

领导参考

Ling dao can kao

二〇二三年第2期 总第37期

内部资料 注意保存

01. 专家谈近期经济热点问题
02. 2023年中国经济形势展望及政策建议
03. 当前经济复苏进程不对称 建议扩内需降息增加居民收入
05. 民营企业恢复元气的主要困难
08. 建立民营企业沟通交流机制 推动助企纾困政策落地落实
09. 我国民营企业科技创新面临的困境及建议
12. 发挥纾困政策效能，助力民营经济健康高质量发展
13. 促进民营经济健康发展的战略路径思考
14. 如何进一步优化外资企业营商环境
15. 数字时代文旅融合若干问题
17. 我国文旅融合水平测度研究——基于公共文化服务、文化产业和旅游业耦合协调的探讨
18. 文旅产业发展的新动向与新趋势
20. 我国智慧文旅发展的现状、模式与路径创新研究
21. 元宇宙与文旅产业融合发展的理论逻辑与实施路径
22. 基层文旅产业的发展困境与突破方向
24. 文化为魂：乡村文旅融合中的空间重构
25. 国内外文化产业赋能乡村振兴的模式探讨及经验启示

领导批示：

专家谈近期经济热点问题

当前中国经济发展需关注的问题 《经济研究》智库经济形势分析课题组：首先要正确认识我国经济修复所处的阶段。受益于疫情影响消退、消费场景修复，我国经济在经历 2-3 个月的疫后修复阶段后，居民将转向基于就业和收入的理性的消费阶段。当前应加强扩张性政策靠前发力的接续准备并有效增强市场主体发展信心。**其次，要认识到同样的经济总量增长可能蕴含着不同的劳动力需求。**高校毕业生去向主要集中在几类第三产业部门，生活性服务性的修复以及传统基建和制造业带来的总需求扩张，对解决受过高等教育青年人就业的作用有限。**最后，货物和服务净出口对经济增长负向拉动可能会逐渐显现。**居民境外旅游、购物增多，前几年因货物贸易快速增长和运费上涨，带动的运输服务出口高增长态势将难以持续。（《改革内参》2023 年第 14 期）

当前专项债领域三个焦点问题及其化解 中国人民大学财政金融学院教授、重阳金融研究院高级研究员**马光荣**：首先，是专项债一般化的问题。建议在结构上要大幅增加一般债额度，减少专项债额度。适当降低目前专项债收益覆盖倍数的要求。大幅简化专项债审批流程。其次，是专项债限额在地区间分配的问题。建议专项债限额分配应该与城市人口流入数量和潜力挂钩。最后是地方债与国债比例的问题。当前不适宜大规模用国债替代地方债。（《改革内参》2023 年第 14 期）

提振经济要有耐心 《第一财经日报》原总编辑**秦朔**：中国经济的压力之源，在于较为普遍的产能过剩和有效需求不足之间的矛盾。这种矛盾，又和 GDP 优先目标下的政府行为相关。由于需求侧的劳动者保障不充分，遭遇困难时的直补也很有限，所以一旦增速下行，居民但求自保，节俭过日，导致供给过剩更为严重。现在的情况是，政府心太急，太急于出成绩，把经济发展当成造房子，说几天造好就几天造好。事实上，作为市场主体的企业的成长是有规律的，有的可以快一点，有的恰恰需要慢一点。（《改革内参》2023 年第 23 期）

2023年中国经济形势展望及政策建议

陈昌盛杨光普《经济要参》2023年第4期

以实际行动扭转市场预期。充分肯定资本和非公有制经济在推进全面建设社会主义现代化强国中的积极作用，完善舆论管控机制，及时纠正各类不当言论，及时消除社会上对重大政策、重大问题的片面解读和错误解读。

积极化解房地产领域风险。加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度。视情况优化调整对房地产企业“三线四档”融资监管规则，取消“一家房企一年最多只能发行一次信用债”的限制。加大对刚性和改善性住房需求的支持。

加快释放数字经济发展动能。加快完成平台企业专项整改。加大资本市场对创投发展的支持力度，降低创投税负和丰富资金退出机制。支持长期资金开展股权投资，加快并购立法。优化项目审批，除了与金融安全、意识形态相关的项目，取消对其他涉网投资项目设置的各种隐性前置审批。加快重大外资项目审批进度。

以松绑为重点着力扩大有效内需。一是充分发挥消费的基础性作用。加快释放服务消费潜力，加快释放刚性及改善性住房需求。加大对新能源汽车、智能家电、绿色节能家电的销售支持力度。二是努力激活市场导向的投资潜力。优化调整“十四五”时期能耗指标考核办法，淡化年度能耗总量和强度的考核，加大跨地区、跨周期调节。加大对制造业数字化、低碳化改造的支持力度，加大研发费用加计扣除政策力度。加大各类基建项目的要素保障，加快建设进度。鼓励各地根据实际情况推进土地性质转变和流转。改善房企的融资环境。

多措并举化解地方政府财政压力。一是努力化解地方政府债务风险。提高中长期债务发行比例，替换到期短期债务。加强债务监测。积极稳妥推进重点地区的隐性债务清零试点工作。二是做好地方国库库款监测与资金调度。三是加强基层“三保”。

加大对重点行业、重点人群的稳就业支持力度。一是加大对重点行业的支持力度。对受疫情影响严重的接触性服务业企业恢复经营和新办业务给予更多政策支持。二是优化青年群体就业培训辅导。加强政府与大型企业合作，通过发放“培训券”鼓励企业接

收实习生、见习生，提高职业技能培训的实效性。三是做好重点人群就业保障。做好退役军人安置和就业保障，促进农民工就业，帮扶残疾人、零就业家庭成员就业。四是建立健全灵活就业社会保障政策。构建自然人社会保险缴纳和跨区域结转体系。

以高水平对外开放优化中国外部环境。一是持续做好稳外贸工作。降低企业用能、用水、用地成本，支持外贸企业合理用汇需求，支持企业出境参展接单开拓新市场，加快恢复外贸运输通道、压缩通关时间。引导外贸企业、跨境电商、物流企业加强业务协同和资源整合。二是加强同美国的沟通和合作。加快找到新时代中美正确相处之道，推动世界增强稳定性和确定性。三是以更大力度推进双多边经济合作。适时开展 RCEP 实施进展评估，推动《中欧投资协定》签署落地，稳步推进加入 CPTPP 和中日韩自贸协定等谈判工作。

当前经济复苏进程不对称 建议扩内需降息增加居民收入

刘元春中国人民大学重阳金融研究院 2023 年 6 月 21 日

居民资产负债表还需进一步修复

目前消费不足在于，总量还没恢复到常态，消费层级有下降的趋势，因为支撑消费的收入还没有达到常态化水平，部分群体的资产负债表没有修复反而在恶化。当前居民买房、大类金融资产配置、购置耐用消费品等行为未明显好转，居民资产负债表的调整局部仍在进行。

