

# 创新金融手段 推动文旅产业高质量发展

□ 主讲人 魏鹏举

文旅产业经历分散发展的市场培育阶段，逐渐进入聚合发展的资本扩张时期。在这个重要的节点，需要不断深化改革，进一步激发市场活力，给资本更大的发挥空间，引导社会资本从过剩的经济领域向文旅这一战略性新兴产业领域流动，这不仅有利于文化和旅游大发展大繁荣，也有利于调整经济结构，转变经济增长方式。

2019年8月，国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，对文化和旅游消费做出专门部署，鼓励银行业金融机构依法规范在文化和旅游消费集中区域设立分支机构，完善入境游客移动支付解决方案，引导文化企业和旅游企业创新商业模式和营销方式等。在1月3日至4日于北京召开的2020年全国文化和旅游厅局长会议上，部署了2020年推动文化和旅游产业强主体、提质量、真融合、深融合等主要工作。这些，都需要资本助力，也需要金融支持。

资本市场发达，是市场经济高级阶段的体现。资本是市场的基本动力，资本能给产业带来的，不仅仅只有资金、信息、利润，还有产业所需的管理、人才、渠道以及智慧等。

“十二五”时期，我国文化产业投融资取得较好成效，政府投入不断加大，投入方式不断改进和完善，由原来大规模财政资金直接补贴的方式，转变为越来越多地发挥财政资金杠杆作用，但是还存在“扶强多、扶弱少”的问题，也就是说投入绝大多数给了强者，大企业，补贴民营企业较少，普惠性不足。

“十三五”时期，政府与社会资本合作模式(PPP模式)成为文化产业投资的基本模式。未来，文化产业专项资金将很少直接投资企业和项目，而是发挥投资引导的杠杆作用，并且更重视投入绩效。

2018年4月和11月，文化和旅游

最近一段时间，90后网红李子柒引起关注和热议。她创作的古风美食主题短视频，吸引了国内外大量粉丝。李子柒的视频之所以能引起广泛关注，很重要的一点，是在文化审美意义上品质很高，而且还非常自然地体现了中国文化的特征，比如自给自足、天人合一等。李子柒其实只是一个前台角色，后台还有一个很重要角色，就是她的奶奶。两个人都不怎么说话，但是构成了中国文化里极为重要的老少伦理构架，而且给人的感觉是在相依为命。因为具有多元文化内蕴，加上良好创意，这样一个视频创造了巨大价值，而且这种价值未来估计还会几何级扩大。

这个文化传播的典型案例提示我们，前端一定要有文化价值链，才能更好地撑起旅游价值链。文化和旅游融合，本质上应该是文化产业的价值链和旅游产业价值链之间的有机互动，是一个有效循环增值的过程。关于文旅融合的重点领域，我认为有这样几个方面：

第一是文创空间的旅游功能拓

展。以前人们说的旅游目的地，通常是有好山好水的地方，或者是人类文化遗产。其实从现代旅游发展来看，大量文创空间本身具有极好的开发旅游、创造旅游价值的可能。北京最经典的文创园区当属798。那里一方面也是文创人才、企业集聚的空间，同时也是北京极为重要的文化地标。798对于北京的贡献，在于具有巨大的艺术效应和巨大的外部价值。博物馆既是一个带有厚重文化积淀的特定公共空间，又可以带来显著的社会效益和经济效益，可以起到极好的文化传播作用。北京故宫正是因为有大量人们喜闻乐见的文创产品，才开始引起年轻人注意，年轻人对故宫的细节也越来越了解。故宫的文创开发，起到了很好的文化传播甚至提升中华民族文化认同、文化自信的作用，同时无疑也带来显著的经济效益，这个经济效益里就包括了提升旅游吸引力。全国博物馆一年的观众

部、财政部分别印发了《关于在旅游领域推广政府和社会资本合作模式的指导意见》和《关于在文化领域推广政府和社会资本合作模式的指导意见》，两个文件的出台时隔半年，表明文化与旅游都是涉及国计民生的重要领域，既需要政府财政的有效保障，也亟待社会资本的积极参与。

PPP模式对于我国文化和旅游发展的意义，不仅是一种长效的投融资手段，还是丰富和完善产业政策的重要探索。一方面，PPP模式通过伙伴关系、风险共担、利益共享，可以更好地调动社会资本的力量，不断拓宽融资渠道；另外一方面，也可以更好地发挥地方财政资金的引导作用，在财政投入增速放缓的情况下，集中力量办大事、办好事。

