

让文化消费成为国家中心城市美好生活的助推器

——文化消费试点工作之“郑州模式”路径探析

去年以来,市民赵先生去文化馆、艺术中心等文化场所的频率不知不觉变高了,手机上“郑州文化消费”APP成为他的常用软件之一,除了领用户红包外,他还通过公共文化场所签到、公共文化评价等形式获得文化消费积分,用积分兑换电子券,到试点文化企业抵用现金消费,享受文化消费补贴。他告诉记者:“在试点企业购书、看电影、看演出都有政府补贴,参与这些文化活动的积极性更高了!”和赵先生有着同样感受的郑州市民还有很多。

2017年2月,郑州市被文化部确定为第一批国家文化消费试点城市。在文化消费试点工作中,郑州市以“文化消费·品味生活”为主题,按照“政府主导、市场运作、社会参与、文化惠民”的原则,利用移动互联网和大数据技术建立郑州市文化消费综合信息平台,通过“政府财政补一点、文化企业让一点、文化产品价格低一点、广大市民出一点”引导扩大居民文化消费。

郑州市文化消费综合信息平台显示,截至2018年10月底,文化消费交易总额为3029万元,补贴金额约1458万元,补贴引进精品剧目410万元,参与文化消费试点群众达576万人次,间接拉动消费规模32760万元,撬动社会资本投入文化领域资金16.7亿元。文化消费试点积极培育了市民的文化消费需求,优化了文化消费环境,加快释放了文化消费潜力,带动了相关领域消费,有力地促进了文化产业发展,取得了较好的社会效益和经济效益。2018年6月,郑州市被文化和旅游部评为“国家文化消费试点先进城市”。



多策并举 激发郑州文化发展活力

文化消费具有贴近百姓生活、需求潜力大、带动作用强的特点。扩大和提升文化消费是扩大内需、稳增长的重要渠道。文化消费与群众的幸福指数密切相关,是全面建设小康社会的目标中能够体现人民生活质量的一项重要指标,也是满足人民对美好生活向往的重要途径。

从郑州的实际情况来看,文化消费试点工作的开展丰富了文化产品供给,带动了文艺精品和文创产品的创作和研发,有力促进了郑州文化产业的发展升级。

“结合我市文化消费实际数据、补贴经费额度,我们确定对图书、电影、演出及文创产品等四种文化产品和服务按一定比例进行消费补贴。同时还引进精品剧目来郑演出,增加高层次的文化产品供给,引导和扩大文化消费。”郑州市文广新局党组成员、调研员王道远告诉记者,市民参与文化消费和服务时有自主选择权,这从某种程度上来说,“倒逼”文化企业、文化产品的供给方转型升级,“结合《关于推动文化文物

单位文化创意产品开发若干意见》的贯彻落实,我们鼓励文创企业与河南博物院、郑州美术馆和博物馆等联手,开发符合当代审美观念的文创产品;同时也鼓励和引导文化企业积极开发文创产品,对一些在文创产品开发方面做出积极贡献的企业,在省、市级产业扶持资金方面进行重点推荐和支持,鼓励企业深入挖掘本地文化资源的价值内涵和文化元素,开发艺术性和实用性有机统一、适应现代生活需求的文化创意产品。”

在文化消费试点工作中,郑州市有意识地围绕扩大文化产品有效供给进行了探索,将全市文化消费融入文化消费试点工作,并借助外力增加产品供给。

在增加文化产品供给上,郑州今年2月制定出台了《郑州市引进精品剧目演出补贴暂行办法》,鼓励引进国家级专业院团及获国家级专业奖项剧目来郑演出,增加高层次的文化产品供给,引导多元文化消费。4月26日,中国歌剧舞剧院《昭君出塞》作为郑

市引导城乡居民扩大文化消费试点引进剧目的首场演出,在河南艺术中心大剧院精彩上演,演员们细腻的处理与丰富的表现力,不仅展现了王昭君“落雁”的美貌,更刻画了王昭君出塞的心路历程,表现出华夏民族的大爱情怀和家国情怀,为广大观众带来了精神的享受与升华。

与郑州经常举办的公益性文化惠民演出不同的是,这次演出是试点企业演出经纪机构引进的剧目,完全市场化运作,对符合条件的引进剧目政府给予“以奖代补”。为什么不搞成全免费、纯公益的演出?郑州市文广新局文化产业处处长梁晓华告诉记者,“以奖代补”只补给试点企业经纪机构,市民看演出必须买票,目的是为培养和引导市民形成购买文化产品的习惯——文化消费。