房地产市场回归常态还需政策支持

2、3 月份房地产市场出现小阳春，主要在于三年疫情积压的部分刚需在释放，去年“保交楼”政策推进使得楼市完工面积有所提升为销售提供一定基础，房地产暴雷高峰期已经过去。当前，市场依然存在信心不足的问题，部分上市房地产企业陆续退市，部分头部房企债务重组进程较慢。

全球滞胀为中国出口提供一定机遇

当前，市场对欧美发达国家三四季度经济状况不太看好，特别是欧元区已经出现技术性衰退。整体来看，今年全球贸易和投资收缩是既定事实。上半年，全球贸易基本处于负增长。中国是唯一的例外，原因在于，中国出口结构发生调整并形成新的竞争力，电动载人汽车、锂电池、太阳能电池等“新三样”成为出口重要带动力。另外，当前全球产成品价格依然比较高，全球通胀大概在 6%左右，产成品价格高企为我国出口提供重要机遇窗口。

降息是重要的促投资手段

投资最核心的主体是民间投资，民间投资占投资比重在 58%左右。1-5 月份民间投资同比下降 0.1%，年内首次转负，需要关注民间投资意愿不强、信心不足的问题。当前要提振投资，要稳住房地产投资，要加大对民营企业和中小微企业的扶持力度，建议加大降息幅度。

多渠道增加居民收入

具体而言，货币政策要防止过度结构化带来的扭曲，避免流动性陷阱和所有制陷阱，可进一步调降 LPR 利率，并注重缩小 LPR 政策利率和实际融资成本的缺口。部分城市可放宽限购限贷限价等政策，持续推进头部房企债务重组和资金注入。高度重视物价水平同比和环比增速的回落，要防止“物价-工资”反向循环的形成。高度重视民营企业预期和中小企业生存状况。民营企业预期的调整，不仅要通过落实“两个毫不动摇”、建立产权保护等，盈利改善是更为关键的因素。不能简单依赖国有企业和大企业扩张带来的涓滴效应。

领导批示：

民营企业恢复元气的主要困难

广州社情民意研究中心 2023 年 6 月 8 日

一、疫后民企元气更为衰竭

民企元气难以恢复，还在继续衰竭。最新公布的经济数据显示，今年 1-4 月份全国规模以上工业民企的收入和利润都呈现负增长，其中利润大幅下降了 22.5%。不仅是制造业，其他行业都有类似情况。民企元气衰竭，生机和活力恢复不了，直接导致经济恢复乏力、PMI 下行。今年 5 月份我国综合 PMI 产出指数为 52.9%，连续两个月下降，降至去年 7 月份的水平(52.5%)。其中制造业采购经理指数为 48.8%，已低于临界点；非制造业商务活动指数由 3 月份的 58.2%降至 54.5%，新订单、业务活动预期、新出口订单、在手订单等主要指标，近三个月均呈下降；服务业商务活动指数回落至 53.8%，比去年疫情严重的 6 月份(54.3%)还要低。企业家敢闯、创业精神严重受挫。元气衰竭还体现在更为根本的精神层面。在民企看来，当前困难比过去三年还要大，不仅经营陷入困境，债务纠纷、合同纠纷数量暴增，令民企不得不耗费大量时间、精力来处理纠纷，无法专注恢复生产经营。

国家统计局数据显示，民间固定资产投资增速已连续一年收缩，从去年一季度的 8.4% 降至去年全年的 0.9%，今年 1-4 月进一步降至只有 0.4%，而同期国有控股的为 9.4%。民企不仅投资放慢，还存在大量抛售资产的行为，导致物业、厂房、设备、股票等各类资产出现大范围的贬值。

社会生产力受到重大损害。民企个体受到的冲击，通过产业链、产业体系传递蔓延，令大范围的民企排山倒海似的陷入困境，构成对生产力的整体冲击破坏。全国企业破产重整案件信息网显示，今年破产重整的企业数量呈现爆炸式增长，今年 1-5 月涉及破产重整的记录达 14 万条，分别约是 2022 年同期的 1.9 倍，2021 年同期的 2.5 倍，其中大多数是民企。

“伤企”蔓延到“伤民”，民众家庭财富耗损严重。民企元气衰竭直接导致大量家

庭失业、收入下降，极大冲击民众获得感和幸福感。企业资产负债表的衰退引发家庭资产负债表的衰退，民众从不敢消费变成没钱消费。统计数据显示，4月份社会消费品零售总额虽与去年同比增长18.4%，但与2021年同比两年仅增长5.3%。据互联网数据显示，截至3月份多地二手房挂牌量比去年年底大幅增长30%至40%；阿里平台的法拍房数量去年5月份已超过325万套，今年1-4月全国住宅法拍房挂拍量同比增长达40.44%。法拍房、二手房数量暴增，可见民众财富受到多么严重的影响。

二、疫后民企元气衰竭的主要根源在于融资和信贷收紧

民企面临突出的融资和信贷收紧问题。主要表现为以下三方面：一是民企难以获批新的融资。二是对民企贷款存量过度的压贷、抽贷，甚至要求追加抵押、下调征信评级。三是对民企贷款存量作为“不良”而加速处置。

扭曲的资产负债表和征信造成疫情管控后遗症，引发对民企的信贷收紧。疫情三年民企停工停业，收入锐减甚至没有收入，但还要支出成本，因此经营严重变差、资金枯竭、资产负债表变得十分难看，并且无法给信贷机构还本付息而出现债务违约，导致征信等级下调、资产贬值。需指出的是，这种债务违约源于疫情不可抗力，中央当时出台了鼓励支持延期还本付息的政策，但不少信贷机构象征性的执行，令民企得不到政策帮扶，或延期的时间短、之后不再接续，民企还是无法还贷而债务违约、**征信被扭曲下调。**

在信贷机构的电脑系统中，授信评价过程根据民企的资产负债表、征信情况自动给予分值评价，如果评分结果不符合条件，没人会违规同意放贷，而达到特定条件就会自动进入抽贷、断贷、追加抵押等环节。这套操作是硬性、固化、自动的制度化行为，个人、一般人员无法干预结果。扭曲的资产负债表和征信双重发挥作用，导致一方面正在还贷的民企被收紧信贷、被不良处置而破产关闭，另一方面大量急需资金周转、有融资需求的民企，由于达不到条件而无法获批新的贷款。

资产负债表和征信本来反映的是民企受到疫情的伤害，但是在金融系统信贷工作过程中扭曲为民企自身经营不善、经营能力低下，导致部分的信贷机构对民企采取融资和

信贷收紧措施。疫情三年让大量民企元气耗尽，疫后中央要求“帮助企业恢复元气”，但金融信贷机构通过扭曲的资产负债表将大量民企征信下调，这恰恰不是帮助恢复元气，而是继续伤害民企元气。

