

目 录

引言	1
第一章 甘肃民族地区文化产业环境分析	2
一、自然地理环境	3
（一）民族区域分布	3
（二）地形地貌	4
（三）气候水文	4
（四）资源物种	4
二、政策环境	5
（一）国家宏观政策	5
（二）地区发展政策	6
三、经济环境	7
（一）国家经济环境	7
（二）甘肃经济环境	9
（三）民族地区经济环境	10
四、社会文化环境	14
（一）民族多元构成	14
（二）文化体系	14
（三）风俗习惯	15
（四）文化需求	17
（五）公共文化服务	17
五、科技环境	18
第二章 甘肃民族地区文化资源构成与禀赋特征	21
一、甘肃民族地区文化资源构成	21
（一）生态文化资源	21
（二）历史文化资源	24
（三）民族文化资源	26
（四）宗教文化资源	29
（五）红色文化资源	31
（六）现实文化资源	34
二、甘肃民族地区文化资源禀赋特征	35

(一) 无形性与有形性相结合	35
(二) 差异性与同质性相结合	35
(三) 独特性与包容性相结合	36
(四) 宗教性与世俗性相结合	37
(五) 传统性与现代性相结合	37
(六) 精神内涵的潜在性与可塑性相结合	38
第三章 甘肃民族地区文化产业发展概况	39
一、甘肃民族地区文化产业发展历程	39
(一) 积累阶段(1978年-2005年)	39
(二) 发轫阶段(2006年-2010年)	40
(三) 发展阶段(2011年-2015年)	41
(四) 展望阶段(2016年-2020年)	42
二、甘肃民族文化产业的政策规划	45
(一) 服务业	46
(二) 地区交流	47
(三) 文化旅游	47
(四) 园区建设	48
(五) 节庆活动	48
三、甘肃民族地区文化产业发展现状	48
(一) 文化产业发展周期	48
(二) 文化产业规模与总量	49
(三) 文化产业市场绩效	51
(四) 文化产业行业发展	52
四、甘肃民族地区文化产业发展问题分析	55
(一) 政府治理层面	55
(二) 市场培育层面	57
(三) 资源开发层面	58
(四) 产业运营层面	59
第四章 甘肃民族地区发展文化产业的实证分析	61
一、基于扎根理论的甘肃民族地区文化产业影响因素探析	61
(一) 方法解析	61
(二) 案例选定与数据收集	62
(三) 范畴提炼和模型建构	63
(四) 研究发现	67
二、甘南藏族自治州与迪庆藏族自治州文化产业发展对比分析	70
(一) 甘南与迪庆文化产业发展可比性分析	70

(二) 甘南和迪庆文化产业对比分析	71
三、文化产业对甘肃民族地区经济发展的贡献分析	88
(一) 理论模型	88
(二) 甘肃各市州文化产业区位商	89
(三) 结果分析	90
四、民族地区文化产业发展 SWOT 分析	92
(一) 甘肃民族地区文化产业发展的优势分析	92
(二) 甘肃民族地区文化产业发展的劣势分析	93
(三) 甘肃民族地区文化产业发展的机遇分析	93
(四) 甘肃民族地区文化产业发展的威胁分析	94
(五) 甘肃民族地区文化产业发展 SWOT 分析模型	94
第五章 国内外文化产业发展主要模式及经验借鉴	97
一、国家层面发展模式	97
(一) 英国模式：产业集群	97
(二) 美国模式：市场主导	98
(三) 韩国模式：政府主导	98
(四) 日本模式：特色产业主导	99
二、区域层面发展模式	100
(一) 需求外溢型发展模式代表：美国夏威夷、中国云南	100
(二) 内生增长型发展模式代表：英国伦敦	104
(三) 社区营造型发展模式代表：中国台湾	106
三、经验借鉴	107
(一) 促进产业集聚，发挥规模效应	107
(二) 尊重市场规律，提高资源配置效率	108
(三) 强化政府引导，提高调控和服务质量	108
(四) 突出发展特色，发挥比较优势	109
(五) 拓展外部需求，培育内生动力	109
(六) 保护民族文化，确保持续发展	110
第六章 甘肃民族地区文化产业发展战略制定	111
一、甘肃民族地区文化产业发展的总体思路	111
二、甘肃民族地区文化产业发展目标	112
三、甘肃民族地区文化产业发展的指导原则	112
(一) 差异化开发原则	112
(二) 可持续发展原则	112
(三) 立足当地原则	113
(四) 开放性发展原则	113

四、甘肃民族地区文化产业发展战略模式选择	113
（一）政府治理与文化产业发展的调适培育战略模式	114
（二）企业治理与文化产业发展的效率提升战略模式	115
（三）主体培育与文化产业体系化发展战略模式	116
（四）科技、旅游与文化产业发展的新型业态打造战略模式	116
（五）公共文化事业与文化产业发展的协调推进战略模式	117
（六）特色文化消费外溢与文化产业发展重点突破战略模式	118
（七）特色、创意与文化产业核心竞争力培育战略模式	118
五、甘肃民族地区文化产业发展战略实施	119
（一）理顺政府职能，加强府际合作	120
（二）培育文化龙头企业，优化文化产业结构	120
（三）开发文化精品，打造民族文化品牌	121
（四）践行“文化+”发展理念，助力文化产业转型升级	122
（五）推进文化体制改革，促进文化事业与文化产业互动融合	123
（六）借力重大战略规划契机，力推民族文化“走出去”	124
（七）培育核心竞争力，推动文化产业内生型发展	125
（八）开发与保护相结合，实现文化产业可持续发展	126
参考文献	128

引 言

20世纪下半叶以来,文化产业已经成为全球范围内成长最快、利润最大的行业之一,具有辐射面广、拉动力强、贡献率高、低消耗低污染、可持续发展等特点,被誉为“朝阳产业”和“绿色产业”。在一些发达国家,文化产业迅速成长为国民经济的支柱产业,在整个社会产业链条中越来越受到重视。

甘肃民族地区的特色文化根植于本地特定的地理位置和人文环境,是当地民众生产活动、风土人情、道德观念、宗教信仰、节庆活动等的综合反映,这是经过长期历史积淀逐渐形成的。在当今信息通讯技术高度发达的时代,民族文化仍是难以跨越空间进行传递的,且多数体现少数民族民俗风情的元素不易被移植到其他地区。民族文化的这种不可重复性和不可复制性决定了在民族地区发展特色文化产业有其独特优势。本课题致力于探讨如何打造甘肃民族地区文化产业战略以解决文化资源富集而文化产业发展滞后的“富饶型贫困”问题。在对甘肃民族地区文化产业发展环境、资源禀赋构成和产业发展现状进行系统梳理的基础上,运用扎根分析、标杆分析和区位商数等方法对甘肃民族地区文化产业发展进行了实证研究,探究文化产业发展的机遇和挑战,聚焦文化产业发展的重要影响因子,进而从政府治理、产业主体治理与培育、核心竞争力提升、文化事业改革、产业融合、外需拉动、内生动力培育等层面提出七大战略模式,并制定了可操作的实施方案。

在此需要说明的是,本课题的研究范围为甘肃民族地区,为使研究更具针对性和突出本研究的民族特色,本课题选取了最具代表性的临夏回族自治州和甘南藏族自治州为主要对象,通过实地考察和资料收集,对其进行实证分析,制定出民族地区文化产业发展战略并提出相应的政策建议,希望取得的研究成果可以在更广泛的区域范围呈现示范效应和借鉴意义。

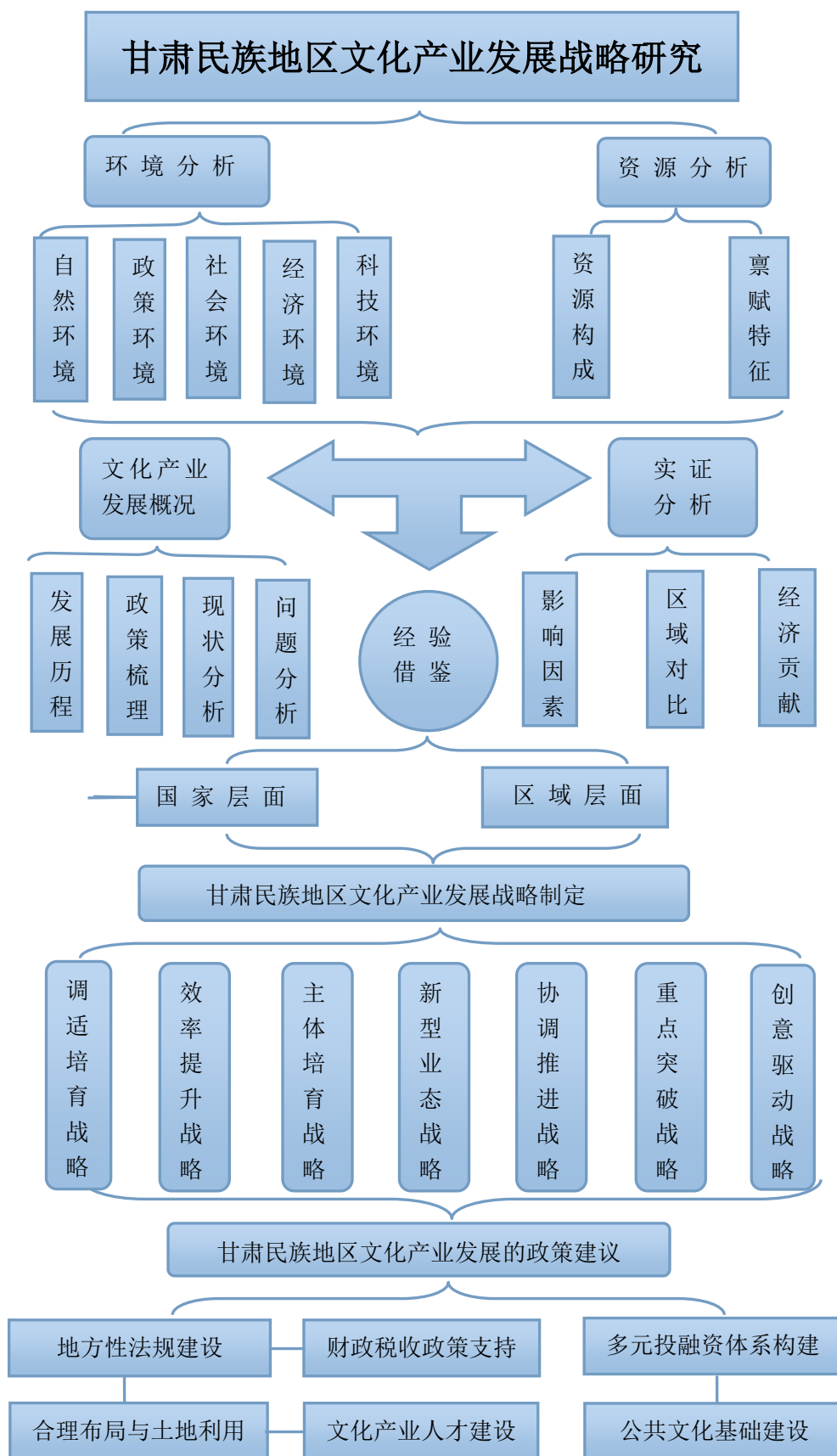


图 0-1 甘肃民族地区文化产业发展战略研究框架图

第一章 甘肃民族地区文化产业环境分析

甘肃民族地区文化产业的发展既受制于国家制度与宏观政策安排，又与人的主观活动密不可分，更离不开区域社会内部的环境条件。本章将从文化生态学理论的视角，借助PEST战略环境分析工具对影响甘肃民族地区文化产业发展的自然地理环境、政策环境、经济环境、社会文化环境以及科技环境等变量进行分析。

一、自然地理环境

一个地方的地理区位、地形地貌、生态环境不仅影响一个民族的谋生手段和生活方式，也决定了当地的经济类型和结构，影响经济发展的速度，可以说，地域是一个民族安身立命的场所，对于民族的影响是全面而深远的。自然地理环境虽然没有直接赋予民族以文化，但提供了人类文化产生和发展的物质条件，并在一定程度上决定了民族文化的形态和走向。

（一）民族区域分布

甘肃省地处中国西北部，是一个多民族省份，少数民族主要集中在青藏高原与黄土高原的过渡地带。从分布来看，回族主要聚居在临夏回族自治区和张家川回族自治县，占甘肃回族总人口的66.18%；散居在兰州、平凉和定西等地市的占33.4%；藏族主要聚居在甘南藏族自治州和河西走廊祁连山的东、中段地区；东乡、保安、撒拉族主要聚居在临夏回族自治区境内；裕固、蒙古、哈萨克族主要分布在河西走廊祁连山的中、西段地区。甘肃省内所辖少数民族地区主要包括甘南藏族自治州和临夏回族自治区两个民族自治州，以及张家川回族自治县、肃北蒙古族自治县、阿克塞哈萨克族自治县、肃南裕固族自治县、东乡族自治县、天祝藏族自治县和积石山保安族东乡族撒拉族自治县7个民族自治县。全省86个县、市、区中，除少数民族聚居的20个民族县、市、区外，其余66个县、市、区内均有散居少数民族。本研究主要讨论甘南、临夏两个民族自治州。

（二）地形地貌

甘肃民族地区由于多数地处黄河、长江的上游地区和青藏高原、黄土高原与陇南山地的过渡地带，因此，大部分属于高寒阴湿山区、干旱山区和高原山区，自然条件严酷，地质灾害多发，生态环境十分脆弱。甘南藏族自治州位于长江、黄河上游，东与定西、陇南地区比邻，南与四川阿坝藏族羌族自治州接壤，西与青海果洛、黄南州相连，北靠临夏回族自治州。位于东经 $100^{\circ} 45' \sim 104^{\circ} 45'$ ，北纬 $33^{\circ} 06' \sim 35^{\circ} 34'$ 之间。甘南州地势西北部高，东南部低，由西北向东南呈倾斜状，南部为重峦叠嶂的迭岷山地，山大沟深，气候温和，是全省重要林区之一；东部为连绵起伏的丘陵山区，高寒阴湿，农林牧兼营；西部为广袤无垠的平坦草原，是全省主要牧区。甘南大部分地区在3000米以上，80%以上的耕地都分布在海拔超过2000米的中高山地区。临夏回族自治州位于黄河上游，甘肃省中部西南面。地处东经 $102^{\circ} 41' \sim 103^{\circ} 40'$ ，北纬 $34^{\circ} 54' \sim 36^{\circ} 12'$ 之间，东临洮河与定西市相望，西倚巍峨的积石山与青海省毗连，南靠险峻的太子山与甘南藏族自治州为邻，北滨黄河、湟水与甘肃省会兰州市接壤。境内山谷多，平地少，地势西南高，东北低，由西南向东北递降，呈倾斜盆地状态，属高原浅山丘陵区，最高海拔4585米，最低海拔1563米，平均海拔2000米。由于地形复杂，甘南、临夏交通十分不便，当前尚没有铁路开通，给当地发展带来极大不便。

（三）气候水文

甘肃省多属于温带大陆性季节气候，甘南和临夏等地气候温和、光照充裕、降水丰沛，但地理分布差异显著。甘南州地处高原，具有大陆性季节气候的特点，常年气温较低，年平均气温只有4度。高原天气多变，经常风雨骤至，昼夜温差大，日照强烈。临夏州大部分地区属温带半干旱气候，西南部山区高寒阴湿，东北部干旱，河谷平川温和。冬无严寒，夏无酷暑，四季分明，年均气温在6度左右。甘南州、临夏州是黄河上游重要的水源补给区，黄河流经甘南州境内433公里，在临夏州境内达103公里，一级支流有洮河、大夏河、湟水河等，三级以上支流30多条。而由于甘南州地处黄河、长江上游，且东部为典型的高山峡谷地貌，河谷深邃、河道落差大，是甘肃省水能蕴藏丰富区。

（四）资源物种

受地形地势、气候水文的影响，甘肃民族地区资源物种的生物多样性十分明显：主

要包括云杉、水杉、油松等针叶树种，蕨菜、沙棘、香菇、花椒等野生植物，虫草、党参、半夏、柴胡等药用植物，小麦、青稞、土豆等农作物及苹果、红枣、白菜、樱桃等蔬果，野生动物资源主要有黄羊、雪豹、猞猁、野猪等。另外，甘南、临夏等地的矿产资源不仅矿种多样，而且矿床类型比较齐全，主要有铁、金、镁、汞、铅、铬、泥炭等。这些丰富的物种具有极大的开发价值，成为甘肃民族地区文化产业发展的物质基础。

二、政策环境

（一）国家宏观政策

我国文化产业的发展动力主要源自于体制创新和政策助推¹。文化产业政策是文化产业发展的重要保障和推手，文化产业的规范、有序、健康发展需要文化产业政策的引导、管理、扶持和调控。文化产业政策影响并制约着文化产业的发展，截至目前，我国出台的文化产业全国性和地方性政策文件与具体措施已达上千个，一系列文化产业政策的出台基本奠定了文化产业发展的基调，对全国以及局部地区的文化产业发展产生了重大的影响。可以说，文化产业政策是文化产业发展的一个风向标与缩影。

自“十一五”规划以来，文化发展日益受到中央政府的重视。2002年，中共十六大首次确立了文化产业的国家战略地位，明确了文化产业与文化事业的区分，这是文化产业政策发生实质性蜕变的“分水岭”。2003年，文化体制改革试点工作在北京、上海、广东、浙江等省市展开，“走出去”战略也首次出现在文化产业领域。

2005年以后，中国文化产业政策出现新亮点，即对新兴文化产业进行体制性“松绑”，由以往的管制为主转变为发展与管理兼顾，侧重鼓励发展。2007年，党的十七大提出，要推动社会主义文化大发展大繁荣；要推进文化创新，增加文化发展活力；要深化文化体制改革，完善发展文化产业、鼓励文化创新的政策，营造有利于出精品、出人才、出效益的环境；要大力发展文化产业，繁荣文化市场，增加国际竞争力。2009年，国务院出台《文化产业振兴规划》，明确指出：“在当前应对国际金融危机的新形势下，加快文化产业振兴对满足人民群众多样化、多层次、多方面精神文化需求，扩大内需特别是居民消费，推动经济结构调整的重要性、紧迫性”。这表明文化产业已经成为引领我国

¹ 蔡尚伟,何鹏程.回眸与展望:中国文化产业政策的创新演化[J].成都大学学报,2010(2): 5-8.

经济走入新一轮经济增长的强大引擎，成为助推社会转型、促进国家经济结构调整的新动力，步入了纵深发展时期。

2011年，中共十七届六中全会明确提出了建设社会主义文化强国的目标，审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，指出要充分认识推进文化改革发展的重要性和紧迫性，更加自觉、更加主动地推动社会主义文化大发展大繁荣；加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业；进一步深化改革开放，加快构建有利于文化繁荣发展的体制机制。2012年，中共中央办公厅、国务院办公厅发布了《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》，明确指出，要以“遵循文化发展规律，适应社会主义市场经济发展要求，着力推进文化体制机制创新，推动文化事业和文化产业全面协调可持续发展”为重要方针。

2014年5月，文化部提议建设“丝绸之路文化产业带”，打通文化壁垒，增强国家文化传播力，提升文化软实力，加强影视、演艺娱乐、动漫游戏、文化旅游、工艺美术、非物质文化遗产、民族文化、工业制造、建筑设计、文化体育等多领域的交流合作；通过充实丝绸之路经济带的发展规划，推动文化产业融合发展，加速文化贸易往来，促进经济可持续发展；增进不同民族、不同宗教信仰之间的理解和团结，加强国际交流和互信，最终实现产业带各地、各国家互利共赢、和平稳定、繁荣发展。8月，文化部、财政部联合发布了《关于推动特色文化产业发展的指导意见》，提出依托各地独特的文化资源，通过创意转化、科技提升和市场运作，提供具有鲜明区域特点和民族特色的文化产品和服务的产业形态。可以看出，国家对西部民族地区的文化产业发展日益给予极大的重视，这也为民族地区由追赶式发展向跨越式发展提供了可能性。

（二）地区发展政策

甘肃省委省政府高度重视文化产业的发展，把发展文化产业作为发展先进文化、建设和谐文化的重要内容，作为培育新的经济增长点、促进经济结构调整和产业结构升级的重要举措，政府采取了一系列措施发展文化产业：2002年省政府出台《关于加快和促进文化产业发展的意见》，指出要充分认识文化产业对促进甘肃省文化产业发展的重要性；不断完善文化产业发展规划体系和相关优惠政策；创新文化产业发展体制；加快人才队伍建设，创新人才激励机制；组建文化产业集团，做大做强文化产业；同时加强文

化产业发展的宏观调控和管理。

2006年由省委宣传部和省发改委牵头，在重点调研基本摸清甘肃省文化资源、产业发展、产品开发、区域布局等一系列基本情况的基础上，编制并公布了《甘肃省“十一五”文化产业发展纲要》，指出在“十一五”期间集中力量重点发展现代传媒业、出版发行业、文艺演艺业、文化旅游业四大重点产业，构建以现代传媒业、出版发行业、文艺演艺业、文化旅游业为支柱，体育健身、网络文化、艺术品和广告会展业共同发展的产业体系，并制定出详细的发展目标和任务，通过加强组织领导，深化文化体制改革，认真落实各项文化经济政策，实施文化品牌战略，积极培育文化市场，加强人才队伍建设等保障规划的实施。

2012年甘肃省人民政府办公厅下发的《甘肃省贯彻西部大开发“十二五”规划实施意见》中明确提出“十二五”时期要在贯彻落实西部大开发规划的基础上，以特色优势产业发展为支撑，在创建国家级循环经济发展示范区、生态文明示范区、承接产业转移示范区以及华夏文明保护传承和利用示范区等方面取得新突破；围绕东西横穿甘肃境内 1600 多公里的丝绸之路建设文化产业带，建设文化旅游产业“三大基地”。为建立完善的文化产业体系，甘肃省在2013年文化产业大会上将出版发行和印刷、广电影视和网络传输、演艺娱乐、文化旅游、民间民俗工艺品加工等五个优势文化产业作为发展重点，其中首推出版发行和印刷业。

政策环境是区域经济发展的重要保障，特别是在经济基础薄弱，自我发展能力不足的民族地区，中央和地方政府所制定实施的有利政策在很大程度上是推动当地发展的主导力量。当前，逐步完善的国家及地方文化产业扶持政策无疑为民族地区文化资源的产业化发展营造了有利环境。

三、经济环境

（一）国家经济环境

“十一五”以来，我国经济取得了长足发展，为文化产业发展奠定了良好的经济基础。

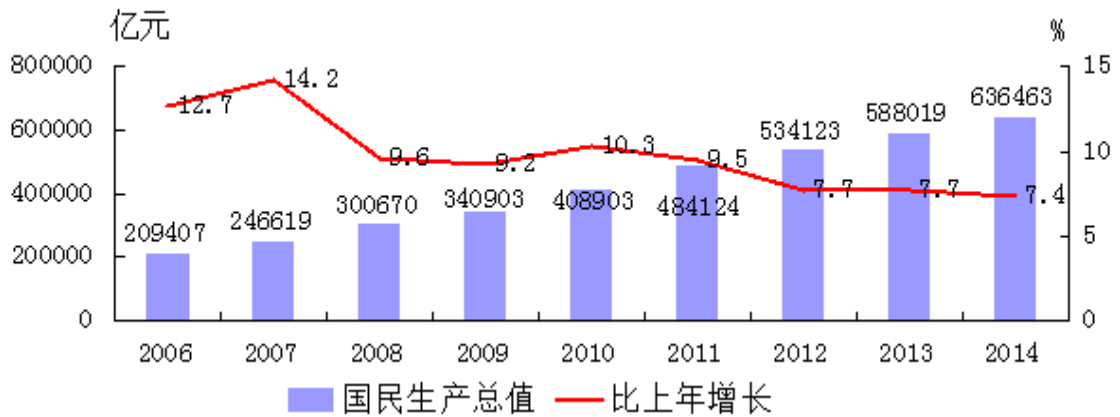


图1-1 2006-2014年国内生产总值及增长速度¹

2014年，全年国内生产总值636463亿元，是2006年的2.94倍。2014年城镇社会固定资产投资502005亿元，农村固定资产投资10756亿元，分别是2006年的5.37倍、0.656倍。人民生活逐渐改善，收入水平明显提高，2014年全国居民人均可支配收入20167元，城镇居民人均可支配收入28844元，全年农村居民人均纯收入为9892元，分别是2006年的5.62倍、2.45倍、2.76倍，经济发展势头良好，呈现逐年稳健上升趋势。

近年来，我国经济增长由过去两位数的高速增长转向增长速度维持在7%左右的“新常态”²。经济发展进入新常态，没有改变我国发展仍处于可以大有作为的重要战略机遇期的判断，改变的是重要战略机遇期的内涵和条件；没有改变我国经济发展总体向好的基本面，改变的是经济发展方式和经济结构³。这不仅意味着经济增长转向中高速，而且伴随着深刻的产业结构变化、发展方式变化和体制变化，而这些变化，正是新常态下中国经济发展和文化产业发展的新机遇。

¹ 数据来源：2006年-2014年中国国民经济和社会发展统计公报。

² 盛朝迅.未来几年我国发展的主要趋势与特征[EB/OL].中国改革论坛网,2014-11-26.

http://www.chinareform.org.cn/Economy/Macro/report/201411/t20141126_212657.htm

³ 李文.人民日报要论：深刻认识我国经济发展新常态[EB/OL].人民网-人民日报,2015-06-02.

<http://opinion.people.com.cn/n/2015/0602/c1003-27088631.html>

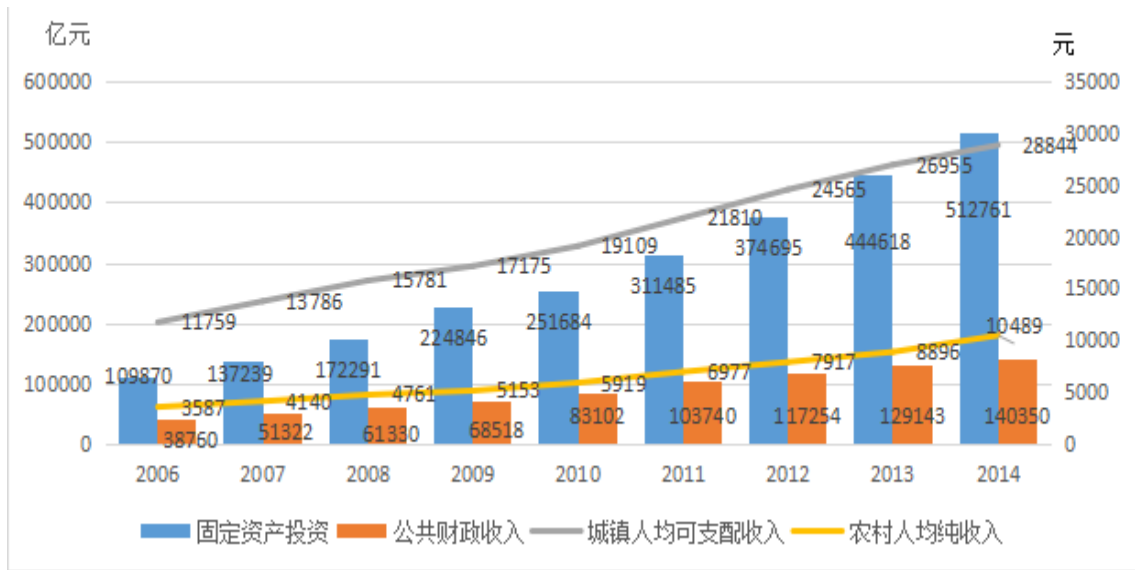


图1-2 2006-2014年中国经济发展统计图1

（二）甘肃经济环境

根据甘肃国民经济和社会发展统计公报来看，2006年到2014年期间，甘肃省经济发展稳健。

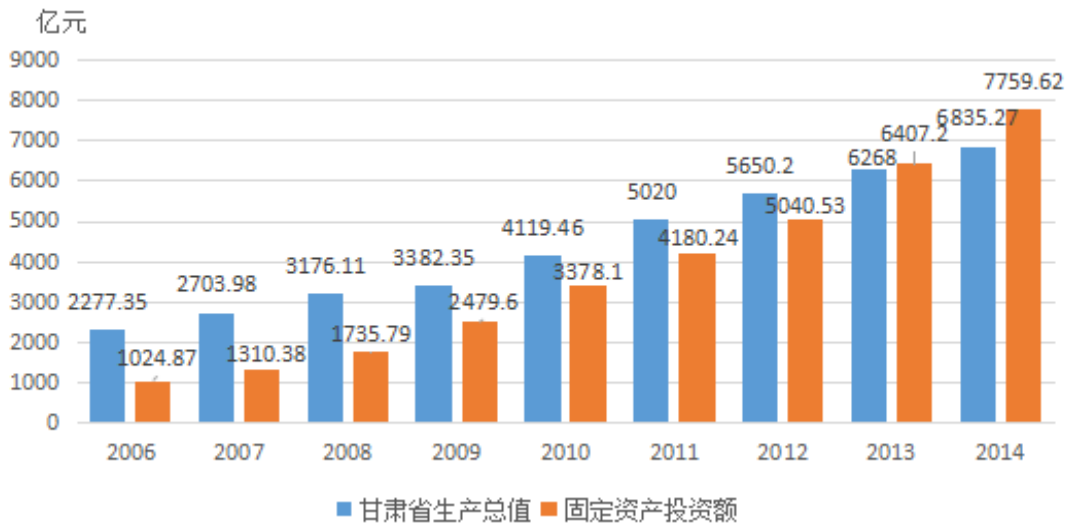


图1-3 2006-2014年甘肃省经济发展情况统计图2

¹ 数据来源：2006年-2014年中国国民经济和社会发展统计公报。

² 数据来源：2006年-2014年甘肃省国民经济和社会发展统计公报。

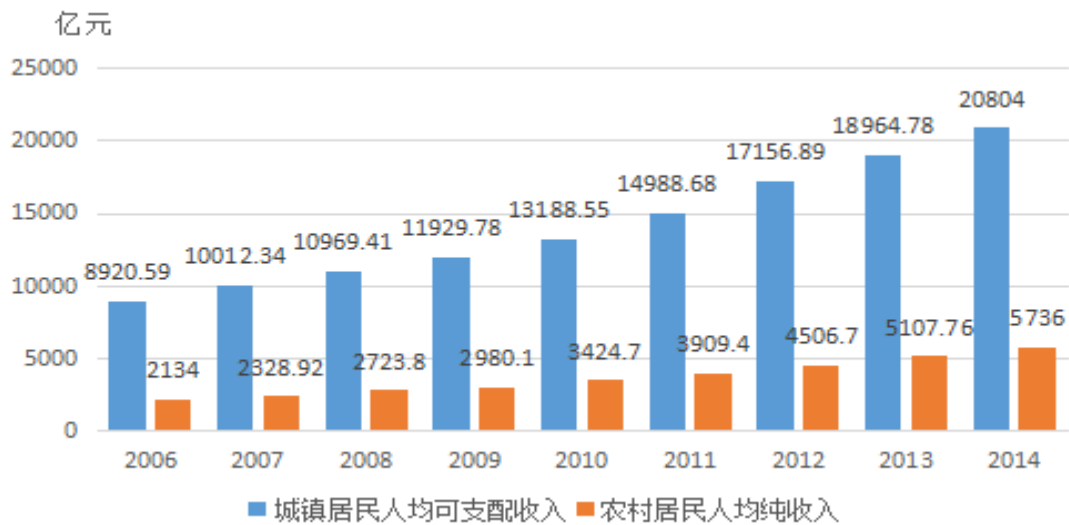


图1-4 2006-2014年甘肃省居民人均收入情况统计图1

2014年全年实现生产总值6835.27亿元，是2006年的3倍，全年完成固定资产投资7759.62亿元，是2006年的7.57倍。居民人均收入有了大幅度提升，2006年全年城镇居民人均可支配收入8920.59元，家庭恩格尔系数为34.53%；农民人均纯收入2134元，家庭恩格尔系数为46.67%。2014年全年城镇居民人均可支配收入20804元，人均消费性支出15507元，家庭恩格尔系数为36.8%；农村居民人均纯收入5736元，人均生活消费支出5272元，家庭恩格尔系数为37.6%，人民生活水平不断提高，农民居民恩格尔系数下降显著。2014年，甘肃文化产业实现增加值132.91亿元，比上年增长25.65%，占生产总值的1.94%。

（三）民族地区经济环境

1. 甘南经济环境

“十一五”以来，甘南经济取得了跨越式发展，州生产总值显著提升；农业、工业、建筑业、运输业等取得了较好发展；产业结构有所调整，第一产业比重下降，第二、第三产业比重上升。

¹ 数据来源：2006年-2014年甘肃省国民经济和社会发展统计公报。

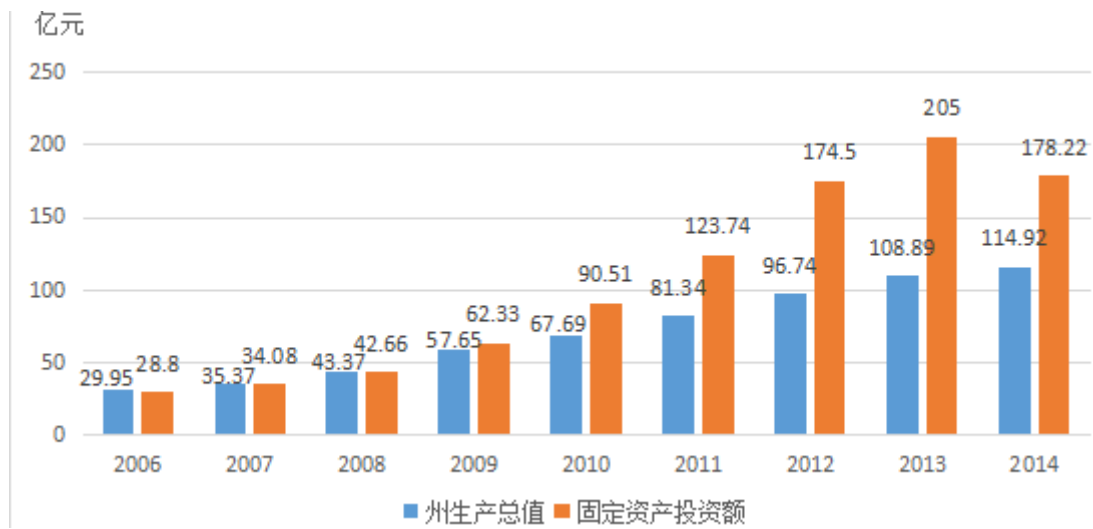


图1-5 2006-2014年甘南州生产总值和固定资产投资额统计图1

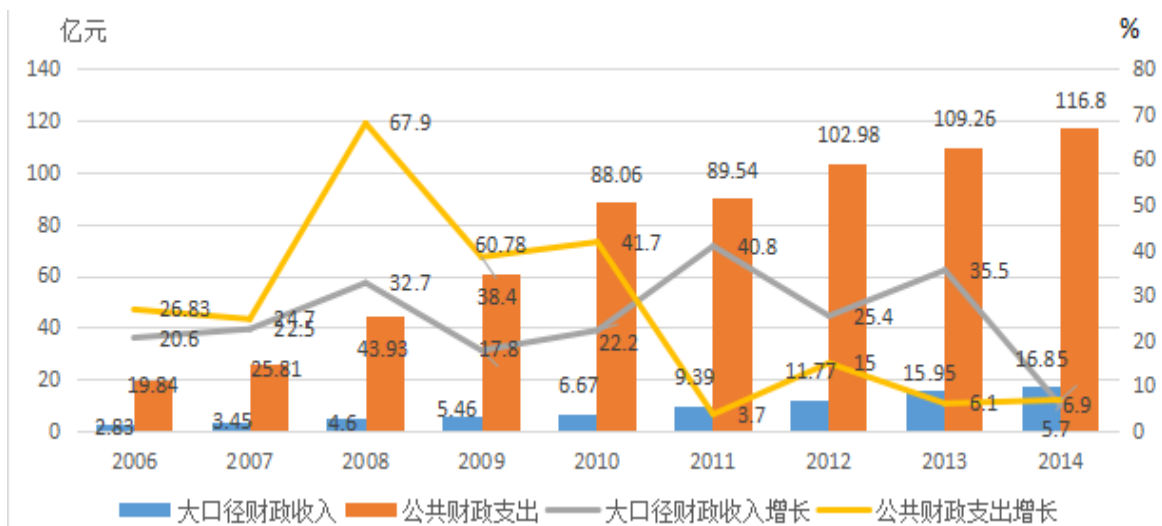


图1-6 2006-2014年甘南州大口径财政收入和公共财政支出统计图2

¹ 数据来源：2006年-2014年甘南州国民经济和社会发展统计公报。

² 数据来源：2006年-2014年甘南州国民经济和社会发展统计公报。

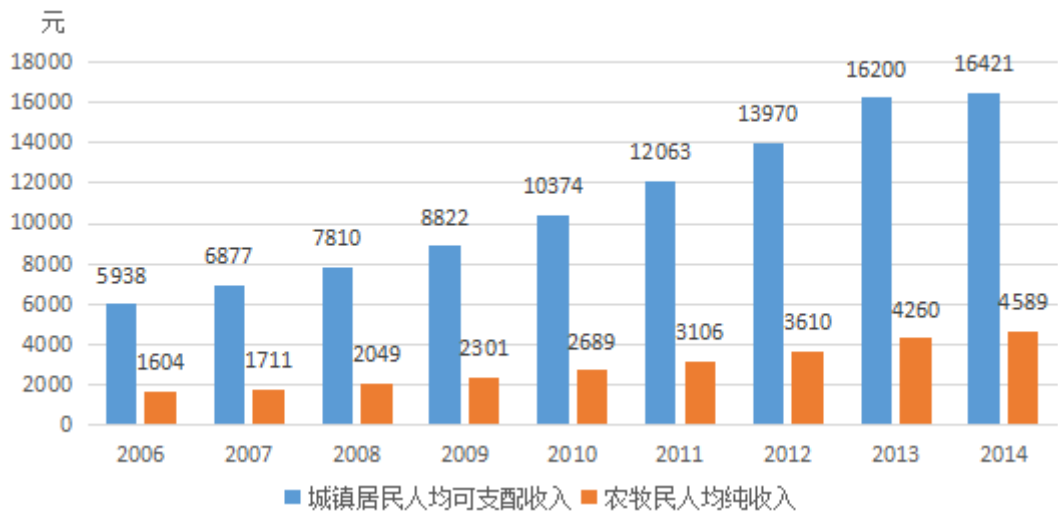


图1-7 2006-2014年甘南州居民人均收入情况统计图1

2006年至2014年八年间，甘南经济不断发展，生产总值、固定资产投资额、大口径财政收入逐年增长，居民的收入水平有一定程度增长，相对比之下，城镇居民收入比农牧民收入增长更快。2014年，甘南州地区生产总值114.92亿元，是2006年的3.84倍，完成固定资产投资178.22亿元，是2006年的6.19倍。城乡人民收入水平逐年增长，然而，城镇居民和农牧民之间收入差距扩大，较之城镇居民，农牧民人均纯收入较低。

2. 临夏经济环境

在全国经济取得跨越式发展的大背景下，临夏经济发展也十分迅速。

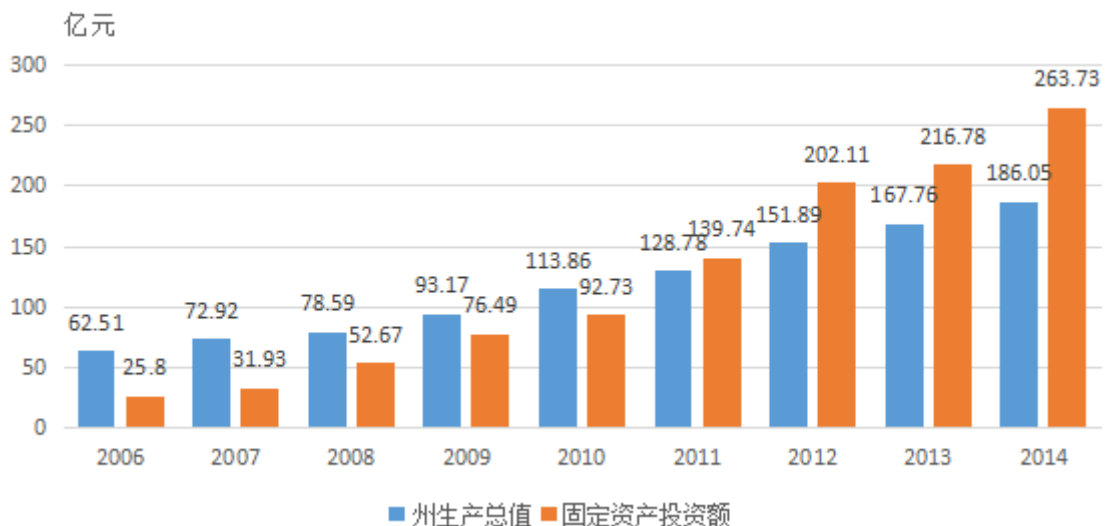


图1-8 2006-2014年临夏州生产总值和固定资产投资额统计图2

¹ 数据来源：2006年-2014年甘南州国民经济和社会发展统计公报。

² 数据来源：2006年-2014年临夏州国民经济和社会发展统计公报。

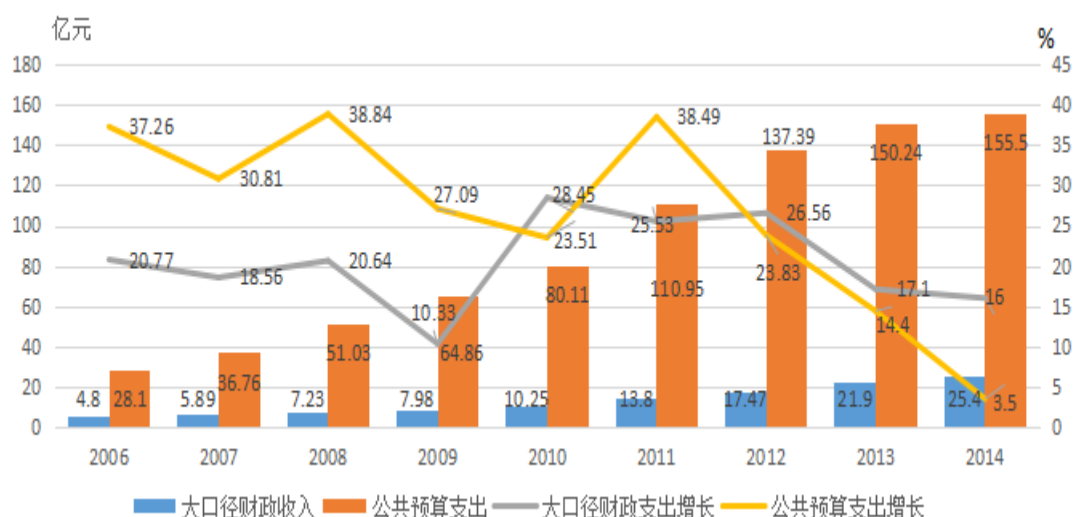


图1-9 2006-2014年临夏州财政收支及增长情况统计图1

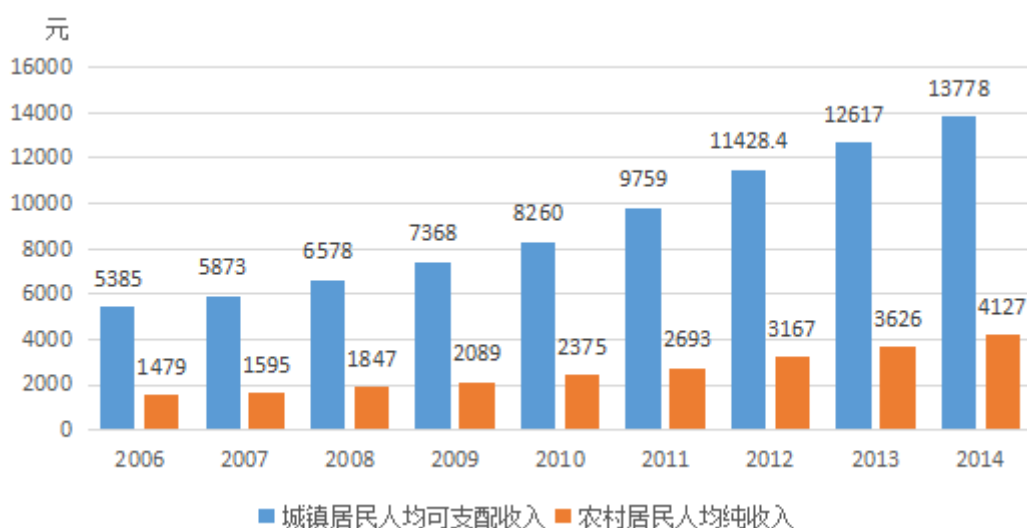


图1-10 2006-2014年临夏州居民人均收入统计图2

2006年-2014年临夏经济建设取得了长足发展。全州生产总值从2006年的62.51亿元增长到2014年的186.05亿元，增长了2.98倍；2006年临夏固定资产投资只有25.8亿元，到2014年固定资产投资为263.73亿元，增长了10.22倍；大口径财政收入从2006年的4.8亿元增长到2014年的25.4亿元，增长5.29倍。三大产业结构调整取得了显著效果，第一、第二、第三产业结构比例为18.94%、26.68%、54.38%，第三产业所占比重首次超过第二产业。

¹ 数据来源：2006年-2014年临夏州国民经济和社会发展统计公报。

² 数据来源：2006年-2014年临夏州国民经济和社会发展统计公报。

较之于“十一五”期间，甘肃民族地区经济建设取得了明显提升，除此之外，基础设施条件得到改善。兰合铁路开工建设，预计到2020年可以建成投入使用。兰合铁路起于兰州，途经临夏回族自治州永靖县、临夏市，终至甘南州府合作市，全长约180公里，改变了甘肃民族地区没有铁路的现状，极大地改善了甘肃民族地区的交通状况，这将会为甘肃民族地区文化产业的发展带来新的活力；2014年年底建成通车的临合高速公路，起点位于临夏市尕杨家，顺接康（家崖）临（夏）高速公路终点，路线经张家台、尹集镇、土门关、王格尔塘、唐尕昂、香拉、早仁道等主要控制点，终点至合作南，路线全长98.65公里。临合高速公路是甘南藏区第一条高速公路，结束了甘南藏族自治州不通高速公路的历史。作为甘肃高速公路网兰州至郎木寺高速公路的重要组成路段，临合高速建成后，从甘肃省会兰州通往临夏、甘南两个少数民族地区将实现全程高速化；夏河机场新增西安—夏河—拉萨航线，旅客吞吐量达到2.3万人。

四、社会文化环境

甘南临夏二州少数民族众多，主要以藏族、回族为主，在宗教信仰上以藏传佛教和伊斯兰教为主，少数民族同胞在漫长的历史发展中创造了异常丰富的民族文化。

（一）民族多元构成

甘肃自古以来就是一个多民族聚居的省份，全省共有55个少数民族，其中回、藏、东乡、土、满、裕固、保安、蒙古、撒拉、哈萨克、维吾尔、彝、朝鲜、苗、壮、土家族等16个少数民族人口在千人以上；回、藏、东乡族人口在40万以上，回族人口最多，为118.49万人；东乡、裕固、保安是甘肃特有的少数民族¹。临夏回族自治州境内有回、汉、东乡、保安、撒拉、土、藏等31个民族成分，其中，东乡族和保安族是以临夏为主要聚居区的两个少数民族。总人口为196万，回族人口约61万，少数民族人口占总人口的59.2%；甘南藏族自治州境内有藏、汉、回、土、蒙等24个民族，总人口为69万，其中少数民族人口为43.58万人，藏族人口拥有37.85万，占总人口的55.6%；农牧业人口55.0万，占总人口的80.9%。

（二）文化体系

¹ 马正亮.甘肃少数民族人口[M].兰州：甘肃科学技术出版社,2004年.

