

社会力量供给公共文化服务的创新动力与提升路径研究

李 杨 徐 琪 欧雅琴

巢湖学院, 安徽 合肥 238024

[摘要] 社会力量参与是深化公共文化服务体制机制改革, 培育发展新动能和构筑供给新优势的重要抓手, 对构建现代公共文化服务体系具有关键支撑作用。基于竞争视角构建的社会力量供给公共文化服务创新动力分析框架, 文章揭示了社会力量供给公共文化服务创新受内力与外力共同作用的“双轮一体”驱动机制。在此基础上, 从奖励、培育、规制、环境和互动五方面提出社会力量供给公共文化服务创新动力提升的推进路径。

[关键词] 公共文化服务; 创新动力; 社会力量参与; 提升路径

DOI: 10.33142/mem.v5i5.13808

中图分类号: F249

文献标识码: A

Research on the Innovative Driving Force and Improvement Path of Social Forces in Providing Public Cultural Services

LI Yang, XU Qi, OU Yaqin

Chaohu University, Hefei, Anhui, 238024, China

Abstract: The participation of social forces is an important lever for deepening the reform of the public cultural service system and mechanism, cultivating new development momentum, and building new supply advantages. It plays a key supporting role in constructing a modern public cultural service system. A framework for analyzing the driving force of innovation in public cultural services provided by social forces based on a competitive perspective is constructed. The article reveals the "dual wheel" driving mechanism of innovation in public cultural services provided by social forces, which is jointly influenced by internal and external forces. On this basis, a promotion path for enhancing the innovative driving force of public cultural services provided by social forces is proposed from five aspects: rewards, cultivation, regulation, environment, and interaction.

Keywords: public cultural services; innovation driving; participation of social forces; upgrade path

引言

“健全现代公共文化服务体系, 创新实施文化惠民工程。”是党的二十大报告对做好新时代公共文化工作的重要部署。社会力量参与公共文化服务供给作为一种创新方式和治理变革的政策工具, 在缩减政府规模、节约管理成本、补齐供给短板、提升服务效能等方面展现出了显著的优势, 是健全现代公共文化服务体系的关键一环^[1]。社会力量参与公共文化服务供给源于20世纪80年代世界范围内兴起的新公共管理运动, 核心要义是将原来由政府直接向公众提供的公共文化服务项目, 通过特定的方式交由社会力量负责的一种服务供给机制^[2]。2013年, 党的十八届三中全会审议通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》明确指出, “全面深化改革的核心是处理好政府与市场的关系, 使市场在资源配置中起决定性作用, 并更好地发挥政府作用。”^[3]自此, 社会力量参与公共文化服务供给的探索热潮在全国各地开始兴起。《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》^[4]《中华人民共和国公共文化服务保障法》^[5]《中华人民共和国公共图书馆法》^[6]等政策法律的相继出台, 使得社会力量参与公共文化服务供给的制度化水平和规范化程度得到了进一步提升。实践领域也形成了一些具有代表性的模式,

如北京^[7]、上海^[8]、广东^[9]、合肥^[10]等。在国家政策的支持与指导下, 社会力量供给公共文化服务的规模也呈上升态势, 而且随着我国全面深化改革的推进, 社会力量也愈发深入地参与到公共文化服务中来。

不可否认, 社会力量供给公共文化服务是促进政府职能转变、回应社会需求和改善政府与市场关系的强劲引擎^[11]。但也应看清, 社会力量参与公共文化服务供给机制依然仍未成熟, 现实中也并非总是能够达到预期目标。即使在较早实施改革的西方发达国家, 也出现了诸多逆市场化的现象。我国社会力量参与公共文化服务供给的一些实践同样存在类似的曲折经历, 公共性流失、供需脱节、吸引力不强等问题日渐抬头^[12-13]。出现这些困境与障碍的原因之一是社会力量供给公共文化服务的创新不足, 在满足人民群众的精神文化需求上存在差距。伴随着我国进入新发展阶段, 高质量发展成为公共文化服务体系建设的主旋律^[14]。在高质量发展目标的驱动下, 社会力量参与公共文化服务供给须加快实现从“规模扩张”到“提质增效”的转型升级^[15]。习近平总书记指出, “创新是引领发展的第一动力, 抓创新就是抓发展, 谋创新就是谋未来。”要让创新在社会力量供给公共文化服务的实践中蔚然成风, 关键在于激发创新动力。基于此, 本文立足于新时代国家健全现代公共文

