



## 高质量构建现代化文化产业体系—— “天下文枢”奋跃在产业新春天

□ 文化产业周刊记者 毛艳 通讯员 邱实

新年开工伊始,2022年度南京市专精特新企业江苏原力数字科技股份有限公司办公区内一派繁忙景象,员工们早早投入技术制作和商贸推进工作中。截至2月,原力的海外意向订单总额已经突破8000万元。原力只是南京文化产业破浪前行正劲的一个缩影。

近年来,南京文化产业成绩亮眼。全市规模以上文化企业数量由2020年年末的1680家,增长至2022年年末的1887家,企业资产由6034.30亿元增长至7121.63亿元,营业收入由2976.48亿元增长至3423.08亿元,从业人员由24.40万人增长至28.13万人,年均增幅分别为6.0%、8.6%、7.2%和7.4%。

亮眼成绩单背后,究竟有何制胜秘籍?作为全国首座综合型软件名城,南京高度重视数字科技在推动文化产业高质量发展中的创新作用,积极把握发展新机遇,因地制宜探索文化数字化发展的“南京路径”。



金陵图数字艺术展



2022中国(南京)文化和科技融合成果展览交易会

### 落实文化数字化战略 推动核心产业提升

文化数字化,是文化与科技的双向奔赴。2022年5月,国家印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》,擘画了中华文化数字化发展的美好愿景。南京文化数字化的顶层布局,可谓“起步早”“基础厚”。早在2020年,南京市研究制定了《关于促进南京文化和科技深度融合的实施方案》,此后相继出台《关于促进南京市数字文化产业高质量发展的实施方案》《南京市促进文化竞争力提升行动方案(2022—2025年)》,全面深化文化数字化。

南京,作为“六朝古都,天下文枢”,留下了丰富的文化遗产。如何精准提炼这座城市的文化基因,尤为关键。2022年11月24日开幕的中国(南京)文化和科技融合成果展览交易会上,南京文化投资控股集团发布了全国首个数字文化城市整体解决方案。

上到城市整体解决方案,下到企业级、消费级各类产品,南京数字文化产品可谓供给丰富。达斯顿全息在数字人全息影像终端拥有众多成功案例;硅基智能数字人投入服务40多个行业,4万多家企业机构;“宁好”文学之都NFT数字藏品、十竹斋数字文物等数字消费品,营业额达6200万元;金陵

图数字艺术展全球首创“人物实时跟随的互动参展模式”……近年来,南京市重点发展创意设计、数字出版、网络文学、智慧文旅、影视动漫、文化装备制造等优势产业,运用市文化发展专项资金重点扶持53个新型文化企业项目。

数字文化产业成为发展新“引擎”。统计数据表明,2022年,以互联网为基础的数字出版、动漫游戏、数字内容服务等16个数字文化新业态规模以上文化企业营收占比超70%,其中数字文化产品制造和服务、数字文化技术应用、数字文化要素驱动等核心产业占比超45%,以数字文化产业为代表的文化新业态对产业增加值贡献度超75%,呈现加速发展态势。

南京扎实推进实施国家文化数字化战略相关做法获得中央文化体制改革发展工作领导小组办公室专题刊发。

### 培育壮大经营主体 优化产业发展环境

“现在在华为GPS业务组全球的所有培训都是用我们的产品实现”,南京维赛客网络科技有限公司(以下简称VS·work)主打产品VS·work元宇宙引擎,其联合创始人兼COO徐晨翔告诉记者,2021年6月及2022年4月,VS·work先后完成来自金雨茂物、盈

诚信资本等机构在内的两轮数千万元融资。同样风生水起的还有网觉、视网么、鸿威互动、遇见光等南京市重点培育的文化科技企业;而稻草熊、汇通达则先后在港交所上市,朗坤智慧在科创板上市。数据显示,2022年全市新增规模以上文化企业47家。

江苏原力数字科技股份有限公司副总裁董自享接受记者采访时表示,得益于南京市政府对企业发展壮大提供的资金、技术支持和南京优良广阔的创业环境,原力已发展成为国内数字内容制作领域的领先企业,从5人到2000人,从只有不足20平方米的办公空间,到现在在科技园区中拥有整整5层办公区域,在全球三二七城都设有子公司。2022年南京市新上榜文化独角兽3家,文化培育独角兽29家,文化瞪羚企业28家,超半数企业实现B、C轮融资。