融资和信贷收紧在疫后再次伤害民企元气，导致经济陷入螺旋下行的恶性循环。2023年1-4月份全国规模以上工业企业中，近四分之一的民企利润下降，即资产负债表再次恶化，这又会引发信贷机构对民企收紧加码、民企融资更难、经营下行加剧。

三、以搞活企业、恢复民企元气为重点，制定重大政策

金融方面政策应下决心、快速、大力度的作出调整，修复民企的资产负债表和征信。应以2020年以前的资产负债表和征信作为民企融资和信贷的依据，对于疫情前信贷记录良好、但疫情期间征信下调的民企，应“大赦天下”、“摘帽”。

信贷盲目扩张是金融风险，信贷盲目收紧也是金融风险，当前更应防范对民企融资和信贷收紧引发的风险。

司法领域应建立起切断疫情管控后遗症传播链的防火墙，在法律上承认疫情不可抗力的责任不应由企业承担，尽可能减少企业因疫情而陷入的合同纠纷，必须坚定不移的停止动不动就封停企业、查封企业账号等搞死企业的做法，让企业从纠纷纠缠中解放出来，集中精力恢复生产经营。

建立民营企业沟通交流机制 推动助企纾困政策落地落实

肖慧《中经简报》2023年7月

重视建立与民营企业沟通交流机制

全面构建亲清政商关系，畅通政企沟通渠道，健全涉企政策听取企业家意见建议的工作机制。畅通政企沟通交流渠道，一方面能让民营企业更好地了解国家宏观和行业政策导向，帮助企业做好决策；另一方面也能让政府部门更好地了解民营企业发展存在的困难，通过加强预期引导，提高政策制定的有效性和针对性。发挥好政企沟通交流机制关

键在于政府部门、行业协会和企联组织要加强对企业共性问题的研究，提出可以实质性解决企业共性问题的政策建议，并尽快出台能有针对性地解决问题的政策举措。

支持民营经济发展政策落地可期

一是持续破除民营企业公平参与市场竞争的制度障碍。深入实施市场准入负面清单制度，持续破除妨碍各类经营主体公平准入的隐性壁垒，定期对违背市场准入负面清单典型案例进行全国通报。开展工程建设招标投标突出问题专项治理，集中破解一批民营企业反映比较强烈的地方保护、所有制歧视等突出问题。二是持续加强民营企业平等使用资源要素的保障力度。健全防范和化解拖欠中小微企业和个体工商户账款长效机制。积极支持民营企业建设高水平创新平台和科技转化平台。加快向民营企业开放国家重大科研基础设施和大型科研仪器。大力推广信易贷模式。三是持续激发民营经济发展活力。鼓励和吸引更多民营企业参与国家重大战略、国家重大工程、重点产业链供应链项目建设，积极引导民营企业在高质量发展中找准定位，通过企业自身改革发展、合规经营、转型升级，不断提升发展质量。



本书立足于民营经济高质量发展问题研究，从理论上对我国民营经济发展进行了研究综述，分析几十年来我国民营经济发展的进展，对民营经济发展所涉及的理论进行了梳理，厘清民营经济、民营企业、私营经济、私营企业等相关概念，综述经济增长和经济发展等相关理论，探析高质量发展的概念、要义和特征。分析了民营经济与区域经济发展的互动作用，区域民营经济发展所积累的一些经验、做法，结合我国客观实际，分析民营经济发展的现状、当前我国民营经济高质量发展过程中存在的一些亟待解决的客观问题，剖析新经济时代下我国民营经济发展所面临的机遇和挑战，探讨阻碍民营经济发展的一些制度障碍。

我国民营企业科技创新面临的困境及建议

徐宁陈东南京大学长江产业经济研究院 2023 年 7 月 19 日

当前我国民营企业科技创新面临的困境

业绩下滑导致创新力减弱。民营企业多数处在传统行业，成本、技术、品牌均无优势，利润微薄带来创新能力不足。近年来受疫情及宏观环境影响，超过四成的企业反映利润同比下降，超过 95%的企业反映研发强度同比下降，企业面临着“不创新等死，创新找死”的窘境。

原创性科技成果较为缺乏。以长三角国家级专精特新“小巨人”民营企业来看，截止 2022 年 10 月底，2678 家企业平均申请专利 127.73 件，但发明专利仅 54.81 件；平均参与起草 14.09 项标准，但国家标准和行业标准合计仅 1.92 项，绝大部分是自主发布的企业标准，以发明专利和标准制定为代表的高质量成果占比较低，主要从事较低层次的科技创新活动。

科技创新的协同能力较差。民营企业个体创新能力较弱，从实际情况来看，他们整合创新能力一般，与其他环节企业分工协调性不强，缺少从基础研究、技术研发、工程应用及产业化的系统整合创新能力。

科技创新人才短板明显。创新人才更倾向于稳定性工作岗位和大型企业，民营企业人才难招难留的困境更加突出。调研中发现，一些企业因形势进行减薪裁员，或缩减了人才的引进，都使得人才问题雪上加霜。在政府政策上，缺乏对专业队伍建设的总体规划，服务配套保障不足。

创新服务体系不完善。科技创新服务体系仍存在服务功能单一、运行机制不畅等问题。特别是面向民营企业的技术服务平台和孵化器数量少、质量参差不齐、区域分布不均，与技术创新紧密相关的技术鉴定、评估、交易、推广、咨询等科技服务市场发展不充分。

融资体系对创新支持不足。贷款融资的马太效应显著，对缺乏抵押品的科创类企业不利。超过 90%以上的企业认为银行贷款存在中小企业门槛难达标、附带条件多、转贷

容忍度低等问题。

降成本未做到精准有效。很多中型企业反映降减缓政策只针对小微企业，中型企业两头不沾边。

合法权益保护仍不到位。知识产权维权难、信用体系建设缺失等问题长期存在。

“一招鲜”知识产权是很多民营企业立足之本，被侵权决定生死存亡，但因为实力弱，难以有更大的精力去维权。

促进民营企业在科技创新中发挥作用的相关建议

明确民营企业科技创新的定位方向。对于规模大、基础好、行业内有较强的影响力的企业，应该朝着龙头“链主”的方向发展；对于有一定技术基础、聚焦某个环节的企业，可以瞄准“专精特新”定位。

构建“平台+市场”技术服务体系。第一，应建立“产业+技术”转化平台及团队，将产业创新发展中面临的难题通过持续、系统、专业的“翻译”变成科研团队的技术攻关课题；第二，必须构建各层次、市场化的价值实现体系，充分激发产学研用各创新主体的主动性积极性；第三，还要打造丰富专业的中介市场，提供技术孵化、转移、应用的专业性服务，这些机构应成为独立的市场主体，起到关键性的技术服务功能。

