

推进常熟市文化产业发展研究

庄莉莉

【摘要】：在推动文化事业全面繁荣的同时，加快文化产业发展一直是文化的建设的另一大课题。以常熟为代表的苏州县域城市紧紧围绕苏州市委塑造“江南文化”品牌的决策部署，既要写好传统文化资源丰富的存量文章，又要写好发达县域城市经济发展水平、文化产业基础较高的增量文章，做好“文化+”、以文化激活消费、以文化赋能经济，将资源的潜在价值转化成为现实的产业优势。

【关键词】：文化产业 常熟市 “文化+”

“十四五”规划提出建设文化强国的目标。习近平总书记视察江苏时多次强调了文化的重要性。江苏省委、苏州市委对文化产业发展高度重视、大力支持。苏州市委第十二届十一次全会明确提出，要实施文化产业倍增计划，全力打响“江南文化”品牌。常熟是一座文化底蕴深厚、经济发达活跃的城市，发展文化产业具备两大优势：一是深厚的文化资源和专属的文化特色；二是经济发展程度较高，文化产业、文化事业的综合技术效率高于全国总体均值水平。但另一方面，作为县域城市，其在思想观念、项目引进、产业配套、人才培养等方面存在短板。因此，常熟市要积极挖掘、发挥优势，把短板补齐、长板拉长，加快实现文化产业“倍增”。

一、常熟市文化产业发展的成效与特色

近年来，常熟市委、市政府围绕“文体赋能旅游、旅游传播文化、融合提升能级”的工作思路，瞄准文化产业发展“十四五”规划目标和 2035 年远景目标，抢抓长三角一体化机遇，以市场为导向，大力提升营商环境，文化产业发展取得了不错的成绩。

文化产业整体实力不断增强。一是文化企业不断壮大。截至 2021 年底，全市共有规模以上文化类企业 71 家，其中超亿元企业 20 家，超 10 亿元企业 4 家。2022 年，常熟市共有 6 个项目入选苏州市 2021 年度重点文化产业项目，总投资达 69.3 亿元。二是产业集聚水平不断提高。截至 2021 年底，共有省级文化产业园 3 家、苏州市级文化产业园区 2 家、常熟市级文化产业园（基地）10 家，门类涵盖文化旅游、影视制作、创意设计、数字内容等各个领域。

地域文化产业特色亮点纷呈。一是精品生产成果丰硕。如打造旅游“四色”品牌。“红色游”以沙家浜革命历史题材为核心，突出“沉浸式”体验感；“绿色游”依托常熟山水湿地和人文资源，开发山水与人文、历史与现代高度融合的旅游路线；“蓝色游”立足打造“群众体育健身”超级 IP，高质量办好尚湖国际马拉松、STC 大铁联赛等精品赛事；“彩色游”依托长江岸线独特自然风貌，推出江海风光体验游。二是做强时尚创意产业。纺织服装是常熟最具特色的传统支柱产业，截至 2021 年底，常熟已培育引进近 80 家直播 MCN 机构和供应链平台，网络零售交易额总量及增速均为苏州第一。

文化产业发展环境持续优化。一是出台系列政策，促进产业发展。2012 年常熟市在全省县级市率先制定了《文化产业发展规划》，2021 年启动文化产业发展三年倍增计划，加大重大项目建设、市场主体培育、产业人才引育等方面的政策奖励，营造文化产业高质量发展的浓厚氛围。二是加大投入引导，扶持产业发展。近年来，常熟市文旅类专项扶持资金扎口在服务业专项资金中，每年使用额度在 1000 万元左右。

二、常熟市文化产业发展存在的问题与不足

近年来，常熟市加快推动文化产业集聚发展、创新发展、融合发展，保持了良好的增长势头。但与国内先进城市相比，与享有的文化资源相比，文化产业支撑力还不足、原创力还不强、影响力还不大。

1. 资源开发能力弱，资源优势转化不畅

常熟拥有众多特色文化资源，但是，在深度开发、活化利用方面欠缺有效举措，文化品牌影响力偏弱，特色文化资源产业化深度不足，文化资源配置不合理。一方面，缺乏整体规划，另一方面，市场配置文化资源的作用没有充分发挥，大量文化资源没有得到有效利用。另外，文化产业发展创新不够，目前，很多文化产品内容空洞、形式雷同，缺乏文化主旨和精神内涵。

