

特色文化产业发展的模式差异和共生逻辑

邵明华 张兆友

摘要: 文化产业的迅速发展催生了特色文化产业的出现,引发了政府和学界的关注。特色文化产业作为一种特殊的文化产业形态,具有资源区位性、文化传承性、分散多样性、文旅互动性等特征。按照发展战略和要素适用性标准,特色文化产业的发展模式可归纳为资源内生型、创意升级型、科技转化型、政府推动型、文化授权型五种模式。随后以共生理论为视角,以共生单元、共生环境、共生模式三要素为切入点,深入探讨特色文化产业生态系统构建所遵循的产业定位、环境优化和发展趋向问题,为特色文化产业在新时期实现高质量发展提供理论依据。

关键词: 特色文化产业;发展模式;共生理论;产业生态系统

DOI: 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2020.04.010

随着文化产业在国民经济中所占比重和战略地位的逐渐攀升,特色文化产业所受关注度也在不断提高。2007年,党的十七大报告指出要“加快文化产业基地和区域性特色文化产业群建设”,首次提到“特色文化产业”概念。此后十几年间,党中央、国务院结合时代发展要求,多次在重大报告和专项文件里提及特色文化产业,涉及内容也从最初的打造特色文化产业群、特色文化城市、特色文化产业园,拓展到开发特色艺术品种、特色文化消费,打造特色民族文化活动品牌,发展特色文化服务,建设特色文化产业示范区等,范围不断扩大。2014年8月,为推动特色文化产业健康快速发展,原文化部、财政部联合印发了《关于推动特色文化产业发展的指导意见》,首次在国家层面明确了特色文化产业发展的总体要求、主要任务和政策保障等内容,并指出“特色文化产业是指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”。

特色文化产业是国家结合新时期文化发展形势和产业发展经验提出的新思路,不仅是对产业结构的优化与升级,也是汇聚文化自信和推动经济发展新旧动能转换的重要方式。在中央文件的指导下,各地也不断根据本地产业发展实际情况和资源禀赋,制定针对性的文化产业规划和布局特色文化产业,形成了独特而鲜明的特色文化产业实践。已成功举办四届中国(宁波)特色文化产业博览会,通过开展专项活动、主题论坛、投资洽谈对接活动等,单日吸引参观人次可达近20万。据宁波市文化广电新闻出版局统计,2019年博览会现场成交额达到6.12亿元,意向成交额17.8亿元,现场签约项目20个,总签约金额达97.25亿元。种种实践表明,特色文化产业拥有广阔的发展空间。研究特色文化产业,从现有发展基础总结其模式类型和共生逻辑,不仅是对建设中国特色文化产业现实性与必要性的回应,也是为一个地区寻找提升经济硬实力和文化软实力抓手的解答。

一、研究综述

“文化产业”这一概念最早源于20世纪40年代法兰克福学派《启蒙的辩证学》中的文化批判理论,

收稿日期:2020-01-02

基金项目:国家社科基金艺术学项目“乡村振兴战略下农村特色文化产业发展研究”(18BH156)。

作者简介:邵明华,山东大学历史文化学院副教授,历史学博士(济南250100;smhua@126.com);张兆友,山东大学历史文化学院研究助理(济南250100;1273428357@qq.com)。

经过几十年的发展,有关文化产业的国内外研究成果已经十分丰富。特色文化产业作为文化产业的重要组成部分,近年来在产业实践上不断取得突破,学术界对特色文化产业的认识和研究也在不断深化,相关研究主要集中在以下四个方面。

第一,特色文化产业概念辨析。特色文化产业作为文化产业的子集,在学界尚未形成统一、标准的定义,辨析其概念成为相关研究的重要基础。在要素构成方面,齐勇锋、喻双、范建华等学者认为民族性、地域性是特色文化产业的两大要素^{①②③},熊正贤认为符合特色文化元素、特别产品形态、特殊区域影响这三个条件的文化产业可以称之为特色文化产业^④。在产业形态方面,周建军、杨文耀等学者侧重产业角度,认为特色文化产业是依托特色文化资源和现代产业条件,发展起来的一种特殊文化产业类型^{⑤⑥}。李炎等也指出特色文化产业是在产业规模和区域特点的基础上形成和提升出来的一种产业形态,它通过产业之间的联动互促和融合,资源优化整合与配置,区域产业结构调整 and 延伸,实施差异化竞争^⑦。在价值分析方面,学者们普遍认同特色文化产业是提升区域经济和文化竞争力的重要产业,如李建柱指出特色文化产业的发展是国家战略“转方式,调结构”的产物,是提升文化竞争力和软实力的必然选择,是区域错位竞争的有效途径,同时也是地域文化传承和缩小区域差距的重要渠道^⑧。

第二,个案研究对象既分散又集中。目前,有关特色文化产业的研究以个案研究为主,由于样本的多样性,研究对象也呈现分散分布状态。一是基于不同文化类型的研究,如毛丽娅对道教文化旅游资源的开发及利用研究^⑨,夏良玉对我国茶文化产业发展战略选择的研究等^⑩。二是基于不同地域和民族的研究。宏观层面的,如丹增对我国西部文化产业特色发展道路的研究^⑪,丁智才对我国少数民族特色文化产业发展的研究等^⑫;中观层面,县域特色文化产业研究内容丰富,如喻双对湖南县域特色文化产业发展的研究等^⑬;微观层面上,针对某一具体特色文化产业形态的研究成果颇丰,如范燕华等对羌族舞蹈文化产业的研究^⑭。尽管特色文化产业的外延十分丰富,但从研究对象的地理分布来看,主要集中在老少边穷地区,尤以贵州、云南为代表的西部少数民族地区研究资料最为丰富。这些地区的特色文化资源优势,得以转化成学术研究的基础优势。而从研究起源来看,也正是这些地区的“特色性”率先吸引了学者的关注。如徐发苍便指出云南省文化产业的特色优势主要在于民族文化资源^⑮。正是在特色文化产业的带动下,西部广大地区的文化产业找到了一条不同于东部地区的发展思路,并取得显著成效。

