

我国民族地区文化产业竞争力研究

熊正贤^a,何小松^b

(长江师范学院 a.乌江流域社会经济文化研究中心;b.财务处,重庆 408100)

摘要:当前我国民族地区文化产业发展呈现以下几个特征:一是区际区内差距较大,但整体发展速度较快;二是有效促进了地区就业与经济发展,但产业结构不尽合理;三是特色文化资源丰富,但文化基础设施落后。基于此,构建文化产业竞争力指数对我国民族地区文化产业竞争力的情况进行比较,结果显示,广西、内蒙古在文化市场容量方面具有优势;云南、贵州在文化资源方面具有优势;内蒙古、新疆在人力资源方面具有优势,整体上,内蒙古和新疆文化产业综合竞争力实力较强。最后针对民族地区文化产业竞争力的提升提出有益的对策。

关键词:文化产业;竞争力;民族地区;指标体系

中图分类号:F592

文献标志码:A

文章编号:1672-8580(2013)04-0040-07

一、引言

随着科学技术的进步以及知识经济时代的到来,世界经济呈现“结构软化”的趋势,劳动和资本密集型产业的主导地位日益被知识和技术密集型产业所取代,依靠体力劳动和物质资源消耗的发展方式日益被以依靠脑力劳动和知识消耗的发展方式所取代。文化产业凭借其高科技含量、低消耗、低污染、高效益、吸附就业能力强等特点,以及对其他产业辐射连锁效应等优势而受到世界各国的青睐,在经济发展、拉动就业、社会进步和综合竞争力提升等方面显示出巨大张力。新世纪以来,我国加大了对文化产业的重视,2009年,我国第一部文化产业专项规划——《文化产业振兴规划》由国务院常务会议审议通过。2011年《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出推动文化产业成为国民经济支柱性产业,增强文化产业整体实力和竞争力。中共十七届六中全会通过的《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,发展文化产业是社会主义市场经济条件下满足人民多样化精神文

化需求的重要途径。2012年,《文化部十二五时期文化产业倍增计划》明确规划了未来五年文化产业的发展目标,即“十二五”期间文化部门管理的文化产业增加值年平均现价增长速度高于20%,2015年比2010年至少翻一番的奋斗目标。由此可见,文化产业已经成为我国战略性新兴产业。

我国民族地区文化资源异常丰富,具备文化产业发展的良好基础,但目前文化产业增加值占GDP的比重不到3%,这与新时期“促进文化产业成为国民经济的支柱产业”的目标还相差甚远。当前,我国人均GDP整体水平已经超过3000美元,西部民族地区人均GDP处于2000-3000美元的转型期,按照发达国家的实践经验,处于这个时期的经济体将处于文化产业快速发展时期,这是西部民族地区发展文化产业的内在动力之一。此外,民族地区与其他地区之间存在极大的文化差异,这种“异文化”是民族地区文化产业发展的又一动力。但与此同时,西部民族地区在文化产业发展中仍面临着人力资源缺乏、科技水平落后、基础设施不足等方面的制约因素。因此,如何在西部大开发新的战略时期以及“后金融危机”时期,充分利用民族地区文化产

收稿日期:2013-06-19

基金项目:国家社会科学基金资助项目(11XJY016);国家社会科学基金资助项目(09&ZD011)

作者简介:熊正贤(1980-),男,湖南武冈人,副教授,博士,研究方向:区域经济、文化经济;

何小松(1971-),男,四川蓬溪人,会计师,研究方向:产业经济、财务管理。

网络出版时间:2013-07-10 **网络出版地址:**<http://www.cnki.net/kcms/detail/51.1676.C.20130710.0916.001.html>

业发展的优势条件,提升文化产业竞争力是民族地区当前的重大课题。

二、我国民族地区文化产业发展特征

民族地区,是指少数民族聚居地区,地域范围上主要包括5个民族自治区,此外,贵州、云南和青海三个省的非自治地方,在经济社会发展方面享受和自治地方相同的民族政策,因此,也包括在民族地区之内。下面对我国民族地区文化产业的发展特征进行分析。

(一)差距与速度:区域差距依然较大,但发展速度在加快

我国文化产业的发展水平与经济发展水平呈现很大的相关性。根据贾斯汀·欧康纳文化、传媒和创意产业研究中心对我国东中西部文化产业竞争力的研究,我国东部、中部和西部地区文化产业综合竞争力得分分别为6.276分、0.233分和-2.477分,区域差距明显。此外,我国国家级文化产业园区的分布也呈现类似的特征,目前,我国已建成国家级文化产业园1216个,其中广东、上海、江苏等省均超过100个,属于第一阶梯;河南、福建、四川、河北等省均超过50个,属于第二阶梯;其它省份基本上都少于30个,属于第三阶梯。从文化产业产值增加值比重来看,北京、上海、广东等省市文化产业占GDP比重基本上都超过了8%,而民族地区省份普遍在3%以下。由此可见,我国文化产业整体上呈现“东高西低”的格局。