2. 产业结构不合理，低端产业占比过高

从规上企业来看，营收净增量依旧偏小，对地区经济发展的贡献不够显著。文化制造业仍是主导，营业收入排名前十的文化产业基本上是造纸、印刷等行业，占据70%比重，而高附加值的文化服务业比重不足6%，内容创作生产、创意设计、文化科技等新兴产业规模普遍不大；从营业收入看，目前，全市规上文化单位中尚无“百亿级”企业，文化产业整体规模偏小。

3. 产业人才较匮乏，县域优势难以发挥

常熟虽位于长三角一体化发展核心区域，但与大城市相比，基础设施、公共服务等方面资源有很大差距，对高层次人才缺乏吸引力和认可度；与地级市相比，产业层次较低，缺乏科研等相关配套平台。高素质人才匮乏、高层次人才外流，优势的文化资源无法得到有效开发，严重制约了文化产业的发展，特别是在数字文化、创意设计等高端领域，产业活力不足，创新创业氛围不够。另外，本地文化类院校和专业缺乏，对相关人才的内在培育重视不够。

4. 专业化水平较低，产业集聚作用不足

普遍存在主导产业不强，缺少头部企业的示范效应和集聚效应，没有形成完整的产业生态；对文化产业缺乏培育和招引的动力，园区招商以制造业为主，文化产业园区集约化、专业化水平较低，大多停留在空间集聚状态，功能定位不明、同质化竞争、产出效益偏低；企业之间缺少共生互补、价值链需求和产业链联系，没有形成集设计、研发、生产、销售、服务于一体的文化产业链。

5. 产业政策推动难，利好举措难以落地

常熟围绕文化产业科技驱动发展、创意引领发展等出台了一系列政策措施。但从落实情况看，还存在推动难、落地难、考核督导难等问题。相关管理部门反映，文化产业招商没有抓手和资源。招商工作主要依靠各乡镇板块，而板块相应的管文化的站、所并没有专门的招商人才或项目管理专业人士，各乡镇板块专门管项目的又主要负责工业项目，因此，文化产业招商专业人员亟需补足。另外，相关企业还反映文化产业引导资金扶持不够精准，处于初创时期的新兴产业、特色产业和小微企业获取扶持的机会不多，政策受惠面太窄。

三、常熟市文化产业实现倍增的对策与建议

常熟市将文化产业发展作为提升产业质量、打响城市品牌和江南文化品牌的重要手段，做好“文化+”，科学制定倍增方案，明确主攻方向，抓住“关键点”，助推全面繁荣文化事业和文化产业。

1. 做好“文化+传统”以数字赋能提升传统文化新动能

让常熟优秀文化资源借助数字技术“活”起来。一是重塑传统文化的生产方式和传播方式。用科技的手段提升传统文化行业的活力，让传统文化资源可视化呈现、互动化传播，给传统文化的产业发展注入新的动能。二是支持文化文物单位与融媒体平台、数字文化企业合作。支持文物、非物质文化遗产通过新媒体传播推广，发展“互联网+展陈”新模式，打造博物馆、美术馆数字化展示示范项目，开展虚拟讲解、艺术普及和交互体验等数字化服务。三是推进文化会展行业数字化转型。支持展品数字化采集、图像呈现、信息共享、按需传播、智慧服务等云展览共性、关键技术研究与应用，引导支持举办线上文化会展，实现云展览、云对接、云洽谈、云签约，探索线上线下同步互动、有机融合的办展新模式。

2. 做好“文化+时尚”以文化创意赋予传统业态新内涵

赋予传统业态时尚内涵及高附加值，提升其贡献度和辐射力是关键。一是挖存量，提升全市文化产业增加值。比如，2021年常熟重点对接立讯智造、波司登等重点企业，争取将其纳入文化产业统计库，鼓励制造业、建筑业龙头企业分离创意设计环节和现有规上企业寻求突破发展。二是拓增量，加快推进平台载体建设。重点打造“云裳小镇”纺织服装创意产业园。以千亿级服装产业为依托，打造以服装服饰研发、指数发布、品牌运营和新媒体营销为四大重点、平台经济为主要支撑的时尚创意产业集聚区，助推服装产业转型升级。重点打造数字文化创意产业园。以常熟国家大学科技园、城铁片区为载体，以人工智能为总抓手，瞄准5G商用落地及由此带来的数字文化产业从消费互联网向产业互联网拓展的趋势，重点培育人工智能、移动互联网应用、视听新媒体、绿色印刷等文化产业。重点开发环虞山文化创意产业载体。以城市更新为主题，充分利用老旧建筑载体空间，打造集文化传承创新、新商业模式创新、新阶层人士创新创业集聚地，发展数字文创等业态，成为具有吸引力和影响力的文化众创空间。