第三,研究视角和内容随产业实践拓展。集聚式发展是特色文化产业最基本、最常见的发展形

① 齐勇锋、吴莉:《特色文化产业发展研究》,《中国特色社会主义研究》2013年第5期。

② 喻双:《湖南县域特色文化产业发展现状探析》,《中国市场》2015年第13期。

③ 范建华:《中国特色文化与特色文化产业论纲》,《学术探索》2017年第12期。

④ 熊正贤:《特色文化产业扶贫的特征分析与绩效问题研究——以武陵山区为例》,《云南民族大学学报:哲学社会科学版》2017年第4期。

⑤ 周建军、张爱民:《论特色文化产业的内涵和发展途径》,《社会科学研究》2010年第6期。

⑥ 杨文耀:《区域性特色文化产业发展的问题与对策》,《职业》2012年第16期。

⑦ 李炎、王佳:《文化需求与特色文化产业发展》,《学习与探索》2012年第1期。

⑧ 李建柱:《论区域特色文化产业发展的困境与对策——以吉林省为例》,《延边大学学报(社会科学版)》2013年第5期。

⑨ 毛丽娅:《论道教文化旅游资源的开发与利用——以四川为例》,《四川师范大学学报(社会科学版)》2002年第2期。

⑩ 夏良玉:《论我国茶文化产业发展战略的选择》,《福建广播电视大学学报》2012年第2期。

⑪ 丹增:《论我国西部文化产业的特色发展道路》,《文艺理论与批评》2006年第1期。

⑫ 丁智才:《民族地区少数民族特色文化产业发展研究》,《广西民族研究》2014年第6期。

⑬ 喻双:《湖南县域特色文化产业发展现状探析》,《中国市场》2015年第13期。

⑭ 范燕华、龙有成:《文化产业发展视域下的羌族舞蹈研究》,《贵州民族研究》2019年第1期。

⑮ 徐发苍:《文化产业的云南特色及其政策研究》,《民族艺术研究》1999年第2期。

态,也是学界最早研究特色文化产业的关注点之一。李俊霞、吴蓓等学者纷纷以区域特色为切入点,探讨特色文化产业集群发展的路径^{①②}。特色文化产业与旅游业的结合始终是学界关注的重点,在文旅融合发展不断深入的背景下,关注点更多地从“特色旅游的产业化发展”转向“特色产业的旅游化发展”。赵毅、陈忠祥等人强调在发展特色旅游时要注重开发利用特色资源^{③④};周继霞、马莉等人关注特色旅游商品的包装设计和营销创新^{⑤⑥};李旭、臧璐等人关注特色文化资源的旅游价值及其开发路径^{⑦⑧},莫利民也基于民俗文化资源对乡村旅游开发的研究^⑨。

第四,特色文化产业研究的近期热点。2013年底,习近平在湘西考察时提出“精准扶贫”重要思想,2017年10月党的十九大报告中提出“乡村振兴战略”,这些思想和战略都与特色文化产业息息相关。在知网中以“特色文化产业”为关键词进行主题检索,可以得到发文量年度分布图,见图1。可以看出,自2012年以来,特色文化产业年度发文量总体呈现“波动中上升”的变化趋势。同样地,通过输入“特色文化产业+扶贫”“特色文化产业+乡村振兴战略”主题作为检索条件,分别得到图2和图3所示的分布图,可以看出近年来的相关文献数量整体也呈现上升趋势,但年平均增幅明显超过图1呈现的结果。由此判断,特色文化产业研究热度不减的情况下,特色文化产业与文化扶贫、特色文化产业与乡村振兴等话题成为近年来学术界研究特色文化产业的热点内容,生动体现了特色文化产业研究始终与国家政策方向一致的紧密联系。

