

吕梁市文化和旅游局文件

吕文旅发〔2022〕140号

吕梁市文化和旅游局 关于印发《关于实施文化旅游市场主体倍增 工程的行动方案》的通知

各县（市、区）文旅局、局机关各科室：

现将《吕梁市文化和旅游局关于实施文化旅游市场主体倍增工程的行动方案》印发你们，请认真遵照执行。



（此件公开发布）

关于实施文化旅游市场主体倍增工程的 行动方案

为贯彻落实市委、市政府和省文旅厅关于发展市场主体的决策部署，扎实做好文旅市场主体倍增工作，充分激发文旅市场活力和社会创造力，结合工作实际，特制定本行动方案。

一、总体思路

深入贯彻习近平总书记视察山西重要讲话重要指示精神，以文化和旅游行业企业培育壮大为重点，以聚焦市场主体需求、优化营商环境、推进政策落实为着力点，坚持内生增量、外引新量，充分激发文化旅游市场活力，助推我市文化和旅游产业全方位高质量发展。

二、目标任务

在稳增长的基础上，既要注重提升市场主体质量，培育竞争力大、带动性强的龙头企业，又要注重市场多元化需求，挖掘中小微企业发展潜力，不断丰富旅游业态、创新旅游产品、优化旅游服务，更好适应旅游市场发展需要。市县两级文旅部门要按照文化旅游行业特点培育企业，加强市场引导，做好企业培育指导工作，遵循“保存量、扩增量、提质量”的原则，实现“十四五”全市文旅市场主体数量质量大提升，总量达到4200个以上，其中企业数量突破2100个，个体工商户数量达到2110个以上。

2022 年的目标任务是：全市文化旅游市场主体总量增长 20%（平均每季度增长 5%，即每季度末市场主体总量比上季度增长 5%），净增 445 户，达到 2551 户以上。其中，文化市场主体数量达到 2430 户以上，旅游市场主体数量达到 120 户以上。

三、重点任务

（一）巩固发展传统文化市场主体

1. 重视传统文化市场主体发展。目前，文化演艺、文体娱乐、工艺美术、图书出版销售、文化会展、广告制作、包装印刷等传统文化企业仍是满足社会基本文化消费需求的主要生产力量。受科技冲击和疫情影响，传统文化企业发展困难，政府部门要及时予以财政税收、金融保险等方面政策扶持，帮助企业稳得住、走下去。

落实措施：一是持续开展入企服务，关注企业发展质量，帮助企业纾困解难；二是积极宣传国家发展改革委等部门印发的助企纾困扶持政策措施 41 条、省政府强化市场主体倍增要素服务保障措施 78 条，帮助文旅企业进一步降低经营成本，渡过难关；三是支持企业开发特色产品、创建品牌，提升市场竞争力；四是引导建立企业联盟，通过资源能力的互补，弥补短板，提高企业发展效率。

2. 推动传统文化市场主体转型升级。推动文化娱乐、上网服务、演出和艺术品等传统行业转型升级，丰富经营业态，拓展消费人群，走向专业化、规模化、品牌化发展。

落实措施：一是借助数字化技术，引导传统企业转换生产经营方式，利用乡村 e 镇、电商平台，扩大文旅产品销售渠道；二是引导企业更新传统文化消费理念，生产文化消费产品从大众化、基本型向个性化、享受型的多样化转变；三是引导企业抱团发展，形成与上下游企业稳定的链接关系，实现协同创新，最大化激活企业发展潜能。

（二）培育发展新兴文化市场主体

3. 发展现代演艺市场主体。鼓励社会资本投资兴办演艺公司，支持民间艺人组建小微演艺团体，引导发展各类演出经纪机构，同时推动线下文艺资源、文娱模式数字化发展，引导建设在线剧院、数字剧场。

落实措施：一是深化国有文艺院团改革，鼓励民间资本通过收购、兼并、参股等形式参与国有文化演艺企业体制改革，发展现代演艺经营模式，全面激发演出活力；二是鼓励社会演艺机构参与政府购买公共文化服务，包括文艺创作、文艺演出、送戏下乡等各类文化惠民活动；三是支持有基础、有条件的县市区加快建设文化艺术中心等演艺集聚区，推动演艺市场规范化、规模化、集聚式发展；四是加快打造“戏曲小剧场”、“文化小剧场”、“周末小剧场”，结合研学体验，盘活现有演出剧场资源，打造一批沉浸式、体验式演艺项目；五是推进演艺进景区，“十四五”期间全市 4A 级以上旅游景区都要独立或与演艺机构合作开展演艺活动；六

是大力引进知名演艺集团和演出经纪机构，鼓励国内外知名院团、艺术家来吕演出；七是引导晋剧、临县道情、临县秧歌、汾孝秧歌、孝义碗碗腔、孝义皮腔、民间二人台等传统舞台艺术线上发展。

