

# 文化产业信息动态

第 12 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2022 年 6 月 19 日

---

## 目 录

- 1、首批“山东手造”旗舰店亮相
- 2、文博游如何才能长居“顶流”
- 3、文旅企业如何渡难关？看各地的“组合拳”

# 首批“山东手造”旗舰店亮相

来源：2022年6月19日 大众日报 刘英 李洪翠

本报济南6月18日讯 今天上午，“山东手造”进高速服务区、进景区、进商超、进酒店、进非遗工坊启动仪式在青银高速济南东服务区南区举行，首批“山东手造”旗舰店亮相，形成线上线下多渠道运营推广“山东手造”的新局面。

上午10点，在青银高速济南东服务区南区的“山东手造”旗舰店里，济南市章丘区“90后”木版年画传承人高瑞朝，一边向观众示范版画的制作技法，一边介绍由他创意设计的不同年龄段李清照形象的雕版，圈粉一大批年轻观众。在首批亮相的5对高速服务区旗舰店中，集聚了全省“烧制锻造类、织造印染类、雕刻工艺类、文房四宝类、美术绘制类”5大类600余种知名手造产品。

据介绍，今年年底前，山东高速集团将再建设17对“山东手造”进服务区推广示范点，同时搭建运作线上商城，将丰富的“山东手造”产品推广至全国。

当日，“山东手造进商超”首家落地样板门店——银座济南马鞍山店焕新开业。同时，我省以曲阜三孔景区、台儿庄古城景区、青州古城景区3家5A级和微山湖景区、周村古商城、日照嗡嗡乐园3家4A级旅游景区作为试点，重点指导推进手造进景区示范项目。在推动手造进景区的同时，省文化和旅游厅搭建“山东手造”线上平台，创新举办山东

非遗购物节，在山东文旅惠民消费季平台、网店平台开设“山东手造”专区，鼓励和带动手造企业、非遗项目保护单位、手工艺人、非遗传承人开通抖音、快手等直播平台账号，开展线上技艺展示和产品销售，借力新媒体让手造产品火热出圈。

“山东手造”是我省着眼发挥文化资源丰富特别是传统手工艺资源优势，通过创意新造，推动更多体现山东文化创意和齐鲁文化内涵的产品更好地进入市场、进入生活、走出国门的重要举措；是推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，塑造我省文化创意产业发展新优势的重要抓手。前期，省委宣传部等部门牵头制订了《“山东手造”推进工程实施方案》，力争到2023年基本建成集产销、研发、宣传、展示体验于一体的“山东手造”产业体系，到2025年形成国内具有重要影响的手造产业集聚区。

目前，“山东手造”各项重点工作已全面起势发力，“山东手造·优选100”即将正式发布，“山东手造”（济南）展示体验中心建设加快推进，各市手造节、手造街、手造集市等活动异彩纷呈，一批重点手造企业、手造园区、手造产业群正在蓬勃兴起。下一步，我省将建立长效机制，以构建产业链、供应链、价值链为核心，通过推动传统手造产业与新创意、新技术的深度渗透，真正把“山东手造”打造成为推动我省文化创意产业发展的重要品牌，打造成为助力乡村振兴齐鲁样板的亮丽名片。

# 文博游如何才能长居“顶流”

来源：光明日报 2022年6月2日 覃皓琿

近年来，越来越多的文博场馆及公共文化场所成为青年人开展社交、旅游打卡的聚集地。相关数据显示，今年1至5月份，国内最受欢迎的景区类别中，博物馆、展览馆位居前列，在预约参观博物馆的游客中，青年群体占比最高。社交平台上，与文博场馆相关的内容数量正与日俱增，文博游热度堪比“顶流”。

以博物馆为代表的文博场馆为何越发受到青年人青睐？文博游的社交属性为何日益凸显？

从文化角度看，源远流长的传统文化与面向未来的创新理念在共生中创造了共荣。从纪录片《我在故宫修文物》，到综艺节目《国家宝藏》，再到《唐宫夜宴》《只此青绿》等文艺作品，与文博相关的文化内容凭借创新的表现形式屡屡“破圈”，引发了青年人的关注与喜爱。同时，各地文博场馆运营方在加强文物保护利用和文化遗产保护传承的过程中，以创新手段力图让文物“活”起来，开拓了文博IP与盲盒、美妆、餐饮等各领域的“跨界”合作，让传统文化融入青年人的日常生活，由此产生的一系列具有话题性的文博相关内容，不断为青年人带来具有新鲜感的创新文化体验。