在文化消费试点工作中,演出经纪机构先后引进了中国国家话剧院《青春禁忌游戏》《大宅门》、中国歌剧舞剧院《昭君出塞》《孔子》、中央芭蕾舞团《红色娘子军》、中国儿童艺术剧院《三个和尚》和《特殊作业》、太原市晋剧艺术研究院《傅山进京》、陕西省戏曲研究院《大树西迁》等9台精品剧目,组织22场演出活动,剧场观众达2.5万人次,网络直播观众人数达55万人次,通过调查问卷、现场采访了解,市民满意度达99%,这些国家级精品剧目都是首次在郑州亮相,传递了具有不同时代特色的核心价值理念,给居民呈现了前所未有的视觉盛宴。

“松社书店这次被纳入70家图书消费试点企业之一,我的切身感受是,它实实在在培养了人们的消费意识和消费观念。”松社书店负责人刘磊讲述了一个小故事:一对母女常在松社书店看书,但之前只是一个“读者”,得知购书补贴政策后,母亲在书店为女儿买了绘本,完成了在书店的第一次消费,成为了“文化消费者”……由文化消费补贴拉动居民消费的故事不胜枚举。

随着郑州经济的发展和居民收入水平的提高,精神生活的质量逐渐成为人们关注的焦点。通过文化消费试点工作的开展,人们的文化需求和郑州文化产品生产、供给等环节,正在形成良性的循环互动。以文化消

费试点引导电影产业发展为例,全市电影放映经营单位达97家,同比增长36.6%,全年放映电影106.53万场,全市电影票房总收入为7.27亿元,同比增长15.6%。“公益电影”放映23508场次,受益群众达364.85万人。

被确定为国家文化消费试点城市之后,郑州市民文化消费生活质量的提升迎来了新的契机:全市常住人口988.07万,截至2018年10月底,参与文化消费总人次达576万,其中参与公共文化场所人次达81万,占总人次的14%。下载注册“郑州文化消费”APP总人次达13.38万,居民对公共文化场所评价内容及总量达26.4万条,居民满意度达98%。极大推动了居民参与公共文化活动的积极性,有力促进了全市文化消费和文化产业发展,实现了政府作引导、企业获收益、群众得实惠的文化消费新模式,取得了社会效益和经济效益双赢的良好局面。

文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信,郑州市委、市政府一直高度重视文化产业工作,把文化产业作为五大战略产业之一进行重点培育。今年4月份,市委、市政府出台了《郑州市加快文化产业发展若干政策》,每年安排2亿元专项资金扶持优势文化产业项目,郑州市文化企业数量达到了17469家,其中规模以上企业584家,营业收入超亿元文化企业138家。

目前,郑州市拥有国家级文化产业示范基地3个,国家级动漫产业基地1个,国家文化出口重点企业2个,省级文化产业示范基地2个,省级文化产业示范基地18个,省级文化出口示范基地1个,省级文化产业特色乡村4个。国家动漫产业发展基地(河南基地)、“华特迪士尼”、“只有河南”主题演艺公园、宋城·黄帝千古情等一批知名文化产业项目已落户郑州。天地之中文化旅游专业园区、中原科技创新文化产业园、郑州国际文化创意产业园等三大重点文化产业园,入驻企业达486家……可以想见,这些文化项目的落地开花,不仅为郑州百姓提供了丰富的文化休闲消费场所,身处全国交通枢纽的郑州,也将迎来更多外省市乃至世界各地游客的光临。

乘“网”破浪 打造文化消费“直补激励”模式

中国传媒大学文化产业管理学院院长兼文化发展研究院院长、文化和旅游部文化产业专家委员会主任范周在解读《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》时提出,要“适应和引领个性化、多样化的文化消费发展趋势,建立扩大和引导文化消费的长效机制”,就要一方面强化公共文化建设对文化产业发展的反哺和支撑作用,另一方面释放文化消费需求,建立文化消费长效机制。

范周的观点,与原文化部和财政部2016年印发《关于开展引导城乡居民扩大文化消费试点工作的通知》的精神一脉相承。为做好试点工作,作为首批试点的郑州市在试点工作开始之初,就成立了以分管文化的副市长为组长,市文广新局、市财政局、市税务局、市金融办、市发改委、市工信委、市商务局、市旅游局、市文物局和市统计局等10个单位相关领导为成员的领导小组,下设办公室负责统筹协调推进文化消费试点工作,并专程赶往北京、成都、武汉、遵义、重庆等地学习先进经验、博采众长,研究制定了《郑州市开展引导城乡居民扩大文化消费试点工作实施方案》《郑州市引进精品剧目演出补贴暂行办法》,市财政拨付2500万元专项资金,为文化发展提供政策和资金保障,加大文化消费补贴力度,切实推进供给侧发力,激活需求端潜力。