化服务体系战略部署,尝试打开社会力量供给公共文化服务的创新动力“黑箱”,探寻提升社会力量供给公共文化服务创新动力的推进路径,为政府有意识地引导和驱动社会力量服务创新提供参考和借鉴。

1 研究回顾与理论基础

1.1 社会力量供给公共文化服务的研究概况

为充分了解国内外有关社会力量参与公共文化服务供给的研究情况,本文以 $SU = (\text{“政府购买”} + \text{“外包”} + \text{“社会化”} + \text{“社会力量参与”} + \text{“政社合作”}) * \text{“公共文化服务”}$ 为检索表达式,分别以 Web of Science 和《中国学术期刊(网络版)》为来源数据库进行检索,时间跨度为 2003 至 2022 年,检索时间为 2023 年 11 月 10 日。从 Web of Science 数据库检索到相关学术论文共 304 篇,《中国学术期刊(网络版)》数据库检索出 400 篇,文献的年代数量分布如图 1 所示。可以看出,国外有关社会力量参与公共文化服务供给的研究开始较早,而国内的研究起步相对较晚。这与社会力量参与公共文化服务供给的做法在国内兴起较晚的事实相符。分析走势和拐点可知,国外和国内都在经历了两次研究小高潮后,开始出现下降并趋于平稳。但在整体数量方面国内明显高于国外,而国外研究热潮略早于国内研究。

深入内容层面,国外对社会力量参与公共文化服务供给的研究涉及机制解读、影响因素和服务改进等方面。N. McGrath 等学者关注了公共文化机构如何通过重新架构服务体系来应对不断变化的社会需求^[16]。E. Bertacchini 探究了社会力量供给和政府供给之间选择的影响因素。P. M. E. Mendonça 针对国家与民间社会组织在提供服务方面的伙伴关系进行了探讨^[17]。R. Palumbo 以公共图书馆为例,调查了基础性公共文化服务以外但对用户有吸引力的服务内容^[18]。N. M. Hill 同样关注公共图书馆领域的社会力量参与服务供给问题,但其着重分析了社会力量参与服务供给的潜在风险^[19]。S. M. Robert^[20]、C. D. Nogare^[21]等通过多方面的实地调研,提出了促进社会力量参与公共文化服务效率提升的路径。基于中国本土视角的研究多采用宏观制度主义的研究范式,侧重从结构和制度视角分析社会力量参与公共文化服务供给的模式问题。综合来看,国内研究大多围绕社会力量参与公共文化服务供给的概念阐释、国外经验、地方实践、风险治理等主题展开探索。李国新关于我国新型公共文化空间发展现状与未来发展的研判;关思思对英国公共图书馆社会化运营管理实践经验的总结^[22];金武刚^[23]、易斌^[24]李雅^[25]等有关不同类型公共文化机构政社合作供给模式的解析。戴艳清针对公共文化服务类 PPP 项目中利益相关者的冲突分析^[26];陆和建以滁州市图书馆为例对社会力量参与公共文化服务建设风险的识别与控制等,引领了研究的热潮。

综上可见,社会力量参与公共文化服务供给是一个历

史而又弥新的话题。国内外学者将研究的关注点主要放在社会力量参与公共文化服务供给的作用价值、模式建构、现实困境、风险治理等方面,且见仁见智,不一而足。但学者对于服务创新在驱动社会力量供给公共文化服务高质量发展方面的关键作用达成了高度共识,也进行了初步的探讨。然而,这些前期探讨仅散见于不同主题的研究成果当中,且多从政府的视角展开,站在社会力量角度的针对性审视并不多见,多源创新动力分解更是缺乏。有鉴于此,社会力量供给公共文化服务的创新动力与提升路径成为本研究的出发点和落脚点。