优化各类金融市场的资金支持模式。首先，从间接融资模式来讲，应当优化银行的贷款方式，打通各类专利、知识产权抵押融资的瓶颈；其次，要利用国家大基金及政府资金力量推动形成良好的一级市场股权融资体系，可以探索国家基金和民营基金合作形成“优先+劣后”分级产品，建立各取所需的风险收益分担模式；最后，还需要大力发展资本市场(尤其是股票市场)，打造投资标的流入流出的“活水池”。

提供高层次多维度的综合人才保障。第一，要建立综合性全方位的人才库和画像体系，精准识别各类别、各层次人才的能力、优势和特点，实现人尽其才、为我所用，形成人才资源对民营企业的高效供需匹配机制；第二，在个人所得税、公积金等方面加大支持力度，尤其要注意精准施策、一企一策；第三，推进公共服务的普惠式开放共享，聚焦居住、就医、教育等关键问题实现一站式优质服务；第四，关注工匠技能型人才的

培养，针对我国民营企业当前以中低端制造为主的现状，促进校企共建职业教育，帮助民营企业实现产品工艺升级。

形成高水平立体式的优质制度供给。一要比照《拜杜法案》优化我国相关法律；二要真正有效做到知识产权保护。可以充分发挥 62 家国家级知识产权保护中心的作用，将各地区在各领域形成的知识产权保护经验进行跨区域推广，尤其要注意在全国范围内形成统一、高效、协同的知识产权保护体系；三要聚焦于进一步完善税收优惠政策，当前已经实现对中小企业研发费用按照实际发生额的 100%在税前加计扣除，还应当聚焦科技人员个人所得、企业所得等方面深入支持。

发挥纾困政策效能，助力民营经济健康高质量发展

孙九伦李瑞娜《中国国情国力》2023 年第 3 期

民企纾困政策未及预期的原因

民企发展面临的三重外部压力：一是原材料价格上涨引发的成本压力。二是终端需求孱弱引发的库存压力。三是不确定性增强引发的预期压力。

民企防御型策略及其对纾困政策的影响：一是控制成本费用以追求真实利润。二是缩减边缘业务以保持现金储备。防御型经营策略降低了国民收入水平和消费能力，弱化了政府稳预期政策效果，直接对冲了政府稳投资政策，提高了政府稳投资难度。

纾困政策的痛点与堵点：民企减税降租政策执行过程存在堵点。留抵退税面临办理流程多、审核周期长等问题。房租减免存在量多面广，实际操作难度较大的问题。

强化民企纾困政策效能的建议

政府层面

一是优化流程，通过数字化技术建立标准化流程主动退税。国家税务部门可以通过互联网、大数据、人工智能等技术手段，制定标准化、自动化退税返税流程，简化退税返税流程、缩减退税返税时间等。二是搭建平台，建立更为便捷的线上申报平台。推动实现跨区国有资产数据资源在具有安全保障的前提下有序共享，建立限时办结机制，实

现业务办理透明公开便捷高效。

金融机构层面

创新金融服务模式和金融工具以拓展民企融资广度。一是强化供应链金融普惠属性。通过与供应链票据平台对接，支持中小微企业通过标准化票据从债券市场融资，提高商业汇票签发、流转和融资效率。二是借助创新金融工具，为民企融资提供合意方案。金融机构可采用可持续挂钩贷款、碳资产质押贷款和绿色贷款等融资工具。三是丰富信用风险对冲工具，畅通民企债券融资渠道。

企业层面

通过横纵向联合以穿越经济下行周期。一是横向合作以增强产品的议价权和定价权。民企应通过企业间合作以增强自身市场势力，提高对原材料的议价权和产成品的定价权。二是纵向联合以借助产业链的带动优势。积极参与产业数字化转型、产业链协同创新，提升自身市场竞争力。有效借助产业链“龙头”企业的引领作用，缓解自身需求不振、投资疲软问题。

促进民营经济健康发展的战略路径思考

黄剑辉《改革内参》2023年第14期

完善相关制度供给，构建以“市场化+法治化+决策民主+崇尚科学+高品质生活环境+优美生态环境”为标志的一流营商环境。鼓励各级地方政府建设成为“强化市场型、服务型、创新型政府”“企业家友好型政府”。建议引入“四分法”，将我国经济社会领域划分为战略性领域、公共服务领域、民生领域(教育、医疗、住房、养老)、竞争性领域，从而从根本上厘清政府与市场关系，国企与民企关系。

打造强化市场型政府。国有资本，主要在战略性领域、公共服务领域、民生保障领域发挥主导作用，并以此为指导推进国有资本的战略布局调整和国有企业改革；民营经济，主要在民生市场化领域、竞争性领域发挥主要作用。

打造服务型政府。明确政府职责边界，完善营商环境评价体系。构建以信用为基础

的分级分类市场监管机制，对新产业新业态实行包容审慎监管。

打造创新型政府。构建政府部门与私人部门的共生共赢关系。深化科技体制改革，推动促进科技成果转化条例、“科创 30 条”等落深落细。

贯彻数字中国战略，打造省市两级“民企链融”数字化供应链金融平台，服务信贷市场，链接金融供给，精准滴灌民企，为民营企业提供“滴滴打车”式便捷高质量信贷服务，运用数字化手段彻底破解困扰民营企业多年的融资难融资贵问题。具体可由中国人民银行、中国银保监会总体部署，由各省市区金融办具体牵头，商请当地有关商业银行作为主发起人，联合当地实体企业、互联网企业、金融机构等设立股份有限公司，作为“民企链融”的运营主体。

借鉴中国历史上商会组织发展的历史经验和国际上发达国家商会经验，特别是浙江商会经验，建设适应新时代需要的高水平省市区三级商会，为民营企业健康发展提供高质量服务。

如何进一步优化外资企业营商环境

马骏《经济要参》2023 年第 14 期

一是提高政策的可预期性和透明度。制定与市场主体生产经营活动密切相关的行政法规、规章、行政规范性文件，应当充分听取市场主体、行业协会商会的意见；应当通过报纸、网络等向社会公开征求意见，还应参照国际先进水平公布相关政策信息和统计数据。

二是改进政策和监管的执行方式。对于重大监管政策的出台，可在政策执行前提供必要的过渡期，让企业有时间进行内部调整，或为其稳定供应链做好充足准备。

三是优化技术标准、规范、检验检测和认证管理。与国际最先进的技术标准和市场规则接轨；对于没有国家标准但市场需要的新技术，可采取包容创新的监管办法，基于科学的数据，允许一些地区或行业先行制定过渡性文件。

