

2018年夏天,伴随着宁波气温的不断上升,市民参与文化活动的热情也随之高涨,各大剧院、影院、书店等文化消费场所上座率连连攀升。文艺的“温·故”梁祝传说非遗展、火爆的“天然舞台”市民戏曲大联欢、劲爆的“一人一艺”杯宁波首届舞王大赛、高雅的“丝路琴声”国际钢琴艺术节……一项项活动,一场场盛会,紧扣老百姓的个性化、多样化需求。在消费中体验文化、在文化享受生活,成为甬城市民生活中的最新感受。8月底,以“嗨文化、惠生活”为主题的2018宁波惠民文化消费季即将揭幕,这场全城参与、全城嗨动、全城共享的文化盛宴必将激活宁波文化消费新需求,刷新文化消费新纪录。

市场导向 多元融合:宁波迎来文化消费新时代

文化消费是消费的重要组成部分,是衡量市民生活品质的重要指标,日益成为推动城市发展的能量极。宁波,从7000年前的河姆渡文明发展而来,地处“一带一路”重要节点和长江经济带交汇点,历史悠久,人文荟萃,经济发达。作为中国大运河的出海口和古丝绸之路上的“活化石”,如何让优质的文化资源活起来,更好地服务于老百姓的生活和城市经济发展,成为宁波市委、市政府重点攻关的一项大课题。近年来,宁波立足居民发展新需求,主动顺应城

精准培育 激发供需两端活力

“老百姓爱看什么,我们就演什么。”宁波逸夫剧院负责人坦言,长期以来,都是剧院提供什么戏,观众就看什么戏,但这往往造成文化产品供给与需求的不匹配,市民参与度不高。两年前,剧院尝试通过建立微信粉丝群征求意见,开展菜单式精准点戏,出乎意料大受粉丝们的欢迎,上座率直线上升。看似一个小小的点子,让这个经营了几十年的老剧院走上了市场化的新路子,焕发了新的生机。宁波在文化消费试点实践中,坚持供给与需求两端发力,推进文化消费供给侧结构性改革,瞄准居民文化消费的差异性需求,努力提供优质精准的文化产品和服务。构建市、区(县)、乡镇、村(社区)四级文化消费设施网络,积极打造“三江文化长廊”和“十五分钟文化圈”,拓展线上线下、多维立体的文化消费新空间。宁波中心城区建有大剧院、博物馆、音乐厅、



百老汇原版音乐剧《猫》宁波站巡演

跨界融合 放大市场乘数效应

8月22日至24日,由海伦钢琴股份有限公司等单位承办的2018“丝路琴声”宁波国际钢琴艺术节在北仑区博地影秀城举行。多场大师班、名人音乐会、全国钢琴巡演及比赛活动吸引了来自全国120个城市的2000多名钢琴爱好者参与。传统钢琴制造与艺术教育的有机融合,推动海伦钢琴股份有限公司今年上半年净利润同比增长50%,产销量位居国内同行业第二。近年来,宁波实施“文化+”行动计划,推进文化与制造、商贸、旅游等产业融合发展,将文化消费市场的扩大与整个城乡建设融合在一起,特别是与乡村振兴、特色小镇建设相结合,与发展文化旅游、生态文明建设相呼应。在每年举办的宁波购物节、旅游节、服装节上,主承办方设立了商文互动、文旅互动板块和文化产品展示单元,进一步激发出文化消费新需求。这种改变过去简单、粗放“的文化搭台、经济唱戏”的做法,突破了只做加减法的惯性思维,向整体融合的乘数效应要效益。同时,宁波注重传统文化创造性转化、创新性发展,建设市级文化类特色小镇3个、非遗特色小镇7个,2018年4月新开辟慈溪“黛青·越窑青瓷”、鄞州“彩金·

国家宝藏”、宁海“火红·十里红妆”、余姚“赤色·余姚红色”四条非遗主题特色路线,市民参与热情高涨。荣获吉尼斯大奖的荪湖花海迷宫、湖南卫视热播剧《红皇照耀中国》、中国首部户外3D探险电影《七十七天》,这些都是近年来宁波文化产业领域的丰硕成果。连台好戏得益于宁波文化金融产品的助力,为破解文化企业融资难、融资贵、融资慢的难题,宁波追求文化和资本有效结合,积极创建国家文化与金融合作示范区,组建农行文创支行、文创小贷公司、信贷风险池、文化产业基金,至2017年底全市文化领域本外币贷款余额达702亿元,累计为8000多家文化企业和近百个文化重点项目建设提供了融资服务。2015年以来启动实施的宁波文化卡惠民项目,目前会员达83万、合作商户超过400家,用户使用该卡可享受合作商户的折扣优惠,累计撬动直接文化消费逾亿元。2018年1月,宁波股权交易中心开设“文化创意板”,现有挂牌文化企业116家,实现融资额1.65亿元,极大地激发了文化企业对接资本市场的积极性,全市有上市文化企业7家,新三板挂牌文化企业32家。

