

今年春节，文化和旅游业成为拉动消费回暖的主力。最新数据显示，2023年春节档电影票房达67.58亿元，同比增长11.89%；全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%。

当前，要乘势而上、多措并举推动文旅行业复苏。一方面，文化和旅游是人民美好生活的重要组成部分，文旅行业又是促进消费、繁荣市场、扩大就业的重要载体，事关国民经济的恢复与发展。1月28日召开的国务院常务会议提出，要针对需求不足的突出矛盾，乘势推动消费加快恢复成为经济主拉动力，其中，要组织开展丰富多样的促消费活动，促进接触型消费加快恢复。另一方面，此前一段时间，文旅行业受疫情影响较大，确实面临一些实际困难，亟待有力支持。

推动文旅行业恢复发展，金融服务大有可为。中国银保监会日前明确表示，将加强对文旅等受疫情冲击的传统服务行业、特别是小微企业以及个体工商户的金融纾困帮扶。接下来，金融服务可重点从以下三方面着手。一是稳信贷。运用再贷款、再贴现等货币政策工具，引导金融机构加强信贷投放。二是降成本。既要发挥贷款市场报价利率（LPR）改革效能、推动综合融资成本稳中有降，又要进一步完善文旅金融服务的定价机制、风险转移及分担机制等。三是求创新。要因地制宜、探索建立适合本地文旅企业的资产评估体系，让文旅企业的资产“活起来”。

但需注意，由于文旅行业具有特殊性，一些融资痛点、堵点依然存在。以文化企业为例。银行给企业放贷，或者发放无担保的信用贷款，或者需要企业提供抵押物、质押物作为担保。众所周知，文化企业的核心资产往往是无形资产，如著作权、发行权、商标、创意等。目前，文创资产的权属关系通常较为复杂，无形资产交易市场的活跃度较低，无形资产的质押手续也相对复杂。受此影响，银行难以对无形资产进行价值评估、处置变现，从而导致不少企业被拒之门外，金融服务的可得性也随之降低。

力破文旅行业融资痛点，金融服务要“量体裁衣”，在确保合法合规的前提下，加大信贷产品的创新力度。金融机构可结合文旅企业特征，创新开展文化产品、景区收益权等抵质押融资，进一步丰富文旅企业的信贷融资工具。与此同时，金融机构还可推广主动授信、随借随还等模式，变坐商为行商，提升金融服务的便利度，为企业缓解资金压力。

力破文旅行业融资痛点，各方力量还需“握指成拳”。解决问题并非金融机构的“一家之事”，各相关部门要有效协作、形成合力。首先，要进一步拓宽文旅企业的融资渠道，对于符合条件的企业，监管部门可适当为其开通“绿色通道”，支持企业发行债券。其次，要探索建立文旅企业资产及产品的评估体系。授之以鱼不如授之以渔，要让文旅企业的资产“活起来”“用起来”，增强企业自身的造血能力。最后，针对受疫情影响较大的企业，各级文旅行政部门可为其提供贴息支持，同时

用好政府性融资担保体系，降低文旅企业的综合融资成本。（本文来自：经济日报
作者：郭子源）