

新型文化消费模式的发展与研究

郝慧娟,孙晓磊,田志民,张晓芬
(河北水利电力学院,河北 沧州 061001)

摘要:文化消费是当前扩大内需,提升消费的重要手段。基于数字经济的发展,新型文化消费模式开始涌现,如何有效利用互联网技术优势,大力促进新型文化消费模式发展,推动文化产业转型升级,助力经济高质量发展成为文化消费理论研究的重点。文章立足于大力发展新型文化消费模式的必要性作为切入点,阐述促进新型文化消费模式发展的具体对策,以此推动我国文化产业高质量发展,满足人民日益增长的精神文化需求。

关键词:新型文化消费模式;文化产业;高质量发展;数字经济

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2023.03.163

文化消费是人们在日常生活中通过购买各种文化产品或者享受文化服务满足自身精神文化需求的一种社会消费经济活动。随着社会经济的发展,尤其是互联网技术在各行各业中的融入,促使文化消费方式和场景发生了诸多变化,诸多新的文化消费模式应运而生。例如,智慧旅游模式、视频教学、网络培训以及沉浸式体验等都属于新型文化消费模式。在全球经济下行压力大,社会经济发展不确定因素加剧的环境下,大力发展新型文化消费模式成为我国经济发展的重要内容。然而由于新型文化消费模式属于新业态,在社会经济发展中遇到诸多困境,因此文章结合笔者多年实践调查,就新型文化消费模式发展开展了深入研究,以此推动我国新型文化消费模式高质量发展。

1 新型文化消费模式发展的必要性

新型文化消费模式就是在数字经济环境下国民文化消费的方式和形式,表现了国民在消费文化产品和服务时的最新特征。新型文化消费模式不同于传统的文化消费模式,其主要区别在于新型文化消费模式彰显了数字经济元素,由传统的消遣型娱乐文化消费过渡为享受发展型文化消费,由单一满足消费者文化需求转化为带动文化产业高质量发展,由粗放型文化消费通过大数据、人工智能技术预测市场需求,减少无效生产发生,实现文化消费供需双方有效对接。新型文化消费模式的发展有着内在必然性:

(1) 发展新型文化消费模式是带动文化产业高质量发展的必然举措。文化发展格局是一个系统体系,通过构建新型文化消费模式能够有利于优化文化产业结构,推

动传统文化产业转型升级。随着文化消费场景的变化,诸多传统的文化消费模式难以满足人们的需求,而新型文化消费模式借助大数据、人工智能等技术为群众提供了沉浸式体验以及多元化文化消费需求。新型文化消费业态的产生必然会冲击固有的文化消费产业链,进而促使文化消费产业链不断做强、做优,带动整体文化消费产业的高质量发展。例如,在新型文化消费模式的发展环境下,传统旅游消费服务模式发生了巨大变化,尤其是特殊时期对旅游产业带来巨大影响,导致我国旅游产业经济效益下滑。然而新型文化消费模式的发展促使了智慧旅游模式的发展,诸多旅游景点开展线上旅游服务活动,拓展了旅游经营的发展空间,提升了整个旅游服务产业的发展水平。

(2) 发展新型文化消费模式是满足人们文化消费需求的重要举措。随着大数据技术的发展,尤其是消费新业态模式的发展,传统的文化消费模式已经难以满足消费者的消费需求。新型文化消费模式已经成为消费者认可的事物,在2021年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入119064亿元,可见新型文化消费模式成为文化消费领域的重要形式,是激发消费者文化消费的重要切口。当然新型文化消费模式之所以受市场消费者认可,主要是新型文化消费模式能够以更优质的服务满足消费者的消费需求,其可以通过产需相导、销产互引、创销协同的方式来涵养消费群,进而带动文化消费的深层次开发,引导文化企业合理有序地参与到市场竞争中,形成具有民族特色的文化产品。

(3) 发展新型文化消费模式是适应大数据经济发展,

课题:河北省沧州市社会科学发展改革课题一般课题:课题名称——《新型文化消费模式的发展与研究》(2022103)。

构建消费新业态的重要举措。文化消费是扩大内需,带动经济高质量发展的必然举措。基于文化消费场景的转变,大力发展新型文化消费模式能够极大激发消费者的消费欲望,从而助力新型消费业态经济的发展。尤其是通过发展新型文化消费模式是发展消费新业态的重要体现。例如,2020年印发的《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》明确提出要进一步培育壮大各类消费新业态新模式。新型文化消费模式是新业态发展的重要形式,通过发展新型文化消费模式能够进一步拓宽市场消费群体的消费能力,从而拉动我国经济的快速增长。

