

乡村振兴背景下乡村文化产业发展的 SWOT 分析与对策 ——以中国丹寨县为例

SWOT Analysis and Countermeasures of Rural Cultural Industry Development in the Context of Rural Revitalization

—Taking Danzhai, China as an Example

韦丽娜 兰雪荣 杨清清

Lina Wei Xuerong Lan Qingqing Yang

西北民族大学 中国·甘肃 兰州 730030

North West University for Nationalities, Lanzhou, Gansu, 730030, China

摘要: 在乡村振兴的背景下,乡村如何抓住契机进行文化产业的创新是亟待解决的问题。论文以贵州省丹寨县为例,采用 SWOT 分析法深入分析丹寨县文化产业发展优势、劣势、机遇与挑战,并且进一步提出围绕乡村自身优势的发展路径,以此为乡村文化产业发展提供可行性策略。

Abstract: Under the background of rural revitalization, how to seize the opportunity to carry out cultural industry innovation in rural areas is an urgent problem to be solved. Taking Danzhai County, Guizhou Province as an example, this paper uses SWOT analysis method to analyze the advantages, disadvantages, opportunities and challenges of the development of Danzhai County's cultural industry, and further proposes the development path around its own advantages, so as to provide feasible strategies for the development of rural cultural industry.

关键词: 文化产业;乡村振兴;SWOT

Keywords: cultural industry; rural vitalization; SWOT

项目基金: 西北民族大学 2022 年校级大学生创新创业训练计划项目“乡村振兴背景下乡村文化产业发展的 SWOT 分析与对策”的阶段性研究成果(项目编号: X202210742127)。

DOI: 10.12346/emr.v4i5.7277

1 引言

文化产业是以市场机制为导向、以文化市场为基础、以营利为目的、以商业化运作方式手段的一系列经济活动^[1]。在文化强国战略和乡村振兴的背景下,国家大力支持乡村文化产业发展,加大政府层面财政投入,进一步引导资本、社会力量等多方面,构建包含人才、资金、设施、制度等要素的文化产业创新生态系统,进一步提高乡村文化产业的创新能力。中国贵州省丹寨县本土文化资源丰富、民族文化多元发展、企业和政策支持的同时也面临着挑战。探讨乡村文化

产业发展所面临的问题和对策,对于研究乡村文化产业发展具有重要的实践意义。

2 基于 SWOT 模型分析丹寨县文化产业发展现状

2.1 优势 (Strengths)

2.1.1 民族文化资源丰富

文化资源是文化产业发展的根基,多样化的民族文化资源培育出多样的产业。贵州省丹寨县内有苗族、彝族、布依

【作者简介】韦丽娜(1999-),女,壮族,中国广西柳州人,本科,从事乡村振兴研究。

族和水族等 21 个民族居住，多民族的融合和交往带来了大量的民族文化间的交流碰撞，形成独具特色的传统文化。苗族人口占总人口的 85.7%，拥有深厚的苗族文化，苗家的蜡染、芦笙祭祀乐舞、锦鸡舞等技艺在此延续。其中被列入第一批国家级非物质文化遗产名录的蜡染最具代表性，因其具有深刻的民族文化内涵和艺术价值而享有“东方第一染”的名号。目前，县内共有非遗名录 150 个、国家级非遗 7 个，丰富多样的文化资源给丹寨县的文化产业提供了巨大的发展空间。

2.1.2 政策支持

2021 年 3 月发布的《中共中央、国务院关于实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接的意见》提出支持乡村振兴重点帮扶县的产业后续培育和相关政策的有效衔接，推动脱贫地区乡村特色产业发展壮大。2022 年中央一号文件《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴重点工作的意见》提出“启动实施文化产业赋能乡村振兴计划”，为促进一、二、三产业融合发展，实现乡村全面振兴助力^[2]。2022 年丹寨县投入巩固脱贫成果与乡村振兴工作财政专项扶贫（衔接）资金 10079 万元，实施项目 99 个，其中投入实施产业项目 60 个、基础设施项目 31 个、培训项目 3 个。多项政策支持为改革乡村文化产业发展模式提供强有力保障。

