

加快基层文化供给侧改革

推动文化吴兴建设的思考

陈建良

湖州市吴兴区要贯彻落实好省第十四次党代会关于“文化浙江”的建设要求，只有着力推动基层文化供给侧结构性改革，全力破解各类深层次矛盾，努力实现“文化自信进一步坚定，社会主义核心价值观深入人心，优秀传统文化得到有效保护和传承，公共文化服务体系更加完善，文化产业成为全区支柱性产业，人民精神生活更加丰富，公民文明素质和社会文明程度显著提高，文化创造力传播力影响力显著增强”，才能为全市乃至全省基层文化发展提供实践样本。

一、切实把握基层文化供给侧结构性改革的背景

1. 最直接的压力是全面小康的内在要求。习总书记在“7·26”讲话中强调，要“坚定不移深化供给侧结构性改革，推动经济社会持续健康发展，使全面建成小康社会得到人民认可、经得起历史检验”，实现文化的全面小康是必然的使命。吴兴区实施了一系列文化惠民工程，文化礼堂、文化广场、文化车间、文体中心建设成效显著，文化校园、文艺精品、文化团队培育取得突破，有效缓解了基层文化的供需矛盾，让我们坚定了实现文化全面小康这一目标的信心。但是，要高质量、高水平地完成，得到人民认可、经得起历史检验，还有很多工作要做。

2. 最强大的支撑是经济结构的转型升级。当前，吴兴区依托中心城区的独特优势，经济结构转型升级的步伐不断加快，2016年底，三产结构比达到4.2: 43.3: 52.5，在全市率先形成了“三二一”产业格局，服务业的主引擎功效逐步凸显。但是，全区的文化产业结构还有待进一步优化，截至今年二季度，全区的文化服务业增加值占文化产业增加值比重为55.5%，增速为-1.7%，活力有待激发，特别是《吴兴区文化产业发展“十三五”规划》中明确的文化创意设计业、文化旅游娱乐业、传媒影视服务业、文化艺术服务业、文化会展节庆业等重点产业，竞争优势还不明显，与市场主体的需求还不契合，需要从供给侧改革入手，更好地与市场需求对接，加快新兴重点产业培育，推动文化服务业更快发展。

3. 最现实的原因是人民群众的需求升级。2016年，吴兴区人均GDP已经超过11000美元，势必创造巨大的市场机遇，推动文化消费支出的快速增长。但是，与之相矛盾的是，全区城镇居民和农村居民的文化消费支出仅占收入的4%和2%左右，绝对水平远低于10%~12%的发达国家水平。文化消费市场的巨大潜力没有充分释放，原因就在于文化产品的有效供给相对滞后，“供需错配”成为突出问题。文化产品和服务的供给并未适应消费需求的转化，总体上仍处于较低水平，供给过剩和供给不足同时存在的非均衡现象十分突出，亟待进行调整。

二、深刻认识基层文化供给侧结构性改革的内涵

1. 文化产品要形成多元供给模式。目前，吴兴区部分面向行政村（社区）的文化产品，采用的还是政府垄断型供给模式，一方面有利于把握导向，确保社会效益始终放在首位，并更好地推动基层文化产品标准化、均等化；另一方面，也忽视了区域的文化资源禀赋、经济发展状况、产业发展水平以及人口素质的差异，一些文化产品层次较低，科技含量、创意水平和附加值不高。因此，要进一步发展以政府为主导的多元供给模式，大力度培育文化产品创作生产主体，特别是加大力度扶持中小微民营文化企业和社会创作机构（比如，王一品斋笔庄、极核文化传媒、风雷文化传媒、左洲影视文化等），从而优化创作生产供

给体系。

2. 城乡文化要形成均衡发展态势。吴兴区作为全省城乡经济发展最为均衡的区域之一,近年来,通过加强农村地区的文化设施建设和文化产品供给,城乡文化发展也更为均衡,但是也产生了一些新的问题。首先是街道(社区)的文化阵地建设落后于乡镇(行政村),目前,除了龙泉街道和爱山街道有独立的综合文化服务站,其余4个街道的综合文化服务站都挂靠在社区综合文化服务中心,老社区的综合文化服务中心的文体设施用房和室外文体活动场地也相对简陋,难以满足社区居民的基本需求。其次是农村群众的文化观念培育、文化素质提升还相对滞后,这就要求提供更多的文艺精品、高端的文化产品和先进的文化理念,并努力做到久久为功、润物无声。