4. 发展数字文化市场主体。引进发展动漫游戏、创意设计、网络文化、数字文化服务等市场主体。支持网络音乐、网络动漫、网络艺术品、网络演出等网络文化内容在线服务机构发展。

落实措施：一是鼓励市场主体引进投资建设动漫游戏文化体验场馆，发展游戏直播、电子竞技、云游戏等新业态；二是支持有条件的县市区率先建设文化科技产业园、数字文化创意产业园；三是支持市属媒体加快技术改造升级和跨界合作，推动构建“内容+平台+终端”的新型新闻内容生产传播体系；四是鼓励扶持对文化典籍、舞台剧目、艺术品、文物、非遗等传统文化资源进行数字化转化和出版开发。

5. 发展新兴文化运营机构。鼓励社会资本兴办剧院、图书馆、博物馆、艺术中心等提供公共文化服务的运营机构。支持博物馆、文化馆、图书馆等公共文化场所引进运营机构，增强旅游休闲服务功能。支持在城市商圈、文化园区、旅游景区布局“休闲书吧”“文化驿站”“艺术交流培训”等特色鲜明的文化运营机构。支持发展与影视拍摄制作产业相关联的各类文化影视机构。

落实措施：一是采取政府资金补贴、税收减免等办法，支持社会资本参与公共文化活动，兴办微型剧院、图书馆、博物馆、艺术中心等提供公共文化服务的运营机构；二是支持民营企业参与公共文化场馆的运营管理，通过开展试点，逐步推广将图书馆、群艺馆、乡镇综合文化站、行政村（社区）文化室等公共文化场所的运营业务通过政府招标购买，交由专业文化机构运作；三是在举办文化旅游活动时，把其中可外包的业务公开招标让社会文化运营机构来参与运行；四是鼓励国内外影视企业来吕取景拍摄，对有效传播吕梁形象的影视精品给予补助奖励；五是重点支持临县碛口、汾阳贾家庄创建影视拍摄制作、交流研讨基地。

6. 发展文化创意市场主体。深挖吕梁特色文化，引导发展文创设计、生产、展销企业。大力发展广告和视觉设计、时尚和现代手工艺设计、建筑与环境艺术设计、工业设计、舞台舞美设计、数字内容设计等创意产业。

落实措施：一是开展文化创意设计大赛，把传统文化元素与现代时尚符号深度融合的创意设计产品转化为旅游商品，引导社会资本关注投入文化创意产业；二是鼓励引导制造、建筑、酿酒等行业领军企业将创意设计环节分离，设立独立创意设计企业；三是鼓励引导城市重点街区、旅游景区景点开办“山河梁品”吕梁旅游礼品实体专卖店，推动吕梁特色文创产品走向市场；四是鼓励文博场馆利用馆藏资源开

展文创产品开发设计；五是支持建设文创园区、文创街区，推动文化创意产业集聚发展。

7. **发展工美非遗市场主体。**推动工艺美术、非遗技艺与新兴技术有机融合，发展完善设计研发、制作生产、销售推广等产业链条。支持工艺美术数字化资源库、展示交易平台建设。

落实措施：一是制定出台《吕梁市振兴工艺美术行业工作方案》，加强校企院合作，形成完整的产业链体系，推动全市工艺美术行业健康快速发展；二是引导工艺美术大师、非遗传承人开办工美大师工作室、非遗工坊、非遗传习所、展示展销店等，开展品牌推广和市场营销；三是支持工美产品、非遗产品及活态表演进景区、街区、乡村旅游点，扩大传统技艺美誉度和影响力；四是利用老旧厂房、老旧街区，因地制宜建设非遗小镇、工美小镇、艺术小镇等产业发展集聚区，促进剪纸、皮影、面塑、根雕、玉雕、泥塑、葫芦刻绘、刺绣等特色产业集聚发展；五是市县两级创建工艺美术数据库，精准服务企业，助力产业发展。

（三）培育发展旅游市场主体

8. **发展旅游景区景点市场主体。**以创建全域旅游示范区为目标，立足丰富的自然人文资源，重点打造“一东一西”两大核心景区，发挥龙头景区辐射带动作用，不断开发建设旅游景区景点。

