

分类号 C93

学 号 1209240894

西安建筑科技大学

学 位 论 文

凤翔泥塑民俗文化产业的发展

制约因素及对策研究

作者 刘梦莹

指导教师姓名 宋 琪 副教授

申请学位级别 硕 士 专 业 名 称 文化产业管理

论文提交日期 2015. 06 论文答辩日期 2015. 06

学位授予单位 西安建筑科技大学

答辩委员会主席 任宗哲

评 阅 人

声 明

本人郑重声明我所呈交的学位论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中已经标明引用的内容外，本论文不包含其他个人或集体已经发表或撰写过的研究成果，也不包含本人或其他人在其它单位已申请学位或为其它用途使用过的成果。与我一同工作的同志对本研究所做的所有贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了致谢。

申请学位论文与资料若有不实之处，本人承担一切相关责任。

论文作者签名：刘慧芳

日期：2015.06.06

关于学位论文使用授权的说明

本人完全了解西安建筑科技大学有关保留、使用学位论文的规定，即：学校有权保留并向国家有关部门或机构送交学位论文的复印件和电子版，允许论文被查阅和借阅；学校可以公布学位论文的全部或部分内容，可以采用影印、缩印或者其它复制手段保存学位论文。

（保密的论文在论文解密后应遵守此规定）

论文作者签名：刘慧芳

指导教师签名：宋琪

日期：2015.06.06

本人授权中国学术期刊（光盘版）杂志社、中国科学技术信息研究所等单位将本学位论文收录到有关“学位论文数据库”之中，并通过网络向社会公众提供信息服务。

因某种特殊原因需要延迟发布学位论文电子版，同意在☐一年/☐两年/☐三年以后，在网络上全文发布。（此声明处不勾选的，默认为即时公开）

论文作者签名：刘慧芳

指导教师签名：宋琪

日期：2015.06.06

凤翔泥塑民俗文化产业发展的制约因素及对策研究

专 业：文化产业管理

硕 士：刘梦莹

指导教师：宋 琪 副教授

摘 要

文化产业是 21 世纪最具发展潜力的产业之一，现已成为一个区域或城市竞争力和可持续发展能力的关键性因素。民俗文化是一个国家或民族中广大民众在长期历史生活过程中所创造、享用并传承的物质生活与精神生活文化，它不仅蕴含了民俗内涵、科技内涵等，同时又富有深沉的文化价值、历史价值以及独特的艺术思维观念，是传统文明的活化石，同时又是现代精神文明的源泉。陕西省民俗文化源远流长，民俗文化种类丰富，囊括了不同社会层次的不同文化形态，如泥塑、剪纸、皮影、饮食等，独具地域特色。近年来，随着陕西民俗文化商品化趋势逐步增强，民俗旅游业日益兴旺，陕西民俗文化产业的发展引起了社会各界的关注。

本文以陕西省凤翔泥塑民俗文化产业发展为研究对象，运用产业经济学、文化学、社会学等学科的基本理论和基本方法，通过实地考察和专家访谈，分析凤翔泥塑民俗文化产业现状，探讨其发展中存在的主要问题，从宏观层面和微观的层面分析总结出凤翔泥塑民俗文化产业的一般制约因素，在此基础上，运用主成分分析法提取了 3 个主要制约因子：政府管理因子、产品市场因子和生产观念因子。根据研究结果，提出应该从完善塑文化产业管理法律法规体系、鼓励优秀原创泥塑产品创作、树立现代企业经营理念、加大泥塑传承人保护与培养力度、培育凤翔泥塑文化市场等方面提出促进泥塑民俗文化产业发展的对策。

本文创新点在于：运用 SPSS 软件，对制约凤翔泥塑民俗文化产业发展的因素进行主成分分析，得出政府管理、产品市场及生产观念是制约泥塑民俗文化产业发展的主要因素。

关键词：凤翔泥塑民俗文化产业；制约因素；发展对策；主成分分析法

Fengxiang Clay Sculpture Folk Culture Industry Development Restriction Factors and Countermeasures

Specialty: Culture Industry Management

Name: Liu Mengying

Instructor: Prof. Song Qi

Abstract

The culture industry is one of the most promising industries in the 21st century, and has increasingly become the key factors and indicators of the national and urban competitiveness and sustainable development capacity. Cultural industry was created, shared, and inherited by people from the same country as material life and spiritual life. It not only contains connotations of folklore and science, but also has abundant cultural values, historical values, and unique artistic thinking concept. Cultural industry is living fossil of traditional culture, and it is the basic of the modern spiritual civilization as well. The folk culture of Shaanxi has a long history and abundant species, which including different forms of culture in different area, such as clay sculpture, paper-cut, shadow figure, food, etc. Recently, with the development of the folk culture commercialization, folk-custom tourism is getting increasingly popular and the development of Shaanxi folk culture industry has cause a good deal of public attention.

This article focused on the development of Fengxiang clay sculpture folk culture industry, applying the basic theory and method in industrial economy, culturology and sociology, using the field visit and expert interviews to analyze the current situation and existing problem of Fengxiang clay sculpture folk culture industry, and depends on micro and macro angles, concluded the restraining factors of it. Beyond above, using PCA (Principle Component Analysis) extracts 3 main restraints: Government management factor, Product market factor and Product concept factor. Finally, the countermeasures to promote the development of folk culture industry of Fengxiang clay sculpture and the safeguard measures were provided corresponding to the main obstacle factors. Including perfecting the law, establishing the clay sculpture culture industry management legal system, cultivate the Fengxiang clay sculpture cultural market,

making the culture industry special, changing the ideas, establishing a modern enterprise management philosophy, reinforcing the protecting and training of the Clay sculpture inheritance people, and other industry development countermeasures in different forms.

The innovation of the article is that using the PCA of SPSS software on the common restrains of Fengxiang clay sculpture folk culture industry to extract 3 main restraints: Government management factor, Product market factor and Product concept factor.

Keywords: Fengxiang clay folk culture industry; Obstacles; Countermeasures; Principal Component Analysis

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景及意义	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 研究的意义	2
1.2 国内外研究现状	2
1.2.1 国外研究现状	2
1.2.2 国内研究现状	4
1.3 研究内容和方法	5
1.3.1 研究内容	5
1.3.2 研究方法	6
1.3.3 研究框架	7
1.4 创新点	7
2 基本概念界定及相关理论基础	8
2.1 基本概念	8
2.1.1 民俗文化含义	8
2.1.2 民俗文化产业含义、特征和范围	8
2.1.3 凤翔泥塑民俗文化产业内涵	10
2.2 相关理论基础	11
2.2.1 比较优势理论	11
2.2.2 资源禀赋理论	11
2.2.3 系统理论	12
3 凤翔泥塑民俗文化产业发展现状	14
3.1 凤翔泥塑民俗文化产业发展现状	14
3.1.1 文化产业园区集聚效应初步显现	14
3.1.2 销售市场较稳定且渠道多样化	15
3.1.3 凤翔泥塑品牌价值逐渐形成	16
3.1.4 政府重视泥塑民俗文化产业的发展	17

3.2 凤翔泥塑文化产业发展存在的主要问题	19
3.2.1 产业结构不合理.....	19
3.2.2 产业缺乏科学的规划.....	19
3.2.3 产业规模偏小.....	20
3.2.4 文化产业人才缺乏.....	20
3.3 凤翔泥塑民俗文化产业问题成因	21
3.3.1 政府引领作用欠缺.....	21
3.3.2 泥塑民俗文化市场化程度低.....	21
3.3.3 思想观念保守，产业意识淡薄.....	22
3.4 本章小结	22
4 凤翔泥塑民俗文化产业主要制约因素.....	23
4.1 影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的理论分析	23
4.1.1 宏观层面因素.....	23
4.1.2 微观层面因素.....	27
4.2 基于主成分分析法主要制约因素分析	31
4.2.1 主成分分析法作用机理.....	32
4.2.2 研究方法、问卷设计与样本选取.....	33
4.2.3 问卷信度与效度研究.....	34
4.2.4 数据分析.....	35
4.2.5 结果讨论.....	37
4.3 本章小结	38
5 促进凤翔泥塑民俗文化产业发展的对策建议.....	39
5.1 完善法律，建立泥塑文化产业管理法规体系	39
5.2 鼓励优秀原创泥塑产品创作	39
5.3 转变观念，树立现代企业经营理念	40
5.4 加大泥塑传承人保护与培养力度	41
5.5 培育凤翔泥塑文化市场，做特色文化产业	41
5.6 以不同形式进行产业开发	42
5.7 本章小结	43
6 结论与展望.....	44

6.1 主要研究结论.....	44
6.2 展望.....	44
参考文献	45
附录	49
攻读硕士期间发表论文	52
致谢	53

1 绪论

1.1 研究背景及意义

1.1.1 研究背景

进入 21 世纪以来，人们在共同享有全球性的文化与技术成果的同时，一定程度上忽略了自身的文化内涵和本土文化特色。当人们逐渐意识到高速的城市化发展使得一部分城市本土文化面貌和传统文化渐渐消褪之时，民俗文化产业的发展得到了普遍的认同。民俗文化产业的发展既能传承传统文化风貌、精神内涵，又能够满足现代人们对文化功能的需求。一部分民俗资源丰富的省份如云南省、贵州省、陕西省和新疆维吾尔自治区等相关地区已投入较多人力、物力来挖掘和打造自身优质的民俗文化品牌。逐渐繁荣的民俗文化产业正好满足了人们对的相应的文化产品的需求^[1]，也使得民俗文化产业得到了长足的发展。

民俗文化所记录的是人类的文明史，它综合了多门学科，其中包括民俗学、文化学、社会学以及相关艺术学的重要课题，不仅蕴含了科技、民俗内涵，同时也富有独特的艺术层面的思维观念和文化、历史层面的重要的价值，它是传统文明的见证，也是我们如今精神文明的源泉。它通过满足人们的文化需求，创造文化消费和大量的社会财富，起到增加就业机会创造价值、刺激消费、涵养税源的作用，逐渐成为了一个新的经济增长点^[2]。民俗文化产业的发展不仅弘扬了传统的民俗文化，增强了民族自尊心，也充实与丰富了民俗文化，推动了区域经济社会的发展。

陕西省作为历史名省，不仅拥有不胜枚举的历史文物遗迹，这里的民俗风情也是千百年历史所遗留下的文化活化石。改革开放以来，陕西省经济发展迅速，文化产业也得到了显著的发展，尤其是民俗文化产业的发展显示出了其极强的竞争力。陕西民俗文化源远流长，民俗文化种类丰富，具有很强的地域性、民间性和多样性，囊括了不同社会层次的不同文化形态，如木板年画、泥塑、剪纸、皮影、饮食、服饰、鼓乐、地方剧种、庙会等等，品种众多，独具地域特色。在这种资源丰富、产业快速发展背景下，陕西民俗文化产业发展成为了社会各界关注的热点问题之一，学术界也对民俗文化产业的相关研究也开始起步。陕西省凤翔

县是一个民间艺术荟萃之地，拥有内涵丰富独特的民间文化，民间工艺品种类繁多。其中，凤翔泥塑被评为中国民俗文化四大泥塑之一。作为陕西关中民俗文化的一个典型的代表，对其产业发展的研究具有一定的必要性的。通过研究凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要制约因素，找出相应发展对策从而为凤翔泥塑民俗文化产业的更好的发展打下铺垫。文章以凤翔泥塑民俗文化产业为研究对象，作为在传统的民俗文化、以传承下来的民间民俗资源为依托背景下，民俗文化产业发展的一个片段，本文所研究的基于这样的前提下，根据实地调研和发放的问卷情况进行综合的分析，结合实际进而提出对凤翔泥塑民俗文化产业发展的对策，同时也希望可以为其他相关的民俗文化产业项目的发展提供一定的参考。

1.1.2 研究的意义

（1）理论意义

本文以凤翔泥塑民俗文化产业为研究对象，通过分析凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要制约因素进而提出产业发展的相关对策，为民俗文化产业的发展提供了相关的理论基础。

（2）现实意义

本文通过总结凤翔泥塑民俗文化产业发展的制约因素，提出其产业发展的对策，对凤翔泥塑民俗文化产业的进一步发展、振兴具有着非常重要的意义，为凤翔县政府制定相关泥塑产业发展政策和进行有效的制度改革提供依据，为关中地区其他民俗文化产业的发展提供经验的借鉴。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 国外研究现状

文化产业发展的研究是在文化产业兴起的背景下产生的，由于各国文化产业发展的道路和侧重点不尽相同，国外对其对应的民俗文化产业发展的研究主要的内容有：

约翰·霍金斯（John Howkins，2001）对文化产品的研发、生产和销售进行了研究。从宏观与微观的角度分别提出促进文化企业的进一步发展可以通过提高文化企业运作管理水平的途径^[2]。汤姆·奥丽甘（Tom Oregan，2004）对澳大利亚农村文化产业发展进行研究，认为农村地区需要利用好其天然优势，包括文化旅游

以及文化遗产等几个方面对农村文化产业进行大力的发展^[3]。姜恒远（2008）通过对韩国文化产业的实地考察，通过对三百个文化细分行业作为研究对象，提出文化产业需要均衡发展的观点，同时提出了详细的文化产业发展方案。罗丽（2008）对韩国文化产业发展战略的提出背景与兴起的原因进行研究，同时指出文化产业的快速发展的主要原因在于政府的大力扶持和积极的引导，通过产业运行机制的转型，推动文化产业的可持续发展^[4]。扎尔斯·兰迪（Charles Lendry, 2006）认为文化产业的快速发展需要与城市建设相结合起来，通过深层次的挖掘当地的文化资源，将文化创新、民族特色、城市生态环境和社会需求融合为一体，进而大力发展文化产业。加藤舟一（2008）认为日本文化是一种“杂交文化”，日本发展文化产业既需要保护自身的民族文化，同时也需要加强吸收其他国家和民族的优秀文化，通过将东方和西方文化融入到文化产品中，达到日本文化产品被普遍接受的目的，以此巩固日本文化产业在国际市场上的地位^[5]。此外，辛西亚·克拉平托（Cinzia Colapainto, 2008）从系统论的视角研究了创新对文化产业的发展作用^[6]。贾森·波特（Jason Poatt, 2011）研究了技术和人力资本对文化产业发展的影响程度。

此外，国外对于民俗文化产业的保护和发展研究的主要内容包括：

美国学者哈利·萨瓦斯（Harry Savarts, 2008）认为政府应形成组织对民俗文化遗产进行日志式描述是客观反映民俗文化遗产的较为有效的手段，应不断完善和健全保护发展民俗文化的相关法律^[9]。日本学者星冶（2008）提出保护民俗文化遗产的政策要有体系性、连贯性和全盘性，依照日本《文化遗产保护法》将民俗文化遗产分为两类并分级别进行保护的对策措施。法国学者林雅翎（Sylvie Gentil, 2005）认为需要拟定传统文化遗产保护法律法规体系，充分体现民间文化遗产保护组织的作用。韩国学者李遵益（2008）提出应以立法模式和“人类现存活珍宝制度”保护本国传统民俗文化遗产。^[10]目前，有许多地区已计划建立或正在建立全国性的“活的人类财富制度”^[11]包括：非洲（约七个国家），拉丁美洲（巴西），亚太（柬埔寨和斐济）以及阿拉伯国家（马格里布地区的国家）^[12]。

