基于消费视角的安徽文化产业发展政策研究

徐谷波 赵敏^{*1}

【摘要】：文化消费是文化产业链上的终端环节，提高文化消费水平是文化产业发展的内生动力。安徽文化资源丰富，居民文化消费发展态势良好，但在消费总量、消费水平、消费结构、消费供需等方面还存在一些不足，需从政策层面采取加大政策引导、增强文化产品供给、培育新兴业态、健全公共服务体系、缩小城乡差距等措施，以推进安徽省文化产业健康快速发展。

【关键词】：安徽省，文化产业，文化消费，文化政策

近年来，我国高度重视文化产业发展和文化体制改革，2009年8月，国务院正式印发了《文化产业振兴规划》，这是我国首个文化产业专项规划，表明文化产业正式进入国家产业调整与振兴规划序列。“十二五”期间，我国文化产业增加值平均增速高于同期国内生产总值的平均增速。2012年全国文化产业仅法人单位增加值就超过1.5万亿元，北京、上海、广东、云南等地文化产业增加值占当地经济比重已突破5%，成为区域经济的战略性支柱产业，在经济社会发展中发挥重要作用。

作为全国文化体制改革的非试点省份，安徽文化资源丰富，特色鲜明，文化体制改革和文化产业发展走在全国前列，形成了全国瞩目的“安徽现象”。《安徽省“十二五”时期文化改革发展规划纲要》提出：到“十二五”末，全省文化发展主要指标、文化事业整体水平、文化产业综合实力处于中西部领先水平，部分行业和领域位居全国前列，形成与科学发展相适应的文化宏观管理体制和微观运行机制，与美好安徽相适应的文化软实力，与文化资源大省地位相适应的文化优势，与人民群众日益增长的精神文化需求相适应的文化条件^[1]。中共安徽省委、安徽省人民政府印发了《文化强省建设实施纲要》，提出到2020年，努力建成文化凝聚力和引领力、文化事业服务力和产业竞争力、文化发展保障力强的文化强省，走出一条符合科学发展要求、体现时代特征、具有徽风皖韵的文化强省建设之路^[2]。因此，加快文化产业发展，缩小与国内发达省份在文化产业发展上的差距，提升文化产业竞争力是安徽经济社会发展的重要保障。

一、安徽文化产业和文化消费现状概述

（一）文化产业整体发展较好，地位日趋重要

近几年，安徽文化产业呈现出提速发展的良好势头，在全省经济社会发展中发挥越来越重要的作用，全省文化产业增加值年均增幅高于同期GDP增幅约15个百分点。2010年，安徽省文化产业增加值为400亿元，占GDP比重首次达到4%；2013年为844.95亿元，占GDP比重达到4.44%。“十二五”时期，全省形成了以报业、出版、发行、演艺、广电五大集团为龙头、各类骨干企业快速成长的发展格局。2011年，五大集团实现销售收入133亿元、利润10亿元，同比分别增长24%、16%。安徽发行集团、安徽出版集团均多次进入“全国文化企业30强”，综合实力分列同行业第三位和第四位，荣获“全国文化体制改革优秀企业”等称号。安徽日报报业集团跃进全国报业20强。2012年省属五大集团实现营业收入191亿元、利润总额12.68亿元，同比分别增长42.5%和17.3%。安徽省属文化企业资产由五年前不足30亿元增长到300多亿元。2013年，安徽文化事业费达11.11亿元，同比增长23%，全省人均文化事业费18.43元，比上年增加3.35元，同比增长22.2%。部分文化指标位居全国前列。截

¹ **作者简介**：徐谷波（1971-），女，硕士，安徽广播电视大学（安徽合肥230022）经济与管理学院院长，副教授，研究方向为产业经济学和公共政策分析；赵敏（1982-），女，硕士，安徽广播电视大学经济与管理学院讲师，研究方向为技术经济学。

至 2013 年底，安徽有艺术表演团体 991 个，位居全国第 1；群众文化事业机构 1557 个，位居全国第 11；文化市场经营机构 10521 家，位居全国第 9。同年，安徽博物馆事业加快发展，新增机构 12 家，总量达到 154 家，位居全国第 10，文物藏品数 929951 件，位居全国第 13。

（二）文化消费水平总体提升较快，初显相对优势

从城镇居民人均文化消费支出增长速度来看，安徽呈现出较快的增长势头，从 2008 年的 526.7 元增至 2013 年的 956.03 元，年均增长率为 16.3%。从文化消费支出占消费性支出的比重来看，也有明显提升，从 2008 年的 5.53% 逐年增加到 2013 年的 7.04%。

安徽城镇居民文化消费水平在中部六省具有一定比较优势。数据分析显示：2007—2011 年，安徽省城镇居民年均文化消费年增长率为 14.2%，仅落后于河南，处在中部地区第二。安徽城镇居民平均文化娱乐用品支出从 2007 年的 259.91 元逐年增至 2012 年的 413.61 元，在中部居于第三位，高于河南、湖北和江西。农村居民平均文教娱乐支出从 2007 年的 283.17 元逐年增至 2013 年的 376.66 元，2011 年仅落后山西，处在中部地区第二。

