

智库成果简报

第 3 期

邵 阳 学 院

邵阳市社会科学界联合会

2020 年 11 月 16 日

邵阳市“十四五”文化强市 升级版打造的价值目标、 实践逻辑与路径选择

领导批示：

刘纯 张千山 海卓

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》提出“繁荣发展文化事业和文化产业，提高国家文化软实力”，到 2035 年建成文化强国的战略目标，既为市委市政府打造邵阳市“十四五”文化强市升级版发展战略提高了指针，又为邵阳市文化大繁荣发展提供了前瞻性战略思

考与战略定位。市委市政府以历史的责任感和时代使命感，培育与践行社会主义核心价值观，不断增强意识形态领域主导权与话语权，创新性推动文化事业与文化产业发展，构筑中国精神、中国价值、中国力量，为人民提供精神指引。邵阳市“十四五”规划明确“两中心一枢纽”，强调文化建设中心。可见，推进邵阳市“十四五”文化强市升级版建设，已经成为邵阳人民的共识。为了更好打造“十四五”文化强市升级版，我们深入市委宣传部，市文旅体广电新闻出版局等政府机构和文化企业进行调研，试图从价值目标、实践逻辑和路径选择等三个方面找到可行性方案或对策建议。

一、邵阳市“十三五”文化强市建设情况与成效

（一）不断深化文化体制改革，优化营商环境

全面落实《邵阳市深化文化体制改革实施方案》。进一步完善国有文化资产运营监管体系。成立邵阳市国有文化资产监督管理委员会，制定了《邵阳市市管国有文化企业监督管理办法》。深化国有文化单位改革，健全市管国有文化企业法人治理结构，制定了《邵阳日报社邵阳报业集团有限公司一体化运行机构设置方案》《邵阳广播电视台第三轮深化改革工作方案》《关于进一步深化邵阳市文化市场综合执法改革的实施方

案》《邵阳市文联深化改革方案》，组建邵阳日报报业传媒集团、市广播电视集团、市电影集团。完成了国有文艺院团公司化运作模式。依法依规管网治网。加强对娱乐、出版物、网吧等文化市场的监管，深入开展“扫黄打非”专项行动，严厉打击各类非法娱乐、出版物和经营活动

（二）文化产业蓬勃发展，不断实现全面建成小康社会主要目标

根据目标任务，2016年、2017年、2018年、2019年，邵阳市文化产业增加值分别是70亿元、81亿元、90亿元、108.6亿元，增加值占GDP比分别是4.66%、4.82%、5.05%、5.05%。2017年底，全市文化和创意产业从业人员达4万人，拥有规模以上文化创意企业148余家，比十二五时期增加23家。2019年我市拥有规模以上文化创意企业218家，增加26家，增长12%。规模以上文化和创意产业主营业务收入164.3亿元，从业人员2万余人。人均拥有文体设施场地活动面积大幅提高。“三馆一站”覆盖率、广播电视综合人口覆盖率已达到省里确定的2020年的目标值，城乡居民文化服务支出占家庭消费支出比重、城乡居民文教娱乐支出占家庭消费比重等两项动态指标正稳步跟进。

（三）“十三五”文化产业整体发力，产业融合趋势凸显

在全面实施“文化强市”战略和“产业兴市”要求的历史起点上，文化产业践行了传承宝庆历史文脉、激发文化创造活力、共建精神家园的现实路径，邵阳市文化产业整体呈现出规模扩大、效益提升，结构优化的良好发展态势。凝聚发展合力，培育产业集群。如邵东县包装印刷产业园已有 47 家企业入驻，32 家企业建成投产。利用国内外文化产品与项目交易的重要平台，促进和拉动了全市文化产业的发展，提升了邵阳市包括非遗产品在内的文化产品竞争力影响力。指导成立邵阳市文体创意产业协会扩大交流合作、服务人才培养，旨在凝聚发展合力上发挥桥梁纽带的作用。扶持龙头文化企业上取得新进展。如福鸿工艺制品有限公司，该公司以生产迪斯尼动漫衍生工艺品为主，产品远销欧美，年销售额突破 2 亿元，已获得高新企业技术认证。搭建融合平台，推动“文化+”产业融合。产业融合重点在文旅融合。加强顶层设计，谋划文旅发展路径。坚持内容创新，推动文旅融合发展。坚持品牌引领，推动文旅载体升级。注重政策引导，搭建文旅发展平台。

