

# 激发文化消费活力： 满足人们对美好生活的期待

编者按

文化消费是消费的重要组成部分,也是衡量市民生活品质的重要指标。扩大文化消费,是经济转型升级和文化大发展大繁荣的现实要求。十九大报告指出,我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这一重大判断为我国进一步扩大和引导文化消费指明了方向,也提出了更高要求。

美好生活需要文化,文化助力美好生活。文化供给水平的提升和文化消费潜力的释放,对于提升人民群众的获得感、幸福感具有举足轻重的作用。自2016年6月宁波被文化部命名为第一批国家文化消费试点城市以来,我市着眼于推进文化领域供给侧结构性改革,启动了引导和扩大文化消费工作,探索如何通过创新文化消费机制与政策,释放文化消费潜力与空间,更好地满足市民的精神文化需求。



11月18日,第二届“文化宁波”城市定向赛举行。(资料图)

## 宁波推进国家文化消费试点城市建设的实践与成效

甬文

自宁波被文化部命名为第一批国家文化消费试点城市一年多来,我市紧密结合实际,多管齐下,综合施策,国家文化消费试点城市建设稳步推进,取得了较好成效。据统计,2015年居民人均教育文化娱乐支出占人均消费总支出的11.1%、同比增长13.7%,2016年分别上升到12.1%、16.4%,增长幅度列八大类生活消费支出之首,显示了宁波文化消费的巨大潜力,文化消费成为新的增长点。

### 1、加强顶层设计

被列为国家文化消费试点城市后,我市第一时间组织专家团队实施“供给侧结构性改革背景下宁波文化消费对策研究”,通过开展线上线下文化消费现状调查,分析文化消费的特点、热点、难点和突破点,提出扩大文化消费的政策措施。2016年,我市发布《宁波市“十三五”时期文化产业发展规划》,明确要以推进国家文化消费试点城市建设为抓手,到2020年宁波文化产业增加值占地区生产总值的比重达到8%,以打造“书香之城、音乐之城、影视之城”为主要抓手,建设魅力独特、影响广泛的东亚文化之都。2017年6月,市政府办公厅下发了《宁波市引导城乡居民扩大文化消费试点工作实施方案》,确立供给侧结构性改革和需求侧管理并重、文化事业和文化产业融合互通的推进思路,逐步扩大宁波文化消费规模,探索形成促进文化消费的宁波模式。

### 2、强化综合保障

市政府一直以来把文化消费作为拉动经济增长的重要引擎,对引导和扩大文化消费工作高度重视。为推进国家文化消费试点城市建设,市政府专门成立了宁波市引导城乡居民扩大文化消费试点工作领导小组,统筹开展各项试点工作。2016年,市级文化产业发展专项资金总体规模达到2亿元,对100余个优秀重点文化创意产业项目予以补助、贴息和奖励,对经认定的15个市级文化产业园区和17个市级文化产业培育园区予以扶持。2017年,为保障文化消费试点各项任务落到实处,专门落实国家文化消费试点专项资金,资金规模1500万元,重点支持发放惠民电子消费券、举办文化消费节庆活动、新建文化消费场所和建设文化消费公共服务平台,引导社会资本投入文化消费领域。

### 3、丰富消费供给

以重大文化消费展示平台促进消费。2016年4月,市政府首次举办中国(宁波)特色文化产业博览会,此后每年同期举办一届。据统计,两届文博会展览面积近10万平方米,总参观人数35.3万人次,现场成交额7.08亿元,意向成交额20.28亿元,各类签约项目和意向签约项目500多个。中国(宁波)特色文化产业博览会已经成为国内具有较大影响的文化展会。以文化惠民惠企活动引导消费。2016年,公共财政累计补贴1600万元扶持市级4个剧场举办高

雅艺术演出活动,全年举办400多场演出活动,20余万市民享受了文化福利。市、县两级共投入5000万元面向社会购买戏剧、电影等各类文化产品和服务,全年送电影下乡25000多场,送戏剧下乡6000多场。2016年下半年启动实施的“一人一艺”全民艺术普及工程,已吸纳了104家社会联盟机构,开发了各类培训3000多课时,制作了30集艺术教育“慕课”(大规模开放的在线课程),20多万人从中获益。