3. 文化人才要形成合理梯队结构。当前,吴兴区文化产业中高端人才缺乏,特别是一些企业在发展的过程中遇到了人才短缺的问题,引不进人才,留不住人才。因此在人才培养上,既要突出领军人物,打造名师大家(力争湖笔、工艺扇等传统工艺领域涌现出一批国家级、省级大师);也要重视青年人才队伍建设,打造一批高素质、复合型的文化艺术人才、文化经营管理人才、掌握现代传媒技术专门人才等;并加强基层专兼职文化人才队伍建设,形成人才“蓄水池”。要加强“引进”,积极促成与高等院校、科研院所的合作,通过引进一批顶尖人才和紧缺人才,力争带出一批创新团队、做强一批文化企业、打响几个文化品牌。还要优化“环境”,破除机制性、体制性障碍,营造良好的创业创新环境,让一流的人才享受一流的待遇、一流的贡献得到一流的回报,切实提升文化人才地位。

三、全力推动基层文化供给侧结构性改革的落实

1. 创新是第一动力。吴兴2300多年的历史,创造了灿烂的丝绸文化、书画文化、茶文化,至今在全世界都有很大的影响。这些传统文化既是吴兴的珍贵历史遗产,也是人文精神源泉,更是建设文化吴兴的自信所在、底气所在。要用好这些传统文化,为吴兴发展创造更大的价值,就要坚持“扬弃继承、转化创新”,使之在不断推陈出新中赓续绵延。当前,结合吴兴实际,做到“现代科技+”,丝绸小镇的钱山漾文化交流中心让古老丝绸文化和高科技深度融合,使传统文化呈现了全新的魅力,今后,还将继续探索在文化产业项目中运用增强现实、虚拟现实、人工智能等最新科技,不断提升产业项目的吸引力。

2. 政策是第一保障。首先是做好政策谋划,文化产业具有明显的“轻资产”属性,文化产业企业对政策的依赖性大,往往随着优惠政策进行“流动”,目前吴兴区关于文化产业的政策有《关于进一步加快浙江江南影视城发展的若干政策意见》《进一步加快吴兴区服务业发展的二十条政策意见》《关于进一步扶持湖州多媒体产业园发展的若干政策意见》,在此基础上,还要根据实际进一步谋划、完善文化产业相关的平台发展政策、资金扶持政策、专业人才政策、融资投资政策、土地政策、奖励政策等。其次是加强政策宣传,组织编印《吴兴区文化产业政策摘要汇编》《吴兴区文化产业招商政策汇编》等资料,着重利用吴兴区经贸科技洽谈会等重大活动以及爱上吴兴政务微信、吴兴发布政务微博等新兴媒体进行宣传,促进企业家了解吴兴文化产业政策,提高各文化产业平台的吸引力。最后还要确保政策兑现,政策能否兑现影响政府的公信力、企业的积极性,将进一步提高“店小二”的服务意识,严格落实市区有关推动文化产业发展的政策、措施,让企业家能在吴兴安心地兴业发展。

3. 开放是第一手段。要加强交流合作,发挥吴兴地处长三角中心区域的区位优势,深化和扩大与沪杭苏等地区的政府间文化交流互动,建立完善的文化交流合作机制,学习借鉴在平台打造(特别是文化特色小镇、重点文化产业园区、文化创意街区、文化产业带等)、项目培育、人才培养等方面的经验,同时,要充分调动民间文化交流积极性,加强企业间、协会间交流合作;要加强文化贸易,推动企业积极参与中国(深圳)文化产业博览会、中国(义乌)文化产品交易会、中国南京文化创意产业交易会等,并推动“互联网+贸易”发展,更好地推广、展示优秀文化产品,提升吴兴文化产品“卖全球”的水平;还要拓展传播平台,就是利用好人民日报海外版、中央电视台外国语种频道、《中国日报》、脸书(Facebook)、推特(Twitter)等媒体让吴兴文化走向世界。

(作者单位:中共湖州市吴兴区委)