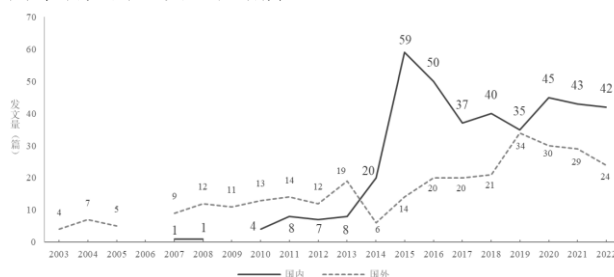


图1 国内外社会力量参与公共文化服务供给研究的时间分布

1.2 社会力量供给公共文化服务创新动力分析的理论基础

波特五力模型是管理学领域一种经典的分析方法,由著名战略学大师迈克尔·波特(Michael Porter)在其《竞争战略》著作中提出^[27]。波特五力模型创立的初衷是分析研究企业竞争格局与竞争能力。

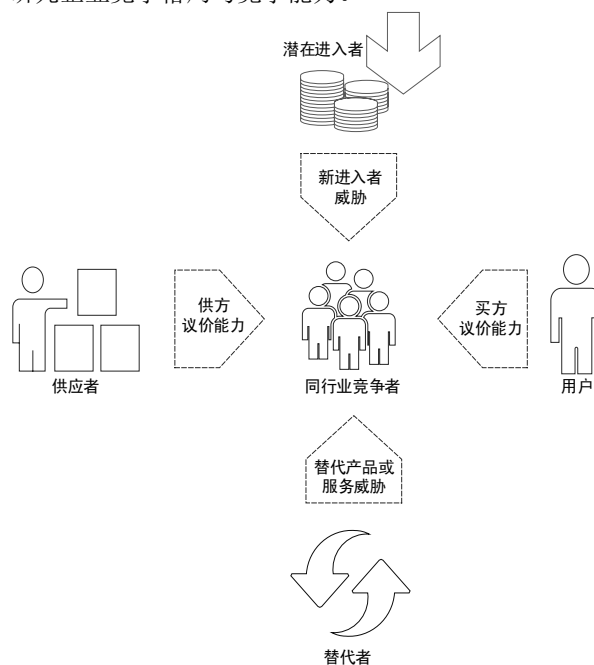


图2 波特五力模型

如图2所示,该理论将企业的竞争来源解释为供应商的讨价还价能力、购买者的讨价还价能力、潜在进入者的

威胁、替代产品或服务的威胁以及同行业竞争五种因素。通过将不同的因素汇聚在一个简便的框架中来分析一个行业的基本竞争态势^[28],有利于从不同方面提高自身的竞争力^[29]。在经济社会快速发展的时代背景下,理论与实践的结合也不断与时俱进。从最初阐释企业的竞争优势,逐步扩展到战略制定、创新力挖掘等领域^[30],波特五力模型已成为最具影响力的理论之一,并广泛用于分析组织行为或决策背后隐喻的驱动因素^[31]。政府引入社会力量参与公共文化服务供给是多方面要素作用的结果,所以社会力量的服务创新必然受到多个层面的驱动力。因此,波特五力模型可以为社会力量服务创新动力识别提供有效的理论支撑及思路方法。

2 社会力量供给公共文化服务的创新动力结构

创新是当代中国最鲜明的特征,而对于任何一种创新活动而言,动力机制都是核心和关键,它既是创新行为的始发点,也决定着创新的走向^[32]。缺乏对社会力量服务创新动力构成要素和作用机制的正确理解,就很难找准社会力量服务创新动力的提升路径。