量超过11亿人次，大有文章可做。有人流就有价值流，一定会带来收益。

第二个重点领域是典型的文旅内容品质提升，就是文化旅游，比如主题公园、旅游演艺等。主题公园一定要有主题，不是简单的游乐园。有主题才有黏性、有认同，才有长期陪伴性。实景演出也是如此。旅游演艺、实景演出是中国式文旅创新。

第三个领域是与乡村振兴相结合的文旅赋能。乡村振兴是国家战略，而且我认为也是文化和旅游最应该发挥作用的地方。实现乡村振兴，传统农业很难引领，发展工业当然不是选项之一。在保护和传承文化的基础上，实现绿色发展、可持续发展，“文化+旅游”是一个比较可行的选项。

第四个领域是5G时代的文旅新业态。未来，旅游是身之所及，也是心之所及的地方。陆机《文赋》里有

## 创新引领发展

整、配套、多样的金融创新产品支持产业发展。在这种情况下，宁波市成为创建国家文化与金融合作示范区，就显得具有突出意义。

据了解，近年来，宁波市不断推出文化与金融合作发展新思路、新举措，鼓励全市各金融机构开发文化金融产品近200项，累计为8000多家文化企业和100多个文化重点项目提供融资服务。此外，市、县两级政府联合有关银行、保险机构共建文化产业信贷风险池，用于补偿金融机构对中小微企业贷款所产生的损失，使中小微企业在无抵押的情况下可以以较低成本获得融资。宁波市还实施文旅企业上市培育工程，积极推动文旅企业对多层次资本市场，目前主板上市文旅企业8家，新三板挂牌企业24家，还在宁波市股权交易中心开设了全国首个文化创意板，截至目前，挂牌企业170家。宁波市文创小额贷款股份有限公司在政府注册后，累计为小微文化企业发放贷款2亿多元。不久前，宁波市还设立了文旅金融服务中心，利用建设国家保险创新综合试验区优势，推动保险创新政策在文旅领域落地，先后推出“文创+保险”“旅游+保险”“文保+保险”等服务。

文旅产业的显著特征，是以内容为体，以科技与金融为翼。内容是根本，无论技术发展到什么程度，无论

## 服务实体经济

再拆了，主要的方向就是做文创。这些资产属于当地政府，但是下一步的规划、建设、运营、发展，还得靠社会资本。

目前，我国文旅产业发展方兴未艾，势头很好，但是市场主体弱小，产业能力不足，亟待资本的整合提升。借助资本，可以消除条块分割的发展壁垒，提升产业的市场集中度。文旅产业具有典型的规模经济、范围经济的特征，需要一定的市场集中度才能提升盈利能力和发展实力。借助资本，还可以有效实现中华文化“走出去”。这是一个需要依靠资本压路机开路的全球化时代，文化的输出和资本的扩张往往是成正比的，资本是全球化的重要纽带，资本也是文化传播和交流的重要通道。

## 深化文旅融合

一句话是“精骛八极，心游万仞”，意思是进行艺术构思和艺术创作时，思想可以纵横驰骋不受时空限制。在新技术时代，我们真的有可能做到这一点。文化创造价值、产生认同，在5G时代智能化的环境，借助科技手段可以让文化的体验、生产、消费，以及旅游意义上的感受等，随时随地，无所不在。

文化是很重要的旅游吸引物，旅游业的增量很多是通过文化创意来实现的，旅游也为文化的保存、传承和传播提供了很好的载体。当前，文化旅游更深的融合和转型发展，可以提供多元形式，存在更多可能。文旅融合其实为金融资本介入提供了一个很好的契机，可以做的事情更多，对资本的吸引力更大。在金融介入文化旅游融合发展中，同时可以实现服务水平提升、珍贵文化遗产更好保护等多重效益。

(整理：本报记者 冯颖)

人们的消费翻新出什么花样，内容是永远的本质和核心竞争力。坚持以内容为本，虽然见到效益可能需要一个很长的周期，但坚持是必须的。所谓两翼，一个是科技，一个是金融。借助这两个翅膀，可以时刻与最新技术保持联系，保持敏感度，体现金融服务实体经济的本质。文旅内容需要包容性的长期累积，科技和金融对文旅产业的作用，同样需要较长时间的融合渗透过程。

第二次世界大战之后，发达国家的文化产业开始迅猛发展，主要的推动力量就是资本。资本推动了单一媒体向多媒体和跨媒体发展，推动了地方媒体向国际性媒体拓展，推动了内容、制作、传播、再生产的全产业链型的巨型文化产业集团快速发展。时代华纳、新闻集团、迪斯尼等国际巨头，正是借助资本的力量上位的。