为了更好地满足人民群众的精神文化需求，如今的文博场馆已不局限于文物展示、文化讲解等功能。伴随着产业的发

展、科技的进步，文博场馆不仅整体“颜值”越来越高，更在线下拓展出沉浸体验、休闲娱乐、文创消费等更多领域，为青年人社交与打卡提供了广阔的空间。在线上，诸如故宫博物院发布的“数字故宫”小程序、各类社交平台与文博相关的话题区等数字化渠道，既让人们足不出户也能进行“云参观”“云互动”，也为视障人群、老年人群体提供了更多可能性，还为青年人搭建起便于分享、交流的文博游网络社群。

我们乐见以博物馆为代表的文博场馆越来越“火”，传统文化和古老文物越来越“活”，然而，青年人社交、打卡的热点内容，往往是一段时间内的风尚所在，存在快速更迭的现象。如何让文博游不限于一时的热度，能长居“顶流”，得到更多青年人的持续认同，是各方必须思考的问题。

一方面，要与时俱进完善文博产业的体系化发展。须知，青年人是最具创新力的群体，文博产业的发展绝不限于一时之功、一代青年，必须在根植于传统文化博大精深内涵的前提下，结合数字化手段、开拓多元化业务、提高综合运营能力，扎实推进产业链条整体发展，才有可能在与一代代青年人的共同成长中收获认可。各地文博产业还要因地制宜，寻找适合自己的发展路径，突出鲜明特色、坚持精品意识、保持迭代更新，通过高品质的差异化内容吸引更多青年人。

另一方面，要紧扣以人为核心的关键点。各方既要立足包括青年人在内的受众需求，不断创造具有传播度、参与度

和交互性的文博内容；也要培养和挖掘更多专项人才，为传统文化融入更多创新思路。毕竟，青年人之所以在朋友圈晒出文博游，还在于建立起人与人之间的共鸣感，唯有心中有人，方能洞察人心所向，由此推出更多更好的内容。

那些穿越千年岁月的文化瑰宝也曾“青春”，正是经由一代代青年人的守护与热爱，才得以传承至今。浮躁浅薄的好看、有趣只能带来一时的新鲜感，历久弥新的文化内涵才能真正打动每个时代的青年人，让文博游成为跨越时空的“青春之旅”。

（作者：覃皓珺，系文化评论人）

# 文旅企业如何渡难关？看各地的“组合拳”

来源：中国经济网 2022年6月14日 成琪

在疫情反复的情况下，走走停停的文化和旅游企业如何渡难关？记者通过梳理发现，各地政府纷纷打出组合拳，按需出招，因地制宜。截至发稿时，据不完全统计，全国共有近20个省出台了相关政策。

## 直接帮扶

急则治标，缓则治本。针对文化和旅游企业面临的困难，部分省直接出台针对性政策，包括财政补助、税费减免、稳岗返还、缓解价格上涨等一揽子措施。

山西发布的《关于进一步做好文旅企业纾困政策落实推进企业创新发展有关工作的通知》中提出，要从推进文化和旅游企业社保缴费办理、推动旅游企业创新经营、实施“引客入晋”旅行社奖励政策等八方面支持文化和旅游企业积极应对疫情下的经营困难，推动文化和旅游企业创新发展。

云南出台了《云南省关于支持文旅行业的纾困帮扶措施》，提出针对旅行社、旅游演艺企业实施以奖代补措施；通过降低用电成本、缓缴社会保险费、退还保证金方式持续推进纾困解难。

吉林在《支持文旅企业复工复产促进文旅市场疫后复苏的若干政策措施》中，从减负降本、扶企助企、金融赋能、拓宽渠道4个方面提出18条帮扶措施。

在四川印发的《关于进一步支持文化旅游企业纾困的若干措施》中，明确提出，对依法在川设立，在保工保产、恢复发展中做出积极贡献、通过综合考评的骨干旅行社，每家给予一次性纾困补助 20 万元。对依法在川设立，保就业保稳定、疫情常态化防控条件下坚持演出积极服务四川省群众文化生活、综合考评排名前 30 位的民营文艺表演团体，给予一次性纾困补助 20-50 万元。对全省坚持接待游客、综合考评前 40 位的 3A 级及以上民营景区，按景区等级给予一次性纾困补助 10-40 万元。对 2021 年度被命名为“天府旅游名宿”的旅游民宿，每家给予一次性纾困补助 10 万元。