许多国家已经看到民俗文化所带来的社会与经济效益，同时已将民俗文化资源作为重要的文化旅游资源进行开发运作，发展文化旅游业，取得效果显著，促进了民俗文化的保护的同时取得了当地的经济社会发展。如欧洲学者卡思特尔（George Custer, 2009）提出促进旅游业的发展应致力开发和利用民俗文化资源，

以相关丰富的民俗民间节日吸引大量游客，实现民俗文化的保护与发展与产业化、市场化发展开发的有机相结合^[13]。

1.2.2 国内研究现状

民俗文化在国内日益得到重视，相关的研究也相对丰富，关于民俗文化产业的研究可总结为以下四个方面：

其一，民俗文化产品的开发的研究。由于民俗文化产品已经逐渐占有自身市场份额，但以总体来看民俗文化产品对市场的占有率仍处于较低的状态，不管是深度还是从广度上来看，对于民俗文化产品与市场的相关研究还相对较少。现有的研究主要集中在国内市场上已经逐渐成熟的民俗文化品牌的文化产品与产业。例如，高世伟，孙永鑫（2009）指出加强庆阳香包文化产业的文化底蕴，准确定位、规范生产、优化工艺以香包手工艺品为核心带动其他相关文化产业的发展^[14]。白恒希（2010）认为香包刺绣企业应该作为具有独特艺术品位的龙头企业，以拓宽其销售渠道及途径为中心，从而跻身且占有相应国内文化市场并且尝试突破国外文化市场^[15]。霍学喜和谭文枫对庆阳香包提出了“市+县+乡+村+农户”的无机项目组织管理模式^[16]。刘昂（2010）对山东民俗艺术文化品提出了三种开发模式，层次开发模式、特色区域联动发展模式以及支柱性产业拉动模式。^[17]

其二，民俗文化产业属性探究的研究。国家将文化产业写入“十五”计划之后，国内对文化产业的重要分支民俗文化产业发展的研究也逐渐的起步。民俗文化产业需从市场经济条件出发结合新农村建设的属性研究其如何集成、发展与保护。李云侠（2010）从个案研究的层面阐述了民俗文化产业对建设新农村的现实意义和作用^[18]。张世闪（2010）系统的总结了民俗文化产业的发展对新农村建设的重要意义^[19]。何学伟（2011）提出了民俗文化产业的属性并指出将发展民俗文化产业总结为振兴区域经济的—

其三，民俗文化产业发展模式的研究。相关研究是以民俗文化资源的开发进一步展开，从宏观角度看，许慧宏（2006）研究了关于区域的民俗文化产业发展战略的采用，并提出民俗文化产业开发中分别优化政府管理机制、投融资机制、企业运营机制、人力资源开发机制可推动福建民俗文化产业的进一步发展^[21]。其次，从微观的角度看发展民俗文化产业的目标的选择，卢圣杰，孙温富（2011）认为统筹规划可以从根本上走可持续发展的途径，在旅游文化产业发展 and 民俗文化的传承中找到结合点，取得社会经济效益，拉动区域文化和社会经济的和谐发展

展^[22]。这些研究都为民俗文化产业的发展提供了一定可行的理论根据，但具体研究仍缺乏客观性和系统性。

其四，民俗文化资源保护的研究。相对前三项关于文化资源保护探讨的研究则较为丰富，这与国家偏重民俗文化资源保护，特别是非物质文化遗产的保护有着不可分离的关系。赵西桃、张德丽认为应该加强立法保护民俗文化^[23]。罗江华（2008）认为政府主导、社会参加，重塑新农村民俗文化，同时加快制定保护民俗文化的相关策略。蔡丰明（2012）认为保护民俗文化需要转变观念，重视调控，创造多元化的民俗文化保护条件，提升人们对文化保护的意识^[17]。赵文广（2009）主张立法保护民俗文化并建立合理的民俗文化产业知识产权保护系统^[24]。

其中，对于凤翔泥塑文化产业的研究是2005年开始成为热点问题之一，搜索数据显示相关文章数量呈现上升的趋势。从研究的总体层面上来看，大多数文章集中在研究文化艺术以及社科方面，多数属于多学科交叉研究涉及的学科领域较多，其中主要以艺术类较占多数，对于将泥塑民俗文化如何进行产业化发展的研究较少。曾文芳（2009）提出了凤翔泥塑产品产业化的必要性，同时认为泥塑产业化发展应建设相应的人才梯队、加快文化产品创新以及与旅游产业相融^[25]。常琛（2010）对陕西凤翔泥塑文化产业的探索中提到泥塑产业的发展途径有公司加农户的产业组织模式、品牌加创新的营销理念、形象专利有偿转让的产业渗透方式以及以民俗艺术品为核心的旅游模式进行开发的产业整合思路^[26]。

1.3 研究内容和方法

1.3.1 研究内容

第一章提出凤翔泥塑民俗文化产业发展的背景、目的及意义，搜集现有的国内外关于民俗文化产业发展的研究资料，理清文章的整体思路，在此基础上提出本文的研究内容、研究方法以及研究框架。

第二章阐述了有关民俗文化产业的基本概念。提出了民俗文化的含义、民俗文化产业含义、特征和范围，在此基础上总结出凤翔泥塑民俗文化的内涵。阐述本文运用的相关理论基础，包括比较优势理论、资源禀赋理论以及系统理论

第三章运用理论研究、文献阅读和实地考察相结合的方法，对研究区凤翔泥塑民俗文化产业发展的现状进行概述，在此基础上分析了凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要问题，并分析产业发展的问题成因。

第四章以产业分析和系统论的方法从宏观层面和微观层面进行了凤翔泥塑民俗文化产业发展的理论分析，识别出其制约因素，运用主成分分析法提取了3个主要制约因子，可归纳为政府行为、产品市场以及生产观念制约因素。

第五章对应其主要制约因素提出了促进凤翔泥塑民俗文化产业发展的对策建议。

第六章对全文进行总结和展望。

1.3.2 研究方法

本文对凤翔泥塑民俗文化产业发展的制约因素进行了系统的研究，采用定量与定性相结合的分析方法。其中，定性分析主要通过文献资料的收集和实地调研归纳出产业发展现存问题及其发展制约因素；定量分析则是采用调查问卷方式收集产业发展制约因素的相关数据并对其进行分析整合，使用主成分分析法提取其主要成分。具体研究方法有以下几种：

（1）文献资料法。通过对国内和国外民俗文化产业发展的相关文献研究的借鉴，总结出民俗文化产业发展的涵义，进而分析凤翔泥塑文化产业的发展现状。

（2）实地考察法。根据研究需要，走访陕西省宝鸡市凤翔县，对其民俗文化进行了深入了解。通过调研以及对当地民众的访谈，设身处地感受和了解关中民俗文化的氛围以及其相关产业的实际状况，包括凤翔泥塑民俗文化产业市场、人才现状等，并对存在的问题进行分析。

（3）问卷调查法。为了客观全面地剖析陕西凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要制约因素，本文根据陕西省凤翔县当地实际情况，设计调查问卷并向凤翔地区相关企业以及文化产业从业者、专家发放调查问卷，并回收问卷进行统计分析。

（4）统计分析法。根据问卷调查结果，本文采用主成分分析法对制约因素的影响程度进行分析，找出其主要制约因素，达到梳理和总结凤翔民俗文化产业发展的制约因素的目的。

1.3.3 研究框架

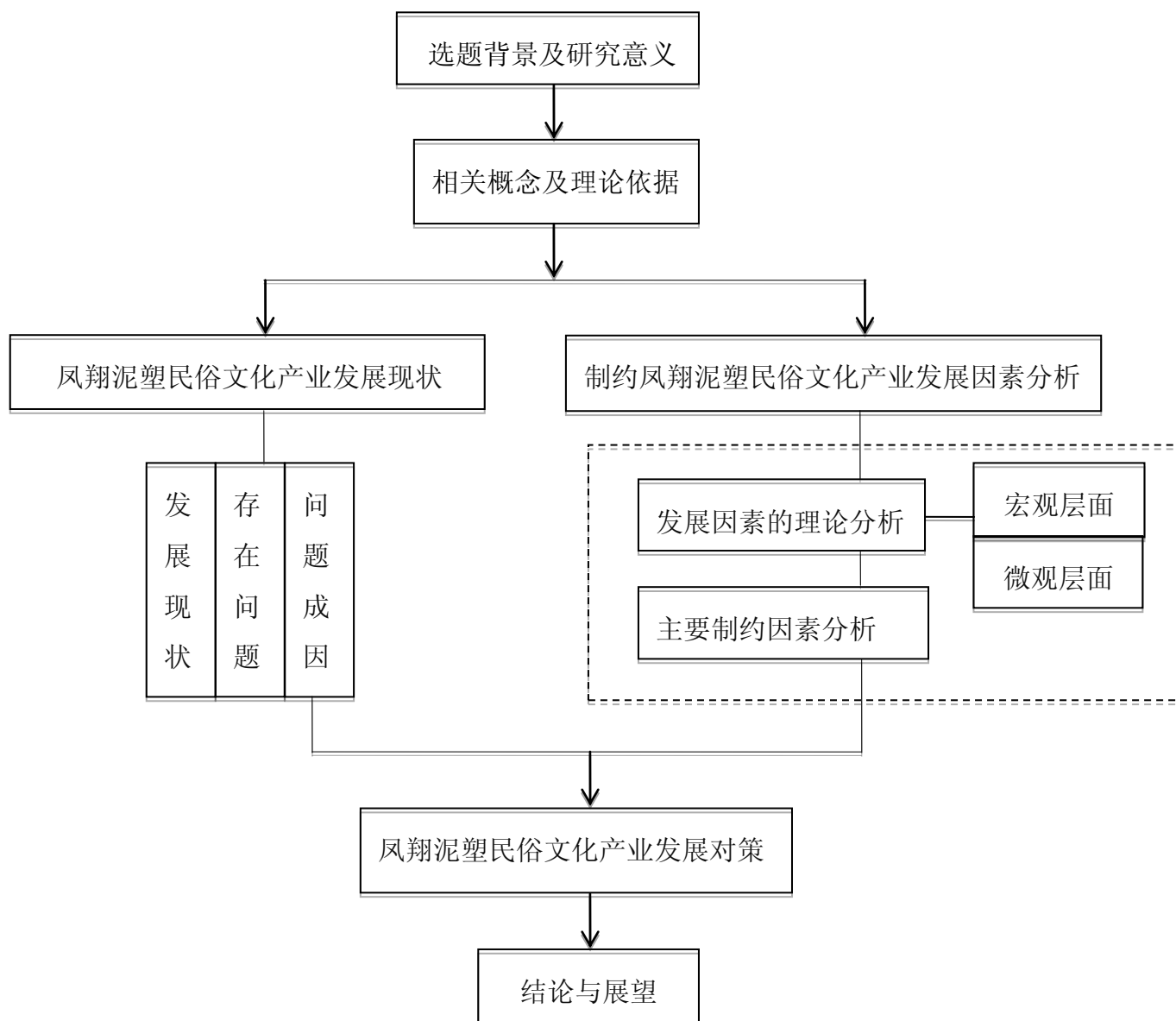


图 1-1 文章研究框架

1.4 创新点

目前可检索到的有关民俗文化产业发展的文章以定性研究为主，缺乏必要定量分析研究。本文通过实地调研和问卷调查的方法取得一定相关的研究数据，不仅使分析更全面，也使分析结果更客观同时符合实际情况。通过本文的研究得出政府行为、产品市场以及生产观念是影响凤翔泥塑民俗文化产业主要制约因素，研究结果为凤翔泥塑民俗文化产业的发展提供了借鉴。

2 基本概念界定及相关理论基础

2.1 基本概念

2.1.1 民俗文化含义

民俗指民间的风俗习惯，是一个国家或民族中广大民众在长期历史生活过程中所创造、享用并传承的物质生活与精神生活文化^[21]。民俗文化指的是社会广泛流传的各种风俗习惯的一个总称，它代表人类社会独特的一种文化现象。在生活中，民俗是一种生活的方式，或者说是一种日常的生活中形成的样子。比如说，中国人选择自己居住的房子喜欢坐北朝南，吃饭习惯使用筷子等等。这些看似普通、平常的生活方式其中便包含了许多民众的智慧以及中国式的思想。在文化的视野中，民俗指的是一种文化的模式，是某种事物的标准形式或使人可以依照着去做的标准样式^[27]。民俗也同样是一种行为规范，对人们的思想影响很大。看似是一种极为普通的生活方式的民俗，却可能是一种极为独特的群族思想文化的起点和思考的原型。总之，民俗文化是特定的国家或者是民众，在改造自然发展自己的实践活动中，创造、选择或凝聚升华而成的程式化的不成文的规矩，是一种在民众中自行传承或者流传、流行的模式化的、生动活泼的生活文化。民俗文化具有传承性和变异性、象征性和程式化、集体性和区域性、服务性和规范性等等的特征。

2.1.2 民俗文化产业含义、特征和范围

（1）民俗文化产业的含义

民俗文化产业是文化产业的重要组成元素之一，已成为一种相对独立且发展速度较快的朝阳产业，在国民经济中逐渐占据着自己的独特地位。“文化产业”这加上“民俗”一词，与“民俗”紧密相互连接后，则形成以民俗文化为基础的产业发展形态，而民俗文化产业和一般的文化产业相比既有相同点又有自身独特性。对于民俗文化产业的定义可以从两个方面进行分述。第一，字面上可以看出，民俗文化产业也是一种文化产业，两者均是通过提供文化产品和文化服务的方式去满足消费者的文化需求，从而实现产业的投入目的，从中获取盈利。第二，民俗

文化产业的独特性表现在它的“民俗”之上，民俗据上文所述指一个国家或民族中广大民众在长期的历史生活过程中所创造、享用并传承的物质生活与精神生活文化^[28]，是随着时间的发展变化而逐渐形成的，并非可以而为之的。总之，民俗文化产业是立足于文化产业的基础上，同时又具有自己的独特性和民俗性的文化产业。

文化产业是指为文化产业是从事文化产品生产以及向消费者提供文化服务的经营性行业^[20]，国家统计局于2012年颁布的《关于文化及相关产业分类的通知》中明确指出文化及相关产业是指社会公众提供文化产品和文化相关产品的生产活动的集合。

基于民俗文化的含义、民俗文化产业的独特性和对文化产业的定义，本文认为民俗文化产业是指在市场经济调控的环境下，基于地方特有民俗文化资源，按照市场化原则对民俗文化产品和服务进行生产、消费、分配的产业。民俗文化产业促成了民俗文化的供给和民俗文化的需求相结合的活动，是民俗文化资源的再开发和产业化运作，也是民俗文化经济活动的实现。

（2）民俗文化产业的特征

第一，文化的独特性。民俗文化产业的发展依赖于民俗资源所在区域的居民、工匠或是相关艺术家注入的心思与创意，是一定区域空间中居民共同拥有的生活方式、民间习俗、历史文化沉积的产物，具有深层的文化底蕴。因此，民俗文化产业的特征首先表现在它的文化独特性，这种具有民俗性的地方独特特质的文化是各个地区发展民俗文化产业的主要动力^[29]。文化独特性重要体现在于人们因为真正看到了区域民俗文化的吸引力而购买其民俗文化产品或是长途跋涉到达观赏其民俗文化，这种民俗文化无法借助大量复制生产并到处销售。