以重大文化节庆带动消费。2016年是“东亚文化之都·2016宁波”活动年,全市开展文化、教育、体育、宗教、旅游、经贸等各类活动217项。2017年9月第十五届亚洲艺术节在宁波举行,此外,市民文化艺术节、阿拉音乐节、宁波书展等重大文化消费节庆活动,以及各区县(市)举办的文化节庆活动,为市民参与文化消费、享受文化服务提供便利。推进文化与商贸、旅游、体育等跨行业融合,在购物节、旅游节、服装节等品牌活动中举办文商、文旅互动活动,拓展文化消费空间。

### 4、改善消费环境

着力把好人关和出口关。一方面,进一步深化审批制度改革,落实市县文化行政审批层级一体化,深化市县同权同批模式,2016年新增市县同权同批事项35项,累计48项,文化行政审批窗口被评为市级优胜窗口。2017年又启动了“最多跑一次”改革,最大程度方便群众办事。另一方面,积极深化

文化市场行政执法体制改革,加强文化市场环境整治,不断净化文化消费市场环境,全市文化市场良好率保持在95%以上。

创新金融支持消费方式。早在2014年,宁波日报报业集团就牵头推出文化金融IC卡——宁波文化卡,截至2017年6月,已与3家金融机构达成合作协议,签约文化机构和企业400余家,包括书店、影剧院、博物馆、娱乐、艺术品市场、旅游等文化机构及文化企业,发卡数量超过60万张。

鼓励社会资本投入文化领域。2016年全市共引进文化企业超过1200家,注册资金超过70亿元,其中注册资金超过1000万元的文化企业有300余家;引进重大文化产业项目60余个,总投资超过350亿元。

培育新兴文化消费场所。“书香之城”“音乐之城”“影视之城”的建设步伐加快,宁波音乐港、宁波文创港等积极推进,民营投入建设的罗蒙环球城、博地影秀城等成为长三角旅游热点,三联书店等一批品牌书店落户宁波,全市1700多家实体书店正在转型升级。加强文化类特色小镇培育和特色小镇内的文化建设,杭州湾滨海欢乐小镇等3个小镇被授予浙江省特色小镇称号,杭州湾滨海欢乐小镇、宁波博物馆、图书馆、美术馆等3家文化文物单位被列入国家文化创意产品开发试点。今年9月,具有70年历史的宁波天然舞台重新开业,成为市民享受文化消费大餐的新去处。

(作者单位:市文广新闻出版局)

## 推动宁波文化消费增长的路径选择

陈建祥

### 1、注重供给侧结构性改革,扩大文化产品有效供给

一是加强高端文化精品创作。通过政府购买服务等途径,引导和支持文化企业打造特色原创文化精品,提供更多高端、优质文化产品和服务,优化文化产品供给结构。重视企业家精神在文化产业创新发展中的作用,创新成果转化模式,提供更有针对性的专业服务和中介服务,推动文化创作、成果转化、产业经营一体化运作。

二是提升传统文化产品质量。弘扬优秀传统文化,加强对老字号、地理标志产品等传统文化产品的品牌培育和保护,引导具有自主知识产权、传承民族传统文化和技艺的文化产品生产企业,加快质量提升、打造知名品牌、增加品牌文化附加值、提升质量竞争力。鼓励文化文物单位文化创意产品开发,引进举办各类主题鲜明的精品展览,通过委托经营、授权经营等方式,假日文化消费选择,释放消费潜力。通过创意设计服务,强化民族工艺产品的精致化、时尚化、功能化、传承和弘扬优秀传统文化,为文化消费升级提供新的支撑。

### 2、注重平台建设,提升文化消费便捷度

一是举办惠民文化消费季。举办主题惠民文化消费季,公开征集合作单位与活动项目,发放惠民文化消费电子券,用财政资金撬动和促进大众文化消费,推出“文化消费品牌榜”评选活动,推动文化消费的常态化。

二是建设线上线下结合的智慧城市文化消费平台。借鉴南京城市文化消费O2O综合服务平台“南京客网”经验,建设线上的文化娱乐信息即时播报和购买平台,鼓励文化企业通过平台向消费者提供最新信息,以绩效奖励引导文化企业提高文化产品和服务的供给质量,降低文化消费实时数据收集成本,线下升级文化消费卡功能,推动各级政府发放升级后的文化消费专属信用卡,扩大文化卡签约商户覆盖面,形成“一季、一网、一卡、一券”联动,线上线下结合的新型文化消费平台。