落实措施：一是加快实施碛口风景区、北武当山风景区、杏花村古镇、贾家庄文化生态旅游区改造提升工程，打造为引领全市旅游产业发展的龙头景区，辐射带动其他景区开发建设；二是对接全省黄河板块发展，加大旅游项目招商引资力度，大力推进百里黄河精品旅游带、汾阳杏花村酒文旅融合示范区、柳林明清街、交口农业迪士尼、离石信义文旅康养小镇、石楼黄河奇湾等一批优质旅游项目建成投入运营；三是深入挖掘自然景观资源，依托关帝山、庞泉沟、黑茶山、上顶山、云梦山等开发建设旅游景区景点；四是依托文物古建筑、古遗址等历史文化资源，引导离石天贞观、交口千佛寺、柳林华严寺、文水上贤村新石器遗址等有条件的文物保护单位、文物遗址处开发成为旅游景区；五是支持开发传统古村落，发展方山张家塔、离石彩家庄、交城磁窑村、柳林后冯家沟、临县孙家沟、临县前青塘、孝义宋家庄等一批传统历史文化古村落成为旅游景区景点；六是支持利用各类红色资源，培育四八烈士纪念馆、双塔村中央后委旧址、刘胡兰纪念馆、高家沟高级军事会议纪念馆、刘志丹殉难处纪念馆等一批旅游景区景点；七是实施 A 级景区培育发展、改造提升计划，加快标准化景区和旅游度假区创建，以 A 级旅游景区创建带动旅游景区发展建设。到“十四五”末，创建 5A 级以上重点旅游景区或国家级旅游度假区 1—2 家，新增 3A 级及以上旅游景区 8—10 家，重点红色旅游景区 10 家，乡村

旅游示范点 150 家以上。

9. 发展旅行服务市场主体。指导旅行社积极应对疫情影响，推动产品创新、拓展服务范围，向专业化、特色化方向发展。加快发展在线旅游服务。引导研学旅行机构健康发展。

落实措施：一是继续实施旅行社暂退旅游服务质量保证金扶持政策，对符合条件的旅行社提高至 100% 的暂退比例；二是建立重点文旅企业融资需求库和文旅企业融资项目需求库，加强银企合作，加大普惠金融支持力度，引导金融机构对符合条件的、预期发展前景较好的旅行社享受小额贷款支持，适当提高贷款额度；三是与工会、商务部门联合出台政策，支持政府机关企事业单位将符合规定举办的工会活动、会展活动等的方案制定、组织协调等交由旅行社承接，并按照合同约定及时向旅行社支付资金；四是鼓励旅行社拓宽经营渠道，同时开展线下线上旅游服务，有条件的旅行社开展研学旅行线路推广；五是与教育部门联合，创建研学旅行示范基地，规范研学旅行服务，推动研学旅行机构健康发展。

10. 发展旅游融合市场主体。依托地方资源禀赋，培育发展文化旅游、运动休闲旅游、农业旅游、康养旅游以及旅游餐饮、旅游住宿、旅游交通等一批多行业融合旅游服务机构。

落实措施：一是鼓励旅游景区引进餐饮住宿、文化创意、

工艺美术、特色服饰、亲子娱乐、动漫游戏、数字文化服务等多样化的市场服务主体，创建沉浸式体验的景区服务环境。二是支持景区景点发展与影视拍摄制作产业相关联的各类文化影视机构；三是推出旅游新线路新产品新项目，打造一批多行业融合发展的旅游特色企业和品牌项目；四是依托景区景点、黄河旅游一号公路，深入挖掘吕梁餐饮文化，打造地方特色菜系，发展一批旅游接待特色餐饮店；五是鼓励景区和乡村旅游点发展特色民宿，持续推进“黄河人家”创建；六是发展汽车租赁、景区小交通、交通配套服务等旅游交通运营服务机构；七是利用优质的森林资源、温泉资源、药材资源，盘活闲置的林场场部、管护站、山庄窝铺，发展一批候鸟式、旅居式康养旅游基地；八是以水上、山地户外、冰雪、马拉松、自行车等引领性强的时尚户外运动旅游项目为重点，开发特色运动项目旅游产品，培育和打造一批体旅融合发展示范基地。

四、实施路径

11. 以实施《吕梁市全域旅游发展规划》《吕梁市“十四五”文化旅游会展康养产业发展规划》为引领，做好文化旅游行业发展谋篇布局。要围绕“打造黄河文化保护传承弘扬示范区、建设黄河流域知名文化旅游目的地、打造国内知名白酒会展高地、培育黄河山水康养新品牌”的总目标，全力打造好包含黄河休闲度假产品、吕梁山原生态康养产品、

红色研学教育产品、中国诗酒生活产品、晋商古文化体验产品在内的“黄、绿、红、白、古”五大旅游核心产品，引导政策、资金、人才等生产要素向五大核心产品聚拢，培育文化旅游产业龙头企业。