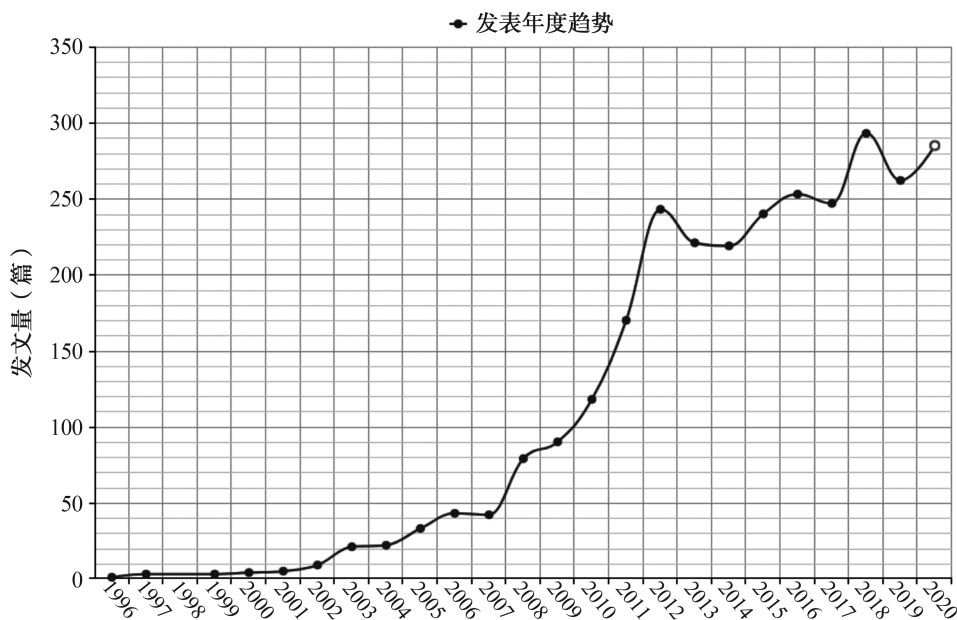


图1 “特色文化产业”年度发文量分布图

资料来源:中国知网,下同。

① 李俊霞:《西部特色文化产业集群发展战略研究》,《兰州大学学报》(社会科学版)2012年第5期。

② 吴蓓:《贵州屯堡特色文化产业开发的集群化思路》,《贵州民族研究》2013年第2期。

③ 赵毅、牟松:《突出特色是旅游规划的灵魂》,《经济地理》2002年第5期。

④ 陈忠祥:《宁夏特色旅游发展研究》,《干旱区地理》2002年第4期。

⑤ 周继霞:《少数民族地区特色旅游商品营销创新研究》,《商业经济研究》2016年第8期。

⑥ 马莉:《基于茶文化的桂林特色旅游纪念品桂花茶包装设计》,《福建茶叶》2017年10期。

⑦ 李旭、罗建伦:《三都水族非遗在旅游中的价值开发路径探析》,《贵州民族研究》2017年第10期。

⑧ 臧璐、俞俊峰:《贵州省非遗传统舞蹈旅游开发的创新路径研究》,《贵州民族研究》2018年第1期。

⑨ 莫利民:《基于民俗文化资源的乡村旅游开发研究》,《农业经济》2019年第10期。

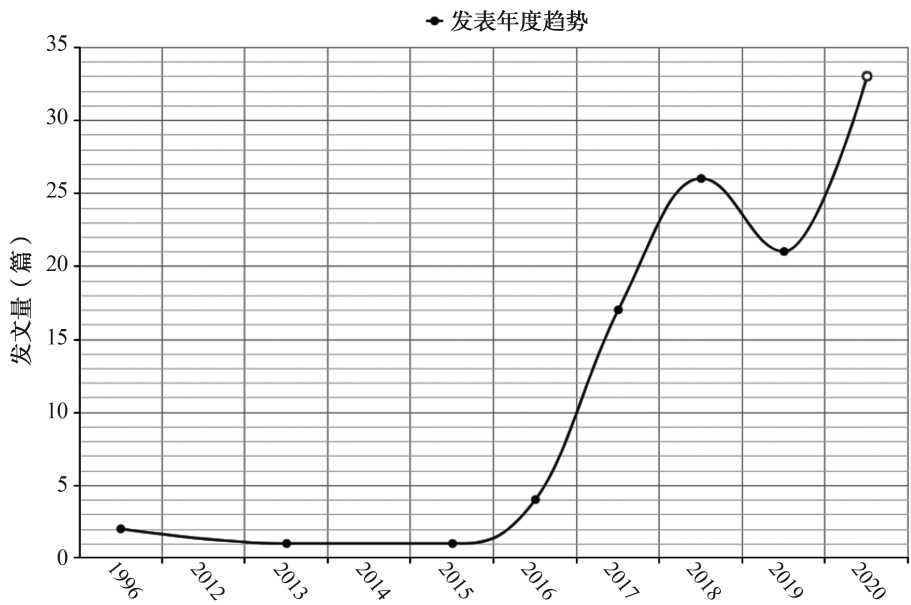


图2 “特色文化产业+扶贫”年度发文量分布图

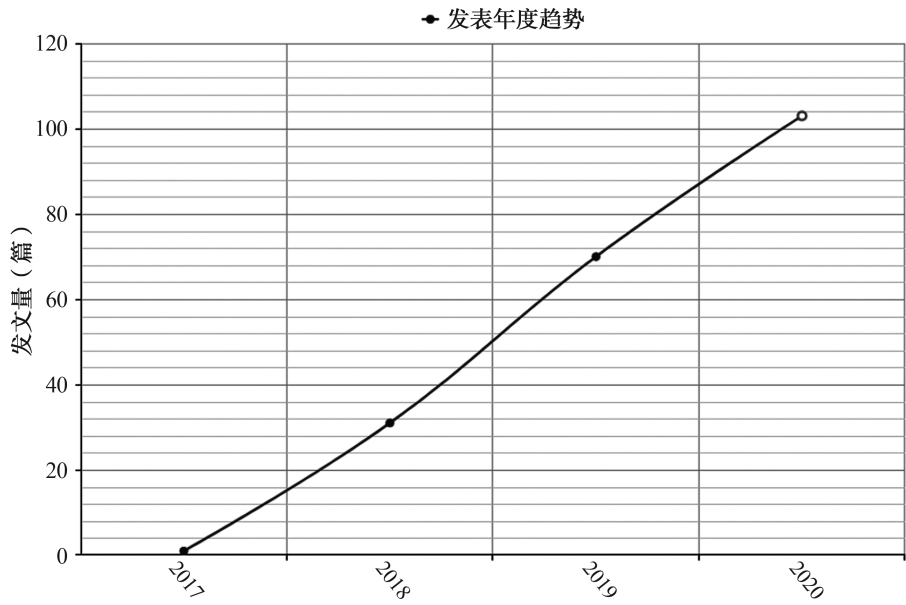


图3 “特色文化产业+乡村振兴战略”年度发文量分布图

综上所述,特色文化产业的概念研究属于基础性工作,以此为根基再探讨特色产业的特点、发展意义、发展存在的问题和发展思路等。在研究过程中,特色文化产业的差异点主要体现在不同地域和民族之间的案例表象上的区别,在现状基础上剖析特色文化产业发展的模式差异无疑更具有学术价值。同时,如何在复杂环境下寻找特色文化产业发展的共生逻辑,成为极具现实意义的研究方向。

二、特色文化产业的主要特征

总的来说,特色文化产业就是以文物古迹、历史人物、非物质文化遗产等特色文化资源和自然资源为依托,将传统与现代相结合,运用保护、创新创业等一系列手法,对特色资源进行产业化开发,提