三是加强消费型文化园区建设。聚焦文创产业生态圈,提升现有消费类文化园区档次和品质,注重园区文化的体验与消费,将消费渗透于产品有关的各个环节。重视创意产业园区模式的城市工业文化遗产保护与利用,通过生态环境修复与遗址保护,形成一批能反映宁波城市功能的高品位街区和特色文化消费综合体。

四是塑造文化消费品牌。实施文化消费品牌引领战略,继续举办宁波特色文化产业博览会、中国国际声乐比赛、中国戏剧节、中国开渔节、阿拉音乐节、市民文化艺术节等重大活动,办好宁波交响乐团,打造一批主题鲜明的文化消费活动品牌。实施

“夜文化、夜休闲、夜宁波”品牌工程,提升“老外滩”“三江夜游”“阿拉文化夜市”等具有宁波地域特色和文化特征的消费品牌,打造“夜游”宁波专线。

### 3、注重消费观念转变和消费能力提升,培育文化消费氛围

一是更新文化消费观念。创新办节模式,更多引入商业化运作方式,引导消费者树立文化消费是每个家庭的正常支出、个人生活的有机组成部分的理念。推进“一人一艺”全民艺术普及工程,提升公民整体文化素质,培育健康向上的文化消费观念,逐步形成乐于文化消费、享受于文化消费、得益于文化消费的良好氛围。

二是提升文化消费能力。努力增加居民可支配收入,为居民提供更多更好的公共服务和社会保障,特别是医疗、养老、教育和住房等公共服务,减少被动预防性储蓄,提升城乡居民文化消费意愿和消费能力。

三是培育未来文化消费群体。通过加大优惠、加强宣传、产品进校园等手段,让青年学生尽早接触更多种类的文化作品,形成对文化消费的黏性,培育宁波文化消费的新生力量。

### 4、注重政策支持,加大文化消费保障力度

一是加大财税支持力度。转变财政资金补贴方式,从原有主要供给端逐步转变到直补消费端,形成居民对文化产品的自主选择机制,促进供需更有效对接。提高对文化卡加盟商户的扶持和绩效奖励力度,通过以奖代补,激发、提升文化企业的服务质量和惠民力度。

二是加大金融服务文化消费力度。健全中小文化企业担保风险补偿池运作机制,完善文化消费支付环境,扩大网上银行、第三方支付等新型支付手段的应用,提高演出院线、动漫旅游、艺术品互联网交易等领域的支付结算便利度。完善文化产业的金融中介服务,探索文化产品与服务评估办法,缓解文化企业尤其是小微文化企业资产评估难、融资担保难等问题。

三是完善文化消费统计监控制度。推进文化消费统计工作,选择若干商家(包括消费场所、市场主体等),和具有代表性的街区、园区,设立文化消费监控点,建立文化消费监控体系,设立区县(市)文化消费综合指数,并纳入年度文化产业发展考核测评指标体系。

四是完善文化消费权益保障制度。加大文化市场综合执法力度,严厉打击侵害消费者权益的行为,提高市场监管效能。加快推进文化消费领域产品、服务标准化体系建设,发挥标准化对建设安全可信消费环境的支撑作用。建立健全简便、灵活、高效的文化消费争议解决机制,充分发挥消费者权益保护委员会的调解功能。

(作者为市社会科学院文化研究所所长)

## 国内相关城市推动文化消费增长的经验借鉴

陈珊珊

### 1、国内相关城市推动文化消费增长的经验

一是立足本地,借助优势资源因地制宜。城市自身的经济发展水平和要素禀赋是建立区域特色文化消费模式的基础,各地都在致力于深挖本地优势文化资源,培育特色文化消费。如云南省丽江市依托文化旅游特色资源,探索出了“以民族文化为引领、实现文化与旅游深度融合”试点模式。

二是深挖潜力,通过综合性惠民活动带动文化消费。综合性惠民活动可以发挥供需对接平台和资源链接纽带作用,激活市场活力,释放市民的文化消费潜力。目前全国各地许多城市都在探索综合性惠民活动,北京是其中的佼佼者。通过大规模发放惠民文化消费电子券、完善监管体系、形成特色活动品牌等,预计2017年北京市惠民文化消费季活动直接文化消费金额将突破160亿元。

三是集中力量,打造一批受消费者青睐的文化消费场所或消费集聚区。打造优势文化消费场所和消费集聚区能提高文化消费便捷度,优化文化消费体验,为市民提供更加优质便利的文化消费条件。如湖南省长沙市启动“消费集聚区建设计划”,实施文化产业园区“满园扩园”行动,提质建设特色文化产业园区,利用文化产业园区企业集