近年来，资本在推动我国文化体制改革和文旅产业的快速发展方面，已经露露身手，投融资越来越活跃，这是产业进入高速增长和成熟期的标志和体现。我国已建立起多层次文旅产品和要素市场，国家鼓励金融资本、社会资本与文旅资源相结合。从近些年的发展实践来看，金融非常有效地推动了文旅产业发展，同时也让文旅产业成为中国金融业发展的亮点和增长点。

魏鹏举，中央财经大学文化经济研究院院长，龙马学者特聘教授，兼任清华大学文化创意发展研究院学术委员会副主任、研究员，北京大学文化产业研究院研究员、教授、博士生导师，国家公共文化服务体系专家委员会委员，文化和旅游部文旅产业专家委员会委员，财政部国有文化资产管理专家委员会委员。2011年入选教育部“新世纪优秀人才”支持计划，2014年入选北京市宣传文化系统“四个一批”理论人才。

魏鹏举：以前的文化金融实践案例中，可能存在企业本身管理不规范的地方。如果一家企业管理不够规范，那么无论对外宣称自己有多好的业绩，真正向银行贷款时，银行要进行净值调查，就会暴露很多问题。外界了解到的很多只是皮毛、表象，而银行要拿真金白银给一家企业投资时，才会了解许多本质的东西。也就是说，企业在与金融对接的时候，存在不能真正适应现代金融市场要求的问题。

魏鹏举：金融很重要的一项任务，是防范金融风险。此前已有的文化金融实践案例，也提示要大力防范金融风险。金融领域的风险涉及面很广，常常是系统性风险。没有什么资产、没有什么成长性的企业，如果真的拿到贷款，反过来就是金融风险。

总的来讲，一些中小型文旅项目或者创意性项目，间接融资，也就是从银行取得贷款是不太容易的。这是一个世界性难题，没有哪个经济环境下很好地解决了这个问题。如果没有任何实体资产、没有现金流，企业信用本身也没有建立起来，那么这类企业获得金融支持最可能来自两类：一是政府的资金支持，也就是政府对中小微企业带有政策性、倾斜性的扶持资金，但目前的趋势是，这种资金正越来越少、条件正越来越严格；二是面向市场的股权融资，但这会有一些风险。

魏鹏举：那对于中小微企业来讲，怎样做才能破解融资难、融资贵等难题呢？

魏鹏举：对于这类企业来讲，最核心的还是解决商业模式。科技类的中小企业相对容易获得融资，是因为这类企业成长性非常好，许多企业还拥有核心知识产权，这是很重要的两个条件。如果文化旅游类企业没有核心知识产权，又没有特别好的商业模式，获得银行贷款就不太现实了。

文旅产业的发展，投融资固然重要，但更重要的是商业模式。不应该简单看政策与金融机构的宽松环境。特色文化意味着文化资源本身的稀缺性。客观来讲，资源稀缺性及刚性需求，往往决定了长期投资价值，而特色文化的小众性，又注定其在发展过程中，存在明显的局限。如此一来，针对特色文化产业的投资，相应的资本回收周期也将拉长。

在进行商业模式的设计时，对于某些不能复制的、独一无二文化元素，应该继续保留，并让其产生相应的“膜拜价值”，创造“粉丝经济”。北京老舍茶馆整合餐、茶、戏、礼4大经营模块，以连锁方式复制商业模式，同时继续保留大碗茶“老二分”茶摊，发挥运营优势，扩大品牌知名度，已成功打造为京城茶馆文化地标。

文旅从业者应多投资那些可标准化、可复制的特色项目，追求投资效益的投资者更应如此。尽量不做复制做不了的行业。产业化其实是对资源的进一步拓展和延伸。好的商业模式对于良好收益回报起关键作用，既要保留其独特性，又要挖掘其可复制性。

现代企业的基本特点，是资本投入大、不能依靠原始积累而是依靠市场效应。文旅产业要通过信息流、产品流、价值流，形成一种不断增值的产业模式。

主讲人名片：



对话

## 文旅投资应注重“特色”

□ 本报记者 冯颖

魏鹏举，中央财经大学文化经济研究院院长，龙马学者特聘教授，兼任清华大学文化创意发展研究院学术委员会副主任、研究员，北京大学文化产业研究院研究员、教授、博士生导师，国家公共文化服务体系专家委员会委员，文化和旅游部文旅产业专家委员会委员，财政部国有文化资产管理专家委员会委员。2011年入选教育部“新世纪优秀人才”支持计划，2014年入选北京市宣传文化系统“四个一批”理论人才。