2.1 社会力量供给公共文化服务的创新动力要素分析

2.1.1 公众需求升级拉引

以人民为主体是公共文化服务的最大特色。进入新时代,随着社会主要矛盾的转变,精神文化要素在人们生产生活中所占的比重越来越大,公众对公共文化服务的内容、时效、质量、手段和方法的诉求越来越高,呈现出明显的异质性和多样化特征。回应并满足公众的需求是政府引入社会力量参与公共文化服务供给的首要目标。面对公众日益高涨且快速变化的需求,如果社会力量不能及时做出回应,公众享受服务的兴趣与热情下降就在所难免。在此情境下,围绕公众需求的服务创新刻不容缓。以需求为导向的服务创新就要满足公众多层次、多样化和全面性的精神文化需求,不断丰富公共文化服务的内容与方式。现实当中,针对周围社区居民的结构特点走进社区开展活动,招募高校志愿者为儿童提供阅读咨询,专门针对老年人开展健康科普等,虽然都是在个性化需求的驱动下社会力量进行服务创新的体现。但与构建现代公共文化服务体系的目标要求相比,社会力量以需求为导向的服务创新意识和创新能力仍有待进一步提升。

2.1.2 市场竞争压力加剧

相较于传统模式,社会力量参与公共文化服务供给的本质变化是市场机制的引入,而优胜劣汰是市场竞争的基本规律。虽然现在专门从事政府外包公共文化服务工作的行业仍处于发展阶段,但竞争的火花早已擦出。基于社会力量供给公共文化服务的成效评估建立“优胜劣汰”的动态管理机制,是政府保障市场化供给质量的有效举措。实践当中,政府对社会力量供给公共文化服务效果的评估通常采用季度评估和年度评估相结合的方式,且合同一年一

签。政府会根据综合考评结果,决定是否继续签订合同。若年度考核达到合同约定的目标,双方通常会再续签一年。若年度考核结果不合格,则不再续签。通常情况下,三年合同到期后政府会重新向社会公开招标。在如此短的合约周期和严格的考评方式之下,社会力量只有通过创新服务的内容与形式,才能在激烈的竞争中获得公共文化服务的持续运营管理权。因此,同行业的竞争是社会力量不断对服务进行创新的主要驱动力。

2.1.3 潜在利益回报驱动

相关公开的招标文件显示,通过合同外包参与到公共文化服务的社会力量通常需要负责场馆的运营、方案策划、活动开展等多方面的工作,这就必然要求人力、物力、财力等方面的要素投入。对于公共文化服务的承接主体而言,获取一定的效益是维持自身生存的基本保障。因此,在社会力量参与公共文化服务供给的实践中,服务创新的另一动力是通过创新使要素投入产生更大、更持久的收益。从合肥市滨湖世纪社区图书馆^[33]、三孝口书店等^[34]较早采用政社合作模式的运营情况来看,服务创新可以给承接主体带来有形或无形的利益。如图3所示,有形利益主要表现为社会力量在合同周期内提供相应公共文化服务而获得的经济效益^[35]。在合同不发生变更的情况下,政府向社会力量支付的服务费用是不变的。按照合同约定完成既定的工作任务,社会力量开支的成本越小,所获得的收益就越大。在这种良性的利益驱动下,通过创新服务供给的方式来提升服务效率,以达到降低成本的目的成为社会力量努力的方向之一。除此之外,服务创新在提升认可度、竞争力和形象的同时,还能够积累更多的宝贵经验,为社会力量自身成长打下坚实的基础。从长远的角度看,这些无形利益会提升社会力量的竞争优势,而这一竞争优势又可以带来一定经济方面的利益,两者相辅相成。综上所述,可观的创新收益对参与公共文化服务供给的社会力量具有支配和驱动作用。