我国民族地区的文化产业发展,虽然相比东部地区还存在较大的差距,但是近年来发展速度加快,发展规模不断增大。根据《中国文化文物统计年鉴》的资料,2009年我国民族地区文化产业增加值占全国比重约为16%左右。2001年我国8个民族地区省份文化产业增加值381092.5万元,2009年增长至1178796.2万元,年均增长速度为13.37%,高于全国平均水平3个百分点。宁夏、西藏、内蒙古三自治区文化产业近9年来年均增长率高达20%以上,高于民族地区平均增长速度

7个百分点,2009年增加值分别为66528.9万元、455835万元和2261336万元;从文化产业增加值总量来看,云南和广西文化产业发展较好,2001年文化产业增加值分别为124304.4万元和56612.2万元,分别是西藏8431.7万元的14.7倍和6.7倍,2009年广西和云南文化产业增加值分别为232015.9万元和273124.8万元,分别是西藏的5.1倍和6.0倍,见表1。总体上,我国民族地区文化产业总体规模不断扩大,发展速度快于全国平均水平,但区际差距和区内差距依然较大。

(二)效果与结构:促进就业与经济发展,但产业结构不尽合理

我国民族地区在工业制造、高新技术和现代服务等行业难以与东部沿海地区相媲美,而从特色文化资源开发与文化产业突围,则可能是扬长避短、后发先至的有效途径。虽然目前我国民族地区文化产业增加值占GDP的比重仍然不高,除了云南外,其他民族地区省份文化产业占GDP比重低于全国平均水平,但从目前民族地区文化旅游和文化产业发展的势头来看,其潜力不可低估,其直接和间接的经济贡献不可小觑。一是文化产业的发展带动地区就业,在“资本深化”与“技术深化”的背景下,技术和资本替代“劳动”的趋势在民族地区变得越来越明显,在民族地区产业结构优化和发展方式转变的背景下,促进当地居民就业问题是当前民族地区务必解决的大问题。文化产业属于带动就业能力很强的产业,按照国际经验,文化产业一个直接就业能带动5-7个间接就业岗位,据此估计,目前民族地区文化产业直接就业人数约100万左右,按此推算,间接就业人数应该在500万至700万之间,这不仅有利于解决当前民族地区的就业问题,而且对民族地区农村剩余劳动力向东部发达地区以及西部省城无序迅猛流动起到一定的缓冲作用。二是提高民族地区居民收入水平,文化产业与居民收入水平存在互为因果关系,居民收入水平的提高能促进文化消费,带动文化

表1 2001-2009年我国民族地区文化产业增加值情况

单位:千元/%

年份	内蒙古	广西	贵州	云南	西藏	青海	宁夏	新疆	民族地区
2001	420490	566122	746771	1243044	84317	124579	123276	502326	3810925
2002	623354	1839299	795460	1464912	410835	177437	188833	627741	6127871
2003	705487	1045461	497717	1804916	437261	147048	207221	729149	5574260
2004	770691	1831533	729030	1591931	145398	154915	794535	1365776	7383809
2005	1105618	1684034	906703	2007679	402055	199512	376191	1046133	7727925
2006	1331951	1921057	1035007	2757591	83960	214445	417226	1170232	8931469
2007	2022068	2838608	1650634	3272175	714325	302189	788528	1595877	13184404
2008	1793509	2772857	1724596	2755879	376531	349360	797001	1627538	12197271
2009	2261336	2731248	1481721	2320159	455835	502951	665289	1369423	11787962
年增长率	20.55%	19.11%	7.91%	7.18%	20.62%	16.77%	20.60%	11.79%	13.37%

资料来源:根据2003-2010年《中国文化文物统计年鉴》整理得出,2011年的《中国文化文物统计年鉴》统计口径发生变化,缺失相关数据的统计。年增长率采用(期末年份数据/期初年份数据)¹⁹-1计算得出。