郑州市文广新局党组书记、局长宋建国介绍,试点工作开展以来,郑州市立足本地实际情况,明确了“以文化产品供给为出发点,以引导广大居民消费习惯为着力点,以搭建方便快捷供需平台为发力点,以提升全市文化消费水平为落脚点”的工作思路,设计推出了“郑州市文化消费直补激励模式”,即通过对居民文化消费支出的部分,按照一定的比例给予财政直接补贴,从而降低文化产品价格,引导扩大文化消费;通过采取评价积分激励消费政策,鼓励居民参与公共文化活动,激励文化消费。

在具体做法上,就是依托郑州“绿城通”平台,搭建一个数据平台;利用移动互联网和大数据技术建立郑州市文化消费综合信息平台;采取两种补贴模式:文化消费补贴和评价积分补贴;采用三种消费方式:通过“郑州文化消费”APP、“城市一卡通”、“手机绿城通”进行文化消费并领取补贴;确定四类行业补贴:对图书、电影、演出、文创产品按一定比例进行消费补贴;引进十台精品剧目;引进10台国家级专业院团及获国家级专业奖项剧目来郑演出;实现百企联动:在郑州市10个试点区内筛选四类共110家社会文化企业、17家公益文化场所,作为文化消费试点企业和单位,基本覆盖了试点范围内的城乡街道。

郑州将4个开发区和6个市辖区设为试点区域,在试点区域范围内,确定70家书店为试点企业,购买书籍的补贴比例为消费金额的30%;确定20家影院为试点企业,购买电影票的补贴比例为消费金额的50%;确定7家演出场所为试点企业,购买演出票的补贴比例为消费金额的30%;确定4家文创企业为试点企业,购买文化创意产品的补贴比例为消费金额的20%,每人年度补贴最高限额为500元。市民在使用“郑州文化消费”APP、“手机绿城通”扫码消费及绿城通刷卡消费时,可实现补贴直接发放至个人账户。这种以绿城通卡片为载体,建立补贴账户信息,以直接补贴文化消费客户的模式,既颠覆了传统补贴试点企业模式,确保了补贴资金的安全性,实现了文化惠民的普惠性,同时最大限度地方便消费者。

除了以文化消费直补模式引导消费,郑州还推出了评价积分激励消费模式。通过鼓励市民前往公共文化场所参与公共文化服务活动,借助“郑州文化消费”APP对公共文化服务活动进行评价互动。市民通过签到、分享、评价等互动形式获取相应积分,积分模式设定为每日签到奖励10分,评价奖励20分,分享相关活动至朋友圈奖励10分。市民凭积分可兑换相应的电子抵用券,在试点文化企业抵用现金消费,着实享受文化消费补贴带来的好处。通过市民到公共文化场所进行签到、对公共文化服务进行评价等数据采集,既可有效评估公共文化投入的绩效,又可有效采集公共文化领域的信息,从而促进文化事业和文化产业融合发展。

数据显示,当前我国微信用户超过9.27亿,半数用户每天使用微信超过1小时,5亿人每天在微信上花费超1小时。武汉大学国家文化发展研究院院长傅才武教授对文化消费的“互联网+”模式给予了高度评价:“互联网+”把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合,推动技术进步、效率提升和组织变革,文化要用“互联网+”进行文化消费的引导——郑州文化消费试点工作的顺利完成,无疑是对“互联网+文化”的成功探索。



文化和旅游部文化产业专家委员会工作组考察郑州市文化消费试点工作。

更上层楼 引领国家中心城市文化新生活

郑州是现代国际枢纽之城,也是底蕴深厚的文化名城,无论是深受年轻人喜爱的方特欢乐世界,还是影迷们喜爱的建业·华谊兄弟电影小镇;无论是历史悠久的黄河雕刻拓印技艺,还是小朋友热衷的动漫小樱桃;无论是文化惠民精品剧目演出,还是中外游客百看不厌的《禅宗少林·音乐大典》,郑州文化事业、文化产业发展呈现着古老与现代、传统与时尚相辅相成、百花争艳的喜人态势。

在郑州文化建设不断迈向新高地的征程中,郑州市民的文化生活质量也在发生着看得见的提升:每年3000多场的群众性文化演出活动惠及群众达600多万人次;书画、戏曲和非遗项目展示等传统文化活动走进城乡校园,在孩子们心中生根发芽;大型公益讲座“天中讲坛”迎来了王蒙、二月河、王立群等一批文化学者登台开讲,传道解惑;文化志愿者人数达4万人以上,常年活跃在城市乡村每一个角落。“绿城读书节”、郑州图书交易会已连续举办15届,每年参与群众都超过百万,郑州也因此成为全国最爱读书的十大城市之一。

