

走出去拓市场 请进来强基础

——西藏文化产业发展现状调研

经济日报·中国经济网记者 代玲

把根扎在工布江达县

本报记者 代玲

案例

在西藏，有一家名叫“天堂时光”的旅行书店。虽然不太清楚这个名字背后的故事，但是在西藏的这几年间，我倒是慢慢地体会到了这样的时光真的在“天堂”：壮美雄奇的自然风光，独特深厚的文化润养，让人的心灵时刻丰盈美好。

漫步在八廓街上，袅袅的桑烟里满是西藏的味道。如果累了，随便钻进一家甜茶馆，点上一壶甜茶，就着藏式辣椒吃上一碗藏面，就是在西藏的“天堂”时光；如果困了，慈觉林藏院风情街上，找一家民宿，在房间的阳台边，沐浴着暖暖的阳光，在布达拉宫的凝眸中静静入睡。

藏院风情街的最高处，是《文成公主》藏文化大型史诗剧的实景剧场。每个星光灿烂的夜晚，气吞山河、声情并茂的表演将会带您回到千年前的盛唐，去领略汉藏文化交流的无限魅力。

“人间没有远方，有爱就是故乡。”这是《文成公主》大型藏文化史诗剧中经典传唱的动人歌词。千年来，沿着文成公主进藏的路，一代又一代的内陆人走上高原，和当地人一道建设新的故乡。

2007年，北京姑娘燕华来到林芝工布江达县，在这个有着美丽湖泊巴松措的地方遇到了事业，也遇到了爱情。如今，燕华和丈夫丹桑两人一个做着自己的品牌藏香，一个经营着木制品加工厂。因为对藏文化的共同兴趣，两个不同民族的人走到了一起，也将深深地扎在了工布江达县。

藏香制作技艺是西藏的非物质文化遗产之一。燕华的公司除了采用传统古法制香外，还在继承西藏传统医药文化的基础上，通过技术团队发掘、整理和改进，不断研发出新的产品。林芝的桃花节上，“桃花香”成为大家追捧的对象。

“众人拾柴火焰高”，除了丈夫丹桑的支持，在援藏干部的帮助下，燕华的公司还建成了以藏药互动体验为主题的“工布江达利众药香互动体验馆”，游客可以在体验馆中体验藏香制作的乐趣。

西藏是文化产业创业者们的天堂和福地。以传统藏医药学和时尚相结合，燕华的公司文化产业创业中以“香”为媒介不断开发出新的产品，过上“香喷喷”的生活。

在西藏，很多像燕华和丹桑这样的文化创业故事。文化就像是一条纽带，来自天南海北的人紧紧地聚集在一起。哪怕在西藏文化创新创业的路上风雨交加、荆棘密布，但这也是风景，指缝间溜走的时光都将在未来定格成美好的回忆。

这是属于西藏的“天堂时光”。

链接

西藏发展文化产业重点政策

2018年

《西藏自治区招商引资优惠政策若干规定(试行)》：对自治区鼓励发展的文化产业项目，可申请自治区文化产业发展专项资金予以支持。生产经营民族手工业产品、具有民族特色的旅游纪念品及民族民俗生产生活用品的企业或项目自2018年1月1日至2021年12月31日，免征企业所得税地方分享部分。

2017年

《西藏自治区文化产业示范基地评选命名管理(暂行办法)》指出：各地(市)文化行政主管部门要对自治区级文化产业示范基地提供多种形式的支持和服务，增强西藏文化产业整体实力。

2015年

《西藏自治区人民政府关于大力推进文化与旅游深度融合加快发展特色文化产业的意见》指出：将在财税扶持、人才支撑、重点项目、交流合作机制、组织实施等方面保障文化产业加快融合发展。

2014年

《关于推动唐卡产业加快发展的意见》指出：到2020年，全区唐卡生产营销企业和个体工商户总数逾1000家，唐卡绘制艺人和从业人员约10000名，西藏本地中高端唐卡年产量逾2.4万幅，唐卡产值逾6亿元，西藏唐卡占全国市场份额三分之一以上，形成一批有实力的唐卡生产企业和有影响力的唐卡文化品牌。



4月20日，在西藏慈觉林藏院风情街上等待观看《文成公主》藏文化史诗剧的观众。(《文成公主》剧场供图)

阅读提示

近年来，西藏立足于文化资源的保护与开发，在传统文化中融入富有创意的时尚因素，文化产业呈现出欣欣向荣的景象。作为西藏独具民族特色的文旅产品，藏戏、藏毯、唐卡等，已经成为西藏的名片。目前，西藏在实施特色文化产业发展规划的基础上，不断强化艺术提升、资金扶持和政策引导等举措，助力西藏文化产业“走出去”与“请进来”。请看记者对西藏文化产业发展现状的调研报告

藏唐卡艺术博览会精品展拍卖会、西藏影视动漫馆、西藏音乐歌舞鉴赏馆、西藏服饰走秀等5大板块的“文创西藏”精品巡展在南京西藏特色产业之窗举办，50余家文化企业、3000多种文创产品和项目参展。展览期间，参展企业共实现销售额1600万元。