藏族和回族是甘肃最主要的少数民族，且形成了自己独特的民族文化（尤其是宗教文化），对聚居区域内的其他民族也产生了深远的影响。

1.藏传佛教文化体系

作为安多藏区的政治经济中心，甘南州的宗教信仰以藏传佛教为主，甘南人民以藏传佛教文化为核心，并结合藏族人民生活区域的地理环境、生活方式繁衍出具有自身特色的文化体系，涉及医药、哲学、艺术、文学、宗教等诸多方面。藏族有自己的语言和文字，相较于中国传统毛笔书法，藏文书写一般采用硬笔书写，是硬笔书法的一种。藏族还有自己的医药体系，称为藏医藏药。针对藏族游牧为主的生活方式，藏族人民发明了用矿物颜料绘画在绢帛上的绘画艺术——唐卡。虽然甘南藏族与西藏、青海等地区的藏族有着历史上的渊源，生活方式和习俗也有不少相似之处，但是甘南藏族在独特的地理环境中发展出了自己的特色。

2.伊斯兰文化体系

伊斯兰教是世界三大宗教之一，伊斯兰文化是回族文化的基石。临夏是中国伊斯兰教各教派门宦的发源地，有“东方小麥加”之称，是伊斯兰教的圣地之一。回族几乎全民信仰伊斯兰教，其他少数民族和回族世代杂居，因此在生活方式、宗教信仰等方面都不可避免带上伊斯兰文化的烙印，可以说伊斯兰教文化是临夏州文化体系的主要组成部分。历史上回族使用的语言有波斯语、阿拉伯语、突厥语等多种，后来通用汉语，宗教用语主要是波斯语和阿拉伯语。伊斯兰文化体系内涵十分丰富，包涵哲学、宗教、科学、文学、政治、经济等多方面内容。伊斯兰教的圣典《古兰经》是伊斯兰文化体系的核心。

（三）风俗习惯

甘肃民族地区风俗主要以藏族、回族两大民族的风俗为主，在民族聚居地区，很多其它民族生活习惯也或多或少受到藏、回两族风俗影响，甘南藏族的生产生活渗透着藏传佛教的信仰，临夏回族的生婚丧葬、饮食、服饰等生活习俗，无不反映伊斯兰教的义律。

1.藏族风俗习惯

风俗习惯是甘南藏族在政治、经济和文化生活的一种反映，在不同程度上反映着藏族的生活方式、历史传统和心理感情，是藏族文化的组成部分。在饮食上，甘南藏族以

牛羊肉、糌粑、青稞面为主，交通方便的地方以大米、小麦为主食。甘南草原盛产牛羊和藏猪，主要肉食品有烤全羊、手抓羊肉、烤猪肉、腊猪肉、夏帕里（肉饼）和各色牛羊灌肠等，茶酒上藏族人喜欢酥油茶、松潘茶、青稞酒等。在服饰上，甘南藏区服饰有僧侣和俗人以及农区和牧区的分别。僧人不穿裤子和有袖的衣服，他们下着满腰衫裙，上穿背心，披袈裟，全身无纽无扣，唯以腰带系裹腰、挂漱口瓶，手持念佛珠¹；俗人是上下连属式的藏袍。牧区服饰主要分布在玛曲、碌曲、夏河三县及其接壤的半农半牧区，农区服饰以迭部、卓尼、舟曲三县最为典型。甘南州每一个角落都有浓郁的藏传教文化氛围，民俗风情魅力殊具，人民热情好客，乐善好施。甘南藏区的节日庆典也独具特色，例如正月毛木兰大法会，娘乃节，博峪采花节，插箭节，七月大法会，香浪节，香巴拉旅游艺术节，元宵节万人扯绳赛，舟曲松棚灯会等。

2. 回族风俗习惯

回族在服饰文化、饮食文化和生活习俗等方面都具备鲜明的民族特色。在饮食上，回族忌食猪肉和未经念经屠宰的肉类，用水也非常讲究，所用的饮食用具也切忌混杂。服饰上，回族男性喜戴白色、黑色和棕色平顶号帽，以白色最为普通。老人和宗教人士喜穿直领对襟“准拜”。妇女多戴盖头，且不同颜色表明佩戴者的不同身份，绿色多为少女、新婚妇所戴，青色为中年妇女所戴，白色则是年老者所戴。在婚丧嫁娶上也有自己独特的文化。回族婚姻除有严格流程外，还须由两位穆斯林证婚以及在结婚日由阿訇念“尼卡哈”，阿訇念毕，抛撒核桃、红枣。孩子出生举行洗礼，3~7天内请阿訇起经名，入学读书时再起学名。回族实行土葬，葬礼比较简朴。病危之际，要请阿訇或有威望的人念“讨白”，即忏悔词，向安拉悔罪。咽气后，由守护者为其瞑目、合嘴、顺手足，置尸于木板，进行洗礼。信教穆民每天要作5次礼拜，做礼拜时要“小净”（洗脸面、口鼻和手、脚等）或“大净”（洗涤全身），勤于洗浴，久而久之，演化为生活习惯的一部分。喝茶也是回民日常的习俗，沏茶比较讲究，除在盖碗内放茶叶外，有时还放有红枣、桂圆、冰糖、核桃仁、葡萄干等，边添沸水边喝茶、称为喝“牡丹花”的三泡台。除了生活习惯，还有一些关于礼仪的习惯，例如尊崇长者，让长辈上座，吃饭要先端给长辈，行路要让长辈先走。禁止背后诽谤别人，反对骄傲、怠惰、欺骗和恶语伤

¹ 汪永萍.甘南藏族民俗旅游开发研究[D].硕士,兰州大学: 2007.

人，讲究礼节，热情待客。在节日庆典上，回族比较著名的是古尔邦节、开斋节、登霄节等。

（四）文化需求

甘肃民族地区农村人口比重较大，占全省总人口的70%以上，而甘南和临夏两州经济欠发达，社会发展程度较低，人民的经济收入和生活水平、生活质量相较于经济发达地区存在差距，尤其是少数民族受教育水平较低，文化消费水平不高。但这并不意味着他们没有文化需求，他们的基本文化需求相较于富裕地区的人们更迫切、更强烈，只是受制于社会经济发展条件，对各类文化的需求没有直接表现出来而处于隐藏状态¹。其基本的文化需求主要靠政府的公共文化供给提供，然而受财政限制，民族地区政府公共文化产品和服务供给不足，文化基础设施落后，政府供给文化远远不能满足居民的文化需求。对此，需要政府自觉履行文化职能，通过加大公共文化产品和服务的供给以及推动当地文化产业发展进一步提升当地群众的文化生活质量。

（五）公共文化服务

公共文化服务是为满足社会的公共文化需求，向公众提供公共文化产品和服务行为及其相关制度与系统的总称。公共文化服务由公共部门或准公共部门共同生产或提供，以实现和保障公民的基本文化权利、满足社会成员的基本文化需要为目的，着眼于提高全体公众的文化素质和文化生活水平。公共文化服务的发展和完善对文化产业的发展有正外部性的影响，反过来，文化产业的发展也会相应推动公共文化服务的供给。公共文化的繁荣发展能为文化产业培育出良好的创意人才等资源要素，提升和扩大民众文化消费需求；健康的文化产业也会带动公共文化服务的蓬勃发展，很多文化产业方面的产品不断成为公共文化服务的内容，其宣传的价值观会转变成为公共文化服务的价值追求²。

公共文化服务供给要紧扣社会群众需求，为社会提供基本的公共文化服务，当前甘肃省及甘南、临夏两州已经建立起惠及绝大多数民众的公共文化服务体系。2014年年底，甘肃省共有文化馆103个，公共图书馆103个，博物馆(含纪念馆)166个，艺术表演团体69个。广播和电视综合人口覆盖率分别为97.89%和98.35%，分别比上年提高0.20和0.31个

¹ 李少惠.互动与整合：甘南藏区农村公共文化服务发展研究[M].北京：中国社会科学出版社，2014年.

² 辛向阳.准确把握文化事业与文化产业的辩证关系[N].中国青年报,2012年01月04日02版.

百分点1。甘肃省及甘肃民族地区公共文化服务基本已覆盖到县乡，文化馆、公共图书馆、博物馆等公共文化基础设施建设基本完备，广播电视覆盖率达到95%以上，公共文化下乡活动开展频繁。

据临夏、甘南经济和社会发展统计公报，2014年底，临夏州拥有州级文化单位民族歌舞团、博物馆、文化馆、图书馆、美术馆、影剧院、民族文化艺术研究所、文化市场综合执法支队各1个；县（市）文化馆8个，公共图书馆8个，博物馆（纪念馆）16个，文物管理所6个，乡镇综合文化站123个，农家书屋1185个；建成文化信息资源共享工程县级支中心8个；广播电视转播台11座，千瓦以上广播电视转播台11座，广播人口覆盖率95.9%，电视人口覆盖率96.41%。甘南全州有艺术表演团体8个，演出约240场，观众约36万人次，其中：农牧村演出约90场，观众约10万人次。全州群艺(文化)馆9个，组织文艺活动73次，举办展览63个；博物馆（纪念馆）18个，藏品5891件、套；公共图书馆9个，总藏量31.05万册、件，接待读者约9.3万人次。

五、科技环境

对于包括甘肃在内的西部民族地区文化产业发展而言，其面临的一个发挥后发优势的重大机遇便是以信息技术为领衔的高新技术的迅猛发展，然而，有些悖论意味的是，西部民族地区的科技家底往往比较薄弱，需要重点培育。

根据甘肃省科学技术厅官网统计数据，全省2011-2013年综合科技进步水平指数的全国排名分别为17、21、20，总体处于全国中下游水平，而在2010-2013年各市州综合科技进步水平排名中，除2011年外，甘南和临夏两州均处于全省末位。此外，甘肃省科学技术厅网站统计数据还显示，尽管甘南和临夏的科技发展取得了不同程度的进步，但两州在科研机构数、专利申请数、技术合同成交额以及R&D（研究与试验发展）投入等方面仍处于全省下游水平，而且，据两州科技局官网所示内容，已有的科技成果与奖励公告中，占比较大的主要是农牧业及医药类成果，对民族地区文化产业影响较为突出的现代信息技术成果则比较鲜见。可见，甘肃民族地区文化产业发展的科技环境不容乐观。

¹ 数据来源：2014 甘肃省经济和社会发展统计公报。

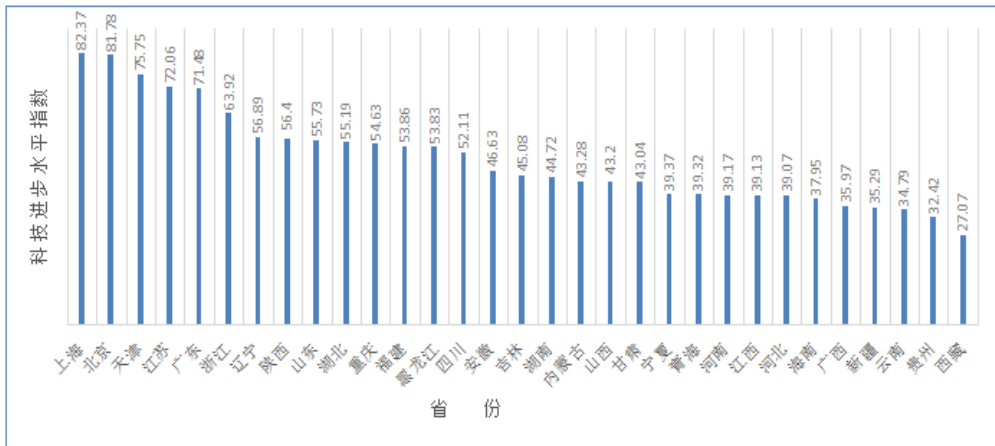


图1-11 2013年全国各省区综合科技进步水平指数（根据甘肃省科技厅官网数据绘制）

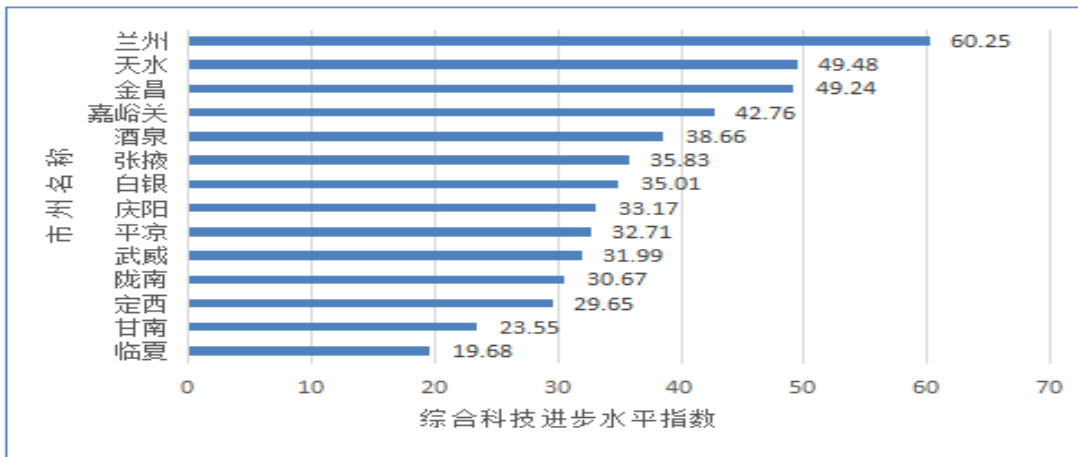


图1-12 2013年全省市州综合科技进步水平指数（根据甘肃省科技厅官网数据绘制）

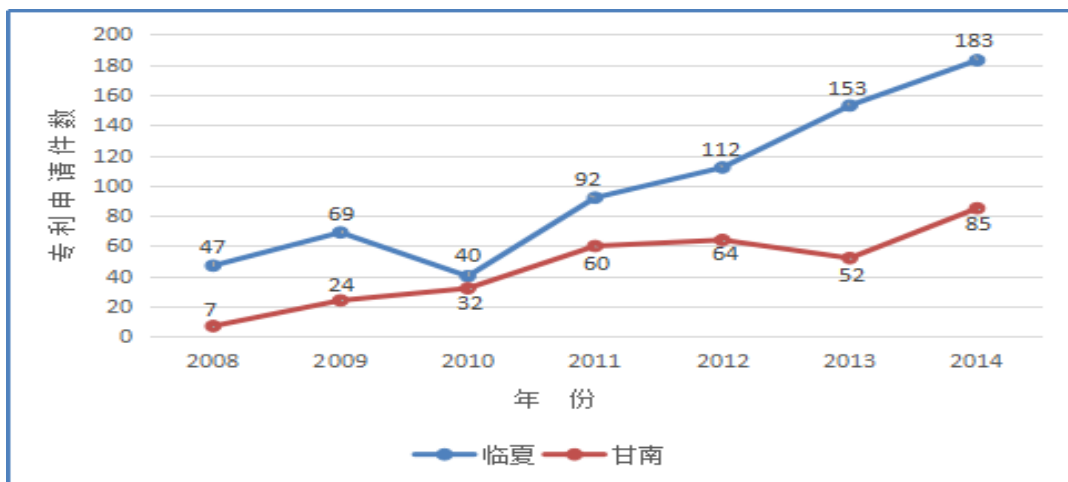


图1-13 2008-2014年甘南、临夏专利申请件数（根据甘肃省科学技术厅数据绘制）

表1-1 2014年甘肃省各市州专利申请与授权情况

市州	申请量 (件)	发明专利	授权量 (件)	发明专利	专利有效量 (件)	每万人专 利拥有量 (件)
兰州	4228	2071	2139	589	2415	6.65
嘉峪关	366	103	256	7	18	0.77
金昌	541	156	374	28	128	2.74
白银	615	200	487	64	172	1
天水	988	315	381	24	142	0.43
武威	595	71	246	18	53	0.29
张掖	714	246	199	23	86	0.71
平凉	393	82	125	7	25	0.12
酒泉	1507	698	341	7	41	42
庆阳	1408	792	129	14	33	23
定西	433	152	199	17	64	0.23
陇南	264	62	93	3	30	0.12
临夏	183	21	76	7	33	0.17
甘南	85	17	52	4	12	0.17

资料来源：甘肃省科学技术厅官网

第二章 甘肃民族地区文化资源构成与禀赋特征

文化产业作为特殊的产业，除了依赖与其他产业共需的共性资源，如资金、技术外，还必须仰仗特殊的资源，即文化资源。文化资源是文化产业的“生产资料”，是文化产业发展的基础。在长期的生产、生活中，甘南、临夏的各族人民创造了异彩纷呈的民族文化，积累了丰富的文化资源及独特的资源禀赋，是民族地区发展文化产业的良好资源支撑。

一、甘肃民族地区文化资源构成

文化资源是在市场经济条件下将文化（文化内涵、文化载体、文化现象）客体化、对象化的产物，即将文化置于市场化的社会生产循环之中。区域文化资源的丰厚度，对文化产业发展，特别是对地域文化产业的开发、生产和营销至关重要，它是整个产业发展的基础¹。我们可以把文化资源分成生态文化资源、历史文化资源、民族文化资源、宗教文化资源、红色文化资源和现代文化资源。发展文化产业，利用可以利用的文化资源，通过规划布局或结构调整，使这些文化资源发挥经济效益，盘活文化存量，区域文化产业的发展就可以顺势而上，实现飞跃。甘肃民族地区是文化资源的富矿区，如何使这些具有优势的文化资源，转化为产业优势，应当是文化产业发展战略制定中不可忽视的内容。

（一）生态文化资源

生态文化不仅仅是供人观赏的旅游文化，而且是保证人们生存需要、供给人们物质需求、带给人们精神享受的具有多重功能的文化。甘肃民族地区的生态文化主要有农牧文化、草原文化和江河文化，每一种生态文化都有独特的资源优势。

1. 农耕、游牧文化历史悠久

¹ 彭岚嘉.甘肃文化产业发展研究[M].北京：民族出版社,2013年.

农耕、游牧文化是在自然景观的基础上，经过人类长期农牧业活动的历史积累而形成，既包括有形的自然事物，如土地、水体、山川等；也包含有较多人类活动烙印，如农田、房屋、道路、服饰等；还包括文化要素的语言、文字、心理状态以至特定的生活气氛¹。通俗地说，农牧文化是指存在于传统社会的一种生产及生活方式，它是一种既有别于现代工业文明，又有别于古代航海民族的，以放牧和种植为轴心的文化总称，它包括与畜牧及种植业这种生产方式相联系的科学技术、社会秩序、法令制度、节日习俗、民间信仰、思维方式、价值取向、社会心理、生活及行为方式、民歌戏剧和饮食文化等等²。甘南和临夏位于黄土高原与青藏高原过度地带，农牧文化具有鲜明的特色。

农耕文化以临夏广河的齐家文化最为著名。齐家文化是黄河上游地区新石器时代晚期至青铜时代早期文化，因首次发现于临夏州广河县齐家坪遗址而得名。齐家文化上承马家窑文化，据放射性碳素断代并校正，早期的年代为公元前2000年左右，下限还当更晚。齐家文化的临夏先民，主要以原始农业为经济形态，人们过着比较稳定的定居生活，社会生产力有了很大的发展。在永靖大河庄遗址出土的陶罐中，曾发现粟壳。齐家文化生产工具一般选用硬度较高的石料制成，因而玉石器比较普遍，另外还有骨器等。齐家文化制陶工艺十分精湛，变化多端的造型，精细薄光的陶体，充分表明了制陶业的发达。

游牧文化以甘南为代表，因地理环境影响，甘南藏族在长期的生产生活中，形成特定的游牧文化，衣、食、住、行是最典型的表现。玛曲的赛马节便是游牧文化的经典呈现。玛曲县是格萨尔王的发祥地，长期以来，格萨尔成了藏民族的骄傲和崇拜的对象，久而久之，这种崇拜风俗文化在藏族人民中间根深蒂固，并融于赛马活动之中，继而形成了长期在草原上过游牧生活的藏民族的勇敢、剽悍的性格。每年首曲草原天高云淡、繁花似锦的季节，举办甘青川规模最大的赛马盛会，夏河、碌曲、合作等地也要举办规模不等的赛马会。八月的草原，骏马驰骋、人山人海，来自全国各地的代表队、马术爱好者和游客云集甘南草原，共同感受草原风情，领略英雄风采。

2. 草原文化独具特色

草原文化是指世代生息在草原地区的先民、氏族、部落、民族共同创造的一种与草

¹ 德伯里著,王民译.人文地理:文化、社会与空间[M].北京:北京师范大学出版社,1990年.

² 徐旺生.弘扬农耕文化的现代意义—关于甘肃庆阳农耕文化节的感想[EB/OL].陇东报,2009-07-21.
<http://ldnews.gansudaily.com.cn/system/2009/07/21/011185386.shtml>

原生态环境相适应的文化。它是一种由生产方式到生活方式，从观念形态到实践过程都同草原生态相适应的一种文化形态。从建构特征看，草原文化是一种复合型文化，是地域文化与民族文化的统一、游牧文化与其他经济文化的统一、传统文化与现代文化的统一¹。草原文化不仅仅是畜牧业发展、草场保护等表现为实物形式的文化资源，还包括草原上的衣食住行、婚丧嫁娶等表现为意识的文化资源。

甘肃民族地区的草原主要分布在甘南境内，临夏较少。甘南州的草原资源得天独厚，这里东西两侧高山呵护，是一片高山环绕的草原牧场，连接着青藏高原与黄土高坡，与若尔盖大草原连为一体。甘南草原面积3758万余亩，主要分布在玛曲、夏河、碌曲三县。是黄河首曲最大的一块生态湿地，也是河曲马、黑颈鹤、白天鹅、藏原羚和梅花鹿栖息的乐土；甘南草原第一大湖尕斯库勒湖，像一颗璀璨的宝石，在夏秋时节，这里草长莺飞、野花烂漫、蝶飞蜂舞，构成一幅美丽的画卷；桑科草原以其优良的牧场和历年举行盛大的藏传佛教佛事活动而享誉藏区。在辽阔的桑科草原上，牛羊点点，帐篷星罗棋布，帐篷上炊烟袅袅，马背上牧歌飘荡。这里设有独特的藏族风情旅游项目，游人可穿上藏族服饰，骑上骏马或者牦牛，漫游草原，领略藏族牧民的民俗风情。

3.江河文化多样

甘肃民族地区尽管地处西北内陆，但境内河流众多。甘南有黄河、白龙江、洮河、大夏河四条河流及其120多条支流纵横全州，临夏也有黄河、洮河、湟水及其支流大夏河、牛津河、广通河、三岔河、冶木河等30多条河流纵横。其中最著名的就是黄河，它在甘肃民族地区境内流经玛曲、碌曲、临潭、卓尼、合作、永靖、临夏、东乡等八个县市。黄河是中华民族和我国古代文明的发源地，孕育了丰富的文化，而民族地区以河湟文化最具特色。河湟文化指黄河上游、湟水流域、大通河流域的广阔地带，古称“三河间”，这一地区自古以来有众多民族繁衍生息，从秦汉以来就有史书记载，先民们耕牧于其间创造了辉煌灿烂的河湟文化。

4.自然景观新奇独特

除以上所述资源外，甘南和临夏还有其他新奇独特的自然景观，吸引了来自世界各地的游客，成为发展当地文化旅游的主要资源。

¹ 董树军.论草原文化--内蒙古的文化大区建设应该如何界定[M]. 呼和浩特：内蒙古教育出版社,2008年.

表2-1 甘南和临夏自然景观（部分）

甘南				
莲花山	迭山	翠峰山	太子山	白石崖溶洞
腊子口溶洞	黄河母亲石	象形山石	则岔石	扎尕那石
六字真言石	黄河首曲	冶木峡	尕海湖	达宗湖
冶海湖	桑科草原	甘加草原	尕海候鸟保护区	阿夏沟熊猫栖息地
赤壁幽	常谷池	鸭蛋岛	大海沟	大峪沟
临夏				
刘家峡	盐锅峡	八盘峡	松鸣岩风景区	莲花山
炳灵石林	太子山	积石关	太极湖	

（二）历史文化资源

甘肃是中华文明的重要发祥地之一，也是古丝绸之路的重要通道，文物遗存非常丰富，是全国文物大省之一。甘肃民族地区的历史文化遗迹非常丰富，以文物、古迹、遗址为标志的历史文化足以形成一个强大的产业。

临夏州是古丝绸之路南道之要冲，唐番古道之重镇，是明代著名的四大茶马司之一，有“河湟雄镇”之称，也被誉为“中国西部的旱码头”。其历史文化资源可以概括为以下四个方面：

古文化遗址资源。临夏地区是中华文明的发祥地之一，是中原仰韶文化在甘肃地区的延续和发展，古文化遗存十分丰富，从旧石器、新石器、青铜时代，到汉、唐、宋、明，各个朝代的古文化遗址都有，特别以新石器时代遗址为最多，尤其是马家窑文化、齐家文化、辛甸文化、寺洼文化遗址分布密集。全州现有各类文物1.1万多件，发现各类文化遗址584处，其中全国重点文物保护单位3处，省级文物保护单位18处，县级文物保护单位61处，在全国占有重要地位。珍藏于中国国家博物馆的国宝“彩陶王”就出土于临夏州积石山县三坪村，齐家文化、马家窑文化半山类型等因在临夏境内发掘而命名，全国十大石窟之一的炳灵寺石窟和齐家文化发祥地——齐家坪遗址被列为国家重点文物保护单位，且在林家遗址出土了我国迄今为止最早的青铜刀。临夏还是大禹治水之极地，《尚书·禹贡》记载，大禹治水“导河自积石，至龙门，入于沧海”¹，这里的“积

¹ 关连吉,赵颂尧,吴晓军.西部大开发与甘肃民族区域经济发展研究[M].兰州:甘肃人民出版社,2003年.

石”就是如今位于临夏州积石山县的积石关。

(2) 古生物化石资源。临夏州历史悠久，史前文明高度发达，被称为“古动物的伊甸园”。已发现的恐龙足印化石有10类80组1600多个，其中最大的有150*142厘米，是目前世界上最大的恐龙足印化石；发掘并馆藏的古生物化石分2纲7目103个属种，共8000余件，拥有世界上发现最多的三趾马动物群化石、世界上独一无二的和政羊化石、世界上最大的鬃狗化石、世界上最丰富的铲齿象动物群化石、世界上最大的真马化石和世界上最早的披毛犀化石。临夏古动物化石占据了6项世界之最，被誉为“高原史书”、“东方瑰宝”¹。2009年7月24日，中国地质调查局地层与古生物中心正式命名甘肃省临夏州永靖县为“中国恐龙之乡”。

(3) 石窟艺术资源。位于甘肃省临夏州永靖县城西南约60公里处的炳灵寺石窟，藏在黄河北岸的小积石山大寺沟中，是古丝绸之路南线上最重要的石窟寺之一。石窟中现存有我国最早的“建弘元年”（公元420年）造像纪年题记，距今已有1600余年的历史，后经北魏、北周、隋、唐、宋、西夏、元、明、清各朝代不断扩展，现存有大小窟216个，石雕造像近700尊，泥塑造像82尊，壁画约1000平方米，各种类型的佛塔50多座，馆藏彩陶、金铜造像、佛经等文物400多件。炳灵寺石窟于1960年3月4日被国务院公布为第一批全国文物重点保护单位。

(4) 彩陶文化资源。临夏也是闻名天下的“中国彩陶之乡”。现藏于中国历史博物馆的大型陶瓮“彩陶王”就出土临夏州境内积石山县三坪遗址。原件彩陶王属新石器时代马家窑文化，属马家窑类型，距今5000年左右，通高49.3厘米，以造型独特，花纹别致而闻名于世，故被郭沫若先生命名为“彩陶王”。这些珍贵的古文化资源和自然遗存，为临夏州开发彩陶和古动物化石复制品、工艺品及纪念品，发展特色文化产业创造了良好的条件。

甘南州的历史文化底蕴深厚，藏族的先祖在远古时期就在这块土地上劳动、生息、繁衍，留下了许多丰富而珍贵的人类活动遗存。这里是丝绸之路河南道主干线经过的主要区域。自前凉至明清时期，丝绸之路河南道甘南段由东南向西北，沿岷江和白龙江河谷西行，连通大夏河或黄河干道河谷，斜穿甘南全境，连通了四川和青海，成为连接西

¹ 马秀梅.我州古动物化石赴上海展出[N].民族日报,2006-07-28.

北丝绸之路和南方丝绸之路的关键通道，对西北、西南和藏族的政治、经济、文化交流起过重要的作用¹。甘南的历史文化资源主要有历史遗存文化和卓尼土司文化：

历史遗存文化。甘南州有汉羌、唐吐蕃时期的边塞重镇，汉白石县旧址、甘加八角城古城堡遗址、桑科古科、羊巴古城、明代城墙、华年古城、汉零王国天子珊瑚城遗址、唐吐蕃磨坊和砖瓦窑遗址；有红军走向胜利的“门户”——天险腊子口及著名的中央政治局俄界会议遗址、茨日那毛主席故居、临潭苏维埃旧址、临潭冶力关肋巴佛纪念馆、卓尼杨积庆烈士纪念馆、卓尼土司历史陈列馆、肋巴佛纪念亭等红色遗迹。全州有国家级非物质文化遗产8项，省级非物质文化遗产38项，省级历史文化名镇有临潭新城、碌曲郎木寺2个。目前全州共发现不可移动文物点499处，其中新发现文物点199处，复查300处，消失文物点17处。临潭齐家文化陈旗磨沟遗址被评为2008年“中国十大考古发现”。洮河、白龙江流域还发现了大量仰韶文化、寺洼文化、马家窑文化、土著文化等历史遗存。

(2) 卓尼土司文化。以杨土司为代表的卓尼土司是甘川滇土司中沿袭时间最长、所辖地域最广、影响最大的一个土司。在五百多年的历史长河中，沿袭了二十代的卓尼土司制度不仅对其辖区的政治、经济、军事、文化等产生过积极作用，而且对当时西北乃至全国都有很大影响。土司不仅是辖区的最高统治者，而且是最高的宗教领袖，政治和宗教地位都是由土司家族世袭继承，“政教合一制”是土司政权的核心部分。卓尼土司“政教合一”的政权制度和“寓兵于民”的兵役制度为统治区提供了具有共同的语言、地理环境和共同经济生活的社会物质条件，在政治上维护了中央政权的统一；在经济上稳定了社会生产并发展了民族经济；在民族关系上，能较好地处理藏族同汉族和其它少数民族的关系；在文化上，弘扬了藏族的传统文化，又重视学习吸收汉族文化，促进了其辖区社会的进步，对加强其统治区的凝聚力起了积极的作用。卓尼历代土司为当地社会稳定和各民族之间的团结都做出了积极努力，在安多藏区乃至西北产生过深远影响。在甘南大地形成的土司文化既是政教合一的典范，又是一段耀眼的历史文化，在资政育人方面具有十分重要的作用。

(三) 民族文化资源

¹ 何效祖.走进甘南寻梦香巴拉[M].兰州：甘肃人民出版社,2005年.

甘肃地域广袤，民族众多，不同民族的文化背景和生活习俗共同构成了独具特色的民族风情画卷。尤其是民族地区，由于生活环境不同，各民族在发展初期创造了与之相适应的语言、文字、饮食、服饰、绘画、音乐、建筑、习俗、宗教等，形成了各具特色的民族文化。

1. 民族民间文学

在漫长历史发展中，甘南、临夏地区的人民创造了异常丰富的文学作品。在甘南，有以《格萨尔王传》为主的藏族民间史诗、传说、故事、叙事诗，以及谚语、谜语等，此外还有白嘎尔、相声等说唱艺术。据统计，近年来甘南发掘整理的民族民间文学作品就在200万字以上，且体裁多样，有神话、传说、民间故事、歌谣、叙事诗、谚语、民间说唱等等。甘南、临夏自觉发掘研究民族民间文化遗产，搜集编写了《舟曲正月灯会对联资料》《临卓地方俗语歇后语资料》《拉卜楞歌舞资料》《临夏民间故事集》《临夏民族民间文化论文集》《临夏回族民间叙事诗》《莲花山花儿会资料》《花儿新苑》《花儿论谭》《回族宴席曲》等。

2. 民族民间艺术

(1) 民歌民乐

甘南、临夏有着丰富多彩的民间音乐资源，这些民歌感情充沛，题材广泛，内容丰富，形式多样，比较有代表性的民歌民乐有弹唱、佛殿音乐、花儿、拉伊（山歌）等。

目前，甘南州共搜集整理民歌1054首，其中绝大部分是藏族民歌。此外，还有藏、汉、土、回等民族的戏曲、说唱、小调、舞曲、藏剧唱段、劳动歌曲和宗教音乐等，以及英雄史诗《格萨尔王》、白嘎尔、相声等说唱艺术。编辑录制有《锅庄舞曲精选》《甘南藏族舞曲》《甘南藏族民歌》《甘南藏族轻音乐》《举杯在香巴拉》等磁带；整理出版有《藏族民歌选》《藏族民间歌曲选》《藏族拉伊选》《洮州花儿散论》等专集。

临夏比较有代表性的民歌民乐主要有花儿和以河州孝贤、酒曲、宴席曲等为代表的河州曲艺。临夏被誉为“中国花儿之乡”，临夏花儿唱词和曲调分“河州花儿”和“莲花山花儿”两大类。以地区来分还有：北乡花儿、南乡花儿、东乡花儿、西乡花儿。花儿具有高亢嘹亮、挺拔明快、激越动听的特色。在唱词上，既有成套成套的演唱，如《三国演义》《西游记》《白蛇传》《梁山泊与祝英台》等；也有歌者触景生情、即兴创作

的短歌，唱词的字数、行段都很自由，一般都押韵。河州曲艺非常丰富，群众喜闻乐见的主要代表作有《马五哥曲》《红姣女》《十盏灯》《放风筝》《杨柳叶子青》《米拉尕黑》《三邻舍》等。河州贤孝是用“临夏方言”自弹自唱的一种民间曲艺形式，其内容多以古典全本小说或其精彩章节，或以家喻户晓的民间故事为主，编成通俗易懂的顺口溜词句弹唱，传统曲目有《孟浩然踏雪寻梅》《邓飞熊醉打黄花堡》《花亭相会》《王祥卧冰》《粉庄楼》等。

（2）民族舞蹈

载歌载舞是少数民族的日常生活状态，甘南和临夏有着丰富的民族舞蹈资源，既有古朴庄严的寺院法舞，也有欢乐明快的民间舞蹈。目前，甘南州发掘出民间舞蹈和寺院舞蹈50多种，民间舞蹈6个，节目42个，舞曲62首。诸如舟曲的罗罗舞、马铃舞，迭部的尕巴舞、踩地舞，卓尼的巴郎舞，碌曲、玛曲、夏河的锅庄舞等，都是甘南极具特色的民族舞蹈。特别值得一提的是卓尼、迭部、舟曲等县，新编排了“巴郎舞”、“尕巴舞”、“踩地舞”，填补了甘南州乃至整个藏区民间舞蹈形象的一些资料空白。结合民间舞蹈资源，甘南创排了一批具有民族特色的精品节目，例如根据藏族民间传说改编的大型歌剧《赛·顿月顿珠》，小歌剧《一串项链》，藏族舞蹈《牧狮》《娘乃节》《乌尔多》，舞剧《五彩的旋律》，歌舞诗《扎西德杰》等，已成为民族舞蹈的精品。临夏的傩戏和秧歌也是当地极具代表性的民间舞蹈表演形式。临夏县先锋乡鳌头徐家乡傩，是西北傩文化的首先发现地，故先锋乡为“临夏傩戏之乡”，鳌头徐家、潘家、寨子被称为“傩戏之村”；秧歌旧称社火，是民间主要的文艺、娱乐形式，年过三天，组织秧歌队，玩至正月十六，秧歌要上庙在大殿前围成场子，从秧歌进场，到秧歌戏，再到出场等全部内容依次演出，演完后，当即卸装，并将秧歌纸货就地焚毁¹。

（3）民族工艺

甘南的民族特色工艺主要有唐卡、壁画、酥油花、洮砚、木雕、石雕和金银铜铁铸造的各种佛像等，其历史悠久，艺术成熟，在国内外有很高的声誉。唐卡是刺绣或绘制在布、绸或纸上的彩色卷轴画，也称做“布画”，是极具藏民族特色的一个画种。作为移动的宗教圣物，唐卡可供游牧民族随时供奉膜拜。此外，唐卡还兼有史料、教义阐释

¹ 临夏州旅游局.临夏州州情概况[EB/OL].甘肃临夏州旅游网,2014-05-06.
http://www.gsxlly.com/news/news_read.asp?id=4933

和实用功能，因此一直以来它被喻为“西藏的百科全书”。洮砚是中国三大名砚之一，与广东端砚、安徽歙砚齐名，因石质坚润、色泽绚美和工艺独特而蜚声海内外，是古今书画家的案头珍品。卓尼木雕是甘南木雕文化的代表，多为佛教寺院的佛像和佛殿装饰，据《大藏经》记载，萨迦法王用蛇心檀木雕刻了释迦站像增献萨迦寺，此为卓尼木雕的开端¹，当地居民房屋、家具上也多进行木雕装饰。

临夏在民族工艺上也拥有丰富的传统技艺，砖雕、葫芦雕刻、刺绣、木雕、保安腰刀等都是临夏非常具有代表性的民族工艺文化，是临夏民族传统文化、民族信仰、生活习俗的形象反映。临夏砖雕是深受临夏回族群众喜爱的传统建筑装饰材料，由东周时期的瓦当、空心砖和汉代的画像砖演变而来，精巧细腻，布局精美，兼具实用性和艺术性；临夏刺绣具有浓郁的民族特色和地方特色，以花鸟草木为图案，绣在服饰、日用品上，样式图特，花纹精美，堪称一绝；保安腰刀是临夏保安族久负盛名的传统手工艺品，以精湛的技艺、精美的装饰、锋利的刀刃与新疆维吾尔族的英吉沙小刀和云南阿昌族的户撒小刀并称为中国三大名刀。

（四）宗教文化资源

宗教文化资源是甘肃文化资源宝库中不可忽视的组成部分，甘肃是伊斯兰教、佛教、道教、天主教和基督教五大宗教俱全的省份，而且具有宗教发展历史悠久，信教人员数量多、分布广的特点。

1. 伊斯兰教

伊斯兰教于七世纪中叶传入我国，是甘肃省信奉人数最多的宗教。甘肃省信奉伊斯兰教的有回族、东乡族、撒拉族、保安族、哈萨克族、维吾尔族等6个民族。清真寺是伊斯兰教的主要建筑，是伊斯兰教民进行礼拜活动的场所，在兰州、临夏等地分布广泛。甘肃的清真寺建筑一部分是以木结构为主、羽翼式造型，具有中国传统建筑风格，还有一部分则更多地保留了阿拉伯的建筑风格。此外，伊斯兰教的陵墓、住宅、教经院等建筑也很有特色。

临夏在中国伊斯兰教历史上有着比较特殊的历史地位，是中国伊斯兰教教派门宦的

¹ 蒋高军.卓尼县木雕艺术刍议[J].美术教育研究,2011(9):25-29.