2 推动新型文化消费模式发展的具体对策

大力发展新型文化消费模式是促进我国经济高质量发展,带动消费的重要举措,基于社会经济发展要求,我国要采取以下措施推动新型文化消费模式的发展:

2.1 加快“传统+现代”融合,深挖特色文化资源

新型文化消费模式在融合大数据技术的同时彰显了具有地域特色的民俗文化,只有融合特色民俗文化资源才能构建具有个性化、特色化的文化消费模式,满足消费者个性化消费的需求。因此地方政府要加强对新型文化消费模式的支持力度:一是要活化传统民俗文化资源,将民俗文化资源融入到现代文化消费产业中。我国有着悠久的发展历史,诸多历史文化、遗产文化是现代消费群体追求的目标。因此在构建新型文化消费模式时需要深入了解当地的特色文化资源,将特色文化资源与文化消费产品融合,为消费者提供富有历史内涵的文化产品。例如,沧州沉淀了深厚的文化底蕴,尤其是京杭大运河是沧州特色文化的代表之一,为此沧州市要打造以“三带多园”的文化产业格局。推进南大港湿地国际文化旅游城、大运河影视动漫旅游文创园、天美文化创意产业基地、华谊兄弟国家民俗文化公园、沧州古城等项目前期工作。二是要整合当地特色文化资源,做优做强文化产业。长期以来文化消费产业分散,文化消费场景单一的问题制约着消费者持续消费的动力,这不利于扩大消费内需。为此当地政府要发挥大数据平台的优势,构建文化消费网络平台,通过设计文化消费APP平台,打造文化消费一条龙服务体系,将文化资源以可视化的形式展现出来,以此提升新型文化消费资源的整合力度。比如,可积极推动当地文化资源与大数据技术的融合,用科技手段改造提升传统产业,增强文化产品的表现力、吸引力和附加值,以

科技成果加快文化产品生产传播消费的数字化、网络化进程,培育新型文化业态。

2.2 优化新型文化消费产业链,构建新型文化消费商业模式

强链补链是实现经济高质量发展的关键手段,随着数字经济的发展,新型文化消费模式成为扩大内需,提升经济发展水平的重要举措。但新型文化消费模式发展时间还不长,文化消费产业链还不够完善。例如,在沉浸式体验消费中并未延伸沉浸式体验服务,导致其经济附加值不高。因此当前环境下要不断完善新型文化消费产业链,构建新型的文化消费商业模式:一是要构筑完善的主体产业链,实现文化产业的高质量发展。主体产业链完整是产业发展的基础。在主体产业链发展的基础上必须要考虑到整个链条体系的完整性与合理性。由于新型文化消费产业与大数据经济、餐饮产业、动漫产业以及交通产业都有直接的关系。针对新型文化消费主导产业发展动力持续性不足的问题,政府部门必须要加强对主业的扶持力度,强化对新型文化消费产业的引导。二是要优化新型文化消费空间结构,打造便民文化消费生活圈,释放消费活力。推进文化与城市建设融合发展。新型文化消费发展的基础必须要迎合消费者的需求,如果脱离消费者的需求必然会制约消费者的消费需求,因此在新型文化消费产业发展的时候必须要以满足消费者需求为基础。例如,随着电商经济的发展,“网红打卡地”成为人气热词,通过“网红打卡地”能够增加城市的内涵力,进而增加城市的吸引力、知名度和美誉度。同时网红打卡地与城市历史底蕴融合,游客进入可感知可消费的新场景。

2.3 构建虚拟文化场景,提升消费者体验感

新型文化消费突出真实体验感,通过沉浸式的体验获得文化消费认知。因此为了切实促进新型文化消费模式的发展,必须要依托现代信息技术构建虚拟文化消费场景,提升消费者的体验感,从而带动消费者的消费欲望:一是要完善大数据信息技术,提升大数据技术与文化产业的深度融合,为消费者提供多元化的消费产品。根据统计国内文化消费沉浸体验、社交连接、多元娱乐等需求在不断增加。根据相关统计,居民人均文化娱乐文化消费支出呈现快速增长的趋势,其中在沉浸式文化消费方面呈现较大幅度的增长。可见具有大数据技术特征的文化消费模式成为现代人们消费的首选。因此我国要进一步完善与丰富新型文化消费产品的科技化、动态化。二是要