张俊彦从事西藏特色文化的传播与推介已有7个年头，如今他是西藏文化艺术品牌“醍醐”的联合创始人。

“醍醐”是西藏明室文化传播有限公司的主要品牌，也是近年来西藏文化产业发展领域的活跃品牌。

2019年5月5日，由“醍醐”品牌和成都IFS(成都国际金融中心)联合主办的“发现喜马拉雅”西藏当代艺术展在成都IFS落下帷幕。自开幕以来20万人次的接待量充分显示了西藏文化艺术的魅力。

“通过这些文创产品，让对西藏感兴趣的人产生更大兴趣，让不了解西藏的人开始了解西藏，架起了一座沟通西藏和世界的文化桥梁，这就是我们深耕西藏文化产业的初心。”张俊彦介绍。

在近期的《西藏航空》航机杂志上，“文创西藏”专栏将旅客与西藏特色文创产业连接了起来。这是西藏自治区文化厅建设的“航旅悦享—西藏特色产业之窗空中平台”，除了在航机杂志上介绍西藏特色产业，明年该空中平台运营单位还将与东航策划窗口战略合作方案。

民族的就是世界的。聚焦“一带一路”和“孟中印缅经济走廊”相关密切的尼泊尔、孟加拉国等13个国家的重点城市，突出特色文化资源优势，西藏在已经批复建设的海内外常设性5个“西藏特色产业之窗”的基础上，依托中国海外文化中心，采取“政府主导、企业主体、市场运作”的方式，循序渐进、动态调整，建设“中国西藏特色产业贸易服务窗口”，打造“祖国边陲、幸福西藏”在海外的文化贸易服务平台(贸易基地)。

请进来：扶持企业创新创业

拉萨河南岸、宝瓶山下慈觉林村，一栋栋白墙红顶的藏式建筑依山而建，与布达拉宫隔河相望。自2012年起，西藏文化旅游创意园区落户慈觉林村，通过招商引资等渠道引进内地知名文旅企业，如今园区已建成文成公主剧场、慈觉林藏院风情街、松赞林拉萨酒店、拉萨雪鹰通航文化服务中心等项目。

沿着藏院风情街拾阶而上，形如转经筒的路灯与两旁的藏式建筑相映成趣，增加了不少藏族风味儿。街区已建成集民宿客栈、餐饮休闲、演艺娱乐、观光摄影、民俗文化展示、民族工艺品产销等一体的文旅街区，满足游客全要素、多维度的旅游体验。

“逛藏院风情街、尝西藏特色食品、看《文成公主》藏文化大型实景剧已成为很多游客的进藏旅游方式。西藏文化旅游创意园区也成为游客喜欢的‘打卡’地点。”西藏文化旅游创意园区经发局科员卿胜介绍。

“文化兴市、产业强市”是拉萨市的重大战略。除了大力打造西藏文化旅游创意园区，拉萨市还重点支持文旅产业领域的创新创业工作。截至2018年，西藏文化旅游创意园区建成1个创新创业基地、2个众创空间、1个科技孵化器。

3650Space众创空间由打造运营《文成公主》藏文化大型实景剧的城上和美文化旅游股份有限公司建设，如今已有14家入驻企业，并通过了市级众创空间的认定。

拉萨城上和和美文化创意产业发展有限公司常务副总经理李兆介绍，依托《文成公主》藏文化大型史诗剧的品牌优势和价值，他们对入驻企业进行专业辅导，助力西藏文化产业发展。

在西藏文化旅游创意园区内，一方面是像3650Space这样的平台在助力入驻文化企业的孵化，另一方面还有像“雪山创投营”这样拥有众多资本平台和投资人资源的众创

空间，助力藏文化的传播，致力于打造以藏地文化传播为主体的文创类企业孵化基地。

“走出去”是为了拓市场，“请进来”则是为了强基础。“一方面我们致力于成为西藏文旅小微企业对接项目和政府的桥梁、管道；另一方面我们将依靠投资人的实力，挖掘藏地文化，帮助他们实现更好成长。”雪山创投营高级管理顾问周玫介绍，如今，“雪山创投营”内集聚了涉及以西藏文化为核心创类企业11家。

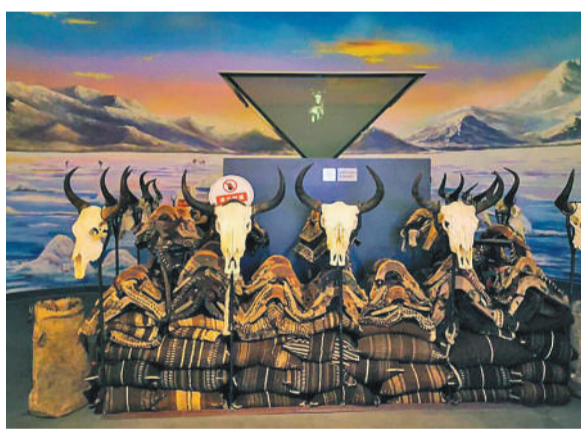
提质量：增强文旅产业融合

在湖北省文化厅第八批援藏干部王建文的大力推动下，湖北迈亚毛纺织公司专家团队走进西藏山南，为扎囊阳光毯厂等3家当地民族手工业企业、合作社改进工艺水平。山南还与北京服装学院签订了“山南市传统工艺设计提升课题任务书”，将以山南优质的原料为基础，设计雅鲁藏布系列现代藏装，其中100套设计方案已经初步形成。