主要源出地¹，被称为“东方小麦加”。清真寺在临夏非常普遍，是伊斯兰教礼拜真主的地方，也是穆斯林社会最重要的组成部分。临夏八坊地区清真寺林立，风格迥异，既有明清时期的六大寺，如南关寺、华寺、城角寺等，又有新建的大西关寺、北寺等，是临夏最著名的人文景观。穆斯林各民族在衣着、饮食、婚丧嫁娶、节庆礼仪以及喜好、风尚、禁忌等方面都保持着较为完整的伊斯兰风格，世代相传，逐步形成了独特的民族风情。每年到麦加朝觐的临夏穆斯林近千人，一年一度隆重热烈的开斋节、古尔邦节、圣纪节是临夏穆斯林的传统节日。

2.佛教

佛教在甘肃省传播历史悠久，公元69年，成县已塑有佛像，藏族、蒙古族、土族、裕固族等少数民族基本上是全民信仰藏传佛教，汉族中部分群众信仰汉传佛教。佛教的特色建筑主要包括佛教寺院、石窟和佛塔等，在甘肃省的夏河拉卜楞寺、天祝天堂寺、兰州白塔寺、肃南文殊寺等寺院均是典型的藏传佛教寺院，具有鲜明的佛教风格，而省内众多石窟中最具代表性的则是闻名中外的敦煌莫高窟，它以已被发掘的492个洞窟、4.5万平方米壁画和2415尊泥质彩塑被学界认定为世界上现存规模最大、内容最丰富的佛教艺术圣地。

甘南州共有佛教寺院150多座。全国文物保护单位拉卜楞寺集宗教、文化、艺术、绘画、音乐、舞蹈、藏族文献、古籍和建筑艺术之大成，是安多地区规模最大、藏经最多、文物最丰富的藏传佛教中心和藏学艺术宝库；俗称东方“小瑞士”的郎木寺享誉国内外，它所藏的《丹珠尔》《甘珠尔》等经典历史悠久，具有很高的文物价值；卓尼禅定寺已有700多年历史，寺内保存有大量珍贵文物；合作寺“九层米拉日巴佛阁”是集中各教派主供为一殿的藏传佛教“小百库”；夏河甘加白石崖寺、德尔隆寺，卓尼勺哇寺以及合作市多玛寺持金刚佛殿等也远近闻名，十分吸引香客游人。另外，还有国内独一无二、清末创建于甘南临潭的伊斯兰教西道堂，其独特的文化现象在国内民族宗教界和相关学界有着很广泛的声誉²。

宗教对各民族的文化心理、文化传统和文化形式都有很大的影响。各个宗教的节庆、

¹ 帕林达. 临夏的伊斯兰教与清真寺文化[J]. 宗教与民族, 2007(00): 179-188.

² 敏彦文. 充分挖掘和提升甘南民族文化软实力[EB/OL]. 博泰典藏网.
http://www.btdcw.com/btd_8kfed96m7r79c964huyo_1.html

音乐、习俗等文化中也留有深刻的宗教烙印，这些各种形式的宗教文化不仅本身是甘肃丝绸之路上不可替代的文化资源，其所倡导的修身行善、救苦济贫等宗教价值也在一定程度上影响着人们的思想观念，也是重要的精神文化资源。

（五）红色文化资源

甘肃是一个具有光荣革命传统的省份，不仅是中国工农红军两万五千里长征胜利的结束地，也是中国西部最早的红色革命政权的诞生地。艰苦奋斗、百折不挠的革命历程，给甘肃遗留下了丰富的革命遗迹。根据党在民主革命时期的总任务和在不同的历史时期党的具体任务的调整，在甘肃也就形成了不同历史时期的红色文化元素，比较集中的就有“大革命文化”、“根据地文化”、“长征文化”、“抗日文化”、“解放区文化”等，这些红色文化资源不仅承载着丰厚的革命历史、生动的革命事迹，还给我们留下了具有甘肃特色的“南梁精神”、“会师精神”、“红西路军革命精神”、“舟曲救灾精神”等一大批宝贵的精神财富和优良的革命传统。这些精神具有跨越时空、撼人心魄、发人深省、催人奋进的时代力量，是推进甘肃科学发展、转型跨越、民族团结和富民兴陇战略的历史铭鉴和精神动力。在甘肃民族地区，特别是甘南州，分布着众多红色文化资源，成为推文化产业发展的一个重要元素。

1.俄界会议旧址和茨日那毛主席旧居

1935年9月12日，中国工农红军途经高吉村，党中央在村里召开政治局紧急扩大会议，毛泽东在会上作出了决定红军前途命运的重要战略方针的报告，决定成立了由毛泽东、周恩来等五人组成全军最高领导核心，还通过了彭德怀关于缩编部队的建议，决定组建中国工农红军陕甘支队，并责成朱德、叶剑英等研究部队的整编方案；会议批判了张国焘分裂党和红军的错误，通过了《关于张国焘同志的错误的决定》。会后，党中央向全军发出了《为执行北上方针告同志书》。俄界会议战胜张国焘分裂党和红军的错误，对确定红军北上进入甘肃的战略方针，胜利完成红军长征具有极为重要的意义。

迭部县政府于1993年拨款对俄界会议遗址进行了维修。遗址房屋是典型的藏族山寨土围墙木楼建筑，总面积238平方米，建筑面积102平方米，高6米。其中红军司令部面积69平方米，毛泽东当时在茨日那居住过的一幢藏式木楼，居室面积15平方米，也成为重要的革命遗址之一，得到当地政府和群众的保护。

2. 腊子口战役遗址

腊子口是甘川古道上一处地势极为险要的峡谷隘口，它因著名的腊子口战役而闻名天下。当年的中央红军正是在突破腊子口天险之后，才踏上了进军陕北的道路。腊子口是腊子河峡谷的一道隘口，是一处风景绝佳的游览观光胜地和爱国主义教育基地。

1935年9月中国工农红军第一方面军到达腊子口，甘肃国民党守军沿朱李沟口、腊子口、康多、道藏、黑扎一带分点布设了数道防线。尤以腊子口为其防守重点，在桥头和两侧山腰均构筑了碉堡，并在山坡上修筑大量防御工事和军需仓库，敌人妄图凭借天险把红军扼阻在腊子口以南峡谷中。当时红军左侧有卓尼杨土司的上万骑兵，右侧有胡宗南主力，如不能很快突破腊子口，就会面临被敌人三面合围的危险。红军将士通过正面强攻与攀登悬崖峭壁迂回包剿的战术，经过两天激烈的浴血战斗，英勇善战的红军出奇制胜，于9月17日凌晨终于全面攻克腊子口天险。这一仗红军打出了军威，打开了进军甘肃的大门，为后续部队开辟了道路。为了纪念腊子口战役，甘肃省人民政府于1980年8月21日在腊子口战役纪念地修建了纪念碑，1993年重建。纪念碑南、西两面镌刻着杨成武将军亲笔题字“腊子口战役纪念碑”八个大字；北面镌刻着省人民政府对腊子口战役的简介和对革命烈士仰慕缅怀之碑文：“腊子口战役的辉煌胜利将永远彪炳我国革命史册；在腊子口战役中光荣牺牲的革命烈士永垂不朽！”2005年，迭部腊子口战役遗址被纳入了《全国红色旅游发展规划纲要》之中，成为“百个红色旅游经典景区名录”之一。

3. 新城苏维埃旧址

新城苏维埃旧址旧称鞑王金銮殿，始建于十三世纪的元代，最早是元世祖忽必烈南征云南大理时的行宫，其后是当地群众祭祀天地及民族英烈的场所，又称为隍庙。现存主建筑殿宇四座，即正北大殿，东西两侧殿，山门楼台和东西廊房，均为典型的高阶深廊、飞檐斗拱、复瓦彩绘的歇山式木质中式建筑。使这座历史建筑有功于国家民族，成为远近知名的革命胜迹的是二十世纪的中国工农红军。

1936年8月，中国工农红军二四方面军在朱德、张国焘、徐向前率领下长征攻占临潭，将总部设在这里，领导临潭人民掀起了工农革命斗争，建立了甘南历史上第一个苏维埃政权，揭开了临潭人民革命的新篇章。更重要的是二四方面军于同年9月27日在这

里召开了“中共中央西北局会议”，最后决定了红军继续北上的方针，抵制了张国焘要二四方面军西入青海，进兵新疆的错误计划，保证了与中央红军的会师及二四方面军长征的胜利。朱德同志还曾在这里作了整军报告，写下了“抗日反蒋星夜渡，为国跋涉到临潭”的诗句。其后的1943年3月，这里又成为肋巴佛等领导的甘南农牧民起义军在新城征战中的指挥所。抗日战争中，临潭人民为纪念抗日阵亡将士，曾设忠烈祠于此。这一革命历史文物，在当地政府和人民的多方努力下完整保存至今。

4. 景古地区遗址

康乐县景古地区是指现在的景古镇、莲麓镇及五户乡，位置在临夏回族自治州康乐县城之南，是纯汉族聚居区。1936年8月9日，红二、四方面军四军十二师长征到达莲麓，司令部驻在地寺坪小学，村上设立了兵站。同年8月24日，红二、四方面军西北先遣军长征到达景古城，司令部设在线家楼，政治部设在常家楼（政治部主任刘志坚，解放后被授予中将军衔），后勤人员驻在孙家楼。

红军到达后，首先构筑工事。在莲麓拉扎山头挖了战壕，长达三华里，至今遗迹犹存。景古城的红军修整了国民党政府为堵截红军所筑的碉堡六座，碉堡周围挖了掩体、交通壕，以备应战。同时，广泛开展了抗日宣传，动员民众抗日救国，不当亡国奴。当时正值夏收季节，红军一边帮助群众收割庄稼，一边宣传政策，坚决不拿群众一针一线，吃群众的蔬菜瓜果，一律给钱，通过实际行动揭穿了敌人的反动谎言，解除了群众惧怕红军的顾虑。

与此同时，红军进行休整练兵，建立了区、乡苏维埃政权，组织成立了抗日义勇军独立营，进行打富济贫，筹集粮款，发动群众参加红军，并打退了马步芳侦察连的进攻。1936年9月30日，5000余红军全部撤离景古地区。在景古地区的52天时间不仅使红军得到了休整，收集资财改善了部队供给，扩大了队伍，而且在人民群众中播下了革命的火种。

5. 肋巴佛革命纪念馆

肋巴佛革命纪念馆位于甘肃省临夏回族自治州和政县松鸣镇。1940年，肋巴佛在卓尼组织“草登草哇”（七部落济民性质的组织），带领群众抗粮抗捐，开展抗暴斗争。1943年3月27日，肋巴佛率领藏、汉僧俗群众3000余人，在临潭县冶力关起义，自任总

司令。后攻克临潭县城，击毙国民党临潭县长和县党部部长，释放囚犯，开仓济贫。4月19日，肋巴佛率部与王仲甲率领的农民起义军（甘南农民起义领导人之一）汇合成立“西北各民族抗日义勇军”，肋巴佛任洮岷路藏兵司令，挥师武都，策应国民党驻武都骑兵营长张英杰率部起义。6月17日，各路义军七八万人在武都草川崖集结，整编为三个路军和一个藏兵师，肋巴佛为藏兵师师长。这支由汉、回、藏、东乡等各族农民组成的起义队伍，转战甘肃中、南部20余县10月之久，给前来“围剿”的国民党反动军队以沉重的打击。起义失败后肋巴佛在和政松鸣岩等地隐蔽避难。

1981年10月，中共甘肃省委召开甘南农民起义相关座谈会，会议纪要中对肋巴佛的评价是：“以宗教领袖活佛的身份，高举义旗，率领藏汉僧俗群众反抗国民党暴政，后加入中国共产党，这在我国现代历史上是很少见的。”2009年5月，和政县建成了肋巴佛纪念馆。展厅分四个展区：肋巴佛革命事迹展区、和政县党史展区、和政县文史展区及建国六十周年和政县辉煌成就展区，有肋巴佛生前遗物、遗像、生活用品、宗教用品及纪念照片200多件。2011年12月，肋巴佛革命纪念馆被省委宣传部命名为省级爱国主义教育基地。2012年9月，被甘肃省委党史研究室命名为甘肃省第四批中共党史教育基地。

（六）现实文化资源

现实文化资源是相对于历史文化资源而言的，主要是指改革开放和现代化建设中创造出来的新的文化资源¹。本文中的现实文化资源，主要是指由文化部门主办或实行行业管理的文化和相关产业机构，以及这类机构的文化产出，包括文艺创作、文化传媒、文化基础设施、社科研究等文化资源。目前，甘肃民族地区基本已经建立起覆盖到县乡一级的公共图书馆、文化馆、艺术表演场地、文化站、农家书屋、藏家书屋等，文化机构数目和从业人员比重逐渐上升，为甘肃民族地区文化资源提供了良好发展空间。

在已有的现实文化资源中，尤其以《正气甘南》、临夏县文艺杂志《双城》《临夏教育》最为有名。临夏主办《临夏教育》，旨在宣传党的教育方针政策和有关部门的决策部署。依托甘南、临夏丰富民族文化资源，出现了一批具有民族特色的民族研究著作，甘南州在建州六十周年之际，集中出版了一批甘南研究的特色著作，展现出甘南州悠久

¹ 王国安.历史文化资源与现实文化资源的融合研究——以宁波北仑为例[J].中共宁波市委党校学报,2009(5): 114-117.

的历史文化传承。其中，《甘南历史文化丛书》系列，在民族文化、当代民族文学、民族传统歌舞等方面进行了系统的论述，是研究甘南文化传统的全面著述。临夏深厚的历史积淀是学术研究的宝贵资源，当前也出版了临夏研究的诸多专著，例如李维建，马景的《甘肃临夏门宦调查》、王平的《临夏八坊：一个传统与现代回族社区的建构》等。这些现实文化资源不仅对改善和提高当地人民的精神文化生活做出了巨大贡献，其蕴含的巨大文化价值潜力还有待人们进一步发掘利用。

二、甘肃民族地区文化资源禀赋特征

面对当前国际国内产业结构大调整的形势，甘肃民族地区必须抓住机遇，积极调整不合理的产业结构，充分发挥民族地区文化资源优势，为当地经济稳定持续发展创造条件。甘肃民族地区的文化资源呈现多元并存，交错融合的特征，具体体现在以下几点。

（一）无形性与有形性相结合

文化一般以两种形式存在，即无形文化与有形文化。无形文化是以文化的精神和气质存在于人类的思想和意识之中，无形无质，却是文化的内核，是体现国家和民族文化软实力的重要无形资源。有形文化亦称物质文化，是民族文化中的硬件部分，是实现精神文明的途径和载体，也是国家文化建设的推动力。一方面，甘肃民族地区人民在生活中创造了大量的无形的非物质文化遗产和有形的物质文化遗产，这些经由历史的洗礼传承下来的精神文明和物质文明正是一种有形文化和无形文化的完美结合。另一方面，在民族传统文化中，不仅注重人与人之间的和谐，也强调人与社会、人与万物和谐相处。这种文化价值取向也无形中影响了民族文化的发展，例如，甘南藏族人民独具特色的歌舞戏曲、饮食、艺术等都无形中反应了这种天人合一的价值取向。临夏州名胜古迹和人文景观众多，以“马家窑文化”为代表的各类文化遗产星罗棋布，各式清真寺融中国建筑古典风格和阿拉伯建筑特色为一体，庄严肃穆。这些有形文化带来的强烈视觉触觉冲击向世人宣传伊斯兰教义和风情。不难发现，民族地区只有将有形文化与无形文化紧密结合，才能使民族文化源远流长。

（二）差异性与同质性相结合

我们从以上文化资源的阐释中可以发现，甘肃民族地区各民族和社群在长期的历史发展中形成了独具特色的社会文化和相对独立稳定的文化体系，并由此造成了各民族和

社群在生活习惯、风土民情、价值观念、思维方式、人格性情等方面的差异性，继而塑造了不同民族的群体心理素质、气质秉性和行为模式，特别是甘南以藏族为主而临夏以回居多，因此区域和群体间的差异性就更加明显。新中国成立以来，这种文化上的差异性曾一度减弱，但基本格局依旧。20世纪八九十年代起，农牧区实行家庭联产承包责任制，生产活动的分散，互助行为的减少，加上商品经济发展的缓慢，在一定意义上强化了传统文化模式，使得过去一度淡化的宗族观念、等级制度、宗教意识等又得以恢复和加强。甘肃民族地区各文化体系间虽差异明显，但也表现出一定的同质性：例如，在道德上都强调修身养性、重义轻利及长幼有序的孝悌要求；在家庭和社会生活中注重遵从权威；在天人关系上强调天人合一、顺从天命等，这在一定程度上反映了个文化体系的共同特点，即它们都是特定历史时期生产力和生产关系相互作用的产物¹。

（三）独特性与包容性相结合

在悠久的历史传承中，甘肃民族地区文化传承的延续性和一贯性表现得十分突出，而其融合性和对抗性也十分强烈²。一方面，在文化发展和传承中，受到较封闭的地域限制，甘肃民族地区与外界的交流较少，民族文化保持了十分稳定的传承机制，民族生活方式和生活习俗受外来文化影响较少，逐渐形成了以藏传佛教和伊斯兰教为核心的稳固的宗教信仰。即便新中国成立后，甘肃民族地区与其他地区交往、联系渐为密切，商品经济流通往来，风俗文化渗透融合，都很难完全改变甘肃民族地区固有的传统文化，甘肃民族地区民族文化的独特性也得以较好传承下来。另一方面，甘肃民族地区民族众多，多民族长期生活在一起，在生活习惯和宗教信仰方面相互包容、相互融合、相互促进，共同发展，在民族文化上，体现出很强的包容性和相融性。

甘南、临夏所处的自然环境、社会环境、人文环境共同影响着区域内民族文化的传承和发展，使其形成了独特性与包容性相结合的文化发展趋势。具体来看，甘肃民族地区少数民族众多，绚丽多彩、风格迥异的民族文化具有浓厚民族气息、鲜明民族特色，它们共同存在于甘肃省这片辽阔的土地上，各具特色却又相互影响，民族文化的包容性在此也体现的淋漓尽致。以裕固族的民歌为例，裕固族民歌旋律与古代文献记载的突厥

¹ 李少惠.互动与整合：甘南藏区农村公共文化服务发展研究[M].北京：中国社会科学出版社,2014年.

² 李少惠.互动与整合：甘南藏区农村公共文化服务发展研究[M].北京：中国社会科学出版社,2014年.

语民歌、蒙古族民歌有诸多共同之处，还保留着一些与《突厥语词典》中记载的四行一段押尾韵的民歌形式相一致的民歌，同时又吸收了汉族的小调，回族和东乡族的“少年”，藏族的山歌、酒曲以及蒙古族的划拳曲等，并且把各种风格巧妙地融为一体，成为独具特色的裕固族民歌，表现出民族文化资源独特性与包容性相结合¹的特点。

（四）宗教性与世俗性相结合

宗教是一种社会文化现象，代表着文化特殊的社会类型，是人类传统文化的重要组成部分，它影响到人们的思想意识、生活习俗等方面。广义上讲，宗教本身是一种以信仰为核心的文化，是构成许多民族文化的基本要素，因而同民族之间有着紧密的联系。同时，宗教又是整个社会文化的组成部分。地处西北地区的甘肃省是一个多民族省份，对生活在甘南、临夏等地区的藏族、回族、撒拉族、土族、东乡族、保安族等许多民族来说，宗教本质上是人对超越于自然界与人自身的神的敬拜和遵从，往往是其对整个世界的根本看法，也是其生活处世的基本观点，宗教往往渗入其文化的各个层面成为其塑造文化生活的模式。这使得当地的宗教信仰呈现出历史悠久、信仰者众多且信仰虔诚等特点，特别是藏族、回族，因全民信教而使其民族文化具有十分浓厚的宗教性。

尽管宗教与这些民族文化存在着密切联系，宗教性是这些民族文化的基本特征，但这并不意味着宗教性是其民族文化的唯一特征，宗教性并不能涵盖其全部文化的方方面面。一个民族的文化，其宗教性无论多么深厚和强烈都无法消除该文化中的世俗性。很多时候，表现为宗教性和世俗性并存乃至相融的特点。如藏族世代相传的反抗压迫剥削、向大自然宣战等类型的民间故事、表现生活习惯和饮食习俗的民谣民谚、反映祭祀活动与游牧生活的戏曲音乐和民间舞蹈等；而回族穆斯林与伊斯兰教的信仰相联系，也形成了特有的饮食习俗、方式和礼仪等包含多方面内容的饮食文化，其饮食类型、调制方法、风味特产等展现出饮食文化在回族穆斯林群众中所具有的宗教、历史等方面的特殊价值。

（五）传统性与现代性相结合

随着社会的发展，现代化是民族文化不可避免的发展道路。甘肃民族地区的少数民族文化在传承中基本已经形成了固定的文化发展模式，很难为外界所改变，然而，任何

¹ 马少虎,景丽.民族文化与民族地区发展研究——以甘肃民族地区为例[J].甘肃高师学报,2009(4): 140-142.

文化的发展，都是不断与外界交流、将民族传统文化与现代文化相融合发展的过程，即任何文化都是传统与现代的结合体。一方面，少数民族文化保留了较好的独立性和稳固性，民族传统文化与现代文化之间呈现出博弈的过程。即便在强势的现代文化冲击下，甘南、临夏地区的传统文化仍然表现出鲜明的文化特色和精神内涵，无论是甘南的藏传佛教文化还是临夏的伊斯兰教文化，都非常好地保持着自身传统文化特色。另一方面，在现代化过程中，甘肃民族地区民族文化表现出传统性与现代性相互融合、再造发展的特点。民族文化在保留自身传统的同时，也在逐渐受到现代化的影响，走上现代化的轨道之中。近年来，甘肃民族地区文化也正逐渐朝着“走出去”的战略前进，发展文化产业、增强与外界的交流都是民族传统文化与现代化相结合的路径选择，在全球化的发展中必将形成一个全新的开放的文化价值体系，民族文化传统性和现代性结合发展也将会是融入该文化价值体系的必然选择。

（六）精神内涵的潜在性与可塑性相结合

文化资源的精神内涵一般不直接地表现出来，而是需要作为社会生活主体的人去领会、去发掘。以临夏的彩陶文化和甘南的杨土司红色文化为例，如果人们不去深究其背后的意蕴，那些出土的彩陶无非是远古人类的生活器皿，而不是八千年古文明浓墨重彩的一笔；杨土司舍命助红军的事迹也仅仅是一段精彩的历史故事，而不是红色文化和民族大义的完美写照。诚然，这种潜在的价值能否变成现实的经济和社会效益，既取决于文化资源自身的精神内涵，也取决于开发者对该种精神内涵所作的阐释，以及特定需求主体自身素质所决定的对该种精神内涵的理解。我们了解到，“中国彩陶之乡”的临夏已经将彩陶发展成工艺品产业，将其打造成了可供欣赏和珍藏的“古文明”，而卓尼杨土司纪念馆的成立以及《卓尼土司》大电影的拍摄也让红色精神得以传播。

第三章 甘肃民族地区文化产业发展概况

近年来，甘肃民族地区文化产业发展势头良好，成效显著。各级政府出台了许多发展文化产业的重要文件，制定了一系列政策措施，各地各部门加大工作力度，有力地推动了文化产业的发展。具体而言，文化基础设施建设不断加强，文化资源开发步伐逐步加快；文化体制改革不断深化，文化生产力进一步得到解放；优势文化品牌逐步在做大做强，竞争力明显提高；现代传媒、出版发行、文艺演艺、文化旅游业发展较快，现代文化产业体系逐步建立；民营文化企业异军突起，多元化投资格局初步形成。本章通过对甘肃民族地区文化产业的发展和政策历程加以系统梳理，以期在分析文化产业现状的基础上发现问题。

一、甘肃民族地区文化产业发展历程

自新中国成立以来，甘肃民族地区经济建设取得了显著成效，文化建设却一直在探索中前进，在曲折中发展。随着文化产业在国民经济发展中地位的不断提升，甘肃民族地区文化产业也随之发展起来，并不断得到完善和发展。

（一）积累阶段（1978年-2005年）

新中国成立至改革开放前这段时期，我国经济整体发展水平缓慢，甘南、临夏位于甘肃省西南部，交通闭塞，基础设施建设不完备，经济以农牧业为主，发展水平较低。文化还停留在主要由政府供给的公共文化层面，文化产业发展尚未起步。

改革开放后，经济所有制形式多元化发展，市场活力逐渐恢复，贸易往来增多，形成了文化产业发展所需的前期资金准备和市场条件，文化产业初具雏形。这一时期，甘肃民族地区在州政府和州文化单位的推动下，兴办了一些文化活动和文化项目，如兴办文艺场所、放映电影录像、进行文艺演出等，虽然更侧重于公共文化供给方面，但是也取得了一定的经济效益。此后，随着经济发展和人民生活水平提高，文化产业越来越多

地出现在市场经济领域，文化产业经营单位数目日益增多，尽管经济效益显著，但是尚未成为经济发展的重要推动力。

1992年，国务院在关于加快发展第三产业的决定中，首次提出要把文化艺术产值计入第三产业统计指标，文化产业开始出现在国家战略决策中。在2000年“十五”计划中，提出了要完善文化产业政策，推动文化产业发展的目标。2002年党十六大报告提出要积极发展文化事业和文化产业。文化产业在国民经济中的地位日益提高，文化对于一国政治经济的作用不再仅仅是宣传教育，而是能够转变为经济发展的增长点。2000年制定的西部大开发战略指出了文化在西部大开发中的重要地位和作用，提出“合理开发利用文化资源，促进西部地区文化产业发展¹”的指导建议，很多西部省份抓住西部大开发的机遇，开始把发展文化产业定位为省发展战略。甘肃省于2004年颁布了《甘肃省特色文化大省建设规划纲要》，提出了建设文化大省的发展理念，推动文化产业的发展。甘肃民族地区文化产业中，新闻媒体业、音像业、文化旅游业、文物和艺术品业、娱乐演艺业等都有了一定程度的发展，文化产业体系逐渐形成。但是，这一阶段，甘肃民族地区发展经济的主要动力还是放在第一产业和第二产业，服务业发展缓慢，而且受制于落后的经济文化发展水平，甘肃民族地区的文化产业发展相对滞后，没有形成较大的文化企业，主要还是家庭作坊式的生产，尚处于最初的产业发展积累阶段。

（二）发轫阶段（2006年-2010年）

自2002年党的十六大报告中指出“要积极发展文化事业和文化产业”后，文化产业在我国进入全面启动，快速发展的阶段。到“十一五”时期，推动文化产业发展已明确定位为国家发展战略，在“十一五”规划中，则正式提出了要“积极发展文化事业和文化产业，创造更好更适应民众需求的文化产品”。在省级层面，文化产业发展对于社会、经济、文化、环境等方面的提升作用也逐渐显现。2006年出台的《甘肃省“十一五”文化产业发展规划》，提出了建设特色文化大省的战略目标。同时，西部大开发是甘肃民族地区经济文化发展的重要契机，经济发展也带动了文化产业的发展，文化旅游、新闻出版、娱乐演艺业等众多文化行业开始兴盛。在甘肃民族地区，文化产业逐渐发展起来，成立了一些文化产业公司，例如卓尼鼎元艺术品开发有限责任公司、甘南州羚城藏族文

¹ 文化部关于实施西部大开发战略加强西部文化建设的意见[EB/OL].中国文化网,2000-05-15.
http://www.chinaculture.org/gb/cn_law/2004-06/28/content_49709.htm

化科技开发有限责任公司等，临夏的能成古典建筑装饰工程有限责任公司也在这一时期进入了发展阶段。这些文化企业大多依托于当地特色民族文化资源，将文化资源和现代化的科学技术、经营理念等结合起来，形成经济效应，不过，这些企业的发展尚处于起步阶段，规模较小，仍以家庭作坊式的生产为主，尚未发展成为具有地区代表力的文化企业。

（三）发展阶段（2011年-2015年）

2012年甘肃省第二次党代会上提出了文化强省、建设文化大省战略，指出要深化文化体制改革，加强基础项目建设、文化精品创作，完善公共文化服务体系及发展特色文化产业，特别要充分发挥文化资源优势，倾力打造华夏文明保护传承和创新发展示范区，促进文化事业大发展大繁荣，努力把文化产业打造成国民经济的支柱产业¹。在这一阶段，文化产业在国家和省域经济中的重要地位日益凸显，甘肃民族地区对文化产业发展重视程度不断提升，出台了一系列促进文化产业发展的地方性政策和指导意见，一批文化企业相继成立，规模不断扩大，文化产业进入了快速发展阶段。

1. 国家战略规划重要机遇

这一阶段，甘肃民族地区文化产业的发展遇到了前所未有的重要战略机遇，华夏文明传承创新区和藏羌彝文化产业走廊的建设为甘肃民族地区文化产业的发展带来了很好的发展契机。尤其是“一带一路”战略发展构想的提出，对甘肃经济社会发展起到了极大的推动作用。作为“一带一路”战略中的商贸流通枢纽省份，甘肃成为连接中国国内与中亚、南亚和西亚国家的路上纽带和产业交流基地，这对甘肃民族地区的文化产业而言恰逢其时，为甘肃民族地区文化产品走出国门，走向世界提供了有利条件。

2. 政府扶持力度不断加强

较之于甘肃其它市州，作为农牧业交汇区的甘南、临夏二州，经济发展水平相对落后，虽然文化资源富集，但是文化产业发展优势并没有体现出来。为了发展民族地区经济，带动文化产业发展，政府不断加强对民族地区文化产业发展的扶持力度。围绕华夏文明传承创新区建设和“一带一路”战略重要机遇，甘肃民族地区制定了有关文化产业

¹ 王三运. 科学发展转型跨越民族团结富民兴陇为与全国同步进入全面小康社会而努力奋斗——在中国共产党甘肃省第十二次代表大会上的报告[EB/OL].西部网,2012-05-02.
http://news.cnwest.com/content/2012-05/02/content_6431325.htm

发展的总体规划和实施方案,加快推动文化产业发展的配套体系建设。为拓宽融资渠道,政府加大招商引资力度,从2011年到2014年,甘肃民族地区文化产业招商引资签约合同项目金额从0.83亿元,增长到104.33亿元。对文化企业采取税收优惠和银行贷款支持等措施,为发展当地文化产业提供了资金支持。在培育文化企业方面,甘肃民族地区根植于当地民族特色文化资源,尤其大力培育中小文化企业,从项目、研发、品牌建设等多方面给予支持。在文化产品推广上,甘肃民族地区举办文化研讨会、民族文化艺术节、文化旅游节等大型活动,提高当地文化影响力,提升文化品牌知名度。

3.文化产业规模逐渐扩大

中国经济环境整体发展势头较好,为文化产业发展创造了有利的经济环境,再加上政府扶持引导和文化企业自身的良好运营,甘肃民族地区文化产业发展较快。到2014年底,甘肃民族地区共有文化产业机构465家,文化产业从业人员11199人,亿元建设项目14个,文化产业资产总额为20.25亿元,产业增加值达到了5.72亿元。在文化产业发展中,文化旅游、民族工艺、民族特需品等传统文化产业助推作用明显,文化创意产业尚处于起步阶段。

4.文化产业市场体系逐步完善

经过十多年的发展,甘肃民族地区文化产业逐渐建立起自己的市场体系,初步形成不同门类、不同层次的广阔市场发展空间。甘南以藏族风俗文化和藏传佛教的宗教文化、临夏以伊斯兰文化为发展文化产业的主要资源,发展了藏香、唐卡、木雕、石雕、砖雕、氍毹卡垫、民族服饰、民族饮食等产业;建立起新闻出版、广播电视、休闲娱乐、歌舞演艺、工艺美术、文化艺术等文化产业门类;健全图书报刊、电子音像制品、演出娱乐、电影电视剧、民族艺术品等文化产品市场。同时,文化产业发展相关的配套产业,诸如建筑业、制造业、物流业等行业也取得了快速发展。目前甘肃民族地区基本形成了以文化旅游业和民族用品制造业为核心,其他相关行业快速发展的文化产业格局,文化产业市场体系日益完善。

(四)展望阶段(2016年-2020年)

“十一五”、“十二五”的十年时间里,甘肃民族地区文化产业虽然纵向上发展非常迅速,但是横向来看文化产业发展并不理想,落后于省内一些文化产业发展较好的地

区。“十三五”规划提出要深化文化体制改革，实施重大文化工程，完善公共文化服务体系、文化产业体系、文化市场体系，推动文化产业结构优化升级，发展骨干文化企业和创意文化产业，培育新型文化业态，扩大和引导文化消费¹，这为甘肃民族地区文化产业提供了发展方向。

1.文化产业市场开放程度将不断提高

随着市场经济发展，文化产业市场逐渐趋向法治化、国际化、便利化，运营环境不断优化。十八届五中全会提出推进“一带一路”建设，推进同有关国家和地区多领域互利共赢的务实合作，推进国际产能和装备制造合作，打造陆海内外联动、东西双向开放的全面开放新格局。“一带一路”发展战略的推出和实施是甘肃民族地区文化产业发展的一个重要战略发展平台，为甘肃民族地区文化产品开拓了更大的国外市场，打开通往国际的大门。要抓住“一带一路”战略机遇，实现文化产业跨越式发展。

2.文化产业与互联网融合将成为经济新增长点

网络已经在国民社会生活中占据非常重要的位置，随着物联网的发展应用和“互联网+”概念的提出与推进，文化产业未来的发展和互联网密不可分，“互联网+文化”和文化产业“O2O”（Online To Offline）模式也将成为我国“十三五”时期文化产业发展的新的经济增长点。当前，甘肃民族地区文化企业发展较少与互联网、物联网相结合，企业组织、运行方式、销售方式仍然是以传统实体店面为主，推进文化产业在组织、商业模式、供应链、物流链等方面基于互联网的创新发展模式，对甘肃民族地区文化产业发展将大有裨益。

3.创意人才在文化产业发展中越来越重要

“十三五”规划中，首次提出了发展“文化创意产业”，创意在文化产业发展中将会成为提升文化产业竞争力的核心，此外，创意文化产业也将渗透到其他行业，“创意+”发展模式将成为文化产业发展的核心推动力。发展创意文化产业最重要的是培育和挖掘创意文化人才。然而目前甘肃民族地区创意型人才、复合型人才和技术型人才都存在较大缺口，这成为制约当地文化产业发展最明显的短板之一，因而，在未来的发展中，能否培育、挖掘高水平创意人才，将成为影响当地文化创意产业发展的关键。

¹ 新华社.中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议[EB/OL].新华网,2015-11-03.
http://news.xinhuanet.com/fortune/2015-11/03/c_1117027676_4.htm

4.文化产业与文化事业融合发展将成为主趋势

与以往的五年发展规划不同，“十三五”规划建议中没有明确提出“文化事业”和“文化产业”的说法，这意味着在日后的文化建设中，文化事业和文化产业将会呈现逐渐融合统一的局势。例如，很多甘南、临夏的大餐厅中增加了体育活动、游戏比赛、文艺演出等；会展活动中也增加了书画交流、文艺演出、古玩展售、花卉展售等多种项目。通过这种方式，在文化产业发展过程中，又无形中提供了公共文化服务，此外通过政府购买和服务外包等形式逐渐让文化企业参与到公共文化服务供给中来，文化企业也相应承担一定的公共文化供给责任。

5.文化建设体系将不断完善

“十三五”规划中在文化建设领域提出了完善四个“体系”，除了公共文化服务体系外，其余三个“体系”都是之前没有提过的，分别是“传统文化传承体系”、“文化产业体系”、“文化市场体系”，文化体系的建设和完善，将会有力推动文化产业的科学发展和可持续发展。体系的构建是一个长期性、系统性的工作，需要甘肃民族地区从顶层设计、宏观布局角度予以思考，更需要从市场主体、项目落地等微观环节密切筹划。近年来，甘肃民族地区在注重传统文化产业如会展出版、广告等发展的基础上，也逐渐推动到文化创意和设计服务与相关产业融合发展，以及文化产业和新型业态之间的融合发展等问题，这都与文化发展的体系建构密切相关¹。

6.文化与科技融合趋势将不断加强

2014年文化部、财政部联合印发《关于推动特色文化产业发展的指导意见》，提出工艺品业要在保护多样性和独特性的基础上，坚持继承和创新相结合，促进特色文化元素、传统工艺技艺与创意设计、现代科技、时代元素相结合。国务院出台的《关于推进文化创意和设计服务与相关文化产业融合发展的若干意见》指出要加快工艺美术产品、传统手工艺品与现代科技和时代元素相融合。在“十三五”发展阶段，传统手工艺与现代科技融合发展将成为文化产业发展的重点。甘肃民族地区已经出现了将传统手工艺与现代科技融合的发展趋势，例如，甘南石版画制作和临夏砖雕生产将传统手工技艺和现代科技中的平板喷绘技术、精雕技术相结合，以更加细致、精美、高效的趋势迅速打开

¹ 光明科技. “十三五”规划建议中文化建设的6大要点[EB/OL]. 光明网, 2015-11-21. http://tech.gmw.cn/newspaper/2015-11/21/content_109930712.htm

文化消费市场。

在“十三五”规划中，尤其提出了要将文化产业建设成国民经济发展的支柱产业，表明文化产业发展已经成为推动经济发展的重要战略之一。根据甘南、临夏两州近几年文化产业发展来看，在“十三五”时期，甘肃民族地区文化产业仍然有非常大的发展空间。

二、甘肃民族文化产业的政策规划

新世纪以来，国家西部大开发战略的提出和实施，为加快西部民族地区发展提供了有力支持和强大动力。同时，各地区也相继出台了符合区域发展实际的文化产业支持政策。2012年，甘肃省委、省政府出台了《关于贯彻党的十七届六中全会精神、进一步加快文化大省建设的意见》《甘肃省加快文化大省建设的若干政策规定》《甘肃省“十二五”时期文化改革发展规划纲要》等一系列支持文化发展的政策性文件，为文化事业、文化产业跨越发展提供了政策保障。其中，《甘肃省“十二五”时期文化改革发展规划纲要》直接推动了甘肃民族地区文化部门体制改革及文化产业蓬勃发展，重点针对西部地区文化产业存在的问题，包括经济基础薄弱、文化产业发展缓慢，产业化程度低、竞争力不强，市场化及资源优势转化不足提出一系列发展措施。

甘肃省文化厅联合省财政厅出台了《关于加强非物质文化遗产保护工作的实施意见》《甘肃省非物质文化遗产保护专项资金管理办法》。甘肃省文化厅相继制定出台了《甘肃省文化厅“十二五”时期文化改革发展规划》《甘肃省文化系统贯彻〈文化部“十二五”时期文化产业倍增计划〉的意见》《甘肃省文化系统人才队伍建设规划(2011~2015年)》《关于加强基层文化人才队伍建设的指导意见》《省直文化单位急需人才培养引进办法》《甘肃省文化市场综合执法队伍培训规划》等文件，起草了甘肃省舞台艺术创作、专业美术创作、艺术科学研究等3个五年规划，为全省文化改革发展绘就了蓝图，营造了良好的文化政策环境。