12. 支持文旅产业重大项目建设，发展壮大文旅市场主体。要从“强化政策支撑、促进项目要素集聚，搭建平台载体、推动产业集中，加强招商引资、扩大项目储备，做好跟踪服务、保障投资增长，用好金融服务、培育优质项目，落实优惠奖补政策、提振市场发展信心”等方面着手，用好用足“对省级文旅康养示范区给予一次性奖励，对重大文旅康养项目给予贷款贴息支持”等扶持政策，布局建设离石信义十三里农文旅康综合体、交城千岁觉城康养小镇、中阳尚养桃园休闲农业旅游综合体等一批文旅康养小镇，带动旅游市场主体发展壮大。

13. 优化提升景区运营环境，推动市场主体互动发展。要实行旅游资源所有权、管理权、经营权“三权分立”，引进市场化经营管理机制，打破条块分割，下放管理权限，让专业旅游企业开发经营景区，构建富有活力的市场化运行机制，吸引社会资本投入景区建设，推动各类市场主体聚集旅游景区互动发展。

14. 健全和完善支持体系，扶持发展文旅小微企业。要因地制宜、分类指导，突出特色和质量，扶持一批“小而精、

小而特、小而优、小而新”的文旅企业，各县市区要积极部署建设文化产业园区、旅游消费集聚区、旅游休闲街区，加强政策引导，吸引更多旅游、文化、艺术、科技等领域人士建立工作室、手工作坊，促进创意资本向文化旅游业流动，丰富文化旅游活动，提升旅游文化内涵，增强文旅小微企业的自我发展能力。同时，积极开展文旅“双创”行动，鼓励大中专院校毕业生创新创业，创办中小微文旅企业。

15. 营造优质旅游消费环境，促进文旅市场主体发展。
支持各县（市、区）打造有品质的特色节庆赛事活动，实现“一县有一品”、“季季有节庆”的活动目标，办好山西（汾阳·杏花村）世界酒文化博览会、贾家庄乡村文化旅游节、中国·碛口“枣儿红了”红枣旅游文化节、山西临县青塘粽子文化美食旅游节、中国·岚县“土豆花开了”旅游文化月、石楼槐花节等活动。以有影响力的文化旅游活动品牌为牵引，进一步构建完善的旅游服务设施，提升旅游服务意识和水平，推出旅游惠民政策，规范旅游市场秩序，努力营造安全放心舒心顺心的旅游消费环境，引导形成文明、健康、绿色旅游新风尚，吸引外来游客来吕消费。

五、实施要求

（一）加强组织领导。各县（市、区）文旅局一把手要亲自抓市场主体倍增工作，明确目标任务，严格工作标准，强化责任意识，把支持文旅市场主体发展作为一项重要工作

任务，结合本地实际制订具体实施方案，确保政策措施落地落实。

(二) 创优发展环境。牢固树立人人都是营商环境、人人皆可营商、营商没有“旁观者”和“局外人”的意识，进一步破除管理体制方面的障碍，着力提升政务运行效率，营造有利于市场主体倍增的发展环境。

(三) 强化宣传引导。面向各类市场主体，做好政策宣传解读。充分发挥“网、微、屏、端”等新媒体优势，采取以案释法、场景互动等形式多样、生动活泼的宣传方式，开展文旅市场主体倍增案例评选及典型案例宣传。以正向激励和标杆引导，进一步提升宣传效能，扩大宣传成果。

(四) 定期督导跟进。按照省、市有关市场主体倍增的文件要求，结合部门工作实际，分解工作任务，压实细化责任，建立工作清单（责任清单、问题清单、措施清单、结果清单），进行挂图作战、精准实施，定期梳理汇总，实行“一月一排队，一季一通报”，坚持问题导向和结果导向，以督促改、以改提效，推动市场主体倍增工作见实效有成效。

附件：1. 2022年文化旅游市场主体培育计划任务分解表
2. 文化旅游市场主体统计表

附件1：

2022年文化旅游市场主体培育计划任务分解表

序号	单位	新增文化类企业（户）	新增旅游类企业（户）
1	交城县文化和旅游局	34	2
2	文水县文化和旅游局	38	2
3	汾阳市文化和旅游局	40	4
4	孝义市文化和旅游局	79	2
5	交口县文化和旅游局	11	1
6	石楼县文化和旅游局	13	1
7	中阳县文化和旅游局	14	1
8	柳林县文化和旅游局	29	2
9	方山县文化和旅游局	12	1
10	临县县文化和旅游局	31	2
11	兴县县文化和旅游局	17	1
12	岚县县文化和旅游局	15	1
13	离石县文化和旅游局	89	3
	合计	422	23

附件 2:

文化旅游市场主体统计表

部门（盖章）：

统计日期：年 月 日

序号	市场主体名称	统一社会信用代码	法人	联系电话	登记区域	培育人
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						

说明：各单位市场主体培育任务完成情况以上报的营业执照副本复印件为准。

