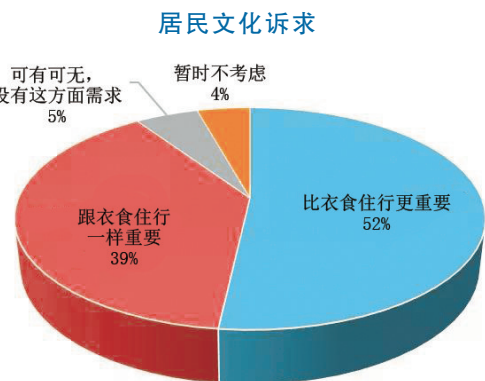


旅游健康发展 文化消费赋能

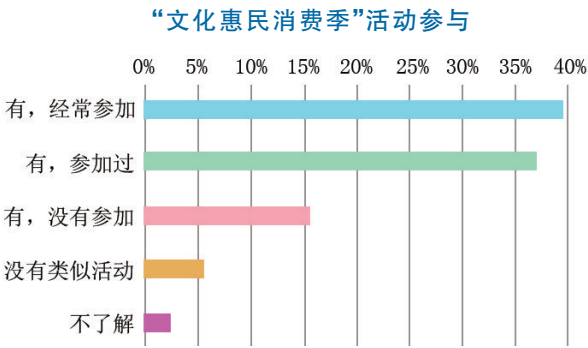
为更好研判文化消费市场总体发展情况和未来走向,系统研究文化消费的市场需求、消费特征、满意度及痛点等方面,中国旅游研究院和上海创图公共文化和休闲联合实验室联合开展了文化消费专项调查研究。通过研究院自主调研平台调查在全国31个省市区开展城乡居民文化消费调查,收集有效样本15027份。研究认为,文化消费成为国民消费升级的重要标志,文化消费作为满足人民对美好生活的向往、丰富游客深度体验的重要途径,将为旅游经济的持续健康发展提供新的动能。

文化消费已成为提升国民幸福感的重要途径

随着居民生活水平的提高和大众旅游的快速发展,人们的精神需求不断升级,文化生活成为满足人民对美好生活向往的重要支撑。



2019年上半年,国内文化休闲基础设施日益完善,各地文化旅游、民俗活动、节庆娱乐等休闲活动异彩纷呈,居民和游客文化消费持续升级,文化体验已经成为提升生活质量和幸福感的重要途径。调查显示,半数以上的受访者表示目前“市场需求旺盛,文化产品能够/基本满足群众需要”。



市场活跃,相关消费拉动作用显著

■文化体验形式多样,普遍频率为“半年1次至2次”

响应居民丰富多样的文化体验需求,各地积极推出各类文化活动,居民参与热情高涨。调查显示,超过八成受访者表示2019年上半年参加了文化体验活动,大部分受访者表示会在旅途中安排文化体验和消费环节。文化消费的主要动机,以促进身心健康、提升知识素养、亲子育儿为主。

在文化活动形式的选择方面,受访者选择“参观博物馆或文化古迹”的比重最高。对于三馆(图书馆、科技馆、纪念馆)、影院剧院等文化活动的参与频率普遍为“半年1次至2次”。

■城镇居民文化需求和文旅体验更高

从城乡对比角度来看,调查显示,城镇居民对文化消费的需求程度更高,认为文化消费等同于生活必需品甚至比衣食住行更重要的占比达到九成。相比之下,认为文化需求可有可无甚至暂时不考虑的农村居民比重更高。

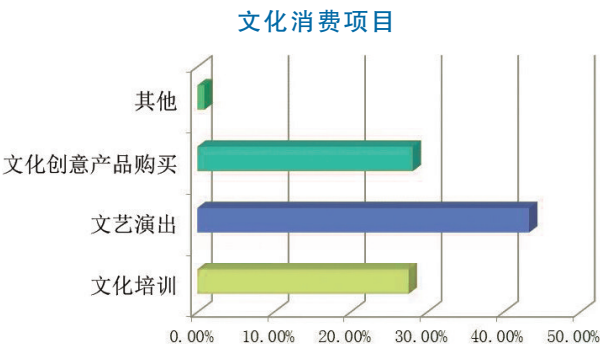
从消费动机来看,城镇居民对于增长知识、提升修养和亲子育儿的文化体验需求更高,愿意为更高的文化体验需求买单。未来农村文化休闲市场开发,还需要在提高居民收入的基础上,从发展农村公共文化事业,激发文化需求角度着手。