市发展新趋势,着力构建现代文化产业体系和市场体系,引导城乡居民扩大文化消费。2016年6月,文化部公布了第一批国家文化消费试点城市名单(第一次),宁波市位列其中。随即,宁波市委、市政府将文化消费作为一项重大改革和创新工作,成立了由市长任组长、分管副市长任副组长,相关政府部门主要领导任成员的领导小组,统筹推进试点工作。市财政每年安排市级文化产业发展专项资金2亿元用于扶持文化企业发展,安排1500万元引导和扩大文化

美术馆、文化广场、文化馆、图书馆等完善的综合文化设施,农村则以建设文化礼堂的方式补齐文化场所有限的短板,现已建成文化礼堂700多个,流动图书馆1000多个,每年图书流通100多万册,有效对接供需两端,为城乡居民源源不断地输送精神食粮。

随着经济社会的发展,传统消费理念、方式不断更新升级,老百姓对文化的个性化需求日益扩大,对文化产品与服务的多样化供给提出了新要求。宁波因势利导,积极鼓励社会主体投资文化产业,参与文化有效供给。近年来,社会主体投资建设的方特东方神话主题公园、罗蒙环球城、博地影秀城、“阿拉的海”水上乐园等一批重大文化设施,成为市民文化消费的新去处和新热点。在关注多样化需求的同时,宁波不断拉高标杆,大力支持专业院团创作生产,舞剧《十里红妆·女儿梦》《花木兰》、音乐剧《告诉海》、

消费专项资金用于补助文化消费重点项目、发放惠民文化消费券、举办惠民文化消费活动等。两年来,宁波以“建设国际港口名城、打造东方文明之都”为引领,以满足人民对美好生活的新需求为根本,坚持因地制宜、改革创新、先行先试原则,发挥区域民营经济发达、市场机制灵活等优势,探索形成了从整合到融合的市场导向模式,做大做强文化融合这篇文章,全市文化消费呈现增长有效益、提升有亮点、拓展有后劲的良好发展态势。

歌剧《红帮裁缝》《呦呦鹿鸣》等精品力作深受欢迎;近3年补贴高雅艺术演出累计达6000多万元,引进美国百老汇原版音乐剧《猫》、印象莫奈展、《国家地理》经典影像展等一批艺术精品,满足高层次文化消费;积极培育文化新消费,涌现了创意生活连锁品牌“酷乐潮玩”“泡泡吧”等一批时尚创意新零售业态,以及创意集市、文化夜市、古玩淘宝、文化跳蚤市场等一批文化消费集市;着力活跃文化市场,爱珂文化集团并购紫风中国女子乐团,强强联合建设音乐文创产业园,以民营力量引领都市文化;精心培育地域特色文化品牌,改造老外滩、月湖盛园、南塘老街等特色历史文化街区,打造“三江夜游”“飞越时空”等特色文化消费品牌。据统计,2017年,宁波市居民人均教育文化娱乐支出3665元,同比增长8.6%,增速居八大类消费第二位,占人均生活消费总支出的12.5%。

锐意改革 推动事业产业繁荣

“一人一艺”是宁波市文化馆2016年全新打造的一项全民艺术普及工程,线下依托各类文化场馆、园区、街区等载体,开展全民艺术普及培训;线上推出覆盖全市的“一人一艺”云平台,打造集管理、服务、产品供给、资源建设为一体的综合性文化超市,迄今吸引了130多家社会机构加盟,举办各类展览、讲座、文化活动2000多场,掀起了全市艺术培训、消费的热潮。芝士公园是2018年由宁波日报报业集团与万科集团联合投资的一站式城市艺术教育综合体,占地面积4.5万平方米,开业仅两个月,入驻率超过95%。宁波文化事业起步早、基础好,所有区县(市)全部建成浙江省文化先进县,