第二，地方的依赖性。民俗文化产业源于一个区域的民俗文化，是由特殊地区特质孕育出的产业，具有稀少性、个性化的特色，其发展对所在的地域环境、政策具有较强的依赖性。首先，民俗文化产业高度依赖于所在地域的物质生产水平，民俗文化产业的发展只有在一定的社会物质生产力发展到一定的水平上时才会出现。马斯洛需求层次理论将人类需求从低到高按层次分为五种，包括生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求^[30]。这一理论认为，只有物质生活需要得到满足以后才会出现对精神层面的较高级的需求，文化产业是一种可以满足人们物质消费和精神需求的产业。在富有民俗文化资源的区域内，人们共享生活习俗和环境资源，在满足物质条件后则会产生地方共有的一种文化认同感，

从而给予民俗文化产业的生产提供了条件^[26]。其次，民俗文化产业的发展依赖于地方政策制度。政府是文化资源的开发者和主导者，可以制定政策制度最大限度的动员各个社会力量和研究机构创新以及开发各地区的民俗文化资源。

第三，产业的自发性。民俗文化产业由于其独特性和对地方的依赖性，基于市场利益的驱动，部分企业家的意识的促进，使得地方民众产生自发的动力去参加相关的文化工作，以区域的特色、条件和人才为基础，以产业发展的利益为出发点，既有的文化资源为依托，参考外来的技术、知识以及制度等等，创造出适合固有系统的发展方向和方式来发展民俗文化产业。

（3）民俗文化产业的范围

第一，以民俗文化为核心内容，为直接满足人们的精神需要而进行的创作、制造、传播、展示等文化产品以及服务的生产活动。

第二，为实现民俗文化产品生产所必需的辅助生产活动。

第三，作为民俗文化产品实物载体或制作，包括使用、传播、展示工具的文化用品的生产活动。

第四，为实现民俗文化产品生产所需专用设备的生产活动。

2.1.3 凤翔泥塑民俗文化产业内涵

凤翔泥塑民俗文化产业是以泥塑产品为核心，依托凤翔县悠久的历史文化底蕴和丰富的民俗文化资源，以泥塑文化为主要特征，所形成的制造业，服务业，旅游业，文化创意产业等等为一体的文化产业。凤翔泥塑民俗文化包括了凤翔泥塑的品牌文化、泥塑制作文化及凤翔地区的民俗文化。凤翔泥塑民俗文化产业依托凤翔县的历史、民俗文化，是传统泥塑产业注入文化内涵提升附加值的体现，也是文化与产业的有效结合。自2000年起凤翔泥塑民俗文化已经走向产业化的道路，在2006年入选第一批国家级非物质文化遗产名录、陕西省第一批非物质文化遗产名录和宝鸡市第一批非物质文化遗产名录，泥塑民俗文化产业已经形成一定的规模，带来了经济和社会价值以及效益。

2.2 相关理论基础

2.2.1 比较优势理论

1817年,英国经济学家大卫·李嘉图(D.Ricardo)在其著作《政治经济学及赋税原理》中,提出了著名的比较优势原理,即在两国之间,劳动生产率的差距并不是在任何产品上都是相等的。每个国家都应集中生产并出口具有比较优势的产品,进口具有比较劣势的产品,即两优相权取其重,两劣相衡取其轻,双方均可节省劳动力,获得专业化分工提高劳动生产率的好处^[32]。一国或地区在经济发展过程之中,要全面的考虑国家或地区在技术、资源、人力、制度以及环境等方面的比较优势,同时在这样的基础上制定相应的发展对策或战略,将比较优势转化为竞争优势,实现原有优势和经济发展的累计增值从而产生新的优势,即“两优取重,两劣取轻”,或“优中选优,劣中选优”,这将使各国各地区资源都得到了有效的利用。将比较优势引入民俗文化产业发展中,同样具有指导意义。

对于民俗文化产业的发展而言,与其他产业相比较,民俗文化资源的独特程度显得尤其重要。由于民俗文化产业具有很强的地域性和传承性,民俗文化产品以及相关服务是基于对文化资源深度挖掘而产生的,这种内的逻辑决定了民俗文化产业的发展对相应民俗文化资源具有较强的依赖性,文化资源的丰富程度决定了文化产业发展的整体创新能力。凭借丰富民俗特色文化资源和文化背景,生产出有文化特色的差异化文化产品,在科学的调查评估民俗文化资源的基础上,分析民俗文化产业发展的比较优势,本着发挥、提升以及创造优势的原则来进行民俗文化产业的发展从而制定对策,才能够达到良性的发展效果,实现民俗文化产业资源开发的经济和社会效益。

2.2.2 资源禀赋理论

要素禀赋理论被称之为赫克歇尔-俄林定理(Heckescher-Ohlin Theory),又叫做要素比例理论(Factor Proportion Theory)简称H-O理论。H-O理论将区域分工、贸易与生产要素禀赋紧密联系起来,并认为成本差别是形成地区之间生产同一产品的价格差的源泉,而生产成本差别来自于生产要素的价格差别,这种生产要素的价格差别则决定于该种生产要素的丰裕程度。在生产密集使用本地区丰裕的生产要素产品时,成本则较低;而生产密集使用其它地区丰裕的生产要素的产品时,

成本则比较高，从而形成不同地区生产和交换产品的价格优势。如果没有地区空间的资源禀赋比较优势，产业将在地区之间均衡分布。所以，每个区域或是国家依据生产要素的禀赋不相同的条件，生产和出口生产资料相对丰富的产品，相对的进口资源相对稀缺的产品，则可获得利益。

资源禀赋理论在凤翔泥塑民俗文化产业发展中的指导意义在于，泥塑民俗文化资源禀赋呈现出空间差异，这种差异性为凤翔泥塑民俗文化产业的发展提供了良好的资源条件。地区资源禀赋的差异“先天性”制约和决定着一个地区文化产业可能的获利空间。民俗文化产业是创造性运用创意、技术等对民俗文化资源进行开发和利用，文化产业实质上就是将文化资源转化为文化产品和文化服务的价值实现过程，因此地区民俗文化资源是该地区文化产业发展的核心基础。只有建立在对地区文化禀赋的深度发掘的基础之上，才能因民俗文化产品在市场上呈现差异的、鲜明的特色，从而拥有更强的竞争力和更多的价值。

2.2.3 系统理论

系统是由相互作用、依赖的若干组成部分结合而成的具有特定功能的有机整体，这个有机整体又是它从属的更大系统的组成部分^[34]，是由若干要素或是部分组成的，要素是其基本单元，要素之间互相联系、作用。贝塔朗菲（Ludwig Von Bertalanffy）认为任何系统都是一个有机整体，它不是各个部分的机械组合或者简单的相加，其整体功能是各个要素在孤立状态下所没有的新质^[35]。他反对以局部说明整体的观点，同时认为系统中各个要素并不是孤立的存在，每个要素都处于一定的位置有着特定的作用，并且系统的共同特征具有关联性、整体性、等级结构性等特征。

系统论作为一种新的思维方法，具有以下特点：首先，注重事物的整体性。美国著名的哲学家欧文·拉兹洛（Laszlo Ervin）认为科学现在不再像从前那样，在一个时刻观察一个事物，看它在另外一个事物作用下的行为，而是观察一定数目的不相同的、相互作用的事物，看它们在多种多样的影响作用下作为一个整体的行为。^[29]系统理论认为系统不是若干简单事物的堆砌，而是具有新的性质和功能的整体。其次，研究事物的内部结构及联系。系统理论认为系统整体的性质和功能取决于系统内部的结构和联系。系统的结构是指构成系统的元素的性质、数量、比例、空间排列及时序组合。系统的联系是指系统间发生的物质、能量、信息的传递和交流。不同的结构和不同的联系导致系统不同的性质和功能，认识系

统就要弄清系统内的结构和联系，改造系统就是调整系统的结构和联系。最后，强调系统的开放性与动态性。系统理论把世界看成是相互联系的整体。每个系统都是某个更大系统的一部分，因此系统的性质和功能不能不受到环境的影响和制约。传统的思维，则往往把事物看成是一个封闭的系统。系统理论认为，系统处于不断的运动和变化状态之中，一方面，系统内部存在“自组织”的活动；另一方面，由于环境的变化，系统也难以维持其原来的状态。

每一个领域都是复杂系统，而且每个系统的复杂性都具有独有的特殊性。民俗文化产业同样也是一个复杂的系统。系统中有多种通过长期“内在协调”而暂时平衡相处的因子，它包含促进产业发展的因子，也包括发展中的障碍因子。系统理论强调要素之间的联系，民俗文化产业中政府、文化企业、人力资源等等都是这个产业系统中的要素，它们之间通过民俗文化产业的发展得到相互联系相互作用，同时各个要素之间的联系发展推动了民俗文化产业的发展。相反，阻碍各个要素发生联系的因素则是民俗文化产业中的障碍因素，如政府的制度制定、产业组织机制不健全、生产者观念落后都在一定程度上阻碍各要素之间的相互联系。因此，分析凤翔泥塑民俗文化产业发展的障碍因素，需要利用系统论的整体思想，将各个分散的企业或是手工艺者看做一个系统看待，不利于系统的行成和发展的因素都在考虑障碍因素的范围之内。

3 凤翔泥塑民俗文化产业现状

3.1 凤翔泥塑民俗文化产业现状

凤翔，古称雍，是周秦发祥之地、嬴秦创霸之区、华夏九州之一，于陕西省关中平原西部，东经107°11-107°38，北纬34°21-32°45，东邻岐山，西接千阳，南毗宝鸡，北连麟游，横水流于东，千河环于西，雍水贯穿其中南汇于渭水。县城位于辖境中心，东离西安市154公里，西南方距离宝鸡市49公里，古为“丝绸之路”的重要驿站之一，今为关中西部高速的交通枢纽。

随着经济快速发展的脚步，人们的文化消费需求也随之增加。享有“民间工艺美术之乡”美誉的陕西凤翔县是民间艺术的荟萃之地，作为中国独具特色的一种民间美术品凤翔泥塑，原本意义用来纳福、镇宅、驱邪的凤翔泥塑民俗文化产品，也已经走上了民俗产业化的道路上。同时，随着经济的发展人们对非物质文化遗产有了一定的认识，2002年至2010年这8年是泥塑产业的历史鼎盛时期，凤翔泥塑于2006年5月20日入选第一批国家级非物质文化遗产名录、陕西省第一批非物质文化遗产名录和宝鸡市第一批非物质文化遗产名录，以成为凤翔县的品牌金名片，产生关中的区域品牌效应，也为凤翔泥塑民俗文化产业的发展打下了一定的良好的发展基础。以2006年为例，个体私营自家作坊遍布凤翔县主要生产地六营村，当时420户中约有70余户左右的村民从事泥塑产业，泥塑产品年产量达35万件。目前，从事泥塑生产的农户共有40余户，约吸纳本村就业人口，视生产情况波动约为260至300余人。

3.1.1 文化产业园区集聚效应初步显现

文化产业园区指在一个地区中，有着鲜明的文化特色和吸引力，具备完善的组织和设施，集合生产消费于一体，有着多种使用功能的综合园区。文化产业园区是一个集合生产制作、销售发行、消费购物所形成的产供销于一体的具有特色文化吸引力的特定地理区域。文化产业园区的形成代表着产业集聚相应正在逐步提升，产业辐射带动作用逐渐增强。凤翔民俗文化产业园区已经初步形成，凤翔泥塑民俗文化产业朝着规模化的方向发展。

凤翔民俗文化产业园区，也称作凤翔民俗艺术博览园区，是凤翔县新明民俗文化传承有限公司于2007年投资500万元创意设计规划修建，充分体现了厚重淳朴的关中西部民俗风情。民俗艺博园区于2011年被中华人民共和国文化部授予首批国家级非物质文化遗产生产性保护示范基地，艺博园区所在地凤翔县六营村被陕西省文化厅授予陕西省文化产业示范基地，并被凤翔县人民政府列为凤翔县八大产业园区之一“六营民俗文化产业园”。凤翔民俗文化产业园区是以培养农村文化经济人，建设以民俗工艺展示、收藏、交易为主的民间艺术产业园区。一个成功的民俗文化产业园区不仅能够反映深刻的传统民俗文化背景和意义，也同时需要带有符合时代的理念重塑传统文化的现代活力。

产业园区依托彩绘凤翔泥塑手工艺术民俗文化，以挖掘、抢救、保护、开发、传承和弘扬凤翔泥塑民俗文化为主乃至陕西省濒临断代失传的具有代表性的民间传统手工艺为己任，以组织年轻一代学习传统民俗手工技艺、培养新一代民间艺人为目的，推进民间艺术市场化、产业化为宗旨，建筑面积达2500平方米^[36]。产业园区集学习、实践、购物、娱乐、吃、住、休闲和旅游为一体，设有可容纳50多名学员，拥有先进电子教学设施的现代化教室，民间工艺产品展室10间，生产实践作坊30间、餐饮住宿26间。园区带动180多户村民从事泥塑，年画、剪纸、社火脸谱、皮影、草编、彩陶、包装等手工艺的专业加工和生产，办起各种民间艺术制作加工作坊320余个，安置劳动就业岗位1300多个，年产泥塑等各类民间艺术作品60多万件，产值达3700多万元^[37]。同时，园区的形成存在自发性，产业文化资源来源于民间，这种发展形态更是逐渐成为民俗文化产业发展中重要组成部分。同时，通过政府投资、社会捐助筹资100多万元，对凤翔泥塑产业主要发展所在地以及园区，在水、电、路等基础设施进行了全面加强，优化了泥塑产业园区发展环境。

3.1.2 销售市场较稳定且渠道多样化

自1980年我国开始发行生肖邮票以来，中国民俗文化四大泥塑之一的陕西凤翔泥塑中的代表作“平安马”、“富贵羊”、“福寿猪”，分别于2002年、2003年和2007年入选“国家名片”，泥塑鸡、泥塑猴以及泥塑狗也登上了特种邮票集邮册封面和封底，并注册了“平安马”、“富贵羊”、“福寿猪”等商标^[30]，作为民间文化凤翔泥塑也自此名扬四海，从而提升其知名度。同时，凤翔泥塑民俗文化产业也形成了自身的龙头企业，引导和服务村民以市场化的运作方式，形成“企业运营+农户

制作”的经营模式。产业的发展带动规模的快速扩张，泥塑产品由2000年不足4000件发展到2011年单月生产5万多件，泥塑产业总收入达590万元、人均3100元，占到农民人均收入的70%，泥塑产业已经成为了兴村富民的重要支柱产业。同时，产品畅销全国并出口销往20多个国家和地区。据统计，全村已有数百万件产品销往美国、法国、德国、日本、以及中国台湾、香港、澳门等20多个国家和地区。同时，泥塑产品80%以上固定销往陕西省内、西北、东北、西南为主的大中城市、地区。