（四）“十三五”完善升级公共文化服务体系，增强人民文化获得感与幸福感

全市文化建设有了量的突破和质的飞跃，基本建立了“结构合理、发展平衡、网络健全、覆盖城乡”的公共文化服务网络。2019 年底全市共有文化馆 13 个，公共图书馆 14 个，博物馆 4 个，纪念馆 9 个。电视综合人口覆盖率 99.5%。文化信息资源共享工程中心全部建成，基层服务点和公共电子阅览室实现乡镇全覆盖。县市区有馆、乡镇（街道）有站、村（社区）有室的层级公共文化服务网络基本形成。大力推进各项文化、体育、广播电视惠民服务，结合“五送五进”活动，基本形成多元化供给的公共文化服务格局。群众文化品牌创建收获新成果。推动“一县一剧”、“一县一品”、“一站一品”建设。城步“六月六”山歌节和绥宁“四八”姑娘节已成为全国全省知名文化品牌。“欢乐潇湘·魅力邵阳” “奇美邵阳” “宝庆群艺汇”等文化艺术活动品牌影响不断扩大。基础保障迈上新台阶。制定了构建现代公共文化服务体系的配套政策，强化了制度保障。经费保障方面，按照实施标准科学测算所需经费，将基本公共文化服务保障资金纳入公共财政保障范围。在管理考核方面，把各县市区公共文化服务体系建设和基本公共文化服务实施标

准落实情况纳入评价领导班子和领导干部政绩的重要内容和县市区绩效考核重要内容。

二、邵阳市“十四五”文化强市升级版打造存在的问题

（一）现代公共文化服务标准化、均衡化与数字化提升空间大

尽管按照《湖南省现代公共文化服务体系建设三年行动计划》的标准要求，但未建立市域公共文化服务指导标准体系，管理考核难以落实在行动上；设施建设不平衡，投入总量有待加强。城乡差距、地域差距、人群差距仍然较大，部分地区文化场馆破旧老化，偏远贫困地区基层文化设施达标率不高。经济发展水平相对落后，无法提供固定财政保障。部分领导干部认识仍存在偏差，对文化事业发展重视程度不够。设施建设规划布局不够合理，未能实现公共文化服务的基本性、公益性、均等性和便利性。配套管理不匹配，服务机制有待优化。缺乏有效管理机制。缺乏专职管理人员。缺乏专业服务人才。服务内容不精准，服务效能有待提升。服务内容与群众需求缺有效对接。文化产品内容乏味、供给多头分散。文化产品与服务对象间缺乏有效衔接。数字文化服务难以充分发挥作用。

（二）影响文化强市升级的文化标志与品牌尚未形成

“欢乐潇湘·魅力邵阳”、“幸福新邵阳”、“奇美邵阳·浪漫崑山”、“春暖潇湘·奇美邵阳”“书香邵阳”等已成为对外宣传口号，尤其奇美邵阳。奇美邵阳的标志偏重于邵阳自然风光，山水文化。什么样的文化符号能反映邵阳市悠久的历史，什么样的文化记忆能证明邵阳市是千年宝庆呢？这些都没有标志来体现。在文化品牌建设方面，奇美邵阳已经具备了品牌力量，但这张名片不管往更深方面拓展还是往更广方面拓展，给人的深深烙上的印象只是邵阳的山水奇美，不能成为引领邵阳文化整体的名片。

（三）文化产业规模化程度偏低，范围化程度大而不显，集中度低，结构不合理。

文化产业人才短缺，缺乏大量的文化创意、经营管理、技术开发、市场营销等既懂文化又懂经营的复合型高级人才。尚未完全建立文化产业投融资服务体系，非公有制资本、社会资本进入文化产业的比重还很小，同时政府财力有限，特色产业发展壮大得不到充裕的资金扶持。文化产业配套政策不够完善，土地使用、税收优惠、基础设施建设等相关政策支持力度有待进一步提升。因此，我市大多数特色文化资源还