为大力推动艺术精品创作生产,提高文化产品有效供给,郑州市落实文化和旅游部“大地情深”演出活动,引进《红灯记》《党的女儿》《洪湖赤卫队》《梁祝》等国内屡获大奖的优秀剧目为郑州市民提供丰盛的文化大餐。郑州市精品剧(节)目演出季活动,先后引进了舞剧《朱鹮》《粉墨春秋》、越剧《梁山伯与祝英台》、秦腔《西京故事》、淮剧《小镇》、京剧《望江亭》、芭蕾舞剧《天鹅湖》、话剧《平凡的世界》等优秀剧目,有力促进了郑州演出市场繁荣发展,满足人民日益增长的美好生活需要。

同时,还大力推动本土艺术精品创作生产,提高文化产品有效供给,广泛开展文艺精品展演,认真组织并积极参加文艺赛事,深入推动中原文化对外交流,促进文化繁荣发展。

近三年来,郑州市紧扣时代主题、繁荣文艺创作,大力实施艺术精品创作工程,组织全市各级国有文艺院团原创、改编移植、加工提升、复排剧目32台,创作了现代豫剧《朝阳城》、大型舞剧《情忠报国》、历史京剧《小小把城官》、大型廉政历史剧《春秋相国》、新编历史剧《楚汉风云》、扶贫题材剧目《老栗树》,复排了红色经典豫剧《红灯记》、传统豫剧《风流才子》、曲剧《闹家滩》等,这些剧目让“文化郑”熠熠生辉。

文化产品供给丰富后,郑州文化的影响力也在不断扩大,郑州歌舞剧院连续多年担纲文化部“欢乐春节”文化交流演出任务,先后赴美国、俄罗斯、古巴、日本、智利等30多个国家和地区开展文化交流活动,累计演出100多场,不断加强国际社会对中国文化的认同,受到所到国观众及文化和旅游部、驻外使领馆的高度赞赏。按照文化和旅游部要求,顺利完成了援建斐济图书馆中国图书阅览区项目,斐济图书馆中国图书阅览区已于今年9月在斐济首都苏瓦正式揭幕。

郑州市还积极开展两岸文化交流,承办了“河南·台湾两岸文化交流巡回演出”活动;按照文化和旅游部“春雨工程”的安排,组织文化交流队伍先后赴西藏阿里、甘肃张掖、云南勐海、贵州黔东南、内蒙古呼伦贝尔等地,积极开展与边疆民族地区的文化交流与合作,扩大了中原文化的影响力和辐射力。“我觉得现在郑州人的文化生活越来越丰富、越来越精彩,生活在郑州挺幸福的!”

郑州市文化志愿者丹红说,郑州丰富多样的节日活动不仅让她感受到了“国际郑”的文化魅力,还增强了她的文化自信和自豪感,今年的郑州市精品剧(节)目演出季让她大饱眼福;每年的“温暖新春”专场文艺演出活动,都给市民带来欢乐祥和、健康和睦的节日氛围;连续3年成功举办中国(郑州)国际马戏嘉年华,来自俄罗斯、乌克兰、巴西等“一带一路”沿线国家和地区的专业杂技、马戏表演团体,为市民群众奉献170余场精彩马戏杂技表演;中国(郑州)国际街舞大赛已成功举办六届,海内外参赛选手累计2.5万余人,观众超过30万人(次),已成为郑州文化活力的时尚标志。

郑州市文化消费试点工作不仅为郑州

市民带来了看得见摸得着的“文化实惠”,更通过文化消费的引领作用,促进了郑州文化事业、文化产业协调发展,为文化供给侧改革提供了有力的支撑。如果说试点工作是一个“点”,那么这个点则撬动了郑州文化事业的多元繁荣发展,为郑州国家中心城市建设增添了新动能。

在不久前召开的郑州市两会上,市长王新伟明确提出了今后发展目标,其中“人民群众的获得感、幸福感、安全感不断增强”,作为精神文化生活的满足无疑是老百姓“幸福感”的重要来源之一——我们也期待着,在文化消费的引领和带动下,郑州人民过上更加幸福、美好的生活!

郑州市文化广电新闻出版局供稿



今年6月9日,中国歌剧舞剧院《孔子》作为试点工作引进剧目在河南省人民会堂演出。