二、安徽省居民文化消费存在的主要问题

近年来，安徽城乡居民文化消费虽呈现出增量趋于加速、产品趋于丰富、服务趋于多层等良好态势，但也存在与全省城乡居民对文化消费日益增长的期望，以消费拉动文化发展的需求，统筹城乡发展、推进文化强省建设的要求不相适应等状况。

（一）在消费总量上，明显滞后于经济发展水平

居民人均文化消费支出是反映居民文化消费水平高低和居民文化生活质量的综合性指标。根据国际经验，当人均 GDP 超过 3000 美元时，文化消费会快速增长，人均 GDP 接近或超过 5000 美元时，文化消费则会出现“井喷”^[3]。据统计，2013 年安徽全省实现国内生产总值 19038.87 亿元，人均 GDP 已超过 5000 美元。理论上分析，居民文化消费应进入快速增长的“井喷”阶段，然而事实并非如此。从统计部门的数据来看，2012 年和 2013 年安徽城镇居民的文化消费支出占全部消费比重均超过 7%。2012 年，居民文化消费总体增速为 9.24%，小于 12.1% 的经济发展速度。

（二）在消费水平上，存在区域间、城乡间和群体间的不平衡

一是区域间文化消费不平衡。安徽各市间城镇居民文化消费水平差距较大，从文化消费支出占消费性支出比重来看，2012 年占比最高的芜湖市达到 9.02%，比最低的淮北市高 3.47 个百分点。2013 年安徽城镇居民人均教育文化娱乐支出达到 2411.16 元，最高的马鞍山市（3719.26）是最低的六安市（1361.57）的 2.73 倍。在公共文化资源拥有方面，2012 年阜阳市公共图书馆图书总藏量 56.46 万册，居全省第 12 位，仅相当于全省总藏量的 2.49%，约为合肥市的 1/10；而其人口数却占全省总人口数的 14.9%（常住人口数约占全省的 12.8%）。

二是城乡间文化消费不平衡。农村居民人均文教娱乐消费支出明显落后于城镇，2013 年芜湖城镇居民人均教育文化娱乐消费支出是 2456.06 元，其农村居民人均教育文化娱乐消费支出为 610.84 元，仅是城镇的 1/4。

三是不同群体间文化消费不平衡。需要引起关注的农民工、下岗职工、残疾人等弱势群体文化消费水平堪忧。安徽是农民工输出大省，农民工能享受的文化服务偏少，业余文化生活总体单调，文化消费能力、消费时间、消费频率等方面问题较多。

（三）在消费结构上，新兴文化消费发展不够

文化消费结构是指城市居民文化消费支出中各项消费资料的种类和比例关系，是反映一定时期内城市居民文化消费状况的重要标志^[4]。文化消费结构一般被分为较低层次和较高层次两种，前者是指娱乐性、享受性和消遣性的文化消费，后者是指发展性、知识性和智能性的文化消费。从近几年的文化统计年鉴可看出，安徽居民文化娱乐用品消费远低于文化娱乐服务消费，具体表现为看电视、听广播、阅读报刊杂志和上网是主流文化休闲娱乐方式，而涉足欣赏艺术演出、创意手工制作、绘画、收藏等文化活动的居民相对较少。从全省来看，城乡居民的文化消费品种还比较单一，消费层次整体不高，新兴文化消费发展力度有待增强。

（四）在消费供需上，有效供给矛盾突出

制约安徽居民文化消费的另一个重要因素是较为严重的供需矛盾。从供给来看，近年安徽实施了文化惠民工程，不断增强文化产品供给能力，但安徽文化消费产品总量供给不足的问题并未根本解决，如一些乡村文化站、农家书屋、活动中心虽然硬件设施较为齐备，但存在着图书种类少更新慢、文化产品单一陈旧、文化活动匮乏等问题。目前，安徽县级电影院屏幕总数较少，全省不到一半的县有数字影院，远未满足县城及周边农村消费者的需求。从需求来看，部分文化产品超出了居民文化消费能力，特别是一些高雅的文化消费，如音乐、舞蹈、戏剧、美术、艺术品收藏等，在价格上都高于普通民众的心理预期。文化产品还存在结构性矛盾。政府推进文化消费的政策大多都集中于广播电视、书报杂志等传统文化产品，对新兴的文化消费需求呼应不够，对特殊群体文化需求重视不够。

三、推动安徽文化消费发展的政策建议

（一）加大产业扶持力度，增强文化产品供给能力

安徽文化产业发展要坚持以政策引路、用政策激励、靠政策支持，在认真落实中央政策的同时，借鉴经济社会发展经验，研究制定具体政策，各市按照省里的规划，出台高标准、有特色的地方文化产业发展规划和促进服务业发展政策措施，在文化产业政策法规、公共服务平台、投融资体系、人才培养等方面加大扶持力度。增强文化产品的供给能力，要进一步发掘安徽丰厚的文化底蕴，提倡创作体现徽风皖韵的原创性作品，制作既体现安徽特色又适合新媒体传播的文化精品，分类打造面向市场、面向全国的一流文化产品品牌、文化节庆品牌和文化园区品牌。同时，应加快文化产业园区建设，皖中、皖南等文化产业先发地区，可整合现有文化产业资源，实施大项目带动战略，以实现产业集聚效应，推动产业做大做强。皖北地区城市应根据各自优势，建好文化产业园区、文化产品基地和文化旅游项目等文化载体，重点打造淮北洪庄文化创意产业园项目、淮南志高动漫基地、亳州老子文化生态园、蚌埠星宇文化创意产业园、宿州神游天下动漫产业园等重点项目。