2013年3月，我国首个国家级文化发展战略平台——华夏文明传承创新区建立，极大改变了甘肃的发展状况。过去因为习惯于发展文化资源型产业，导致文化产业链条不长，文化产业发展可持续性不强；而创建华夏文明传承创新区正是要趟出一条经济欠发

达但文化资源富集地区实现科学发展的新路子，从文化资源型产业转向文化内容型产业。甘肃省文化厅积极推进“华夏文明传承创新示范区”建设，配合省委宣传部全面梳理全省文化资源，筛选出了一批项目，按照围绕“一带”，建设“三区”，打造“十三板块”的工作思路，开展文化项目建设。

2014年5月，文化部提议建设“丝绸之路文化产业带”，结合丝绸之路辐射区内的文化产业特色，通过发展产业带能够有力带动甘肃民族地区的经济发展和产业结构的升级、改革。8月，文化部、财政部联合发布了《关于推动特色文化产业发展的指导意见》，提出依托各地独特的文化资源，通过创意转化、科技提升和市场运作，提供具有鲜明区域特点和民族特色的文化产品和服务的产业形态。可以看出，国家对西部民族地区的文化产业发展日益给予极大的重视，这也为民族地区由追赶式发展向跨越式发展提供了可能性。

为贯彻落实国家政策，全省征集整理文化系统重点文化企业、基地（园区）融资贷款项目，争取国家及省上的文化产业发展专项资金。参加深圳文博会、北京文博会、中国海峡两岸文博会、国际文化产业大会等，全方位展示华夏文明传承创新示范区独特资源禀赋、良好文化基础、项目储备和支持政策，加大招商引资力度。其中在第六届中国西部文化产业博览会上，宣传推介重点文化产业项目14个，达成长期供货协议16项。甘肃省以“三园一带”建设为重点，指导文化产业园区完善项目规划，着力在营造良好的政策环境、搭建公共服务平台、破解文化企业融资难、加大推介展示营销力度等方面下功夫，文化产业发展不断加快。2012年9月，甘南州羚城藏族文化科技开发有限责任公司与兰州创意文化产业园有限公司、肃南裕固族自治县祁连玉文化产业开发有限公司三家文化企业代表甘肃省成功入选第五批国家文化产业示范基地。

借助国家层面重大发展机遇，甘肃民族地区在文化产业方面也制订了一系列政策推动发展。

（一）服务业

近来甘肃民族地区陆续出台的一系列支持服务业发展的政策措施，从财税、信贷、土地和价格等方面都在不断深化、细化和完善，市场效果随之显现。政府实行结构性减税和普遍性降费，减免涉及小微文化企业的有关行政事业性收费和政府性基金，进一步

清理乱收费现象，切实减轻小微文化企业负担，减税和增支是其政策发力的重点。支持非公经济发展，全面推行“三证合一”，进一步降低准入门槛，简化程序，推动中小微文化企业增加数量、扩大规模。建立和完善中小企业融资担保体系，加大政府注资规模，破解融资难题。着力优化非公有制企业发展环境，促进非公有制经济快速发展，增加值达到46亿元，占生产总值的43%。

（二）地区交流

民族地区积极开展与沿海等发达地区的交流合作。甘南州积极构建多层次交流合作格局，密切与天津的沟通衔接，借力天津的发展优势，全面推进区县、行业、部门结对援助。而临夏州也获得厦门市大力的对口支援，在项目建设、人才培养以及富民产业方面都取得了极大成效。通过地区间的交流合作，有效实现了吸引资金、资源和技术，承接产业转移，优势互补，互利共赢。同时，甘南州、临夏州也十分注重与省内兄弟市州和周边民族地区的交流合作，在畜产品加工、民族特需品生产、文化旅游、商贸流通等领域开展全方位、多层次、多元化的合作。与大专院校、科研院所进行交流合作，建设多层次的人才智库，开展决策咨询、科研攻关、考察调研、学术交流活动，推进技术创新，破解发展难题。

（三）文化旅游

临夏、甘南文化旅游业发展起步较早，并依托兰州中心城市的优势，产业各要素渐趋成熟，已经组织编制了本地区文化旅游发展规划及相关方针、政策；对现有文化旅游资源进行了整理分类；对本地区文化旅游重大问题进行决策；协调各部门利益等，并定期召开会议认真研究文化旅游发展现状及问题。民族地区在开发文化旅游中充分考虑甘肃省以及周边地区文化旅游的发展和州内实际发展情况。对内，不断完善州内文化旅游发展过程中的不足；对外，学习、发扬有利于甘南州文化旅游发展的经营模式。内外兼修、放宽眼界、创新经营、与时俱进，深度挖掘可利用的文化旅游资源，并着力打造精品旅游景区和旅游产品，加快发展文化旅游，把宗教文化、民间艺术等具有民族特色、地方特色的民族元素引入旅游产品当中，促进文化与旅游的深度融合，不断丰富和提升文化旅游品牌内涵，使旅游与文化相互依存、相互促进、共同繁荣，为广大游客提供具有震撼力的视觉盛宴，扩大对外知名度和影响力。

（四）园区建设

在招商引资方面，充分利用兰洽会、西洽会等节会，开展招商活动，创新招商引资方式，优化投资环境，拓宽投融资渠道，提高签约项目履约率和资金到位率。采取更加灵活有效的方式，通过招商引资开发建设民族产业园，加快实施甘南羚城等文化产业园区、民族服饰制作等文化产业基地、文化艺术展示中心等文化产业项目建设。全力打造当周神山藏文化国际生态旅游体验区、甘南藏区原生态游牧部落文化休闲体验区、古洮州民族民俗文化产业园区、郎木寺藏族文化艺术演艺中心等重点文化产业项目。加大文化与旅游、文化与科技、文化与金融、文化与体育的深度融合，大力培育产业主体，扩大产业增量。

（五）节庆活动

甘南州已成功举办香巴拉旅游艺术节、中国乘用车拉力赛、玛曲格萨尔赛马大会、中国腊子口大力士国际邀请赛、卓尼国际自驾狂欢节、碌曲锅庄舞大赛以及香浪节等节庆赛事活动；邀请省内外百家电视台走进甘南，扩大宣传推介，拓展高、中端旅游市场，深化与周边客源地和京津冀、长三角、珠三角等重点区域的旅游合作；开通甘南旅游网，开展网络营销，加快智慧旅游建设。临夏州以花儿为开发契机，先后举行过黄河三峡民族风情旅游节暨花儿大奖赛、迎澳归“电力杯”首届民歌大奖赛、西部花儿歌手邀请赛、甘肃河州花儿艺术节暨和政松鸣岩旅游观光节、莲花山花儿旅游节等大型节庆活动，将民俗文化产业同旅游业融合起来，力图创建有特色的规模化的民族文化产业模式。民族地区通过举办一系列文化节会，对当地文化产业产生了一定的推介、辐射、凝聚和带动作用¹。

三、甘肃民族地区文化产业发展现状

甘肃民族地区文化产业正处于快速发展时期，文化产业开发全面展开，文化产业建设取得了一定成绩，但是从整体看，文化产业起步晚，发展慢，企业规模小，经济效益并不突出。

（一）文化产业发展周期

¹ 甘肃民俗文化产业开发综合考察报告[R]. “甘肃民俗文化产业再开发前景与文化生态关系研究”课题组,2009.

产业发展周期是每个产业都要经历的一个由成长到衰退的演变过程，是指从产业出现到完全退出社会经济活动所经历的时间。

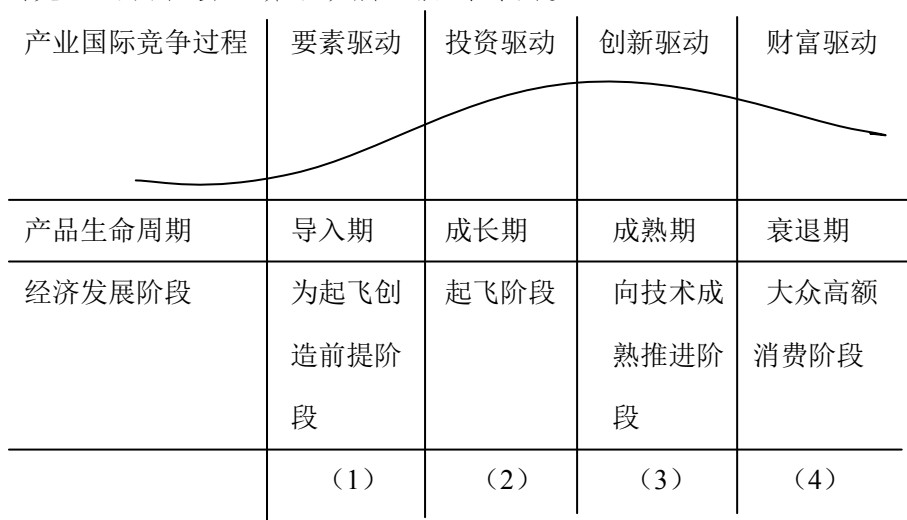


图3-1 迈克尔·波特产业发展周期图¹

根据迈克尔·波特的《国家竞争》，在不同的经济发展阶段，产业竞争力仍具有不同的驱动方式，而且体现竞争优势的产业也具有不同的内容。在这四个阶段中，前三个阶段为产业竞争力扩张时期，第四个阶段是产业国际竞争力下降时期。进入经济起飞阶段，产业竞争优势主要依靠投资推动，企业需要大量投资，包括大量引进外资，靠扩大生产规模、提高生产能力获得竞争优势。目前，甘肃民族地区的文化产业发展处于导入期向发展期转变阶段，一方面，文化产业发展要素驱动作用明显，大量文化企业的发展与当地丰富的资源密不可分；另一方面一些发展较好的优势企业已经积累了一定的资金、技术、人才、管理经验等资源，正朝着创新、创意方向发展，通过增加投资，吸引人才、研发技术，增强创新意识和能力。

（二）文化产业规模与总量

从文化企业规模来看，甘肃民族地区发展较好优势企业较少，甘肃省委文化体制改革工作领导小组办公室发布的2013年《甘肃省100家骨干文化企业名录》和《甘肃省民营文化企业30强榜单》²以及甘肃文化创意产业协会和甘肃省文化产业商会联合公布的“2014年甘肃文化企业30强和民营文化企业10强公告”³显示，甘南和临夏在100家骨干

¹ 李晓亮. 西藏文化产业发展战略研究[D]. 硕士, 复旦大学, 2009.

² 2013年《甘肃省100家骨干文化企业名录》和《甘肃省民营文化企业30强榜单》正式发布[EB/OL]. 每日甘肃网, 2013-05-24. <http://gansu.gansudaily.com.cn/system/2013/05/24/014078974.shtml>

³ 2014年全省文化企业30强和民营文化企业10强公告[EB/OL]. 每日甘肃网, 2014-10-29. <http://gsrb.gansudaily.com.cn/system/2014/10/29/015234536.shtml>

文化企业中仅占8家（临夏7家，甘南1家），在30强榜单中占4家（皆来自临夏），而在2014年的文化企业30强及10强公告中却只有1家上榜（临夏能成古典建筑装饰工程有限公司），说明甘肃民族地区发展较好文化企业非常少，而且，登上榜单的企业全都是工艺品行业，文化旅游、影视动漫、演艺娱乐、节庆会展、文化创意等领域没有大的建树，说明甘肃民族地区文化企业的发展仍停留在以工艺品制造为主要业态的初级产业发展阶段。

纵向来看，民族地区文化产业取得了快速发展，文化产业增加值逐年提高，占GDP的比重也逐渐增大，到2014年，临夏文化产业增加值为4.03亿元，占GDP的2.2%，比上年增长25.58%；甘南2014年文化产业增加值1.69亿元，占GDP的1.5%，比上年增长了31%，然而，横向来看，甘肃民族地区文化产业发展尚落后于甘肃省其它市州。到2014年，甘南、临夏二州文化产业机构465个，甘南175个，临夏290个；文化产业从业人员11199人，甘南2777人，临夏8422人；文化产业资产总额为20.25亿元，甘南3.32亿元，临夏16.93亿元，远远落后于甘肃省其他市州，从这些经济发展指标来看，甘南、临夏文化产业的发展仍然有很大的发展潜力和提升空间。

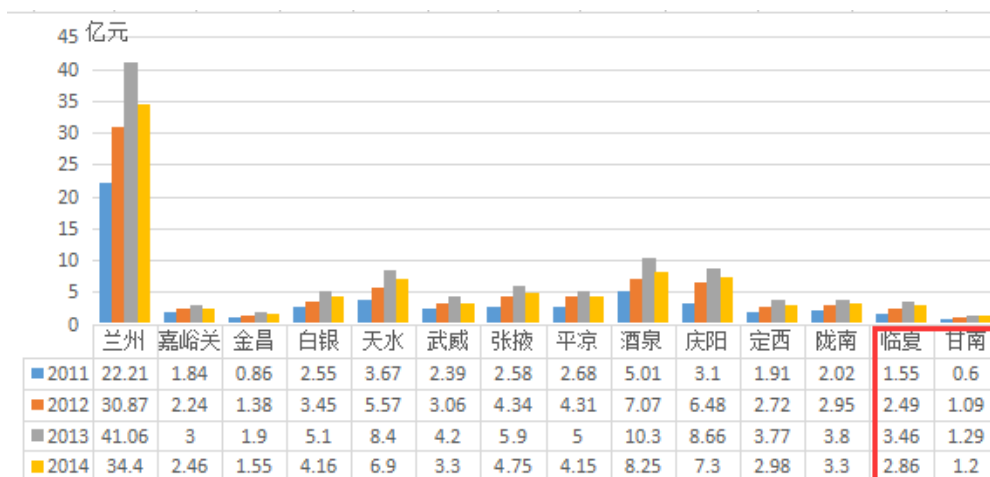


图3-2 2011年-2014年甘肃省各市州文化产业增加值统计图¹

¹ 数据来源：甘肃省公共文化服务体系建设和文化产业发展情况统计（2014年12月）。

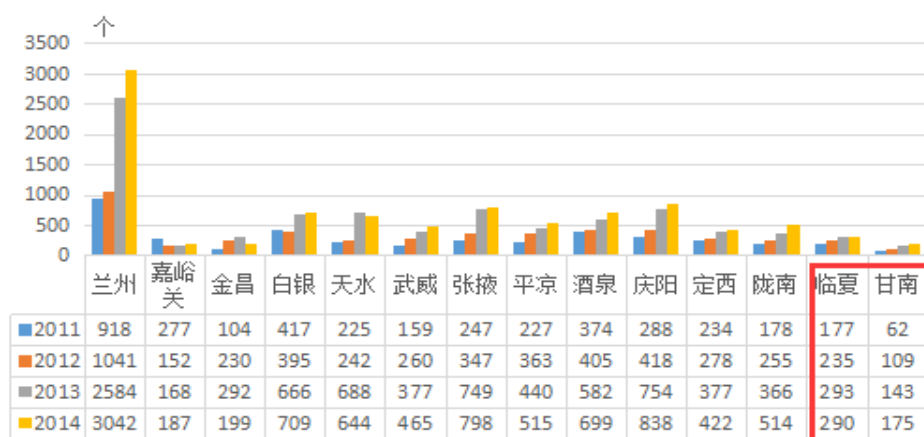


图3-3 2011年-2014年甘肃省各市州文化产业机构数统计图1

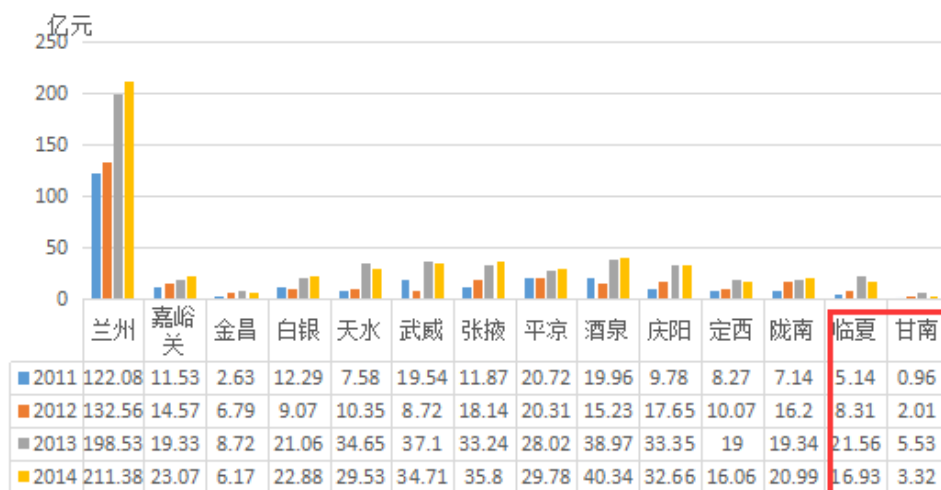


图3-4 2011年-2014年甘肃省各市州文化产业资产情况统计图2

（三）文化产业市场绩效

市场绩效是指在一定的市场结构下，通过一定的市场行为使某一产业在产量、价格、利润、产品质量和品种以及技术条件等方面表达的现实状态。市场绩效是以市场结构为基础，由企业市场行为形成的资源配置和利益分配的状况，它反映市场运行的效率³。总体来看，甘肃民族地区文化产业增加值较低，2014年甘南文化产业增加值为1.2万亿，临夏为2.86万亿，这显然与当地丰富的文化资源禀赋不匹配。主要是因为当前甘肃民族地区文化资源利用率普遍偏低，主要采取传统的开发方式。以文化旅游为例，文化旅游

¹ 数据来源：甘肃省公共文化服务体系建设和文化产业发展情况统计（2014年12月）。

² 数据来源：甘肃省公共文化服务体系建设和文化产业发展情况统计（2014年12月）。

³ 李晓亮. 西藏文化产业发展战略研究[D]. 硕士, 复旦大学, 2009.

景点的收入主要是门票收入，景点衍生消费较少。目前，甘南、临夏都在推动文化旅游业和休闲娱乐业的互动融合，通过不同行业融合发展，提高当地文化资源的利用效率，提高文化产业市场效益。文化产业结构的不尽合理也影响了甘肃民族地区文化产业市场绩效，主要表现为企业构成结构有待于优化。甘肃民族地区文化产业构成以家庭小作坊式的文化企业主体，这类文化企业数量大、产出少，所占市场份额小，而且众多的家庭作坊处在加工阶段，自主设计、研发新产品较少，不仅难以形成完整的文化产业链，而且产品的附加值低，属于“微利”企业。

（四）文化产业行业发展

整体来看，虽然甘肃民族地区文化产业与甘肃省其他市州存在一定差距，但是甘肃民族地区文化产业也在不断发展、完善中；具体来看，通过分析甘肃民族地区文化产业各行业的发展，可以发现，作为民族自治州，甘南和临夏的文化产业开发，基本着眼点就是“民族性”和“地域性”，通过突民族特色和区域特色来扩大产业范围、深化产业内涵、调整产业结构，最终实现文化产业的高经济效益和社会效益。

1. 广播影视业

广播电视作为基本公共服务供给目前甘南、临夏覆盖率皆已达到95%以上。2014年，甘南城镇广播和电视综合覆盖率为100%，广播电视农村直播卫星用户15.29万户，有线电视用户3.40万户，比上年增加0.15万户¹；临夏州广播电视转播台11座，千瓦以上广播电视转播台11座，广播人口覆盖率95.9%，电视人口覆盖率96.41%²。

依托丰富的民族文化资源、深厚的历史文化资源和优美的自然文化资源，甘肃民族地区大力发展影视业，建成“格萨尔”演艺与“格萨尔”影视推广基地，成立了甘南安多影视化传媒公司、临夏花儿文化影视传媒发展有限公司等影视制作公司，制作、出品了一系列反应当地风土人情、精神风貌的优秀影视剧。甘南创作生产了《甘南情歌》《卓尼土司》《青稞熟了》《云中的郎木寺》《拉卜楞人家》《迭部恋歌》以及藏语译制片《圣诞玫瑰》等电影，其中，《甘南情歌》荣获第十三届中宣部“五个一工程”奖；临夏拍摄了电影《情定河州》，筹拍电影《古河州的女儿》，方言电视剧《马五哥和尕豆

¹ 数据来源：2014年甘南州经济和社会发展统计公报。

² 数据来源：2014年临夏州经济和社会发展统计公报。

妹》等。这些优秀的影视剧反映出甘肃深厚的民族文化积淀，凸显了西部类型影视剧的独特魅力，扩大了甘肃影视剧品牌的知名度和影响力。

2.文化出版业

文化出版业包括音像出版业及新闻出版业，涵盖音像制品及电子出版物的发行、批发、零售和图书、报刊、广告、装潢等经营行业。近几年，甘肃民族地区文化出版业发展较为迅速，将大量民族文化制作成电子产品、书籍、报刊、杂志等出版物，既取得了较好的经济效益，又扩大了民族文化的影响力。甘肃民族地区成立了央金音像电子有限责任公司、甘南藏族音像制品公司、临夏四海音像有限公司等文化出版公司及甘南日报社、临夏回族自治州民族报社等较有影响力的报社。甘南出版了《甘南藏族民歌集》《多彩的舟曲文化》《多彩的迭部文化》《拉卜楞文化丛书》及出版发行藏汉两文《甘南日报》，杂志《格桑花》《达赛尔》等。临夏州目前共有印刷企业31家，广告、装潢店28家，图书报刊的零售单位44家，从业人员650人，年产值达5200万元¹，组织出版了《魅力临夏》《临夏回族自治州史话》《临夏人物志》《临夏小说选》等书籍和《临夏民族日报》、党委机关报《民族报》等报刊和以《河州》为代表的杂志。

3.休闲娱乐业

娱乐休闲服务主要以KTV、歌舞厅、休闲会所等为主。随着人民生活水平的提升和生活质量的提高，休闲娱乐业发展越来越迅速。当前，甘南、临夏依托文化旅游业发展休闲娱乐业，建设完善旅游基础项目，目前甘南州共有旅游企业65家，其中，国内旅游定点接待单位50家，国内旅行社8家，分社3家，有各类宾馆饭店180多家，星级饭店达26家，旅游企业72家，旅游景区漂流点3处，旅游商品和旅游纪念品生产企业18家，旅游游艇服务公司1家，景区乘马服务4处、马队360匹，“农家乐”达到820户，旅游专业村10个，星级农牧家乐示范户60家²。2014年，临夏州共有各类娱乐业经营单位108家，年产值5140万元，从业人员400人；2015年上半年产值2800万元，从业人员650人³。

4.工艺美术业

工艺美术业包括广告服务、文化软件服务、建筑设计服务及工艺品制作、文化产品

¹ 数据来源：临夏州文化产业调研报告(2015年)。

² 张宇博.甘肃省甘南藏族自治州文化产业发展研究[D].硕士,西北民族大学,2014.

³ 数据来源：临夏州文化产业调研报告(2015年)。

生产等。甘肃民族地区工艺美术品生产主要有木雕、洮砚、石雕、唐卡、氍毹卡垫、雕刻葫芦、砖雕、刺绣、美术品（含文物复仿）、民族手工地毯、黄河奇石、民族服饰等。甘肃民族地区文化产业发展的很大程度上是依托工艺美术业发展起来的，一些发展较好的文化企业如甘南的羚城藏族文化科技开发有限责任公司、玛尼藏式木雕有限责任公司、摩尼宝藏族文化艺术有限公司、鼎元艺术品开发有限公司，临夏的能成古建筑有限公司、青云砖雕公司、临夏市工艺美术有限责任公司、临夏大禹民间文化艺术有限责任公司等都是以当地传统民族工艺为重点而发展起来的。甘肃民族地区工艺美术业已经成为当地文化产业的重要组成部分之一，但是甘肃民族地区工艺美术业发展水平仍有待于进一步提高。当前，除羚城、能成等发展较好的公司外，大部分公司仍采用传统家庭小作坊式的生产方式，产量少、效益低。

5. 文化旅游业

文化旅游是近几年甘肃民族地区主推的文化产业，通过文化创意、文化项目、文化活动、文艺产品等手段，增加当地旅游业的文化内涵，不断开发特色旅游资源，提升完善老项目，打造旅游新项目，助推甘肃民族地区文化旅游产业发展。甘南州重点推广甘南藏族文化千幅唐卡、甘南藏族歌舞、夏河拉卜楞佛教文化、舟曲采花节、玛曲龙头琴弹唱、卓尼洮砚雕刻、临潭洮州花儿、碌曲锅庄、迭部红色文化旅游等9个知名文化品牌。临夏主要有和政古动物化石博物馆、和政县松鸣岩旅游景区、康乐县莲花山旅游景区、积石山县大山庄峡旅游景区、大墩峡旅游景区、永靖水上文化公园、临夏市东公馆等，具有民族民俗特点的A级以上文化旅游景区12个。在文化旅游业发展中将特色文化资源和文化活动结合起来，提供具有地区特色的旅游服务。例如，刘家峡水上公园充分利用得天独厚的刘家峡水库资源并与登山比赛、书画笔会、文艺演出和餐饮住宿有机结合，推出了多种刺激性、趣味性和参与性强的运动项目和娱乐项目，打造集吃、住、行、游、购、娱为一体的文化公园，促进了文化旅游业的发展。借助于丰富多彩的文化资源，甘南、临夏文化旅游业取得了较好发展，目前基本建立起香巴拉旅游文化、民俗风情特色旅游文化、草原峡谷生态游、红色文化游、史前彩陶及化石文化游等文化旅游主线。

6. 文化产业园

文化园区基本的前提是文化生产与消费活动的呈现，文化产业的核心内容是创意，

而创意灵感的获得往往来自于与其他同行相互接触的刺激，在众多的活动中特别是多样化文化聚会地点的出现，通常能充分提供人们之间的相互交流以获取灵感，诸多优势让文化产业园成为政府规划、布局文化产业的重点，近几年，甘肃民族地区文化产业园建设发展非常快。目前，甘南州有甘南羚城藏族文化产业园区、夏河县拉卜楞文化产业园区、甘南白龙江流域民俗和生态文化产业园区、洮河风情文化产业园区4个产业园区和甘南藏族歌舞演艺基地、甘南藏族服饰制作基地、甘南唐卡藏香艺术传承基地、拉卜楞藏传佛教文化基地、迭部腊子口生态文化基地等7个文化产业基地。临夏州围绕华夏文明传承创新区建设，提出了“一园、三区、八基地”的建设布局，筛选确定了7类28个重点项目；围绕国家“一带一路”战略和省上建设丝绸之路黄金段的重大机遇，编制并正在实施《丝绸之路经济带黄金段盛世伊园（临夏）建设方案》。目前，临夏州规划建设和已投产的园区共16个，其中已投产2个，即复兴厚中藏回医药文化旅游产业园、和政云海闲庭，正在建设的投资亿元以上的文化产业园区有临夏民族文化产业园等3个，已规划尚未开工的园区有11个。

四、甘肃民族地区文化产业发展问题分析

甘肃民族地区文化产业的发展虽然取得了显著提升，然而，从产业化角度来讲，还存在着较大不足，具体来看，民族地区文化产业的发展问题主要集中在政府治理、市场培育、资源开发和产业运营四个层面。

（一）政府治理层面

1.文化管理体制制约

近年来，甘肃民族地区文化市场管理体制取得了明显进展，但旧有文化体制还没有得到根本的改变，制约文化发展的体制性障碍仍然存在。诸如政府与文化企事业单位的关系、文化政策及文化立法，“管办不分”、“政企不分”等问题，都没能真正得到解决¹。文化市场管理工作是一项社会系统工程，涉及部门众多。当前在文化管理体制上存在的主要问题是各部门权责混乱、职能交叉，在文化产业管理上，存在政出多门，互相推诿扯皮的现象。在调研中，通过和当地政府人员的交流，笔者得知，虽然成立了文

¹ 周小华.2011-2012 甘肃省文化产业发展报告[R].兰州：甘肃人民出版社,2012 年.

广新局，将文化、广播、新闻等文化行业统一管理，但是事实上文化产业管理条块分割现象依然明显，当地娱乐市场、图书出版市场等分别由政府不同部门进行管理，彼此之间缺乏沟通、协作，管理分割严重，这严重影响当地文化产业的协调发展。

2.文化产业政策欠缺

甘肃民族地区提出发展文化产业的战略后，相继制定了各种各样的文化产业发展政策，这些政策对当地文化产业发展做出了战略规划和建设布局。但是，就当前民族地区文化产业发展的现实需求来看，已发布的文化产业政策还有待于进一步完善，尤其是在文化产业发展的实施方面还存在较大欠缺。首先，文化产业政策倾斜力度不够。甘南、临夏以家庭作坊式文化企业为主，规模小，资金少，这类文化企业发展壮大的最主要制约因素就是资金匮乏，然而，当前的文化产业政策更倾向于税收、土地、招商引资等领域，未涉及融资机制改革，投融资机制的不健全使得文化产业投入不足，投资方式单一，限制文化产业的发展。目前出台的文化产业政策对小微文化企业发展虽有帮助，但作用有限。其次，文化产业政策与文化产业战略不配套，导致文化体制改革的实践结果与预期目标出入较大，出现了一些文化主体的发展与文化体制改革相背离的事实。以文化事业单位改革为例，甘肃民族地区的歌舞院团改制已基本完成，除少数院团保留事业编制外，其余皆已进行企业化改革。然而，改制后的院团并不适应市场竞争，院团人员工资仍由政府担负，院团改制根本没有达到预期效果。

3.文化产业基础设施落后

甘肃民族地区发展文化产业的基础设施落后，尚没有形成完善的配套基础设施。首先，交通不便制约了甘肃民族地区对外交流，2014年年底，连接甘南和临夏的临合高速公路才建成并投入使用，兰州到合作实现了全程通车，这条临合高速是甘肃民族地区连接外界的主要交通道路，也是甘肃民族地区唯一一条一级公路，此外，临夏、甘南至今仍没有铁路，在建的兰州至合作的兰合铁路预计要2020年才能投入使用。落后的交通条件极大限制了甘肃民族地区和外部的交流。其次，文化产业配套设施不健全。文化产业是融合多行业的综合性产业，需要交通、餐饮、休闲等多行业协同发展和公共文化、公共设施等公共基础建设的支撑发展，然而在这些方面，甘南、临夏的发展情况都不尽人意。以星级饭店为例，2014年，甘南全州星级饭店有39家，其中，五星级1家，四星级3

家，三星级14家¹；临夏州星级饭店只有18家，其中四星级1家，三星级12家，二星级5家²，甘南和临夏星级饭店数目都较少，这间接表明甘南、临夏在游客接待能力方面尚有待提高。

（二）市场培育层面

1. 市场体系不完备

甘肃民族地区文化产业发展尚处于起步阶段，文化产业市场体系初具模型，还存在较大完善空间。首先，文化事业发展缓慢。文化事业是文化产业发展的重要条件。甘肃民族地区文化事业发展缓慢，政府对公共文化投入和基础设施建设滞后，制约了文化事业的发展，从而影响文化产业的发展。其次，民族地区文化产业链没有真正建立起来。当前甘肃民族地区很多文化产品生产还是靠传统手工制作和简单的机器加工，创意产品研发力度不够，品牌打造未完全建立起来，仍旧处于产业链“微笑曲线”的下游，不利于文化产业的发展。

2. 市场意识不足

甘肃民族地区文化产业起步晚，发展慢的一个重要阻力是文化产业发展的市场化意识不足。首先，市场竞争意识低。在市场发展中，甘肃民族地区文化企业少，竞争压力小，企业的竞争意识并不如文化产业发展较好的地区。在甘肃民族地区很多文化企业以当地特色民族工艺为经营对象，例如洮砚、保安腰刀、黄河石等，在经营上，很多商家选择将真正有代表性的精品、优质品压箱底，不轻易示人。这种传统守旧的思想观念，并不利于文化产业的发展。其次，缺乏敏锐的市场眼光。很多甘肃民族地区文化企业经营者知识层次较低，在经营上属于经验管理，缺少从事文化产业的专业化知识储备，缺乏市场知识，加之对社会和经济发展的关注不够，导致市场眼光不够敏锐。

3. 文化消费水平低

相比较其他消费需求，文化消费需求属于发展型需求，作为经济欠发达地区，甘肃民族地区居民文化消费观念滞后，严重制约文化产业的发展。首先，从消费习惯上来看，受封闭环境影响，甘肃民族地区居民的消费习惯和消费行为较少受到外界影响。文化消

¹ 甘肃省质量状况分析报告(2014年度)[EB/OL].甘肃省质量技术监督局,2015-03-06.

<http://www.gszi.gov.cn/ztzl/tjzlxzl/tzgg/ldxz/2015/03/06/1425626698178.html>

² 临夏州再添3家三星级饭店和7家星级农家乐[EB/OL].每日甘肃,2014-11-11.

<http://lx.gansudaily.com.cn/system/2014/11/11/015258282.shtml>

费属于新兴的消费行为，基本较少存在于传统社会生活中，因而，文化消费观念在民族地区还未真正建立起来。其次，从消费能力上看，甘肃民族地区居民文化消费能力有待于进一步提升。2014年，甘南城镇居民人均可支配收入16421元，家庭恩格尔系数为36.2%，农牧民人均纯收入4589元，家庭恩格尔系数为44.1%；临夏城镇居民人均可支配收入12647元，恩格尔系数41.5%，农民人均纯收入7296元，恩格尔系数39.6%。可见甘肃民族地区整体人均收入偏低，消费结构不尽合理。而较低的文化消费水平难以支撑文化产业的发展壮大，当地文化产业的发展很多还是靠外界的消费市场。因而，如何进一步刺激文化消费，扩大文化消费规模，建立扩大文化消费的长效机制，是甘肃民族地区文化产业发展面临的一项重要任务。

（三）资源开发层面

1.文化资源纵向开发不到位

甘肃民族地区文化产业资源富集，但是文化产业资源开发程度低下，文化资源优势还没有完全转化为文化产业优势。首先是品牌宣传不够。受地理环境影响，甘肃民族地区文化资源分布区域、资源禀赋、文化内涵等都存在一定差异，这些差异化的文化资源的评估、整合、保护、开发力度不够，导致甘肃民族地区的文化品牌知名度较小。例如，洮砚是我国四大名砚之一，砚石品相绝佳，然而洮砚知名度却远远不如其余三大砚石，这是因为甘南对洮砚文化开发利用力度欠缺，没有形成品牌知名度。其次是文化资源开发特色不鲜明。民族文化的开发要想创造出良好的经济效益，为广大消费者所接受，这就涉及到开发特色问题¹。特色是民族地区文化产业发展中显著区别于其他地区的标志，也是吸引国内外消费者消费的魅力所在。如前文所述，甘南、临夏的民族特色文化浩如烟海，但是在实际发展中，特色文化优势并没有真正表现出来。

2.文化资源横向开发涉猎狭窄

甘肃民族地区的各民族都有自己特有的民族文化、民族音乐、民族舞蹈、民族手工艺品、民族文化典籍、民族医药、民族饮食等，每一项文化都具有非常高的开发价值。但是，从目前已开发的情况看，民族地区对文化资源的挖掘一般只停留在以民族风情为主要内容的旅游业上，许多可以独当一面的民族文化项目基本上还只是旅游业的“副产

¹ 梁振.西部地区民族文化产业研究[D].硕士,中央民族大学,2005.

品”¹，甚至对某些文化资源开发是朝着发展旅游业的方向前行的。例如甘南的藏饰、临夏的彩陶等产品的消费群体除了本民族消费外，主要作为旅游纪念品而开发。其次，未真正挖掘出文化资源的丰富内涵，许多极具价值的文化资源尚未开发完全，只停留在资源开发的表层。甘南、临夏都有着大量景色优美的自然风景区，对这类风景区的开发许多还停留在观光游览的浅层次开发上，真正将自然景观与民族文化结合发展还任重道远。

3.资源整合创新能力欠缺

甘肃民族地区虽然文化资源丰富，但是资源整合能力欠缺，很多企业缺乏将文化小资源整合成大资源，将分散资源整合成系统资源的能力，更不用说将原有资源创新成新资源，资源整合、创新能力不足，直接制约当地文化产业的发展。一是衍生产品开发不足。衍生产品是在原有资源基础上，通过资源整合、资源创新等手段，开发出新的产品。当前甘肃民族地区文化产品的开发仍旧处于开发传统产品和类别基础上，周边衍生产品开发不足。二是文化创意产品开发不足。文化创意产业已逐渐成为文化产业发展的主趋势之一，然而，当前民族地区文化与创意的融合发展尚处于起步阶段，文化创意产业发展滞后。具体来看，在甘南、临夏民族文化中有很多世人所熟知的神话、故事，如藏族的格萨尔王、回族的曼苏尔，完全具备发展为歌舞剧、动漫等产品的元素，但是，目前对其开发仍旧是传统表演形式阶段。提高当地的资源整合创新能力，将会从根本上推动甘肃民族地区文化产业的发展。

（四）产业运营层面

1.文化产业技术落后

技术是文化产业发展的核心竞争力之一，也是甘肃民族地区发展文化产业的一块短板。首先，文化产业发展的专业技术落后，没有形成大规模流水线作业。目前甘肃民族地区文化产品的生产加工很多还是靠手工或者初级的机器生产，生产规模小，效率低，难以满足更广阔的市场需求。其次，相关的专业技术人才匮乏，制约甘肃民族地区文化资源转化为文化产业。甘肃民族地区教育水平落后，无论是政府文化部门的行政人员还是文化产业从业者中，高素质高能力的专业人才都非常少。此外，受甘肃民族地区经济

¹ 梁振.西部地区民族文化产业研究[D].硕士,中央民族大学,2005.

和自然环境影响，民族地区很难留住需要的人才或者引进专门人才。例如，在甘肃民族地区有着丰富的民族歌舞资源，但是目前尚没有能够把这些歌舞资源转化为大型民族歌舞的专业编舞人才。

2.文化企业自身发展不足

甘肃民族地区文化企业自身发展缓慢，资金少、规模小，整体实力偏弱，对政府依赖严重。从文化企业发展历程上看，民族地区文化企业已有十余年发展历史，然而真正步入快速发展阶段还是2010年之后，政府大力扶持，真正推动了文化企业的发展。从规模上看，民族地区文化产业除却少数发展较好的优势龙头企业，大多数文化企业处于家庭小作坊式的生产阶段，这种以家庭为单位、纯手工或半手工半机器的生产方式，效率低、产量少、见效慢，不仅没有形成文化产业链，还很难发展成为大型文化企业。从行业联动上看，民族地区文化企业多为家族企业，同行业间交流沟通较少，缺乏相互协作，这种“闭门造车”的发展方式使得当地文化企业难以形成产业群，极大地限制了文化企业的发展壮大。

3.文化产业发展资金匮乏

甘肃民族地区经济发展水平较低，文化产业发展所需资金不足，难以将资源优势转化为产业优势。从企业发展看，长期以来，甘肃民族地区经济发展的主要增长点是工业、建筑业和农牧业，文化产业尚处于开发初期，配套设施和自身体系尚且不健全，所需投入较大，但是甘肃民族地区文化企业自身发展缓慢，难以满足企业发展所需的资金；从市场发展看，甘肃民族地区文化产业市场初具规模，但是市场体系尚不健全，相应的融资渠道较少，银企协调不紧密，文化企业发展存在贷款难、贷款少的问题；从政府层面看，虽然政府也会有一些财政补贴和税收优惠措施，但是相较于文化企业所需的巨大资金缺口，政府补贴优惠仍然是杯水车薪，难以切实满足企业的需求，而由于民族地区经济欠发达，政府财政收入较少，对文化企业的补贴力度不够，因而，资金问题成为制约民族地区文化产业发展一个主要障碍。

第四章 甘肃民族地区发展文化产业的实证分析

一、基于扎根理论的甘肃民族地区文化产业影响因素探析

有学者在研究我国文化产业竞争力的地区差异时指出,分析文化产业影响因素是衡量其竞争力的前提条件¹。同样,摸清民族地区文化产业发展的影响因素也是制定其发展战略的前提条件,为此,本章分别运用扎根理论、标杆分析方法和产业区位商数等方法从三个不同视角进行实证分析,从而为民族地区文化产业发展战略的制定提供支撑和依据。

(一) 方法解析

扎根理论由社会学家Glaser和Strauss²于1967年首先提出,此后得到进一步的发展和完善,现已成为质性研究的杰出代表。扎根理论方法的核心是资料收集与分析的过程,该过程既包含理论演绎又包含理论归纳³,而且是一种自下而上的研究过程(见图4-1)。一般而言,扎根理论包含3个步骤的编码⁴。(1)一级编码(开放式登录):研究者没有任何理论预设,以开放的心态将所有的资料按原有的状态进行登录。这是将资料打散,赋予概念,再进行初步范畴化的操作过程。(2)二级编码(关联式登录):发现和建立概念类属之间的各种联系,在一级编码的基础上进一步抽象和范畴化的过程。(3)三级编码(核心式登录):在已发现的概念类属中找到能够统领所有范畴的“核心类属”,构建出理论框架。

¹ 叶丽君.中国文化产业竞争力的地区差异研究[D].硕士,湖南大学,2008.

² GLASER B, STRAUSS A. Time for Dying[M]. Chicago: Aldine,1968.

³ 白长虹,刘春华.基于扎根理论的海尔、华为公司国际化战略案例相似性对比研究[J].科研管理,2014(3): 99-107.

⁴ STRAUSS A, CORBIN J. Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques[M]. Newbury Park: Sage,1990.