四是在鼓励创新和市场采购方面平等对待内外资。对于外资企业反映较多的技术中

性问题，应公平对待不同路线的新技术，让不同的技术都能在中国市场上公平竞争。

五是在数字经济方面加快与国际接轨。主动申请加入高标准国际经贸协定，积极主动对标高标准规则推动改革。

数字时代文旅融合若干问题

中国文化产业和旅游业发展十大预测 北京京和文旅发展研究院院长**范周**：我国文化产业和旅游业将呈现十大发展趋势：文旅融合加速深化，助推产业由高速发展转向质量提升；市场预期强于市场复苏，稳中求进成为发展主旋律；文旅企业重新洗牌，中小微文旅企业成为供应链修复的重要一环；文旅产业结构升级，新业态引领文旅产品加速更新迭代；文旅消费分层分级加速，细分领域有望诞生“独角兽”；线上文旅消费渗透率进一步提升，乡村及中老年市场有待挖掘；区域联动趋势突出，重大文旅产业龙头作用彰显；文旅产业全面赋能趋势进一步凸显；元宇宙发展仍处于初级阶段，加速推动文旅产业“数实融合”；重新定义全球化，文化贸易与出入境游成为新增长点。（《深圳大学学报》2023年第2期）

文旅产业的核心是数字经济 南开大学商学院院长、教授、博士生导师**白长虹**：当前文旅整个产业和消费面临大变革，其核心特征是数字经济，即新的科技和基础设施带来消费变化。在此背景下，应当加快布局数字文旅产业，打造数字文旅消费高地。一方面，应全面释放社交数字消费的福利，建议推出一系列在线文旅的社交活动，扩充传统的线下方式，线上线下相结合，充分利用公共社交媒体、私域流量营造氛围。另一方面要积极地培育引进，激活支持引领消费创新的多元市场主体。与此同时构建特色鲜明的廊道式数字文旅消费新空间，用数字化赋能文旅，创新数字文旅夜游消费业态。（新浪网2023年2月28日）

文化产业数字化转型的困境 深圳大学文化产业研究院院长**周建新**：目前，随着我国文化产业数字化转型的不断深入，面临着文化挪用、低端锁定、监管失衡等问题，有碍于社会主义文化强国的建设。（一）文化挪用：我国传统文化资源丰富，但文化自主输出率仍有待提高；（二）低端锁定：只专注高产值方向的数字化转型，易造成文化强国假象；（三）监管失衡：数字化转型催生数字问题，我国亟须文化治理现代化。（《治理现代化研究》2023年第2期）

文旅新业态高质量发展路径 上海交通大学文化产业管理系副教授**江凌**：因为文旅

新业态产品与服务业态较新，同质化现象明显，需要转换思维，释放要素潜能，创新发展之道，在保护当地生态环境的基础上，加持数字化技术，构建场景空间，赋值文化内涵，增强体验性、互动性和消费者黏性，实现高质量发展。首先要深入挖掘地方文化内涵，打造特色文旅品牌；其次多元创新，延长文旅新业态生命周期；第三，以人为本，铸牢文旅新业态各主体社会责任意识；第四，建立企业联盟，抵御文旅新业态市场竞争风险；第五，考量异质文化的适应性，提升在地化转化质量。（《贵州师范大学学报》2023年第3期）

如何构建文化产业发展新格局 中国文物保护基金会理事长**刘玉珠**：如何构建文化产业发展新格局，提出了五点思考：一是坚持以人民为中心的发展方向；二是明晰文化产业政策导向；三是尊重产业发展规律；四是积极拥抱文化产业发展潮流；五是推动文化遗产活化利用。文化产业的壮大除了满足内需，更要立足全球市场，通过研究符合国际市场的表达方式和消费习惯，制订相应的文化产业国际化引导政策，当然最关键是要大胆放宽创造空间，激发市场自主活力。（中国经济网2023年1月10日）

元宇宙为城市文旅融合带来新的发展契机 天津师范大学副教授**徐延章**：以元宇宙为构想的数字化技术的应用推广，为城市文旅融合带来新的发展契机。元宇宙等数字化技术在文旅产业上的应用，更有利于破解资源难以替代、体验难以复制、需求难以预判等发展难题。在城市文旅服务高质量发展的进程中，服务融合作为落实文旅融合向纵深方向发展的重要途径，有助于体现文旅融合的价值和提升文旅融合的效能。在元宇宙视域下，城市文旅融合服务可从孪生服务、感知体验、融合品鉴和融情参与四个方面进行文旅融合智慧服务设计，通过数字化建设提升城市文旅服务价值，从而满足人民文化生活需要和增强人民的精神力量，促进文旅融合服务高质量发展。（《城市观察》2023年第2期）

领导批示：

我国文旅融合水平测度研究——基于公共文化服务、文化产业和旅游业耦合协调的探讨

彭雷霆康宇萌《决策与信息》2023年第558期

根据2015-2019年31个省（自治区、直辖市）的面板数据，本文对我国文旅融合的耦合协调状况进行了测度，实证结果表明：（1）我国公共文化服务——文化产业——旅游业系统具有高度耦合性，但三者间协调度较低，大部分省（自治区、直辖市）尚未形成协调发展；（2）从空间分布看，存在“东中西梯度差异”，但近年来西部地区的协调发展水平有较大的改善，与东部地区差距逐渐缩小；（3）从协调发展类型来看，超过一半的省份为旅游业超前——文化产业滞后型，近三分之一的省份为公共文化服务超前——文化产业滞后型，文化产业发展滞后成为阻碍三者相互促进、协调发展的重要因素。

基于以上结论，本文提出建议如下：

一是完善顶层设计，为文化和旅游融合构建良好的政策环境，促进我国公共文化服务——文化产业——旅游业协调发展。建立健全有利于文化和旅游融合发展的体制机制，建立系统全面的促进文旅融合政策体系，通过政府的发展规划、扶持政策、财政资金分配及规范市场法律法规等手段，推动文化与旅游原有边界的消融。

二是基于不同协调类型特征，遵循以超前带动滞后的思路，采取分类推进各省域公共文化服务——文化产业——旅游业协调发展的策略。东、中部地区大多数省份为旅游业超前——文化产业滞后型，应着重推进旅游业与文化产业的融合新业态，发展诸如旅游演艺、文化旅游、研学旅游等新兴的文旅融合业态，开发多元的文创旅游产品。西部地区大多为公共文化服务超前——文化产业滞后型，应利用公共文化服务先发优势，如利用博物馆、图书馆等公共文化服务机构进行文创产品开发，提升文化资源向文化产品转化的能力，推动当地文化产业的发展。