近年来，随着我国互联网的快速普及，网络除了作为宣传推广的角色之外，也成为了一个重要的销售渠道。目前，淘宝可搜索到110户凤翔泥塑卖家，共计506件泥塑产品在售。据不完全统计，每年大约五分之一的泥塑作品通过网络销往海内外。

表3-1. 主要泥塑加工户2008-2010年生产收入状况

家庭	从业人数	年份			主/副业
		2008 年	2009 年	2010 年	
胡 XM	2 人	13 万元	21 万元	15 万元	主业
胡 S	5 人	5 万元	9 万元	9 万元	主业
韩 SS	3 人	2 万元	5 万元	4.5 万元	副业转主业
胡 WX	4 人	1.5 万元	4 万元	3 万元	副业
胡 QR	2 人	2 万元	4 万元	2 万元	副业
胡 DC	2-4 人	1 万元	4 万元	5 万元	副业

3.1.3 凤翔泥塑品牌价值逐渐形成

依托浓郁的关中民俗文化资源禀赋，凤翔泥塑民俗文化产业发展中逐渐形成了特色鲜明、影响广泛的文化产业品牌价值^[38]。品牌是一种无形资产，品牌就是知名度，有了知名度就具有凝聚力与扩散力，成为产业发展的动力。品牌价值指品牌在需求者心目中的综合形象，包括其属性、品质、文化、个性等，代表着该品牌可以为需求者带来的价值。凤翔泥塑登上了特种邮票集邮册封面和封底，并注册了相应的商标，为凤翔泥塑品牌的塑造打下了良好的基础，初步形成了以泥塑精美工艺品产品为核心，依托凤翔民俗文化，中国民间美术工艺品中独具特色的精品民俗品牌，在国内外享有盛誉。

3.1.4 政府重视泥塑民俗文化产业发展

2014年凤翔县完成7个综合文化站建设工程，共计投资806万元。围绕民俗文化旅游产业开发积极开展定向招商、产业链招商，实现合同引资10000万元^[39]。2014年，全年创作各类文艺作品200件以上，组织县级大型文化活动4次以上，完成8个村级文化室、83个农家书屋、10个数字农家书屋文化惠民工程建设，实现凤翔县信息资源共享工程全覆盖。围绕凤翔县文化中心工作，开办广播电视专题栏目20个，制作播出专题节目100期，拍摄制作电视专题片60部。同时，旅游作为推动产业发展的一个重要途径，以建设文化旅游名县为目标，以贯彻落实《中华人民共和国旅游法》，不断拓展旅游发展领域和规模，2013年实现旅游综合收入11.6亿元，同比增长8.2%，接待游客197.9万人次，同比增长9.1%。

凤翔县政府曾于2006、2007年共拨款17多万元，用于泥塑文化产业发展与保护。2008年，当地政府对民间文化的保护工程，进入关键阶段。凤翔县政府颁发了《关于进一步加快全县文化事业发展的意见》，出台了十多条扶助民间文化产业的优惠政策。2008年凤翔县政府制定了以民间艺术为主体的旅游业开发策略，将凤翔县主要泥塑产地城关镇六营村命名为“泥塑之乡”、“文化示范村”。凤翔县文化馆设立了民间美术展室，曾于2008年制定了关于保护和开发泥塑产业的五年规划，如下表3-2和表3-3所示。

表3-2关于保护和开发泥塑民俗文化的五年规划^[37]

年份	措施	预期目标
2008 年	普查摸底，举办泥塑传承人培训班	培训村民子女学员 100 名-150 名
2009 年	城关镇六营村筹建凤翔泥塑民俗文化产业园区	研究、开发、营销、培养传承人、供游人学习的民俗文化产业示范基地
2010 年	成立“凤翔泥塑研究院”以及“凤翔县泥塑研究学会”	培养骨干 100 名，发展会员 500 名
2011 年	编撰《凤翔泥塑》专著一部，出版并发行	深入研究泥塑文化产业项目，组织三次文化馆专业干部和泥塑艺人研讨会
2012 年	建立凤翔泥塑文化产业基金会，扩大泥塑生产渠道	县级非物质文化遗产保护领导小组每季度召开一次泥塑工艺生产工作会议

（数据来源：陕西非物质文化遗产数据库：<http://www.snwh.gov.cn/>）

表3-3 主要经费依据及其预算说明^[38]

预算说明	预计经费
筹建泥塑艺人培训室、展厅	60 万元
电教配套设备、DVD	20 万元
传统产品征集费	30 万元
生产作品磨具、生产工具征集费	35 万元
编写《凤翔泥塑》专辑初稿	20 万元
建设规范化示范基地	70 万元
编写乡土教材和音像资料	28 万元
传统作品的恢复与新产品的开发	35 万元
宣传、参观学习、修订整理、出版专著	100 万元
举办“凤翔泥塑艺术节”	100 万元
合计	498 万元

（数据来源：陕西非物质文化遗产数据库：<http://www.snwh.gov.cn/>）

3.2 凤翔泥塑文化产业发展存在的主要问题

2000年至2012年,凤翔泥塑产品供不应求的状况使得泥塑主要生产地凤翔县六营村内有450多户中的300多户居民都加入到泥塑产品的生产制造中,即使这样还是不能够满足当时市场需求。在这样的急速发展的情况下,产业发展潜在的危机也结伴而来。凤翔泥塑工艺品产业经过不到12年的快速发展之后,随着民俗工艺品市场的缩减,大量泥塑开始滞销,泥塑产业规模不断缩减,生产方式也逐渐回归到原始状态。其产业发展过程中存在的问题主要体现在以下四个方面:

3.2.1 产业结构不合理

产业结构是指产业的构成以及各个产业之间的联系和各企业之间比例的关系。各产业部门的构成以及其相互之间的比例关系和联系不尽相同,对经济增长的贡献程度同样不相同。产业结构越是合理,其内部的协调性则越好,产业经济发展就走的更长远。

虽然上述研究显示凤翔泥塑民俗文化产业取得了明显的发展,但产业发展的后劲不足,泥塑民俗文化产业结构仍然存在不合理的问题。第一,产业内行业结构不协调,与其它产业融合程度低。泥塑民俗文化产业内的各行业没有一个高度统一集中的文化产业管理体系,产业内部各行业之间没有形成一个有机的整体,行业间资源你和优化度低。第二,文化产业领域中对新兴事物的应用程度不高。凤翔泥塑民俗文化产业的发展仅仅以传统的泥塑生产制作为主,产业周边民俗文化创意产业、数字出版以及互联网信息服务等新兴形式的民俗文化产业尚处于萌芽起步阶段,发展滞后。产业的发展需要高科技手段相融合,而泥塑民俗文化产业所处的凤翔县经济相对较落后于发达地区,泥塑民俗文化产业缺乏经济和物质上的保障,同时凤翔地区人们的思想相对落后,对于泥塑产品的产业化的重视程度不够,过度的强调以个人名义为主的利益,造成泥塑产品的质量和文化含量低下。因此,泥塑民俗文化产品缺乏高科技的支撑且生产、制作、包装等与现代科技要求相背离,在一定程度上无法满足人们对现代民俗文化产品的高质量的需求。

3.2.2 产业缺乏科学的规划

凤翔县当地缺乏对泥塑民俗文化产业整体规划,各级政府有关发展民俗文化产

业的规划不衔接、不匹配。当地各行业自行其是，条块分割，生产者持续低水平生产制造。产业没有进行前期规划引导，同时也没有提供产业相关服务的专门机构，区域规划缺乏科学性和前瞻性，而往往带有随意性和短暂功利性。产业政策指导、规划引导是产业发展的一对“隐形的翅膀”，没有了这对“翅膀”，泥塑民俗文化产业的后继发展便难以步入正常绿色的轨道，是产业得到长足的发展。而目前，从产业发展初期至今泥塑民俗文化产业的发展仍处于缺失规划的状态。

3.2.3 产业规模偏小

产业规模是指一类产业的产出规模或经营规模^[23]。产业规模是需要一个适度规模，规模过大会导致过生，造成资源浪费；产业规模过小，不易形成规模效应，在一个完全竞争的环境中不易形成竞争优势。

随着经济的持续增长和高科技技术的更新升级，“传统产业高新化，高新产业规模化”^[24]成为了经济发展的共识。产业的规模化能够降低生产成本，产生较大的集群效应。虽然上文提出形成了民俗文化产业园区初具规模，但是由于处于经济落后地区，较之发达地区文化产业的发展差距仍然很明显。凤翔泥塑民俗文化产业大多以农户生产为主，处于分散经营的状态，而规范的泥塑民俗文化企业数量很少，缺乏规模化经营。如陕西省凤翔县新明民俗文化传播有限公司等规范的文化产业企业，能够积极的利用自身和外在资源发展壮大自己，实现泥塑民俗文化产品的多元化，而其他则以分散的农户生产为主的家庭式企业小规模自家经营，市场适应能力很弱。至2014年末，泥塑主要生产地六营村从事泥塑产品生产仅剩下不到40户，处于“弱、小、散”的状态，当地龙头民俗文化企业影响力很有限制，辐射和带动能力弱，各个家庭企业的创意、研发和制作水平低下，产业核心竞争力不强。

3.2.4 文化产业人才缺乏

创意是文化产业的核心，对于凤翔泥塑民俗文化产业也一样，要将民俗文化符号转变为消费者愿意购买的民俗文化产品或服务，管理和营销等创新型和复合型人才是不可缺少的，高素质文化人才是民俗文化产业发展所需要的必要的智力保障，人才的缺乏是凤翔发展泥塑民俗文化产业的一大瓶颈。由于凤翔泥塑民俗文化产业近3年的萎缩，带给技艺的传承和新一代人才的培养更多困难，学习的人少和有技艺也不想从事这个行业，后继乏人。据统计，现在仅有不到10位的手

工艺人从事泥塑创作工作，其它艺人则是盲目模仿从而进行自家作坊生产。

其次，凤翔作为经济欠发达地区，现在泥塑从业人员主要以 50 岁以上的传统艺术创作者为主，在文化程度和技术等方面层次不齐，观念落后、创意思维不足，整体素质偏低，这在很大的程度上影响了凤翔泥塑民俗文化产业的后续发展。

3.3 凤翔泥塑民俗文化产业问题成因

归纳凤翔泥塑民俗文化产业所存在问题原因，有助于针对性与有效性的解决现在所存在的问题。凤翔泥塑民俗文化产业具有较明显的优势同时其产业发展也取得了明显的效果，但也存在以上问题，究其原因有以下个方面：

3.3.1 政府引领作用欠缺

政府行为在一定的程度上对于泥塑民俗文化产业具有重要的影响，当地政府制定有关保护非物质文化遗产方面的财税政策等成为泥塑民俗文化产业发展的外部条件之一。自2005年来，凤翔县政府在发展其产业方面采取了一系列措施，并取得了不小的成效，但总体来看，当地政府的产业引导职能还没有得到充分的显现，培育民俗文化产业发展的政策体系不完善。凤翔泥塑民俗文化产业仍然缺乏政府在整体上的布局以及规划，政府的临时、短期性的决策行为仍然普遍的存在，政府这种行为在一定程度上制约了泥塑民俗文化产业快速有力发展的步伐，政府宏观导向不足致使产业后续发展存在问题。

3.3.2 泥塑民俗文化市场化程度低

市场化是指在短期内实现用市场经济体制取代双轨过渡体制的改革过程，是以市场需求为导向，竞争的优胜劣汰为手段，实现资源充分合理配制，效率最大化目标的机制^[27]。

总体来说，凤翔泥塑民俗文化产业的发展市场化程度偏低，凤翔泥塑民俗文化产业主要以各个农户分散生产为主，结构单一，规模小，资金严重匮乏。分散经营模式与市场经济条件下需要社会化生产的要求不相适应，多数是简单的购买和供给关系，产业发展所依托的基础设施和条件相对薄弱，分散生产的情况导致难以形成统一的市场网络。此外，民俗文化产业资本积累渠道不畅。尽管目前凤翔泥塑民俗文化产业领域已经存在民营资本进入的现状，但管理上存在简单粗放，

未与市场完全接轨等诸多问题，资本的高投入低收益的影响了民营资本进入的积极性，无论在规模运作还是产值影响力方面均较滞后，市场化的投融资机制难以有效的利用，文化产品在市场规律作用下未能进行合理和有效的竞争，进而导致产业发展缓慢。最后，生产者缺乏现代管理观念，忽略对产业产品质量与相关服务的加强，致使一些产品生产者为了抢夺自己的市场，纷纷投入价格竞争，降低产品和服务质量来恶性牟利，给整个产业环境带来不利的影响，使得消费者对产业印象大打折扣，阻碍了凤翔泥塑民俗文化产业长久良性的发展。

3.3.3 思想观念保守，产业意识淡薄

发展文化产业需要先解决认识层面的问题，同样也适用于凤翔泥塑文化产业的发展问题。基于凤翔县的经济水平较低下，人们的文化观念也相之保守，部分民众对泥塑文化存在误区，仅仅只是看到文化的意识形态的属性而从未意识到其产业属性，对泥塑文化产业的重视不足，还没有意识到其在经济上产生的效应，难以看到泥塑文化产品对民俗文化发展的促进作用。这种观念上的滞后，导致民俗文化与经济互动的缺乏，长期依靠民间和政府资本被动拉动从而进行泥塑民俗文化产业的发展^[34]，而内在观念意识落后，则很难通过产业运作提升其市场竞争力。

3.4 本章小结

本章概括了凤翔泥塑民俗文化产业现状，主要表现在文化产业园区集聚效应初步显现、销售市场较稳定且渠道多样化、凤翔泥塑品牌价值逐渐形成和政府重视泥塑民俗文化产业保护，提出了凤翔泥塑文化产业发展的存在的问题有产业结构不合理、产业缺乏科学的规划、产业规模偏小以及文化产业人才缺乏，并指出以上发展问题成因，包括政府引领作用欠缺、泥塑民俗文化产业市场化程度低和思想观念保守，产权意识淡薄。

4 凤翔泥塑民俗文化产业主要制约因素

为了明确凤翔泥塑民俗文化产业的制约因素,本文首先对产业现状和存在问题及成因进行了全面分析,通过系统论和产业分析理论指出阻碍凤翔泥塑民俗文化产业发展的制约因素,根据从事相关文化产业专家们对这些制约因素影响程度的评价,构成相关的矩阵。运用主成分分析对应矩阵,提取出民俗文化产业发展的主要制约因素,并对其进行分析讨论。

4.1 影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的理论分析

影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的因素的选择应该从多种角度、多个方面进行系统的考察。本文按照系统论和产业分析的思想对影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的因素按照范围划分为宏观层面、微观层面。其中,宏观层面因素包括文化资源禀赋、市场需求、文化观念、政府管理和社会发展水平等;微观层面因素包括产业产品、人力资源、产业组织和产业技术等,由图4-1所示。