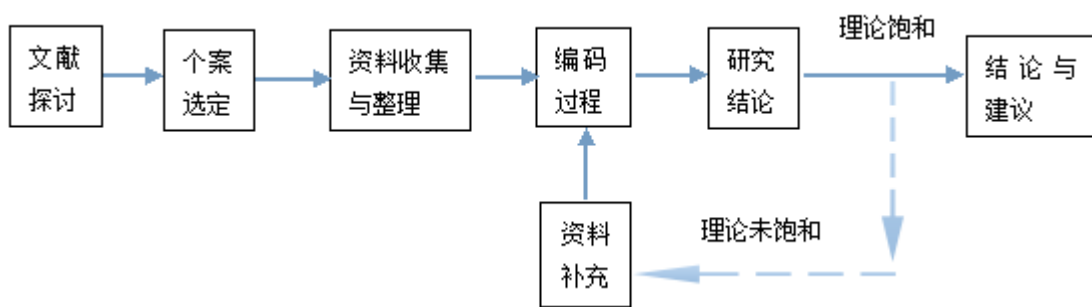


图4-1扎根理论的一般流程

（二）案例选定与数据收集

本研究以甘肃民族地区为扎根分析对象，数据的收集由三大部分构成：（1）深度访谈。深度访谈是扎根理论最为常用的方法。根据理论抽样，我们选取了对本研究问题具有一定认识和理解的相关人员（详见表4-1），并通过设计开放性访谈提纲对他们进行了时间不等的深入交流，此外，在被访者同意的情况下对访谈内容进行了录音。访谈问题如：您认为本地文化产业发展的主要影响因素是什么？您对文化产业的发展有哪些经验做法或期望？（2）实地观察。在受访者允许的情况下对当地所见所闻进行了拍照、录像及文字记录。（3）内部资料和网络信息。内部资料主要为当地政府及产业主体赠与。经统一整理，最终得到共计4万多字的文字材料，我们随机抽取了大致三分之二的记录进行编码分析和模型建构，剩余的资料留做理论饱和度检验。

表4-1 受访者基本概况

受访者序号	受访者	性别	职业（身份）	访谈方式
01	张先生	男	基层公务员	个人深度访谈
02	邢女士	女	基层公务员	焦点小组访谈
03	安先生	男	木雕工艺大师	焦点小组访谈
04	安先生	男	木雕工艺大师、企业领导	个人深度访谈
05	安先生（1）	男	木雕工艺师	个人深度访谈
06	安先生（1）之妻	女	雕刻师	个人深度访谈
07	刘先生	男	县文化部门领导	个人深度访谈
08	孙小姐	女	政府办事员	个人深度访谈
09	王小姐	女	政府办事员	焦点小组访谈
10	道先生	男	学校领导	个人深度访谈
11	赵先生	男	学校领导	个人深度访谈
12	杨先生	男	工艺企业领导	个人深度访谈

受访者序号	受访者	性别	职业（身份）	访谈方式
13	卢先生	男	洮砚企业领导	个人深度访谈
14	卢先生	男	洮砚企业职工	个人深度访谈
15	李先生	男	县政府领导	个人深度访谈
16	王先生	男	州宣传部门领导	焦点小组访谈
17	马先生	男	州文化馆领导	个人深度访谈
18	全先生	男	州文化部门领导	个人深度访谈
19	石先生	男	州政府领导	焦点小组访谈
20	加央先生	男	基层官员	焦点小组访谈
21	万马先生	男	基层官员	焦点小组访谈
22	张先生	男	民族工艺老师	个人深度访谈
23	李先生	男	民族工艺老师	焦点小组访谈
24	贡先生	男	唐卡企业领导	个人深度访谈
25	张先生	男	银行领导	个人深度访谈
26	吴先生	男	银行管理者	个人深度访谈

（三）范畴提炼和模型建构

1. 开放性编码

为最大程度减少研究者本人的定见或偏见，我们使用受访者的原始语句作为标签并从中发掘初始概念。这样我们一共得到730余条原始语句及相应的初始概念，之后通过不断的比较和归纳，对初始概念进行了初步范畴化。在范畴化的过程中，我们剔除了那些与研究主题无关以及重复频次少于两次的初始概念。表4-2为部分原始语句及初始概念。为节省篇幅，每个范畴仅仅节选三条原始语句及初始概念。最终我们在开放性编码中得到了政府扶持方式、行政管理、人力资源、资本、情感、产业融合、产业主体类别、社会环境、契机等共44个范畴。

表4-2 开放式编码范畴化（部分）

范畴	原始语句（初始概念）
产业主体类别	<p>A01：本地没有特别大的洮砚企业，小作坊居多。（无大企业、小作坊）</p> <p>A07：目前主要是家庭作坊式，需要形成规模带来规模效益。（家庭作坊）</p> <p>A07：卓尼是洮砚之乡，大的公司有四家（注册的），不注册的就更多了。（中小企业）</p>

文化资源	<p>A01: 洮砚石的开采主要来自洮河下面。(洮砚石、洮砚文化)</p> <p>A04: 卓尼木雕主要以藏传佛教格鲁派和藏族民间传统工艺为题材,取材于本地优质紫、白檀木、柏木和桦木等。(木雕工艺、本地取材)</p> <p>A08: 甘南有很多自己独特的文化,例如觉乃藏族服饰(又称“三格毛”)就是甘南独有的。(独特服饰文化)</p>
人力资源	<p>A01: 现在的年轻人学这个的越来越少,所有的文化产业都面临该问题。(传承人短缺)</p> <p>A11: 群众文化一是专业队伍不行,二是覆盖面难以触及群众。(专业人才匮乏)</p> <p>A18: 总体来讲我们文化产业还是缺人,缺人是我们最大的问题之一。(缺人)</p>
产品生产方式	<p>A05: 木雕全部手工雕刻,雕刻工具有二三十种。(手工雕刻)</p> <p>A12: 公司的木雕属机雕。(机雕)</p> <p>A24: 唐卡制作全部手工,没有机器参与成分。(手工制作)</p>
政府扶持方式	<p>A04: 政府没有扶持资金,但是政府有搭桥,主要是帮宣传。(政府帮助宣传)</p> <p>A07: 卓尼县的卓砚文化规划是省上牵头做的。(产业规划)</p> <p>A18: 政府对该公司除了土地扶持外,再就是资金支持,比如,去年帮助公司争取国家产业项目补助金500万。(土地和资金支持)</p>
资金	<p>A12: 贷款还是不好贷。(贷款难)</p> <p>A18: 但是我们的企业没有资金,都有制约。(资金制约)</p> <p>A24: 从我们的角度讲,并不是非常缺钱,尽管也需要一点钱。(资金需求)</p>
思想观念	<p>A16: 我们的观念太落后了,洮砚最好的作品全都压箱底。(观念落后)</p> <p>A18: 本土企业大都是土老板(土豪金),都是通过机遇、手段等挣了些钱,让他们搞个建筑、修个楼可能还愿意,也有钱赚,但赚文化的钱他们脑子里面没东西。(缺乏文化盈利意识)</p> <p>A23: 本地学生很少,原因是本校招考的分数较高,深层次原因是观念陈旧,家长不重视。(观念陈旧、不重视)</p>
责任心	<p>A22: 学习传统手工艺,一是为了非遗传承保护,二是将其做成产业。(传承保护)</p> <p>A24: 唐卡是民族文化的重要组成部分,不能只为挣钱而作贱民族文化。(不为钱而作贱文化)</p> <p>A04: 这是一门手艺,如果机器雕的话手艺就传承不下去了,就丢失了。(工艺传承)</p>

注: A**表示第**位受访者回答的原话,句末括号中词语表示对原始语句进行编码得到的初始概念。

2. 主轴编码

基于开放性编码获得的44个范畴，我们通过进一步分析和整理，最终得到包括产业主体、产业能力、政府、生产要素、情感、产业环境、契机、时间、市场、产品及服务、相关和支持性产业及服务在内的11个主范畴。表4-3为主轴编码形成的主、副范畴。

表4-3 主范畴与对应副范畴

主范畴	对应范畴	关系内涵
1、政府	1.政府扶持方式 2.对政府扶持的感知 3.对政府的刻板印象 4.行政管理	政府的扶持、管理方式及成效影响产业发展
2、生产要素	1.人力资源 2.资本 3.文化资源 4.管理 5.科技 6.基础设施	共同构成文化产业发展的生产性要素
3、情感	1.热情 2.文化信仰 3.责任感 4.文化自信	责任、信仰等情感对文化产业发展有特殊影响
4、产业环境	1.自然地理环境 2.政治环境 3.经济环境 4.社会环境	文化产业发展的宏观环境构成
5、产业主体	1.主体类别 2.主体间关系 3.主体行为及限制因素	文化产业发展的实操者及其行为
6、契机	契机	机会要素
7、时间	时间	揭示文化产业发展的规律
8、产业能力	1.企业战略及规划 2.产业发展模式 3.产出能力 4.创新实践 5.产业规模 6.品牌打造 7.产业开发程度 8.宣传 9.市场营销 10.产业结构	产出、营销等能力对文化产业竞争力有重要影响
9、市场	1.消费结构 2.需求市场 3.要素市场 4.市场体制	以需求为核心的市场要素从根本上决定文化产业方向
10、产品及服务	1.产品及服务性质 2.产品及服务质量 3.产品及服务形式	产品、服务的质量、层次等是影响文化产业发展的最后一环
11、相关和支持性产业及服务	1.产业融合 2.产业发展平台 3.产业配套设施及服务 4.公共文化服务	文化产业发展的必要辅助因素

3. 选择性编码

我们将核心范畴确定为“甘肃民族地区文化产业影响因素及作用机制”，基于该核

心范畴的“故事线”可概括为：在以市场为领衔因素，政府、契机和产业环境为辅助因素的共同作用下，文化产业主体开始涌现，在情感的支配下，产业主体运用生产要素从事文化产品及服务的生产，而该生产过程会受到产业能力、时间和相关产业和服务等因素的影响，而整个演化流程则决定着民族地区文化产业的发展。依据该“故事线”，本研究建构出一个关于甘肃民族地区文化产业发展影响因素及作用机制框架，称为“民族地区文化产业发展影响因素模型”，如图4-3所示。

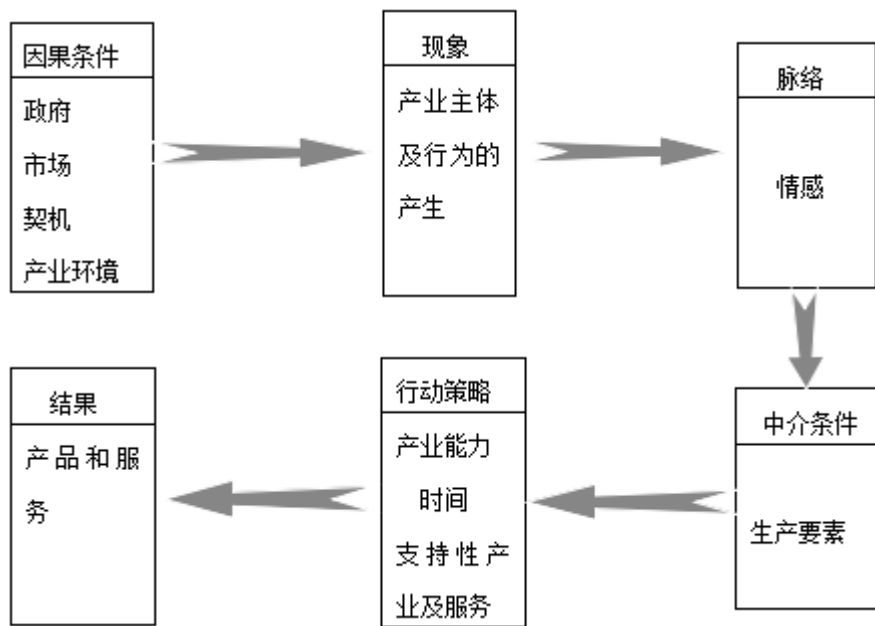


图4-2 主范畴的典型关系结构

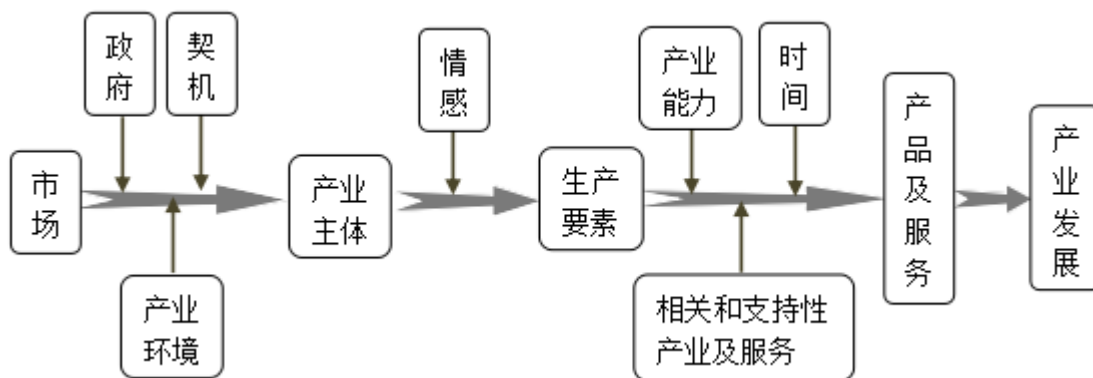


图4-3 民族地区文化产业发展影响因素模型

4. 理论饱和度检验

我们利用其余三分之一资料进行理论饱和度检验，结果显示，已构建模型中的范畴

已经发展的非常完备，剩下的资料中并没有发现新的范畴和关系，而且现有的范畴中也没发现新的构成因子。因此可以判定，上述模型在理论上是饱和的。

（四）研究发现

我们从现有文献中发现，不少学者都基于波特的钻石模型（图4-4）对文化产业有关影响因素进行分析或评价。因此，本研究将在与钻石模型相比较的基础上对所构建的模型予以阐释。

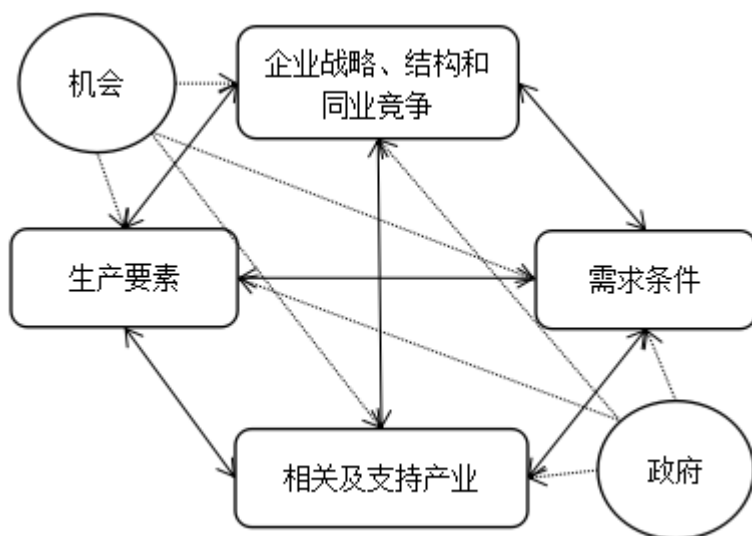


图4-4波特钻石模型基本结构1

在本研究所构建的模型中，市场、产业主体、生产要素以及产品和服务四大范畴构成了模型的主轴，因此它们可以被认为是影响民族地区文化产业发展的核心要素或基础要素，而其他范畴则通过作用该主轴来影响文化产业发展，因此可称为辅助因素。在由市场、政府、契机和产业环境四要素组成的产业发展前提中，有三个因素与波特钻石模型相近，分别是市场、政府和契机。在开放性编码中，市场，尤其是市场需求获得较多的编码支持，可见，文化需求是文化产业发展的根本动力，这与波特所强调的类似。但政府和契机则有不同内涵。在波特的理论框架中，政府作用的发挥必须要谨慎，且不能处于主导地位，但本研究在编码中发现，政府这一范畴所涵盖的编码数量最大（共计133个初始编码），所以，在民族地区文化产业的发展中，我国政府机构扮演了极为重要的角色，且就现有经验而言，政府主导文化产业的前期发展也是一些国家（如韩国）和地

1 迈克尔·波特著,李明轩,邱如美译. 国家竞争优势[M].华夏出版社,2002年.

区的通行做法。关于产业发展的契机或机会，波特认为，机会对产业发展是可遇不可求的，如新技术的诞生等，但本研究所强调的契机却恰恰相反，因为文化产业的契机是可以预见的，首先，马斯洛的需求层次理论表明，随着人们物质生活水平的提升，象征更高需求层次的文化精神需求便会水涨船高，而需求市场的扩大是商机的根源所在；其次，国家层面产业转型升级的压力，区域发展差距日益扩大的现实，以及跨国商贸往来的加强都预示着文化产业的诞生和壮大。除了这三大要素，本研究的模型还强调了产业环境（由自然、经济、政治和社会环境组成）的作用，编码显示，其中最重要的是经济和社会环境。就本研究而言，甘肃是经济发展较为滞后的西部省份，而甘南和临夏的经济排名又常常全省垫底，对文化产业发展来讲，经济发展落后不仅影响文化需求市场的培育，而且难以支撑如交通建设、文化产业专项资金等的财政供给。社会环境（由民族宗教、教育和思想观念构成）也是较为重要的影响因素。教育水平落后造成甘南民众的文化素养整体偏低，致使传统观念难以解禁。尽管某些地区已经意识到发展文化产业的重要性，但一些做法（精品压箱底）仍比较保守，而且传统农牧业仍是当地经济支柱，这些守旧行为加上不以利为重的宗教观念，对文化的产业化造成较大阻力。

模型主轴上的第二大因素是产业主体，这与波特理论中的企业战略、结构及同业竞争虽有内涵上的差异，但精神实质相同，究其原因，企业无疑是产业发展最重要的主体，但波特主要是针对国家产业竞争力影响因素所做的理论建构，因此并不贴近我国民族地区的发展实际。笔者在调研中发现，甘肃民族地区文化产业主要以家庭作坊和中小企业为主，且不和谐的同质化竞争致使主体间各自为战，彼此联合度很差。所以，促进文化产业主体联合以实现规模经济效应便成为民族地区文化产业发展的一个重要方向。

生产要素是模型主轴上的第三大要素，这与钻石模型中的要素相同。从编码中可知，该要素由人才、资本和文化资源构成，其中，文化资源尽管也面临如传承、保护等持续发展问题，但对民族地区文化产业主要发挥积极作用，而人才和资本则是获得较多编码的产业制约因素。按照当地文化部门领导的说法，民族地区文化产业人才是全方位短缺，包括工艺传承人、行业带头人及高端经营管理人才等。除了人才，资本也是一大制约因素，由于产业发展的前提条件较差，因此招商引资及金融借贷等都很困难，目前主要靠项目补助。

“情感”范畴处于“产业主体”和“生产要素”之间，尽管该范畴所获编码较少，却在调研中常被提及和感知。之所以没把“情感”纳入“产业主体”范畴，是因为这些“情感”更多的是一种民族情愫，而非个别产业主体的觉悟。就作用路径而言，产业主体在对待生产要素时，“责任感”、“民族文化信仰”等会是极为重要的考量因子，它们会通过支配产业主体的行为来间接发挥作用。以卓尼木雕为例，工艺大师宁愿少接单也不选择机雕的方式，目的就是为了保护和传承民族工艺。从这方面讲，民族文化产业化其实面临一个悖论，因为产业化要求以工业化的方式生产产品或服务，但文化的过度产业化却破坏了作为“产业灵魂”的文化底蕴，从而加速了民族传统工艺等文化的消逝。

理论主轴的第四要素是文化产业的最终呈现——“产品及服务”。从编码来看，该范畴对文化产业发展影响较弱，但就产品及服务的性质和形式而言，甘肃民族地区既定发展状况并不利于产业市场拓展。以卓尼洮砚为例，几乎所有的卖品都因袭传统样式，尽管做工精致，但体形普遍较大，十分不便携带，而就时代发展而言，形态各异的工艺品更符合卓砚的定位。此外，洮砚的镂空雕刻工艺也对网售带来较大限制，因为雕刻细节极易在运输中损毁。所以，产品及服务的定位和形式也是影响文化产业发展的重要一环。

在“生产要素”向“产品及服务”转化的过程中，三大要素发挥着关键调节作用，从编码结果来看，比较重要的是“产业能力”和“相关支持性产业及服务”，而产业能力又以创新能力、产业发展模式及品牌打造能力为重。创新是一种产业原创力，对人们日新月异的文化需求极为重要，但民族地区由于受到人才等因素制约，自主创新能力还有待加强。发展模式的选择对文化产业的健康持续发展具有重要影响，而甘肃民族地区目前采取的仍是输血式的项目拉动模式，尽管该模式在国家的支援下比较可行，但不少都是面子工程，因而对当地产业的带动有限。不过，当地政府也在着力培育重点企业，力图走企业带动之路，这种内生发展模式对于资源的整合和产业链的打造将产生重要影响。此外，民族文化品牌的打造在调研中也经常被提及，尽管当地政府积极采取相关措施，包括影视制作等，但品牌宣传力度仍比较欠缺。“相关和支持性产业及服务”范畴中比较重要的是“产业平台”和“产业融合”，这与波特理论中强调的“产业集群”现

象基本一致。就民族地区而言，当地文化产业的发展已呈现出“内卷化效应”，具体表现为生产要素利用方式守旧和产品、服务单一，长此以往，文化产业不仅难以壮大，反而会面临因资源枯竭而衰败的困境，而重要的原因是缺乏平台支撑和产业间有机融合。笔者在调研中了解到，当地目前还没有成型的文化产业孵化器，且文化与旅游、科技、金融等的融合尚处于起步阶段，文化产业与文化事业仍旧是“两张皮”现象。“时间”范畴虽然编码支撑较少，但不容忽视，因为它强调了遵循文化产业发展规律的重要性，即民族文化产业化要循序渐进，不能急功近利。

二、甘南藏族自治州与迪庆藏族自治州文化产业发展对比分析

标杆分析法是将研究对象的各项活动与从事该项活动最佳者进行比较，发现研究对象存在的问题与不足，从而提出行动方法。运用标杆分析法分析民族地区文化产业发展，就是将本地区文化产业发展与文化产业发展最佳者进行比较，从而提出行动方法，以弥补自身发展的不足。在民族地区文化产业发展中，相较于其他民族地区，迪庆藏族自治州可以算是文化产业发展的标杆地区。因而，本研究以甘南和迪庆这两个藏族自治州为例，对其文化产业进行对比分析，据此探讨民族地区文化产业发展的路径选择。

（一）甘南与迪庆文化产业发展可比性分析

迪庆州是云南省唯一一个藏族自治州，地处青藏高原南缘，横断山脉腹地，是滇、川、藏三省区交汇处，也是云贵高原向青藏高原过渡地带，全州地貌以高原为主，兼有江河湖泊，崇山峻岭，高山草甸，自然景观多样；平均海拔在3300米以上，属于寒温带气候，年平均气温较低，气候垂直变化明显，有“一山分四季，十里不同天”的说法。迪庆作为云南省唯一的藏族自治州，藏族人口占据较大比重，其余少数民族还有傈僳族、白族、彝族、苗族等，人口均在千人以上。由于海拔较高，草地资源丰富，是云南最大的天然牧场，迪庆传统经济主要以畜牧业为主。上世纪九十年代末，云南开启了寻找“香格里拉”的考察活动，最终发现迪庆州的中甸县就是书中所描绘的那块人间净土，红尘天堂。2001年，经国务院批准中甸县更名为香格里拉县，借此契机，迪庆开始发展以文化旅游为主的文化产业。迪庆的文化产业经过十几年的发展，基本已经建立起以文化旅游业为支柱，民族歌舞、民族工艺多元发展的文化产业体系，在国内外也享有广泛知名

度。

甘南州的情况在前文已有详细阐释，这里不再赘述。在对二者文化产业发展环境的分析、文化资源的梳理以及文化产业发展推动力方面的探讨中，笔者发现甘南州和迪庆州存在着诸多相似之处，而迪庆作为民族地区文化产业发展典范，其发展模式为其他地区提供了极大的参考价值，因此本节在进行细致考量的基础上，选取了迪庆藏族自治州与甘南藏族自治州的文化产业发展状况作为对比分析的主体。

从地理地貌上来说，甘南和迪庆同属于青藏高原的一部分，属于温带大陆性气候，地貌以高山草甸和山林峡谷为主，河流纵横；在社会文化环境上，两地同属于民族地区，迪庆是云南省唯一的藏族自治州，州内少数民族以藏族、景颇族、白族为主，少数民族有各自的宗教信仰，多种宗教共存共荣¹，甘南以藏族、回族、土族等少数民族为主，藏传佛教为主要宗教信仰，两州都是以藏区文化为主要文化特色；在传统经济上，两州都有丰富的草场资源，兼有部分耕地资源，传统经济以农牧业为主；在经济结构上，由于主体经济是农牧业和少量手工业，二三产业并不发达，因此两地都属于省内经济落后区，政府财政收入以转移支付为主。

自九十年代末以来，迪庆致力于发展文化产业，香格里拉归属地的认定给迪庆带来极大发展机遇。此后，迪庆通过文化旅游业带动发展，形成了文化旅游业、歌舞演艺业、民族手工艺制作业等多产业协同发展局面，发挥当地文化优势，建立健全了文化产业体系，推动了当地经济跨越式发展，成为中国文化产业发展典范区域之一。与迪庆相比，甘南在文化产业发展上明显落后，一方面由于迪庆文化产业发展较早，多年来已营造了广泛的知名度，另一方面，迪庆在发展文化产业方面有自己独特的发展路径。通过比较两州文化产业的发展，从中探索迪庆文化产业的特色与经验，发现甘南文化产业发展中存在的问题以及潜在优势，从而为民族地区文化产业发展路径选择提供启示或镜鉴。

（二）甘南和迪庆文化产业对比分析

“十二五”之后，甘南州政府着力发展文化产业，实施“文化撑州”战略，加大对文化产业的财政支持和政策引导，使得当地文化产业焕发出勃勃生机，文化产业增加值从2011年的0.6亿元，增加到2014年的1.63亿元，增加了2.72倍。在文化产业发展上，

¹ 王洛林主编.全球化与中国[M].北京：经济管理出版社,2010年.

甘南州着力推动文化旅游、文化产业项目建设和特色文化产业的发展，以“九色香巴拉”为文化宣传品牌，结合甘南和周边省市独特的地理地貌、风土人情、宗教文化等文化资源，进行文化产业的开发。根据甘南州2014年经济和社会发展统计公报，全州2014年成功签约8个重点项目，完成合同金额11.2亿元；招商引资到位资金2亿元；投资额完成4.9亿元；文化产业机构数增加到219个，从业人数达2900人。甘南州目前已经基本建立起覆盖广播电视电影业、新闻出版传播业、民族工艺艺术品业、文化休闲娱乐业等多方面的市场体系。但相对于文化产业发展较早的地区，甘南州文化产业起步晚，发展仍相对落后。

自2000年以来，迪庆藏族自治州的文化产业依托“香格里拉”的名片开始发展起来。云南省虽然从九十年代就提出了建设文化大省的发展战略，但是真正着力打造省内文化产业是从2000年开始，迪庆文化产业发展恰好赶上了云南省大力打造文化大省的东风，属该省文化产业发展较早的区域，起步早、资源足、口碑好是迪庆文化产业的鲜明特征。2013年10月，在第七届藏、川、青、滇毗邻地区康巴文化旅游艺术节上，西藏昌都、四川甘孜、云南迪庆、青海玉树四地州签署了战略合作协议，合力打造“中国香格里拉生态旅游区”，开启了覆盖滇川藏3省区的“中国大香格里拉生态旅游圈”建设项目，此项目还纳入国家西部“重点地带”开发计划。作为迪庆发展文化产业及对外宣传的重点，香格里拉经过一系列宣传推广活动，现已经成为迪庆对外形象的名片，辐射区涵盖了滇西整片区域甚至还有接壤的四川、西藏等地区。

1. 文化旅游

(1) 甘南文化旅游

结合自身现有特色文化资源，甘南将现代文化产业发展理念与民族文化元素融合，着力打造具备区域特色的文化旅游品牌。甘南位于黄土高原和青藏高原交汇处，是农区和牧区的过渡地带，在自然景观、人文景观上兼具农区和牧区特色，地广人稀，风景优美，且属于安多藏区，宗教文化气息浓厚。多彩的民族风情和神秘的宗教文化与当地广阔壮丽的自然风光融为一体，浑然天成，使得甘南在国内外都有较高的知名度。美国《视野》杂志评选出的“让生命感受自由的世界50个户外天堂”，甘南位居其一，该地区也是无数摄影爱好者心中的天堂。2014年，甘南州联合《中国国家地理》杂志社举办的“寻

找甘南最美100个观景点”活动极大地扩大了甘南的知名度。为进一步提高在国内外的知名度和美誉度,甘南州先后在北京、天津等地和瑞士、英国等国家举办了“相约甘南·感受神秘藏文化”、“人间净土·画外天堂”等一系列主题宣传推介活动,使富有甘南藏民族文化特色的文化产品打入国内国际市场¹。在此基础上,甘南积极开发特色文化旅游业,全力打造自然生态游、红色文化游、宗教文化游、藏区文化游等,每年吸引了大批国内外游客慕名前来。2014年全年,甘南共接待国内外游客501.2万人次,比上年增长30.2%,实现旅游综合收入22.58亿元,增长32.4%,文化旅游业已经成为拉动甘南州经济增长的新动力。

(2) 迪庆文化旅游

滇西是云南旅游西向的黄金路线,迪庆的香格里拉就是这条黄金路线上的璀璨明珠,享有“心中日月”、“高原明珠”的美誉。迪庆自然环境和文化资源得天独厚,其秀美的自然山水、多彩的民族民俗和庄严的佛教文化在国内外旅游胜地中独具魅力,加上政府详尽的文化旅游业发展规划,目前已基本形成了以“香格里拉”县为核心的文化旅游品牌承载区。其辐射地区包括云南的丽江、梅里雪山、虎跳峡,四川的贡嘎山、丹巴美人谷、太阳谷,西藏的墨脱、雅鲁藏布江、芒康等地区,成为跨越多个省区的大文化旅游圈。自迪庆成为“香格里拉”的代表后,云南省政府着力打造了以香格里拉为品牌的文化旅游精品项目。1993年,云南省政府迪庆现场办公会决定把迪庆作为省级高原藏族旅游开发区;1998年召开的省政府迪庆现场办公会决定支持迪庆旅游开发的“888”工程和“一千四环一中心”旅游经济干线的建设;1998年上半年,国家把迪庆香格里拉列为中西部地区6大旅游资源开发项目之一;1999年“香格里拉之旅”被列入8条国家级旅游精品线路²。文化旅游位居迪庆四大支柱产业之首,基本形成了市场完备、基础设施健全的市场体系。迪庆充分挖掘当地的旅游资源和民俗文化资源,在原有文化旅游模式上,不断开拓新的旅游线路、旅游形式、和旅游景点等,完善交通、住宿等基础设施条件,加强高端文化旅游产品的开发,打造富有地方民族特色、游客体验优质的高端文化旅游精品项目,基本建成了与“吃、住、行、游、购、娱”相匹配的旅游产业体系,

¹ 甘南州立足藏区特色促进文化产业发展[EB/OL].中国甘肃网,2015-04-28.
<http://gansu.gscn.com.cn/system/2015/04/28/011002860.shtml>

² 倪荣华,曹力生.香格里拉旅游文化产业初探[J].创造,2003(1): 54-56.

开通了北京、上海、拉萨等多条航线，成立了全国大陆首家国家公园——普达措国家公园，有包括1家5A级景区在内的A级景区18家，星级饭店70家，旅行社37家，购物场所18家，藏民家访24家¹。2014年，迪庆共接待国内外游客1440.89万人次，比上年增长15.6%。其中，接待海外旅游者101.93万人次，同比下降17.3%；接待国内旅游者1338.96万人次，同比增长19.2%。全年实现旅游业总收入1295989.16万元，同比增长2%，创旅游外汇收入44935.74万美元，同比下降27.9%²。

（3）综合评价

在文化旅游资源和文化旅游开发模式上，甘南和迪庆有类似之处，皆是秀丽壮阔的自然风光和绚丽多姿的民族民俗文化融合，打造具有民族特色的文化旅游业。但在发展规划、基础设施等方面存在一定差距。

①迪庆文化旅游业发展优势和甘南存在的问题。首先，在政府发展文化旅游业的规划定位上，把迪庆建设成“全国藏区最具特色的国际旅游胜地”，定位清晰、明确；甘南在文化旅游业发展上着力打造藏区风情，在具体实施上还需要进一步完善。其次，在基础设施建设上，迪庆不仅具备公路、铁路、航空齐备的交通运输系统，还建成了一体化旅游产业体系，完善的基础设施建设，是迪庆文化旅游业快速发展的保障；对比之下，甘南目前仅有一条高速公路，铁路尚未开通，夏河虽然有有机场，其载客量仍没有铁路大；在旅游配套体系上还处于起步阶段。再次，在周边景区协同发展上，迪庆已经和云南的大理、丽江，西藏的墨脱、雅鲁藏布江，四川的贡嘎等多地形成大文化旅游圈，彼此辐射带动，相互促进。甘南近邻西宁的青海湖、四川阿坝，北靠临夏、兰州，彼此间形成一定辐射带动作用，但是相较于迪庆，跨地域的旅游文化圈仍存在发展的空间。

②迪庆对甘南文化旅游业发展的借鉴。虽然甘南在文化旅游业发展上与迪庆存在较大的差距，但是甘南也有发展文化旅游业自身特色，如辽阔的草原景观、以腊子口为代表的红色文化游和以拉卜楞寺和郎木寺为代表的宗教文化。甘南文化旅游业发展具备后发优势。由于起步晚，发展慢，文化资源开发程度低，甘南很多民族文化受经济发展冲击小，仍旧保留着朴素的原生状态，迪庆文化旅游中频出的“宰客”现象，在甘南极少

¹ 迪庆用心呵护世界级旅游品牌香格里拉[N].云南日报,2015-11-14,第07版.

http://yndaily.yunnan.cn/html/2015-11/14/content_1016750.htm?div=-1

² 迪庆藏族自治州2014年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].迪庆州统计局,2015-03-11.

http://www.stats.yn.gov.cn/Z_M_012/Info_Detail.aspx?DocumentKeyID=9A01652A0CB140F58476C6ADA1A0DBA0

发生，因而文化旅游的口碑较好。在未来的发展中，需要在以下几方面努力：首先，甘南需要制定详细的文化旅游业发展规划，明确文化旅游业发展愿景和发展定位，围绕核心发展规划，逐步推动文化产业在各方面的建设和发展。其次，完善基础设施建设和旅游产业配套设施建设，打造优质品位、特色突出的黄金旅游线路和精品旅游景区，尤其是交通、住宿、公共基础设施等方面的配套设施需要进一步完善。再次，与周边旅游城市联合，打造大文化旅游圈，发展文化旅游的联动效益，联合青海、四川、西藏省份建立安多藏区经济圈和安多藏区文化圈，进行资源共享、优势互补，实现经济发展的联动效应。

2.民族演艺业

(1) 甘南民族演艺业

甘南民族演艺业相当大程度上还只履行文化事业的职能，其市场化程度并不高，州歌舞院团进行企业化改制后，甘南八个院团只保留了甘南州藏族歌舞剧院和甘南州藏戏团两个院团。从改制后的经营状况来看，转企改制的效果并不理想，各院团在职能方面主要还是承担文化事业职能，例如送戏下乡等，市场效益不高，缺乏竞争力，各院团员工的工资仍然由政府财政拨付。

尽管发展缓慢，甘南州的民族演艺业也取得了一定的成绩。以各类节庆赛事活动为契机，甘南州藏族歌舞剧院新创排了女子群舞《笛声奶香》、舞蹈《羚羊记忆》、服饰表演《四季甘南》、藏戏面具舞《佛阁古韵》，夏河县新创舞蹈15个，新创歌曲1首，为全州各族干部群众增添了精神食粮¹。州藏族歌舞团选送的舞蹈《雪山脚铃》，2012年10月在北京参加了中央电视台《2012年中国民族民间歌舞乐盛典》的录制，并在庆阳市进行了慰问演出。夏河艺术团曾随甘南党政领导考察团参加了北京、天津、深圳、上海等地的招商引资宣传演出活动。经过院团改制后，甘南的影视业有所发展，成立了安多影视基地，拍摄以当地历史事件为蓝本的影视作品，提高当地知名度。甘南以红色文化为资源，投资拍摄了史诗记录电影《红星耀甘肃》，红色电影《太阳河》《卓尼土司》等，反映了甘南的风土人情和民族文化，上映之后广受好评。

(2) 迪庆民族演艺业

¹ 全永康.实施文化撑州战略 推进文化甘南建设[J].发展,2012(12): 41-43.

除人口比重最大的藏族外，迪庆州还有傈僳族、景颇族、白族、纳西族等多个原住少数民族。歌舞在少数民族的日常生活中占据较大比重，成为不可或缺的一种生活方式。这些原生态的民族歌舞文化资源是发展民族演艺业的重要资源支撑。成立于1959年的迪庆民族歌舞团是自治州唯一的专业艺术表演团体，是迪庆民族演艺业发展的支柱，多年来坚持创作集思想性、艺术性及观赏性为一体的精品佳作，曾多次获中央宣传部、文化部等部门的表彰，代表作有《香格里拉》《卡瓦格博礼赞》与《月夜》。近年来，歌舞团更远赴德国、奥地利、美国、墨西哥、日本等地进行文化交流演出，宣扬香格里拉民族文化¹。迪庆也充分利用了少数民族原生歌舞素材，挖掘歌舞文化资源，打造出具有迪庆特色的大型歌舞精品《香巴拉映像》和大型民俗舞蹈《走进香格里拉》。2007年，《走进香格里拉》全国巡演1000场次，提升了香格里拉的知名度，取得了较好的社会效益和经济效益。《香巴拉映像》以藏族文化为主线，将香格里拉优美自然风光和纳西族、白族、景颇族等少数民族歌舞元素完美融合，实现传统民族舞和后现代艺术的完美对接，并将舞台情景、演员服装、灯光道具等融为一体，展现出香格里拉传统民风民情。《香巴拉映像》由《云南映象》的原班人马创作，演出阵容60余人，全部从迪庆当地2400多名报名群众中挑选²，保证了歌舞原生态的民族元素。《香巴拉映像》于2005年10月正式公演，一推出就广受好评。迪庆州委州政府决心将《香巴拉映像》当作迪庆香格里拉的文化产品打入国际市场。本着精益求精的精神，《香巴拉映像》在迪庆上演了28场后，根据专家们的意见和建议，所有演职人员到昆明进行了封闭式训练，并对节目进行修改。复出后的演出得到了很多专家、旅行社导游的认可，仅仅公演半年时间便有国内外30多家演出商来到香格里拉洽谈外出演出事宜。而迪庆州委州、政府决心将《香巴拉映像》当作迪庆香格里拉的文化产品打入国际市场³。此外，《走进香格里拉》招商剧目完全实行市场化运作，在全国商演1000多场，《香格里拉》舞剧除在上海、山东、江苏等商演30多场，并成功在人民大会堂、北京大剧院演出，还赴欧洲等国家、地区交流演出。除了精品剧目《香巴拉映像》，迪庆还着力打造具有区域特色的演艺会所，茶马古道金

¹ 中国新闻网.云南迪庆州民族歌舞团原创舞剧《香格里拉》将亮相[EB/OL]. 中国西藏网,2013-11-15.
http://www.tibet.cn/news/szxw/201311/t20131115_1950793.htm

² 李炎,王佳等著.空间、布局与特色:云南文化产业现状与对策[M].昆明:云南大学出版社,2013年.