南京护航“专精特新”可谓不遗余力。江苏锐丰智能科技有限公司是一家专注于数字文旅建设的企业。2022年7月22日的“文旅产业专场金融对接会”上,该企业负责人说出了自身需求:“我们正处于发展壮大期,希望能找到合适的伙伴股权融资。”此次对接会,是南京文化金融服务中心“三送三进”(送政策、送产品、送服务,进园区、进企业)品牌服务系列活动之一。近年来,“三送三进”规模性活动共举办了15场,服务覆盖超600家企业,创新推出“艺术品质押”

“文化周转贷”等文化金融产品。2022年累计提供文化金融贷款16.49亿元,其中初期、成长期企业占比超66%。

此外,南京还不断强化园区产业集群化发展,提升品牌会展平台能级。将数字文化产业园区新增纳入市级园区认定和管理对象。创新举办数字文化精品路演,项目总签约额达42亿元。2022南京(中国)文化和科技融合展览交易会搭建“文化数字化新体验”主题元宇宙展厅和文化科技融合会展览云平台,675家经营主体参展,40万人次参与。围绕南京长江文化特色品牌,举办南京长江文化国际雕塑艺术邀请展等系列主题活动,中国南京(国际)动漫创投大会、第四届两岸博物馆IP授权交流论坛、文化产业金梧桐奖评选等重点会展精彩纷呈,全面打造“数字南京·长江明珠”的靓丽城市名片。

### 加快布局元宇宙 跃进未来产业“新春天”

2月初,“南京元宇宙大厦来了”话题冲上微博热搜。位于南京江宁高新区的元宇宙产业大厦施工现场,机器轰鸣,工程车辆来回穿梭,工人们脚穿雨靴,抢抓工期赶进度,力争在2月底完工。元宇宙产业大厦是承载江宁高新区元宇宙产业发展的核心载体,总投资8

亿元,用地面积23亩,总建筑面积10.8万平方米,元宇宙生态企业可“拎包入住”。

无独有偶,南京市下辖各区在元宇宙赛道竞相发力。南京江北新区举办长三角首届元宇宙数字生态大会,成立“元宇宙生态创新联盟”,联手打造产学研合作交流平台;建邺区举办2022中国·金鹰嘴元宇宙生态赋能大会,建邺区金鹰嘴金融街区还宣布计划出资1亿元,支持元宇宙行业发展……

南京发展元宇宙产业如春天般充满希望。“发展元宇宙相关产业,南京有优势。从元宇宙的特性来讲,它是虚拟空间相关技术的综合应用,率先发挥作用的行业会是偏虚拟的,例如文化产业。”上海交通大学上海高级金融学院实践教学教授胡捷分析,南京有条件去抢占元宇宙赛道。

春雨贵如油,《南京市加快发展元宇宙产业行动计划(2023—2025年)》(下称“行动计划”)如及时雨倾刻而下。行动计划提到,南京元宇宙产业在空间布局上形成了以江宁高新区、软件谷为核心,以徐庄高新区、鼓楼高新区、建邺高新区等为特色发展板块的“双核多点”产业空间格局。行动计划明确发展目标,“十四五”期间,建成在全国示范引领的元宇宙产业发展新标杆。

从“天下文枢”到“文学之都”,南京不负千年文脉滋养,紧抓新机遇,奋跃在产业新春天。

图片由南京市委宣传部提供

## 消费券、税费减免、金融服务—— 南京:文化“小店计划”提振信心促消费

□ 文化产业周刊记者 戴鸣蔚 通讯员 邱实

中央经济工作会议提出,要把恢复和扩大消费摆在优先位置。为落实党中央、国务院关于提振消费信心有关工作部署,加强对文旅消费行业的宣传引导,围绕春节前后消费旺季,中共南京市委宣传部、南京市文旅局、南京市财政局、南京市商务局共同发起“南京文化‘小店计划’——迎新春文商旅消费季特别行动”(下称文化“小店计划”),为实体书店、文创商店、影院小店、剧院小店、文博小店、艺术手作工作室等文化小店“加油添薪”,打造最活力、最暖心的城市烟火气,让文化浸润人心。