“将现代审美与传统文化相结合，之后我们还将改进手提包、鞋子等产品的设计风格，提升山南文旅产品在市场上竞争力。”王建文介绍。目前，山南163家民族手工业企业、合作社年产值已突破亿元。

“西藏文化企业‘小弱散’是表象，产品功能单一、质量不佳才是本质。文旅产业要真正激活旅游市场还得要不断提升旅游产品的质量。”王建文认为。作为一名援藏干部，他尽己所能搭建起山南文化与湖北文化交流的桥梁，帮助山南有潜力的文化企业、合作社改进生产工艺，促进文化产业“走出去”与“请进来”相融合。

文旅产业是西藏的战略支撑性产业。在这样定位的背后，是近些年西藏文旅产业不断加快融合的步伐越来越快。



西藏牦牛博物馆内陈列的用牦牛头骨制作的展品。格茸拉姆摄

“十三五”期间，西藏不断加强文旅产业融合的顶层设计。西藏出台了《自治区人民政府关于大力推进文化旅游深度融合加快发展西藏特色文化产业的意见》，这是继2002年以来政府层面出台的第三个文化产业领域的纲领性指导文件。西藏自治区文化厅联合区财政厅、中国人民银行拉萨中心支行出台了《推进文化金融合作的实施意见》，为西藏“文化+金融”工作开展提供政策保障。

本版编辑 王宝会

电子邮箱 jjrbydc@163.com

4月19日，一场名为“发现喜马拉雅”的西藏当代艺术展在成都国际金融中心正式开展。4月20日，拉萨河畔宝瓶山下，《文成公主》藏文化大型史诗剧在灿烂的星河下开启第七季演出。此前，《文成公主》已完成六季演出，累计演出上千场，演出及旅游配套接待游客突破210万人次，实现收入7.7亿元。



4月23日，西藏本土品牌“创意西藏”亮相今年广交会。图为游客向参展商咨询西藏羊绒产品。格桑摄

围绕“走出去”“引进来”，独具魅力的西藏文化在产业化的路途上越走越远，越走越宽广。西藏文化产业发展“十三五”规划提出：“十三五”期间，西藏全区文化产业增加值占全区地区生产总值比重力争达到5%，文化产业将成为未来带动西藏经济发展的支柱性产业之一。

据西藏自治区文化厅产业发展与资源开发处统计，西藏文化产业产值从2013年的24.24亿元增长到2018年的46亿元，连续5年保持10%以上增速。截至目前，西藏现有各类文化企业6000余家，从业人员达5万人，文化产业示范园区(基地)234家。

走出去：彰显独特文化魅力

家住深圳南山区的周峰最近都在关注深圳文博会的消息，自从4月份和家人前往西藏旅游以后，周峰就迷上了多姿多彩的藏文化。

“听说深圳文博会上有西藏展馆，我就特别期待，希望能再睹西藏文化的魅力。”周峰说。

作为中华文化的一部分，独具魅力的西藏文化近年来越来越受游客的欢迎，除了藏文化自身的魅力外，跟西藏自治区政府大力发展、重点推介文化产业也有很大关系。

多年来，西藏文化产业发展的“小弱散”问题一直没有根本解决，其中固然有资金、人才等原因，但西藏本地文化市场狭小是更为关键的制约因素。鉴于此，西藏自治区文化厅自2017年启动在区外重点城市和地区建立常设性的“西藏特色产业贸易服务窗口”，以此促进区内外市场和资源有效联动，倒逼西藏特色文化产业的发展。目前，西藏已在上海、深圳、南京、长沙等地建设了“西藏特色产业贸易服务窗口”。

2019年是“文创西藏”区域公用品牌的培育年，除了继续组织好西藏特色文化产品参加北京文博会、深圳文博会、西部文博会等展览展会，西藏将重点打造区外“西藏特色产业之窗”。

在南京市老门东历史街区，由西藏自治区文化厅打造，江苏藏缘文化发展有限公司运营的“西藏特色产业之窗·南京”，10平方米高清晰度、高亮度LED大屏滚动播放着西藏元素的视频，唐卡、藏香等分门别类，一股浓郁的藏文化气息扑面而来，让人仿佛置身西藏一般。

“依托这样的窗口，西藏特色文化产业不仅可以与内地艺术进行交流，更开拓了市场。”西藏自治区文化厅产业发展与资源开发处处长罗布次仁介绍。

2018年5月4日至9日，包括西