3. 做好“文化+科技”以高品质项目吸引高层次人才

2021年，常熟市制定《常熟市文体旅产业高质量发展实施意见》，力争到2023年形成相对完善健全的文化产业体系，到2025年文化产业规模实现大幅增长，文体旅影响力位居苏州前列。一是政策扶持方面，重点支持数字文化、影视演艺、创意设计等文化产业类型，研究设立文化产业投资引导基金、文化产业企业贷款担保基金，解决企业融资难、融资贵的难题；进一步增加文化产业人才引育政策，积极引进文化产业教育资源到常熟落户，鼓励在常院校开设动漫游戏、创意设计、影视制作等文化类专业，壮大人才队伍，建设人才梯队；加强对板块、企业从业人员的持续培训，加深相关人员对行业前沿理论和发展趋势的认识与理解。二是文化项目引育方面，注重内容生产，支持各类优秀文化内容生产项目及平台在本市创作生产、制作发行。鼓励动漫游戏原创内容生产、核心技术研发和衍生产品开发，加大对动漫游戏精品和优秀动漫游戏企业的扶持力度。支持市属媒体加快技术改造升级和跨界合作，推动构建“内容+平台+终端”的新型新闻内容生产和传播体系。采取签约、项目合作、技术入股和项目聘任等多种方式激励吸纳文化产业相关研发、经营管理等高端人才落户。

4. 做好“文化+众创”以对接沪杭提升园区集聚效应

以加快融入长三角为契机，全面对接沪杭优质文化产业。一是借力长三角一体化，全面深化接轨上海、杭州文化战略。紧抓长三角区域一体化发展战略机遇，发挥上海创意设计、网络文化、会展产业和杭州动漫产业等优质文化产业对本地文化产业的带动作用，进一步加强区域协调互动。二是承接沪杭溢出效应，加大对外文化产业招商引资力度。成立常熟市文化产业招商工作小组，设专岗专人，编制文化产业招商工作方案和目录，充分发挥常熟创业成本低和宜居的人文环境等优势条件，吸引沪杭龙头企业入驻，引进沪杭高端人才，引入沪杭高新技术，将在地和在线的优势相结合，促进本土各类优质资源与沪杭最新数字技术、前沿思想理念、现代经营模式融合，力争在长三角抢先布局文化产业格局。三是实施走出去战略，助力本地优质企业提升发展能级。在引进来的同时，加快常熟市优质文化企业走出去的步伐，借力推动本地优质文化企业加快发展。加强统筹协调，以政策对接、审批绿色通道、金融服务、人才培养等工作为着力点，精准化服务常熟市优质文化企业，引导本土文化企业积极探索与外界的交流，提高品牌影响力。

5. 做好“文化+机制”以强化要素保障营造良好生态

要大胆创新，解决体制、投入、人才等方面的问题，推动要素更快更精准地流通，为文化产业营造良好的发展生态。一是加大对接融合力度。深度融入沪苏同城化发展战略，加快建设喜马拉雅大学常熟分院，多维度、多层次拓宽常熟市文化旅游推介渠道。推动文商体旅产业深度融合，打造琴湖小镇、苏州奥林匹克青少年文化中心等文商体旅综合体集群，带动提振大众文旅新消费。二是加强资源要素调度。根据文化产业三年倍增计划，明确文化产业发展的目标、重点、路径和支撑保障，强化文体旅产业高质量发展政策扶持，加大重大项目建设、市场主体培育、产业人才引育等方面的政策奖励，营造文化产业高质量发展的浓厚氛围。三是注重政策落地的反馈完善。定期发布常熟市文化产业投资导引图和招商政策，建立多级联动的文化招商体系，深化文化产业领域的“放管服”改革，加强对文化企业的动态调研反馈，设置专人专岗及时解决运营梗阻，坚持包容审慎监管，规范文化市场综合执法。

参考文献:

- [1]吴宏伟. 关于推进县域文化产业跨越发展的思考[J]. 江苏商论, 2012(25).
- [2]杨吉华. 构建县域文化产业可持续发展的政策支撑体系[J]. 中国文化产业, 2011(8).
- [3]张晓莲. 发展县域文化产业的思考[J]. 新湘评论, 2004(11).