产业的发展,反过来说,文化产业能促进居民收入水平的提高,文化产业带动能力较强,且行业劳动者报酬要高于其他行业,因此文化产业发展起来之后将对民族地区居民收入的提高起到较大的促进作用。从近6年文化产业劳动者报酬情况来看,2004年,民族地区文化产业劳动者报酬总额为198871.4万元,2009年上升为516831.3万元,年均增长21.05%,其中青海年均增长率高达31.23%,内蒙古、贵州均超过25%,最低宁夏也达到16.9%,远远超过同期经济发展速度和城乡居民收入增长速度,见表2。

我国民族地区文化产业快速发展的同时,产业结构还不尽合理。主要特征是产业结构较为单一,偏重于文化旅游业,而核心层的新闻出版行业、电影动漫等行业产值比重较低。以广西为例,2010年广西文化产业实现增加值180.21亿元,占全区GDP的比重为1.88%。其中核心层增加值为59.01亿元,占32.7%,外围层增加值为79.09亿元,占43.9%;相关层42.11亿元,占23.4%,三者之比为32.7:43.9:23.4。从就业方面来看,核心层就业人员比重为23.0%,主要集中在出版、广播电视服务、文艺创作与表演行业和群众文化活动;外围层就业人员占40.5%,主要集中在娱乐、互联网、广告、和网吧等行业;相关层就业人员占36.5%,主要集中在玩具制造、工艺品制造业等行业。上述数据显示,广西核心层文化产业产值和就业比重都不高,保持在三成左右。另外,从我国民族地区文化文物部门所属机构收入结构来看,艺术表演团体收入比重最高,所占比重为28.34%,其次是群众文化和博物馆,分别占比23.62%和14.30%,其他部门比重较少,存在一定程度的结构失调。

(三)特色与基础:特色文化资源丰富,文化基础设施落后

我国民族地区文化资源丰富而具有特色,主要分为两大类^①:一是物质文化资源,主要指民族文化外显为具体可感知的外在性的文化资源。它包括民族自然生态系统资源,如云南红河州梯田生态系统,呼伦贝尔草原生态系统,雪域高原生态系统,新疆、甘肃大漠戈

壁生态系统等。此外还包括民族村寨,道路,建筑资源,民族器物文化资源以及民族饮食文化资源。二是非物质文化资源。包括:(1)语言文学和艺术资源,语言文学是西部民族文化资源的重要组成部分。西部民族众多,部分民族没有自己的文字,但保留了丰富的语言文字,包括神话、戏剧、歌谣、谚语等,如藏族的《格萨尔王传》、蒙古族的《江格尔》,纳西族的《鲁班路诺》,傣族的《九颗珍珠》,彝族的《梅葛》等。民族艺术资源主要包括雕塑、木刻、绘画、刺绣、音乐、舞蹈形式等,体现在公共建筑、民居建筑和日常生活中的各种具有艺术性质的图案和呼号等方面。(2)习俗文化资源。民族地区习俗文化资源主要包括生产习俗、人生礼仪、饮食习俗和丧葬习俗等。它是少数民族人们日常生产、生活礼仪和社会规范的体现。(3)工艺艺术资源。民族地区有丰富多样的器物文化,包括形式多样的民族工艺样式,如白族的冶炼和银铜工艺,苗族的刺绣和银饰,彝族的漆器,蒙古族的皮革技艺,维吾尔族的乐器制作工艺,藏族的木器雕刻、唐卡和黑陶技艺。(4)哲学、宗教、经济以及审美观念资源。哲学、宗教、经济以及审美观念是各少数民族宇宙观、世界观、社会观、人生观以及行为和观念价值的体现。此外,从我国公布的第一、二、三批国家非物质文化遗产名录来看,我国民族地区国家非物质文化遗产数量为494项,占全国总数1119项目的44.15%。远远超过各省平均水平。其中贵州、云南国家非物质文化遗产高达90余项。

具有丰富的文化资源,只是具备发展文化产业的潜力,文化基础设施和资金投入对文化产业的发展同样具有十分重要的作用。改革开放以来,我国民族地区的文化建设经历了从发展群众文化事业到构建公共文化服务体系的转变。20世纪90年代以前,民族地区普遍存在公共文化服务设施缺乏,进入新世纪以来,我国民族地区的公共服务体系进一步发展和完善。统计数据表明,2009年,我国8个民族地区省份艺术表演团体总计达到704个,艺术表演场馆达175个,公共图书馆藏书总计达67594千册,博物馆363个,相比1978年增长3-5倍(见表3)。此外,省地市级文化馆、县级