供特色文化产品和服务,既充分挖掘特色资源的文化内涵,体现历史文脉延续性,又提高区域经济文化竞争力,推动经济转型升级的一种文化产业形态。特色文化产业从属于文化产业,但又不同于一般意义上的文化产业。它既有文化产业普遍意义的绿色环保、业态多元、附加值高等特点,从不同角度具体来看,又具有资源区位性、文化传承性、分散多样性、文旅互动性等特征。

(一)资源区位性:基于产业起源角度

从产业起源角度讲,特色文化产业的发展离不开特色文化资源,而这些资源的产生具有地理分布上的独特性,区位特征明显。从不同地域代表性特色文化产业角度来看,很多以行政区划为范围的地理单元内出现“一地一品”或“一地多品”的产业分布形态。如在河北省,县域特色文化产业方兴未艾,基于各地特色资源形成了蔚县剪纸、曲阳石雕、易水古砚、馆陶黑陶、白洋淀芦苇画等具有全国知名度的特色文化产品。这些产品能成为当地的代表性名片,正是得益于特色文化产业发展最初所需的原材料为当地所产,且所用传统技艺在当地传承已久,是难以复制的资源要素。从同一类型特色文化产业细分角度来看,各地“水土差异”会造就同一产业类型的不同分支和派系。作为中国文化典型代表的茶文化,在不同民族、不同地域之间形成了各异的“茶道”和产业发展方式,这是因为不同的地理环境适宜不同品种茶的生长,加之长期以来的文化演变,各地逐渐形成了独特的制茶技术与加工方法,养成了多样的风俗。不难看出,在“天时地利人和”综合作用下,这种显著的资源区位特征使得不同地域具备各自天然的特色文化产业发展基因。在全面细致梳理本地特色文化资源的基础上寻找适宜的根植性产业开发对象,成为发展特色文化产业的首要任务。

(二)文化传承性:基于产业转化角度

传承性是特色文化产业得以发展的重要基础,文化性是特色资源向产业转化的具体表现。特色文化产品的样式、制作工艺等能传承至今,成为特色文化产业发展所需的素材,离不开师徒相认、家族相传等活态的传承形式。“原生态”手工生产是特色文化产业涵养文化的重要途径,一旦这种人际间的传承被机械复制或数字化生产方式所取代,就会导致文化价值大打折扣。文化性是特色文化产业的最基础属性之一,也是其“特色”的最主要表现。这就意味着,特色文化产业在保留文化记忆和提高生产效率之间必然要优先在意前者。因此,这种原生态的生产方式致使特色文化产业对科技含量的要求相对较低,文化生产力的主要推力不在于科技,而在于文化的原真度和创意度。需要注意的是,这种鲜明的传承性和文化性上的特殊要求,导致多数情况下特色文化产业无论在空间分布还是文化影响力上都是小众的。如流行于滇西北部藏区的尼西黑陶,由于原料的特殊性、工艺的传承性和使用习惯差异,在产业化开发过程中将会面临在更大地域范围内的复制和推广的难题。

(三)分散多样性:基于产业布局角度

从产业布局角度来看,特色文化产业不仅总量丰富,而且分布较为分散。中国幅员辽阔、地大物博、民族众多、历史悠久。多样的地形地貌造就了多样的生活环境,各异的民族基因衍生了各异的民族风情,源远流长的历史绵延了丰富灿烂的文化。以此为依托,特色文化产业在业态和地理分布上均呈现出分散多样性。特色文化产业业态多元,包括工艺品、文化旅游、特色节庆、特色展览等众多产业形态,其中仅工艺品就有玉雕、石刻、剪纸、刺绣、草柳编等多个类型,而刺绣又可分为苏绣、湘绣、粤绣、蜀绣等不同手法。从非物质文化遗产的定义和分类方法以及特色文化产业发展实践中可以看出,非遗是十分重要的特色文化资源。2006年至今,国务院先后公布了四批,共计1372个国家级非遗项目,更遑论在“国家+省+市+县”四级保护体系下,各种非遗数量之多、品类之盛,为特色文化产业的发展提供了多样的资源供给。另一方面,我国东、中、西部因自然环境和文化传统差异,各地分散分布着不同类型的特色文化产业,但不同“特色”难免会出现在更大地理范围意义上的同质化,仅以剪纸为例,除了河北蔚县剪纸,还有佛山剪纸、山东剪纸、陕西剪纸等。不过,尽管都为“剪纸”,各地剪纸在技艺手法、用途形式、装裱形式、内容意义等方面多少存在差异,也形成了不同的地方派系。

(四) 文旅互动性: 基于产业融合角度

文化产业渗透性和关联效应强,与制造业、旅游业、金融业等其他产业的融合趋势日益突出。从产业融合角度讲,与一般文化产业相比,特色文化产业与旅游产业的互动共振关系更为明显。特色文化产品供给方面,一些精致小巧的传统工艺品等特色产品,非常适合作为旅游纪念品供游客选择,同时随着产品实用性的提高和互联网、物流的发展,“实地游玩选购,快递送货上门”的形式也变得更加普遍。另外,特色民居与住宿业、特色饮食与餐饮业等都形成了良好的对应关系,特色文化成为提升游客旅游体验的重要内容。依托民间特色节庆、特色建筑、特色风俗等极富吸引力的文化内容,有利推动了特色文化产业与旅游业的互动融合。结合产业发展实践来看,特色文化产业分布的密集区正是文旅融合发展的高地。作为少数民族文化资源富集区,近年来,云南省加快开展旅游特色村、少数民族特色村寨等建设,打造具有云南特点的乡村旅游。统计公报数据显示,云南省 2018 年全年接待海外入境旅客 1416.46 万人次,国内游客 6.81 亿人次,实现旅游业总收入 8991.44 亿元,同比增长 29.9%。以特色文化产业为撬动点,极大地推动了云南省整体文化旅游业的发展。