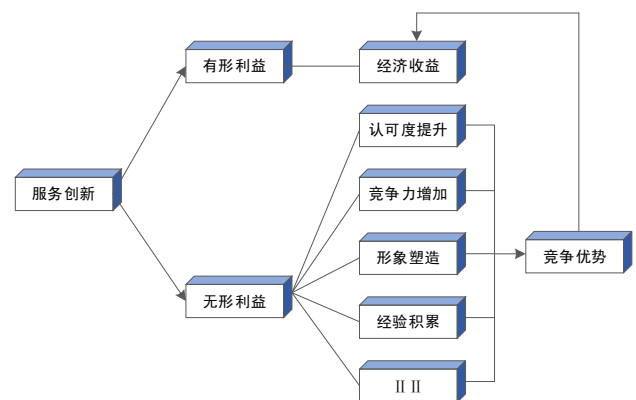


图3 社会力量服务创新的利益构成

2.1.4 构筑行业进入壁垒

从2013年党的十八届三中全会提出要完善文化管理

体制，推动公共文化服务社会化发展，到《中华人民共和国公共文化服务保障法》将社会力量参与公共文化服务上升为法律原则，近十年来国家相继出台了多项有关鼓励和支持社会力量参与公共文化服务供给的政策文件。国家的鼓励加之目前市场上并未出现具有绝对控制力的主体，不仅为专门从事公共文化服务工作的社会力量提供了良好的发展机遇，同时也促使一些行业外的组织转型到这个行业中来，如图书公司、书店等。新进入者增多带来的服务供给能力扩大，对原有的竞争格局产生了一定的冲击。从战略高度来看，公共文化服务的已有承接者不能只关注现实中的竞争者而忽略潜在进入者的威胁，在与同行业竞争的同时更应该密切注视行业外的新生力量。对于公共文化服务的已有承接者而言，要想抵御并赢得与潜在进入者的竞争，有效的手段就是通过改变服务模式、优化服务内容、改进服务质量等途径不断进行创新，从而提升行业进入壁垒。

2.1.5 替代场所业务争夺

随着时代的进步，公共文化服务的获取呈现出多样化的趋势，公共文化服务机构受到越来越多的挑战。目前市场上出现了许多提供与公共文化服务内容相同或相似的场所，如民营书店、书吧、咖啡厅提供的图书借阅、文化演出等服务。商业化是有效匹配个性化、多样化需求的重要手段^[36]，对于承接公共文化服务的社会力量而言，这些具有类似公共文化功能的商业性场所提供的服务都有可能成为满足公众需求的替代品。这些具有类似公共文化功能的商业性场所对公共文化机构的冲击，体现在用户到馆率、活动参与度等方面。在政府与社会力量签订的服务合同中，到馆率、文献流通率、实际参与活动的人次又是衡量社会力量运营管理能力和服务成效的关键指标。为了提升到馆率和公众的活动参与度，努力创新文化活动的内容和形式以保持对公众的持久吸引力至关重要。因此，把替代产品作为竞争战略制定中必不可少的力量，对社会力量的创新发展具有重要意义。

2.2 社会力量供给公共文化服务的创新动力机制建构

前文分析表明，推动社会力量的服务创新的动力是一个包含多层次不同因素的集合，它们的有机组合构成创新的动力机制。如图4所示，这一创新动力机制总体上由内生动力和外生动力构成，形成相互作用的驱动系统。其中各个动力要素都会对整个动力系统产生牵一发而动全身的影响，因而形象化称之为“双轮一体”驱动机制。内生动力具有自发性特征，即社会力量为了有效满足公众需求以及实现利益增长，自发地开展服务创新活动。外生动力源于外部压力，由赢得同行竞争优势、提高进入壁垒和消除替代产品威胁三个子动力构成。内生动力和外生动力必然存在一定的联系。从动力方式上看，内生动力是驱动轮，起着主导作用，动力根本来源于用户至上的服务宗旨和逐

利本性。外生动力是从动轮，引领创新的努力方向。就动力强度而言，外生动力的强度对内生动力的强度存在一定的刺激作用，如同行业间竞争越激烈、替代品威胁越大、进入壁垒越低，社会力量对公众需求的回应就越活跃，越需要有形和无形利益的叠加来稳固自身在市场竞争中的地位。在动力顺序方面，内生动力与外生动力共同发挥作用，两者任何一种的缺失都会造成社会力量服务创新的动力结构失衡。因此，为了让这个动力系统形成强大合力，进一步增强创新动力的综合效能，就必须在科学认识并有效整合不同动力要素的同时，着力强调创新的协调性、能动性与人本性。