表2 我国民族地区文化产业劳动者报酬及生产税净额

单位:千元

		内蒙古	广西	贵州	云南	西藏	青海	宁夏	新疆	民族地区
劳动者报酬	2004	282411	483240	208363	462997	75092	70014	131761	274836	1988714
	2005	279640	268003	177004	387813	86134	84621	117597	233497	1634309
	2006	354774	561405	316855	628047	64343	94202	142028	393225	2554879
	2007	535921	805664	441261	1286844	147927	148148	254561	532422	4152748
	2008	590738	896055	474164	926564	141954	179356	225435	574300	4008566
	2009	891842	1061033	655627	1034150	197772	272445	288284	767160	5168313
	增长率	25.86%	17.03%	25.77%	17.44%	21.37%	31.23%	16.95%	22.79%	21.05%

资料来源:根据2003-2010年《中国文化文物统计年鉴》整理得出,2011年的《中国文化文物统计年鉴》统计口径发生变化,缺失相关数据的统计。

文化馆、乡级文化馆等“三级公共文化馆”服务体系基本形成,有效的解决了民族地区文化服务需求。近几年来,国家非常重视民族地区文化产业基础设施方面的投入,2000至2010年,国家对8个民族地区省份的文化事业实际完成基建投资累计为60265.7万元,占全国总投资的比重为14.03%。动态来看,2005年以前,国家对民族地区文化事业的基建投资额度较少,2006年以后投资力度加大。从民族地区各省区的情况看,云南、内蒙古、新疆的基建投资要高于其他省份。总体而言,目前我国民族地区文化产业基础设施仍然比较落后,文化基建投资渠道比较单一,主要依靠国家和政府投资,基础设施建设与资本存量水平远远落后于东中部地区。

表3 2009年民族地区公共文化服务体系情况

地区	艺术表演团体(个)	艺术表演场馆(个)	博物馆(个)	公共图书馆藏书(千册)	省级、地市级文化馆(个)	县市级文化馆(个)	乡镇(街道)文化站(个)
内蒙古	120	28	46	8704	13	102	905
广西	135	24	62	17597	15	99	1140
贵州	61	9	53	8003	8	87	1419
云南	146	34	113	15079	13	135	1365
西藏	29	22	2	500	7	49	239
青海	30	21	18	4023	8	43	243
宁夏	47	16	6	4350	7	19	224
新疆	136	21	63	9338	15	94	1072
总计	704	175	363	67594	86	628	6607

资料来源:由历年《中国统计年鉴》整理而成。

三、我国民族地区文化产业竞争力比较

(一)文化产业竞争力研究评述

我国的文化产业竞争力研究起步较晚,本世纪以来才引起学界的关注和重视,目前,理论界对文化产业竞争力的概念界定仍然是仁者见仁智者见智。徐萍定义文化产业竞争力定义为:文化产品的生产企业在一定的市场环境下,掌握文化资源、开发核心产品、迅速占据市场以获得经济效益和社会效益的能力^[2],顾乃华借鉴WEF、IMD以及波特的竞争力理论,将文化产业竞争力分为现实竞争力和潜在竞争力两个方面。现实竞争力反映当前文化产业的经营效率和占据市场的能力,潜在竞争力反映文化产业未来的可持续发展能力^[3]。花建从中观层次定义文化产业竞争力,认为文化产业竞争力不仅表现为市场竞争中现实的生产力,还表现为可预见的未来的发展潜力,并在此基础上提出了我国文化产业竞争力的四大能力和七大内容^[4]。王玉玲借鉴“钻石模型”与“灰色关联”理论,构建文化产业竞争力评价体系,提出中国应培育人才群、打造产业群、夯实项目群,推进文化产业跨越式发展^[5]。梁君、黄慧芳构建文化产业竞争力评价指标体系,并利用因子分析法实证分析我国区域文化产业竞争力水平^[6]。由于学界对文化产业竞争力定义差异,因此在文化产业竞争力的

评价上也存在较大分歧,方法各异。

目前,文化产业竞争力的评价主要有两种方式:一是对文化产业竞争力展开直接评价,这种方式一般采用官方统计的指标数值,如文化产业增加值、国际市场占有率、盈利率等客观指标来反映文化产业在国际市场上的竞争力情况,如李运详、周容霞、李慧等人的研究^[7-9]。二是间接评价文化产业竞争力,一般以文化产业竞争力的影响因素为评价对象,通过这些因素的分析来间接评价文化产业的竞争力。这种分析又分为两种情况,(1)使用迈克尔·波特的“钻石模型”理论进行定性分析,如闻学^[10]、赵学琳^[11]、辛诚^[12]等人的研究。(2)通过构建文化产业竞争力指标体系,然后进行综合加权(因子分析和主成份分析)和定量评价。如李芳凝^[13]构建了量化的评价指标体系,对中国主要地区的文化产业竞争力进行了综合评价。李卫强构建文化产业竞争力指标体系,采用因子分析方法对北京文化产业竞争力进行了实证分析^[14]。类似的通过构建文化产业竞争力综合指标体系对区域文化产业竞争力展开研究的还有很多。