### 间接出招

有的地方政府虽然没有直接从政策层面对文旅行业出台相应政策，但在其出台的对服务业普惠性纾困扶持措施中明确提出了对文化和旅游企业的纾困帮扶。

广东印发了《关于广东省促进服务业领域困难行业恢复发展若干措施的通知》，其中针对旅游业提出了 7 条具体措施。包括 2022 年继续实施旅行社暂退旅游服务质量保证金扶持政策，在对符合条件的旅行社维持 80%的暂退比例基础上，进一步提高暂退比例；开展以保险替代现金或银行保函交纳旅游服务质量保证金试点工作。同时，作为旅游大省的山西和云南在其出台的促进服务业领域困难行业恢复发展的若干措施中明确提出，对当地旅游企业阶段性实施缓缴失业保险政策，期限不超过一年，缓缴期间免收滞纳金。



江苏在不到半年的时间里，两次出台相关政策帮助企业纾困。2月28日，江苏出台的《关于进一步帮助市场主体纾困解难着力稳定经济增长的若干政策措施》提出，对住宿餐饮、文化旅游、对外贸易等受疫情影响较大的行业，给予重点帮扶。4月17日，江苏省政府办公厅印发了《关于有效应对疫情新变化新冲击进一步助企纾困的政策措施》，针对文化和旅游行业提出，对符合条件的旅行社，旅游服务质量保证金暂退比例由80%提高至100%。同时加大旅游产业发展基金对小微文化和旅游企业的支持力度，今年投放的新项目不低于30%。省财政有关专项资金支持各地对住宿餐饮、文化和旅游等行业企业防疫物资、消杀服务等支出。

此外，辽宁、甘肃、西藏、新疆生产建设兵团、广西等也分别出台了促进服务业领域困难行业恢复发展若干政策措施，帮助服务业企业减轻压力、渡过难关、恢复发展，其中多条助企纾困措施涉及文化和旅游行业。

### **牵线搭桥**

除了用财税政策帮助文化和旅游企业纾困之外，地方政府还积极通过撬动金融杠杆、牵线搭桥，推动普惠金融创新在文旅行业的应用和推广，对于陷入困境的文化和旅游企业给予延期还本付息等优惠，帮助文化和旅游企业活下来、挺得住、渡难关，进而实现创新发展。

山西、河北明确提出，要加大对文化和旅游企业金融信贷支持力度，积极协调各商业银行对到期还款困难企业予以

支持、不盲目抽贷、断贷、压贷，保持合理流动性。其中河北还提出，引导银行用好 2021 年两次降低存款准备金率释放的资金，优先支持文化和旅游行业。

除此之外，青海、湖北、四川、新疆等地还积极组织银企对接会或搭建银企投融资服务平台，提升金融服务质效和政策传导的精准度。其中，对接会上，青海省 10 家文化和旅游企业与 6 家金融机构达成意向贷款近 3 亿元；湖北省金融机构与省文化旅游集团、武汉旅游体育集团签署了战略合作协议，共给予意向授信 120 亿元。

在金融产品创新上，人民银行武汉分行将单列再贷款、再贴现额度，增强金融机构对湖北文旅行业的金融支持，引导更多信贷资源投向湖北文化和旅游受困主体。年内，湖北省银行业金融机构拟对文旅行业新增授信 237 亿元；安徽出台的《关于金融助企纾困发展的若干措施》中提出，对符合条件的存量贷款“应延尽延”、新增贷款“能贷尽贷”，全年新增小微企业贷款 3000 亿元；山东省文化和旅游厅与农行山东省分行共同发布“金穗齐鲁·文旅振兴贷”创新金融产品，三年内为文化和旅游企业提供 50 亿元新增授信额度；河北设立文旅专项信贷产品，鼓励银行机构开展景区经营权、门票收入权质押等融资业务，对文化科技企业开展知识产权质押融资、“人才贷”等金融业务，开发和推广“云税贷”

“善营贷”“e 抵快贷”“美丽家园建设贷”“县域旅游景区收益权贷款”等系列信贷产品，提高文旅企业融资的便利

性；四川对使用支小再贷款资金向文旅企业发放的普惠小微贷款，给予 1.5% 的贴息支持，贴息后贷款利率不超过 LPR+0.15 个百分点，对地方法人金融机构向文旅等普惠小微企业发放的贷款，按照余额增量的 1% 提供激励资金。

疫情之下，对文化和旅游企业来说，地方政策就是及时雨，无论哪种招式，只要能实实在在起到作用就是良方；对地方政府来说，政策还需宜细不宜粗，切切实实解决企业最迫切的需求，助力其走出困境。

（编辑 杨珠峰）