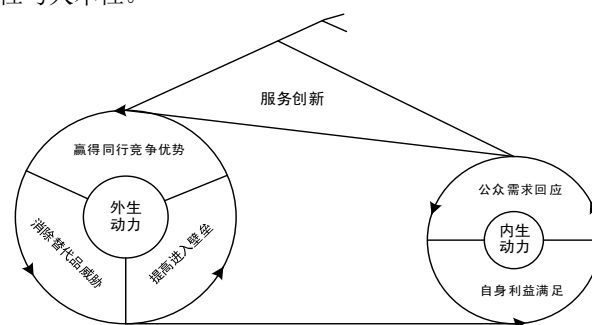


图4 社会力量服务创新的“双轮一体”驱动机制

3 社会力量供给公共文化服务的创新动力提升路径

社会力量参与公共文化服务供给如何顺应“十四五”时期公共文化服务从外延扩张到内涵提升的重大环境变化，怎样在新的形势下更好实现高质量发展，关键在于培育、强化社会力量的服务创新动力。基于前文创新动力要素与作用机制分析，同时结合文化和旅游部、国家发展改革委、财政部于2021年联合发布的《关于推动公共文化服务高质量发展的意见》中针对“进一步强化社会参与”这一重点任务部署的新要求，未来需要从以下几个方面进行努力。

3.1 探索声誉回报机制，激发社会力量创新热情

回报与其他机制一样，是一种精心设计的系统^[37]，肯定了创新对文化服务效能提升的内在推动作用。如前文所述，经济或社会利益方面的回报对于激发社会力量的创新积极性具有十分重要的作用。其中，声誉作为一种无形资产，是对未来收益的一种贴现，长期且动态地影响着组织的发展^[38]。卓越的声誉能够提升社会力量在行业内的知名度与认可度，进而转化为服务创新的内在动力^[39]。声誉效应的产生是一个渐进过程，需要社会力量采取实质性行动（如合规的努力）和策略性行动（探索创新）来争取利益相关者所赋予的声誉^[40]。如果能够建立起完善的基于声誉的回报机制，有助于促使社会力量为获得更高的认可而积极地进行创新探索。因此，应该重视发挥声誉激励在促进社会力量服务创新方面的独特作用，推动声誉回报在社会力量参与公共文化服务供给中得到制

度化发展。奖励社会力量主动超出“及格水平”的行为；发挥媒体、公众等主体的协同引导作用，形成声誉反馈的多主体合力；建立黑名单制度对服务供给不力的承接主体形成压力来反向激励创新等，都是声誉回报机制建设可采用的手段。

3.2 加大市场培育力度，助力社会力量自我“造血”

创新需要在正确的轨道进行才能更好地发挥作用。面对同行业竞争、潜在进入者和替代性场所的多重压力，社会力量对创新目标与方向的认知难免会存在一定的偏差。为防止竞争压力导致的服务公共性流失，政府的创新导向无疑至关重要。政府对社会力量的创新引领应把目标、范围、效果等要素纳入其中，形成示范效应。从我国的实践来看，社会力量参与公共文化服务供给是政府发起并主导的过程，因而激发社会力量的创新动力需要中央和地方政府的共同作用。在国家层面，应重视既有政策法律体系的薄弱之处，着力细化社会力量供给公共文化服务的创新制度设计。具体而言，按照社会力量参与公共文化服务供给的国家方针，在既有的相关政策法律中嵌入并细化关于服务创新的条款内容，解决相关政策法律体系的现存盲点。社会力量服务创新的结果能否最终体现在公众需求的回应上，除了离不开国家宏观层面的进一步制度设计外，还必须从微观层面理清政府引导的行动逻辑。社会力量参与公共文化服务供给使得政府从直接生产者的台前角色转向幕后，但这并不意味着政府责任剥离。所以在实际推进过程中，地方政府应尽到主导责任，针对社会力量创新过程中遇到的困难，积极协调相关资源给予相应的帮助。因此，制定有效的创新培育机制同样需要引起重视^[41]，如通过培训帮助员工提升职业素养、优化管理制度等。