³ 80位农民倾心打造《香巴拉映像》受欢迎[EB/OL].云南日报网,2006-05-17.
http://paper.yunnan.cn/html/20060517/news_89_160013.html

色大厅和香格里拉会所颇受游客青睐，每年茶马古道金色大厅营业收入达上千万元。民族文化演艺业成为迪庆对外交流的一张耀眼名片。

（3）综合评价

在民族演艺业上迪庆能够挖掘优质民族文化元素和现代艺术融合起来，创造出了一批优秀的歌舞剧，实现了社会效益和经济效益的双赢。

①迪庆歌舞演艺业发展优势和甘南存在的问题。在运作方式上，迪庆大型歌舞剧目实行市场化运作模式，拉动赞助资金，充分配置资源，实现效益最大化。其次，在歌舞剧推出后，根据市场反映，不断改进提高，提升歌舞剧品质，得到了消费者广泛好评。再次，剧目编制上，聘用优秀编舞团队，整合当地特色民族文化，创造出具有民族特色的高水平精品剧目。甘南歌舞演艺业发展虽然有特色文艺资源支撑，如集民间舞蹈、民歌、僧歌于一体的“南木特”藏戏和以“道得尔”为代表的甘南佛殿音乐，但是如何将这些特色资源融汇糅合，发展成为有创新性和市场吸引力的艺术佳作仍然任重而道远。受经济条件、教育水平、地理环境等因素影响，甘南州民族演艺业方面一直没有形成具有代表性的作品。

②未来甘南歌舞演艺业发展方向。发展歌舞演艺业，首先要挖掘人才，编制精品剧目。甘南民族众多，甘南的民族歌舞元素异常非常丰富，载歌载舞是少数民族日常生活常态，因而，甘南并不缺少参与歌舞演艺业的人员，缺少的是能够将这些民族歌舞元素整合重新打造的高水平编舞人才，充分挖掘当地的艺术能人，整合文化资源，打造具有甘南特色的民族歌舞剧目。其次，鼓励当地院团创新，设置政府创新奖，对能够自主编创新剧目的院团给予政策支持和财政资金援助。

3. 品牌建设

（1）甘南文化产业品牌建设

2012年2月，甘南州第十一次党代会提出实施“文化撑州”战略，首次把文化甘南建设提升到全局的高度，为甘南文化发展繁荣明确了奋斗目标。发展之初，甘南州积极推动文化产业的发展，打造具有代表性和竞争力的民族特色文化品牌，进一步提升文化影响力。一是加大宣传力度，不断开拓文化市场，全面提升“九色甘南香巴拉”品牌形象。“九色香巴拉”的提出，涵盖甘南的自然风光、美食服饰、建筑工艺、宗教文化等

多种文化资源，已经被越来越多的人所熟知，成为代表甘南文化的独特标签。二是不断挖掘当地的文化资源，围绕“九色香巴拉”这一文化品牌大力发展文化旅游，近年来，“西部最具魅力旅游景区”“中国最具民族特色旅游目的地”“国家精品旅游景区”“中国最美的生态低碳旅游目的地”等头衔逐渐烙印在甘南大地上。随着“九色甘南香巴拉”为首的品牌形象的不提高，甘南藏族自治州旅游经济得到长足发展，地区知名度和美誉度进一步扩大。三是加大招商引资力度，推动银企合作，多方面筹措资金，改善基础设施建设，为文化产业发展及品牌形象的塑造营造良好的环境。除主打文化旅游的“九色香巴拉”品牌外，甘南还重点打造文化龙头企业，培育了甘南羚城、夏河拉卜楞摩尼宝、卓尼玛尼藏式木雕等一批具有民族特色的文化企业，着力打造民族服饰、唐卡、木雕等民族传统艺术品牌，现已经成为甘南州对外交流的名片。

（2）迪庆文化品牌建设

随着国家文化产业地位的提升，云南省提出了建设文化大省的战略，2009年国家发改委正式批准实施《云南省旅游产业发展和改革规划纲要》，云南省正式成为全国唯一旅游产业改革发展试点省份。借此东风，云南出台了一系列政策扶持省内文化产业，《云南省旅游文化产业发展规划纲要（2009-2015）》中指出文化产业应与旅游产业协调发展，将云南旅游业和文化产业发展的基点和方向定位在“文化品牌”上。品牌建设成为云南文化产业发展最主要的路径选择。在文化旅游业上迪庆着力打造“香格里拉”品牌。具体来讲，首先，在发展文化旅游初期阶段，迪庆大力挖掘“香格里拉”文化，将“香格里拉”这个虚幻的书中名词实体化，并将其打造成独具亮点的旅游形象。其次，迪庆州采取“政府+企业+媒体”的模式，不断推出别具创意的宣传推介活动，积极开展国际国内旅游合作，提高“香格里拉”在国内、国际的知名度，将迪庆推向世界。2007年，迪庆成功举行了“PECC第二届国际生态旅游论坛”，来自世界的三十多个国家和地区生态旅游专家、学者齐聚香格里拉，达成《香格里拉共识》，进一步扩大了香格里拉在国际的知名度。同时，围绕“香格里拉”这个世界知名的旅游文化品牌，迪庆不断挖掘当地的文化资源，开发新的旅游产品，将其融入市场，满足消费者的需求。一是在品牌定位上，迪庆采取差异化定位策略，异质于位于同一条旅游线上的大理、丽江，既凸显迪庆的优质资源，又避免了不同旅游城市之间的恶性竞争。二是在文化企业培育上，

迪庆实施“名牌战略”，将地区特色产品和文化融合起来，打造名牌产品，已孕育出一批如“香格里拉印象”、“香格里拉”酒、“大藏密”酒等省级名优产品。三是在文化工艺品品牌塑造上，以非物质文化遗产为核心，发挥非遗传承人的作用，打造出尼西藏族黑土陶，香格里拉县唐卡堆绣、刺绣，传统的木制品及傈僳族弩弓等工艺品品牌。

（3）综合评价

在品牌建设上，两州皆是针对州情打造具有当地特色的文化产业战略品牌。甘南州致力于以“九色甘南香巴拉”为代表的特色藏区文化产业品牌建设，而迪庆则以“香格里拉”为核心进行文化品牌塑造。总体而言，迪庆略胜一筹，迪庆州“香格里拉”品牌在品牌增值、产业带动、资源整合、区域辐射等方面“香格里拉”文化品牌取得了较好的经济效益和社会效益。

①迪庆文化品牌建设的优势及甘南当前的不足。首先通过加强与媒体合作，发挥媒体在迪庆品牌宣传的作用。迪庆州旅游发展委员会携手云报旅游传媒在昆明设立了“迪庆州旅发委昆明新闻宣传中心”，推动迪庆对外宣传的正面影响。其次，在品牌战略上发挥了“大品牌”的带动作用。“香格里拉”是迪庆最具有知名度的国际品牌，文化企业和文化产品的建设围绕“香格里拉”这个文化品牌发展，延伸出更多的品牌内涵。而在甘南州，“九色香巴拉”的提出是其大品牌战略的核心，但较之于迪庆的“香格里拉”还有所差距，“九色香巴拉”的品牌对甘南文化企业、文化产品发展的带动作用较小。当前存在的主要问题是“九色香巴拉”的品牌内涵界定不清晰，在目前能找到的资料中，基本没有对“九色香巴拉”的阐述。

②甘南未来文化品牌建设的重点。首先是打造甘南大文化品牌战略。在大品牌战略中，首先需要对“九色香巴拉”内涵进行阐述，提升品牌吸引力。其次，在对外宣传这一块，甘南近几年虽然逐渐加大了宣传力度，但是在宣传广度和深度方面都需要进一步推进，采取多手段多样式品牌宣传。在宣传方式上采取多种宣传方式，例如和媒体合作，扩大甘南品牌知名度，充分利用发达的自媒体，在微信、微博等推广平台上宣传甘南的文化景观和民族风情。

4.民族工艺品

（1）甘南民族工艺品

甘南作为有着悠久历史和多种民族聚居的民族地区，民族特色工艺品别具一格，主要包括藏族服饰、洮砚、卓尼木雕、石雕、唐卡、氍毹卡垫等，这些独具特色的民族工艺品也成为当地文化产业发展的重要支柱。其中，洮砚是中国四大名砚之一，砚石细腻文雅，纹样秀丽，属砚石中的名品，木雕、石雕、唐卡等是藏族传统艺术品，也是藏族生活的一部分。唐卡是甘南藏族久负盛名的民族艺术品，其绘制流程不仅耗时，而且对画师技术要求极高，因此每一幅唐卡都是不可多得的艺术精品。在第十五届中国西部国际博览会上，甘南州羚城藏文化科技开发有限公司与甘肃华源文化产业集团签订了2.34亿元的甘南藏文化千幅唐卡整体打包上市融资和产权出让项目，标志着甘南千幅唐卡正式走向大市场。

（2）迪庆民族工艺品

随着文化旅游业的发展，文化市场日渐扩大，加上民族技艺得到深入挖掘，迪庆民族工艺品业也逐渐发展起来。以民族刀具、银器、木制品、陶制品、手工艺、刺绣为代表的，具有地域文化特色的旅游产品初步形成产业化，例如香格里拉县卡卓有限责任公司生产的卡卓牌刀具、德钦银制品厂生产的银器以及香格里拉尼西黑陶等文化产品远销国内外。其中以国家级非物质文化遗产尼西黑陶为典型代表。尼西是迪庆一个藏族村寨，曾经是茶马古道上的必经之地，村寨中有流传上千年的制陶工艺。尼西黑陶技艺精湛，造型优美，是黑陶中少有的精品。随着考古发现和迪庆文化旅游业的发展，尼西黑陶逐渐被世人知晓，进而享誉世界，不仅深受游客偏爱，还成为远销海内外的艺术精品。尼西黑陶的造型从最初的简单生活用具逐渐增加到一百多种，涵盖了生活用品、民族工艺和宗教用品三大类，销售地远达日本、欧洲、美国等。尼西黑陶资源的挖掘为当地经济发展提供了契机，目前村中绝大多数从事黑陶制作，年产值高达数百万元。

（3）综合评价

在民族工艺品的开发中，迪庆在技艺传承、生产规模、产业链和产品市场上都优于甘南，因此甘南民族工艺品未来需要在这些方面加以重点突破。

①迪庆民族工艺品产业优势。迪庆发展民族工艺品最大的特点是不断推陈出新，研发出新产品，以满足消费者需求。从最初的陶火锅、陶盆、陶罐等生活用具延伸出涵盖生活用具、艺术装饰等多种样式，创新是迪庆民族工艺品长盛不衰的源泉。在这一点上，

甘南在也在发展，将掐丝技术融入唐卡，创作出掐丝唐卡等文化创意产品，深受消费者欢迎。民族工艺品的发展不能是一成不变，只有不断推陈出新，才能满足市场需求。但是，文化内涵是民族工艺品的灵魂，在创新的同时，不能篡改民族工艺品的文化内涵。再次，迪庆民族工艺品产业市场体系发展较好，从业者众多，产业链完备。同样以尼西黑陶为例，迪庆尼西村寨基本整个村子的村民都在制作黑陶，黑陶产业有自己的生产、销售链条。反观甘南民族工艺品生产，文化企业大多规模较小，在经营方式上主要以家庭为主，例如卓尼木雕的代表“玛尼藏式木雕有限公司”在生产和经营上以家庭为主的作坊式生产，木雕制作人员少，产量低，无法满足市场需求。其次，民族工艺品对技术要求较高，技艺传承艰难。甘南的很多民族特色工艺品都是需要手工制作，对从业者技艺要求非常高。在传承上，学习时间久，见效慢，需要静下心来做，很多人尤其是年轻人选择外出打工而不是学习艺术品制作，民族工艺品传承艰难制约了民族工艺品企业的发展壮大。

②甘南民族工艺品产业发展重点。首先，发展民族工艺品首先要采取措施吸引更多的手工艺人参与，提高工艺品的产量，满足日益扩大的市场需求。其次，手工和机器生产互补。甘南当前很多民族工艺品生产是纯手工制作，纯手工制作产品精美，对消费者吸引力大，但是生产周期长，产量低，难以满足日益扩大的市场需求，因而，可以采用机器生产来弥补市场需求缺口。

5.文化产业园及重大项目建设

（1）甘南文化产业项目建设

文化产业项目是发展文化产业的重要手段。甘南文化资源布局分散，进行文化产业园建设能够集聚文化资源，实现文化企业间的联动发展。近几年，甘南州通过推进文化产业项目集群建设，一方面有效实现了文化产业的集聚优势，另一方面培育壮大了一批弱小的文化企业。比较有规模的是甘南州羚城藏族文化产业园、夏河拉卜楞唐卡绘画展示中心改建项目、卓尼洮河雕刻工艺品展示中心、藏宝网文化产业开发及推广项目、舟曲县博峪民俗风情文化产业园项目等。在第十届深圳文博会上，甘南成功签约了夏河县文化旅游综合体项目、迭部县多儿养生景区综合开发项目、玛曲县高原旅游文化房车营地建设项目等3个文化产业招商引资项目。在第三届国际文化产业大会暨第七届甘肃省

文博会上，成功签约合作市当周神山藏文化国际生态旅游体验区、帕乔村民俗体验区安多部落、碌曲县郎木寺藏族歌舞演艺中心和甘南冶力部落民俗文化产业园3个文化产业重点项目¹。

（2）迪庆文化产业项目建设

迪庆文化产业园建设不是单纯建设一个大文化园区，让州内文化企业入住，或者依靠某一发展较好文化企业进行文化产业项目建设，而是将当地的城镇、生态环境、文化企业都纳入文化产业园建设中，推动了文化产业园内餐饮业、酒店业、商贸业等多种文化企业的协同发展。通过不断加大对文化企业的扶持和宣传推介力度，许多具有迪庆民族特色的文化企业迅速崛起。独克宗古城、香格里拉文博中心、印经院文化旅游区、呀啦嗦马术演艺中心、德钦阿墩子古城、叶枝同乐生态文化村等重大文化产业项目全面启动建设，取得了明显的经济效益和社会效益。当地文化企业积极做好重点文化产业项目申报工作，2014年，迪庆州共争取到3个省级文化产业发展专项资金300万元，组织开展香格里拉县特色文化资源普查并形成特色文化资源普查报告，组织相关文化产业企业参加创意云南2014文化产业博览会，期间，该市展馆销售额达5万余元。在云南省工艺美术协会举办的第八届“工美杯”精品评选大赛，三坝纳西东巴《六十花甲图》，东旺手绘唐卡《四壁观音》，尼西黑陶《浮雕土锅》等获奖。尼西乡汤堆片区成功入选“云南文化产业特色村寨”，尼西乡黑陶开发有限责任公司入选“云南文化产业特色企业”。

（3）综合评价

文化产业园建设是文化产业发展的重要方面，也是文化产业集聚的必然选择。甘南、迪庆文化产业园都处在稳步发展阶段，积极整合当地特色文化资源，推动文化产业集聚建设。甘南文化产业园目前正处于建设期间，尚未开始真正盈利。

①迪庆文化产业园建设优势与甘南州文化产业园存在的问题。迪庆文化产业经过多年发展，目前多个产业园区已经成功建设并有序经营，探究其经验主要有以下几点。首先，因地制宜，紧紧依托州文化资源分布建设文化产业园。其次，在文化产业园建设中前期是由政府主导推动建设，对文化产业园的规划、建设、实施和开发进行引导，在产业园运行中，主要还是依靠市场的力量，管理者角色由政府转到市场，充分尊重了市场

¹ 甘南州加快文化产业发展[EB/OL].中国甘南网,2015-03-20. http://www.gannancn.cn/html/2015/gn_0320/7477.html

发展规律，取得了良好经济效益。而甘南文化产业发展时间较晚，在旧有的城市规划中并没有将文化产业园加入城市建设规划之中，现阶段文化产业园大多远离市区，降低了文化产业园的吸引力。并且甘南文化企业经营理念和政府管理理念存在冲突：一是文化企业自身发展平稳，原有产业规模完全可以满足当前市场需求，不需要扩大产业规模，二是文化产业园规划理念和企业的文化理念存在偏差，害怕产业园建设丧失文化的真正内涵。

②甘南未来文化产业园建设发展方向。针对以上问题，甘南州在产业园区和重大项目建设时，首先要采取政府主导和企业自主发展相结合战略模式。在文化产业园建设上，政府的角色主要是扶持、引导企业发展方向，规范企业运行，在经营上，充分发挥企业的市场主体作用。其次，调整资源配置，优化产业结构，走品牌化道路。甘南文化产业园建设还处于刚刚起步阶段，文化产业集群效应还不明显，需要严格文化企业入驻标准，提高文化产业园区内文化企业产品的质量，打造精品产品，提升文化产业园区的吸引力和知名度。再次，推动产业创新发展，优化产业园建设理念。文化产业具有很强的市场导向性和高风险性，文化产业的运营模式是否符合市场需要，对文化企业的发展至关重要。因而，在文化产业园建设中，鼓励创新，满足文化市场需求。迪庆在文化产业园建设中打破传统以企业为主的产业园建设，发展更符合市场需求的生态村、古城建设，扩大文化产业园范围，深受广大消费者喜爱。

6.战略部署和政策引导

“十二五”时期党中央就提出“基本建成公共文化服务体系，推动文化产业成为国民经济支柱性产业”战略目标，而“十三五”规划尤其提出了要将文化产业建设成国民经济发展的支柱产业，这表明在文化产业发展已经成为国家强力推动的经济发展战略之一。各级党委、政府对文化建设也提出了新的目标任务和具体要求。在第五次西藏工作座谈会上，党中央出台了《关于加快四川云南甘肃青海省藏区经济社会发展的意见》，强调要加强藏区文化基础设施建设，提升公共文化服务能力，加强藏语节目和藏文出版物生产能力建设，保护物质和非物质文化遗产。中央西部大开发工作会议对全面实施新一轮西部大开发作出了全面部署，明确了深入实施西部大开发战略的总体要求、基本思路、战略重点和政策措施。党中央、国务院《关于深入实施西部大开发战略的若干意见》

提出，要加快西部地区尤其是边疆民族地区文化事业发展，推进文化创新，这为民族地区加快文化发展提供了重大机遇。

（1）甘南战略部署和政策引导

自“十二五”以来，甘南州着力发展文化产业，提出了“文化撑州”的发展战略，制订了一系列文化产业政策。2015年甘南州出台了《关于加快推进文化产业发展的实施意见》和《甘南州推进华夏文明创新区建设实施意见》，确定了文化产业发展的总体思路 and 重点发展领域，提出了在财政扶持、税收减免、投资融资、人力资源、文化用地等方面的文化产业发展政策，为甘南的文化产业发展提供了全面规划部署。在招商引资方面，甘南州紧紧围绕国家西部大开发战略、“一带一路”战略和甘南州“3341”项目工程，加大招商引资力度，期间，甘南州相继出台了《关于甘南州鼓励内外资经济组织和个人投资的若干规定》《关于对招商引资项目实行“一站式”服务的规定》《甘南州招商引资中介人奖励暂行办法》等一系列优惠政策，采取主动出击，主动对接的招商模式，先后到广州、上海、成都、天津、西安等地进行项目的洽谈和对接工作，并充分利用深圳文博会、兰洽会和省文博会等展会平台，重点围绕特色文化产业招商，2014年甘南州成功签约玛曲县高原旅游文化房车营地建设等8个文化产业项目，签约金额11.51亿元，招商引资到位资金4.3亿元。与上海文化产权交易所商谈甘南藏族千幅唐卡打包上市项目，签订了投资额为2.343亿元的框架合作协议¹。

（2）迪庆战略部署和政策引导

迪庆政府在2000年提出了“文化兴州”的战略，加强对文化产业的政策倾斜。2002年，迪庆州出台了《迪庆州文化兴州行动纲要》，为迪庆发展文化产业，推动经济发展进行了详细部署。“十二五”伊始，迪庆就提出了“生态立州、文化兴州、产业强州”的发展思路。针对文化产业发展资金不足的问题，迪庆州政府做出一系列决策：对州内文化企业减征15%企业所得税；非公资本进入文化产业领域，在信贷、土地使用、税收等方面享有和国有资本同等待遇；鼓励银行等金融机构和文化企业合作，为文化企业提供贷款等资金支持。在土地使用上，实行对文化建设用地优先安排的政策，适当降低文化产业园区建设用地的基准地价，用地出让金最低可按照全国标准的10%~50%执行。加

¹ 甘南州立足藏区特色促进文化产业发展[EB/OL].中国甘肃网,2015-04-28.
<http://gansu.gscn.com.cn/system/2015/04/28/0111002860.shtml>

强对外经贸往来，推动州内文化产品走出迪庆，走出国门，并对出口文化产品和服务提供出口退税和专项补贴，为文化产业开拓国际市场提供便利。迪庆州提出鼓励文化创作政策，制定出台《迪庆藏族自治州文学艺术奖励（暂行）办法》，对迪庆文化发展有突出贡献的单位和个人、在全国和全省有重大影响的优秀文艺、影视作品，以及对文化建设有重大支持的人员，由州委、州政府给予表彰奖励¹。在招商引资方面，迪庆先后成立了招商引资小组、外来投资服务中心、外来投资投诉中心和便民服务投诉中心等机构，相继出台了《迪庆藏族自治州人民政府关于进一步扩大对内对外开放的若干暂行规定》《迪庆州招商引资奖励暂行办法》《迪庆州重大招商引资项目州级领导联系推进制》²等一系列旨在推动迪庆州对外开放，吸引外资的政策。此外，迪庆州还借用“昆交会”、“珠洽会”、“西博会”等大型会展和网络平台进行项目招商、展会招商、网上招商，挖掘客户资源等，经过多年努力，迪庆招商引资政策取得了显著效果，外来投资企业和外籍就业人员数量大增。

（3）综合评价

甘南和迪庆两州在定位和政策扶持上基本类似，都是确定了文化产业在州经济发展中的重要地位，并制订了具体的详细的指导扶持政策。在战略制定时间上，迪庆于2000年提出“文化兴州”战略，甘南于2012年提出“文化撑州”战略，在文化产业发展定位上，迪庆远远早于甘南，文化产业的发展经验也相对成熟。

①迪庆战略部署和政策引导优势和甘南当前存在的问题。首先，在战略规划上，将生态文化保护与文化产业发展同等并重，在文化产业尤其是文化旅游业发展中，迪庆坚持生态保护、环境保护，取得了良好效果。其次，在政策制定上，迪庆州严格遵循国家和云南省发布的文化产业政策，还结合具体州情制定适合迪庆州文化产业发展的政策，奖励文化产业创新发展，政策涉及文化旅游、生态保护、招商引资等多个方面，详细具体。再次，迪庆招商引资制度健全。迪庆州在思想上强调对外开放的重要性，这也是迪庆进行招商引资的思想基础；在具体举措上，成立负责招商引资的专门机构，采取多种方式手段吸引外资；在配套机制上，强化对在迪庆扎根的文化企业的扶持，建立推行招

¹ 迪庆藏族自治州文化兴州行动纲要[EB/OL]香格里拉网,2011-05-04.

http://www.xgll.com.cn/wh/2011-05/04/content_48964_4.htm

² 王洛林主编.全球化与中国[M].北京：经济管理出版社,2010年.

商引资责任制、重点项目领导联系推进制、引资奖励制度、政企对话制等，做好服务，为迪庆招商引资创造了良好声誉。而甘南州由于生态环境十分脆弱，在发展文化产业时，首先需要着重发展作为绿色产业的文化产业，但是当前政府对当地产业结构中缺乏清晰有力的政策引导，在招商引资的政策中也没有对以文化产业为代表的绿色产业的政策优惠倾向。其次，甘南文化产业政策没有突出甘南文化产业发展的重点和特色。甘南文化产业发展具备民族地区的特色，但是在文化产业政策上没有体现出来。再次，政策缺乏协调性，执行上存在推诿扯皮现象。根据笔者在甘南实地调研，发现不同文化管理部门和机构存在管理混乱，政出多门现象，彼此政策之间缺乏协调。

②甘南州未来的文化产业发展可从以下几方面调整其战略部署：首先，甘南州发展文化产业较晚，在战略规划和政策制定上，遵循科学发展原则，兼顾经济效益、社会效益和环境效益，可以借鉴迪庆的做法，将经济发展与保护并重，避免经济发展带来脆弱生态环境的破坏。其次，在文化产业政策制定上可以重点突出具有甘南特色的文化产业，对特色文化产业加大扶持力度，避免文化产业发展过程中同质化问题，以提高甘南文化产业发展的竞争力。再次，加强文化产业政策的协调，一是加强文化产业政策之间的协调，二是加强文化产业政策与其他产业政策之间的协调。

表4-4甘南和迪庆两州文化产业发展情况对比分析

对比类别	甘南	迪庆	迪庆发展对甘南的借鉴
发展概况	1、处于起步阶段，发展潜力较大 2、小微文化企业多，家庭手工作坊式为主	1、发展相对成熟，产业运作良好，市场体系健全 2、小微文化企业众多，随旅游业兴衰而兴衰	1、健全市场体系，规范市场运行秩序 2、着力发展小微企业，逐步扩大文化企业规模
文化旅游	1、起步晚，发展快，基础设施建设和市场体系发展不完善 2、有一定国内、国际知名度 3、旅游受季节影响大，最佳旅游时间短，具有时限性	1、起步早，发展稳定，基础设施建设和市场体系发展完备 2、基本打开国内、国际市场 3、受季节影响较小，最佳旅游时段长	1、制定详细文化旅游发展规划和相关配套政策 2、继续加强对甘南文化的宣传，提高甘南在国内国际知名度 3、“大文化旅游圈”建设，与周边城市联合发展文化旅游业
民族演艺	1、基本处于公共文化阶段，靠政府财政	1、编造大型特色歌舞（香巴拉印象、走进香格里拉等），	1、挖掘、聘用优秀人才，

对比类别	甘南	迪庆	迪庆发展对甘南的借鉴
	<p>补贴，歌舞演艺市场化程度不高</p> <p>2、民间艺人资源丰富，目前尚未真正挖掘</p> <p>3、拍摄电影《卓尼土司》，但影响力较小</p>	<p>进行市场化演出，取得良好经济效益</p> <p>2、采用当地民间艺人，保证歌舞演出原生态文化特征</p> <p>3、拍摄一系列影视剧，如电视剧《香格里拉》《最后的香格里拉》等，影响力不够</p>	<p>编制精品剧目</p> <p>2、鼓励改制后的院团创新和进行市场化经营</p> <p>3、挖掘民间能人和民间艺人，发挥其能力</p>
品牌建设	<p>1、着力打造“九色甘南香巴拉”品牌</p> <p>2、处于品牌建设初期，品牌形象、影响力、辐射范围仍有很大提升空间</p>	<p>1、“香格里拉”的品牌形象基本确定下来</p> <p>2、品牌吸引力强，辐射、带动作用明显，经济效益和社会效益显著</p>	<p>1、品牌定位，明确甘南“九色香巴拉”品牌内涵</p> <p>2、利用多种方式进行品牌宣传</p> <p>3、发展“九色香巴拉”的延伸品牌</p>
民族工艺品	<p>1、民族工艺品品类多</p> <p>2、很多工艺品如洮砚、唐卡、木雕等制作耗时，对艺人技术要求极高，产出量小，但是艺术价值和经济价值非常高</p> <p>3、艺人传承艰难，年轻后辈学习意愿不高</p>	<p>1、民族工艺品品类多</p> <p>2、工艺品如银器、刺绣、刀具、黑陶等对艺人技术要求高，制作周期相对较短，产量大，艺术价值和经济价值较高。</p> <p>3、传承相对较好，从事民族工艺品制作人员较多，采取收徒传技、开办研习馆等方式进行人才培养。</p>	<p>1、建立民间工艺传承机制，推动民族工艺的传承</p> <p>2、推动工艺品产业链的完善</p> <p>3、传统手工艺和现代科技相结合</p>
文化产业重大项目和产业园	<p>1、文化产业园建设融入甘南文化产业发展规划重点项目之中，产业园建设逐渐成型</p>	<p>1、文化产业园建设是迪庆州文化产业发展规划的重点</p> <p>2、政府主导，尊重市场规律</p> <p>3、文化产业园创新发展</p>	<p>1、政府主导、合理规划、市场化运作</p> <p>2、从产品、产业园形式等方面进行创新发展</p>
战略政策	<p>1、文化撑州战略</p> <p>2、《关于加快推进文化产业发展的实施意见》和《甘南州推进华夏文明创新区建设实施意见》等，大力发展文化产业</p>	<p>1、文化兴州战略</p> <p>2、《迪庆州文化兴州行动纲要》《迪庆藏族自治州文学艺术奖励（暂行）办法》等，大力发展文化产业</p>	<p>1、经济发展和生态保护相结合</p> <p>2、推动文化产业政策协调发展，避免推诿推责现象</p> <p>3、提高政策执行力，让文化产业政策落到实处</p>

三、文化产业对甘肃民族地区经济发展的贡献分析

从国内外的现有研究来看，区位商方法的用途比较广泛，可以用来分析就业趋势、产业集群，进行优势产业判别和主导产业选择等。区位商分析是判断某一区域经济发展中的优势部门（产业）行之有效的方法，本研究尝试通过此方法对甘肃各市州特别是民族地区文化产业的发展进行测量和分析。在计算区位商时将使用文化产业从业人数和地区城镇就业总人数的指标，来测定区域文化产业的发展水平。

（一）理论模型

在区域经济学中，区位商（Location Quotient, LQ）通常用来作为衡量一个区域专业化水平的指标，因此又称区域产业专门化率，反映一个地区特定部门（产业）在当地所占的比重与同一部门（产业）在全国的比重之比。以区位商作为量化指标，采用一个地区某产业的产值在该地区总产值中所占的比重与全国该产业值所占比重方面的比率，其表达式为：

其中， i 表示第 i 个地区， j 表示第 j 个行业； LQ_{ij} 表示 i 地区产业 j 的区位商； X_{ij} 表示地区 i 产业 j 的产值（或从业人数、增加值等）； X_i 表示地区 i 所有产业的总产值（或从业人数、增加值等）， $\sum_i X_{ij}$ 表示全部地区（通常指全国） j 产业的产值（或从业人数、增加值等）， $\sum_i \sum_j X_{ij}$ 表示全部地区（通常为全国）所有产业的总产值（或从业人数、增加值等）¹。区位商表明一个地区某部门同全国的同一部门相比所具有的优势，这种优势同时代表了该地区该行业的专门化程度。

一般说来，当区位商大于1时，意味着该部门（产业）在该区域的专业化程度超过全国，该部门（行业）具有比较优势，为产品输出部门，该部门（产业）从而被认定为地区经济基础且对地方整体经济有贡献，是区域产业发展的潜力方向；而当区位商小于1时，表明该部门（产业）的专业化水平低于全国，竞争力较弱，为产品输入部门，该部门（产业）被推定为在地型产业或非基础产业，是区域产业发展的调整方向。就经济发展目标而言，须将焦点集中于极值之上——大于1.25的（多为外销基础）及小于0.75

¹ 周锦,顾江.基于区位商理论的区域文化产业发展分析[J].统计与决策,2013（17）：102-105.

的（有进口替代机会），而区位商介于1.25与0.75之间的部门则能够生产足供地方需求的财货与劳务¹。

（二）甘肃各市州文化产业区位商

据国家统计局科研所统计显示，2013年全球文化产业的从业人员占全社会从业人员总数的比重为5.49%，约3/4的经济体在4.0%~7.0%之间。其中，菲律宾、墨西哥、美国、澳大利亚、马来西亚和俄罗斯等均超过7%，2011年韩国和新加坡均达6.2%，英国和加拿大为5.6%，中国香港为5.5%²。中国2013年城镇就业人口总数为38240万人³，文化产业从业人数为2182万人⁴，文化产业从业人员占全国从业人员总数的比重为5.71%。可见，我国文化产业的从业人员在全社会的就业占比已经超过了世界平均水平，但不可忽视的是地区间的差距十分悬殊，如甘肃省文化产业从业人员占全省城镇就业人口的比重仅为

$$\text{文化产业区位商} = \frac{\text{某地区文化产业从业人数} / \text{该地区城镇就业总人数}}{\text{全国文化产业从业人数} / \text{全国城镇就业总人数}}$$

3.45%⁵，而甘肃省内各市州也存在极度不均衡的状况。因此，国家和地方在发展文化产业的过程中，必须深入地方实际，因地制宜制定相关政策措施。

由于现有数据资料的局限，本课题选取2013年相关统计数据对甘肃省各市州文化产业就业状况做整体分析，进行文化产业区位商的计算和比较，以此判断文化产业在民族地区经济发展中是否具有比较优势，进而探讨其发展的趋势与方向。文中的数据来源于国家统计局网站、甘肃省统计局、华夏文明传承创新区建设协调推进领导小组办公室。本课题所建立的文化产业区位商计算公式如下：

$$LQ_{ij} = \frac{X_{ij} / \sum_j X_{ij}}{\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}}$$

¹ 马群杰.台湾地区文化产业与文化营销[M].北京：科学出版社,2011年.

² “世界主要经济体文化产业发展现状研究”课题组. 2014.10：世界主要经济体文化产业发展状况及特点[J].调研世界,2014（10）：3-6,49.

³ 2013年国民经济和社会发展统计公报[DB/OL].中华人民共和国国家统计局, 2014-02-24.

http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201402/t20140224_514970.html

⁴ 第三次经济普查主要数据：文化及相关产业单位及从业人员情况[DB/OL].中华人民共和国国家统计局.

http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201412/t20141216_653709.html

注：此处数据为文化产业法人单位、产业活动单位和个体经营户的从业人员加总得到的。

⁵ 甘肃省统计局.甘肃省 2013年国民经济和社会发展统计公报[DB/OL].中国统计信息网, 2014-10-05.

<http://www.tjcn.org/plus/view.php?aid=27764>.

其中，全国文化产业从业人数/全国城镇就业总人数，即 $\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}$ 的数值为 5.71%。

用上述公式对甘肃省各州市文化产业进行区位商数分析，结果如表4-5所示。

表4-5 甘肃省各市州文化产业区位商¹

市州	文化产业从业人数(万人)	城镇就业人口(万人)	文化产业区位商(LQ)
兰州	4.65	66.52	1.23
嘉峪关	0.43	6.17	1.22
金昌	0.36	12.78	0.49
白银	0.89	16.52	0.94
天水	1.42	22.53	1.10
武威	0.98	14.22	1.21
张掖	1.12	30.13	0.65
平凉	1.03	34.24	0.53
酒泉	1.00	25.67	0.68
庆阳	3.06	17.43	3.08
定西	0.94	16.19	1.02
陇南	0.65	16.39	0.70
临夏	0.90	12.30	1.28
甘南	0.30	7.15	0.74
合计	17.74	514.55	0.60

注：表中数值均取小数点后第二位，采取四舍五入法进位。

按照各市州区位商值进行排序，我们将以上数据分为两个层次，第一层次：LQ>1，依次为庆阳、临夏、兰州、嘉峪关、武威、天水、定西七市州；第二层次：LQ<1，依次为白银、甘南、陇南、酒泉、张掖、平凉、金昌七市州。

（三）结果分析

从计算结果来看，在2013年甘肃省所有14个市州的文化产业区位商数当中，LQ值大于1的兰州、嘉峪关、天水、武威、庆阳、定西、临夏等7市州，文化产业发展相对较好，产业优势明显，对当地经济贡献较大，其文化产业具备外销的条件，在发展中可重点进行品牌营销，扩大知名度，吸引外部消费；而LQ值小于1的金昌、白银、张掖、平

¹ 数据来源：国家统计局网站.甘肃省统计局网站.华夏文明传承创新区建设协调推进领导小组办公室文件.本课题整理.

凉、酒泉、陇南、甘南等7市州，其文化产业的专业化程度处于全国平均水平以下（即文化产业从业人数占城镇就业人口的比重低于5.71%），竞争能力较弱，但这些地区都有独特的文化特色，在资源储备上也具有一定的优势，同时，由于文化产业各细分门类之间具有高度的关联性，因此这些地区文化产业尚有进一步开发的潜力。

进一步分析可知，处于第一层次的地区都有相对完善的文化产业发展战略规划，并得到有效实施，如兰州市文化事业发展总公司、天水汉唐麦积山陶艺有限公司、环线皮影文化产业群、庆阳香包民俗文化产业群、兰州创意文化产业园有限公司等都是国家级文化产业示范园区，这些园区的建设无疑是推动当地文化产业结构优化升级，增加就业，创造经济和社会效益的发展平台。可见，一个地区文化产业的发展程度一方面得益于其优越的区位环境与产业基础，另一方面也需要国家和地方政府的引导与支持，政府针对文化产业发展所制定的地方性政策会对各产业的发展方向、规模和发展速度带来不同的影响。

就民族地区而言，同为少数民族地区且地理位置毗邻的临夏回族自治州和甘南藏族自治州，其文化产业的专门化程度却有着十分悬殊的差距。从文化产业发展看，临夏州把文化旅游业定位于西北著名、国内外有较大影响的集民俗体验、休闲观光和探秘考察为一体的游览度假目的地，将文化旅游业作为支柱产业来发展和培育，进一步打造“民俗风情、史前生物、黄河山水、森林生态、河州文化”品牌，重点开发了多条旅游精品线路和以远古动物为素材的系列旅游商品、以花儿为素材的民俗文化旅游产品及彩陶复制品、雕刻葫芦、砖雕手工艺品等一系列旅游纪念品；国家扶持的旅游重点建设项目有永靖县黄河三峡风景名胜区、和政县松鸣岩风景名胜区和康乐县莲花山自然保护区；并建设了花儿、砖雕、保安腰刀、雕刻葫芦、民族刺绣和民族服饰、彩陶复制品、清真食品和民族特需用品、古动物化石复制品等八大产业基地，文化与旅游等相关产业当前处于深度融合发展阶段。

甘南州传统产业结构中农业和畜牧业占较大比重，近年来，随着产业结构的调整，第三产业的比重逐渐加大，到2014年已达到52.9%¹。甘南州文化资源极为丰富，是地理环境和民族文化的完美结合，这些丰富而独特的资源蕴含着巨大的产业价值，是甘南塑

¹ 甘南州统计局.甘南州 2014 年国民经济和社会发展统计公报[DB/OL].中国统计信息网, 2015-05-11.
<http://www.tjcn.org/tjgb/201505/28372.html>

造全新形象的无穷宝藏和财富，但由于经济欠发达，文化投资和文化消费都没有良好的经济支撑，加之当地科技力量薄弱，高端复合型人才缺乏，致使其文化资源开发仅限于表浅的观光旅游业，在文化资源保护方面拘于传统的学术保护方式，没有充分认识到文化资源的经济价值。综上，对于如何整合当地文化资源优势、整合跨地区市场优势、技术优势，运用一切可利用资源，以现代管理方法和生产技术进行产业化运作，形成特色鲜明的保护开发模式，以及强有力的区域竞争力和文化竞争力，需要甘南州进行进一步的理论探索和实践摸索。

总之，民族地区需要围绕文化产业发展中的文化、技术、商业模式等新兴要素，构建符合地方民族特色的文化产业创新体系，赋予文化资源以新的财富创造能力，并在文化产业发展集聚和扩散效应下，通过企业、政府、高等院校和研究机构、中介机构等创新主体和创新环境的共同努力，结合文化创新、技术创新、制度创新、市场创新，推动文化产业向可持续发展的内生增长方式转变。

四、民族地区文化产业发展 SWOT 分析

综合前文分析发现，甘肃民族地区文化产业发展面临的优势、劣势相对明显，机遇和威胁同时存在。本节按照SWOT分析模型对甘肃民族地区文化产业发展的优势、劣势、机遇和威胁进行系统分析与概括，并对甘肃民族地区文化产业发展进行初步的战略探讨，既是承接上文，也为后面的分析做铺垫。

（一）甘肃民族地区文化产业发展的优势分析

甘肃民族地区具有发展文化产业的显著优势。一是文化资源优势。甘肃民族地区文化资源不仅类型多样，特色鲜明，而且内涵丰富，具有资源丰富性好、集聚性强、异质性高和开发价值大的特点；极富特色的文化资源推动了甘肃民族地区特色文化产业的发展，这是甘南、临夏区别于其他民族地区的显著竞争优势。二是文化品牌优势。甘肃民族地区文化产业发展具有较好的文化品牌认知度，无论是宗教信仰、历史文化还是自然风光，甘南、临夏在国内、国际都有一定的影响力。甘南凭借优美壮丽的自然风景、肃穆静谧的宗教文化被美国权威杂志评为“让生命感受自由的世界50个户外天堂之一”；临夏作为“东方小麦加”，是世界穆斯林心中的又一圣地；三是地理区位优势。甘肃民

族地区位于甘肃西南部，西与青海接壤，南与四川毗邻，北部紧接兰州，既是三条入藏通道之一，又是古丝绸之路的一部分，区位优势非常明显；作为我国西部的民族地区，甘南和临夏一直以来得到中央政府的鼎力扶持和政策倾斜，这是民族地区发展文化产业独特优势。此外，甘肃民族地区的群众有很高的文化自豪感和自信心，大批对本民族文化满怀感情的文化产业从业者、学者、民间艺人不断推动着本民族文化的传承和发扬。

（二）甘肃民族地区文化产业发展的劣势分析

作为文化产业后发地区，甘肃民族地区文化产业发展的劣势也非常明显。一是较为封闭的地理环境造成当地基础设施滞后，尤其是文化产业配套设施不完善、交通条件不便等是困扰甘肃民族地区文化产业发展的严峻问题。二是政府文化治理机制有待进一步提升。政府综合管理人才匮乏、文化事业和文化产业融合发展滞后、文化产业发展的法律法规缺位、文化产业政策有待完善、政府部门联动性差等问题制约了当地文化产业的发展。三是文化市场体系有待于进一步完善。从整体看，甘肃民族地区文化市场整体情况并不乐观，市场治理机制不健全，文化产品市场有待规范，市场竞争无序化，文化市场的信息集聚和扩散效应并没有真正发挥出来，市场资源配置的基础性作用有待进一步加强；从文化消费市场看，甘肃民族地区经济欠发达，当地民众对文化产品消费较少，本地文化市场没有真正发展起来；在资源开发方式上，尚以对文化资源的原始性开发为主，开发深度和广度都有待于进一步提升，二次产品、文化服务产品较少，导致甘肃民族地区以外的消费者在当地消费不足；文化企业存在规模小、资金少、科技力量薄弱，市场意识不足，缺乏长远规划，缺乏文化企业孵化平台，自主创新能力不足，文化产品创新性不够等，这一点在前文有详细的论述，这里不再赘述。此外，文化产业发展的地区间不均衡，难以进行统筹发展等都是当地发展文化产业的劣势。

（三）甘肃民族地区文化产业发展的机遇分析

近年来，无论是国家层面、省级层面，还是民族地区都已经充分认识到文化产业发展的的重要性，这是甘肃民族地区文化产业发展的重大机遇。首先，国家持续推进西部大开发战略，从政策倾斜、战略规划、产业布局等方面强化对西部尤其是西部民族地区的扶持。其次，西部发展文化产业战略规划不断推出。华夏文明传承创新区建设、甘南州藏羌彝文化产业走廊建设、临夏州丝绸之路经济带黄金段“盛世伊园”建设等几个大的

文化产业发展规划的相继提出，为甘肃民族地区文化产业提供了难得的发展契机。再次是“一带一路”战略的实施，打开通往中亚、西亚的广阔消费市场，搭建了一个高度开放的对外开放平台。中央和各地的援助推动甘肃民族地区公共基础设施不断完善，人民收入水平提高，文化消费能力逐渐增强；从全国范围看，经济发展和精神文明建设的推进以及互联网的宣传、推动作用，促进了社会文化需求的普遍提升，出现了“文化旅游热”。借此良机，甘肃省政府、甘南州政府和临夏州政府陆续出台了推动民族地区文化产业发展的政策规划和文化产业建设方案，着力发展招商引资，推动本地文化企业走出去；随着当地文化产业不断发展和与外界文化企业交往日益密切，文化企业在运营中积累了丰富的经验，技术不断进步，扩大了外界消费市场。