三、特色文化产业发展的模式差异

地方特色文化产业的形成可理解为具有差异性的地方文化资源在市场导向下,通过资源整合、创意提升、科技应用、资本运作等路径融入文化产业发展,实现文化资源向文化产品和商品转化的过程^①。可以得知,特色文化产业的发展离不开资源、创新创业、政府推动等多个要素的有机配合,但在不同发展战略和适用条件下,各影响因素在不同作用机制下会呈现强弱之别。根据特色文化产业的内涵、特点与产业实践,特色文化产业可分为资源内生模式、创意升级模式、科技转化模式、政府推动模式、文化授权模式五个类别。

(一) 资源内生模式: 资源主导下的在地自发与产品原生

文化资源是文化产业发展的基础和前提条件,对于特色文化产业而言,具有特色的文化产业资源直接构成了其生命线。资源内生模式是指以区域内原有特色文化资源为核心基础,以市场需求为动力,以经济收益最大化为目标的发展模式。该模式具有两个显著特性:一是在地自发性,该模式下特色文化产业由本地居民为主要力量,在强劲的消费需求和市场动机驱动下自发地发展起来。随着我国城乡居民可支配收入逐年增长,文化消费比重不断上升,市场经济条件诱导民众自发性的保护、传承和开发本地的特色文化资源,通过打造特色文化产品进入市场交易获取经济收益。二是产品原生性,原生和初级产品是该模式下特色文化产品的主要构成。蔚县剪纸是典型的资源内生型特色文化产业。蔚县剪纸源于明代,题材广泛,意寓深长,在构图、造型、色彩和制作工艺等方面独具一格,具有独特的历史价值、艺术价值、审美价值和社会价值。从 20 世纪 90 年代开始,蔚县剪纸市场不断扩大,当地众多窗花艺人在利益驱动下纷纷办起了剪纸厂,使剪纸从一项农民副业,逐步发展为事关全县产业转型升级的主导产业。蔚县充分利用这一得天独厚的特色文化资源,借助中国剪纸艺术节等推介活动,促进了文化资源势能向特色文化产业发展动能的转换。2011 年全县生产剪纸 600 多万套,产值达到 4 亿元,占全县 GDP 的 5%^②,产品畅销美国、日本、东南亚等 100 多个国家和地区,成为区域性特色文化产业发展的一个典范。

(二) 创意升级模式: 创意管理下的资源整合与设计更新

创意是文化产品提高市场竞争力的根本,也是文化产业资源开发利用中的重要原则。创意升级

① 王秀伟、汤书昆:《文化授权:地方特色文化产业发展的模式选择——以中国宣纸集团宣纸文化产业为例》,《同济大学学报》(社会科学版)2016 年第 1 期。

② 陈颐:《河北蔚县:薄薄剪纸富万民》,《经济日报》2012 年 7 月 12 日,第 11 版。

模式是指通过对地方原始特色资源进行梳理、提炼和包装,利用创意这一重要元素,将可用资源转化为创意性特色文化产品和服务输出到市场的模式。创意升级可以通过“整合”和“更新”两种手法来实现。“印象”系列、“千古情”等特色文化演艺就是通过创意整合,将当地民间传说、特色歌舞、特色民俗等化零为整,编排成一台完整演出,实现巨大成功的。如“印象武隆”,通过整合武隆乃至巴渝地区的自然景观和文化遗产,用创意凝练出一场华美的现场演出。2018年统计公报数据显示,印象武隆公演298场、实现门票收入4600万元,带动武隆全年接待游客3200万人次,旅游综合收入达到150亿元,实现了当地旅游产品的多维度升值和原有产业类型的多向度拓展。更新设计是创意的另一种表现形式,通过对初级产品的再加工和创意设计,提高产品附加值和文化内涵。招远是全国闻名的金都,在长期的黄金开采、冶炼、加工、销售等过程中积淀下独具特色的黄金文化。招远黄金珠宝坚持“差异化”经营战略,凭借独特的市场洞察力、强大的创新能力,减少同质化竞争,形成了民俗贺年、本命年、婚庆、金石、餐具、看牌、浮雕、大金脉文房八大系列珠宝首饰产品,打造了四大国内知名品牌。同类型的资源可以形成不同类型的产品,核心就在创意创新,这对其他特色文化产业同样具有启示意义。

(三)科技转化模式:科技支配下的要素流动与产业升级

文化与科技的融合,带来的是文化与科技产业链的重构^①。科技转化模式是指发展特色文化产业时注重利用科技手段,为传统文化资源注入现代感和科技感,从而改变传统产业结构,起到“无中生有”“有中生新”效果的发展模式。一方面,科技推动特色文化资源要素的合理流动。如曾侯乙编钟虽为湖北随州出土的文物,现收藏在湖北省博物馆,但烟台市一家乐器制造企业以其为原型,运用集成控制等科学技术,成功研制了符合当代国际标准化乐器性能和音乐功能的新编钟。“莱山新编钟”得以入选烟台市首批“十大”县域特色文化产品,新编钟制造也成为当地一项后发的特色文化产业。这主要是依靠科技力量,在古老文物基础上增添现代科技元素,从而实现文化资源的“跨区域调配”,为特色文化产业发展注入更多空间价值。另一方面,科技助力传统特色文化产业的转型升级。位于山东菏泽市的丁楼村,一直有做演出服饰生意的传统,村民通过走村串乡、向外批发售卖影楼服饰等形式兜售产品。在“互联网+”背景下,丁楼村村民紧跟时代潮流,引进利用互联网技术,学习电商平台知识,形成了“网店+加工厂+网络分销”的经营模式,成功将丁楼村打造为全国最大的演出服饰产业基地之一。目前全村340户村民,有288户从事电商产业,2018年交易额达到3.6亿元。曾经的演出服饰生意发展为如今的农村文化电商,传统产业的升级离不开互联网技术的支持,科技的进步为特色文化产业的演变提供了更多模式和路径选择。