2.1.3 文化产业多业态呈现

多种业态的发展为乡村文化产业的发展提供多种发展方式与可能。①打造“文化+旅游”新业态。丹寨万达小镇将古法造纸、鸟笼、蜡染等非物质文化遗产项目构建成富有特色的文化旅游产品体系。非遗文化与旅游相结合，进一步促进了丹寨县非遗文化的传播，大大提升了“云上丹寨大美非遗”文化品牌的影响力。②打造“生态+旅游”新业态。丹寨县的“特色田园乡村”兴仁镇烧茶村与第一批乡村振兴示范村代表甲石村目前已实现采摘、加工、销售一条龙茶产业链条，未来还将大力推动茶产业、茶生态、茶经济和茶文化全产业链的协调发展，实现茶产业开发与乡村建设、生态旅游相结合。以“+旅游”的多种业态促进当地乡村文化产业面貌焕然一新。

2.2 劣势 (Weakness)

2.2.1 产业规模小，销售渠道狭窄

乡村文化产业作为经济业态，如果不能盈利，就无法维持产业的发展，只有通过创造出具有真善美的优秀文化产品，才能获得经济效益与社会效益的双重效益^[3]。虽然丹寨万达小镇与周边村落形成了一定的联系，但更多的是万达小镇的带动作用，村落自身并没有独立完成产品生产和销售的能力，加之文化传承人较少，导致当地乡村文化产业规模

小，销售渠道单一，因此无法形成完整的产业链。在爱企查 APP 中可以查到丹寨县有关文化类的企业 371 家，对比同样走“文化+旅游”模式发展的凯里市，可以查到 1089 家相关企业。在淘宝店铺限定发货地为贵州，输入关键词“卡拉鸟笼”只能找到 7 家店铺，“苗族蜡染”只有 59 家，而“古法造纸”仅有 1 家。

2.2.2 产品存在同质化现象，缺少独有特色

伴随着旅游业的发展，丹寨县以地区特色作为旅游亮点，“文化+旅游”的发展模式已经生根发芽，但是也出现了许多乡村文化产业发展的通病——同质化问题，丹寨县自身的特色在众多产品中逐渐失色。丹寨县的苗族蜡染在凯里市、湘西、云南等地也属于特色文化，并且作为旅游宣传产品，丹寨县的苗族蜡染与之对比没有明显的亮点。同时万达小镇的装修风格以木质结构为主，用灯笼装饰，这样的风格无论是阳朔的西街还是成都的锦里或者是大多数的人造古镇都有的风格，过于千篇一律，对乡村文化产业的促进作用微乎其微。

2.2.3 人才队伍建设不够完善，村民主体意识缺失

丹寨县的乡村文化产业发展由于地理位置较偏远和基础设施建设不完善，许多拥有文化知识和技术理论的农村青壮年劳动力流向城市，剩余丹寨县人口的年龄构成、科学文化素质不能满足当地乡村振兴建设的要求。人才是乡村振兴的首要资源，没有人才就没有发展乡村文化产业的根基。2018 年中央一号文件指出“充分尊重农民意愿，切实发挥农民在乡村振兴中的主体作用”^[4]。丹寨县内部分人“等、靠、要”的思想不容易彻底扭转。因此，丹寨县乡村文化产业面临的主要问题是：一方面当地村民的主观能动性不强，对于乡土资源的开发和运用能力较弱；另一方面是人才匮乏和技术问题，不能为丹寨县的文化产业提供长效保障。

2.3 机遇 (Opportunity)

2.3.1 互联网时代推动

“互联网+”模式给乡村文化产业发展带来了新动能，也加快了乡村文化产业的数字化进程。抖音短视频平台发起推出了“非遗合伙人”计划，为非遗技艺传承者和弘扬者提供流量扶持，加大视频曝光度，让非遗进入更多人的视野，为乡村文化的传播和弘扬起到推动作用。其中丹寨县融媒体中心官方账号“云上丹寨”秀出了新时代丹寨的新影像；自媒体账号“多彩贵州推荐官”深受粉丝喜爱，推动当地文化产品“走出去”；企业账号“丹寨万达小镇”和丹寨靛蓝蜡染坊“蓝靛草”也为丹寨县的文化宣传助力。通过联通短视频、网络直播和电子商务的方式将丹寨县的特色文化展现在人们眼前，通过推广特色文化的方式提高乡村文化产业的经济效益。