### 极美小店 最暖人心

近年来,随着社会经济发展和收入提高,人民群众更加丰富的精神文化需求日益高涨,对高质量文化产品的要求不断提升,追求沉浸式、体验感强的文化消费场景,多样化、个性化的文化产品成为文化消费的新热点。作为“书店之都”,近年来南京市各类特色书店、精品书店不断涌现,实体书店成为世界“文学之都”亮丽的橱窗和文化名片。南京新华书店江东中路店开业近十年来,积累了不少定期前来阅读、购买“精神食粮”的粉丝们,书店成为了乐于阅读的南京人在工作和生活之余最喜爱的“第三空间”。今年初,文化“小店计划”开始在店内购书的消费者发放消费券,消费者可以直接通过手机领取,购书时直接扫码使用,非常便捷。店长杨玉兰告诉记者,文化“小店计划”消费券活动开展以来,书店的人流量显著增加,许多原先选择线上购书的消费者更愿意到店,开展主题宣传、专题培训和特色小店选书等,多种举措并行助力企业快速前进,企业在政策扶持下破冰前行,为促进文旅消费市场加快回暖提供了坚实的保障。同时,该政策还鼓励商户自身推出形式多样的让利让利活动,形成叠加效应,充分激发市民群众购书、观影、观剧、观剧、旅游、购物等文旅消费需求。

### 暖心政策 更接地气

为了让更多文化“小店计划”成为可持续发展的品牌活动,南京市相关部门积极推进落实,加大对文化小店的金融扶持力度。南京文化金融服务中心是全国第一家具备综合功能的文化金融服务中心,拥有包括文化银行、文化小贷公司、文交所、担保公司、保险公司、基金公司在内的全套文化金融服务链条。在此次文化“小店计划”中,金融服务中心与紫金农商行共同推出针对文旅小微企业的专属金融产品,支持文旅小微企业主日常生产经营周转的个人经营性贷款,具有现场出额、一天放款等

特点。金融服务中心主任冷蕾表示:“和紫金农商行合作的‘文旅小微通商e贷’是目前推出的第一款产品,后续还会根据市场实际情况,尤其是文旅小微企业的实际需求,和多家银行合作设计相关金融产品,做好服务工作。”

### 持续提升 打造品牌

相关工作人员告诉记者,文化“小店计划”第一项活动是以消费券形式对商户进行补贴。消费券覆盖从事文化产品销售、服务的各类商户,重点针对图书、文创等消费定向发放。不同于以往针对图书等市场专项投放消费券,本次补贴不仅覆盖多种文化小店类型,同时配合线上推广、线下引流等多种举措,引起了广泛的社会关注,市民参与度也更高,第一期发放的300万元消费券中,一个半月的时间已经使用的就达到120多万元,取得了较好的效果。于鹏亮认为,无论是文化“小店计划”,还是在给相关企业注入一剂“强心剂”,同时对于观影的百姓们来说,参加文化“小店计划”也是实实在在得到了实惠。

除了线下的直接补贴,相关工作人员表示,在下一阶段的规划中,南京市还将开展小店线上开店和直播,利用网络和新媒体,组织文化小

店开展系列专场直播,为文化小店线上引流和宣传推广。同时从源头“输血”,组织文旅消费特色金融活动,加大对文化小店的金融扶持力度。在总结春节前后文化消费活动成果的基础上,南京市有关部门将进一步优化和丰富活动形式,将文化小店打造为一个常态化活动品牌,开展文创市集、文化节等文化集市活动,组织文化小店入驻市集,鼓励商家载体出台促销方案。结合企业尤其是小微企业的相关需求,实施文化小店专题培训,为文化小店提供商业模式优化、行业资源对接等服务。组织“网红小店评选”。开展特色文旅商店、“最美书店”、文化小店“心动空间”等评比授牌。

同时,为确保文化“小店计划”的有效落实和推动,南京市委宣传部牵头做好活动的组织工作,推动资金落实和政策实施。全面落实国家减税降费政策,开展个性化、精准化政策宣传辅导,确保经营主体应享尽享。完善政策跟踪问效及综合评价机制,及时总结分析评估政策实施效应,针对性动态调整优化政策措施。

以“真金白银”惠民,以“真心实意”惠企,“政府+商户+消费者”的通力合作,定能让文化小店聚人气、添活力,让文化在南京城内闪闪发光。

图片由南京市委宣传部提供

南京锦创书城设计独特成“网红打卡点”