3.3 规范招标竞标机制，把关社会力量创新潜能

随着公共文化服务供给侧结构性改革的深入推进，凡是适合由社会力量提供的公共文化服务逐渐交由社会力量承担，而问题的关键在于社会力量是否有能力承担并对公众不断变化的需求做出灵活应对。文化部、财政部、新闻出版广电总局、体育总局于 2015 年颁布的《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》对承接公共文化服务工作的资质作出了明确规定，并强调了科学选定承接主体对有序推进社会力量参与公共文化服务的重要性。招标是政府承担监管责任和对承接主体的供给能力进行把关的首要环节。如果在前期招标过程中不重视对承接主体的创新能力进行甄别，就容易导致后期的服务创新动力不足问题，同时也使合约履行的不确定性风险增加。因此，从招标工作的源头进行严格把关，才能让真正有实力的社会力量参与到公共文化服务当中来。为吸纳创新实力较强的社会力量，建设规范化的招标信息发布平台必不可少。在此基础上，建立独立的专家评标委员会，结合公共文化服务的客观情况与发展目标，对参与竞标主体的准

入资格、专业能力、创新潜力等进行系统考察也不可或缺。实际推进过程中，还需注意拆解对评标专家的地方封锁与行业分割，以降低评标过程被利益相关者左右的风险^[42]。除此之外，选择承接主体不能仅依据投标价格，应综合参与公共文化服务的经历、技术力量、社会评价等多方面要素科学审慎地进行评判。

3.4 塑造良好创新生态，优化社会力量竞争秩序

N. Nuruzzaman 等学者的研究表明，竞争会改变研发创新等非直接性的生产活动^[43]。创新能否取得成功、能够创造多大程度的价值同样受到竞争关系的制约^[44]。因此，在专门从事公共文化服务工作的社会力量不断增多的新时期，为进一步激发创新活力，政府在加大支持力度的同时还需努力为各类从事公共文化服务工作的社会力量营造统一开放、公平公正的发展环境。从而真正将竞争机制引入社会力量参与公共文化服务供给的过程当中，通过公开、公平竞争的方式，依照社会力量的自身实力来选择合作者，而非政府与社会力量的某种关系^[45]。第一，着力补齐现有市场竞争环境的短板，确保社会力量参与公共文化服务供给的合法性、主体性和平等性^[46]。第二，通过宣传、培训等方式引导社会力量树立健康的竞争理念，使创新活动在正确的轨道上良性发展。第三，在优胜劣汰的竞争法则下，社会力量有违道德甚至是法律的行为时有发生，背离契约范围的现象也数见不鲜，给竞争生态带来了严重的影响。一方面，可以借助严格的问责制度来预防和减少不正当竞争行为发生。另一方面，可以建立同行互律机制，并制定详细的操作规则，将外部的强制性约束转化为内在的自觉性约束，促进规范竞争。

3.5 畅通供需信息机制，精准回应公众创新期待

社会力量参与公共文化服务供给的最终目标是回应并有效满足公众的精神文化需求。最终能够得到满足的需求往往是那些被公众感知且得到有效表达的需求^[47]。但由于制度惯性等因素的存在，诸多社会力量参与公共文化服务供给的实践仍然沿用了“自上而下”的行动逻辑，导致公众的真实需求并未得到透彻表达。公众的真实需求得不到有效表达难免会引发社会力量服务供给的主观性和随意性，进而导致供需错位、创新力缺乏等供给缺陷。上文分析表明，公众的需求满足程度已经成为检验社会力量服务创新能力的重要指标。随着市场竞争日益激烈，任何有远见的承接主体都应充分认识到回应公众需求所潜藏的巨大价值，并切实把公众需求回应置于一战略高度，以公众意向作为服务创新的价值取向，有意识地促进自身与公众需求的对接能力。在数字时代，可以充分借助现代信息技术以及公众青睐的社交媒体，采用线上和线下相结合的方式建立广泛的公众诉求表达渠道，提供什么样的服务，如何提供服务，都在充分了解民意的基础上开展，以减少服务创新的盲目性。公众积极主动反馈需求信息才能够使构建的