孵化文化消费创新场景。根据不完全统计,16.7%的消费者进行了虚拟现实、动漫游戏等科技体验,所以当前我国必须要加强科技投入,促进文化消费的着力点,依托高新技术与装备,孵化更多沉浸式演艺、沉浸式商业体等消费场景,为人们提供高品质的文化体验。三是要进一步完善基础设施建设力度,为消费者提供完善的文化消费基础设施,加强信息网络基础设施建设,完善商贸流通基础设施网络以及加强基础交通建设,以此打造安全出行的文化消费环境。

2.4 加强宣传引导,提升新型文化产品的社会影响力
 激发消费者消费活力关键就是要增强新型文化消费产品的社会知名度,宣传是新型文化消费的重要手段。根据调查(见表1)可见,目前消费者对新型文化消费产品的认知主要是通过自媒体平台获悉,旅游社群在新型文化消费中的比重较低,由此可以获悉,基于新型文化消费模式的发展,传统的线下宣传模式难以满足当前文化消费的需求。为此我国要创新新型文化消费宣传平台,提升文化消费产品的社会影响力:一是要紧紧围绕当前青年消费群体的特征,构建自媒体宣传平台。青年群体是新型文化消费的重要群体,为此当地部门要结合青年群体的消费需求,依托自媒体平台打造具有宣传新型文化消费产品的平台,从而可以增强新型文化消费产品的知名度。二是要开展优惠政策,激发文化消费活力。为了调动消费者的消费欲望,地方政府要采取多元化的激励手段,促进居民文化消费的欲望。例如,为了丰富群众的文化生活,政府部门可以通过发放文化消费券等方式鼓励人们文化消费。当然为了促进新型文化消费,当地政府还要积极结合消费者的需求打造精品文化旅游线路,满足人们多元化的需求。三是建立新型文化业态消费统计监测机制。及时了解群众文化消费情况有助于及时调整文化消费宏观政策,为此政府部门要制定完善的新型文化消费统计监测系统,形成涵盖商品消费、服务消费的消费领域统计指标体系,建立新型文化业态消费领域运用大数据等新技术

开展形势分析和政策辅助决策的机制。

3 结束语

总之,新型文化消费是扩大内需,带动经济高质量发展的关键举措。基于数字经济的发展,新型文化消费模式正在以快速发展的趋势融入消费新业态发展格局中,成为释放消费活力的重要领域。因此在国内经济新常态环境下,我们要大力推进新型文化消费模式的发展,以此助力新业态新模式引领新型消费,加快发展。

参考文献

- [1]张明煜.文化强国背景下发展新型文化消费模式研究[J].大众文艺,2021(10):219-220.
- [2]刘佳,逢健,由宁波,周毅.公园城市建设背景下成都文化旅游产业深度融合模式研究[J].商业文化,2021(22):37-38.
- [3]黄永林.数字经济时代文化消费的特征与升级[J].人民论坛,2022(09):116-121.
- [4]国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见[J].中华人民共和国国务院公报,2020(28).
- [5]王林生.“十四五”时期文化新业态发展的战略语境、历史机遇与行动路线[J].行政管理改革,2021(08):48-56.
- [6]郑宇飞.“直播带货”火爆展现中国经济自适应能力[N].北京日报,2020(07).
- [7]刘佳,钮迎莹,王畅.“双11”洞察:网络消费新热点[J].国际品牌观察,2020(35):30-32.

作者简介:郝慧娟(1986-),女,河北邢台人,硕士研究生,实验师,研究方向:数字媒体及计算机应用技术相关;孙晓磊(1987-),女,汉族,河北石家庄人,硕士研究生,讲师,研究方向:人工智能相关;田志民(1987-),男,汉族,河北沧州人,硕士研究生,实验师,研究方向:计算机网络及大数据相关;张晓芬(1989-),女,汉族,河北邯郸人,硕士研究生,实验师,研究方向:计算机网络及应用相关。

表1 消费者获取文化产品的渠道

序号	文化消费获取渠道	比重(%)
1	旅游网站、APP、小程序等	20.8
2	短视频平台	42.5
3	生活平台	41.8
4	互联网广告	21.3
5	亲友推荐	18.0
6	旅游社群	9.7