
文化消费背景下南昌发展文化产业的思考¹

陶虹佼

【摘要】文化消费是衡量居民生活品质和城市文化软实力的重要标准，不仅能够对文化产业和整个经济社会产生巨大的推动作用，而且能够提升人的修养水平、促进人的全面发展。本文紧扣南昌市本土文化资源和经济发展阶段，认为南昌文化产业发展势头良好、龙头企业发展迅速、产业多个领域都有亮点，尤其是文化消费试点工作取得了一定成就。但是，也同时存在着规模较小、结构不平衡、人才匮乏和消费活力不足等问题。最后，从提高文化消费水平的角度对推动南昌文化产业高质量发展提出了建议，包括培育引导文化消费观念和习惯、拓展文化产品供给的质和量、以创新管理推动文化产业转型。

【关键词】文化产业；文化消费；南昌

【中图分类号】F063.2 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1006-5024(2019)10-0140-04

DOI 10.13529/j.cnki.enterprise.economy.2019.10.019

一、引言

知识经济时代，随着收入水平的持续增长和消费结构的不断升级，文化消费映射了人民群众对个性化精神文化的需求，成为开拓新经济增长点和促进经济结构转型的支撑点。数据显示，2019年上半年，全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长7.9%^[1]。2019年7月31日，国务院常务会议针对促进文化和旅游消费，确立了推动消费惠民、丰富产品供给、完善市场监管三大措施。“物华天宝，人杰地灵”浓缩了文人对南昌的感喟，“军旗升起的地方”印证了英雄城的历史荣耀。以精神性、知识性、扩散性和多层次多方位为特征的文化消费是衡量居民生活品质和城市文化软实力的重要标准，作为国家历史文化名城和国家文化消费试点城市的南昌，在江西文化强省建设中责无旁贷，理应在推进文化消费试点工作和突破文化产业发展瓶颈上做示范。

二、理论综述

自从“文化消费”一词在1985年的全国消费经济研讨会上被首次正式明确提出以来，关于文化消费的研究成果越来越多。学者们首先挖掘了文化消费的涵义，如，胡秀丽从目的性的角度，认为文化消费是指居民在教育学习、享受艺术、休闲娱乐等活动中为获得知识、艺术熏陶、精神享受与满足而实施的消费行为，它直接关系到社会主体的生活质量^[2]。唐秀丽将文化消费界定为在最广泛的意义上包括人类社会的活动及其物质和精神产品的总和，是指对精神文化类产品及精神文化性劳务的占有、欣赏、享受和使用等^[3]。葛红兵和谢尚发认为，文化消费是指人们在经济条件宽松充裕以及具备闲暇时间的条件下，为了获取知识、陶冶身心、娱乐自我等而对物质形态的文化产品和劳务形态的文化服务进行的一种消费行为^[4]。可以看出，随着研究的深入，学者们都普遍认同文化消费与文化产业相辅相成，是在经济社会发展到一定条件下，人民对满足精神文化需求的文化产品和文化服务的一种消费行为。

¹ **【作者简介】**陶虹佼，江西省社会科学院助理研究员，研究方向为区域发展。（江西南昌 330077）

在肯定文化消费对于经济社会具有促进作用的基础上，不同时期和不同领域的学者从文化消费的各个角度进行了研究。如，早在 1994 年，卢嘉瑞就提出了着力改善农村文化生活条件，为农民的文化消费创造良好环境的建议^[6]。平视之从社会学的角度，认为文化消费具有趋同性、差别性和变化性及求变求新性特征^[6]。张颖认为，我国居民文化消费存在增长缓慢、区域间差异显著和消费观念淡薄等主要问题，影响因素主要有城镇居民可支配收入、文化产品供给及消费环境等^[7]。

本文参考现有文献，在文化试点城市的背景下，选择文化资源丰富但文化产业发展和文化消费水平居于中等水平的南昌作为案例，充分汲取本土特色，试图为引导文化消费进而促进文化产业发展提供有益参考。