4.1.1 宏观层面因素

(1) 文化资源禀赋因素

文化资源禀赋因素是影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的一个重要的客观因素之一。文化资源禀赋所指地区所拥有的文化资源对产业发展有决定作用的因素,包括当地的文化资源以及文化资源所处的环境资源。文化资源的独特性是民俗文化产业发展的物质基础,也是凤翔泥塑民俗文化产业增长的潜力所在。就文化资源禀赋的形态而言,分为有形的物质文化资源和无形的精神文化资源。有形的文化资源是凤翔泥塑民俗文化产业的的基本载体,无形的精神文化资源对于凤翔泥塑民俗文化产业来说包括产业独特具有的艺术审美资源、制作工艺资源等。在凤翔泥塑民俗文化产业发展中,资源禀赋因素在一定程度上制约产业的发展。凤翔县虽有丰富的民俗文化资源,尤其凤翔泥塑是关中地区较具独特性的代表之一,但是由于凤翔地处经济欠发达地区导致文化资源开发的进一步开发制约着泥塑民俗文化产业的发展。

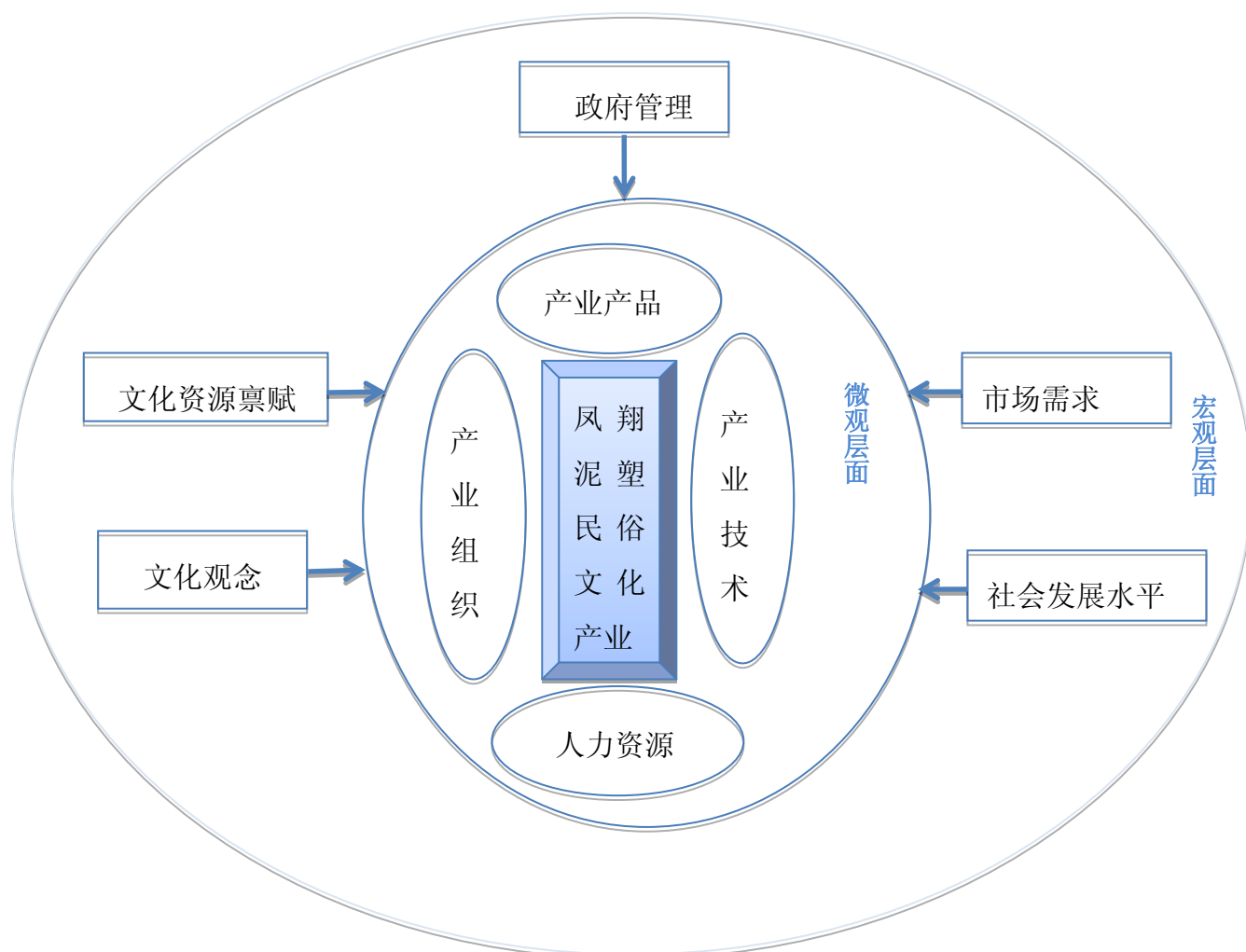


图 4-1 凤翔泥塑民俗文化产业制约因素系统构成

（2）市场需求因素

按照市场经济理论，市场需求是产业发展的动力所在。当需求出现增长时，潜在的进入者更容易调高对进入产业的盈利预期，进入的动机将增强，同时新企业进入之后也更易存活，更多的新企业进入会加剧产业内的竞争，反之亦然。凤翔县处于陕西地区且并非属于经济发达地区，城镇居民与农民的经济收入有限，从而制约了居民在文化产品以及民俗文化产品上的消费以及支出，从而使得民俗文化产业的市场并不活跃。

由表4-1可以看出，2013年陕西的城乡居民在文娱消费方面支出分别为1378元和311.12元，农村低于城镇且均低于全国平均水平1828元和367元。而陕西省城乡文娱消费占总消费比例分别为12.54%与7.86%也低于全国平均水平17%与9.5%。可

见，当地民众的消费能力在一定程度上制约着民俗文化产业的发展，而这些由于当地居民的收入以及产业环境等等息息相关。由表看出凤翔县城镇居民人均可支配收入与农民人均现金收入分别为4217元和1469元，收入相对较低。由于农村经济基础相对薄弱，文化消费水平低下，消费意识淡薄，受到传统的消费思想的影响以及收入和文化水平低下的现状，造成了对泥塑市场需求不足的状态。

表4-1 2013年陕西地区在文娱消费支出区别对比^[73]

地区 项目	全国		陕西	
	城镇	农村	城镇	农村
文教娱乐消费（元）	1828	367	1378	301.12
占总消费比例	17.08	9.5	12.54	7.85

表4-2 2014年凤翔县一季度城镇居民人居可支配收入与农民人均现金收入^[74]

指标名称	单位	总量	同比增长（%）
城镇居民人均可支配收入	元	4217	15.1
农民人均现金收入	元	1469	21.5

（3）文化观念因素

文化对产业发展的影响已经越来越受到人们的重视，这是因为文化在一定程度上对人的思想观念影响表现较为显著^[37]。文化观念是反映在人们文化素养、上进心、对工作的态度等。由于自然环境、区位地缘、历史传统、社会风气等众多因素的差异，各个区域的人文状况发展极不一致，从而形成了各具特色的区域文化特征^[38]。对于凤翔区域来说，长期以来受自给自足的小农经济的影响较为深刻，思想封闭、保守，普遍缺乏接受新事物的愿望和能力，缺乏艰苦创业的精神和动力，缺少敢为天下先的开拓精神，创新意识和竞争意识淡薄，特别是发展市场经济的思想观念落后，这严重地制约了泥塑民俗文化产业的发展。由于村民的文化程度普遍偏低，对待市场化的认识太狭隘，过于追求眼前利益、生产者过度注重自己拿到手上的切实利益，泥塑产品仅仅是进行了非常浅层的开发，没有充分认识到民俗文化产品真正的文化价值内涵。本文在调研的过程中了解到村民并未认识到泥塑的文化价值，而是认为泥塑单是一块黄泥而已，本身的价值就不高，更提不上什么文化价值。这种对于文化价值无视的观念在村民中不占少数。生产者

本身的受教育程度阻碍了他们对文化内涵的看法，不能够更深的挖掘泥塑的文化价值，又由于在六营村的生产经营者以 60 岁以上的老年人为主，旧观念根深蒂固无法转变，思想观念极其落后。另一方面从业者并没有形成产权和品牌维护的观念，模仿和抄袭现象严重，打击创作者的积极性。村民的“纯模仿”直接造成了对泥塑产业发展的负面效应，造成了对凤翔泥塑品牌上的危害，同时也直接导致市场混乱，相互恶性压价，出现同样的产品在同一市场中差价在十元以上的现象。

（4）政府管理因素

政府管理方面的制约因素包括政府引领作用和产业政策两个方面。

首先，政府引领层面来看，对于凤翔泥塑民俗文化产业而言，政府管理的引领作用主要是创造具有竞争优势的宏观环境。政府及其相关部门在产业发展中扮演规范者、协调者两种角色，保障产业的有序发展^[40]。凤翔当地政府的实际管理中，因为文化机构设置不合理，导致监控、协调和管理不力，从而使产业发展的过程中出现众多不规范行为，严重影响了泥塑文化资源配置和产业结构的优化。另外，在近十年泥塑民俗文化产业高速发展过程中，产业管理体制面临挑战逐渐增多，一方面新的管理机制尚未全面的建立实施，另一方面国家或当地政府宏观管理不足，微观运作混乱也是产业发展中的一个主要弊病，这则导致泥塑民俗文化市场的监管出现了职能错位或缺位，阻碍了凤翔泥塑民俗文化产业的发展。

其次，从产业政策制定层面来看，产业政策的实质是政府对市场经济的干预，其直接体现政府的产业差异化政策导向和国家或地区的发展战略和发展思路，合理的产业政策能够提升文化等资源配置的有效率，提升产业产品的竞争力。首先，凤翔泥塑民俗文化产业立足于非物质文化遗产之上，国家政策的制定已倾斜于对非物质文化遗产的保护，如 2005 年起我国成立了由全国人民代表大会、中共中央宣传部、文化部等等多个部门组成的立法小组，对《中华人民共和国非物质文化遗产保护法（草案）》进行进一步修改和完善以加快立法进程^[35]。国务院办公厅也于 2005 年出台《关于加强我国非物质文化遗产保护工作意见》^[36]，随后于 2005 年 12 月 22 日出台《关于加强文化遗产保护的通知》，这些法律法规的制定无疑对非物质文化遗产的保护与发展起到了良性积极的作用，但是就目前我国对民俗文化相关法律法规的覆盖和实施的情况看来，保护现有的民俗文化遗产方面仍略显欠缺。

最后，产业发展的层面上而言，2005 年凤翔县政府颁发了《关于进一步加强全县文化事业发展意见》，出台了十多条扶助民间文化产业的优惠政策。调查发现相关政策出台后并没有真正的得到实施，从而达到保护发展凤翔泥塑产业的作用。

凤翔当地政府部门仍缺少对泥塑生产经营制定具体可行的发展思路和实施方案，暂时没有进行有效统一的管理，文化管理法规体系更是无从谈起。中国民间文艺家协会会员及陕西省工艺美术大师敬萍谈到“凤翔泥塑缺乏政府保护，27 年以来当地政府从无介入管理”并认为和呼吁从政府角度加强加大对泥塑产业的保护。

（5）社会发展水平因素

社会发展指社会的各种要素前进的变迁过程。对于凤翔泥塑民俗文化产业而言，其产业所在区域凤翔县的社会发展与其泥塑产业发展是相辅相成的，凤翔县社会发展情况的好坏对泥塑民俗文化产业有着促进或者抑制的作用，而泥塑民俗文化产业的快速发展能够加快凤翔县社会经济等各项发展速度。因此，凤翔泥塑民俗文化产业所在区域，也就是凤翔县的社会发展水平对产业的发展具有重要的意义。

社会发展水平低下是制约凤翔泥塑民俗文化产业发展的因素。由于自然条件和历史的原因，凤翔县社会发展水平较经济发达地区底子薄且基础差，在教育、文化、卫生和体育等硬件和软件建设滞后，人均教育、卫生支出仅相当于陕西省平均水平的55%，中级高级技术人员缺乏，城乡居民就业不充分，城乡居民收入差距明显。这些现状阻碍了整个凤翔县域的社会发展进步，同时也在一定程度上制约当地的民俗文化产业的发展。

4.1.2 微观层面因素

（1）产业产品因素

凤翔泥塑民俗文化产业其核心是文化产品，其制约产业发展主要包括以下三方面：

其一，文化产品制作工艺欠缺是制约产业发展的一个因素。1980年至1990年，这十年期间凤翔泥塑曾经经历过旺盛的时期。但是由于出口的泥塑产品经不起摔打，不好进行装运，长途运输后的泥塑产品超过一半破损，造成损失较大，这种情况致使凤翔泥塑无法远销至外地或是国外。于1998年凤翔泥塑经过工艺的改善，在原有的泥塑材料中加入了棉花之类的纤维材料很大程度上提高了泥塑的抗摔性，使凤翔泥塑于这段时间起从产品层面看逐步的走向了正轨。但是，仍然由于这类文化产品自身材料的属性，对其本身的限制很大，一定程度上制约了泥塑的远销。

其二，文化产品的销售渠道不畅通也同样制约产业的进一步发展。泥塑民俗

文化产业整体市场的发育程度很低，泥塑作为一种民俗艺术品，相关销售多半是靠外地人到六营村中下订单或是现场购买，部分生产家庭小户作坊需要通过中介才能联系到客户。销售方面部分生产者大都还是在自家门口坐等客商，走出门销售，对泥塑产品积极进行展示的人很少，这对泥塑产业的发展非常不利。这种在市场上处于被动的状态则导致其销售渠道不畅，同时，大众传播渠道狭窄，宣传力度不够大也是存在的制约因素之一。近几年，得益于国家与地区对凤翔当地旅游业的开发，凤翔泥塑得以走出当地，面向来自全国各地的游客。然而，这对于凤翔泥塑的发展是远远不够的。相较于无锡、高密等地较为先进的市场发展情况可以知道，在拥有成熟人才培养与经营理念的同时，必须通过宣传提高产品在市场内的知名度才可能发挥出凤翔泥塑真正的产业价值。

其三，未形成泥塑独特的产品品牌。从民俗品牌的角度来看，凤翔泥塑文化产品作为一种传统的手工艺制品，已经拥有自己的产品品牌，但是未赢得属于自己的品牌市场。品牌对于一个产品本身是没有生命力的，只有产品，没有品牌。没有品牌的企业更是没有生命力和延续性的。可口可乐公司CEO罗伯特·郭思达（Roberto Goizueta）曾说：“我们所有的工厂和设拖可能明天会被全部烧光，但是你永远无法动摇公司的品牌价值。所有这些实际上来源于我们品牌特许的良好商誉和公司内的集体智慧^[41]。”品牌的本质上是企业的无形资产，其形态是不具备实物的，但是却可以带来经济效益的资源。一种产品要长久的走在市场上，不仅需要的时货真价实的质量和使用价值外，还仍需要依靠其品牌战略，在市场是树立起良好的品牌形象，以此来获得更多的销量。因此，只有重视品牌，构筑自身发展的灵魂，民俗文化产业也才能更好的走在发展的道路上^[42]。

（2）产业组织因素

产业组织是同一产业内企业间的组织或者市场关系。马歇尔在1890年出版的《经济学原理》一书中指出，组织可以提高效率，增加经济效益。同时，分工能够提高效率；专门工业集中于特定的地方能够提高效率；大规模生产，也能够提高效率。