（四）甘肃民族地区文化产业发展的威胁分析

甘肃民族地区文化产业发展面临的威胁也很明显。首要的就是来自周边同类市场的竞争。临近四川、青海、西藏等民族地区既是甘肃民族地区文化产业发展的优势，但同时产生了替代作用，加剧了市场竞争的激烈程度。以文化旅游为例，周边省份严重分化了甘南和临夏文化旅游业的客源，根据甘南和临夏2014年国民经济和社会发展统计公报数据分析，甘南、临夏在文化旅游方面的海外游客比重仅仅占游客总数的2%左右，大多数游客来自于国内，而且将甘南、临夏作为旅游线路的途经之地。其次是来自于国内外强势文化的渗透和冲击。文化产业的竞争归根结底是经济实力的竞争，随着经济全球化和民族地区对外交流的日益密切，当地的文化产品、文化资源、文化消费和文化市场受到外界的冲击、影响越来越大，而面临丧失本真性的威胁。此外，物价上涨，旅游成本增加影响了一部分消费者的选择，而脆弱的生态环境也对当地文化产业的发展形成了一定威胁。

（五）甘肃民族地区文化产业发展SWOT分析模型

通过分析发现，甘肃民族地区文化产业发展的优势和机遇主要是品牌、资源、区位，推动其发展的机遇则主要靠政府的战略推动。然而，在资金、技术、市场等文化产业发展根本要素方面却存在明显劣势，同时，在外部环境上面临着十分激烈的市场竞争，这些是导致甘肃民族地区“富饶型贫困”的原因。据此，得出如下分析模型：

表4-6 甘肃民族地区文化产业发展SWOT分析模型

	优势 (S)	劣势 (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1、文化品牌认知度高 2、文化资源优势 3、特色文化产业优势 4、地理区位优势 5、国际认知度较高 6、历史传统深厚 7、自然风光秀美 8、媒体传播扩大影响力 9、中央政府的政策倾斜 10 文化自豪感强烈 	<ol style="list-style-type: none"> 1、文化管理体制、机制不健全 2、政府缺乏综合管理人才 3、相关法律法规不完善 4、文化产业政策不全面 5、文化事业和文化产业融合滞后 6、基础设施落后 7、市场体系不健全 8、市场意识滞后 9、市场资源配置作用不明显 10、文化消费水平低 11、文化企业自身发展不足 12、地区发展不均衡难以统筹 13、资源开发不足 14、资金匮乏、技术落后 15、文化产业起步晚 11、文化服务较少 12、自主创新能力不足 13、产品创新性不够
机遇 (O)	SO 战略	WO 战略
<ol style="list-style-type: none"> 1、国家西部文化产业开发规划布局 2、当地政府鼎力扶持 3、文化需求提升 4、交通条件改善 5、“一带一路”发展战略 6、居民收入增加 7、发展意识增强 8、对外联系增强 9、管理经验日渐丰富 10、技术水平不断提升 11、招商引资 12、互联网的宣传、推动 13、文化旅游热度提高 	<ol style="list-style-type: none"> 1、充分开发利用文化资源，挖掘文化资源内涵，推动文化产业发展 2、加强媒体宣传，发挥媒体作用，提高文化知名度 3、发展文化创意产业，将创意融入民族文化资源之中，发展民族文化创意产业 4、打造品牌效应，着力打造文化龙头企业，创建优秀文化企业品牌 5、联合周边省市，打造大文化产业圈 6、借“一带一路”契机，开拓国际市场 7、发展文化与科技融合发展，发展文化旅游 	<ol style="list-style-type: none"> 1、政府治理模式优化，推动政府“善治”的发展 拓展多渠道投融资机制和多元主体投资机制，拓宽文化产业发展资金来源渠道 2、发挥政府主导作用，通过税收优惠、政策扶持等举措推动文化产业发展 3、进行文化事业体制、机制改革，推动文化产业和文化事业融合发展 4、改进技术、吸引人才，利用高薪、晋升机会等吸引高技术水平人才，发挥人才在产业发展中的作用 5、培育本地文化消费群体，吸引外地消费者 6、强化文化宣传，引领文化消费需求 7、完善基础设施建设，加强文化产业配套设施 8、发挥产业带动作用，拉动落后县域的经济发展

威胁 (T)	ST 战略	WT 战略
<ul style="list-style-type: none"> 1、自然生态脆弱 2、文化遗产容易被破坏 3、同类市场的竞争 4、文化产品同质化 5、旅游成本上升 6、客源分化 7、国内外强势文化冲击 	<ul style="list-style-type: none"> 1、将文化资源开发利用和资源保护结合起来，兼顾经济效益和环境效益 2、加强基础设施建设，改善交通、住宿条件 3、健全市场体系，完善文化市场管理方式，推动文化市场规范化、有序化发展，为文化产业发展营造良好发展环境 4、推动文化管理体制改革的 5、挖掘特色文化资源，推动文化与科技、金融等的融合发展，提升地区吸引力 6、发展文化创意产业，打造特色文化产品 7、提升民族文化自觉意识，保护本民族传统文化 	<ul style="list-style-type: none"> 1、重点打造民族地区特色文化产业，提升文化产业竞争力 2、对文化从业者进行培训，强化民族地区文化产业发展意识，提高企业经营管理能力 3、加强和周边地区文化产业的合作发展，构建大文化产业圈 4、推动文化产业项目建设，发挥产业集聚优势，打造文化产业龙头企业，带动小微文化企业发展 6、向文化产业发展较好的国内外地区取经

第五章 国内外文化产业发展主要模式及经验借鉴

任何产业的发展都有其独特的规律和演化路径，综观文化产业发展成就斐然的国家 and 地区，大都因各自鲜明的产业模式而在全球或区域文创领域保有一席之地，因此，甘肃民族地区若想发挥文化产业后发优势，研究和借鉴国内外成熟的产业发展模式十分迫切和必要。

一、国家层面发展模式

（一）英国模式：产业集群

文化产业在英国称作“创意产业”，产业集群是其发展模式的集中体现，其中比较有影响的集群有伦敦西区的戏剧集群、曼彻斯特北部的音乐产业集群等。英国模式主要呈现以下三大特点：（1）产业集群的自发性。英国的创意产业集群是市场自由竞争的产物，政府并未刻意通过建设“产业园区”等做法来推动产业间的集聚，现实情况是，各大企业主体在产业集群的过程中扮演了积极主动的角色。（2）陈旧设施的再利用。英国的创意产业园区大都基于废弃的厂房或老建筑改造而成，这样做最大的好处就是节约租赁成本，从而能够吸引大批的文创团体到此集结创业。（3）产业主体以公司制形式存在。英国的创意产业大企业集团和中小企业集群都采用典型的公司制，这种存在形式可以让文化产业借助股票集资等方式实现投融资方式的多元化，从而丰富资金来源渠道。

尽管英国政府没有刻意推动本国文化创意产业的集群发展，但却有针对性地采取了一系列保障举措。首先，通过深入调研来摸清文化产业发展实情，并基于一手材料进行详尽分析，以确保产业政策制定的科学性和针对性。其次，积极引导全员参与文化创意产业。通过教育培训激发公民的兴趣和需求，为创意产业培育后备力量和内部市场。再次，积极引进现代科学技术，尤其是数字化技术，大力促进文化和科技融合，增强创意产业的科技支撑力量。复次，强化国际间的交流合作，充分利用一切国际展销平台宣传

自身，增进国际知名度。最后，政府主动为初创创意企业解决资金难题。为化解资金短缺这一创业瓶颈，英国政府于1997年成立了创意产业专职小组，采取为创意企业提供资金联络平台，为有新创意的个人提供发展资金等措施，帮助创意产业创业者筹集资金¹。

（二）美国模式：市场主导

相较于英国，美国的文化产业市场化程度更高，完全可称得上是“无为而治”的典范，但这种“无为”背后却有苛刻的大前提为基础，比如成熟的市场和创新体系，丰富的人力资源和强大的国际资本支撑，以及跨国公司的全球化运作等，正是有了这些大前提才使得美国在看似无为的表象下培育出像好莱坞、时代华纳等产业巨鳄。美国模式的主要特点是注重知识产权保护和发展创意经济。为保护产权，美国于1790年颁布实施了第一部《版权法》，并进行不断调整和完善。此外，美国还利用行政管理措施加强产权保护。

创意经济是美国知识经济的核心，并奉行“创意+科技+资本”的经营理念，而创意经济的典型代表就是版权业，相关报告显示，在1977年—2001年的24年中，版权产业在美国GDP中一直保持稳定增长势头，其中“核心版权产业”的年增长率平均为7.01%，超过同期其他非版权类经济部门增长率(3.0%)和美国经济总增长率(3.2%)的两倍多²。

为加强版权保护，美国政府采取了以下举措：（1）建立健全行政管理体系，

包括相关行政机构的设置和工作小组的成立。（2）完善保障体系，特别是法制建设。美国尤其注重法律对版权业的保障，不仅推出众多立法议案，而且有专门研究版权新情况的律师社团组织。（3）实施版权的数字化保护。为此，美国国会先后通过了《反电子盗版法》等法律，从而对网上作品著作权的保护提供了法律依据。（4）加强版权保护的国际合作。美国推进知识产权保护的国际化，推动建立与国际贸易相关的知识产权保护体系和机制，积极倡导国际间合作³。

（三）韩国模式：政府主导

韩国与前述英、美国家的文化产业发展思路迥异，其鲜明的特点是政府“插手”痕迹较重。1998亚洲金融危机后，韩国明确提出“设计韩国”战略，以“文化立国”作为

¹ 马晓红.国外创意产业发展及对我国启示[J].知识经济,2011(22): 103-104.

² 李雪玲,高长春.国际创意产业发展经验解读及其对我国的启示[J].现代管理科学,2009(8): 83-85.

³ 李俊江,范硕.创意产业发展的国际比较及其对我国的启示[J].税务与经济,2008(3): 1-5.

国家方针，并通过相关法律法规予以确立。该战略实施多年后，以电视剧、电子竞技为代表的文化创意产业得以强劲发展，亚洲刮起的阵阵“韩流”形成了文化产业同服饰、饮食、旅游等产业互动共赢的良好局面，极大推动了韩国经济发展¹。

韩国文化产业发展的主要特点为：（1）政府构设严密的顶层设计方案，明确战略布局和目标，将创意产业定位成国家战略性支柱产业。（2）成立如文化产业局、游戏技术开发中心、文化产业振兴委员会、工艺文化振兴院等专职机构来专门扶持和管理文化创意产业的发展。（3）实行产业资金支持计划和人才培养计划，通过各种优惠政策为创意产业提供资金和人力支撑。（4）把握发展契机，发挥比较优势，通过实施大公司战略保护国内市场，开辟国际市场，推动产业链升级。

韩国文化产业成功的要素包括：（1）政府提供低廉的载体和设备支持，从而可大幅降低从业者的投资成本，利于快速形成竞争优势。（2）设立文化产业专项扶持基金，解决中小企业初创期的资金瓶颈制约。（4）完善法规制度，为文化产业发展提供法制保障。（5）设立产业振兴院，引导和鼓励文化产业可持续发展。

（四）日本模式：特色产业主导

日本以动漫强国著称于世，动漫是其创意产业的核心。20世纪90年代，日本曾经历过很长一段时期的经济停滞期，为实现发展突破，日本政府提出10年内把日本建成世界第一知识产权国的目标。相关数据显示，日本动漫目前已占全球市场份额的六成之多，成为该国第二大支柱产业。

日本动漫业的成功包含以下因素：（1）政府推动。与韩国类似，日本政府在本国文化产业发展中同样扮演了主导角色，通过设立战略会议、幕僚会议等形式有针对性地资金和政策方面加强对文化产业的扶持。（2）完善文化产业法律法规。日本先后制定了三部重要法律，涵盖IT业、知识产权及文化艺术振兴等三个领域。（3）正视市场的地位和作用。尽管日本政府主导文化产业发展，但同样注重市场化运作。日本各大报社都设有从事文化活动的部门和中心，经常举办讲座向普通百姓讲解服饰艺术、书法、音乐、摄影等多方面的文化知识²。

¹ 孙奎利.文化创意产业发展理论与实践探索[D].硕士,青岛理工大学,2008.

² 王洁.发达国家创意产业集聚发展特点的研究[J].现代管理科学,2007(9): 58-59.

表5-1 英、美、韩、日文化产业发展模式及特点

国家	模式	特点
英国	产业集群	1、自发集群 2、大企业带动 3、产业载体实惠 4、产业主体公司制 5、政府多元化扶持
美国	市场主导	1、注重知识产权保护 2、发展创意经济（版权业） 3、政府在法规制定及行政管理方面予以支持
韩国	政府主导	1、政府制定顶层战略框架 2、成立专职机构 3、政策扶持 4、大公司战略
日本	特色动漫业	1、政府主导推动 2、市场化运作 3、法律法规保障

二、区域层面发展模式

有学者根据产业发展的动力来源——内需增长拉动和外需增长拉动¹，将文化产业发展模式分成两种：内生增长型和需求外溢型²。内生增长型模式是指本地市场容量较大，内需占主要部分，内生增长成为本地文化产业发展的主要动力的一种发展模式；需求外溢型模式是指本地市场容量较小，消费需求主要来自外部，靠外部需求来拉动本地文化产业增长的模式。除以上两种模式外，一些地区文化产业做法颇具亮点，笔者将在下文以我国台湾地区为例，对其文化产业的特色发展模式加以探讨。

（一）需求外溢型发展模式代表：美国夏威夷、中国云南

夏威夷是全球著名的旅游胜地，尽管当地居民仅百万之余，但每年却能吸引数倍于当地人口数量的旅客到此观光游览，而且游客满意度极高，很显然，文化旅游业已成为当地支柱产业。云南虽然是我国西部经济发展较为滞后的地区，但却是我国内陆地区文

¹ 「美」菲利普·阿吉翁,陶然译.内生增长理论[M].北京:北京大学出版社,2004年.

² 李晓亮.西藏文化产业发展战略研究[D].硕士,复旦大学,2009.

化产业发展较快的地区，2009年，云南文化及相关产业增加值达364亿元，占全省GDP比重为5.9%，成为继北京、上海、广东、湖南、湖北之后全国第6个文化产业增加值占GDP比重超过5%的省市，因此，通过对美国夏威夷、中国云南文化产业发展的SWOT分析，深入探讨其文化产业发展的成功轨迹，系统分析其在文化产业发展中存在的优势、劣势、机遇和威胁，并对比夏威夷和云南文化产业发展战略，从中找出文化产业需求外溢型发展模式的影响因素及特点，无论对当地产业进一步发展，或是为其他类似地区提供经验借鉴都大有裨益。

表5-2 美国夏威夷文化旅游产业SWOT分析

优势	劣势
1、品牌认知度高 2、气候 3、文化和历史资源 4、目的地吸引 5、游客满意度高 6、自然资源丰富 7、土著居民的风土民情 8、住宿多样性和质量 9、安全且富于异域风情 10、活动的多样性和吸引力 11、地理区位	1、地理位置隔绝 2、基础设施匮乏 3、游客与当地居民互动不足 4、缺少“新”的体验 5、缺乏利益相关者共识 6、商务旅行落后 7、游客的期望和错觉 8、交通服务 9、国际国内航班服务 10、专业指导匮乏 11、公共设施维护
机会	威胁
1、商务旅行发展 2、游览产业发展 3、人性化营销项目 4、新市场的开发 5、渡轮 6、提高自然资源开发利用率 7、改善基础设施	1、基础设施的老化 2、反旅游情绪 3、犯罪和毒品 4、破坏性事件 5、国家资金不足 6、国际竞争加剧 7、国家安全

8、增进利益相关者参与度 9、开发体育旅游	8、空运能力不足 9、国内冲突不断 10、差异化认同感的丧失 11、夏威夷旅游的成本
--------------------------	---

根据《Hawaii Tourism Strategic Plan:2005 — 2015》编制¹

表5-3 云南文化产业发展SWOT分析

优势	劣势
1、自然资源丰富 2、气候宜人 3、民族风情 4、民俗资源丰富 5、人文历史 6、品牌认知 7、人才众多 8、地理区位 9、良好的产业发展态势	1、地理位置偏僻 2、市场不成熟 3、思想认识 4、文化体制 5、法制建设 6、高素质复合型人才 7、产业主体规模 8、投融资体系 9、文化资源配置 10、技术和管理
机会	威胁
1、国家战略定位 2、文化需求市场逐步扩大 3、人们生活方式转变 4、“一带一路”规划	1、发达国家文化产业实力较强 2、国内相似地区间竞争

根据现有文献²和云南文产网编制³

¹ 夏威夷旅游网. www.hawaii tourism authority.org.

² 赵珂.云南文化产业发展模式探析[D].硕士,云南师范大学,2006.

³ 云南文产网.<http://www.ynci.cn/>.

表5-4 夏威夷和云南文化产业发展战略对比

地区	文化产业发展战略
夏威夷	<p>(一) 发展愿景</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、尊重夏威夷土著人及其文化遗产； 2、重视夏威夷的自然和文化资源； 3、利益相关者相互尊重； 4、实现经济的可持续发展； 5、提供独一无二、永生难忘的旅游经历。 <p>(二) 指导原则</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、合作 2、可持续发展 3、责任感 4、质量 5、适应能力 6、强调本土特色 <p>(三) 战略方向</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、交通方面，改进交通、基础设施和服务； 2、交流方面，增进利益相关方的互动和理解； 3、文化建设上，尊重和保护夏威夷文化； 4、营销方面，制定有助于经济可持续发展的营销方案； 5、自然资源方面，发展和保护夏威夷文化； 6、研究和计划方面，通过详细的计划和调研来确定相关政策和项目； 7、安全方面，确保游客安全； 8、旅游产品的开发方面，开发富有夏威夷特色的旅游产品； 9、劳动力发展方面，保证足够的、高质量的劳动力，并且提供有意义的职业和发展机会。
云南	<p>(一) 明确发展战略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、差异化战略 2、品牌化战略 <p>(二) 构建文化产业发展重点体系</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、民俗影视业 2、民俗工艺业 3、民俗歌舞业 4、民俗饮食业 5、民俗节日业 6、民俗服饰业 <p>(三) 培养复合型高素质人才</p> <p>(四) 推进文化体制改革</p>

数据来源：根据文献编制¹

通过对比美国夏威夷和中国云南两地区文化产业发展的SWOT分析和战略规划，我们可以总结出需求外溢型发展模式的一些影响因素及特点：（1）地理位置是影响模式生成的重要因素。我们在两地区的SWOT分析中发现一个有趣的现象，即地理位置既是优势又是劣势，以夏威夷为例，经济资源匮乏加上偏离大陆的岛屿特性要求其只能以文化旅游业为首要备选项，很明显，这是空间限制因素使然，但地理区位的与世隔绝又恰恰是游客们心之所向，因此反而助推了其文化旅游业的发展。（2）本地文化资源丰富而且极富特色。从上文分析中可知，夏威夷和云南的文化资源禀赋上佳，而且土著和少数民族确保了异域风情的完美呈现。（3）政府和市场双头并进推动发展。市场的强劲需求无疑是最根本的推动力，而政府的作用则主要表现在战略规划和现实问题的解决上。有学者用“飞机式模型”来阐述影响夏威夷文化旅游业可持续发展的因素(如图5-1)，由图可知，政府和市场扮演了极为重要的角色。

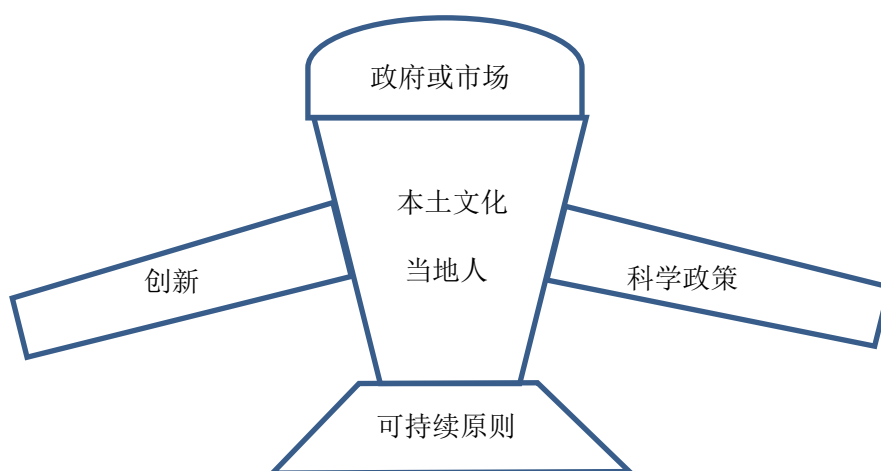


图5-1 文化旅游业可持续发展的“飞机式模型”²

（二）内生增长型发展模式代表：英国伦敦

伦敦有“创意之都”的美誉，世界一流的时尚设计和改变人们生活方式的重大发明均起源于伦敦，可见，伦敦的文化产业的发展已经超越了依靠外需拉动的模式，而是具备了强劲的内源动力。

¹ 李晓亮.西藏文化产业发展战略研究[D].硕士,复旦大学,2009.

² 李燕琴,刘莉萍.夏威夷对海南国际旅游岛可持续发展的启示[J].旅游学刊,2011(3): 16-24.

表5-5 伦敦文化创意产业SWOT分析

优势	劣势
1、经济发达，人均可支配收入高 2、文化需求旺盛 3、人口众多 4、历史悠久大都市 5、创意阶层 6、城市的包容特性 7、种族、宗教多元 8、多元文化融合 9、旅游胜地 10、区位优势 11、金融服务中心 12、交通运输枢纽 13、教育、文化和娱乐中心	1、对中小企业资金扶持不足 2、政府办事效率低 3、“福利国家”弊病 4、人口老龄化
机会	威胁
1、政府强力支持 2、1998年经济危机 3、创意产业兴起	1、同业竞争激烈 2、外部模仿 3、政府政策转变

数据来源：根据文献整理¹

依据以上条件，英国政府在推动伦敦文化创意产业的发展中发挥了以下作用：（1）制定文化创意产业发展战略。布莱尔上台后便成立了创意产业小组，发布了《创意产业勘察报告》，将创意产业发展正式列为国家发展战略。据此，伦敦市政府提出“创意城市”理念，以吸引年轻创意人才。（2）确定创意产业区位。伦敦市政府根据创意产业发展实际确定创意空间及发展类型，并按其所需提供相应硬件和软件设施。目前形成的知名产业区如泰晤士河南岸创意产业集聚区、伦敦利物浦创意产业聚集区等。（3）支持创意人才培养。为培养创意人才，伦敦市政府采取了资金扶持、提供实习单位及鼓励

¹ 王立丽.北京—伦敦文化创意产业发展模式比较研究[D].硕士,北京服装学院,2012.

高校设置创意类专业等一系列措施。

通过对英国伦敦的分析,我们发现,内生增长模式最大的特点是同时具备优越的“硬环境”和“软环境”。就创意产业而言,硬环境主要包括区位、人才、企业、资金、技术、园区、相关基础设施和设备等构成要素,而软环境则主要包括战略规划、政策、制度、文化等组成部分。硬环境是软环境的保障,软环境以硬环境为基础发挥作用,两种环境彼此作用。相较于需求外溢型发展模式,内生增长模式的显著优势表现在硬环境方面,因为很多硬性条件都是客观存在且难以复制的,而且一些条件的形成是长久历史积淀的结果。可见,地区硬环境状况可以作为区分和借鉴文化产业发展模式的重要标准和考量。需要强调的是,尽管硬环境是发展文化产业的基础影响因素,但通过科学发挥软环境的作用可以大幅度弥补硬环境的欠缺。

(三) 社区营造型发展模式代表: 中国台湾

由于历史、地理等原因,我国台湾地区文化产业的发展形成了自身鲜明的风格。台湾将文化产业称作文化创意产业,亚洲金融风波后,为借力文化创意复苏其经济,台湾当局提出了“文化产业化,产业文化化”的观点。台湾文化产业的最大亮点是“社区总体营造”计划的提出和实施,其主要目标是把“建立社区文化、凝聚社区共识、建构社区生命共同体的概念,来作为一类文化行政的新思维与政策”。该计划奠定了台湾文化产业的发展格局¹。学者龙跃将台湾社区营造模式归纳为五类,即依托“政府+产业创意”的运作模式、依托“历史”的运作模式、依托“资源”的运作模式、依托“古迹建筑”的运作模式和依托“文化”的运作模式²,无论何种模式,社区总体营造取得成功的关键都在于将社区角色的重点放予当地居民,培养社区精英,尊重民众话语权。

此外,利用文化创意理念开发和保护历史文化遗存是台湾文化产业发展的又一大特色,这种做法利于将传统遗存打造成文化消费和产品加工基地,彰化县董坐石砚艺术馆和台北县木雕工艺坊的运作模式便是如此³。台湾文化产业发展的的重要因素主要包括两个方面,一是强化对少数民族文化和历史遗迹的保护和挖掘,为此,台湾采取各种措施打造独特的少数民族文化旅游区和历史文化观光旅游点,大大增强了民族文化和人文景

¹ 世界创意产业风生水起[J].时代经贸,2008(7): 9-18.

² 龙跃.台湾社区总体营造的运行模式探析[J].贵州大学学报(社会科学版),128-132.

³ 崔成泉.台湾文化产业印象[N].中国文化报,2007-12-14.

观的吸引力。二是注重对宗教活动场所的修缮，发挥宗教文化特色，使宗教场所成为探视台湾本土文化艺术的重要平台¹。

尽管甘肃民族地区与台湾的经济体制不同，但在面对当前环境破坏、民族文化遗失等一系列问题上，台湾社区总体营造可以说可借鉴之处颇多，甘肃民族地区要在提高硬性设施条件的同时，积极培养软性条件，加强当地民众的思想觉悟，培养其自信心和自豪感；在硬性设施建设的基础上对民族建筑、文化、习俗等进行保护，而不是用汉族地区的观念来统一对其进行管理。在甘肃民族地区发展过程中遇到的一些瓶颈，比如传统产业技术的维持与继承，知识青年的流失，企业与环境的不协调等，皆可借鉴台湾社区总体营造模式进行规划解决。

三、经验借鉴

文化产业对国民经济和社会发展产生了巨大的影响，逐渐成为整个社会产业链条中越来越受重视的新兴产业。上文的分析和阐释表明，文化产业在很多国家和地区已经发展得比较完备，尽管各个国家和地区对其称谓不一，但都根据自身特点逐步形成了独特的产业模式，积累了发展文化产业的宝贵经验，这些探索成果可为甘肃民族地区文化产业发展带来重要启示，具体包括以下六个方面。

（一）促进产业集聚，发挥规模效应

调研中发现，甘肃民族地区文化资源丰富而产业发展落后的一个重要原因是产业主体间联合度差，而各自为战背后的深层次原因是缺乏规模较大企业的带动和整合，因此，需要从以下三个方面强化产业集聚：

1. 确定产业区位。根据现实发展条件，有意识的规划文化产业园区，这种做法有别于英国自发性的产业集聚，因为市场本身具有盲目性，且民族地区的市场化程度较低。

2. 打造行业“领头羊”。积极扶持发展基础较好的文化企业，使其快速做大做强，通过龙头企业的辐射和带动实现相关产业集聚。

3. 提供载体支持。可以模仿英国的做法，允许文化创意团体以低廉的价位改造利

¹ 沙雪斌.中国县域文化产业发展战略研究[D].博士,曲阜师范大学,2012.

用陈旧房屋设施，这样不仅提高了资源利用率，而且为文化产业发展提供了集聚空间。

（二）尊重市场规律，提高资源配置效率

甘肃民族地区由于所处空间相对闭塞，因而传统计划经济痕迹比较严重，尽管目前实行美国的“市场主导模式”还不太现实，但民族地区可以采取有效措施为市场经济体系的建立做好前提保障，其中最为重要的是相关法规的制定。由上文可知，制定健全的法律法规是发达国家发展文化产业的通行做法，如美国为规范和保护版权市场颁布实施了《版权法》，日本也针对知识产权和IT行业制定相关法律为本国动漫业保驾护航。笔者在调研中发现，甘肃民族地区很多业主仍然保有精品“压箱底”的传统做法，究其原因，主要是怕抄袭和模仿，用现代专业词汇形容就是害怕知识产权外泄，而产权问题只有法律才能给予最充分保障。

（三）强化政府引导，提高调控和服务质量

就国家政权制度而言，韩国和中国比较接近，都属于单一制国家，因此其文化产业发展模式具有相对较高的借鉴价值。韩国模式的鲜明特点是政府主导，且政府在文化产业发展的初期阶段甚至发挥了决定性引领作用。纵观上文阐述的各类发展模式，尽管从表面看各具特色，但背后都能找到政府的身影。总结政府的作用，主要表现在以下几点：

1. 制定发展战略。在把握产业机遇和认真调研的基础上对文化产业宏观布局，并确定其在国民经济发展中的重要地位。

2. 设立专职机构。根据文化产业类别有针对性的成立相应机构，确保对文化产业的专业化管理。

3. 制定扶持性政策。从政策上对文化产业，尤其是中小型文化企业面临的如人才、资金等瓶颈问题提供支持。

4. 健全法律法规。由于文化产品和服务具有初期开发成本高昂而复制成本低廉的特点，因此必须从法律上保障初创者的合法权益，以便建立和维系健康的市场秩序。

5. 体制机制改革。长期以来，我国政府单纯注重文化的意识形态属性，对“文化产业化”的认识很不到位，因此文化管控严格且古板，而民族地区出于维稳等因素的考量，文化监管更为严苛，所以，尽快革新现存的体制机制，以释放文化市场活力是发展文化产业亟待解决的课题。

6. 切实解决产业主体面临的现实问题。我国民族地区的文化产业大都处于萌芽期，进一步发展壮大会遇到很多现实阻碍，如借贷难、土地审批难等问题，因此政府要以服务为本的姿态和科学务实的精神为民族地区文化产业的发展排忧解难。

（四）突出发展特色，发挥比较优势

大卫·李嘉图的比较优势理论认为，国际贸易的基础是生产技术的相对差别（而非绝对差别），以及由此产生的相对成本的差别。每个国家都应根据“两利相权取其重，两弊相权取其轻”的原则，集中生产并出口其具有“比较优势”的产品，进口其具有“比较劣势”的产品。很显然，日本的动漫业成就是该理论的最佳阐释，极具日本风格的动漫产品将该国推上了“动漫王国”的宝座，赢得显著的经济和社会效益。然而，鉴于民族地区的客观发展现实，高端创意产业却是其“比较劣势”，短期内很难崭露头角，但民族地区可以依据自身独特的文化资源发展特色产业，如民俗旅游、民俗工艺制造等。总之，民族地区只有走特色化产业道路才能获得比较发展优势。

（五）拓展外部需求，培育内生动力

就发展前提而言，甘肃民族地区的文化产业发展现实更接近夏威夷和云南，因此需求外溢型发展模式应是甘肃民族地区重点借鉴类型。我们通过认真比较后发现，甘肃民族地区最明显的文化产业发展劣势是缺乏“品牌认知”。夏威夷是举世公认的旅游胜地，其品牌知名度和认可度自不必多言，而《云南映像》《丽水金沙》等精品剧目以及《士兵突击》等大热影视剧的拍摄也让云南文化在国内拥有较高知名度。反观甘肃民族地区，尽管文化资源富集，但至今没有开发出像《大梦敦煌》那样的知名作品，所以，加大宣传力度，打造知名品牌是甘肃民族地区实行外需拉动战略的首要选择。

尽管需求外溢型模式对民族地区文化产业的前期发展至关重要，但外需最大的缺点是稳定性不足，因此，长远来看，培育自身核心竞争力才是根本之举。伦敦模式对民族地区最大的启示是：“硬环境”和“软环境”要“两手抓，两手都要硬”，当下最重要的是做好以下三点：

1. 大力发展区域经济，增加居民人均可支配收入。文化的消费归根结底是人的精神消费，马斯洛的需求层次理论显示，人的需求具有层次性，且精神需求处于较高层级，因而，提高人们的收入水平是刺激人们文化需求的根本性支撑。

2. 积极培育和引进高端人才。其实，民族地区缺的不是“金子”，而是发现金子的眼光，高端人才团队能够创新管理和优化利用民族文化资源，为民族地区文化产业化提供智力支持。

3、完善基础设施建设。基本公共服务设施短缺是民族地区发展文化产业的一大障碍，最明显的就是交通不便，直接影响文化旅游业和物流业的发展，所以，民族地区应该有针对性的解决关键基础设施问题。

（六）保护民族文化，确保持续发展

仔细对比台湾模式和夏威夷模式，可以发现两者都极为重视对民族文化的尊重和保护。尊重民族文化对民族地区而言具有特殊的意义，因为民族地区都有宗教信仰，而很多文化都是基于信仰的产物，所以，缺乏尊重很可能导致民族冲突。此外，有学者认为文化是可再生资源，但这种说法并不严谨，因为有些文化需要表达载体，如卓尼的洮砚，一旦洮砚石遭到非节制开采而消耗殆尽，洮砚文化就会因为载体的缺失而消逝，因此，强化民族文化的传承和保护是确保民族地区文化产业持续发展的重要一环。

第六章 甘肃民族地区文化产业发展战略制定

文化产业战略制定要把握好四个基本点：首先，在掌握充分信息的基础上，必须要透过纷繁的现象把握本质，确保战略的重点和可行性；其次，完整准确地进行全局的把握，并注重其与结构的分解细化之间的平衡关系；第三，要把短期发展和长期发展结合起来，具有基于事物发展逻辑过程的前瞻性；第四，注重文化产业发展战略与价值观的相容性分析，使其符合主流价值观的发展，注重核心竞争力的培育¹。基于前文分析，并结合文化产业战略选择的原则，可以总结出以下几点：第一，甘肃民族地区本地市场容量较小，文化产业以外需为主，且需求规模呈增长趋势。第二，来自其他产业的支持较弱，达到完全依靠内生型增长的要求具有难度。第三，企业发展程度有限，政府主导作用明显。第四，有产业融合和传播效应的现实需求。综上所述，甘肃民族地区要围绕以外需为主，内生为辅这二者紧密结合的总框架进行文化产业发展战略的选择。

一、甘肃民族地区文化产业发展的总体思路

就总体思路而言，甘肃民族地区文化产业发展首先要因时制宜，即把握住“一带一路”战略布局、华夏文明传承创新区建设和藏羌彝文化产业走廊建设带来的绝佳发展机遇，借此重要契机，将本地区的文化产业发展与国家顶层设计有机融合；其次要因地制宜，除了对文化产业的重要地位在战略层面予以确立外，还要加大政策扶持力度，优化民族地区产业发展环境，建立健全文化市场体系，深挖民族文化资源内涵、重视文化品牌建设等，为文化产业的发展壮大培育肥沃土壤；再次是因人制宜，这里主要包含三个层面：一是促使民众充分认识到文化产业的经济地位，形成正确理性的文化认知；二是采取有效措施培育和引进高层次文化产业管理人才，确保智力支持；三是在尊重民族地区少数民族风俗习惯和宗教信仰的基础上发展具有较强产业竞争力和鲜明民族区域特

¹ 朱建刚.文化产业发展战略研究[M].长沙：湖南教育出版社,2006.

色的文化产业。

二、甘肃民族地区文化产业发展目标

甘肃民族地区文化产业发展目标的制定必须要立足当地实际，立足于民族地区文化生态，长远布局，统筹协调。具体而言，目标可分为三个层级：首先，通过发展文化产业促进民族文化实现更好的保护传承。文化产业对民族文化资源的开发利用是为了使其得到更好的传承和发展，通过经济支持和手段支撑可以促使其以更加科学的方式获得良性发展，这亦是文化产业实现经济效益和社会效益的双赢的前提。其次，通过文化产业发展推进民族地区产业结构优化升级。一是促进文化产业自身结构的更新换代，即由初级资源型开发向高级创意型经营转变；二是带动地区产业结构的转型升级，争取通过文化产业的发展促进第三产业成为地区主导业态，实现产业间均衡发展。再次，文化产业发展成果要与民族地区人们共享为出发点和落脚点。从产业发展未来趋势看，文化产业必将成为民族地区经济发展的重要支柱，而任何产业的发展都要有正确的方向引领和恰当的利益归宿，文化产业的发展应当为民族地区民众脱贫致富，缩小区域间贫富差距及维护民族团结做出积极贡献。

三、甘肃民族地区文化产业发展的指导原则

（一）差异化开发原则

民族地区发展文化产业有得天独厚的资源优势，但由于我国民族聚居区众多且各具特色，因此，包括相似地区在内的各民族区域，其文化产业发展势必存在同质化竞争现象。与西藏、宁夏等民族地区相比，尽管以藏族文化和伊斯兰文化为主的甘肃民族地区具有自身独特的民族文化构成，但亦有较多的文化要素重合，这就要求甘肃民族地区在发展文化产业时要尽力突出当地文化资源特色，形成比较优势，避免生搬硬套，从而增强该地区文化产业的内生动力及核心竞争力。

（二）可持续发展原则

笔者在文化产业发展模式的借鉴中指出，甘肃民族地区更适合需求外溢型发展模

式，然而，该模式的最大缺点就是当前发展与长远发展之间的矛盾。对民族地区而言，文化资源是其发展文化产业的基石和保障，尽管该类资源具有较强可再生性，但过度开发却会对文化生态造成灾难性后果，尤其是非物质文化遗产，一旦受到破坏，就很难恢复，因此，在文化产业化时要认真考量当地环境的承载力，在保护的基础上进行适度开发，确保文化产业可持续发展。

（三）立足当地原则

该原则包括两层含义，一是立足当地文化资源；二是注重当地民众利益的维护。由前文可知，品牌是文化产业发展的支点，体现了区域文化的影响力和号召力，而甘肃民族地区之所以缺乏像美国夏威夷和云南迪庆那样的品牌认知度，很大程度上是因为其独特的地理文化环境优势没有得到充分发挥。此外，实证分析表明，民族地区群众有其独特的情感和利益考量，因此文化产业必须要在尊重、满足当地人们诉求的基础上发展。其实，甘肃民族地区文化产业的发展就是要确立一个发展方向或突破口，其关键是立足当地实际，从丰富的文化资源中发掘符合时代精神的文化内涵，并服务于当地，使当地群众在文化产业发展中成为最大受益者。

（四）开放性发展原则

甘肃民族地区地广人稀，经济基础薄弱，人均可支配收入较少，文化消费水平不高，因而，发展文化产业不能仅仅依靠当地居民及外来游客的文化消费，而是需要把文化市场拓展到海外。“一带一路”战略构想的提出和实施，为当地文化产业“走出去”提供了历史性机遇，甘肃民族地区可以依托该战略，通过实施精品化策略将其特色文化产品推向世界市场。

四、甘肃民族地区文化产业发展战略模式选择

战略管理一般分为三大步骤，即战略分析、战略选择与评价以及战略实施与控制（图6-1），战略选择是整个过程中较为重要的一环，因为它决定了战略实施的方向。通过实证分析得知，甘肃民族地区文化产业发展水平整体比较落后，仍处于产业周期的导入阶段，因此，着眼于地区发展实际，多种发展战略模式的综合运用更符合其长远发展需要。结合民族区域发展所做的SWOT分析及其战略思考和对国内外发展模式的经验借

鉴，本课题提出以下七种战略模式。

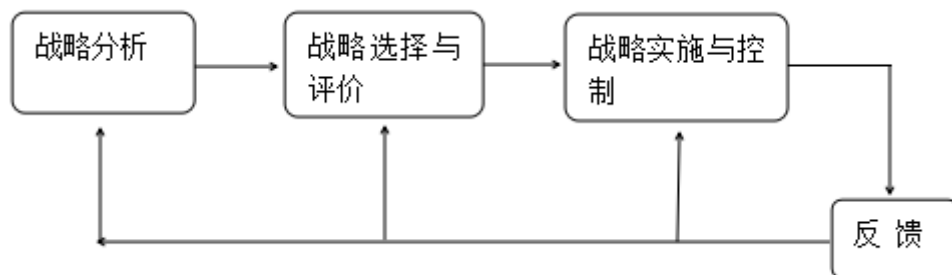


图6-1 战略管理框架

（一）政府治理与文化产业发展的调适培育战略模式

该模式主要强调政府在文化产业发展中的重要作用，涉及政府自身文化治理模式优化和政府对于文化产业的规划引导及政策倾斜两个方面。对政府作用的强调主要基于以下两点考量：（1）引导地区文化产业发展是政府宏观调控职能的重要组成部分。前文对甘肃民族地区产业构成现状的分析表明，文化产业在地区产值中的占比微乎其微，这种产业结构失衡现象很大程度上需要政府经济政策的倾斜，因为就国情而言，我国大部分资源的支配权都掌握在政府手中，含有意识形态色彩的文化产业资源更是如此，另外，市场调节本身具有极端趋利导向等“失灵”表现，很可能为经济利益最大化而牺牲社会利益，所以，只有政府从源头逐步解禁并加以引导，才能彻底释放民族地区文化产业发展活力。（2）文化产业发展初期的客观需要。国内外文化产业发达地区的经验表明，即便像美国这样市场主导的文化产业发展模式也离不开政府法制建设等的前期铺垫，而日韩等国家的文化产业成就更是证明了政府前期主导的重要性。而且文化产业属于高投入、高风险、高回报的“三高”业态，资金积累现状和来源是产业发展的关键前提，也是民族地区文化产业主体难以壮大的首要瓶颈制约，而经济基础薄弱又是该类地区的现实写照，因此政府必须要在资金支持、合作平台搭建、重大项目引进、国家利好政策争取等领域肩负起应有责任。

就政府在文化产业发展中的作用和行为而言，不少学者都做过相关探究¹。结合甘肃民族地区发展实际，政府推进民族地区文化产业发展应发挥以下作用：引导民众理性

¹ 刘勤.地方文化产业发展中的政府作用研究——以济南市文化产业发展为例[D].硕士,山东大学,2008. 史正东.政府在文化产业发展中的作用研究——以绍兴市为例[D].硕士,上海交通大学,2009. 王锋.民族地区文化产业可持续发展中的政府行为研究——以丽江市为例[D].硕士,陕西师范大学,2013.