三、南昌文化产业发展现状

在市场经济高度发展的今天，各类文化产品的商业属性日益凸显，其资源、投资、生产、服务、营销、消费之间密切联系，需要在分析文化产业发展现状基础上理清文化消费的特色。

（一）文化产业发展总体势头良好

近年来，南昌市把发展文化产业作为提升城市综合竞争力的一项重要举措，迎来了文化产业发展的黄金期，文化产业的活力和潜能均快速增长。2016 年，全市文化产业（含三上三下）主营业务收入 53429 亿元，比 2015 年的 510.81 亿元增加了 24 亿元，增幅为 4.7%。此外，南昌市还着力打造出一批文化创意产业园区，如江西泰豪动漫产业园、新华安 699 文化创意园、791 艺术街区、樟树林文化生活公园，为文化产业的发展带来了极大的吸引力和发展潜力。

（二）文化产业龙头稳健发展

在“文化大市、文化强市”的要求下，南昌围绕鄱阳湖生态经济区建设，大力培育大型骨干文化企业，积极实施重大文化产业项目带动战略，全市文化产业项目、品牌、重点企业和特色园区的培育和工作扎实推进，新兴业态逐渐形成、传统文化产业结构逐步优化，产业规模不断扩大，涌现出了诸如江西铜青金属工艺品有限公司、南昌万达文化旅游城等诸多优秀文化企业。目前，南昌已有国家级文化产业基地 2 家，省级文化产业示范基地 20 家，省级文化产业实验基地 1 家。

（三）文化产业各领域亮点纷呈

从文化产业各类别来看，印刷复制业、影视演艺业、节庆会展业、古玩和工艺美术、娱乐产业、VR 产业等发展速度较快。2016 年，南昌印刷工业总产值 431576.95 万元，共有印刷复制企业 370 余家，占全省的 60%，其中规模以上（年印刷产值 5000 万元以上）印刷企业 16 家，年印刷产值亿元以上的企业有 3 家。截至 2018 年 6 月，南昌全市营业影城共有 58 家，银幕总数为 399 块，总座位数达到 51683 座，票房收入为 2.61 亿元，比 2017 年同期增长了 26.6%，观影人数达到 743.6 万人次。南昌已经形成了南昌国际军乐节、绳金塔庙会、军山湖螃蟹节等一批在国际和国内具有较大知名度的节庆会展品牌。古玩和工艺美术市场逐渐升温，南昌古玩城、豫章古玩城正式开业，入驻经营机构日益增多；赣绣、瓷雕、漆画、瓷板画等传统文化产品得到较快发展；国家级非物质文化遗产——南昌瓷板画博物馆正式开馆，向市民开放。此外，大力打造中国 VR 之都，南昌 VR 产业基地已引进首批 20 余家企业入驻，200 家多 VR 企业在南昌红谷滩新区注册。“VR+文化”将成为南昌文化产业的发展优势。

（四）红色资源保护和利用效果突出

一是，红色场馆和革命旧址管理体制不断完善。2015 年 10 月，将小平小道陈列馆、陈云旧居、江联爱国主义教育基地整合组建为南昌市小平小道陈云旧居陈列馆，作为市文化广电新闻出版局直属事业单位，彻底改变了过去小平小道、陈云旧居、江联爱国主义教育基地分别由新建区、青云谱区、市旅游集团分散管理的局面。二是红色文化资源、旅游与消费融合发展。通过