三是以个体文旅消费为链接纽带，推动文化和旅游市场主体融合，构建公共文化服务——文化产业——旅游业协调发展的内生动力。一方面应建立促进个体文旅消费的长效

机制，出台相关激励政策来激发公民的文旅消费行为，如通过财政资金实施消费补贴或其他消费激励手段。另一方面应丰富文旅消费产品、提升消费质量。此外，还应注重新型技术的应用，特别是互联网技术，为开发各类文化和旅游相关新产品、新市场和新服务提供技术支持。

文旅产业发展的新动向与新趋势

孙九霞《人民论坛》2023年第9期

随着社交媒介的普及和旅游直播的兴起，全国多地文旅局长“出圈”形成热议，促使政府、学界、业界共同思考新时代文旅产业发展和营销创新所面临的新机遇与新挑战。旅游直播博主身份多元化、消费者被短视频“种草”引发旅游需求成为当下旅游的新趋势。在新媒体的助力下，文旅直播成功地打造了丰富的地方形象，构建了亲和的人地关系。在本质上，这是对媒介化社会新型市场需求与营销手段的积极回应，与旅游创作者经济的兴起密不可分。在新的社会背景与技术条件之下，地方文旅产业正在发生蝶变，其核心在于重构人——技术——地方关系。具体来说，可从以下三个方面来实施。

一、营造工具理性与价值理性兼具的文旅直播生态圈

媒介化社会中的地方是政府、企业、旅游博主和旅游者个体等多主体共同构建的，借力数字技术尤其是通过旅游直播引流的同时，要充分考虑地方的旅游承载力，避免一味引流而忽略旅游景点和基础设施的建设及服务质量的跟进，应利用大数据做好风险预警，避免旅游危险事件的发生和负面事件的发酵。

二、整合旅游内容生产中的“稳”与“变”两股力量

在旅游博主层面，不同身份圈层旅游博主应破圈联动，围绕旅游者需求形成产品的迭代创新。在形塑稳定的正面地方形象的同时根据市场推出差异化创新性产品。地方政府要把握好自身的资源优势，对外积极推动政府与不同的旅游博主、不同层级的资本形成联动与合作，对内厘清政府官员直播代言的定位与职责，尤其需要妥善处理文旅局长职务调动与旅游目的地形象整体性营造之间的关系。强化文旅直播内容与地方之间的连

接性，打造整体性的团队。

三、构建以地方文化为核心的文旅产业竞争力

首先，地方依然要回归本身，塑造自身特有的文化 IP，避免一味地模仿“网红”或打造“网红”，造成地方形象的同质化，甚至导致地方感的弱化。

其次，要培养旅游媒介的技术性文化，将技术的自主性，转变为技术的自然性，在媒介化社会中培养游客的媒介地方感。

最后，要以在地文化和旅游者的在地体验为核心，实现媒介地方感与真实世界地方感的统一。

领导批示：

我国智慧文旅发展的现状、模式与路径创新研究

蔡保忠 李晶 刘进 何真《中阿科技论坛》2023 年第 5 期

智慧文旅发展存在的问题

- 一、数据挖掘难度大
- 二、技术与文旅融合度不高
- 三、复合型人才短缺
- 四、资金供给不足

我国智慧文旅发展的模式探索

- 一、“一机游”模式——智慧文旅平台
- 二、“一键游”模式——智慧文旅景区
- 三、“一馆游”模式——“VR/AR+AI”创新应用
- 四、三种模式互联互通

我国智慧文旅创新发展的路径分析

- (一) 创新顶层设计，规范行业标准

首先在政策上，要紧跟并全面落实《“十四五”文化和旅游发展规划》，科学布局目标任务，总结已有经验，研究智慧文旅发展的新思路、新途径。

（二）创新数据收集方式，整合基础信息资源

可由文化和旅游部门牵头，与交多部门进行合作，共享海量信息，形成多层次的智慧文旅产业数据收集机制。同时建立大数据中心，梳理、整合各部门基础数据、服务型企业信息资源和网络数据，并以数字化形式分类入库，形成文旅产业基础信息资源库，为智慧文旅平台等相关应用产品提供高质量、高精度的文旅数据。

（三）创新数字技术，打造文旅新吸引点

一是信息资源。

二是产品创新。

三是在线旅游平台。

（四）创新人才培养、引进方式，形成“双轮驱动”育人体系

一是引进专业人才。

二是培养人才，即教学与科研同时推进。

（五）创新资金引进渠道，稳定资金保障

一是政府的投资政策和财政资金。

二是金融机构及金融政策。

三是社会力量。

四是智慧文旅产业还可探索建立行业互助基金，以应对风险，稳固行业资金链。

领导批示：

我国智慧文旅平台的数字化创新服务研究——基于对 40 个智慧文旅平台的调研

严贝妮 程雪荣 《图书情报导刊》2023 年第 1 期

本研究选取我国 31 个省、直辖市、自治区（港澳台除外）具有代表性的 40 个智慧文旅服务平台，力求厘清当前智慧文旅平台的数字化服务发展现状，为智慧文旅平台发展提供参考。为此，可以采取以下三项举措来优化地方政府人才政策工具选择，提升人才治理整体效能：

智慧文旅平台的数字化创新服务发展策略

一、政企民商多主体参与建设

政府和企业 在合作建设及运营智慧文旅平台时，可进一步扩大参与主体。

- （一）可以吸纳相关小型商家入驻平台。
- （二）吸引更多公众参与使用，提高平台内容质量。

二、整合构建统一平台与标准

可仿照公共文化云体系，在国家级智慧文旅平台下按各级行政区划构建子平台。

三、实现用户个性化智慧定制

智慧文旅平台亟须从数量和质量两方面完善用户个性化智慧服务。

- （一）要抓紧推出可供用户选择的个性化智慧服务，相应地提供不同的智慧服务。
- （二）要提升个性化智慧服务质量。

四、利用新媒体平台推广营销

（一）广泛运用抖音等新媒体平台，利用直播或短视频等方式对智慧文旅平台进行宣传，拓宽宣传渠道。

（二）可邀请文旅博主试用平台服务并发布合作推广信息。

（三）要结合地方文化不断推陈出新，丰富账号的内容输出，注重与用户的交流体验，认真听取用户的需求与建议，打造专业负责的平台形象。

五、打造区域智慧文旅品牌 IP

（一）要充分挖掘当地的特色自然景观和独有的人文风情，寻求差异化发展，拒绝千篇一律的模板化文旅产品。

（二）可依据网红经济、流量经济的特点，塑造一批“文旅打卡点”，培养一批当地

“文旅网红”，既带动游客的出游热情，又与互联网数字经济特点相适应。

“智能+”时代中国式数字文旅产业高质量发展图景与模式研究

解学芳 雷文宣 《苏州大学学报》2023 年第 2 期

发展阻滞：“智能+”时代数字文旅产业高质量发展的瓶颈

从当前数字文旅产业发展来看，政府不同部门之间、政府与文旅企业之间、文旅企业彼此之间的数据壁垒，阻隔了数据资源共享的协同效应；同时，在景区沉浸式体验主导的新发展格局中，存在文旅产业与高新技术融合不足的问题，导致线上优质文旅产品供给不足，低端化、同质化产品过剩等制约因素，无法满足游客的个性化沉浸式体验；此外，景区公共服务体系的智慧化进程缓慢、文旅公共服务智慧化体系不完善、景区智慧化服务质量不高等问题影响了游客体验，不利于文旅产业数字化转型升级。