魏鹏举：以前的文化金融实践案例中，可能存在企业本身管理不规范的地方。如果一家企业管理不够规范，那么无论对外宣称自己有多好的业绩，真正向银行贷款时，银行要进行净值调查，就会暴露很多问题。外界了解到的很多只是皮毛、表象，而银行要拿真金白银给一家企业投资时，才会了解许多本质的东西。也就是说，企业在与金融对接的时候，存在不能真正适应现代金融市场要求的问题。

魏鹏举：金融很重要的一项任务，是防范金融风险。此前已有的文化金融实践案例，也提示要大力防范金融风险。金融领域的风险涉及面很广，常常是系统性风险。没有什么资产、没有什么成长性的企业，如果真的拿到贷款，反过来就是金融风险。

总的来讲，一些中小型文旅项目或者创意性项目，间接融资，也就是从银行取得贷款是不太容易的。这是一个世界性难题，没有哪个经济环境下很好地解决了这个问题。如果没有任何实体资产、没有现金流，企业信用本身也没有建立起来，那么这类企业获得金融支持最可能来自两类：一是政府的资金支持，也就是政府对中小微企业带有政策性、倾斜性的扶持资金，但目前的趋势是，这种资金正越来越少、条件正越来越严格；二是面向市场的股权融资，但这会有一些风险。

魏鹏举：那对于中小微企业来讲，怎样做才能破解融资难、融资贵等难题呢？

魏鹏举：对于这类企业来讲，最核心的还是解决商业模式。科技类的中小企业相对容易获得融资，是因为这类企业成长性非常好，许多企业还拥有核心知识产权，这是很重要的两个条件。如果文化旅游类企业没有核心知识产权，又没有特别好的商业模式，获得银行贷款就不太现实了。

文旅产业的发展，投融资固然重要，但更重要的是商业模式。不应该简单看政策与金融机构的宽松环境。特色文化意味着文化资源本身的稀缺性。客观来讲，资源稀缺性及刚性需求，往往决定了长期投资价值，而特色文化的小众性，又注定其在发展过程中，存在明显的局限。如此一来，针对特色文化产业的投资，相应的资本回收周期也将拉长。

在进行商业模式的设计时，对于某些不能复制的、独一无二文化元素，应该继续保留，并让其产生相应的“膜拜价值”，创造“粉丝经济”。北京老舍茶馆整合餐、茶、戏、礼4大经营模块，以连锁方式复制商业模式，同时继续保留大碗茶“老二分”茶摊，发挥运营优势，扩大品牌知名度，已成功打造为京城茶馆文化地标。

文旅从业者应多投资那些可标准化、可复制的特色项目，追求投资效益的投资者更应如此。尽量不做复制做不了的行业。产业化其实是对资源的进一步拓展和延伸。好的商业模式对于良好收益回报起关键作用，既要保留其独特性，又要挖掘其可复制性。

现代企业的基本特点，是资本投入大、不能依靠原始积累而是依靠市场效应。文旅产业要通过信息流、产品流、价值流，形成一种不断增值的产业模式。

魏鹏举：以前的文化金融实践案例中，可能存在企业本身管理不规范的地方。如果一家企业管理不够规范，那么无论对外宣称自己有多好的业绩，真正向银行贷款时，银行要进行净值调查，就会暴露很多问题。外界了解到的很多只是皮毛、表象，而银行要拿真金白银给一家企业投资时，才会了解许多本质的东西。也就是说，企业在与金融对接的时候，存在不能真正适应现代金融市场要求的问题。

魏鹏举：金融很重要的一项任务，是防范金融风险。此前已有的文化金融实践案例，也提示要大力防范金融风险。金融领域的风险涉及面很广，常常是系统性风险。没有什么资产、没有什么成长性的企业，如果真的拿到贷款，反过来就是金融风险。

总的来讲，一些中小型文旅项目或者创意性项目，间接融资，也就是从银行取得贷款是不太容易的。这是一个世界性难题，没有哪个经济环境下很好地解决了这个问题。如果没有任何实体资产、没有现金流，企业信用本身也没有建立起来，那么这类企业获得金融支持最可能来自两类：一是政府的资金支持，也就是政府对中小微企业带有政策性、倾斜性的扶持资金，但目前的趋势是，这种资金正越来越少、条件正越来越严格；二是面向市场的股权融资，但这会有一些风险。

魏鹏举：那对于中小微企业来讲，怎样做才能破解融资难、融资贵等难题呢？

魏鹏举：对于这类企业来讲，最核心的还是解决商业模式。科技类的中小企业相对容易获得融资，是因为这类企业成长性非常好，许多企业还拥有核心知识产权，这是很重要的两个条件。如果文化旅游类企业没有核心知识产权，又没有特别好的商业模式，获得银行贷款就不太现实了。