不断提高红色场馆和革命旧址的陈列水平和讲解水平，推动了南昌红色文化资源、旅游与消费融合发展的广度和深度。目前，全市红色场馆和革命旧址已经实现了全部免费开放，年均接待观众 300 余万人次。同时，还借助现代科学技术，丰富陈列形式，如在八一起义纪念馆展览中设置了《攻打敌军指挥部》等大型多媒体场景、360 度全息柜、多通道环幕投影技术，在贺龙指挥部旧址展览中设置了 VR 体验，增强了展览的表现力、感染力、冲击力。2016 年 7 月，文化部、财政部将南昌列入首批“国家文化消费试点城市”名单。2017 年 6 月，南昌市人民政府印发了《南昌市引导城乡居民扩大文化消费试点工作实施方案》，建立了微信公众平台，明确了这次试点工作四个重点任务：加强文化消费供给、培育文化消费理念、积极引导文化消费行为、拓展文化消费空间。2017 年“南昌文化惠”微信公众号正式上线，以积分的方式鼓励关注微信公众号“南昌文化惠”并参与文化活动，并提供积分兑换现金券看电影、进剧场、买书籍、参观艺术馆等优惠。截至 2019 年 3 月 15 日，“南昌文化惠”共举办南昌文化消费季、南昌文化消费进校园、南昌文化消费惠民演出等 1300 多项文化活动，线上参与用户 18 万人次，兑付核销优惠券资金 580 万元。2018 年 8 月，南昌市还依托江西银行开展了征集“南昌文化消费”视觉标识(logo)的活动。借助这些措施和平台，改善了南昌文化消费氛围，增强了居民文化消费的活力和便利性，并能够实现文化消费数据的信息化、集成化，帮助政府准确、及时地获得文化消费客观数据。

四、南昌文化产业发展存在的主要问题

虽然近年来南昌文化市场发展格局逐步成型，但是文化产业发展的困难和问题依然不容忽视。

（一）文化产业总量及文化企业规模较小

南昌的文化产业虽然发展势头较好，但是文化产业法人增加值仅占 GDP 的 3.9%，与文化产业发达地区的差距较大，文化产业对区域经济的贡献率和影响力不足。2017 年，南昌国家文化和科技融合示范基地文化企业实现营业收入 203.1 亿元，不到全国平均水平(597.3 亿元)的一半。由于缺乏足够数量的大型文化单位和企业支持，导致南昌文化产业发展空间不足、发展渠道狭小、发展动力缺乏。根据 2018 中国城市文化创意指数综合排行榜，南昌排在第 48 位，与位于第 11 位的西安、12 位的武汉、18 位的长沙和 24 位的合肥等省会城市差距不小。

（二）文化产业行业结构不平衡

构成南昌文化产业十大门类及 50 个中类的结构不够优化，传统的文化产业增加值达到 43.82 亿元，占全市文化产业增加值的 45.84%，而文化艺术服务、文化创意和设计服务、文化娱乐休闲等新兴文化产业增加值占比较小。这说明，其他行业还有很大的发展空间和发展潜力，特别是演艺市场、旅游市场亟待开发，传统文化产品如文港毛笔需整合抱团发展。

（三）文化产业人才相对匮乏

在现代传媒、动漫游戏、数字视听、演艺娱乐、文化旅游、网络文化、会展博览等新兴文化产业蓬勃发展和扩张的情况下，南昌文化专业人才匮乏问题却非常凸显，不仅缺少能融合文化资本运营、文化产品内容创意、网络及新媒体文化服务、市场营销与推广等多种知识的复合型跨界人才，而且更加缺少具有未来导向思维和社会责任感的领头羊式人才，严重阻碍了南昌文化产业向更高端和更新兴领域的发展。

（四）文化消费活力不足

从政府的角度看，为推动文化产业发展和文化消费，南昌进行了多年的持续投入建设，不断强化对公共文化服务的引导和对公共文化体系的构建，但居民的文化消费意愿并未达到期望的水平。2018 年文化和旅游部文化产业司组织对国家文化消费试点城市奖励计划中，江西省唯一上榜的城市是新余而不是南昌。从组织的角度看，文化单位和企业的创新性不足，没有形成品

牌效应，市场营销策略跟不上当下个性化、多样化、高层次的消费习惯，产品雷同且多徘徊在传统领域，导致很多文化产品只能是一次性快餐消费，重复消费不足。城市的文化消费应该深植于本土文化的土壤之中，没有本土品牌，会导致产业链条无法延伸，投资与消费之间的距离被拉大，文化企业的发展受到限制。例如，位于南昌的江西省博物馆是富集极丰富文史资源的国有文化单位，但却没有基于本土文化“IP”，开发出像故宫文创那样的叫好又叫座的现象级文创产品。