(四)政府推动模式:政府助力下的政策供给与集聚发展

文化产业的形成、发展和文化市场的培育、维护都离不开政府的大力支持与推动。政府推动模式是指政府综合运用创新理念和税收、财政、人才等多种手段,搭建成长平台或实行统一管理机制,推动特色文化产业以聚集形式发展的模式。根据是否依赖资源的天然赋能,该模式下的特色文化产业发展表现为两种截然不同的形式。一种是依托本地丰富的自然和文化遗产资源,在资源富集区发展特色旅游业。如湖南的凤凰古城、四川的九寨沟等就是通过实行国有旅游资源管理体制和运行机制,引导社会资本涌入,提升资源开发利用效益,将资源优势转化为产业优势。另一种是在政府政策综合推动下,将从区域外引入的具有发展潜力的“小微”特色文化产业孵化成具有良好集聚效应的“规模化”特色文化产业。如管乐器产业作为龙口市龙头性文化产业,最早源于1987年北京管乐器厂在大李家村设立分厂。近年来,龙口市通过出台文化产业发展奖励扶持办法,为产业发展保驾护航,推动管乐器产业朝着更加高端化、规模化、集群化方向发展,诞生了泰山、金鸣、锦盛、东星等知名管乐器品牌,并依托龙头公司打造管乐器产业集群。目前,龙口管乐器制造占全国产品产量的70%,全市拥有管乐器生产企业44家,年产值高达3亿元,产品畅销海内外。

^① 李凤亮、宗祖盼:《文化与科技融合创新:模式与类型》,《山东大学学报(哲学社会科学版)》2016年第1期。

(五)文化授权模式:授权管理下的产品开发与效益提升

文化授权是法学和经济学双重语境下的概念,其核心是知识产权的保护与运用。文化授权模式是指通过对依托于原创性特色文化产品或特殊符号的知识产权进行合法授权,借助生产要素的合理流动与优化配置开发出多元文化产品和服务,实现多向赋能与多方共振的模式。文化授权模式是一种 IP 思维,合理的开发利用能有效突破当前特色文化产业发展的地域与行业桎梏,为文化创作导入更多社会资源,为产业发展带来新的增值空间,从而达到授权方与被授权方双赢的局面。第七届中国成都国际非物质文化遗产节首次聚焦“非遗创意设计作品授权”,四天时间实现对接项目 70 余个,洽谈意向金约 3450 万元,为以非遗元素为代表的授权方和以酒店、餐饮、鞋服、家居等品类供应商为代表的被授权方搭建了沟通合作桥梁,引发了极大的社会关注。这种现象对推动中华优秀传统文化创造性转化和现代化表达具有十分积极的作用,提高了特色文化产业市场供给水平,形成了一种在更大范围内寻求产业的多向延伸融合,是解决当前产业业态以及文化产品结构功能相对单一局面的新发展思路。

四、基于共生理论的特色文化产业生态系统构建

追溯共生学说的历史,第一个提出生物界广义共生概念的是德国著名的真菌学家德贝里,他在 1879 年明确指出:“共生是不同生物密切生活在一起。”^①经过一个多世纪的发展,共生理论不仅在生物科学领域得以深化,自 20 世纪中叶以来,应用范围也在社会科学领域不断拓展,用以研究人类社会中的政治、经济、文化等的关系,从而实现社会的可持续发展。共生是人类之间、自然之间以及人与自然之间形成的一种相互依存、和谐、统一的命运关系^②,是指共生单元之间在一定的共生环境中按某种共生模式形成的关系,包括共生单元、共生模式和共生环境三个要素^③。Tibbs 指出,产业生态是把自然生态系统规律应用到人文系统设计中,以期在实现工业化进程中实现可持续有效发展,并且从本质上实现产业发展与自然系统相协调的过程^④。不难发现,共生理论和产业生态都贯穿全面协调、和谐统一的思想,基于共生理论构建产业生态系统具有理念上的重合性与逻辑上的完整性。基于对特色文化产业基本特征和模式差异的分析,发现特色文化产业的发展有赖多主体、多要素的有机配合,但目前难以形成较大的市场规模,面临着产业基础薄弱、市场化程度不高、知名品牌较少等现实问题。以共生效应为切入点和突破口,打造多元共生的产业生态系统,形成高质量发展的强大合力,是提高特色文化产业整体竞争力的关键。

共生关系是多层面的,有企业层次的,也有产业层次的,还有区域和国家层次的,而且不同共生单元之间的组合,还可以划分出不同的共生关系^⑤。产业的发展要历经产生、成长和进化过程,在产业产生之初便要明确产业定位,以资源导向确定共生单元;在产业成长过程中要完善产业发展所需各项支撑要素,优化产业共生环境;在产业进化过程中要积极探索多种共生模式,带动区域实现包容性增长;最终目标是形成良好的共生关系,打造产业生态系统。特色文化产业的共生,不仅涵盖了企业之间的竞合关系,还包括企业与政府、科研院所、中介组织等其他组织机构之间的共生关系,产业层面上的互动与融合发展以及跨区域的协同,是期望建构大空间范围内的合作网络,实现各产业主体、各要素的协同共生,打造特色文化产业生态系统。

① 转引自洪黎民:《共生概念发展的历史、现状及展望》,《中国微生态学杂志》1996 年第 4 期。

② 冷志明、张合平:《基于共生理论的区域经济合作机理》,《经济纵横》2007 年第 7 期。

③ 袁纯清:《共生理论及其对小型经济的应用研究(上)》,《改革》1998 年第 2 期。

④ Tibbs H. B. C., “Industrial Ecology: An Environmental Agenda for Industry”, *Pollution Prevention Review*, Spring 1992, pp. 167-181.