处在“有开发，无产业”阶段，一大批非遗项目仍然缺乏产业化发展平台和相关配套措施。文化企业也普遍呈现“弱、小、散”的状况，规模文化企业偏少，缺乏大型综合型龙头骨干文化企业带动，集聚能力难以形成。文化产业技术层次偏低，支柱作用不突出，未能形成产业集群。行业间协作不够，文化、旅游、商贸、体育等文化产业关联部门受体制束缚，工作统筹协调不够，产业链条延伸难。文化生产结构与市场需求结构不适应，文化产业市场培育不成熟，文化企业大多为“但求小效益，不求大发展”的就业型经营，且缺乏有影响力的知名品牌引领带动。面对湖南文化产业快速发展、武陵山片区扶贫攻坚等大好机遇，缺少趁势而上的内在动力，同一产品、项目重复生产和重复建设现象突出，文化产品无法满足人民群众的文化消费需求，也缺乏对主动文化消费的有效引导。

（四）“文化+”产业融合还处于起步阶段，融合瓶颈凸显

邵阳市文化旅游产业、体育旅游产业、文化广电产业的总量偏小，各业的互动融合还处在起步阶段，业内人士，尤其是相关管理部门和管理者对各业融合的理念认识不深，各业融合给各产业带来的发展动力仍不够强大，各业融合还有许多问题要解决。当前邵

阳市文化、旅游、体育各业均存在缺少品牌大型企业，经营能力弱，产业规模经济效益不显著；市场化程度低；专业性人才短缺；产品开发能力低，科技含量低；体制不健全，部门和区域隔阂；传统广电产业面临着新兴媒体冲击威胁。从产业产品上很难看出全省体育、文化与旅游产业之间的内在关联；文旅广体融合所需的生产要素流动不畅，资源互用不足；融合性产品单一、滞后，制约产业链延伸；专业人才少，且较少多业间人才流动，复合型人才极缺。观念上，各业相关部门及企业往往各自从自身发展和利益出发，缺乏共同发展的大局观；机制上，产业融合受行政区划和部门区划绩效考核的制约，各业管理归属不同，各业间行政管理的协调不畅，“各自为政”现象突出，这也阻碍了各个产业间在宏观层面上的互动；政策保障上，在市场准入、连带经营、专业扶持、成长阶段减免税等倾斜政策不足，优惠政策及其落实缺乏持续性、可操作性，且各业之间的扶持政策不统一，诸多因素制约着各业之间的融合发展。公共文化服务上，为民服务的能力和水平还需进一步提升，建设管理运行长效机制还需进一步健全。图书和影视剧创作生产整体水平仍然不高，有市场、有影响，双效统一的精品力作仍然较少。特

别是在如何发挥地方优势，工作主动性、资源利用、潜能挖掘还有待进一步加强。

（五）邵阳市文化事业与文化产业互动性不强，没有形成合力推动文化强市升级

文化事业领航作用不明显。邵阳市打造很多文艺精品和发掘了很多文化遗产，但是这些文艺精品与文化遗产大多仅停留在浅层次的观赏与保护，其文化符号、文化思想、文化风俗没有变成更深层次开发的文化IP，未能为文化产业提供导向与滋养，未能转化为文化产业发展的新动能。同样政府提供的公共物品，尤其公共文化服务体系建设，良好的文化生态环境，未能真正成为邵阳市文化产业支撑力量。同样，文化产业护航效率不高，未能很好成为文化事业的基础与补充。邵阳市文化产业规模化程度低，未以文助文，形成牵引力，使文化事业不断增强自身的造血功能，运用市场机制进行自我创新，增强文化发展的生机与活力，加快文化建设步伐。