（一）底座层面：文旅数字化进程中存在数据壁垒，阻隔协同效应

（二）景区层面：景区公共服务能力不足，智慧化程度较低

（三）应用层面：数字技术与文旅融合层次较浅，适配性差

（四）产品层面：文旅市场低端化同质化产品过剩，优质供给不足

革新路径：建构“智能+”时代中国式数字文旅产业高质量发展模式

一是以打破数据壁垒、打造数字文旅大数据平台一体化为模式底座，实现文旅资源共享。

二是以优化数字文旅供给侧改革为模式基础，满足游客个性化多元需求。

三是以加强文化创意内容与数智技术融合、增强沉浸化和体验感为模式内核，实现供给侧与需求侧的统一。

四是以 Z 世代和元宇宙世代受众为“锚点”，延展高质量发展模式外延。

五是以构建智慧文旅服务平台、提升景区智慧化公共服务能力为模式保障。

由此，通过中国式数字文旅产业高质量发展模式的创新，推进文化、科技和旅游深度融合发展，实现以文塑旅、以旅彰文的目标。

- (一) 模式底座：通过文旅大数据平台打破数据壁垒，实现文旅资源共享
- (二) 模式基础：基于技术手段优化文旅供给侧改革，满足个性化多元需求
- (三) 模式内核：加强文化创意内容与数字化技术融合，增强沉浸化和体验感
- (四) 模式外延：重视年轻人群兴趣“锚点”，打造高场景密度旅游地
- (五) 模式保障：构建智慧文旅服务平台，提升景区智能化精准化服务能力

元宇宙与文旅产业融合发展的理论逻辑与实施路径

陈意山 欧阳日辉 《广西社会科学》2023 年第 2 期

元宇宙与文旅产业融合发展的实施路径

元宇宙与文旅产业融合发展可以从技术、产业、制度视角规划和设计实施路径。

(一) 技术视角下促进文旅产业融入元宇宙

- 1、“链游”技术：文旅融合在 3D 时空互联网的样板。
- 2、虚拟数字人技术：文化和旅游在元宇宙世界中的媒介。
- 3、区块链技术：数字藏品搭建真实世界与元宇宙世界的桥梁。

(二) 产业视角下以元宇宙促进文旅产业深度融合

- 1、打造全场景、强互动沉浸式体验的“平行世界”。
- 2、建设有特色的元宇宙景区。
- 3、培育和发展元宇宙产业园。

(三) 制度视角下促进文旅元宇宙高质量发展

- 1、从制度和技术两个视角治理文旅元宇宙风险。
- 2、构建文旅元宇宙发展的正式规则体系。
- 3、发挥非正式规则防控文旅元宇宙风险的作用。

展望未来，文旅元宇宙将呈现出四大趋势：

一是数字人、机器人在文旅行业应用越来越广泛，这既能提升消费者体验，也将对文旅行业就业造成一定的冲击。

二是元宇宙在中华优秀传统文化、红色旅游、文创产品和旅游商品等方面，可以实现很好的再次创作。

三是将元宇宙的经济体系和文化旅游结合起来，将成为打造地方旅游品牌，推进世界级山水旅游名城、世界级文化旅游城市建设的重要抓手。

四是人工智能、区块链、物联网、虚拟现实等数字技术越来越成熟，在元宇宙旅游场景、元宇宙景区、元宇宙产业园区等方向，将成为文旅元宇宙的重要发展领域。

为了推进元宇宙与文旅产业融合发展，未来还需要作出如下方面努力：

一是加强元宇宙核心技术研发，适度超前建设新型基础设施。

二是打造文旅元宇宙的标杆应用场景，抢占文旅元宇宙发展的制高点。

三是凝练地方特色，深挖文化价值，构建城市数字资产。四是加强文旅元宇宙复合型专业人才培养。

基层文旅产业的发展困境与突破方向

冯学钢《人民论坛》2023年第3期

通过构建以企业为代表的市场主体的有效、有序和协调运转机制，以及市场主体的“互动”与“传动”作用，实现文化资源的旅游式开发，培育和发展新业态，激发文旅融合发展的内生动力。唯有充分调动并发挥好政府、企业、行业协会、游客等市场主体的角色能动性、自主性和积极性，才能打造好文化和旅游融合发展态势，推动二者走向深度融合。具体而言，可以从以下四个方面入手。

一是拓宽文旅融合边界，提升融合效力和发展韧性。就融合边界而言，对具有突出旅游属性却尚未得到合理利用的优质文化资源，要对其潜在市场进行培育，帮助其进入市场并实现有效存活。

二是因地制宜培育好关键主体，构建良性文旅生态圈。尤其需要关注文旅头部企业的垄断问题，需要重视鼓励产业生态圈中的民营中小微企业的创新和发展，使其能够释放更多的市场空间，为文旅产业多元化发展提供主体保障。

三是善于借助科技创新力量，保障文旅融合平稳运行。要建立一个统一的文旅融合发展市场主体运行监测与管理系统，实现对文旅融合发展市场态势的综合监测和预警，为文旅融合发展市场宏观调控体系建设和分类指导奠定坚实的科学基础，保障文旅融合深度发展战略目标的实现。

四是不断优化创新体制机制，明确政府的协同作用。要聚焦制度的有效供给，大力优化营商环境，充分激发各类市场主体活力。要深刻理解原有文化部门与旅游部门在管理上存在的差异性，深入剖析现有机构合并改编存在的问题，让管理与市场实际关注接轨，脚踏实地，不断提升领导能力。

领导批示：

文化为魂：乡村文旅融合中的空间重构

罗大蒙 吴理财 《南京社会科学》2023年第3期

乡村文旅融合空间建设，应将展示、体验和情感三个空间一体推进，在乡村文旅展示中，增强体验感知和情感触动；在沉浸体验的同时，也向游客展示出文旅特色，并激发情感共鸣；同时，将情感空间寓于展示空间和体验空间之中，进而使整个文旅空间充溢着情感元素。