⑤ 胡晓鹏:《产业共生:理论界定及其内在机理》,《中国工业经济》2008 年第 9 期。

(一)产业定位:共生单元的资源导向

共生理论认为,共生单元是能量生产、交换的单位,能够为共生体的共生发展提供必要的物质条件^①。特色文化产业具有鲜明的经济属性和文化属性,从经济视角来看,特色文化产业的共生是一个客观的经济现象,经济利益驱使共生关系的形成。特色文化产业的共生关系是复杂的,不同的共生关系下便对应着不同的共生单元,但无论是企业层面还是产业层面上的共生,特色文化产业作为资源依赖型产业,最基本的共生单元就是一个个鲜明的特色文化资源形态。如某地拥有剪纸、石雕等众多历史文化资源,那么围绕这些民间技艺所发展起来的特色文化企业和产业类别就构成了当地特色文化产业的共生单元。因此,一个地方的特色文化资源种类越丰富,则共生单元的数量和密度就会越大,由此产生的能量就越高,共生关系就相对紧密。

清晰产业定位是构建产业生态的首要任务,以资源为导向确定共生单元是特色文化产业发展的关键。一个地方所拥有的特色文化资源是“先天的馈赠”,经过不断的传承和后天的产业转化,这些文化资源得以成为产业资源。因此,要尊重资源主体地位,正确认识特色文化资源,以便于共生单元的能量充分释放。需要注意的是,“一家独大”和“势均力敌”都是共生单元力量对比的绝对化倾向,不利于共生单元之间的良好互动。尤其对于资源富集区来说,过度追求特色文化产业的多点开花往往造成资源丰厚度高与开发利用率低之间的相对矛盾。做好重点选择,才能跳出“资源诅咒”的陷阱。如庆阳市拥有剪纸、香包、刺绣、皮影、五幅皮鼓等众多特色文化资源,但长期以来并未在特色文化产业方面取得亮眼成绩。近年来,在政府和社会力量的共同努力下,庆阳市着重发展香包这一已有千年历史的地方传统手工艺品,打造“庆阳香包”特色文化产业。2018年庆阳香包民俗文化节期间,参展农户达到180个,实现销售额1285.2万元,极大带动当地经济发展。正是基于对本地特色资源的合理把握,确立了庆阳香包这一“主共生单元”,确定了以香包产业为龙头的产业定位,才使得当地特色文化产业的资源势能转化为产业动能。

(二)要素完善:共生环境的优化方向

在共生理论中,共生环境是指整个系统运作依赖的外部因素,是共生单元以外的所有因素的总和,这些因素有些有利于共生体相互关系的发展,有些不利于共生关系的发展^②。对于特色文化产业而言,共生环境包括社会制度、政策、人才、组织等多种要素,这也是产业成长和发展所必不可少的外部环境构成。通过多维度采取措施加大对产业生态的扶持,优化特色文化产业共生环境,使特色文化产业不仅仅停留在地理层面上的表面集聚现象,更能在彼此之间产生“生态化学反应”。

第一,加大财税等扶持力度,优化政策环境。《关于推动特色文化产业发展的指导意见》明确指出要发挥政策对特色文化产业发展的保障作用。在中央文件的指导下,各级政府应充分结合本地实际情况,因地制宜,明确特色文化产业发展的主要任务和目标,制定切实可行的财政、金融、土地等多方面政策和保障措施,并以此为基础加强跨地区、跨部门协作。第二,强化创意支撑,优化人才环境。创意是活化文化资源的重要手段,是特色文化产业品质和附加值提升的重要动力,人才是创意的策划者和实施者。搭建政产学研用合作联盟,建立完善交流合作机制,促进资源整合和有效配置,培养懂经营、善管理、创意水平高的复合型人才,同时将特色文化产业人才培养纳入各级政府人才发展规划中,制定多样可行的人才激励政策。第三,培育市场主体,优化市场环境。市场在资源配置中起决定性作用,也是检验特色文化产业发展成色的试金石,要构建市场导向的产业发展体系。一方面,在供给侧和需求侧两端发力,既以多种组织形式破解当下家庭作坊式为主、缺乏专业分工的主体脆弱困境,又扎实推进文化惠民政策落地生根,并鼓励和支持有条件的特色文化企业参加国际化展会和文化活动,拓展特色文化产品的海内外市场。另一方面,强化文化市场监管和执法,创造良好市场环境。

① 袁纯清:《共生理论及其对小型经济的应用研究(上)》,《改革》1998年第2期。

② 袁纯清:《共生理论及其对小型经济的应用研究(上)》,《改革》1998年第2期。

(三)包容性增长:共生模式的发展趋向

共生模式是指共生单元相互作用的方式或相互结合的形式,它既反映共生单元之间作用的方式,也反映作用的强度^①。根据共生行为的差异,可将共生关系分为寄生、偏利共生、非对称互惠共生、对称互惠四种模式;根据共生关系运作组织情况不同可将共生关系分为点共生、间歇共生、连续共生、一体化共生四种模式^②。完整的共生关系是行为方式和共生程度的具体结合,共生单元的性质和力量对比变化、共生界面的内容变化及共生环境的变化等因素都可以造成共生模式的变化,构成共生关系千变万化的自变量。产业发展的进化过程是量的积累与质的提升的过程,也是价值溢出的过程。传统的产业发展模式以经济效益最大化为原则,但很难兼顾社会效益和生态效益。特色文化产业的发展要跳出固定共生模式的禁锢,以共生系统整体价值最大化为原则,朝着多方效益兼顾方向前进。