三、邵阳市“十四五文化强市升级版打造的价值目标、实践逻辑和路径选择

（一）顶层设计：文化强市升级发展定位与战略目标、战略选择

1. 发展定位：血腥霸蛮（湘楚文化+巫傩文化+梅山文化）+兼容并收（改革开放形成现代文化：开放包容）+奇美（自然山水风光）+独特（美食文化）=神韵宝庆（传奇宝庆）—国内外知名文化品牌与国际知名生态文化休闲养生度假目的地品牌。

2. 战略目标：（1）众星拱月，唱响“神韵宝庆”母品牌，再由“神韵宝庆”引领众子品牌走向世界。

（2）以“神韵宝庆”为依托，构建湘中湘西南文化中心和文化旅游集散中心。（3）以“神韵宝庆”托起湖南省副省域文化中心，打造湖南省文化旅游体育产业发展增长极和湖南省文化事业与文化产业互为依托发展的示范城市。（4）以“神韵宝庆”雕刻在中国（湖南）自由贸易区、一带一路等国内外服务贸易平台上，用文化与旅游服务贸易立起国际知名生态文化休闲养生旅游度假目的地。

3. 战略选择与实施：（1）市域层面的谋篇布局，打造“两个文化发展中心、三条文化长廊和五大文化品牌示范区”。“两个文化发展中心”，一是以宝庆古城为焦点的全要素、全域文化中心，一是以武功古城为集聚点的西部古色红色绿色文化中心；“三条文化聚集长廊”，一是以沪昆线为轴湘黔古商道文化长廊，二是以雪峰山为中心的世界文化遗产长廊，三是资江古城

古村落红色生态文化长廊；“五大文化品牌示范区”，一是千年宝庆古城文化古商文化和现代文化交融示范区，一是武冈古城文化美食文化交融示范区，一是世界崀山生态文化古镇古村文化交融示范区，一是雪峰秘境的文化遗产生态文化交融示范区，一是神秘古国风情文化生态文化红色文化交融示范区。（2）从市域与县域两个层面齐发力，不断推进文化艺术活动走向深化固化，挖掘文化遗产，厚实文化基础，创造文化IP，形成“众星拱月”提升“神韵宝庆（传奇宝庆）”，推动湘中湘西南文化中心与文旅集散中心，托起湖南省副省域文化中心。（3）以文旅融合为龙头，引发农旅融合、工旅融合，广体融合，形成文旅融合为内核的全域产业、全要素融合，打造湖南省文化旅游体育产业增长极和湖南省文化事业和文化产业互为依托的发展示范城市。（4）聚集合力，开发文化IP和非遗文化，构建全域文化旅游产品与旅游商品，利用自贸平台、一带一路等平台，立起国际知名生态文化休闲养生旅游度假目的地品牌。（5）推进市域文化事业与文化产业营销中心建设，运用集团化公司运作模式，统领县域文化事业与文化产业营销，进行全媒体整合营销和自媒体社会化营销，立起“神韵宝庆（传奇宝庆）”，推动邵阳文化事业和文化产业繁荣兴旺。

（二）高屋建瓴：文化强市升级的市域通道与县域通道共生演化和提质增效

1. 战略目标：激活文化强市升级的市域通道与县域通道，实现文化强市升级提质增效。

2. 实践逻辑：市域通道建设引领、推进县域通道建设。同样，县域通道建设为市域通道建设推进提供基础与依据。

3. 路径选择：（1）顶层设计市域层面公共文化服务体系建构，标准与评判标准，推进县域公共文化服务体系建构，增强老百姓文化获得感与幸福感。（2）建立市域文化产业体系建设的指标体系和文化资源库、本土文化企业目录，引领县域文化产业体系建设，形成具有个性的县域文化产业发展格局，推进市域文化产业体系建设。（3）市域层面制定邵阳市文旅融合发展评价体系，打通文旅融合关键节点：特色资源与关键资源节点、融合产品节点、科技创新节点、文化创意节点和政策支持节点，一盘棋布局县域文旅融合通道回路，链接工旅融合、农旅融合和广体融合，推进全域融合与全要素融合，实现城乡文化、旅游、工业、农业、体育等行业一体化融合。（4）基于其本身优势资源与特色资源构建文化强市升级的县域文化产业或文化+旅游+其他融合通道。在此基础上，文化强