■文化消费拉动作用显著,观看文艺演出为主要支出

2019年上半年,居民参观免费场馆、观看演出或电影时,对购物、餐饮、交通等相关消费的拉动作用显著。85%左右的受访者认为,文化消费可带动购物、餐饮、住宿、交通等相关消费增长20%以上;35%以上的受访者认为文化消费可带动相关产业消费增长50%以上。免费文化场馆参观的消费场

景中,75%左右的受访者表示购物、餐饮、交通等领域人均消费主要集中在“50元至200元”,15%左右的受访者人均消费200元以上。综合2019年上半年调查数据,华北、华东地区文化消费热情更高,文化消费在1000元至1500元和1500元以上的比重更高。

调查结果显示,文化消费主要是观看文艺演出;其次为“文化创意产品购买”和“文化培训”。



■外地旅游文化消费潜力巨大

调查显示,大部分受访者均表示2019年上半年在外地旅游参加和体验了文化活动,占比超过八成。调查显示,居民在外地旅游时进行文化消费的比重主要集中在“10%至30%”。当下居民旅游消费热情高,未来消费水平和消费质量仍有很大提升空间。

公益活动关注度高,时尚、科技趋势明显

■科技类、公益文化类项目更受青睐

在对文化体验的意愿调查中,选择“现代科技文化”作为文化体验活动意愿的受访者较多,其次为“传统民族文化”“红色军旅文化”等项目。

对于网络平台消费项目的调查,受访者更加倾向于选择“公益文化活动”,其次为“培训课程”和“文创商品”项目。

在文创商品的选择上,受访者更加关注实用性,其次较为关注纪念性。

■手机端为信息获取、预定支付主要渠道

文化消费的信息获取渠道主要是“微博微信等朋友圈”,

其次为“广播电视等传统媒体”和“关注了各地文化云等信息发布平台”。

文化消费的预订渠道主要是“手机端”,文化消费的支付方式主要是“移动支付”,其次为“现金”和“刷卡”。

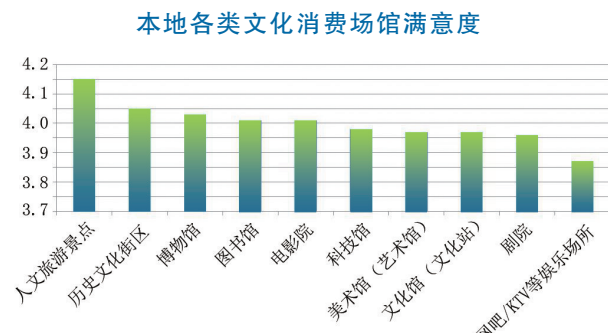
文化消费满意度和主要痛点

■八成受访者对本地和异地文化消费表示满意

数据显示,2019年上半年受访者对文化消费场馆满意度、活动内容丰富性、服务质量等方面的评价都较高,其中,受访者对活动内容丰富性最为满意。

■人文旅游景点、历史文化街区、博物馆等满意度较高

2019年上半年,本地各类文化消费场馆中,受访者对“人文旅游景点”的满意度评价最高,其次是对“历史文化街区”的满意度。



■文化场馆供给、配套和创新不足是主要短板

调查结果显示,2019年上半年游客对文化消费反映的问题主要是“文化场馆和活动周围交通、餐饮等配套不足”“周围缺乏合适的文化设施和场所”“文化场馆开放时间不够”以及“文化产品吸引力和创新性较弱”。

从城乡居民对比情况来看,城镇居民反映文化设施配套不足、开放时间不足、产品创新不足的比例高于农村,而更多的农村受访者反映文化信息获取不足、免费文化场馆和活动过少、文化消费支出过高等问题。

(文字、数据来源:中国旅游研究院&上海创图公共文化和休闲联合实验室,本报记者张婷整理,张海宁制图。)