中、消费能力强的特点,培育建设文化消费集聚区,重点培育以天心文化产业园为核心的传统文化消费集聚区、以华谊电影小镇、大王山为核心的文化旅游度假区、以湖南广电为核心的影视文化集聚区等11个集聚区。重庆市整合文化消费场所优势资源,筛选出1000家文化企业组建“重庆文化消费企业联盟”,评选“双百佳文化消费新领地”。

四是打破界限,实现文化事业向文化产业导向。文化事业与文化产业之间存在着相互促进、相互支撑,甚至相互交织的关系,打破文化事业和文化产业的界限,可以成为扩大文化消费的重要途径。如安徽省合肥市在试点居民文化消费激励政策时规定,市民参与公共文化消费评价可以获得积分奖励,积分则可以用于自主文化消费。河南省郑州市鼓励居民前往公共文化场所参与公共文化服务活动,借助互联网技术(手机APP)对公共文化服务活动进行评价。签到、分享、评价均可获得相应积分,凭积分兑换电子券,到试点文化企业抵用现金消费,享受文化消费补贴。

五是推动“文化+”,多方面培育文化消费新的增长点。通过创新举措和思路,推动文化融合发展,是扩大文化消费、引领消费结构升级的重要方向。如深圳市(福田)确立了“融合发展,互利共赢”的总体思路,通过“文化+商圈”“文化+移动互联网”“文化+金融”等途径全面推进试点工作,

在第十三届文博会(2017)期间,举行“华强北文化消费节”,将文化艺术活动引进全国最大的电子商圈华强北商业街区,上演了“一带一路”主题系列艺术文化展、深圳(福田)国际影像科技文化周等11场文化消费专项活动。

### 2、对宁波推动文化消费增长的启示

一是充分利用自身资源禀赋发展特色文化消费。加快特色文化产业发展。扩大文化产品和服务的有效供给,重点抓好文化文物单位文创产品开发,地域特色演艺精品创作与营销等;搭建特色文化产品的展览、展销平台,做大、做强中国(宁波)特色文化产业博览会。培育特色文化消费场所。以慈溪古香艺宝小镇、宁海十里红妆爱都小镇、海曙梁祝爱情小镇等特色文化小镇为依托,打造一批特色文化消费集聚区;以提升市民文化消费意愿和体验为宗旨,在市、区县(市)两级商业区域开发中,打造几个有影响力的文化消费综合体。

二是不断创新文化消费补贴和激励方式。从总体趋势上,政府的扶持引导资金应由补贴供给端、引导产品生产,转向直接补贴消费端。可在现有文化卡基础上,尝试叠加其他文化消费补贴和激励方式。扩大文化消费电子券的发放规模和适用范围,在市民文化艺术节、特色文化产业博览会等大型文化节庆活动期间,发放百万以上规

模的消费券,并将适用范围扩大到戏剧演出、图书音像、电影观映、文化衍生、文化旅游等全领域。开展积分兑换奖励活动,鼓励居民通过参与公共文化活动赚取奖励积分,并兑换相应优惠券用于试点文化企业消费,实现从文化事业向文化产业导向。

三是进一步发挥文化企业(商户)在试点工作中的主体作用。充分发挥市场在文化资源配置中的主导作用,激发文化企业(商户)的内生动力和发展活动,扩大企业(商户)参与试点工作的比例,建立市文化消费试点单位(企业)名录,组建“文化消费试点企业联盟”,鼓励企业(商户)参与、创办各类文化消费活动,评选文化消费品牌榜等。

四是全面促进文化融合。促进文化与商业融合。实施“文化+商圈模式”,将文化消费活动引入成熟的商贸区,共享商圈现有的商业空间与消费客流;加强公共文化场所与消费性文化商贸功能区在空间布局和服务内涵上的有机结合。促进文化与移动互联网融合。加快打造集信息发布、消费交易、监测管理、政策服务等多功能于一体的文化消费公共服务平台,加强对文化消费大数据的分析和运用。深化文化与科技、金融等要素的融合。推动文化消费与信息消费融合,加快推进文化产品和服务的数字化进程;创新文化消费金融产品,发挥金融创新对文化消费的刺激作用。

(作者单位:市社会科学院)