市升级的市域通道利用掌控资源优势，进行空间整合优化，补链，补齐县域文化产业或文化+旅游+其他产业融合短板，强链，强化优势，提质增效。(5) 整合优化县域产业融合业态要素创新通道，构建市域产业融合业态要素创新通道：奇美邵阳、奇趣宝庆、奇养宝庆、奇艺宝庆、奇礼宝庆，再继续包装，形成品牌效应。(6) 构建市域放管服体制机制通道，推进县域通道创新：通过文旅体相关政策和配套设施服务，吸引国内外知名的文旅企业。支持文化旅游企业以股权融资、项目融资、租赁融资及发行信托计划等方式融资，鼓励整合政府引导基金。加快市场监管体制和监管职能融合。建设信用体系，将文化市场、旅游市场统一考虑。深化行政执法体制改革，统一文化、文物、出版、广播电视、电影、旅游市场行政执法职责。(7) 从文化管理体制、文化市场秩序等方面打通市域层面文化事业与文化产业互动通道，促进县域文化事业与文化产业互动通道的构建。

(三) 删繁就简：文化强市升级的市场主体本土培育与战略引进相生相融与做大做优做强

1. 战略目标：培育本土市场主体与战略引进头部文化企业相生相融，做大做优做强本土市场主体，每

年打造 1 家头部文化企业，2-3 家龙头文化企业，间断性形成 3 家左右独角兽文化企业，实现中部崛起。

2. 实践逻辑：人文资源与自然资源的地区独特性，文化的同根同源性：传统文化（湘楚文化、梅山文化、巫傩文化等，非物质文化遗产）与风俗习惯，易于本土人们继承与创新，自然山水文化也易于赋予奇美的故事与价值。本土文化企业以此生存与发展，乃至壮大，形成规模经济。同时，文化同根同源，但任然具有其本身的差异性与小众性，或者说多样性，小微型文化企业成为了文化产业一道独特的风景，丰富了文化产业的范围经济。本土文化企业深深根植于本土独特文化中，便于本土文化保护、传承与创新。文化的地域独特性与异域性，导致人们的猎奇心理形成消费动机与消费行为，吸引了外来文化企业战略性进入。这为战略性引进创造了条件。战略性引进文化企业，加剧本土文化市场竞争，激活文化市场活力，激发文化创意与文化科技，为文化产业全产业链构建提供机会，提升全球文化产品竞争力。

3. 路径选择：（1）利用文化遗产与传统工艺，政策上扶持非遗传承人与其他手工艺专长者开设手工坊或者工作室，形成“就此一家，别为它店”的差异化效果，成为文化旅游吸引物，推进小微型文化企业快

速成长。(2) 深化文化体制改革，通过跨界兼并重组国有文化集团和民营文化集团公司，利用国有控股与民营控股等手段，形成头部经济和独角兽文化企业。组建邵阳市文化旅游投资集团公司、邵阳市文化演艺集团公司负责全市文旅广体等方面的投融资建设和演艺业建设；组建文化旅游吃住行游购娱商养学闲情奇十二大业态类型龙头企业和文化网络等平台龙头企业，推动邵阳市文化事业和文化产业全域全要素发展。

(3) 战略性引进与本土文化企业弱相关的成熟化、流量化的头部集团公司，补充邵阳市文化市场不足或空缺，提升区域整体价值与热度。同时，利用不完全替代的潜在压力压迫本土文化企业创新发展，繁荣文化市场。

(四) 知微见著：文化强市升级的重大工程项目与“文化+旅游+”融合产品商品兼容共进

1. 战略目标：(1) 推进文化遗产保护与传承工程，用“文化+旅游+”盘活文化遗产存量，激活文化遗产增量。放大地域特征，实现群体价值，延续历史文脉，活化转化赋予新内涵。(2) 推进文化精品项目提质增效工程，用“文化+旅游+”优化资源要素供给组合，共享共建文明成果，打造文化精品原创 IP 全产业链，塑造文旅景区与人文旅游项目精品品牌与发展数字经