2007年亚洲开发银行首次提出“包容性增长”概念,这种增长观倡导社会和经济协调发展、可持续发展,强调发展与公平的兼顾,其实质就是对已有的要素配置方式、产业发展路径、体制机制障碍等方面进行优化和变革,对一个地区的经济增长方式进行全方位的调整和升级^③。特色文化产业兼具经济价值和精神价值双重属性。因此,发展特色文化产业,尤其是在经济相对落后的西部少数民族地区发展特色文化产业,能有效推动当地经济、社会、生态等方面的全面协调可持续,能更好满足广大人民日益增长的美好生活需要,这一目的和效果与包容性增长具有逻辑上的统一性。贵州省黔东南州受制于地形、交通等不利因素,发展长期落后,贫穷县分布密集。该州借助特色文化产业发展的东风,重点发展工艺美术品、节庆会展、民族歌舞演艺、民族特色饮食等产业,间接催生100多家从事民族民间文化工艺品生产企业,解决了当地2.5万人的就业问题^④,正向实现整体脱贫目标全力迈进。以黔东南州为带代表的西部少数民族地区发挥得天独厚的自然和文化资源禀赋优势,寻求特色文化产业的最佳组合方式,既推动当地人民经济收入的增长,又致力于民族文化的活态传承与生态环境的可持续发展,实现了特色文化产业共生模式的综合价值。

(四)产业生态系统:共生关系的融合取向

从系统论的观点来看,产业生态学的主要目标就是重组产业系统,以向着与生物圈相协调的模式发展^⑤。李晓华等认为,产业生态系统是由产业的各类参与者以及产业发展的支撑因素与外部环境等构成的产业赖以生存和发展的有机系统^⑥。很明显,共生单元可以与产业参与者对应,共生环境是由支撑因素与外部环境所组成,共生模式是产业生存和发展的表现形式。产业生态系统具有整体性、竞合性、开放性与丰富性的特征,以“融合”促和谐才能实现产业生态的最终目标。故而从整体上而言,产业生态系统作为一个有机复杂的功能体,是特色文化产业共生关系的融合取向。

前文提到,特色文化产业的共生关系是多个层面的,这些不同层面的共生关系相互交织成复杂的网状结构,最终统一集合于特色文化产业这一个大系统内,并呈现开放性的系统特点,由此形成了特色文化产业生态系统。产业生态系统最基本、最常见的形态就是产业集聚和产业集群。产业集聚发展是产业发展的一种规律,指在一定区域内,有较多产业关系密切的生产者以及相关的辅助服务者以较高密度聚集在一起,特色文化产业表现为向资源集聚、向市场集聚、向生产者集聚、向生活集聚等几种主要的特色集聚方式^⑦。地理层面上的集聚仅仅是共生关系形成的必要条件,如何培育生态意义上的融合,是共生关系内在机理的关键,也是打造产业生态系统命题的内核。因此,特色文化产业发

① 刘荣增:《共生理论及其在我国区域协调发展中的运用》,《工业技术经济》2006年第3期。

② 袁纯清:《共生理论——兼论小型经济》,北京:经济科学出版社,1998年,第8页。

③ 邱淑、杨丽:《云南民族地区特色文化产业推动包容性增长研究》,《云南民族大学学报:哲学社会科学版》2014年第6期。

④ 王亦敏、姜虹伶:《黔东南传统民俗在文化创意产品的研究》,《贵州民族研究》2018年第6期。

⑤ 陈有真、段龙龙:《产业生态与产业共生——产业可持续发展的新路径》,《理论视野》2014年第2期。

⑥ 李晓华、刘峰:《产业生态系统与战略性新兴产业发展》,《中国工业经济》2013年第3期。

⑦ 金颖若:《特色产业的文化集聚形态及机理》,《贵州大学学报:社会科学版》2018年第3期。

展势必要打造全方位、立体化的共生关系融合体,推动共生单元之间实现物质信息交流和能量互换的良性互动,这也是特色文化产业生态系统结构组织的重要表现形式和综合生态效能发挥的基本要求。

发展特色文化产业,是国家在总结文化产业发展经验后作出的外部战略性选择,也是文化产业自身形态拓展的内部自发性选择。特色文化产业作为文化产业的一个子集,拥有区别于其他产业的特征,这些特征也正是一个地区特色文化产业起源和发展的的重要依据,这在学术关注度和产业实践中均有所体现。任何一项特色文化产业的发展模式都需要多元主体共同介入,多方力量齐抓共管,离不开资源基础、创意、科技、政府推动、文化资本等多个要素的相互配合和有机互动。在产业实践过程中,各要素在不同作用机制下发挥作用的强弱程度构成了区分特色文化产业发展模式差异的依据。特色文化产业的发展尽管存在着模式类型上的差异,但仍要追求一个具有共性意义的逻辑体系,这种逻辑不是单边且唯一的直线思路,而是要打造多元共生的特色文化产业生态系统。在这一过程中,共生单元、共生环境和共生模式既构成了共生理论的三要素,也组成了特色文化产业发展过程中产业定位、产业成长和产业进化的三部曲。共生意味着融合发展,力求以良性互动的共生体和完整的产业生态系统推动特色文化产业的高质量发展。

The Pattern Difference and Symbiotic Logic of the Development of Characteristic Cultural Industry

Shao Minghua Zhang Zhaoyou

(School of History and Culture, Shandong University, Jinan 250100, P. R. China)

Abstract: The rapid development of the cultural industry has given birth to the emergence of characteristic cultural industry, which has aroused the attention of the government and academia. As a special form of cultural industry, characteristic cultural industry has such features as resource location, cultural heritage, diversity, and cultural tourism interaction. According to the standards of development strategy and applicability of elements, the development mode of characteristic cultural industry can be summarized into five patterns: resource endogenous pattern, creative upgrading pattern, technology transformation pattern, government promotion pattern and cultural authorization pattern. At the same time, from the perspective of symbiosis theory, taking three elements of symbiosis unit, environment, and pattern as the starting points, this paper probes into the industrial positioning, environmental optimization and symbiosis logic of development trend followed by the construction of the ecosystem of characteristic cultural industry, so as to provide a theoretical basis for the realization of high-quality development of characteristic cultural industry in the new era.

Keywords: Characteristic cultural industry; Development pattern; Symbiosis theory; Industrial ecosystem

[责任编辑:郝云飞]