避免地带有自己的时代局限性，同时也都会有自己适应时代发展的合理内核。

第二，人类的文化消费需求是有差异性的。市场是结构性交换的一种具体形式，最初的简单的物物交换——扩大的物物交换——一般等价物出现等是市场形成的基本逻辑延续性体现，自市场成为世界经济体制的最终选择时，人们得以自由的在市场上做出判断和选择，这种判断具有强烈的主观色彩，这种选择也是差异性比较大的，在文化市场领域，这种差异性更加明显。对“异文化”消费需求的追逐，一方面是人类自身对“同质化”的反感，另一方面也敏锐地体现出人类文化需求的上升性和发展性，这就使得西部民族地区的文化产品可以在文化市场上独树一帜大放异彩。

第三，文化市场不仅是文化产业的起点，也是它的最终归宿。西部的民族文化资源在转化为文化产品的过程中，除了要遵循自身的资源现实之外，必须充分的考虑市场需求。其一，市场的需求决定了文化产品的生产方向，只有生产出来的文化产品被市场接纳和消费，文化资源的现实价值才能充分体现；其二，现代市场的消费需求愿望能够在一定程度上提升西部民族地区文化产品生产的调整和升级，从而带动西部民族文化产品的市场竞争力；其三，市场是动态发展的，新的消费热点的养成可以拉动和牵引新的文化产品类型不断形成，从而持续性的影响文化产品的生产；其四，市场的充分融入可以真正提高文化产品生产者的主动性和积极性，从西部文化产品的发展现实来看，在前期都直接或者间接受到文化扶持政策的支持，但是这种帮扶是外在的、临时的，文化产品生产者必须经历市场的优胜劣汰过程，才能真正在市场中占据一席之地。

第四，在文化多样性的时代赢得市场，需要以凸显本土文化和民族文化的特色为支撑。当今时代因为社会生产力的发展，地球村已经形成，世界市场已经渗透到我们的方方面面，已经深刻的影响着我们的生活，伴随着这个过程，人类的消费需求显得更加多元和开放，全世界的文化产品或早或晚或快或慢的进入我们的视界，一定程度上说，没有文化经济的一体化，难以推动产业经济的发展；没有文化的多元化，这个世界将变得十分单调和无趣，只有充分体现民族性的中国创意，中国元素、中国内涵的文化产品也才能更好地进入国际市场。一方面，我们必须接纳世界文化产品向中国的涌入，另一方面必须立足区域特色，形成文化产品的统一体系，这就需要包括西部在内的文化资源丰富的区域充分形成自己的亮点和特色，接受世界市场的竞争，也为世界范围内的文化消费多样化贡献自己的价值。

四、当下西部特色文化产业发展的困境与突围

当前在中国文化产业总体格局中，处于历史最好的机遇期。无论是国际国内两个市场的需求，还是国家优惠政策的倾斜，以及西部自身发展的迫切愿望，都是西部特色文化产业发展的利好条件。然而，机遇与挑战是并存的。西部特色文化产业发展又面临十分严峻的困境，如何实现突围，探索出一条西部特色文化产业发展的创新之路，又是西部必须面对的现实艰难课题。

（一）西部特色文化产业发展面临的困境

缺乏产业聚集、资本匮乏、市场竞争力弱。目前西部特色文化产业没有形成规模化的产业基地，产业聚集度不足。产业发展面临着融资困难、资金来源单一、金融政策支持力度不足等问题，市场竞争力弱，使得特色文化产业的发展难以和其他产业一样齐头并进。

缺乏龙头企业、作坊式生产、整体实力小。西部特色文化产业的基本形式仍以家庭作坊式企业，这些企业的内部驱动力和外在发展环境都面临着极大的不确定性，也难以形成业内联盟。分散的作坊式生产不能够集中人力物力财力，实现行业的长久持续发展，整体实力很难实现实质性的增长。同时，西部特色文化产业也缺少龙头企业，没有龙头企业的带动作用，西部特色文化产业的跨越式发展只能是概念上的规划，不能落实。

缺乏工匠精神和精湛技艺，产品不关注现代人消费水平，创新活力不足。进入新世纪以来，生产生活的快节奏对西部文化产业也产生了不小的影响。为了追求利益，一直以来的工匠精神正在退化，很多生产制造上的精湛技艺被逐渐摒弃，直接造成产品卖点的缺失和市场美誉度的下降。加上生产者很少关注现代人的消费理念和消费水平，很多产品的设计没有做到与时俱进，仍然停留在不合时宜的阶段。

缺乏知识产权保护意识、固自化、低劣化竞争突出。西部特色文化产业中不乏引人注目的特色产品，但由于从业人员缺少知识产权保护意识，产品得不到有效保护的现象时有发生。此外，从业者普遍存在的小农思想也难以得到纠正，固步自封，对新理念和新事物难以接受，由于难以形成真正的竞争优势，市场上仍普遍存在价格战、互相诋毁的现象。