凤翔泥塑虽然历史悠久，但其产业发展层次仍处于低级阶段，大多数产业部门还未得到有效发育，而现在来看泥塑产业化生产主要则仍以家庭式小作坊的形式开展，一方面这样的产业组织形式对于协会组织没有兴趣，因为现存泥塑生产者没有市场意识，不能用长远的眼光看待泥塑产业化，而仅仅只关注眼前利益，

生产者普遍认为相关泥塑协会组织可以提供给分散的生产者的帮助较小，合作少而竞争多。其次，家庭式小作坊生产出的产品由于缺乏规范化的生产和管理，往往存在品质良莠不齐的情况，而这一状况直接导致了凤翔泥塑的产品质量无法得到保障，生产出的不乏有许多的粗制滥造泥塑产品。目前，由于受到传统观念与环境因素的制约，凤翔泥塑的发展依然沿用了陈旧的经营理念，以家庭式小作坊为生产、销售单位，很难做到规模化、产业化，开拓更广阔的市场更是无从谈起。其次，相关泥塑从业人员对于市场的需求以及经济变化规律难以把握，进而直接导致了经营管理的混乱。泥塑生产者以一家一户的个体生产为主，各自为战，自产自销，没有更大限度的将当地文化资源整合起来，这种生产经营者状态影响了产品发展实力，产业组织与管理机制不健全，降低了产业化的程度，凤翔泥塑的知名度始终没有达到符合其文化产业发展潜力的标准，影响了凤翔泥塑产业链的发展及价值的提升。

（3）人力资源因素

一个地区能否向发展中的产业输送劳动力，是产业发展的一个重要的条件。美国经济学家西奥多·舒尔茨（Theodore W.Schultz）认为，不仅仅是有形的、物质的，学校教育、在职训练、人口流动等方面的投资也可以加快经济发展的速度。人的质量在一定程度上可以成为自然资源例如土地的替代物。人力资源的多寡、质量的高低，很大程度上决定了产业发展水平。同样对于民俗文化产业而言，人力资源与劳动力成本也是影响产业发展的一个重要因素^[43]。

2013年以来的泥塑效益不景气所带来从业者收入不高的结果，而泥塑的生产过程又较为复杂，对相应的技艺要求偏高，一个能够独立完成整个泥塑生产过程的员工则需要培养至少2年以上，培养成本很高。这些要求无疑增加了招工的难度，同时，现存泥塑生产者和从业者也缺乏生产动力，对于其他职业来说，难上手且收入低，泥塑产业的工作岗位毫无优势可言。从事凤翔泥塑工艺的大多都是60岁以上的村民，家中子女都去县城或者其他大城市打工赚钱，大部分村民也表示不愿让自己的孩子学习这些农村这些手工技艺。调查显示，目前凤翔从事泥塑生产的20户，仅有3户人家表示希望自己的子女辈传承这门艺术，可见这门技艺在大部分年轻一辈的接受过教育的人群中没能传承下去。

其次，泥塑复杂的工序传承大多通过以家庭为单位的内部传授，子承父业是最为普遍的传承方式。在父辈的指导下，晚辈通过耳濡目染、口传手授，由易到

难地逐步掌握泥塑的制作方法。这样的传承方式由于缺少专业的系统化教学指导，使得泥塑传承人的技艺水平参差不齐，专业人才的数量难以得到保证，则直接导致了凤翔泥塑发展速度的延缓。其次，由于需求量小、利润较低、受众较少，从事凤翔泥塑制作的匠人多以泥塑为副业，用以补贴家用，主业依然是农业生产。这也间接影响了凤翔泥塑的发展速度。另一方面，村民中从事工艺加工的人所占比例较大，但是能够创新工艺、制作泥塑精品的大师级人才缺乏，大多都是在临摹他人作品，缺乏艺术层面的创造力，甚至有些村民偷工减料以低劣的作品影响凤翔泥塑的声誉。同时，完全自产自销的模式使得整个泥塑运营市场缺乏能够整合金融、产业资本与泥塑的民俗资源的有管理经验的企业家。这种现象将会造成凤翔泥塑在后续的产业化发展中出现人才供给断层的问题。

（4）产业技术创新因素

产业技术创新是通过凤翔泥塑民俗文化产业系统内各创新主体的互动，持续地产生激励创新的动力，形成连锁反应机制，推动创新从企业创新扩散到产业创新，从单个产业创新扩散到产业集群创新，从而推动整个泥塑产业结构升级^[44]。泥塑文化产业中心不变的是黄泥，所变化的是泥塑的用途。因此泥塑民俗文化产业也必须跟的上时代的步子，从多个层面以及角度进行研发创新。

作为传统手工艺的凤翔泥塑非常注重对传统元素的保留，在泥塑产品的用途、造型、配色等方面一直沿用传统的风格。然而对于当今市场的多元化需求，凤翔泥塑则显得缺乏与时俱进的创新意识，过度局限于对现有产品的复制，无法做到产品的多元化并面向更多的消费者。目前，凤翔泥塑的主要用途仍然停留在“耍货”的层面上，但是作为一项产业要涵盖协调性、持续性和竞争性。“民俗文化融入现代化时代时其原始内涵即将发生变化，对此挖掘的越深，抓住的商机就越大”。根据时代的不同，凤翔泥塑的健康发展将赋予它新的内涵，并想方设法衍生出其它创新性产品。例如，设计研发泥塑的精美包装，借助新兴的高科技开发出新型饰品以及更加富有时代气息的“耍货”。

凤翔泥塑的实用性还有待进一步展开。泥塑社会效益是指泥塑给社会所带来的贡献。就现在而言，泥塑的主要功能集中在居家装饰、郑宅纳福层面上，为了开拓市场获取经济上的效益，凤翔泥塑还有待拓宽其用途。例如将泥塑生产设计的范围扩大为招待宴会、家庭日常装饰以及会议服务等方面。植入文化底蕴在丰富的寓意基础上也是必不可少的。这样凤翔泥塑在美化生活、居家装饰以外，

更重要的是文化传承、祈盼吉祥、追忆历史等。除了以上两点，泥塑企业的技术创新也是产业发展的一个重要因素，企业是科技与经济的结合点，是技术创新的主体。目前，泥塑民俗文化产业企业技术创新存在的障碍包括：缺乏起点高、带动力强，有相对独立的技术开发机构和一定创新能力，技术先进的企业，产业领域骨干龙头企业少^[45]。

4.2 基于主成分分析法主要制约因素分析

在上述研究的基础上，本文通过进一步的分析和调查，整理出凤翔泥塑民俗文化产业发展的 18 个制约因素，如下表 4-3 所示，并将从中识别出主要制约成分。

表 4-3 影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的制约因素

序号	制约因素
1	泥塑文化资源开发不足
2	当地政府对泥塑文化产业管理法规体系不健全，缺乏对该类产业缺乏政策
3	产业政策实施不到位
4	社会和地方政府部门资金投入不够大，且资金投入机制欠缺多元化
5	泥塑文化产品消费市场局限，消费意愿不足，消费能力弱
6	从业者市场意识淡薄
7	生产者品牌维护意识较差
8	当地政府部门缺少对泥塑生产经营的统一管理
9	产业所在地区社会发展水平低下
10	泥塑材料易损，运输过程易损坏
11	泥塑质量水平欠缺
12	产品销售渠道不畅
13	市场开发不足，销售组织不力，市场仍未拓展
14	大众传播渠道狭窄，品牌宣传力度不够大
15	泥塑生产规模过小（如，主要以家庭式作坊生产为主）
16	泥塑产品市场混乱，相互压价现象严重
17	专业化人才供给不足
18	产业内缺少技术先进的企业，产业领域骨干龙头企业少

4.2.1 主成分分析法作用机理

主成分分析也称主分量分析,1933年由霍特林首先提出,旨在利用降维的思想,当处理一个变量较多的问题时,可以使用主成分分析法将多指标转化为少数的几个综合指标。在实际问题研究中,为了全面、系统地分析问题,我们必须考虑众多影响因素。这些涉及的因素一般称为指标,在多元统计分析中也被称为变量。其中,每个变量都在不同程度上反映了所研究问题的相关信息,并且指标彼此之间具有一定的相关性,因而所得的统计数据反映的信息在一定程度上有所重叠。在用统计方法研究多变量问题时,变量太多会增加分析问题的复杂性,在进行定量分析的过程中,涉及的变量较少,得到的具体的信息量则较多。其主要目的是希望用较少的变量去解释原来资料中的大部分变量,将我们手中许多相关性很高的变量转化成彼此相互独立或不相关的变量。通常是选出比原始变量个数少,能解释大部分资料中变量的几个新变量,即所谓主成分,并用以解释资料的综合性指标,针对处理变量较多的问题相对方便有效^[46]。本文在研究影响凤翔泥塑民俗文化产业障碍因素时,选取了较多的变量,使用主成分分析法则可减少部分成分,从而更容易抓住其主要的障碍因素,使障碍因素问题得到简化,达到提高分析效率的目的。

主成分分析的性质为设有 n 个样品,每个样品具有 p 个观察变量,原单项指标记为 $X_1, X_2, X_3, \dots, X_p$;其综合指标记为 $Z_1, Z_2, Z_3, \dots, Z_p(m)$ 。当 $p=2$ 时,设 n 个散布点约为椭圆形。若在这个椭圆形长轴方向取纵坐标,在椭圆短轴方向取横坐标,则相当于在平面上作了坐标交换,变换后的坐标则具有以下性质: n 个点的坐标和相关几乎为0。二位平面上 n 个点的方差大部分可以归纳为 Z_1 轴上波动,而 Z_2 轴上的波动则是较小的。于是 Z_1 和 Z_2 是原坐标 X_1 和 X_2 的主成分。

首先,原始坐标数据的标准化采集 p 维随机向量 $X=(X_1, X_2, \dots, X_p)^T$ 。 N 个样品为 $X_i=(X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{ip})^T, i=1, 2, \dots, n (n > p)$,构造样本阵,对样本阵元进行

如下标准化变换: $Z_{ij} = \frac{X_{ij} - \bar{X}_{ij}}{S_j}, i=1, 2, \dots, n; j=1, 2, \dots, p$, 其中,

$$\bar{X}_j = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ij}}{n}, S_j^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (X_{ij} - \bar{X}_{ij})^2}{n-1} \text{ 得标准化阵}^{[47]}。$$

第二步,对标准化阵 Z 求相关得系数矩阵

$$R = [r_{ij}]_p \times p = \frac{Z^T Z}{n-1}$$

$$\text{其中, } r_{ij} = \frac{\sum z_{kj} \cdot z_{ki}}{n-1}, i, j = 1, 2, \dots, p。$$

第三步, 解样本相关矩阵 R 的特征方程 $|R - \lambda I_p| = 0$, 得 P 个特征根, 确定主成分

$$\frac{\sum_{j=1}^m \lambda_j}{\sum_{j=1}^p \lambda_j} \geq 0.85$$

按 确定 m 值, 使信息利用率达 85% 以上, 对每个 λ , $j=1, 2, \dots, m$, 解方程组 $Rb = \lambda_j b$ 得单位特征向量 b_j° 。

第四步, 将标准化后的指标变量转换为主成分

$$U_{ij} = z_i^T b_j^\circ, j=1, 2, \dots, m。$$

其中, U_1 称为第一主成分, U_2 称为第二主成分, $\dots$, U_p 称为第 p 主成分。

第五步, 对 m 个主成分进行综合评价

对 m 个主成分进行加权求和, 即得最终评价值, 权数为每个主成分的方差贡献率^[48]。

4.2.2 研究方法、问卷设计与样本选取

(1) 研究方法

主要采取的问卷调查的研究方法对各因素影响程度进行调查, 问卷采用李克特量表形式。运用主成分分析法, 分析有效问卷获取的数据, 找出凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要制约因素。分析辅助工具采用 SPSS17.0 统计分析软件, 其中分析内容包括量表的效度、信度检测以及主成分分析。

(2) 问卷设计

在对凤翔泥塑民俗文化产业现状和其产业发展的制约因素进行理论分析研究后, 经过与专家讨论, 初步完成了问卷的题型以及其相关设计。为了进一步完善问卷将问卷进行小规模发放后进行部分修改, 完善了问卷指标以及问题的清晰度, 随后进行大规模的正式发放。

问卷分为三个部分，第一部分基本信息，包括调查者的所处地区以及工作性质。第二部分为从事文化产业专业人士对凤翔泥塑民俗文化产业各个因素的影响程度的评价调查。为了找出在前文所分析的18个因素中的主要障碍因素，采用里克特量表形式，即，该量表由一组陈述组成，每一陈述有“非常影响”、“比较影响”、“一般影响”、“不太影响”、“不影响”五种回答^[49]，分别记为5、4、3、2、1，对18个制约因素进行打分，说明它的态度强弱或它在这一量表上的不同状态。第三部分是针对调查对象是否对调查问卷有其它宝贵意见的补充。

(3) 样本选取

为了更全面、有效地对凤翔泥塑民俗文化产业发展的因素进行研究，向文化产业发展研究专家进行了问卷调查，并对影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的制约因素进行打分。调查对象主要包括陕西地区从事文化产业的管理人员、专家，包括陕西经邦文化发展有限公司（50份），陕西曲江文化投资集团公司（60份）以及部分凤翔当地泥塑民俗文化相关企业（50份）。问卷通过实地走访以及互联网邮件的形式发放，共发放问卷160份，回收有效问卷122份，回收有效率为76.3%。

4.2.3 问卷信度与效度研究

为了保证分析结果的可靠性和有效性，在问卷数据分析前，需要对所收集的问卷进行信度和效度的检验。

(1) 问卷信度检验

采用Cronbach α 系数法检验问卷信度， $\alpha > 0.7$ 为信度较高， $0.35 < \alpha < 0.7$ 为信度中等，而 $\alpha < 0.35$ 为信度较低。可见， α 值越高则证明问卷数据内部各个测量项目结果一致度越高。本文借助SPSS17.0分析软件，得出 $\alpha = 0.720 > 0.7$ （表4-1），表示量表的信度良好。

表 4-1 可靠性统计量

Cronbach's Alpha	项数
.720	18

(2) 效度检验

效度指的是有效程度以及测量的正确性，使用测量工具或手段能够准确测出所需测量的事物的程度。效度是指所测量到的结果反映所想要考察内容的程度，测量结果与要考察的内容越吻合，则效度越高。反之，则效度越低。对于问卷调

查, 效度越高表示问卷的检验结果真实度越高^[50]。一般以结构和内容效度为衡量问卷效度的重要指标。

为了保证本文变量适合做因子分析, 本文使用因子分析法检验量表构建效度, 通过KM0 (Kaiser-Meyer-Olkin) 和巴特利特球度检验 (Bartlett Test of Sphericity) 对问卷进行验证, 比较变量间的相关性。SPSS17.0分析软件检验结果(表4-2)显示: KM0检测数值为0.717, 大于0.7, 表示适合进行因子分析。Bartlett球度检验相伴概率为0.000, 小于显著性水平0.05, 拒绝了Bartlett检验的零假设, 说明变量之间具有相关性而不是单位矩阵。以上信度和效度检验结果表明适合进行因子分析。

表4-2 KM0 和 Bartlett球形检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量		.717
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	434.765
	df	210
	Sig.	.000