2.3.2 企业帮扶

2014年万达集团和丹寨县签约正式启动“万达丹寨小镇”项目，并且多次获得脱贫攻坚奖。在2020年万达集团发布帮扶丹寨“2025计划”，提出了由“企业包县扶贫”转变为“支持丹寨致富”的帮扶定位。万达集团除了帮助丹寨县打造特色小镇之外，还建立了贵州万达职业技术学院，并向乡村提供了村级公益性岗位和合作社劳务岗位，为丹寨县乡村文化产业的发展提供有力支持。万达集团的帮扶一定程度上为丹寨县乡村文化产业的发展缓解了资金和人才压力，而且万达集团成熟的管理模式和运营模式对丹寨县乡村文化产业的建设与完善有着重要意义。

2.3.3 文化产业市场需求增大

随着经济的发展和人民文化需求的不断提高，中国居民的文化支出逐渐增加。2017年，全国居民人均教育文化娱乐支出为2086元，占全国居民人均消费支出的11.4%。2019年上半年中国人均教育文化娱乐消费支出1033元，占2019年上半年人均消费支出的10.0%^[5]。人们的文化消费意愿不断提高，文化消费能力也不断提高，文化产业市场存在巨大的发展潜力。丹寨县2021年全县旅游接待游客901万人次，比上年增长25%，其中外省游客人数295.6万人次，比上年增长22.4%^[6]。县内形成以丹寨万达小镇为主的旅游阵地，为丹寨县的文化产业带来稳定的增收。未来，随着经济的持续健康发展和收入水平的提升，文化市场规模会持续扩大。

2.4 威胁 (Threat)

其他乡村地区文化产业的竞争。国内有许多乡村地区的文化产业也在加速发展，不断创新，积极打造有深远影响力的产业品牌。丹寨县对比云南、西藏地区文化产业起步较晚，品牌效应较弱。云南的《丽水金沙》《印象丽江》等华美绝伦的演艺深入人心，已经形成了以昆明—大理—丽江为中心，辐射周边地区的文化产业集聚带。西藏的传统文化和特色文化发展势头良好，已经规划建设西藏民族文化产业基地、西藏文化传播基地、西藏影视中心及雅江民族文化产业带。这些地区的文化产业集聚性强、品牌知名度高，加剧了贵州省丹寨县文化产业发展的竞争压力。

3 发展路径

3.1 凸显文化独有性，打造地标符号

乡村地区的地理位置和人文的独特性有别于其他地区，乡村文化产业的发展要想避免同质化问题，就应该挖掘地区所独有的文化，充分利用特色文化资源打造独有的乡村文化产业。一方面需要丹寨县利用丰富的民族资源优势挖掘当地民族的特色文化，打造民族文化精品，激活当地的比较优势；

另一方面要打造具有丹寨特色的地标符号，树立一个清晰明确的地标特点。据调查发现，丹寨县的苗族大都崇拜锦鸡，在丹寨世代居住的苗族以鸟为图腾，称为“嘎闹”，丹寨县被称为最后的鸟图腾部落，“百鸟衣”和“锦鸡舞”保留至今。丹寨县的鸟图腾文化是丹寨县独有的文化，应该加以打造和充分利用，以此树立地标文化。通过打造独有文化和特色地标有效避免同质化问题，以地标和特色关联来提高乡村文化产业的记忆度，进一步凸显丹寨县乡村文化产业特色。