缺乏战略眼光、注重眼前利益，忽视特色文化产品的国际性，没有参与国际竞争的实力与勇气，也没有做“百年老店”的坚守与执着。由于历史上和客观环境上的种种原因，西部特色文化产业的从业人员普遍缺乏战略眼光，较为注重眼前利益，往往因小失大而不自知。在国际化 and 全球一体化的大趋势下，特色文化产品势必要走出国门，积极参与国际竞争。但由于实力上和信心上的差距，很多产品不能满足国际市场上的快速变化，逐渐消失了身影。特色文化产品的生产加工往往程序繁琐，耗费人力物力，许多从业者也难以长久坚持，做“百年老店”的信念和执着在当年轻人中并不多见。

缺乏国家政策扶持的有效体制机遇，优惠政策难以落地，尤其民营企业难以分享政策红利。西部特色文化产业整体上来说规模较小，发展动力不足，持续性较差，因此难以得到国家政策的倾斜。少数特色文化产业进入国家视野后，虽然得到了一些扶持和优惠，但总的来说，这些优惠政策的落地还需要相当长的时间和努力，小微企业尤其是民营企业想要享受政策红利更是难上加难。

（二）在困境中突围

如何在困境中突围，真正做大做强西部特色文化产业，实践经验告诉我们，一定要在以下几个方面有所作为，有所突破。

首先，党委政府要在思想观念和具体行动上，把做大做强特色文化产业作为西部少数民族地区精准扶贫的重要抗争，切实实施脱贫攻坚战略。在完善基础设施的同时，着重打造特色文化产业城镇，通过政策扶持、资金扶持和营销支持等内外部驱动，

引导群众积极创业，打造特色文化产品品牌。

其次，广泛动员社会力量和社会资本进入特色文化产业领域，提升和推动特色文化产业的产业聚集群发展。引导和动员社会力量与社会资本加入到特色文化产业领域中，在基础设施、金融支持、税收优惠、创业环境、人力资源和社会资源上给予支持，加快推动特色文化产业集群和特色文化产业基地的形成。

再次，强化参与式合作模式，让社区、艺人和农林富余劳动力转化到特色文化产业领域，推动劳动力的在地性就业，兴办特色文化产业合作社，调动群众积极性和主动性，以十足的干劲和十分的精神加入到特色文化产业的打造中来，加速特色产业小镇和美丽乡村建设步伐，强力推进西部地区的新型城镇化建设进程。

第四，大力扶持龙头企业，发挥其产业带动作用 and 创业示范作用。盯住国际国内两个市场，在市场调研的基础上分别开发针对不同消费群体的特色文化产品。同时，要深度挖掘传统特色文化资源，在保证可持续发展的前提下通过合理的方式将文化资源转化为文化产品，实现从资源到产品的有序开发和合理利用。在产品打造上，要加大研发力度，提高产品的科技含量和文化特色，努力向品牌化迈进。打造特色文化产品离不开工匠精神，充分调动和发挥民间艺人和从业人员认真务实、探索进取、一丝不苟的劳动精神，不断打造和形成一批具有国际市场竞争力的自主创新品牌和赋有浓郁中国风格的民族文化品牌。

第五，积极倡导“公司+艺人+农户”的有效合作机制，把分散的作坊生产与国际国内两个大市场有机对接。公司化运作是特色文化产业市场化和国际化的基础，在公司运作的基础上发挥艺人的名人效应，能够有效带动特色文化产业市场局面的开拓，进一步扩大影响力和知名度。农户作为生产的基本单位，是特色文化产品输出的基本保障。三者的有机结合，能进一步提高特色文化产业的产业集中度，提升产业竞争力。

第六，加强对农民再就业的培训工作，尤其要注重对农村妇女劳动力的特色文化产业从业培训。在培训过程中把传承文化与培育工匠精神有机结合起来，努力培育一批技能优秀、道德高尚、严于律己和敢于承担的特色文化产业模范人员。以单个城镇的产业培训为例，充分发挥模范带头作用，在增加就业和脱贫致富上树立典范与榜样，以培训、就业、创造价值为有机链，促进群众主动脱贫，走向富裕。