总体而言,直接单指标评价法的优点是简单明了,比较结果直观,可比性强,文化产业竞争力的内涵丰富,但单一的指标往往难以全面反映一个地区文化产业静态的、动态的、现实的和潜在的综合竞争实力。间接评价法中的钻石模型是目前文化产业竞争力分析的主流之一,该方法的优点是抓住了文化产业发展的主要因素,这些因素对文化产业的现状、潜力等综合竞争力情况把握得较好。它的缺点是不能反映文化产业竞争力的动态变化。通过构建指标体系,既包括静态的、也包括动态的、既有反映现实的、也有反映潜在的指标,它的优点是信息量充分,综合竞争力可以进行定量比较。但它的缺点,一是数据可得性会遇到困难,需要采用替代数据处理,因此分析结果往往会有偏差;二是有些指标体系过泛,成了一个框,什么都往里面装,导致其分析结果偏离“竞争力”核心;三是通过因子分析(或主成分分析)得到的结论往往是一个以从“负值”到“正值”的文化产业竞争力综合得分,其数值往往看上去没有任何直观的价值。基于此,本文试图综合这些方法的优点,采用文化产业竞争力发展指数来评价我国民族地区的文化产业竞争力。

(二)民族地区文化产业竞争力比较

本文借鉴人类发展指数(HDI),构建文化产业竞争力发展指数,该指数通过本地市场容量,文化资源丰富度、人力资源三个指标来综合加权重我国民族地区文化产业竞争力水平,每个指标各占1/3的权重。一是本地市场容量,文化产业发展的最大动力来自文化需求,一个地区文化需求的市场容量一定程度上决定了该地方文化产业的发展规模,本文通过城乡居民文教娱乐及服务消费支出指标来反映文化消费市场容量的

大小;二是文化资源丰富度,文化资源是文化产业发展的基础,它一定程度上决定了该地区文化产业的发展潜力,本文用国家非物质文化遗产数来表示文化资源禀赋的大小;三是人力资源,人力资源是文化产业发展的核心因素,文化产品的生产与消费以及文化产业的经营管理都离不开高素质的人才,本文通过每十万人拥有的大专以上学历人数来反映该指标的数值。这种方式简单清晰,便于计算,而且可以一定程度上弥补直接评价和间接评价方法的不足,见表4和表5。

表4 2010年我国民族地区城乡居民文教娱乐及服务消费支出

地区	城镇居民文教娱乐及服务消费支出(元)	城镇人口比重(%)	农村居民文教娱乐及服务消费支出(元)	农村人口比重(%)	人口总数(万人)	城乡居民文教娱乐及服务消费市场容量(元)
内蒙古	1641.17	55.5%	374.19	45.5%	2472	2672494
广西	1243.71	51.3%	182.55	48.7%	4610	3351125
贵州	1254.56	33.8%	186.19	66.2%	3479	1904053
云南	1014.40	34.8%	206.45	65.2%	4602	2244012
西藏	477.95	23.5%	51.06	76.5%	301	45565
青海	908.07	44.7%	186.19	55.3%	563	286494
宁夏	1286.20	46.1%	241.08	53.9%	633	457583
新疆	1012.37	43.5%	170.15	56.5%	2185	1172287

注:加权平均值计算公式为:城镇居民文教娱乐及服务消费支出*城镇人口比重+农村居民文教娱乐及服务消费支出*农村人口比重。数据根据《2011年中国统计年鉴》以及2011年各省统计年鉴数据整理得出。

表5 我国民族地区文化产业竞争力指标数值

地区	城乡居民文教娱乐及服务消费市场容量(元)	每十万人拥有的大专以上学历人数(人)	国家非物质文化遗产数量(项)
	权重 1/3	权重 1/3	权重 1/3
内蒙古	2672494	10208	61
广西	3351125	5977	36
贵州	1904053	5292	90
云南	2244012	5778	94
西藏	45565	5507	55
青海	286494	8616	61
宁夏	457583	9152	10
新疆	1172287	10635	87