已基本建成覆盖城乡、均衡发展的现代公共文化服务体系。面对快速增长的文化消费需求,宁波坚持事业与产业联动,社会效益与经济效益互促,以文化事业的繁荣带动文化产业的发展。

宁波演艺集团是全国文化体制改革先进单位,6年来创排剧目43部,其中原创作品音乐剧《告诉海》、舞剧《十里红妆·女儿梦》、歌剧《红帮裁缝》获全国“五个一工程”奖,取得社会效益和经济效益双丰收。宁波市图书馆等3家文化文物单位被纳入国家文创产品开发试点,天一阁博物馆2018年前7个月门票收入超700万元,宁波博物馆引进的“恐龙诞生之谜”特色展单月门票收

创新惠民 增强老百姓获得感

2016年起,宁波市立足打造大平台、做强大消费,举办中国(宁波)特色文化产业博览会,3年来累计吸引参观客商和市民91万人次,现场成交额达12.55亿元,达成签约项目和意向项目500多个,总金额261.41亿元,已成为华东地区最大、全国有影响力、国际有知名度的文化会展交流合作平台。借力中国浙江投资贸易洽谈会、中国国际日用消费品博览会、中国宁波智慧城市应用技术博览会、宁波国家服装节等大型展会平台,宁波做足文化消费产品的展示展销文章,每年组织数百家文化企业赴德国、日本等国家及我国香港、台湾地区参加重点文化展会,推动宁波文化走出去,全市2017年对外文化贸易出口总额达155.35亿美元,11家企业被认定为2017—2018年度国家文化出口重点企业。

依托重大节庆活动,带动文化消费升级,宁波近两年陆续承办了东亚文化之都·宁波活动年、亚洲艺术节、中国合唱节、市民文化艺术节等数十项重大活动,2017年第十五届亚洲艺术节吸引了来自亚洲30多个国家和地区的300余个艺术团组、千余万观众参加。围绕打造“音乐之城”的战略,各类社会主体相继举办了草蓆音乐节、香橙音乐节、鸟人音乐节、阿拉音乐节、全民K歌大赛等众多音乐节庆活动。

此外,各区县(市)政府积极挖掘区域特色文

化内涵,培育了开游节、开渔节、音乐节等一批重大文化节庆品牌,既丰富了市民的精神文化生活,提升了城市的美誉度,又带动了相关文创产品的开发、销售,推动了优秀传统文化资源的有效转化和利用。

宁波大树开发区,一个常住人口5万人的海岛,从2015年起通过“个人充值+财政补贴”的方式发行“大树文化惠民卡”6792张,财政专项补助支出200多万元,培育群众文化消费理念,减轻群众文化消费负担,促进群众乐享美好生活。以人民为中心,宁波始终坚持面向全体,纵向到底,横向到边,线上线下联动推进文化消费。通过举办文化消费月、惠民电影季、娱乐季、图书展等活动,线上向市民发放惠民文化消费券,线下市民凭消费券(卡)享受购书、看电影、唱K歌等文化消费惠民折扣,形成阶段性文化消费热点。据统计,2018年上半年,宁波市安排1489万元财政资金,直接拉动文化消费9900万元,文化消费直接拉动率达12.31%。

新时代,新文化,新消费。宁波将继续深化国家文化消费试点城市建设,总结完善从整合到融合的市场导向模式,推动宁波文化高质量发展,更好地满足城乡居民的文化需求,让文化消费成为宁波建设国际港口名城、东方文明之都的强大引擎。



2018文化消费宁波论坛



2018“丝路琴声”宁波国际钢琴艺术节交响音乐会现场

专家点评

中央党校(国家行政学院)文化政策与管理研究中心主任祁述裕:

国家文化消费试点城市建设是推动全国文化事业发展的新事物。自2016年6月,被公布为第一批国家文化消费试点城市以来,宁波市充分利用文化事业体系完善、民营经济发达的优势,并着眼于文化新需求新消费,积极调动国有文化单位、民间资本和社会力量参与试点城市建设。在探索以市场为导向,事业与产业、政府与民间、线上与线下、文化与相关业态多元立体融合的促进模式上,初显成效。宁波市注重依托市场力量,引导城乡居民扩大文化消费的发展路径,为全国各文化消费试点城市建设,提供了先行先试的示范。

宁波市文化广电新闻出版局供稿



人气爆棚的鸟人音乐节