济。(3) 推进乡村振兴工程，用“文化+旅游+农业”融合发展，匠造乡村文旅样板。(4) 推进智慧文旅工程加强创新联动赋能，助力邵阳智慧文旅工程，完善邵阳市“文旅广体云”工程，实现产业融合智慧化。

(5) 推进城市公共文化服务工程，打通文化事业和文化产业互动通道，实现邵阳市文化大繁荣。

2. 实践逻辑：(1) 特有地域特征和历史文脉，推动邵阳市域内文化遗产保存与延续；同样，经济至上，推动人民走去封闭空间与带回外来文化，加上城乡一体化推进，物质文化遗产与非物质文化遗产都碰到保存与延续问题。物以稀为贵。文化遗产唤醒了人民群众体价值的追求，对异域文化和历史文化的向往与追捧，带来文化传承与延续。(2) 文艺精品引发眼球经济，触动人的情感，形成粉丝经济。根深蒂固在热忱粉丝社群的原创 IP，可以产生连锁效应和忠诚效应，爱屋及乌，粉丝们因为喜欢与忠诚，不断的购买原创 IP 产业链头的任意产品商品。同时，粉丝又会在社群互动推介该产品。进一步提升生产与销售效率。文旅景区与人文旅游项目精品提质容易促动旅游者旅游新的冲动，产生重游需要，引发重游行为。同时，数字化，容易让旅游者更便捷更深刻理解旅游目的地产品。(3) 乡俗乡约等乡村文化具有地域个性，容易触发旅游者，

尤其城市居民的“乡愁”，同时乡村美丽的自然风光、古朴的民情和生态食品容易引发人们的旅游动机，尤其是农耕文化，悠远富有韵味。

3. 路径选择：（1）利用本土文艺创造者或者引进外面资深文化创造者，创造吻合邵阳文化原创 IP，借助传统媒体与新媒体，引爆原创 IP，利用知名度进行二次开发，制作电视剧等，最后进行衍生品开发。同时，利用引爆了原创 IP，进行深层次开发，打造文旅景区或者人文旅游项目的实景演出或者数字化短视频和音频，进行再次传播，提升景区文化内涵与旅游者重游率。文旅景区与人文旅游项目精品提质立足于内容为王，整合景区优势资源，铺设传播通道，改变旅游者已经形成的有误解的看法，使旅游者流连新创的产品中，欣赏美。（2）保护与开发互为犄角；经济驱动与文化自信互为支撑；非遗传承人讲习与大众创新创业互动拓展；手工工艺与工业工艺齐头并进；旅游演艺与博物馆展演相得益彰。（3）乡村文旅产业发展是实现乡村振兴的重要抓手。文旅产业具有很强的产业关联作用，涉及到吃住行游购娱等方方面面，具有强大的产业经济带动能力，能够有效促进乡村产业经济增长。通过优选邵阳优质乡村文旅资源，以文旅资源为实质载体，探索乡村文旅产业开发模式，打造

乡村重点文旅项目，树立乡村文旅发展样板，以点带面，助力乡村振兴。(4) 推进“文化+”、“文化+旅游+”信息资源整合共享，构建“文化+”、“文化+旅游+”超脑云体系，进“文化+”、“文化+旅游+”公共服务智慧建设，推动文旅管理智慧化，提升全市文旅市场治理水平化，打造符合融合需求的服务体验模式推进“文化+”、“文化+旅游+”企业服务智慧化，提升文旅产业智慧化经营服务水平大力发展数字文创产业，激发“文化+”、“文化+旅游+”新业态活力。(5) 依托于邵阳市的公共文化服务场所和设备，如城乡文化馆、体育馆、广播、宗祠、图书馆等，实现旅游化，促进文旅广体融合发展。

报：龚文密书记，刘事青市长，市委常委，副市长
市委宣传部分，市委办公室，市政府办公室

发：市各处局级单位，邵阳学院各二级单位

联系电话：肖艳丹 15115936308

李祎萌 15207392777