为了便于比较,下面将表5中的数据按照如下公式进行标准化处理,使得所有的数值落在区间(0,1)中。

$$n=(v-\min)/(\max-\min)$$

n表示转换后的新数据,v表示原始数据,min表示原数据列中的最小值,max表示最大值。经过处理后,数据如表6。从表中数据,可以发现在8个民族省份中,内蒙古和新疆的文化产业竞争力指数较高,分别为0.77和0.75,综合竞争力较强。其中广西、内蒙古、云南文化市场容量较大,具有较强的发展潜力;云南、贵州在文化资源丰富度方面具有较好的基础,优于其他省份;内蒙古、新疆在人力资源方面具有较大优势。综合竞争力较差主要是西藏和宁夏,西藏在三个指标

上都不具备优势,宁夏的缺陷主要存在于市场容量和人力资源方面。总体而言,根据上述三个指标来衡量我国民族地区文化产业竞争力情况具有较强的指导价值和借鉴意义,为了检验文化产业竞争力指数的有效性,下面构建等级相关系数进行检验。下面把文化产业竞争力综合得分排名与各省份文化产业增加值的实际排名进行比较。公式如下:

$$\rho=1-\frac{6\sum d_i^2}{n(n^2-1)}$$

其中, ρ 为等级相关系数,n为等级的项数,d为各省在综合得分中的名次与文化产业增加值名次之差。经过计算,等级相关系数为0.635,这表明文化产业竞争力指数与文化产业增加值吻合度较好,但存在一定的偏差,这种差距产生的原因主要有以下几方面:一是构成文化产业竞争力的上述三个指标中,市场容量本应包括本地市场和外地市场,对于文化产业发展较好的云南、广西,其文化市场外地市场和全国市场份额较大,但在指标中没有体现出来,因此综合得分偏低。此外,国家非物质文化遗产很大程度上能反映当地的文化资源丰富度,但并不完整。二是文化产业增加值是文化产业发展的直接指标,但它与文化产业竞争力并不是一个概念,它反映不出发展潜力和后劲,因此一定程度的偏差是正常的。结合这两个因素来看,相关系数高达0.635,表明文化产业竞争力指数已经具有很高的吻合度,能比较准确的反映各民族地区省份文化产业竞争力水平。

表6 我国民族地区文化产业竞争力指数

地区	市场容量(权重 1/3)	文化资源丰富度(权重 1/3)	人力资源(权重 1/3)	综合得分	排名
内蒙古	0.79	0.92	0.61	0.77	1
广西	1.00	0.13	0.31	0.48	5
贵州	0.56	0.00	0.95	0.50	4
云南	0.67	0.09	1.00	0.59	3
西藏	0.00	0.04	0.54	0.19	8
青海	0.07	0.62	0.61	0.43	6
宁夏	0.12	0.72	0.00	0.28	7
新疆	0.34	1.00	0.92	0.75	2

四、提升我国民族地区文化产业竞争力的对策

(一)整合生产要素资源,破解产业发展瓶颈

微观角度讲,要素整合是文化企业发展与管理的必要手段,宏观来讲,要素整合是地区政府战略性的工作。从我国民族地区文化产业发展的角度来讲,文化产业资源要素整合是指地方政府及相关文化企事业单位对不同层次、不同结构、不同内容的资源进行鉴别与选择、配置与优化、激活和融合,使其具有较强的开放性、价值型和条理性,使整个文化产业系统呈现出耗散结

构状态,创新层出不穷。具体而言,第一,努力整合文化资源,合力打造精品文化旅游线路。我国民族地区文化旅游资源非常丰富,但目前有效的跨区合作却凤毛麟角,从操作层面来讲,一是我国民族地区可以整合形成三条宗教文化旅游环线,分别是以西藏为中心的佛教文化旅游、以四川为中心道教文化旅游和以新疆为中心的伊斯兰教旅游;二是以“丝绸之路”为核心的北方历史文化旅游线路;三是以“茶马古道”为特色的云贵川民族文化旅游线路。第二,整合人才资源,人才是文化产业竞争力中最核心的要素之一。目前,我国民族地区既缺乏顶级的文化产业领军人物,也缺乏技术开发、经营管理等骨干普适人才,尤其缺乏既熟悉民族地区文化特征,又具有专业技能的复合型高级人才。因此,在人才建设中,一是要注重人才引进与内部培养的结合;二是注重文化产业领军人物引进和普适人才引进相结合;三是要注重人才的学校教育和在职培训的结合,只有通过多种途径实现人才资源的整合,文化产业发展潜力才能得到最大程度的挖掘。第三,整合资金资源,资金是文化产业发展的血液,我国民族地区长期以来由于资金缺乏,很多好的文化产业项目难以实施,小的文化企业难以发展壮大,大的文化企业难以走向国际。因此,我国民族地区一是要积极争取国家文化产业发展基金,获得国家的资金支持。二是要自力更生,开源节流,积累发展资金。三是要招商引资,开辟社会投资和民间投资渠道。只有三管齐下,方能破解西部地区民族地区文化产业的资金瓶颈。