（二）发展新兴文化业态，培育多元文化消费主体

在安徽当前的经济条件下，扩大文化消费，一是要特别重视适应数字化、网络化发展的新形势，培育新型业态。扶持计算机网络和手机等新型传播载体带来的新媒体、新业态，力争形成传统媒体与新媒体互相融合、共同发展的格局。二是围绕建设动漫大省的目标，着力发展动漫产业。谋划并建设以合肥、芜湖两个国家级动漫基地为龙头，辐射带动马鞍山、池州、淮南、蚌埠等动漫产业集群点的动漫业发展新格局。三是加快产业融合发展。积极推动文化产业与工业、农业、旅游、体育、教育的深度融合，提升文化产业产品的附加值^[5]。四是通过开展文化课堂讲座、艺术鉴赏培训以及在媒体开辟文艺评论专栏等形式，有效提升百姓的文化品味。五是加大宣传，尤其要加大对文化品牌的广告宣传力度，重视文化形象包装，激发消费者旅游、购物、经商的热情，引导人们转变文化消费观念，提升生活文化内涵，释放文化消费新活力。

（三）健全公共服务体系，优化文化产业发展环境

构建公共文化服务体系，主要目的是完善文化消费的支撑平台，满足人们最基本的文化需求，进而帮助人们提升文化层次。同时，按照公益性、基本性、均等性、便利性等原则，加强公共文化基础设施建设，推动公共文化服务向广覆盖、高效能转变^[6]。一方面，公共文化服务具有公益性，它决定了必须建立起同政府财力相匹配、同人民群众文化需求相适应的投入保障机制。同时，还要积极引导社会力量通过资助项目、兴办实体等形式参与公共文化服务，让服务多元化、社会化。另一方面，公共文化服务的均等性，决定了必须坚持向城乡基层倾斜。继续实施文化惠民工程，加快城乡文化一体化发展，解决城乡、区域之间发展不平衡的问题。同时，要抓住新型城镇化建设这一契机，把文化基础设施建设纳入城镇总体规划，与土地利用、交通建设等相互衔接，建设布局合理、便捷高效的公共文化服务网络。

（四）细分文化市场需求，缩小城乡文化消费差异

居民文化消费能力的高低与经济收入水平密切相关，政府在努力缩减城乡收入水平差距的同时，还应当细分农村市场需求，制定倾向农村的文化政策。首先，创新吸引文化消费的方式。在推行文化下乡、开展农业生产技能培训、举办反映农村生活符合农村居民喜好的演艺活动等基础上，还可以通过对农村居民发放“文化消费券”，免费让他们看书报期刊、电影、电子音像制品等新方式，吸引农村居民进行文化消费。其次，提供资金支持，优惠农村市场。具体来说，就是对农村文化产业设立专项资金援助，在市场准入、税收方面予以优惠，对从事电影制片、发行、放映的文化企业，其拷贝销售、版权转让、影片发行以及农村市场放映收入等可免征或减征增值税和营业税^[7]。第三，依托农村文化资源，壮大农村文化产业。安徽历史悠久，民间文化资源非常丰富，不同地市农村文化产业发展都有可依托的本地文化资源，要把丰富农村文化生活和历史名镇、名村建设结合起来，与美好乡村建设结合起来，赋予新的时代元素^[8]。鼓励农民自办文化中心户、文化大院，组建农民文艺创作队伍，扶持民间职业剧团、农村业余剧团，让农民成为农村文化建设的主体。

参考文献：

- [1] 中共安徽省委关于贯彻落实党的十八届六中全会精神进一步加快文化强省建设的实施意见[N]. 安徽日报, 2012-06-14 (2) .
- [2] 安徽省人民政府. 文化强省建设实施纲要[EB/OL]. (2012-10-22) .
<http://www.ah.gov.cn/UserData/DocHtml/1/2013/7/12/3918460623383.html>.
- [3] 孙文丽. 泰安市文化消费调查研究[D]. 济南: 山东大学, 2011.
- [4] 尹世杰. 消费文化学[M]. 武汉: 湖北人民出版社, 2006.
- [5] 毛学农. 文化与科技联姻[N]. 江淮时报, 2011-04-22 (3) .
- [6] 连坚昌. 推进新农村公共文化服务体系建设的策略研究[D]. 上海: 上海交通大学, 2012.
- [7] 程霞珍. 安徽文化产业集群发展的政府支持研究[D]. 合肥: 安徽大学, 2014.
- [8] 罗忻, 黄永林. 我国文化消费存在的问题及引导对策研究[J]. 兰州大学学报, 2013 (1) .