城乡一体,方能振兴乡村

大规模的城市化使得城市居民、乡村居民的生活方式同时在发生变化。因此,在城市化与后城市化的角力背景之下,只有将城乡一体化共同考虑进去,乡村振兴才具有现实意义。

□□

吴必虎

在改革开放40多年的发展中,中国的社会结构发生了巨大的变化,城乡人口进入了“双向”流动的时代,一部分人想要城市化,另外一部分人已经进入了“后城市化”。一方面,仍有一大批人进城,吸引大量人口移出乡村,乡村居民被吸裹进入现代化大潮,大量乡村逐渐衰落;另一方面,城市人口不断在逃离城市、重返乡村,想在乡村找到新的

生活方式。

在强势工业化的发展阶段,工业开发区遍布全国,大量农地被占用,然而工业化获得的社会增长动力在下降,而被征用了土地的乡村,牺牲是巨大的。

工业化完成以后,整个社会进入现代化社会,现代化是一个潮流,不可逆转。在现代化社会,城市与乡村居民确实存在人口、土地多种交换的需要,然而乡村—城市社会双向交换通道上的制度障碍还未打通。这个时候,我们应该针对新的人口结构来调整土地资源,而不是一刀切地执行过去的一些政策和法律,在社会发展过程中从理论上、制度上进行重新调整,再谈乡村振兴才是有价值的。

目前有预测显示,到2025年中国人口将基本稳定在14.5亿人左右,届时会产生的是,大中型城市和沿海发达城市中大量人口的聚集,会令其他的城市“失血”,乡村亦是。所以,

在认清城乡人口交换大趋势后,才能更有效地思考乡村到底应该如何发展的问题。

首要问题是土地。土地的不可再生性及稀缺性决定了其利用应该是最大效率化。一方面,政府应减少干预乡村规划,让农民自主发展,让农民跟市民共同协商。另一方面,土地管理相关法律法规给予土地的使用权、租赁权时效太短,导致无法激励相关主体进行财富积累。有关部门可按照当下发展诉求,合理制定土地使用权限,提高土地价值。土地必须发挥土地本身的功能,就是资源配置,让它发挥最大效率,而不是放在地方停滞。

从产业层面来讲,到底农村的土地能不能走非农化道路?我国应探索出一套农村土地制度,让农村土地的规划权、使用权、发展权回到农民手中。农民一旦有了土地支配权、土地金融权就具备了投资能力,乡村的一、二、三产业自然而然就

发展起来了。

从社会层面来讲,一方面,让农民市民化。在城市化过程中,市民中有一大部分来自农村,让这部分新市民找到幸福感,就是让其市民化。另一方面,保留乡村和城镇的独立性。农民进城以后可以把房子留给城里人,让一部分资本通过这种形式进入农村。这里汇聚的不仅是金融资本,同时还有社会资本。这个时候,乡村就进入了新的发展阶段。全球发达国家的城市化已经走过这条道路,有了农业的产业化、工业化,以及乡村—城市社会双向交换,一批新乡绅进入了乡村,资本流向了农村,新乡村和新的乡村生活方式因此逐渐形成。

从生活方式角度讲,通过让农村土地进入市场,一、二、三产业融合发展,新乡绅进入农村社会,就会逐渐形成一种崭新的生活方式,即所谓的后乡土生活方式。这种后乡土生活方式是一种

新的城乡关系,是市民到乡村过周末生活、假日生活,同时,乡村依旧生产粮食,有优秀的设计支撑,营造出乡村田园度假的生活方式,让乡村真正成为一个有情怀的、能承载乡愁的地方。新的乡村生活、新的乡村时尚,后乡土生活如何实现共享经济……这些都还需要通过一系列的研究、制度改革、顶层设计,形成新的社交场域。

总体来讲,把城市和乡村放到一块来讨论,乡村振兴才是正确的方向,同时要努力推进农民市民化制度,要让农村土地可流通化,只有这样,城市和乡村才能达到真正的互动,城乡趋于一致的高质量现代生活方式方能真正地实现乡村振兴。

(作者系北京大学城市与环境学院旅游研究与规划中心主任)