(二)拓展文化消费市场,社会经济效益并重

文化消费市场决定文化产业发展的方向和潜力,拓展消费市场是西部民族地区文化产业发展的根本。首先,要了解该市场需求的特征,然后对市场进行细分。即根据不同消费者文化需求的差异性将统一的大市场划分为若干子市场,比如小孩喜欢玩具、动漫片、连环画等文化产品;青少年喜欢玩游戏;年轻人可能喜欢旅游、电影、流行音乐等文化产品;老年人可能喜欢看古典戏曲、经典著作等文化产品。了解这些不同消费群体的差异性,文化企业才能锁定消费目标,生产出具有群众基础和消费潜力的文化产品。其次,努力提高居民收入水平,挖掘其文化产品消费潜力。一是可以通过改善社会保障体系,或是政府加大对文化产品消费的补贴,这样可以间接提高居民的消费水平。二是要千方百计提高居民收入水平,通过乘数效应带动文化产业的发展,国外实践经验表明,当居民收入水平超过3000美元时,其文化需求将呈现喷井式增长。目前民族地区本土居民的收入水平还远远未达到这个门槛,但在国外以及东中部绝大多数地区居民人均收入已经超过了这条红线,因此,西部民族地区应积极拓展外部市场,加大宣传力度,将文化资源转化为经济财富。最

后,培育新的文化消费领域。随着网络技术和数字技术的推广,如手机视频、网络小说、手机网络游戏等新型消费项目已经如雨后春笋般涌现,谁抓住了这个时代机遇,谁就走在文化产业发展的前沿。西部民族地区虽然在技术方面不具优势,但是西部地区广大的消费群体和需求市场是最大的动力。如果能在承接发达地区技术的同时,在新兴文化产业领域培育一些文化龙头企业,创新商业模式,必能推动西部地区文化产业结构的优化升级。

此外,文化产业的发展必须要注重社会效益与经济效益的双赢。作为企业,要开发优质的文化产品和服务,而不是以赚钱为目的,走“低俗、庸俗、媚俗”之路。作为消费者,要适度消费,比如适当玩玩游戏,有利于消除精神疲惫和精神愉悦,但有些游戏爱好者,长期沉迷游戏,尤其是青少年自我控制能力较差,往往陷入网络游戏不能自拔,导致学业荒废。因此,民族地区在拓展文化产品消费市场过程中必须坚守经济效益与社会效益并重,社会效益优先的原则。

(三)促进产业集聚发展,引导民营企业加入

文化产品价值的实现离不开产业链的延伸和衔接,延长产业链,上下游企业集聚式发展是增加文化产业附加值的有效途径,同时也有利于文化产业链的有效衔接。文化产业集聚发展不仅可以实现要素资源的整合,信息资源的共享,节约成本,另一方面还可能产生波及效应和关联效应^[15],带动地区相关行业的发展,如餐饮、交通、房产、金融等行业发达的地区往往也是文化企业集聚的地区。我国民族地区文化企业数量众多,内容繁多,但是产业之间缺乏紧密的联系。因此,政府一方面要充分发挥其协调职能,通过文化产业链招商以及文化产业园区建设等方式促进区域文化企业上下游之间联系和联合;二是加强特色文化产业园区建设,借助特色民族文化资源和国家相关优惠政策的支持,培育文化产业园区精品,改善文化产业发展环境。目前,已有部分民族地区在做这方面的努力,如青海省经过多年的培育,以构筑凸显青藏高原特色文化产业体系为主旨,目前已经建立全国最大的、以宣传青藏高原自然生态和地理地貌、推动生态环境保护为宗旨的青藏高原自然博物馆以及全国最大的昆仑玉主题文化传播中心。总体而言,我国民族地区文化产业集群还只存在于省会城市,如成都、昆明、南宁、兰州等,绝大多数中小城市产业分散,文化产业链不够完整。

此外,文化产业的发展离不开民营企业的参与,谁先激活民间力量投入文化产业,谁就掌握主动权。目前,我国文化产业民营企业参与度最高的浙江省基本上已经实现国企民企并驾齐驱,民营企业百花齐放的局面。而我国民族地区文化产业仍然以国有企业为主导,这种格局必须调整。民营企业的适应性和灵活度要