4.2.4 数据分析

文章采用主成分分析法, 应用SPSS分析软件计算矩阵, 结果(表4-3)显示有3个因子的特征值均大于1, 分别为4.121、3.712和1.456, 其中前3个因子的累计解释的总方差为52.433%, 分别为23.261%、20.953%和8.219%。

表4-3 解释的总方差

成份	初始特征值			提取平方和 载入
	合计	方差		合计
		的 %	累积 %	
1	4.121	23.261	23.261	4.121
2	3.712	20.953	44.214	3.712
3	1.456	8.219	52.433	1.456
4	0.981	5.537	57.970	
5	0.877	4.950	62.921	
6	0.863	4.871	67.792	

7	0.791	4.465	72.257
8	0.758	4.279	76.535
9	0.727	4.104	80.639
10	0.613	3.460	84.099
11	0.548	3.093	87.192
12	0.488	2.755	89.947
13	0.428	2.416	92.363
14	0.392	2.213	94.576
15	0.381	2.151	96.726
16	0.253	1.428	98.154
17	0.186	1.050	99.204
18	0.141	0.796	100.000

注：提取方法为主成分分析法

为了使因子含义更加明确从而便于进行因子解释，下一步采用极大方差法对因子进行旋转，可得旋转后的因子符合矩阵，如下表（表4-4）。

表4-4 旋转成分矩阵

	成份		
	1	2	3
泥塑文化资源开发不足	.194	.153	.095
当地政府对泥塑文化产业管理法 规体系不健全，缺乏对该类产业 缺乏政策	.798	-.043	.303
产业政策实施不到位	.627	.275	.117
社会和当地政府部门资金投入不 够大，且资金投入机制欠缺多元 化	.181	.191	-.197
泥塑文化产品消费市场局限，消 费意愿不足，消费能力弱	-.213	.653	.149
从业者市场意识淡薄	.102	.276	.712

生产者品牌维护意识较差	.160	.155	.680
当地政府部门缺少对泥塑生产经营的统一管理	.729	-.054	.006
产业所在地区社会发展水平低下	.062	.524	.101
泥塑材料易损，运输过程易损坏	.364	.260	.115
泥塑质量水平欠缺	.434	-.040	-.120
产品销售渠道不畅	.108	.145	.108
市场开发不足，销售组织不力，市场仍未拓展	.417	.639	.231
大众传播渠道狭窄，品牌宣传力度不够大	.238	.457	.279
泥塑生产规模过小（如，主要以家庭式作坊生产为主）	.140	.185	.206
泥塑产品市场混乱，相互压价现象严重	.418	.763	.233
专业化人才供给不足	-.186	.168	.770
产业内缺少技术先进的企业，产业领域骨干龙头企业少	.311	.091	-.093

提取方法：主成分分析法。

a. 已提取了 3 个成份。

4.2.5 结果讨论

根据旋转后的因子符合矩阵，可以总结出障碍凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要因素包括政府因子、产品市场因子和生产观念因子：

（1）政府行为因子

当地政府对泥塑文化产业管理法规体系不健全，缺乏对该类产业缺乏政策、产业政策实施不到位和当地政府部门缺少对泥塑生产经营的统一管理这 3 个因子对主成分 1 的载荷值较大，分别为 0.798、0.627 和 0.729，可将其归结为政府行为因子。因此，政府行为成为影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要制约因素之一。

（2）产品市场因子

泥塑文化产品消费市场局限，消费意愿不足，消费能力弱；市场开发不足，销售组织不力，市场仍未拓展；泥塑产品市场混乱，相互压价现象严重这3个因子对主成分2的载荷值较大，分别为0.653、0.639和0.763，可将其归结为产品市场因子，该因子成为影响凤翔泥塑民俗文化产业发展的主要制约因子。

（3）生产观念因子

从业者市场意识淡薄、生产者品牌维护意识较差和专业化人才供给不足可将其归结为生产观念因子，其对主成分3的载荷值较大，分别为0.712、0.680和0.770。生产观念因子同样是凤翔泥塑民俗文化产业发展的一个主要制约因子。

4.3 本章小结

本章分析了影响凤翔泥塑民俗文化产业的一般制约因素，并根据从事相关文化产业的专业人士对这18个制约因素的影响程度评价值，构建出了相关的矩阵，并对矩阵运用主成分分析法进行分析，提取了3个主要成分，识别出其主要制约因素，包括政府因子、产品市场因子和生产观念因子。研究结果有助于明确泥塑民俗文化产业的发展方向，并可为进一步研究促进凤翔泥塑民俗文化产业发展的对策建议奠定一定的基础。

5 促进凤翔泥塑民俗文化产业发展的对策建议

5.1 完善法律，建立泥塑文化产业管理法规体系

2012年文化部和国家版权局起草了《民间文学艺术作品保护条例》，陕西省政府印发了《关于加强民间文化保护工作的通知》，成立民俗文化保护工程领导小组，同时下发了《关于贯彻落实国务院通知精神，加强文化民俗文化遗产保护工作的实施意见》，这些工作均从非物质文化遗产的层面上对凤翔泥塑进行了保护，为凤翔泥塑产业的发展打下了良好基础。民俗文化产业的发展涉及到的法律是多方面的，因此，民俗文化产业的法律问题是一项内容非常丰富的文化产业法律体系的建立与健全的问题。由于民俗文化产品复制操作容易、成本极低等特点，民俗文化产业具有较高的商业风险，这则需要完善知识产权保护法律体系，相关立法的出台为民俗文化产业保驾护航。通过立法和制定政策，保护知识产权，激励技术创新，为泥塑民俗文化产业营造良好的社会环境和法律环境，增强产业发展的原动力。

同时，政府应制定完善的执法机制，加强各职能部门之间的沟通与协调，加大执法力度，规范执法程序，提高执法效能。建立健全民俗文化产品的交易规则，构建科学的交易体系，为产品的自由生产和流通提供必备的法治基础。建立企业、行业协会和政府间相互协调机制。定期国内外民俗文化产业发展的领域的最新动态，积极加入国际相关组织，加快与国际民俗文化产业接轨，并形成国内产业链，走可持续发展的道路。

最后，以当地政府来看，宝鸡市以及凤翔当地县级政府的支持和鼓励民俗文化产业发展的相关计划、财政政策以及优惠政策，积极落实政策实施。

5.2 鼓励优秀原创泥塑产品创作

凤翔泥塑民俗文化产业是以凤翔地区特色资源为基础，以泥塑产品为核心内容的产业。在充分认识到凤翔泥塑民俗文化资源的优势，找到其资源优势中的亮点的同时以资源优势为依托鼓励优秀的泥塑原创产品成为产业发展的驱动力，带动产业的发展。

以凤翔泥塑民俗文化产业方面，需要积极鼓励本土泥塑创作者研究开发和创作生产具有创新性的泥塑产品。首先，设立专项的泥塑民俗文化基金，为制作民俗文化产品精品、组织创作班子以及符合基本条件的文化产业给予有力的相关资金资助，保证泥塑精品创作产品的实现。其次，在优秀的泥塑文化产品完成后，给予宣传推广，引导消费。最后举办常设性评奖活动，对优秀的泥塑精品产品予以及时表彰和物质奖励。

5.3 转变观念，树立现代企业经营理念

凤翔县选择发展泥塑民俗文化产业进而实现全面小康社会发展的路径，促进对民俗文化的认识发展，不仅能够不断的满足人民群众的精神文化需求，还为推动县域全面发展提供精神动力和思想保障。

在基础弱、实力不强的条件下，地方上传统的文化观念与现代产业发展理念抵牾和冲突，成为文化产业市场主体发展的障碍。首先，“伦理至上”观念与功利观的冲突。文化产业追求的就是收益最大化，讲求的是效率、效益、利润，而纯粹的“文化人”却难以接受物化的精神和精神的物化这些现实^[54]。其次，“人治”与“法治”观念的冲突。文化产业发展需要创造，需要通过竞争激发出无穷的创新能力。而在一些地方还没有真正把文化被当作一个产业来看待，更多的是当作福利或纯意识形态来对待。一些民众对集体主义思想、团结互助精神淡化，法律意识淡薄、诚信程度不高，发展、竞争意识不浓，文明、健康意识不强，一些传统陋习阻碍了民俗文化产业的发展的同时也是地方社会经济发展的一大障碍。

对于以上情况，首先应从观念入手，改变陈旧的思维模式，解除小农保守、封闭传统的自然经济文化观念，明确民俗文化产品既是具有意识形态功能的精神产品也同样是具有经济功能的商品，正确认识到民俗文化的产业地位，树立适应社会主义文化和市场经济体制下的新的文化发展观念。其次，强化市场意识，暂时的经济落后不能成为束缚，应立足于凤翔丰富的民俗文化资源，以市场为导向及时的调整文化机制和工作方式，力求适应市场经济的运行规律以及发展要求，努力从经济文化的协调发展中寻找泥塑民俗文化产业的突破口和增长点。最后，需要深刻认识到发展泥塑民俗文虎产业的战略意义，不断增强责任感与紧迫感，进一步推思想解放和观念的更新，努力增加民俗文化的感染力、吸引力，更好更

多的满足群众的多方面、多层次、多样性的精神文化需求，使民俗文化产业实现跨越式发展，为凤翔民俗文化产业大发展提供思想理论上的保障。

5.4 加大泥塑传承人保护与培养力度

凤翔泥塑民俗文化产业是以泥塑产品为核心的，而产品的制作是以手工艺制作者进行加工制作的，所以传承人是泥塑民俗文化产业是否能够较快较好发展的一个决定性因素。对于凤翔泥塑民俗文化产业这种有关“非物质文化遗产”类的文化产业，产业的发展从人才方面来说，一方面包括对现有的传承人加以积极的保护

其一，高度重视现有传承人。对于现有的传承人相关政府部门以及当地政府部门应予以高度的重视，加大保护力度，提升保护层次，不仅对已进入各级保护名录的传承人进行保护而且对部分未进入保护名录的人才应予以积极的支持，充分调动其传承人的积极性，做好泥塑的传承工作。

其二，以多种形式推进对新传承人的培养。积极推进对新传承人的培养，采取以学校教育、社区教育推进传承人对新人的培养方式。将其与校园教育相联系，一方面可使学生从小对泥塑民间传统文化进行认识，从而培养更多的人对泥塑文化产生兴趣，为培养传承新人奠定基础，也为泥塑的传承的生态环境的改善添加积极的元素。另一方面，专业培养，即以一些专业院校、机构（美术院校及研究所等）作为培养新传承人的一个平台，通过走出去、请进来、专家与传承人的相结合等方式对泥塑民俗文化进行传播、研究，有效的推进培养新传承人的工作。

5.5 培育凤翔泥塑文化市场，做特色文化产业

要充分发挥市场的基础性作用，调动生产者及相关企业的积极性，积极培育市场，规范市场秩序，为产业健康发展创造公平的发展环境，加强民俗文化基础设施建设，为文化产业发展搭建平台、创造条件。加快推进农村文化体制改革，充分发挥市场配置文化资源的作用，强化农村文化产业发展的体制保障。依法做好民俗文化市场管理，加强知识产权保护，保持良好的市场秩序，注重扩大对内对外宣传，使凤翔民俗文化产业形成较强的发展积极性，同时形成较大的市场影响力。以乡土气息浓郁、民族性和地域性突出、特色鲜明的泥塑文化产品为开发重点，以从特色上定位、在特色上发展为建设重点，努力打造特色品牌优势。扶持

现有经营者，延长文化产业链。鼓励民间手工艺人创办或联办民间文艺表演或手工艺品加工等文化产业。采取政府推动与市场牵动相结合的措施，打造民俗文化产业链，形成开发、生产、营销各环节分工明确、配套协作的产业体系^[53]。积极开展向相关产业融合，开发多种类层次和各个形式的附属产品。

5.6 以不同形式进行产业开发

凤翔泥塑文化产业的发展依托浓郁的乡土气息及较高的关中民俗文化为背景，其产业的发展应采取不同的形式而综合的进行产业的开发。

其一，节庆习俗的开发。凤翔泥塑最终形成的文化产品具有观赏性、审美性，同时泥塑的生产过程具有互动性、体验性，可以有组织、有目的的加以生活态化呈现，使其走进现代城乡镇和城市的生活。例如，利用春节、中秋对泥塑这类民间工艺，可以按需生产、集约经营，并加强策划营销、包装宣传、开拓国内、国外两个市场，将其引入文化娱乐生活中。

其二，利用现代科技手段开发利用。利用现代传媒手段和文化产业的运作方式，对泥塑文化资源进行整合，将泥塑生产过程中具有表演性、参与性，能够离开地域的文化进行在其他区域的合理开发^[55]。例如，通过建立“泥塑生产展示区”的形式，搭建交流平台，既可以展示凤翔泥塑文化的历史文脉和醇厚关中韵味，也可以成为对外开放的文化旅游娱乐项目，并可以成为新形式的泥塑民俗文化产品的交流平台。可以以凤翔民俗文化旅游为载体，政府为主导、专家为指导、传承人以及企业家为参与者、广大游客为支持者，形成一个既有政策支持，又有专家、传承人技术指导与监督，还有企业家经营与广大游客参与消费的风翔泥塑民俗文化产业的发展模式。例如，可以在西安市大唐芙蓉园中开设的“非物质文化遗产展示基地”引进“凤翔泥塑”，使泥塑产品的宣传具有良好的空间，也可西安大唐芙蓉园增加吸引游客的一个亮点的这种双赢模式。但是目前这样的基地十分有限，使得凤翔泥塑民俗文化产业的发展缺少这种平台，建议在凤翔县城或是周边市县的旅游点增加设置类似的展示区域，为产业的进一步发展提供有力的支持。

其三，重视凤翔泥塑民俗文化产业发展环境和文化韵味。对凤翔泥塑民俗文化产业的属地的生态环境加以建设，由政府投资，建设属地“文化生态区”，有意识的宣传与泥塑相关民俗节庆活动，民俗文化产品展览活动。

其四，创造有利于泥塑民俗文化产业发展的社会环境。凤翔泥塑民俗文化产业发展的最好办法是拥有有力的生存环境，例如建设一条街区进行专门的展示，享受政策的优惠，等等。另外，实行与学校合作培养技能人才的机制，利用各个层面学校根据需求采取形式各异的方法培养相应人才和传承人。组织和推动不同形式的泥塑传统民俗文化活动。在城市改造和建设以及新农村建设中，注重整体文化生态环境的保护与发展，尽可能的保留原有的富有民俗文化特色的文化环境。

5.7 本章小结

本章是在找出凤翔泥塑民俗文化产业的主要障碍因素和对凤翔泥塑民俗文化产业状况的基础上，提出了相对应的发展对策，包括完善法律，建立泥塑文化产业管理法规体系、鼓励优秀原创泥塑产品创作、培育凤翔泥塑文化市场，做特色文化产业、转变观念，建立现代企业管理经营理念、加大泥塑传承人保护与培养力度以及以不同形式进行产业开发对策。