（一）以“在地性”表达为原则，增强文旅融合空间中的地方特色

“在地性”场所营造，就是要植根于地方文化背景和资源禀赋，充分考虑当地的风貌、人文、生态、生活等，挖掘和利用地方元素和文化符号，因地制宜进行场景打造和景观设

计。

（二）以“情景化”营造为重点，加强文旅融合空间中的互动体验

乡村文旅产业的“情景化”运营，就是以游客需求为中心，将文化、消费与场景紧密结合在一起，打造集功能性、情感化、精神化于一体的全方位文旅消费新业态，通过情景的转化功能，让乡村文旅的“内容产品化，产品活动化”。

（三）以“数字化”赋能为抓手，加强文旅融合空间中的技术支撑

乡村文旅的数字化升级是文旅融合发展的“关口”，数字化能够有效打破时空限制，将乡村文旅景象以可视化的形式呈现给游客，VR、AR、全息投影等技术将提升游客的沉浸式体验感。

（四）以“产业化”运作为动能，强化文旅融合空间中的驱动元素

一方面应深挖乡村文化和旅游资源，做好文化资产管理和创意设计，将乡村手工艺品、传统民俗、节庆活动等乡村资源开发成旅游吸引物，提高目的地产品对游客吸引力的广度和深度，激起消费的欲望和冲动。另一方面要做好公共服务和基础设施建设，降低游客到达成本，提升访问便捷性。

注意力视角下地方政府文旅产业政策工具的选择应用 ——对 31 个省级“十四五”（文旅）规划文本的分析

尹克寒 《智库》2023 年第 3 期

本文基于注意力理论和 31 个省级政府的“十四五”（文旅）规划内容分析，研究各省对文旅产业政策注意力配置具有什么特征，对政策工具选择应用具有什么偏好，为各省促进文旅产业高质量发展提供启示。

文旅产业政策注意力驱动政策工具选择应用的分析

一、省际文旅产业政策注意力配置强度呈现差异化

二、省际文旅产业政策工具设计的理念推崇务实化

三、省际文旅产业政策工具应用力度彰显非均衡化

四、省际文旅产业政策工具实践更加注重交流合作

启示

一、依据文旅产业发展特点，优化政策工具类型结构

各省份应依据文旅产业发展的阶段性、行业性和区域性特点，调整文旅政策注意力的配置及政策工具的设计。一是优化供给型政策工具结构，加大对环境型、交叉型政策工具使用力度。二是发挥需求型政策工具的拉动作用，提升政策工具市场属性与社会属性，加大政府采购、优惠券派发等力度，挖掘市场消费潜能。三是发挥财税支持、公共服务、区域合作等子政策工具的作用，为文旅市场主体提供良好的环境。

二、完善文旅配套政策内容，提升文旅政策执行力

一是构建多主体文旅配套政策编制机制，促进文旅配套政策制订、执行主体的多元化，吸纳智库机构、文旅企业等主体的智慧，增强文旅政策内容的衔接性和可行性。二是结合本地文旅产业实况，完善“十四五”文旅规划的配套政策，避免政策执行“机械化”“梗阻化”等问题。三是强化对文旅产业政策工具的评估，跟踪考核政策工具应用效果，提高政策工具与文旅产业的匹配度。

三、统筹文旅要素资源，促进文旅产业高质量发展

一是依据大文旅产业发展规律，明确大文旅系统行政机构职责边界，强化文旅政策实效导向，增强文旅政策的执行效果。

二是持续健全社会资本参与文旅投融资业态的政策制度，从产权保护、责任划分、利益回报、风险规避等层面稳定社会资本对文旅产业的信心。

三是积极引导社会资本参与新型文旅业态的创新创造，鼓励实施政府与社会资本合作（Public-Private Partnership, PPP）模式发展文旅产业，支持社会力量与政府机构联合参与文旅资源的开发和文旅产品及服务的供给。

国内外文化产业赋能乡村振兴的模式探讨及经验启示

孔少华 朱红艳 《文化学刊》2023 年第 4 期

一、国内外文化产业赋能乡村振兴的典型模式

（一）“艺术赋能”模式

韩国甘川文化村是“艺术赋能”模式的典型代表。首先，推广多元化公共艺术项目，改善村容村貌，让村民参与项目建设；其次，对闲置房屋回收再利用，设计改造为创意空间；最后，完善乡村基础设施，提高村民生活品质。在多方共同努力之下，甘川文化村项目开展系列艺术活动，实现面貌转型，成为国内外游客纷纷打卡的艺术村落和釜山代表性旅游景点。

（二）“一村一品”模式

“一村一品”发展模式发源于日本大分县。大分县的马路村以“柚子”为核心资源，嫁接了文化和工业思维，对柚子进行二次加工，实现了柚子的生产、加工、销售一条龙作业，打造了一个产品生态圈。同时注重乡土文化的传承发展，建立统一乡村形象，既促进了乡村经济发展，又让乡土文化得以延续和发展。

（三）“美学赋能”模式

修武县举全县之力发展美学经济，开始探索乡村建设的美学路径。以党建美学、文化美学、建筑美学等带动的诸多美丽乡村正在陆续崛起，并已然成了美学赋能乡村振兴的策源地。

（四）“文旅”赋能模式

袁家村以乡村旅游带动产业发展，打造关中民俗文化体验地的新思路，并将乡村发展的实践路径不断丰富，最终成为中国乡村振兴的一个典型案例。

二、文化产业赋能乡村振兴的经验借鉴

（一）立足本地资源，发展特色文化产业

首先，对文化资源进行分类定级，挖掘可开发资源。其次，建立文化资源评价指标体系，对资源进行评价。接着，进行文化资源的产业化发展，以市场需求

为导向，开发具有竞争力的文化产品，用政策导向吸引民间资本的投资，提升品牌效应。

（二）以农民为主体，多方参与

一方面，注重发挥村民的主体性作用，让乡村居民参与到文化产业赋能乡村振兴的实践中来，切实分享文化产业发展所带来的增收就业红利。另一方面，要坚持多元治理主体作用的发挥，政府要发挥文化项目的引导作用，同时要让文化企业、文化人才、社会组织、高等学校参与其中。

（三）政府引导，市场运作

首先，政府部门要做好顶层设计和公共服务工作。其次，要发挥市场的资源配置作用，促进人才、科技等要素在城乡间的自由流动，提高市场主体活力和参与度。

（四）文化引领，产业带动

文化产业赋能乡村振兴要坚持因地制宜，依托本地特色文化资源，挖掘文化内涵，实现文化资源产业化发展。

本期所登言论不代表本编辑部观点，仅供高层领导和决策部门参考。

责任编辑：刘艺

本期编辑：何楚龙

校对：韩南

地址：文化中心 D 座孝感市图书馆

电话：2107189

编辑日期：2023 年 8 月 3 日