高于国有企业、抓住商机的能力很强,生产出来的文化产品和服务适应广大文化消费者多元化的需求。如果能积极引导广大民营企业加入到西部民族地区的文化产业发展中来,不仅可以解决部分融资问题,而且可以拉动地方就业,促进当地居民收入的增加。因此我国民族地区应坚持“循序渐进、抓大不忘小、国企民企并驾齐驱”的原则,积极帮扶文化中小企业,关怀民营文化企业的生存与发展,鼓励优秀文化产品和服务的生产。

注释:

①中国文化创意产业网,我国东中西部文化产业竞争力综合排名, <http://artbank.people.com.cn/n/2012/0704/c209261-18444909.html>。

②中国文化创意产业网,2012 全国各省市文化创意产业园区数量比较。 http://www.chinadaily.com.cn/hqpl/zggc/2012-04-23/content_5746304.html。

③《中国文化文物统计年鉴》关于文化产业增加值的统计主要涉及 8 大类指标,包括艺术业、图书馆业、群众文化、艺术教育、文化市场经营机构、文化科研、文物业、其他文化产业及相关产业。

④广西壮族自治区统计局,2010 年广西文化产业保持健康发展, http://www.gxzf.gov.cn/zjgx/jjz/tjsj/jjyx/201111/t20111104_357719.htm。

参考文献:

[1] 施惟达.文化与经济:民族文化与产业化发展[M].昆明:云南大学出版社,2011.

- [2] 徐萍.我国区域文化产业竞争力实证分析[J].集团经济研究,2006,(11):45-46.
- [3] 顾乃华,夏杰长.我国主要城市文化产业竞争力比较研究[J].商业经济与管理,2007,(12):23-25.
- [4] 花建.文化产业竞争力的内涵、结构和战略重点[J].北京大学学报:哲学社会科学版,2005,(2):17-20.
- [5] 王玉玲.文化产业竞争力培育:日本经验与中国的路径选择[J].亚太经济,2011,(5):48-53.
- [6] 梁君,黄慧芳.中国省级区域文化产业竞争力分析[J].统计与决策,2012,(11):37-43.
- [7] 李运详.湖南文化产业竞争[J].当代经济,2010,(7):80-82.
- [8] 周容霞.基于创意经济视角的福建旅游产业发展研究[J].四川理工学院学报:社会科学版,2011,(6):115-117.
- [9] 李慧,吴翠花.提升区域文化产业竞争力的途径[J].理论探索,2012,(2):100-102.
- [10] 闻学,查华超.基于“钻石模型”的安徽文化创意产业发展范式研究[J].安徽工业大学学报:社会科学版,2010,(11):25-27.
- [11] 赵学琳.基于钻石模型对我国文化产业集群发展要素的整体分析[J].探索,2011,(6):95-100.
- [12] 辛诚,杜心灵.文化产业竞争力“钻石模型”研究——以广东省为例[J].调研世界,2011,(5):58-61.
- [13] 李芳凝.中国地区文化产业竞争力的实证研究[J].辽宁大学学报:哲学社会科学版,2011,(7):116-120.
- [14] 李卫强.北京市文化产业竞争力的实证研究[J].国际贸易文化,2012,(3):90-96.
- [15] 何娣.江苏省文化产业竞争力分析[D].江苏大学硕士论文,2011.

责任编辑:梁雁

The Competitiveness of Cultural Industry in Ethnic Regions in China

XIONG Zhengxian^a, HE Xiaosong^b

(a. Research Center for Social, Economy and Culture of Wujiang River Region; b. Finance Center, Yangtze Normal University; Chongqing 408100; China)

Abstract: The development of cultural industries in ethnic minority regions of China shows the following characteristics: first, the differences between intra-region and inter-region are both significant, but it makes a great progress; second, cultural industries brings employment growth and economic development, but industrial structure is incompatible; third, culture resources are very rich, but cultural basic facilities are lagging. On this base, the paper analyzes and appraises the competitiveness of cultural industry in ethnic regions by building competitiveness indexes of the cultural industries. Result shows that Guangxi and Inner Mongolia own the advantages of market capacity; Yunnan province and Guizhou province have advantages in cultural resource aspect; Inner Mongolia and Xinjiang have advantages in human resource aspect. In general, Inner Mongolia and Xinjiang province have advantages of overall powers. Finally, related countermeasures and proposals are put forward in the paper.

Key words: cultural industry; competitiveness; ethnic regions; index system