6 结论与展望

6.1 主要研究结论

通过本文研究，认为凤翔泥塑民俗文化产业的发展具备良好的基础文化资源条件，产业发展规模也初具成效，但其发展存在一定的制约因素。通过研究其主要制约因素得出以下结论：

（1）通过对文献的研究、实地访问，依据系统论和产业分析的方法和对其制约因素的理论分析，识别出凤翔泥塑民俗文化产业发展的制约因素，根据从事文化产业相关专业人士对这18个因素对其产业发展的程度进行打分，形成相关矩阵，并对其使用SPSS17.0分析软件进行主成分分析，提取制约凤翔泥塑民俗文化产业发展的三个主要因子，包括政府行为、产品市场以及生产观念因子。

（2）促进凤翔泥塑民俗文化产业发展的对策是：完善法律，建立泥塑文化产业管理法规体系；鼓励优秀原创泥塑产品创作；转变观念；建立现代企业管理经营理念；加大泥塑传承人保护与培养力度；培育凤翔泥塑文化市场，做特色文化产业以及以不同形式进行产业开发。

以上研究成果为发展凤翔泥塑民俗文化产业提供了一定价值的参考，同时，也为其他民俗文化产业提供有价值的参考。

6.2 展望

在研究过程中发现，缺乏准确权威的统计数据，这在一定程度上影响了本文的研究，期待逐步建立和完善有关凤翔泥塑民俗文化产业信息平台，为管理者以及研究人员提供全面、完整、准确、真实的信息。同时，对于凤翔泥塑民俗文化产业的发展战略的确定和保障体系的分析和完善还需要进一步的探讨。

参考文献

- [1]王军,丰收.浅述民间文化与民间文化产业[J].黑龙江民族丛刊,2001(1).
- [2]黄立群.贵州民俗文化产业研究[D].湖南:湖南大学,2011.
- [3]孔伟,杨晓宁.民间文化产业化的思考[J].设计艺术,2006(2).
- [4]百度文库.建立“活的人类财富”(2012)[OL].
<http://wenku.baidu.com/view/878ba24a2b160b4e767fcfde.html>,2012-08-16.
- [5]高世伟,孙永鑫.特色文化产业与农村社区发展关系研究——以甘肃庆阳市香包产业为例[J].合肥学院学报(社会科学版),2009(1).
- [6]孔兰兰.苏州文化产业政策执行研究[D].沈阳:沈阳师范,2013.
- [7]霍学喜,谭文枫,牛军.让庆阳香包民俗文化产业项目组织管理浅析[J].农业科学2006(2).
- [8]刘昂.浅析山东民间艺术的产业开发模式[J].齐鲁艺苑,2011(1).
- [9]杨玲.文化产品生产引导及其模式研究[D].湖南:湖南大学,2013.
- [10]蔡娇丽.文化产业理论相关综述[J].青年科学,2013(4).
- [11]姜力源.青岛市非物质文化遗产保护初探[D].山东:山东大学,2013.
- [12]许慧宏.论民俗文化的产业开发——福建农村文化产业发展的战略选择[D].福建:福建农林大学,(2006).
- [13]卢圣杰,孙文福.辽宁民俗文化旅游资源开发策略研究[J].辽宁教育学院学报,2010(7).
- [14]章兰新.铜陵市文化产业发展研究[D].安徽:安徽大学,2011.
- [15]谷国锋.区域经济发展的动力系统研究[D].东北:东北师范大学,2011.
- [16]赵华.天津市文化产业发展战略研究[D].天津:天津大学,2012.
- [17]曾文芳.凤翔泥塑与陕西民俗产业[J].西北大学学报(哲学社会科学版),2009(2).
- [18]常琛.陕西凤翔泥塑文化产业探索[D].北京:中央民族大学,2010.
- [19]王川.西藏民俗文化研究的最新成果——评《西藏民俗文化》[J].中国藏学,2004(02).
- [20]魏旭.行政公文的篇章研究[D].上海:华东师范,2006.
- [21]尹得举,叶萍.西安浐灞河生产区生态民俗旅游开发研究[J].安徽农业科学,2009(1).

- [22]贾清萍, 廖晓明, 王震东. 实施人才强国战略途径及其反馈基模分析[J]. 南昌航空学院学报, 2004 (4) .
- [23]张晓延. 基于区位商的中原文化产业发展研究[D]. 陕西: 陕西师范大学, 2010.
- [24]黄江华, 刘华. 三峡库区资源型文化产业发展模式构想——基于重庆市涪陵区的个案分析[J]. 长江师范学院学报, 2012 (7) .
- [25]王芬. 中国制造业国际竞争力比较与影响因素分析[J]. 金融与经济, 2014 (11) .
- [26]毛良. 医学院校构建农村卫生人才培养体系的探索和实践[J]. 重庆医学, 2013 (16) .
- [27]董必荣. 外购商誉的系统观[J]. 贵州财经学院学报, 2004 (2) .
- [28]周励. 凤翔泥塑的产业化脚步[J]. 西部大开发, 2008 (11) .
- [29]郑丹. 非物质文化遗产生产性保护发展趋势及对策构建——以无锡惠山泥人为例[J]. 江苏商论, 2013 (6) .
- [30]柯剑春. 改善我国企业品牌建设问题的探讨[J]. 东方企业文化, 2014 (2) .
- [31]黄莉新. 城乡统筹 加快农村经济社会发展[J]. 群众, 2005 (6) .
- [32]王萍. 湘西民俗文化旅游产品开发研究[D]. 湖南: 吉首大学, 2012.
- [33]黄家平. 历史文化村镇保护规划技术研究[D]. 广东: 华南理工, 2014.
- [34]高新天. 河阳山歌及非物质文化遗产保护刍议[J]. 文物世界, 2006 (2) .
- [35]宋瑛. 地区经济增长差异和趋同研究[D]. 陕西: 西北大学, 2007.
- [36]丁艳萍. 陕西省县域经济发展模式与对策研究[D]. 陕西: 西安建筑科技大学, 2005.
- [37]宋琪. 陕西省县域经济的障碍及对策分析[J]. 理论导刊, 2004 (5) .
- [38]温化妮. 武陵山片区旅游合作障碍因素分析及对策研究[D]. 湖南: 湖南师范大学, 2013.
- [39]唐卫华. 跨文化视角下的品牌翻译[J]. 长沙大学学报, 2010 (6) .
- [40]龚剑鹏. 我国医疗器械企业品牌建设研究[D]. 江苏: 苏州大学, 2010.
- [41]孙杰. 苏州丝绸业的障碍影响因素和振兴对策研究[D]. 陕西: 西安建筑科技大学, 2013.
- [42]布玉涛. 区域创新体系初探[J]. 重庆电子工程职业学院学报, 2013 (3) .
- [43]金懿. 区域科技创新体系建设中的政府主导功能研究[D]. 山东: 青岛科技大学, 2008.

- [44]王文彦. 多变量综合评价分析方法综述[J]. 经营管理者, 2011 (5) .
- [45]栾海波. 农业综合开发产业化经营效果评价研究[D]. 北京: 中国农业科学院, 2009.
- [46]李雪华. 企业财务预警机制研究[D]. 陕西: 西安建筑科技大学, 2008.
- [47]扈静静, 魏忠. 基于课程平台的网络学习绩效影响因素研究[J]. 黑河学刊, 2014 (4) .
- [48]戴化勇, 鲍升华. 绿色企业文化与企业经营绩效关系研究[J]. 山西财经大学学报, 2010 (12) .
- [49]田钊平. 民族地区经济发展质量评价体系的构建及应用——基于恩施州与湖北省的对比分析[J]. 三峡论坛(三峡文学·理论版), 2011 (5) .
- [50]孙安民. 发展文化产业 构建和谐文化[J]. 前线, 2007 (9) .
- [51]王丽梅, 牟芳华, 董西明. 山东文化产业发展现状、问题及对策[J]. 企业经济, 2006 (12) .
- [52]刘绍坚. 创意北京[J]. 时代经贸, 2006 (3) .
- [53]汪超. 双人旱船舞作为非物质文化遗产的保护与传承[J]. 新闻爱好者, 2009 (10) .
- [54]宫敏燕. 城市进程中非物质文化遗产——基于保护层面的理念建构[J]. 辽宁行政学院学报, 2013 (7)
- [55]王海洋. 天津市民族文化产业研究[D]. 天津: 天津大学, 2013.
- [56]柯玲. 中国民俗文化[M]. 北京: 北京大学出版社, 2011 (8) .
- [57]詹美燕. 地方文化产业对区域竞争力的影响研究——以千岛湖“淳”牌有机鱼文化产业为例[D]. 浙江: 浙江大学, 2011.
- [58]张燕. 地方文化节日的现状研究——以山东惠民与广饶两地的地方文化节日为例[D]. 天津: 南开大学, 2011.
- [59]王海洋. 天津市民族文化产业研究[D]. 天津: 天津大学, 2013.
- [60]丁辉. 日照市文化产业发展存在的问题及对策分析[D]. 山东: 中国海洋大学, 2011.
- [61]胡德江. 山东省文化企业集群化发展战略研究[D]. 山东: 山东大学, 2013.
- [62]柯剑春. 改善我国企业品牌建设问题的探讨[J]. 东方企业文化, 2014 (2) .
- [63]廖飞. 论我国民俗文化遗产与发展中的政府责任[D]. 湖南: 湖南师范大学, 2012.

- [64]强双龙. 甘肃省庆阳市民俗文化产业策略研究[D]. 甘肃: 兰州大学, 2009
- [65]朱雁群. 中国培训产业发展障碍研究[D]. 广西: 广西大学, 2008
- [66]郭艳娜. 论陕西民俗文化产业升级[J]. 西安财经学院学报, 2012 (2) .
- [67] Bramley, R. The Management of Natural Tourism Resources. Australian Planner, 2010, 31(1).
- [68] Julianna Priskin. Assessment of natural resources for nature-based tourism: The Case of The Central Coast Region of Western Australia, 2011, 11.
- [69] Ruth Towse. A Textbook of Cultural Industries[M]. Cambridge University Press, 2010, 1.
- [70] David Hesmondhalgh. The Cultural Industries[M]. SAGE, 2007, 4.
- [71] Christi. E. Packer. Creative Industries: Contacts Between Art and Commerce. Harvard University Press, 2000.
- [72] 百度文库. 文化及相关产业分类(2012) [OL].
<http://wenku.baidu.com/view/005816afec3a87c24028c485.html>, 2012-07-31.
- [73] 中国文化传媒网. 美丽凤翔之——泥塑流彩[OL].
http://www.ccdy.cn/home/lianbo/sn/201412/t20141209_1032205.htm,
2014-12-09.
- [74] 中文百科在线. 凤翔泥塑[OL].
<http://www.zwbk.org/MyLemmaShow.aspx?lid=137721>, 2011
- [75] 陕西省非物质文化遗产数据库. 凤翔泥塑的保护计划[OL].
http://www.snwh.gov.cn/feiwuzhi/gjyp/10/200803/t20080325_47137.htm,
2010.
- [76] 凤翔人民政府门户网. 文广局 2012 年工作思路及打算[OL].
<http://www.fengxiang.gov.cn/infor.php?787-12583>, 2012-07-24.
- [77] 宝鸡市统计局. 凤翔县统计局[OL].
<http://www.bjtjj.gov.cn>, 2015
- [78] 人民论坛. 论文化创意产业法律体系的构建[OL].
<http://www.rmlt.com.cn/2013/0107/58996.shtml>, 2013-01-07.

附录

凤翔泥塑文化产业发展的制约因素调查问卷

您好！感谢您抽出宝贵时间填写此份调查问卷。

本问卷主要是对凤翔泥塑文化产业发展制约因素进行调查，用以找出阻碍有关凤翔泥塑文化产业发展的关键因素。恳请您在百忙之中能协助此项调查研究。

本次调研结果只用于学术研究，在此向您保证不会泄露任何个人信息！

衷心感谢您对本次调研的大力支持，谢谢！

第一部分 基本信息

1、您来自：

A、陕西省内 B、省外城市

2、您的学历：

A、初中及以下 B、高中/中专/技校 C、大专/专科
D、大学本科 E、硕士及以上

3、您从事有关文化产业工作的时间为：

A、1-2 年 B、2-5 年 C、5 年以上

第二部分 凤翔泥塑文化产业发展的制约因素影响程度调查

填表说明：请直接在选项前面的空白方格中打“√”（或直接选填数字）进行选择，打分有 5 个分值，每个分值代表不同的影响程度，其中“5”表示影响程度很大，“4”表示影响程度较大，“3”表示影响程度一般，“2”表示影响程度较小，“1”表示影响程度很小。

序号	制约因素	影响程度				
		5	4	3	2	1
1	泥塑文化资源开发不足					
2	当地政府对泥塑文化产业管理法规体系不健全, 缺乏对该类产业缺乏政策					
3	产业政策实施不到位					
4	社会和当地政府部门资金投入不够大, 且资金投入机制欠缺多元化					
5	泥塑文化产品消费市场局限, 消费意愿不足, 消费能力弱					
6	从业者市场意识淡薄					
7	生产者品牌维护意识较差					
8	当地政府部门缺少对泥塑生产经营的统一管理					
9	产业所在地区社会发展水平低下					
10	泥塑材料易损, 运输过程易损坏					
11	泥塑质量水平欠缺					
12	产品销售渠道不畅					
13	市场开发不足, 销售组织不力, 市场仍未拓展					
14	大众传播渠道狭窄, 品牌宣传力度不够大					
15	泥塑生产规模过小 (如, 主要以家庭式作坊生产为主)					
16	泥塑产品市场混乱, 相互压价现象严重					
17	专业化人才供给不足					
18	产业内缺少技术先进的企业, 产业领域骨干龙头企业少					

第三部分 宝贵意见

若您能留下关于该项研究和调查问卷的宝贵意见（有无遗漏的影响因素和重要问题），
我们将不胜感激！

再次感谢您的帮助！

攻读硕士期间发表论文

刘梦莹. 陕西省文化产业集聚对策分析[J]. 商 2014 (40)

致谢

三年的研究生生活在这个夏季即将划上一个句号，而对于我的人生来说却仅仅只是一个逗号，告别校园生活我将面对踏入社会的又一次征程。这三年的求学生涯在老师、同学和亲友的支持下收获满满。

论文的完成首先要感谢我的导师宋琪老师。宋老师为人谦和、知识渊博、治学严谨，从论文的选题、结构布局、内容修改到最终论文的定稿，她都给予了耐心的指导。没有宋老师的辛勤栽培、孜孜教诲，就没有论文的顺利完成。然而，她一丝不苟的治学精神、谦虚谨慎的工作态度将会影响我今后的工作和生活。

其次，我要感谢占绍文老师、方永恒老师、金青梅老师、赵尔奎老师、成喜玲老师、李从容老师等管理学院的所有老师们，感激你们对我的授道解惑，对我学术研究的牵引以及对论文的指正以及细心且宽容的指导和帮助。

感谢我的室友班级同学三年来对我的鼓励、支持与日常生活中的帮助。非常庆幸在人生中最美好的年华遇到最卓越的你们，愿我们的友谊长存。

还要感谢我的家人长期以来对我的关怀与照顾。

最后，向在百忙之中抽出时间来评阅论文的各位专家、教授致以最衷心的感谢以及感谢答辩委员会的各位老师的辛勤付出与教诲。

正是因为有了你们，我所做的一切才更有意义；也正是因为你们，我才有了追求进步的勇气和信心。