五、结语

西部是中国民族文化发源最为富集的地方，西部又是中国贫困人口最多的区域，西部是神秘、封闭而古老的，西部又是开放、豁达而年轻的。

就中国文化产业发展的空间布局而言，大致可划分为东部以创意创新型为主，而西部则视为以资源依托型为主。究其原因，有其深刻的历史和社会背景。东部沿海从北向南，以环渤海湾、长三角、珠三角为其代表，地理环境优越，历史文化积淀丰厚，对外开放以来，领跑中国经济发展，创造了世界性的奇迹，集人才、资本、市场于一身，必然成为中国文化产业的核心区域，借其人才优势而成为创意创新型文化产业发展模式的标志；就西部而言，从地理上讲是中国的高地、中国的水塔，是孕育生命和古人类古文明的发祥地，由于大漠戈壁、草原绿洲、高原大漠、谷地纵谷、平坝丘陵等多样的地貌形态和地理环境的差异性，人类在迁徙和繁衍生息过程中，形成了众多的民族及其风格迥异的文化类型，这里是中国生物多样性和文化多元性的集中体现地，唯有此，丰富的民族文化资源才能成为中国文化产业发展的另一典型：即依托资源型的发展模式。

西部丰富的民族文化资源，对西部文化产业发展起着决定性作用，无论是羌笛侗歌、毡房彝寨，还是藏刀蒙马、苗绣白饰；无论是回教汉俗、萨满毕摩，还是水书唐卡、维歌傣舞；无论是天山的雪、版纳的林，还是关中的历史、巴蜀的风云……无不充满飘逸又凝练、透彻又深邃的千般迷人、万种风情。如何与国际大市场接轨，如何利用资源、开发产品、创造品牌，推动西部文化产业的跨越发展，一直是西部文化产业人的追求。

西部丰富多彩的民族文化资源是我们取之不尽的无形资产，西部地区完全有条件避开东部的工业化批量生产的发展之路，独特的生态、丰富的人文资源、现代知识经济、科技与新媒体等充分结合，这是我国西部新的支柱产业和可持续发展经济模式的再创造，西部不发展文化产业就是不落实科学发展观，只有大力发展文化产业才是真正走可持续发展之路。

扶贫是当前我国的一项重要工作，它直接关乎小康目标能否顺利实现，我们要重视文化的经济属性，切实发挥文化生产力的推动作用。在民族文化资源与市场的转化过程中，特别是各级政府在做出重大经济文化决策时，必须把保护文化和生态放在首位，切忌急功近利的破坏性开发，在保护的前提下，进行合理开发利用，否则就是自毁资源，自断财路。掌握和熟悉民族文化资源的本质内涵，以创新的思维方式，对创意内容进行产业化开发，真正做强做大文化产业。在落实具体项目时，一定要高水平的科学论证，调动政府、开发商、当地民众三方的积极性，同时需要注意保护知识产权，实现政府财政增收、开发者获利、当地人民受益的格局。

注释：

[1]胡焕庸线(HuLine, 或 Heihe—Tengchong Line, 或 Aihui—Tengchong Line), 即中国地理学家胡焕庸(1901—1998)在1935年提出的划分我国人口密度的对比线, 最初称“瑗瑄—腾冲一线”, 后因地名变迁, 先后改称“爱辉—腾冲一线”“黑河—腾冲线”。在中国人口地理上起着画龙点睛的作用, 一直为国内外人口学者和地理学者所承认和引用, 并且被美国俄亥俄州立大学田心源教授称为“胡焕庸线”。这条线从黑龙江省瑗瑄(1956年改称爱辉, 1983年改称黑河市)到云南省腾冲, 大致为倾斜45度基本直线。线东南方36%国土居住着96%人口(根据2000年第五次全国人口普查资料), 以平原、水网、丘陵、喀斯特和丹霞地貌为主要地理结构, 自古以农耕为经济基础; 线西北方人口密度极低, 是草原、沙漠和雪域高原的世界, 自古游牧民族的天下。因而划出两个迥然不同自然和人文地域。“胡焕庸线”在某种程度上也成为目前城镇化水平的分割线。这条线的东南各省区市, 绝大多数城镇化水平高于全国平均水平; 而这条线的西北各省区, 绝大多数低于全国平均水平。

[2]国家统计局住户调查办公室:《2016中国农村贫困监测报告》, 北京:中国统计出版社, 第27页。

[3]西部地区, 百度百科 <https://baike.baidu.com/item/西部地区/987632?fr=aladdin>

[4]国家统计局住户调查办公室:《2016中国农村贫困监测报告》, 北京:中国统计出版社, 第12~23页。

[5]中国新闻网:西藏特色文化产业之窗让藏文化不再“高冷”, 中央人民广播电台 http://www.cnr.cn/xz/jrxz/20170807/t20170807_523888254.shtml

[6]青海日报:2.9亿, 海西特色文化产业收入创新高, 凤凰网 http://news.ifeng.com/a/20170803/51554195_0.shtml

[7][法]尚·波德里亚:《物体系》, 林志明译, 上海:上海人民出版社, 2001年版, 第26页。