五、提高文化消费水平，推动南昌文化产业发展的建议

文化消费建立在一定的经济实力和消费理念基础之上，不仅能够对文化产业和整个经济社会的产生巨大推动作用，而且能够提升人的修养水平、促进人的全面发展。为推动南昌文化产业高质量发展，本文从提高文化消费水平的角度提出以下建议：

（一）培育引导文化消费观念和习惯

受个人习惯、收入水平、教育水平和社会氛围等多方面的影响，南昌居民的文化消费观念普遍滞后，文化消费总量低，层次也不高。因此，有必要加强对文化消费的宣传和引导，一是努力营造文化消费氛围，由被动消费变成主动消费，培育更多消费主体；二是提高消费者对文化产品和服务的价值认同，由免费消费变成付费消费，做大文化消费市场；三是倡导健康、先进、优质消费观，坚决抵制低俗之风，由盲目消费变成健康消费，净化文化消费风气。

（二）提升优质文化产品供给的质和量

作为文化消费链条上直接与消费者密切接触的部分，文化产品形式的参与度和丰富度，以及质量和数量等都直接影响着文化消费市场的繁荣程度。目前，南昌大量文化产品中有相当一部分对消费者的吸引力不够，很重要的一个原因是这些文化产品自身的创意不新颖、同质性高，特别是缺乏文化创意理念作为内在支撑。为此，需要在充分挖掘和开发本土文化资源的基础上，如滕王阁、海昏侯、天下英雄城等，一方面加大对城市整体形象的文化包装、策划、设计和推广，另一方面开发多样化、个性化的新型文化产品，提供从低端普及型到高端精品型全系列多层次的文化产品，并鼓励文化产品进社区、学校、商业中心和景区景点，通过产品业态创新和服务内容优化，实现文化产品供给质与量的双重提升。

（三）以创新管理推动文化产业转型

要实现文化产业跨越式发展，就必须进一步深化文化体制改革，创新文化事业和产业的管理模式。一是严格执行劳动法和休假制度，以保障和增加消费者能够用于文化消费的时间。二是有步骤地规划文化消费市场发展蓝图和落实文化产业鼓励政策，引领文化消费的正确发展方向。三是扩大社会资本参与文化建设领域的开放度，鼓励企业和各类民间资本创办多种类型的书店、影院、动漫基地、文化艺术街区，实现市场资源的合理优化配置。四是增加财政预算，一方面，合理布局文化馆、图书馆、艺术馆、博物馆、少年宫、纪念馆等公共文化服务体系；另一方面，除了以财政补贴、积分奖励等形式在全市开展文化消费惠民活动之外，还要为学校、老旧社区、低收入人群提供免费的文化服务。五是加大对文化消费市场的监管力度，保护文化产品的知识产权，维护消费者的合法权益，打击盗版侵权现象和垃圾文化。

参考文献：

[1] 国家统计局.2019年上半年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长7.9%[EB/OL].http://www.stats.gov.cn/tjsj/zxfb/201907/t20190731_1682990.html, 2019-07-31.

[2]胡秀丽.谈文化消费的社会意义[J].中共青岛市委党校(青岛行政学院)学报, 2008, (5).

-
- [3]唐秀丽.上海市民旅游消费文化研究[D].上海:华东师范大学,2006.
- [4]葛红兵,谢尚发.文化消费:文化产业振兴的根本问题[J].科学发展,2009,(12).
- [5]卢嘉瑞.中国农民的文化消费[J].消费经济,1994,(4).
- [6]平视之.发展文化产业的重要因素与时机[J].世界经济文汇,2000,(3).
- [7]张颖.提升我国居民文化消费水平的政策建议[J].经济研究导刊,2013,(20).