

《云南文化品牌建设与发展研究》最终成果简介

一、课题研究的目的是意义

随着社会生产力的迅速发展和人民消费水平的提升,品牌作为现代市场经济中高附加值的区别性文化特征,在日益激烈的市场竞争中,发挥着越来越重要的作用。文化品牌不仅蕴涵着无限的市场经济价值,而且关系到地区形象的建设,关系到整体软实力的强弱。对建设云南丰富的文化品牌是应对国内外经济、文化冲击,建设民族文化大省、实现由资源大省向经济大省转变的关键。

该课题的研究在理论和实践上,为政府和企业建设和提升云南文化品牌内涵提供决策咨询,以促进云南文化品牌价值的实现,市场竞争力的提升,最终起到保护、充实、提升文化品牌,探索文化产业发展重要内容和路径的作用。

二、研究成果的主要内容和重要观点或对策建议

随着社会生产力的迅速发展和人民消费水平的提升,品牌消费已经成为当今社会市场竞争的主要内容。品牌对云南社会经济发展起着极其重要的作用,改革开放以来,云南品牌从数量到质量上都呈现出积极上升的态势,从单一的烟草、矿冶、特色产品和一些轻工品牌拓展到生产生活的多个方面。随着产业结构调整,旅游产业和文化产业等新兴产业的发展,近年来还涌现出一大批旅游、文化品牌。由于云南丰富多元的民族文化资源和产品在文化产业的发展中体现了巨大的优势,云南文化品牌的数量和质量也在大幅度地提升,其与传统产品品牌之间有着必然的联系,一方面又体现出文化内涵、影响力方面的特殊价值。云南文化品牌直接关涉到云南文化产业和经济社会发展的方式和走向。正是关注到文化品牌对云南的重要性所在,本课题以云南文化品牌为主要研究对象,重点开展了以下几个方面的研究:

首先是对云南文化品牌进行了现状的分析和研究,民族文化大省建设以及近年来文化产业的发展,云南文化品牌进入快速发展时期,文化品牌的层次、结构得到完善。云南文化品牌已经形成三大类型,包括文化产品品牌,如滇西的银铜器、木雕、扎染,《云南映象》、《古鑫宴舞》、云南花卉、普洱茶等民族手工艺品、文化艺术产品和区域特色产品在作为具体产品的同时逐渐发展成为民族和区域文化的标志,体现出更大的文化影响力;而原生态歌舞、云南旅游和云南民族文化等一系列由同类产品或者服务集聚形成的类型性文化品牌,也发挥着规模化的文化带动力;东巴文化、香格里拉和西双版纳则是从一种民族文化、一个地名发展成为包含了民族、区域所有文化现象、体验和意义的整体性文化品牌,这样的品牌在云南发展地区经济和繁荣民族文化、提升文化软实力的过程中发挥着至关重要的作用。云南以民族文化为文化品牌的主要内容,民族文化品牌的建设可以强化云南的整体形象,并且成为云南旅游业持续发展的核心支撑力量,同时民族文化品牌的建设还丰富了地方文化生活,是和谐社会建设的重要内容,更是促进地方可持续发展、增强地方竞争力的重要力量。

该课题研究的第二方面,是在现状分析的基础上总结出了云南文化品牌建设和发展的基本经验以及存在的问题和不足。云南文化品牌建设的经验,主要是以资源构筑品牌基础、以生产铸造品牌形象、以服务充实品牌内涵、以营销扩展品牌影响。存在的不足和问题,主要体现在相关部门和企业对文化品牌建设重视不足、认识存在偏差,资源型和产品型的品牌居多,品牌结构不合理,文化品牌内涵提升乏力,缺乏可持续眼光,缺乏打造大品牌的创意。

第三方面,是在上述现状和问题分析的基础上提出了云南文化品牌建设的基本路径,即尽快培育一批具有发展潜力,一定影响力的文化品牌,拓展云南文化品牌的类型、层次、数量,完善云南文化品牌的结构,加快文化产业与旅游产业互动,充实、壮大传统旅游线路、景区、景点,开发高端文化旅游产品,充实、壮大云南民族文化旅游品牌,加快文化资源与文化品牌的整合,强化云南文化品牌整体发展与营销云南的意识,充实、壮大“文化云南”品牌。本课题针对政府决策咨询的需要,进一步提出了培育、充实、壮大云南文化品牌的政策与措施,即强化文化品牌的自主创新意识,出台有利于文化品牌自主创新的政策,加大对文化品牌知识产权的保护,培育文化品牌建设的保障机制,加强文化品牌的宣传营销。

三、成果的学术价值和应用价值

该课题将关注的重点集中在云南民族文化大省建设和文化产业发展过程中涌现出来的一些在文化影响力上起到重要作用的品牌,这些品牌和一般的商品品牌、著名产品等不尽相同,而是以丰富的文化内涵渗透和带动旅游、文化休闲娱乐、民族民间工艺品等行业的发展,体现出极大的活力。随着文化产业的迅速发展,包括像云南旅游、香格里拉等都逐渐形成文化价值明显产生辐射力的系统性、整体性的文化品牌,为云南文化产业的发展和地方社会经济的发展提供了牵引力。因此,该课题在品牌研究方面不局限于纯粹经济学上对品牌的一般界定,而是结合云南实际创新性地以独具特色的云南文化品牌为研究对象进行分析研究,并高度重视其复杂性、关联性和渗透性研究,形成了对现代文化产业理论研究不足的一个重要的内容补充,在云南文化品牌的建

设和发展方面提供了详实的材料，阶段性成果形成的论文都发表在国内文化产业方面较具有影响力的刊物上，体现了新颖和切实的学术价值。

同时课题在研究过程中注重实证性，大部分的材料都源于课题组成员亲自田野调查的来的一手资料，因此研究报告和发表的几篇论文能够较为全面的展现云南文化品牌自形成发展到壮大的过程、类型和存在的问题，并针对这些问题通过比较研究站在全省的角度上提出了进一步文化品牌建设的对策、路径和方法，具有较高的实践性，可为相关政府部门提供必要的决策咨询参考，具有切合实际的应用价值。

课题名称：云南文化品牌的现状和对策研究

课题负责人：李炎

所在单位：云南大学

课题组主要成员：林艺、王佳、郑宇、陈芳

结项时间：2009年7月20日

版权所有：云南哲学社会科学规划办公室

技术支持：云南网际科技有限公司

电话：0871-3122915 E-MAIL: ynskghb@yunnan.cn