文旅产业的发展，投融资固然重要，但更重要的是商业模式。不应该简单看政策与金融机构的宽松环境。特色文化意味着文化资源本身的稀缺性。客观来讲，资源稀缺性及刚性需求，往往决定了长期投资价值，而特色文化的小众性，又注定其在发展过程中，存在明显的局限。如此一来，针对特色文化产业的投资，相应的资本回收周期也将拉长。

在进行商业模式的设计时，对于某些不能复制的、独一无二文化元素，应该继续保留，并让其产生相应的“膜拜价值”，创造“粉丝经济”。北京老舍茶馆整合餐、茶、戏、礼4大经营模块，以连锁方式复制商业模式，同时继续保留大碗茶“老二分”茶摊，发挥运营优势，扩大品牌知名度，已成功打造为京城茶馆文化地标。

文旅从业者应多投资那些可标准化、可复制的特色项目，追求投资效益的投资者更应如此。尽量不做复制做不了的行业。产业化其实是对资源的进一步拓展和延伸。好的商业模式对于良好收益回报起关键作用，既要保留其独特性，又要挖掘其可复制性。

现代企业的基本特点，是资本投入大、不能依靠原始积累而是依靠市场效应。文旅产业要通过信息流、产品流、价值流，形成一种不断增值的产业模式。

魏鹏举：以前的文化金融实践案例中，可能存在企业本身管理不规范的地方。如果一家企业管理不够规范，那么无论对外宣称自己有多好的业绩，真正向银行贷款时，银行要进行净值调查，就会暴露很多问题。外界了解到的很多只是皮毛、表象，而银行要拿真金白银给一家企业投资时，才会了解许多本质的东西。也就是说，企业在与金融对接的时候，存在不能真正适应现代金融市场要求的问题。

魏鹏举：金融很重要的一项任务，是防范金融风险。此前已有的文化金融实践案例，也提示要大力防范金融风险。金融领域的风险涉及面很广，常常是系统性风险。没有什么资产、没有什么成长性的企业，如果真的拿到贷款，反过来就是金融风险。

总的来讲，一些中小型文旅项目或者创意性项目，间接融资，也就是从银行取得贷款是不太容易的。这是一个世界性难题，没有哪个经济环境下很好地解决了这个问题。如果没有任何实体资产、没有现金流，企业信用本身也没有建立起来，那么这类企业获得金融支持最可能来自两类：一是政府的资金支持，也就是政府对中小微企业带有政策性、倾斜性的扶持资金，但目前的趋势是，这种资金正越来越少、条件正越来越严格；二是面向市场的股权融资，但这会有一些风险。

魏鹏举：那对于中小微企业来讲，怎样做才能破解融资难、融资贵等难题呢？

魏鹏举：对于这类企业来讲，最核心的还是解决商业模式。科技类的中小企业相对容易获得融资，是因为这类企业成长性非常好，许多企业还拥有核心知识产权，这是很重要的两个条件。如果文化旅游类企业没有核心知识产权，又没有特别好的商业模式，获得银行贷款就不太现实了。

文旅产业的发展，投融资固然重要，但更重要的是商业模式。不应该简单看政策与金融机构的宽松环境。特色文化意味着文化资源本身的稀缺性。客观来讲，资源稀缺性及刚性需求，往往决定了长期投资价值，而特色文化的小众性，又注定其在发展过程中，存在明显的局限。如此一来，针对特色文化产业的投资，相应的资本回收周期也将拉长。

在进行商业模式的设计时，对于某些不能复制的、独一无二文化元素，应该继续保留，并让其产生相应的“膜拜价值”，创造“粉丝经济”。北京老舍茶馆整合餐、茶、戏、礼4大经营模块，以连锁方式复制商业模式，同时继续保留大碗茶“老二分”茶摊，发挥运营优势，扩大品牌知名度，已成功打造为京城茶馆文化地标。

文旅从业者应多投资那些可标准化、可复制的特色项目，追求投资效益的投资者更应如此。尽量不做复制做不了的行业。产业化其实是对资源的进一步拓展和延伸。好的商业模式对于良好收益回报起关键作用，既要保留其独特性，又要挖掘其可复制性。

现代企业的基本特点，是资本投入大、不能依靠原始积累而是依靠市场效应。文旅产业要通过信息流、产品流、价值流，形成一种不断增值的产业模式。



798艺术区位于北京市朝阳区，是中国艺术产业园区发展有目共睹的标杆，带动了北京巨大的旅游消费和文化消费。  
图为游客在798艺术区观赏画展。  
图片来源：中国全球图片总汇