3.2 提高文化创新能力，打造品牌 IP

文化产业核心竞争力就是文化产业创新能力。创新蕴含于资源利用、产品开发与生产、市场开拓及服务的整个过程，只有将创新摆在重要地位，才能不断地开辟新空间，持续提升文化产业的竞争力^[7]。具有“东方第一染”美誉之称的“黔蜡染”和承载苗族深厚文化的“黔苗绣”是丹寨刺绣的代表，它们都是独具特色的乡村文化产品。产品的跨界发展和融合发展是提高创新能力的一个途径，把苗绣和蜡染的图腾融入当代的服装、首饰以及生活用品中，并且将传统工艺与现代工艺和高科技手段相结合，用跨界和延伸的方式使传统文化焕发活力。

品牌是产业无形的资产，随着经济的发展，消费者对于产品品质要求上升，打造乡村文化产业的品牌 IP 可以提高产品知名度。丹寨县内的文化品牌可以通过线上线下相结合的模式以及品牌符号、口碑、代言人的选择将品牌打响，具有一个知名度高的 IP 符号之后，文化产业下属的文创产品以及旅游产品等一系列衍生物就更容易进入消费者的视野，获得更多的市场空间。乡村文化产业只有不断地对文化产品和文化符号进行创新，才能满足消费者个性化、多元化的文化需求，从而提高市场竞争力。

3.3 优化人才培养，加强资源整合

丹寨县一方面要投入大量资金对贫困家庭进行技术培训，提供公益性岗位对其进行扶贫补贴，巩固脱贫攻坚成果；另一方面要加大对宁航蜡染有限公司以及万达职业技术学院等培训机构的支持力度，加大对知识型人才的培养力度，技术与理论双管齐下，输送优秀人才。

在产业融合方面，已经建设完成的产业园区，继续加强周边的基础设施建设，加深周边产业与产业园区的产业融合，以点的发展带动面的发展。在整个生产销售环节中，需要合理分配各个环节，将生产环节分配到“非遗村”，通过分配生产销售环节，带动“非遗村”的发展。同时“非遗村”通过建立规模化的生产渠道，带动周边一些小村落的发展，长此以往便会形成网状结构，以实现乡村文化产业的持续发展。

在销售渠道方面，丹寨县可以在线上利用官方网站介绍

乡村文化产品，将文化创意产品授权给店铺，并且及时更新线上店铺的产品和数据，维护线上销售渠道的稳定运转，扩展销售范围；线下可以在商业街、景区、餐厅等人流量大的场所进行文化创意产品销售。另外，丹寨县也应当重视与淘宝、抖音等各大平台的合作，通过投放广告提高丹寨县文创产品的品牌知名度，再以直播带货和发放福利等方式销售产品，逐渐完善销售渠道，以保证乡村文化产业终端环节的运转。

4 结语

贵州省丹寨县在特色文化资源多样，政策和企业双重支持，多样态文化产业建设以及中国文化产业市场需求增大的多重优势下，乡村文化产业蕴含着无限的文化生长空间。整体而言，丹寨县与中国其他乡村文化产业发展都是优势大于劣势，机遇大于挑战。对于突破现阶段文化产业可能面临的人才培养、产品同质化以及销售问题，要加大资金投入，打造地标文化并加深产业融合，让产业自上而下形成完整健康的链条，以促进乡村文化产业的可持续发展。同时要让乡村

文化产业扎根于中国文化的德性精神，村民主体与文化产业形成相互依赖、相互帮扶的关系，以促进乡村文化产业的创新与改革。

参考文献

- [1] 姚林青.向文化强国挺进 市场经济下的文化产业理论创新[J].人民论坛,2020(5):132-133.
- [2] 秦会朵,范建华.文化产业助力乡村全面振兴的内在逻辑与实践路径[J].理论月刊,2022(6):76-82.
- [3] 薛永武.论文化产业的经济属性和社会属性[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2016(5):32-40.
- [4] 新华社.中共中央、国务院关于实施乡村振兴战略的意见[J].中华人民共和国国务院公报,2008(5):5.
- [5] 韩东.文旅融合背景下黔东南歌舞类非遗项目现状调查[J].民族音乐,2022(3):36-39.
- [6] 丹寨县2021年国民经济和社会发展统计公报[Z].
- [7] 丁元.推动新时代文化产业高质量发展路径初探[J].行政与法,2018(5):77-85.