认知文化产业，为民族地区产业发展扫清理念障碍；科学制定战略规划，为地区文化产业发展提供顶层设计；建立健全政策扶持体系，确保文化产业规划落地、可行；强化宏观调控，培育文化市场体系，根据文化产业的运行规律，规范文化产业经营主体的行为，实现文化产业资源的有效配置¹；加快文化体制机制改革，为文化产业发展扫除制度性障碍；强化法规建设，为健全文化产业市场提供法制保障和行为底线；助力文化品牌建设，提高民族地区文化产业知名度和美誉度；构建全方位资金、人才服务体系，为民族地区文化产业发展提供智力和财力支撑等。这里需要说明的是，尽管政府在文化产业发展中扮演重要角色，但并不意味着其可以大包大揽、为所欲为，而是要在尊重民族地区发展特点和文化产业自身规律的基础上稳步推进。

总之，政府在甘肃民族地区文化产业发展过程中具有无可替代的重要作用，因而，政府的治理体系与管理模式是否科学、合理关系着文化产业能否健康持续发展。实证分析发现，甘肃民族地区文化产业起步较迟，尚属于新兴产业，政府在文化产业管理方面的经验不足和现有机制体制不能满足文化产业发展需求，当前民族地区政府文化治理需要在管理制度、管理思维、管理方式与手段等方面进一步完善。

（二）企业治理与文化产业发展的效率提升战略模式

该模式旨在强调文化企业这一最重要主体对民族地区文化产业的助推和催化作用。众所周知，文化企业是文化产业发展的重要引擎，其数量、规模和种类等直接决定了文化产业的效率和效益，但甘肃民族地区文化企业的现状却不容乐观，尽管临夏的发展水平相对较高，但是整个地区的产业主体仍是以中小企业和小作坊为主，致使甘肃民族地区文化产业难以集聚化发展，缺乏规模效应。企业治理主要包含两个层面的含义，一是指较大规模企业自身的科学和规范化管理，为企业的进一步发展壮大夯实基础；二是指小微企业的转型升级，这种转型不单纯是规模的扩大，更重要的是专业化和特色化运营。

甘肃民族地区文化企业的培育和壮大可从两方面着手：（1）从企业整体结构布局和发展方向来看，该地区必须要在保证工艺品制造和文化旅游业快速发展的同时，谋求业态的多元化发展，为此，一方面可以有目的引进技术含量较高的高端文化企业，借力带动民族地区文化产业多样化发展；另一方面可以有重点的引导和扶持现有小型企业改

¹ 李向民,王晨,成乔明.文化产业管理概论[M].太原:书海出版社,2006年.

造升级，以及打造企业孵化平台。（2）从文化企业自身管理来讲，一是制定科学合理的企业发展战略，以甘肃华夏文明传承创新区建设为契机，着眼长远，主动谋求经营业务的转型升级。二是正确应对同业竞争，避免陷入同质化竞争陷阱。就甘南和临夏而言，尽管在文化资源方面存在差异，但现有的经营业态已经构成潜在的同质化竞争，因此应打破行政和民族心理界限，通过组建企业联合会等形式加强地区文化企业的交流合作，共同促进民族地区文化产业的跨越发展。

（三）主体培育与文化产业体系化发展战略模式

本模式意在通过产业主体的多元化培育，实现文化产业的系统化发展。需要注意的是，产业主体培育的重点不是大型企业，其所面临的更多是治理问题，第二种模式已经述及。这里的主体培育主要包括三层含义：一是对现存小微文化企业、家庭作坊等产业组织的升级改造，促使其扩大规模，增进科学管理能力等；二是通过多种方式催生新型产业主体，这里的“新”主要包括文化产业链条中的运营及宣传销售类组织；三是激发当地民众参与文化产业建设，为产业发展提供人力资本支持和智力支持。前文实证分析表明，甘肃民族地区文化企业数目少、规模小、类型单一，文化产业主体仍以中小微企业和家庭作坊为主，而且普通民众的参与意愿并不强烈。因此，培育文化产业主体势在必行。

具体而言，文化产业主体培育与文化产业的系统化可从以下几方面着手：以“文化集市”为突破口，利用非物质文化遗产、民族民间民俗工艺，开发产品，组织成立文化产品协会，发展劳动密集型文化产业。利用互联网技术发展文化产品电子商务网店，形成“网店+协会+农户”的模式，既可培育文化经营个体商户，又可促进文化产业营销组织的多元化发展；依托供销社农村营销网点等实体，构建农村文化产品商贸流通网络，形成“公司+基地+农户”的商业运营模式，促进文化产业链的形成；采取优惠措施鼓励民众积极投身文化产业建设，使文化资源与人力资源实现良性循环，促进劳动密集型文化产业发展。

（四）科技、旅游与文化产业发展的新型业态打造战略模式

该模式意在为民族地区文化产业发展引进“文化+”的新兴理念，促进民族特色文化与其他产业间的多元融合发展。早在2012年，十八大报告曾提出“促进文化和科技融

合，发展新型文化业态，提高文化产业规模化、集约化、专业化水平”的要求。在信息技术革命、经济“新常态”、假日旅游经济以及“大众创业、万众创新”等多重背景下，“文化+”理念为民族区域经济发展带来新的契机，是继“互联网+”思维提出并深度影响了多个行业后的又一次思想革新，必将为全社会的创造力和生产力的提升带来新的动力。“文化+”是以文化为主体或核心元素的一种跨业态融合，代表的是一种新的文化经济形态，即充分发挥文化的作用，将文化创新创意成果深度融合于经济社会各领域，形成以文化为内生驱动力的产业发展新模式与新形态，其实质是要实现内容、市场、资本和技术等关键要素在文化产业发展中的聚集、互动、融合和创新¹。

就甘肃民族地区而言，科技和旅游应作为实行“文化+”理念的重要抓手。由于缺乏文化与科技的融合，民族地区没有形成科技带动文化建设的模式，许多具有鲜明民族特色的文化产品依然停留在技术含量低、生产规模小的家庭小作坊式的生产状态，导致产品层次低、传播渠道窄、文化服务质量差的窘境²。如果运用现代高新技术改造传统文化产业，培育新兴数字文化业态，同时结合当地特色文化资源优势进行深度整合，势必能够提升文化产业的竞争力。甘肃民族地区的旅游资源可谓得天独厚，自然景观、宗教建筑、民俗风情、特色美食、民族节庆等都蕴含巨大的开发潜力，如果把自享性民族艺术等融入旅游业态，定能提升旅游产品的文化附加值，增加旅游产业的品味和吸引力，优化旅游产业结构，推进旅游事业可持续发展，对当地经济发展和民族文化保护与开发发挥巨大作用³。

（五）公共文化事业与文化产业发展的协调推进战略模式

该模式意在强调公益性文化事业与经营性文化产业之间的协调互动发展，破解“两张皮”的现象，并通过文化事业单位改革促进文化产业的转型发展。尽管公益性文化事业和文化产业在性质、职能、管理机制、目的等方面不尽相同，却又互为关联，相互依赖，属于文化发展的一体两翼。文化事业繁荣发展有利于提高社会的整体科学文化素养和文化消费意愿，提升社会文化创新水平，为文化产业的发展提供良好的文化生态环境，培育潜在消费主体；而在文化产业发展的牵引下，文化事业也将不断增强自身的造血功

¹ “文化+”：新形势下文化产业发展的战略选择[EB/OL].文化产业月刊,2015-8-17.

² 张瑾燕.民族地区文化产业的科技创新提升路径研究[J].大连民族学院学报, 2013(4):337-341.

³ 尹贻梅,鲁明勇.民族地区旅游业与创意产业耦合发展研究[J].旅游学刊,2009(3): 42-48.

能，运用市场机制提升自我创新能力，即文化产业的发展可以丰富公益性文化事业的供给内容与方式。

基于甘肃民族地区文化事业与文化产业发展存在“两张皮”的现象，必须通过深化文化体制改革予以破解，以促进文化事业全面繁荣和文化产业快速发展。而文化事业单位的改革是文化体制改革的一个重要内容，通过政策倾斜、财政支持等逐步推动非公益性文化事业单位的转企改制，使其成长为自主经营、自负盈亏、自我发展的市场主体，可由此释放文化市场的空间和活力，提升文化产业发展的动力；还可通过兼并、重组的方式组建文化产业集团，聚集优质资源和好的项目，开辟新的增长点。只有真正破除文化事业的体制化障碍，文化产业才能实现基础层面的转型，获得健康发展。

（六）特色文化消费外溢与文化产业发展重点突破战略模式

该模式本质是“以特制胜”和外需拉动的有机结合，以此寻求民族地区文化产业的突破口。前文已述及，各民族地区存在潜在的同质化竞争，因为基本上都能达到“人有所”的状态，所以，只有尽力做到“人有所特”才能获得比较竞争优势。文化产业发展主要经历七个环节：资源(生产资料)→投资(生产投入)→企业(生产主体)→产品(生产成果)→服务(生产增值)→营销(生产推广)→消费(生产结果)¹，结合甘肃民族地区的发展实际，若想实现上述战略，就必须紧盯资源、产品和营销三个关键环节。

一是从资源上找特色。SWOT分析显示，文化资源被认为是民族地区发展文化产业的巨大优势，工艺品和旅游资源禀赋上佳，可以作为开发重点。二是将资源打造成精品。由前文扎根分析和与迪庆的对比分析中可知，产品自身的品质是影响品牌认知和市场需求的重要因素，尽管资源的特色很重要，但“只特不精”亦不能有效的吸引消费者。另外，精品不仅指内容精美，还包括形式新颖，是二者的有机结合。三是加大营销力度。所谓“酒香也怕巷子深”，而这在某种程度上恰恰是民族地区文化产业的现实写照，因此要强化营销意识，采取一切有效措施让外部潜在消费群体感知、了解进而消费民族文化精品。

（七）特色、创意与文化产业核心竞争力培育战略模式

该模式意在通过立足当地特色，培育自主创新能力来增强民族地区文化产业核心竞

¹ 葛红兵,谢尚发.文化消费:文化产业振兴的根本问题[J].科学发展,2009(12): 84-94.

争力，从而促使其朝内生增长驱动转变。这里需要注意三个方面：第一，这里的“特色”强调的是文化产业开发要立足本地富于民族地域特色的文化资源，这与第六个战略模式强调特色文化消费截然不同；第二，强调“创意”与培育核心竞争力的时间段有关，因为民族地区在短期内只能依靠自身特色发掘比较优势，但长远来看则只有依靠文化创意才能形成强劲持久的核心竞争力；第三，特色和创意共同作用于核心竞争力的培植，共同促进民族地区文化产业实现内生增长。立足当地特色对文化产业发展至关重要，盲目的模仿只会丧失自我，最终陷入同质化竞争的漩涡。此外，我国已经进入创意经济时代，传统的文化产业发展模式逐渐不能适应激烈的市场竞争，作为后发地区，甘肃民族地区文化创意产业发展明显不足，虽然甘南、临夏也有文化产品生产和输出，但是有产品不一定有产业，有产业不一定有内容，有内容不一定有品牌¹，每一步转化都需要创意支撑。

文化产业开发做到立足当地，除了依靠自身独特资源生产特色产品和服务外，还要保护、传承民族地区独有的文化生态环境，不能一味迎合外部多样需求而随便模仿或搞破坏性开发，确保以当地特色作为文化产业发展的根本。当然，立足本地不代表墨守成规，因为创新是发展的灵魂，而且前文对国外的借鉴也表明，创意是文化产业发展的持续动力，且文化创意业是文化产业的高级发展方向，因此，民族地区应以文化创意人才引进、培养为抓手，以创意企业的培育为带动，以政策扶持为保障，以现代技术为支撑，长远规划，融特色与创意于一体，积极培育文化产业发展的核心竞争力。

五、甘肃民族地区文化产业发展战略实施

就最终的战略效果而言，战略实施所起作用最为关键。事实上，甘南、临夏都有自己的文化产业发展战略，如甘南的“文化撑州”战略和临夏的项目推动战略等，但该地区文化产业成效却差强人意，从前文统计数据可知，两州文化产业增加值几乎“稳居”全省末位，究其原因，除了客观条件限制及战略制定模糊空泛外，更为重要的是战略构想难以落地。笔者将针对前文战略框架勾勒可行的实施策略。

¹ 王伟伟.加快中国文化创意产业发展研究[D].博士,辽宁大学,2012.

（一）理顺政府职能，加强府际合作

1.策略目标：

※通过政府职能的明细化调整，有针对性地强化对民族地区文化产业发展的引导和扶持。

※通过加强民族自治区域政府间的交流合作，共同制定促进文化产业发展的策略规划，谋求地区间经济一体化长远发展。

2.实施基础：

※民族地区文化产业发展意愿强烈，各政府部门积极响应上级政府号召并达成重要共识，为各职能部门通力合作、协调一致创造良好条件。

※甘南和临夏已具备相应的文化产业发展基础，且两地政府均已制定相关战略规划，这为加强府际合作，共商发展大计奠定良好基础。

3.具体建议：

（1）由于民族地区文化部门的条块区隔现状严重影响文化产业的健全发展，对此应建立由民族地区政府一把手负责的文化产业领导小组，该小组承担起对文化产业管理相关部门的整合、联动作用，作为理顺文化产业发展职能的过渡。

（2）在第一步的基础上，根据民族地区实际重新界定文化产业职能范围，并根据其职责要求对现有文化部门进行调整重组，最好建立文化产业专门性机构。

（3）建立甘肃民族地区政府一把手之间或各自文化产业主要负责人之间的定期交流机制，为民族地区文化产业的统筹协调发展共同谋划。

（4）除甘肃民族地区外，川甘宁交界的各民族地区以及具有相同信仰的其他民族地区政府间可以建立沟通协调机制，以便共享发展经验，取长补短。

（二）培育文化龙头企业，优化文化产业结构

1.策略目标：通过大型、优质企业的培育和带动，实现甘肃民族地区文化产业部门结构与文化产业空间结构的优化升级。

2.实施基础：

※甘南和临夏已经具有发展基础较好的企业存在，如甘南州羚城藏族文化科技开发有限责任公司及临夏市能成古典建筑装饰工程有限责任公司等。

※当地政府重点扶持，思想和行动上都给予足够重视，如争取项目资金补助及规划文化产业园区等。

※民族地区已对文化产业发展模式及结构调整进行了有益探索。

3.具体建议：

(1) 打造文化产业孵化器，实现产业集聚。孵化器的形式可以是基于某大型企业的园区建设，也可以由政府相关部门根据地区文化产业发展实际规划专门的产业园区或基地。事实上，甘南和临夏都有相关的设想和行动，当前面临的最大困境是资金短缺，鉴于此，进行资源整合便成为当务之需。从企业自身来讲，除金融借贷外，可以尝试到新三板上市融资，也可以通过企业间兼并或联合实现资金积累。从政府角度讲，除了在土地、贷款等方面提供便利外，还可以通过牵线搭桥的方式谋求本地企业与外地企业的联合，从而开拓资金来源新渠道。

(2) 深挖文化资源，形成文化产业多元发展格局。由统计资料可知，目前甘南和临夏的知名实力企业主要以工艺品及旅游相关产品的制造和销售为主，尽管产品极富地域特色，但就国内市场竞争而言，该民族地区竞争优势并不明显，因为易形成同质化竞争，而且，在生产方式既定的前提下，其产值极为有限，因此，拓展文化产业新领域是甘肃民族地区的必要发展方向。为此，政府可通过制定优惠政策大力引导社会资本投资文化旅游、演艺、节庆会展、文化创意等行业，充分发掘民族地区文化资源潜力。

(3) 重点扶持基础较好文化企业，发挥企业带动作用。龙头企业对产业链的打造及产业结构的升级具有极大的引领和催化作用，因此，政府应对发展好、有前景的公司进行重点培育，在税收、土地、审批、借贷等方面提供便利和优惠。

(三) 开发文化精品，打造民族文化品牌

1.策略目标：通过精心打造和专业运营高品质文化项目和产品，吸引域内外潜在消费者，让其在消费体验中感知、认可并达到自动口碑扩散，形成民族文化品牌认知，使甘肃民族文化精粹享誉国内，闻名全球。

2.实施基础：

※甘南、临夏拥有独具特色的民族文化资源，且进行了本土化的开发探索。

※民族地区各级政府部门对文化产业的大力扶持。

※民族地区已有一定的品牌基础，如甘南的九色香巴拉。

※民众生活质量的提升及对精神消费的潜在需求。

3.具体建议：

(1) 打造精品旅游项目。首先，甘南、临夏两地政府应借助比邻的区位优势和高原生态特色，在文化旅游线路的规划上打破行政界限，共建高原生态旅游区等，让游客可以根据既定线路最大限度领略截然不同的民族风情。其次，借力科技力量，实现民族地区“智慧旅游”，让自驾游爱好者可以根据导航系统“心随我动”。再次，完善基础和配套实施，尤其是景区便捷化道路联通和多元化便民住宿，争取让游客“进得来”，也“留得住”。

(2) 创作精品实景演出剧目。可以学习借鉴云南的《印象·丽江》等实景演出经验，排练出如《印象·黄河》《甘南锅庄》《东方小麦加》等能够充分反映当地特色情调的大型实景节目。

(3) 制作精良电视剧目。甘南目前已经摄制《甘南情歌》《青稞熟了》《云中的郎木寺》《拉卜楞人家》《迭部恋歌》《圣诞玫瑰》等影视作品，而且我们在调研中了解到，甘南还拍摄出了反映红色文化的《卓尼土司》电影，但电影的受众毕竟有限，因此可以在此基础上拍摄反映杨土司革命情怀的电视剧——《红色杨土司》，而临夏可以在已有电影《情定河州》的基础上制作一部反映其古代历史地位的影视剧——《河湟雄镇》。

(4) 打造特色美食节。甘南、临夏每年都会有大型的节庆活动，如香巴拉节和莲花山花儿节等，在节庆期间，举办具有当地民族特色的美食节，展现出藏族、回族、保安族等少数民族的饮食文化，还可以刺激消费。

(四) 践行“文化+”发展理念，助力文化产业转型升级

1.策略目标：通过文化产业与旅游、科技、金融、创意、制造等的有机联姻，实现相关产业间的互动融合发展，助力文化产业内容和形式不断升级，满足消费者对文化的多元消费需求。

2.实施基础：

※民族地区目前已经具备一定的文化产业融合发展基础，如甘南旅游产业布局较

早，农家乐等文化体验旅游日渐兴起；临夏的古文化仿制和民族传统工艺品制造则相对突出。

※随着经济的发展，甘肃民族地区的科技、贸易、金融等行业也取得了不同程度的进步。

3.具体建议：

(1) 开发民族风情体验式旅游项目。甘南目前所倡导的旅游产业仍是以传统的自然观光或历史文化参观等游览形式为主，游客除了拍照留念外，很难有强烈心理感应，但临夏的民族风情一条街等特色商业旅游街区的建设思路却值得借鉴，因为体验式旅游更能够给游客带来美好回忆及再次光顾的憧憬。我国台湾的做法也很值得甘肃民族地区借鉴，即游客从当地工艺坊中购买工艺原料，然后在当地艺人的指导下编制具有台湾地域特色的工艺品，编制的成品可以让游客带走，也可以标记序号后作为非卖品永久保留在工艺坊中，若该游客再次光顾依然可以凭身份和序号找到该工艺品。这种将民族文化与游客身心深度交融的文化旅游方式能够升华旅游的内涵，进而增进文化产业效益。

(2) 借力信息技术，实现文化产业发展升级。随着电脑、手机等信息终端的逐步普及，文化产业的发展也迎来新的契机。概括而言，信息技术对民族地区文化产业的作用主要包括两个方面：产品营销和文化宣传。对于前者，文化产业主体可以通过自建网上商城、微信营销公众号或借助淘宝、京东等平台扩展销售渠道，也可以以低廉的价格在网络上植入产品宣传广告；对于后者，政府或企业可以制作民族文化纪录片，然后借助知名视频网站或微博、微信等平台进行免费口碑宣传。

(3) 建立健全投融资体系，解决文化产业发展的资金瓶颈。一是为银行等金融机构落户本地提供土地、租金等政策优惠；二是鼓励本地社会资本投资文化化产业，实行限期投资免税制；三是鼓励当地企业到新三板上市融资；四是采取专利入股的方式与外资合作；五是加大招商融资力度。

(4) 加大专利保护力度，改变“压箱底”等传统做法，促进文化与贸易融合。

(5) 文化企业与媒体联合起来，利用知名杂志、报刊、网络媒介、自媒体等宣传当地的文化资源、文化产品以及文化企业自身，以提升民族地区文化产业知名度。

(五) 推进文化体制改革，促进文化事业与文化产业互动融合

1.策略目标：通过文化事业体制机制改革，打破文化事业和文化产业的鲜明界限，实现两者一体化融合发展。

2.实施基础：

※民族地区已经进行过文化事业转企改制的改革尝试。

※改革僵化的文化事业体制是大势所趋，而且随着文化产业的快速发展，客观上要求两者互动发展。

3.具体建议：

(1) 成立由多部门组成的专门委员会，统筹文化事业改革事宜，做到科学决策，专业指导。

(2) 民族地区的发展现实决定了其必须稳步推进文化事业单位转企改制，禁止“一刀切”式的武断做法，确保被改制单位的市场存活率。

(3) 剥离出文化事业中可产业化生产的功能，以外包的形式转交给市场运作。

(4) 政府要通过采购、财税扶持等方式对被改制单位变相扶持，确保其度过市场适应期。

(5) 鼓励被改制单位间的联合重组，通过优势互补增强自身实力。

(6) 构建文化事业和文化产业交流合作平台，为两者互动融合提供便利服务。

(六) 借力重大战略规划契机，力推民族文化“走出去”

1.策略目标：以“一带一路”战略构想和甘肃华夏文明传承创新区建设为依托，以民族地区特色产品和服务为载体，以政府和企业的形象推介为牵引，力促甘肃民族文化走出省域，迈出国门。

2.实施基础：

※国家对民族地区发展的重视和全方位扶持。

※“一带一路”建设稳步推进并赢得沿线国家和地区的积极响应，为民族文化“走出去”带来契机。

※甘肃华夏文明传承创新区建设和“文化大省”战略定位。

※全社会及民族地区整体发展水平的提升，为民族文化“走出去”和“被发现”带来更多手段支撑和机会。

※民族地区文化产品和服务具有一定比较优势。

3.具体建议:

(1) 实现民族特需品的国际认证,使民族特色产品获得国际认可,进而利于产品出口。

(2) 国家对民族文化产品和服务的出口给予特殊照顾,如出口配额和退税等方面。

(3) 民族区域旅游与国际旅游相接轨,打造跨国黄金线路。一是依据华夏文明创新区的规划来综合设计旅游线路;二是在基础设施和配套设施的建设上要兼顾国际友人的需求。

(4) 宣传方式的“以我为主+入乡随俗”。以包装为例,既要突出民族特色,也要照顾到国外消费者的审美情趣及宗教禁忌等。

(5) 促进民间交流,强化心理认同。民族地区的特定宗教信仰对吸引具有相似信仰的特定消费群体具有天然优势,如甘南和临夏分别对藏传佛教民众和伊斯兰民众的吸引。但民族地区也会在某种程度上排斥信仰差异的群体,因此,只有通过强化沟通交流,以开放的心态彼此包容和理解,才能打破心理防线,最终拓宽民族文化的受众范围。

(七) 培育核心竞争力,推动文化产业内生型发展

1.策略目标: 通过生产民族特色文化产品,谋求发展文化创意业态,提高文化辨识度等方式,使民族地区形成特有的文化产业核心优势,在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现民族地区文化产业内生驱动发展。

2.实施基础

※民族地区文化资源独特,发展特色文化产业潜力巨大,而且特色文化产品和服务也有了一定的产业基础。

※民族地区目前已经具有一批能够开展创意产品研发的人才,如木雕大师安玛尼、唐卡大师希热布及雕刻葫芦大师马耀良等,都堪称创意大师。

※民族地区经济的发展,科技的进步以及发展文化产业的长期积淀,为创意文化产业的发展奠定了基础。

3.具体建议:

(1) 发展民族特色文化产业,提升文化产品和服务辨识度。充分发掘民族特色文

化元素，进行产业化开发，如藏式木雕、清真食品、民族服饰等。具体步骤为：进行市场细分，确定有开发价值的目标市场→导入相应的民族文化基本要素→对地方传统文化产品进行特色增值开发→立足于传统产品的地方特色文化创意产品和服务的生产与提供。

(2) 强化创意技术的运用，推动传统文化产业升级改造。逐步将数字技术、网络技术及多媒体技术等融入民族文化产业过程，从内容和形式上提升文化产品和服务的层次。以网络音乐为例，当前在各大网络音乐库中能够搜索到的甘南、临夏民族歌曲，基本都是少数成名歌手的作品，数量非常少，因而可将互联网技术与当地音像出版业相结合，打造民族特色网络音乐，除通过在线点播盈利外，还能产生扩散效应。

(3) 强化知识产权保护，营造文化创意氛围。由于文化创意作品具有开发成本高，容易被模仿的特点，因此加强知识产权保护意义重大，除主观上提高产权保护意识外，还要通过法律手段对侵权者予以严厉打击，切实维护知识产权所有人的合法权益。

(4) 加大创意人才的引进和培养力度，为创意产业提供智力支持。结合文化产业发展实际，可在民族地区院校增设文化创意设计课程；政府和大型企业可联合制定优惠政策，吸引高端创意人才；为民族地区文化大师培养接班人创造良好条件等。

(5) 打造文化创意网络交易、展示平台。由民族地区各文化企业合作打造一个能够实现文化创意线上展示和交易的网络平台，通过网络平台建设，集聚国内外文化创意。

(八) 开发与保护相结合，实现文化产业可持续发展

1.策略目标：在对民族文化资源开发的基础上，注重民族文化生态的传承与保护，以长远的眼光及合理的手段来保障文化产业永续发展。

2.实施基础：

※以旅游开发和工艺品制造为主的文化产品业态客观上要求对文化载体的合理保护。

※以民族工艺为代表的历史文化遗存面临消亡风险，需要加大传承保护力度。

※政府支持和科技、经济等发展为文化资源的传承保护提供重要支撑。

※文化产业发展需要照顾民族地区民众的情感和利益诉求。

3.具体建议：

(1) 强化对历史文化遗存的保护。可以效仿台湾的做法，利用文化创意的理念，保护和开发传统的历史文化遗存项目，使其培植成为文化消费和文化产品加工基地¹；可以采用数字保护手段，以影像的方式对民族工艺予以记录，进而建立工艺数据库；对工艺载体的开发要循序渐进，切忌竭泽而渔。

(2) 加大对少数民族文化保护。政府可以有意识的设立少数民族聚集居住区，挖掘和发扬少数民族特有的耕作方式、饮食、服饰、建筑风格、歌舞形式，并鼓励少数民族居住区向游客开放，打造独特的少数民族文化旅游区²，如临夏可以模仿西安回坊的做法。

(3) 修葺宗教活动场所。甘南和临夏分别信奉藏传佛教及伊斯兰教，因此可根据宗教信仰有计划的修缮及建设宗教场所，发挥其地方人文景观和宗教文化特色，使宗教场所成为观摩甘肃民族地区文化艺术的重要平台。

强化生态环境保护。一方面，甘南和临夏都位于西部内陆地区，因此生态环境相对比较脆弱，如果不注重环保，以文化旅游为代表的文化产业兴起极易引起环境超载，因此，应当根据环境承载力来限制游客数量。另一方面，对文化资源开发时要进行环境测评，坚持生态与开发守恒，避免对民族地区环境造成不可逆转的灾难性影响。

¹ 崔成泉.台湾文化产业印象[N].中国文化报,2007-12-14.

² 沙雪斌.中国县域文化产业发展战略研究[D].博士,曲阜师范大学,2012.

参考文献

- [1] 周小华,戚晓萍,巨虹.甘肃蓝皮书:甘肃文化发展分析与预测——甘肃文化跨越式发展问题研究报告[M].北京:社会科学文献出版社,2013.
- [2] 彭岚嘉.甘肃文化产业发展研究[M].北京:民族出版社,2013年.
- [3] 马正亮.甘肃少数民族人口[M].兰州:甘肃科学技术出版社,2004年.
- [4] 李少惠.互动与整合:甘南藏区农村公共文化服务发展研究[M].北京:中国社会科学出版社,2014年.
- [5] 董树军.论草原文化--内蒙古的文化大区建设应该如何界定[M].呼和浩特:内蒙古教育出版社,2008年.
- [6] GLASER B, STRAUSS A. Time for Dying[M]. Chicago: Aldine,1968.
- [7] 关连吉,赵颂尧,吴晓军.西部大开发与甘肃民族区域经济研究[M].兰州:甘肃人民出版社,2003年.
- [8] 何效祖.走进甘南寻梦香巴拉[M].兰州:甘肃人民出版社,2005年.
- [9] 迈克尔·波特著,李明轩,邱如美译.国家竞争优势[M].华夏出版社,2002年.
- [10] 王洛林主编.全球化与中国[M].北京:经济管理出版社,2010年.
- [11] STRAUSS A, CORBIN J. Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques[M]. Newbury Park: Sage,1990.
- [12] 马群杰.台湾地区文化产业与市场营销[M].北京:科学出版社,2011年.
- [13] [美]菲利普·阿吉翁,陶然译.内生增长理论[M].北京:北京大学出版社,2004年.
- [14] 李向民,王晨,成乔明.文化产业管理概论[M].太原:书海出版社,2006年.
- [15] 范周.中国文化产业新思考[M].北京:光明日报出版社,2010年.
- [16] 李炎,王佳等著.空间、布局与特色:云南文化产业现状与对策[M].昆明:云南大学出版社,2013年.

- [17] 朱建刚.文化产业发展战略研究[M].长沙:湖南教育出版社,2006.
- [18] 王研.民族文化产业与民族地区经济增长关系研究[D].硕士,中央民族大学,2007.
- [19] 汪永萍.甘南藏族民俗旅游开发研究[D].硕士,兰州大学:2007.
- [20] 李晓亮.西藏文化产业发展战略研究[D].硕士,复旦大学,2009.
- [21] 张宇博.甘肃省甘南藏族自治州文化产业发展战略研究[D].硕士,西北民族大学,2014.
- [22] 叶丽君.中国文化产业竞争力的地区差异研究[D].硕士,湖南大学,2008.
- [23] 孙奎利.文化创意产业发展理论与实践探索[D].硕士,青岛理工大学,2008.
- [24] 赵珂.云南文化产业发展模式探析[D].硕士,云南师范大学,2006.
- [25] 王立丽.北京—伦敦文化创意产业发展模式比较研究[D].硕士,北京服装学院,2012.
- [26] 沙雪斌.中国县域文化产业发展战略研究[D].博士,曲阜师范大学,2012.
- [27] 刘勤.地方文化产业中的政府作用研究——以济南市文化产业发展为例[D].硕士,山东大学,2008.
- [28] 史正东.政府在文化产业发展中的作用研究——以绍兴市为例[D].硕士,上海交通大学,2009.
- [29] 王锋.民族地区文化产业可持续发展中的政府行为研究——以丽江市为例[D].硕士,陕西师范大学,2013.
- [30] 范志杰.发展文化事业促进文化产业政策研究[D].博士,财政部财政科学研究所,2013.
- [31] 唐秀丽.上海市民旅游消费文化研究[D].硕士,华东师范大学,2006
- [32] 杨吉华.文化产业政策研究[D].博士,中共中央党校,2007.
- [33] 王二双.新时期繁荣文化产业的税收优惠政策研究[D].硕士,中南民族大学,2013.
- [34] 孟鑫.中国西部地区文化产业发展战略研究[D].博士,中央民族大学,2011..
- [35] 王伟伟.加快中国文化创意产业发展研究[D].博士,辽宁大学,2012.

- [36] 赵娟,郑明磊.从文化生态论看民间文化艺术的发展[J].大舞台,2015(4): 239-240.
- [37] [美] J·H斯图德,文化生态学的概念和方法,王庆仁摘译自美国《文化和社会人类学选读材料》,纽约1964.
- [38] 毛海莹.文化生态学视角下的海洋民俗传承与保护——以浙江宁波象山县石浦渔港为例[J].文化遗产,2011(2): 105-111.
- [39] 蔡尚伟,何鹏程.回眸与展望: 中国文化产业政策的创新演化[J].成都大学学报,2010(2): 5-8.
- [40] 蒋高军.卓尼县木雕艺术刍议[J].美术教育研究,2011(9): 25-29.
- [41] 帕林达.临夏的伊斯兰教与清真寺文化[J].宗教与民族,2007(00): 179-188.
- [42] 王国安.历史文化资源与现实文化资源的融合研究——以宁波北仑为例[J].中共宁波市委党校学报,2009(5): 114-117.
- [43] 马少虎,景丽.民族文化与民族地区发展研究——以甘肃民族地区为例[J].甘肃高师学报,2009(4): 140-142.
- [44] 白长虹,刘春华.基于扎根理论的海尔、华为公司国际化战略案例相似性对比研究[J].科研管理,2014(3): 99-107.
- [45] 倪荣华,曹力生.香格里拉旅游文化产业初探[J].创造,2003(1): 54-56.
- [46] 全永康.实施文化撑州战略 推进文化甘南建设[J].发展,2012(12): 41-43.
- [47] 周锦,顾江.基于区位商理论的区域文化产业发展分析[J].统计与决策,2013(17): 102-105.
- [48] “世界主要经济体文化产业发展现状研究”课题组.2014.10: 世界主要经济体文化产业发展状况及特点[J].调研世界,2014(10): 3-6,49.
- [49] 马晓红.国外创意产业发展及对我国启示[J].知识经济,2011(22): 103-104.
- [50] 李雪玲,高长春.国际创意产业发展经验解读及其对我国的启示[J].现代管理科学,2009(8): 83-85.
- [51] 李俊江,范硕.创意产业发展的国际比较及其对我国的启示[J].税务与经济,2008(3): 1-5.
- [52] 王洁.发达国家创意产业集聚发展特点的研究[J].现代管理科学,2007(9): 58-59.

- [53] 李燕琴,刘莉萍.夏威夷对海南国际旅游岛可持续发展的启示[J].旅游学刊,2011(3): 16-24.
- [54] 张瑾燕.民族地区文化产业的科技创新提升路径研究[J].大连民族学院学报,2013(4): 337-341.
- [55] 尹贻梅,鲁明勇.民族地区旅游业与创意产业耦合发展研究[J].旅游学刊,2009(3): 42-48.
- [56] 葛红兵,谢尚发.文化消费:文化产业振兴的根本问题[J].科学发展,2009(12): 84-94.
- [57] 张剑峰.文化消费质量略论[J].北方论丛,2008(3): 142-144.
- [58] 崔成泉.台湾文化产业印象[N].中国文化报,2007-12-14.
- [59] 李华成.欧美文化产业投融资制度及其对我国的启示[J].科技进步与对策,2012(7): 107-112.
- [60] 袁家菊.少数民族地区文化产业投融资困境与对策研究[J].贵州民族研究,2014(6): 89-92.
- [61] 胡惠林.区域文化产业战略与空间布局原则[J].云南大学学报(社会科学版),2005(5): 43-56, 95.
- [62] 高宏存,李荣菊.文化产业发展的土地政策研究[J].福建论坛(人文社会科学版),2013(4): 60-65.
- [63] 马东平.少数民族地区文化产业发展中的思考——以甘肃临夏回族自治州民族文化产业为例[J].开发研究,2009(3): 153-157.
- [64] 辛向阳.准确把握文化事业与文化产业的辩证关系[N].中国青年报,2012年01月04日02版.
- [65] 马秀梅.我州古动物化石赴上海展出[N].民族日报,2006-07-28.
- [66] 范建华.带状发展:“十三五”中国文化产业发展新趋势[J].云南师范大学学报,2015(3): 84-93.
- [67] 李少惠,李世勇.“一带一路”中心是经济合作与经贸交流[N].参考消息,2015-06-09.

[68] 傅才武.公共文化服务体系建设在国家文化战略中的价值定位[J].华中人文论丛,2010(1): 178-182.

[69] 傅才武.国家公共文化服务体系建设的价值评估及政策定位[J].江汉大学学报(人文科学版),2010(12): 17-22.

[70] 邱柏生.论文化自觉、文化自信需要对待的若干问题[J].思想理论教育月刊,2012(1): 14-19.

[71] 齐骥.理论与实践: 中国文化产业十年总揽(上)[J].学术探索, 2012(2): 95-103.

[72] 徐俊,丁烈云.依靠科技创新促进文化产业发展[J].中国科技论坛,2006(3): 17-21.

[73] 新华社.中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议[EB/OL].新华网,2015-11-03.

http://news.xinhuanet.com/fortune/2015-11/03/c_1117027676_4.htm

[74] “十三五”规划建议中文化建设的6大要点[EB/OL].光明网,2015-11-21.
http://tech.gmw.cn/newspaper/2015-11/21/content_109930712.htm

[75] 甘肃民俗文化产业开发综合考察报告[R].“甘肃民俗文化产业再开发前景与文化生态关系研究”课题组,2009.

[76] 2013年《甘肃省100家骨干文化企业名录》和《甘肃省民营文化企业30强榜单》正式发布[EB/OL].每日甘肃网,2013-05-24.

<http://gansu.gansudaily.com.cn/system/2013/05/24/014078974.shtml>

[77]2014年全省文化企业30强和民营文化企业10强公告[EB/OL].每日甘肃网,2014-10-29. <http://gsrb.gansudaily.com.cn/system/2014/10/29/015234536.shtml>

[78] 甘南州立足藏区特色促进文化产业发展[EB/OL].中国甘肃网,2015-04-28.
<http://gansu.gscn.com.cn/system/2015/04/28/011002860.shtml>

[79] 迪庆用心呵护世界级旅游品牌香格里拉[N].云南日报,2015-11-14,第07版.
http://yndaily.yunnan.cn/html/2015-11/14/content_1016750.htm?div=-1

[80] 迪庆藏族自治州2014年国民经济和社会发展统计公报[EB/OL].迪庆州统计局,2015-03-11.

http://www.stats.yn.gov.cn/Z_M_012/Info_Detail.aspx?DocumentKeyID=9A01652A0CB140

F58476C6ADA1A0DBA0

[81] 中国新闻网.云南迪庆州民族歌舞团原创舞剧《香格里拉》将亮相[EB/OL]. 中国西藏网,2013-11-15. http://www.tibet.cn/news/szxw/201311/t20131115_1950793.htm

[82] 80位农民倾心打造 《香巴拉映像》受欢迎[EB/OL].云南日报网,2006-05-17. http://paper.yunnan.cn/html/20060517/news_89_160013.html

[83] 迪庆藏族自治州文化兴州行动纲要[EB/OL]香格里拉网,2011-05-04. http://www.xgll.com.cn/wh/2011-05/04/content_48964_4.htm

[84] 甘南州加快文化产业发展[EB/OL].中国甘南网,2015-03-20. http://www.gannancn.cn/html/2015/gn_0320/7477.html

[85] 2013年国民经济和社会发展统计公报[DB/OL].中华人民共和国国家统计局, 2014-02-24. http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201402/t20140224_514970.html

[86] 第三次经济普查主要数据:文化及相关产业单位及从业人员情况[DB/OL].中华人民共和国国家统计局.http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201412/t20141216_653709.html

[87] 甘肃省统计局.甘肃省2013年国民经济和社会发展统计公报[DB/OL].中国统计信息网, 2014-10-05. <http://www.tjcn.org/plus/view.php?aid=27764>

[88] 甘南州统计局.甘南州2014年国民经济和社会发展统计公报[DB/OL].中国统计信息网, 2015-05-11. <http://www.tjcn.org/tjgb/201505/28372.html>

[89] 夏威夷旅游网. www.hawaiitourismauthority.org.

[90] 云南文产网. <http://www.ynci.cn/>.

[91] 胡锦涛.顺应时代要求深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣[EB/OL].中国共产党新闻网, 2010-07-23. <http://theory.people.com.cn/GB/12411558.html>

[92] “文化+”:新形势下文化产业发展的战略选择[EB/OL].文化产业月刊,2015-8-17.

[93] 关于推动特色文化产业发展的指导意见[EB/OL]. 中华人民共和国财政部. http://wzb.mof.gov.cn/pdlb/zcfb/201408/t20140829_1133031.html

[94] 盛朝迅.未来几年我国发展的主要趋势与特征[EB/OL].中国改革论坛网, 2014-11-26. http://www.chinareform.org.cn/Economy/Macro/report/201411/t20141126_212657.htm

[95] 徐旺生.弘扬农耕文化的现代意义—关于甘肃庆阳农耕文化节的感想[EB/OL].陇东报,2009-07-21. <http://ldnews.gansudaily.com.cn/system/2009/07/21/011185386.shtml>

[96] 李文.人民日报要论:深刻认识我国经济发展新常态[EB/OL].人民网-人民日报,2015-06-02. <http://opinion.people.com.cn/n/2015/0602/c1003-27088631.html>

[97] 临夏州旅游局.临夏州州情概况[EB/OL].甘肃临夏州旅游网,2014-05-06.
http://www.gslxly.com/news/news_read.asp?id=4933

[98] 敏彦文.充分挖掘和提升甘南民族文化软实力[EB/OL].博泰典藏网.
http://www.btcdw.com/btd_8kfed96m7r79c964huyo_1.html

[99] 文化部关于实施西部大开发战略加强西部文化建设的意见[EB/OL].中国文化网, 2000-05-15. http://www.chinaculture.org/gb/cn_law/2004-06/28/content_49709.htm

[100] 王三运.科学发展转型跨越民族团结富民兴陇为与全国同步进入全面小康社会而努力奋斗——在中国共产党甘肃省第十二次代表大会上的报告[EB/OL].西部网,2012-05-02. http://news.cnwest.com/content/2012-05/02/content_6431325.htm

[101] 甘肃省质量状况分析报告(2014年度)[EB/OL].甘肃省质量技术监督局,2015-03-06.
<http://www.gszl.gov.cn/ztlz/tjzlzxl/tzgg/ldxz/2015/03/06/1425626698178.html>

[102] 临夏州再添3家三星级饭店和7家星级农家乐[EB/OL].每日甘肃,2014-11-11.
<http://lx.gansudaily.com.cn/system/2014/11/11/015258282.shtml>