各种表达渠道发挥其应有价值。所以还需在培育适宜于公众需求表达的环境方面下功夫,让公众真正乐意表达自己对服务的新期待。在畅通公众需求表达渠道并形成良好环境氛围的基础上,建立常态化的公众需求调研和动态化调整机制也十分必要。具体而言,可以采用专项调查、随机走访等方式,定期对社会力量供给公共文化服务过程中的公众需求及满意度进行调研,以此作为服务优化的依据,并且保障服务优化得到严格落实,提高公共文化服务供给的针对性与灵活性。

4 结语

政府引入社会力量参与公共文化服务供给是提升公共文化服务供给效能的有力之举,也促进了相关行业的发展。进入新时代,面对公众不断增长的文化需求和日益激烈的市场竞争力挑战,如何强化社会力量的创新动力,以推动社会力量参与公共文化服务供给朝着高质量发展是当前亟待解决的问题。因此,探究社会力量参与公共文化服务供给过程中的创新动力问题具有重要的意义。本文对社会力量供给公共文化服务的创新动力要素及机制进行了剖析。为保障这一动力机制能够有效运行,未来应该在创新回报、创新引导与支持、创新能力把关等方面深入努力。与此同时,这一研究尚待进一步延伸,尤其是有关社会力量服务创新效果评估、创新动力与创新效果之间的影响关系等问题的实证,是未来值得探索的方向。

基金项目:国家社会科学基金项目“面向普惠性非基本公共文化服务的政社合作供给模式研究”(项目编号:23CTQ005);安徽省高等学校科学研究重点项目“公众满意视角下合肥市政社合作供给公共文化服务质量评价研究”(项目编号:2022AH051707)的研究成果之一。

【参考文献】

- [1]王子舟.社会力量参与公共文化服务体系建设是文化发展的理性选择[J].图书馆杂志,2015,34(11):11-12.
- [2]马艳霞.社会力量参与公共文化服务研究综述[J].图书情报工作,2014,58(7):137-144.
- [3]中华人民共和国中央人民政府.中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定[EB/OL].[2023-06-07].http://www.gov.cn/jrzq/2013-11/15/content_2528179.htm.
- [4]中华人民共和国中央人民政府.关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见[EB/OL].[2023-06-10].http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/11/content_9723.htm.
- [5]中华人民共和国中央人民政府.中华人民共和国公共文化服务保障法[EB/OL].[2023-06-10].https://www.gov.cn/xinwen/2016-12/26/content_5152772.htm.
- [6]全国人民代表大会.中华人民共和国公共图书馆法[EB/OL].[2023-06-10].http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/2017-11/04/content_2031427.htm.
- [7]杨松,孟兰.北京西城区:打造城市公共阅读空间的创

新实践[J].国家图书馆学刊,2015,24(4):3-8.

- [8]黄莺.社会力量参与公共图书馆建设的实践与思考——以上海市嘉定区公共图书馆为例[J].图书馆工作与研究,2019(4):79-83.
- [9]陈卫东,陈杰,伍舜瓊,等.2022年广东省公共图书馆事业发展报告[J].图书馆论坛,2023,43(5):1-9.
- [10]陆和建,姜丰伟.社会力量参与基层文化服务建设研究——基于社区文化中心的社會化管理实践[J].国家图书馆学刊,2017,26(5):75-80.
- [11]吴建中.社会力量办公共文化是大趋势[J].图书馆论坛,2016,36(8):37-38.
- [12]郭嘉.中国公共文化服务社会化:现实困境与破解路径[J].河北大学学报(哲学社会科学版),2022,47(2):118-125.
- [13]易斌,彭红梅,曾宏宇.政府购买区级公共图书馆运营服务的实证研究——以成都市龙泉驿区图书馆为例[J].图书馆学研究,2022(2):26-31.
- [14]柯平,刘琳琳,李金.高质量发展阶段公共文化服务社会化的标准体系建设[J].图书与情报,2022(6):1-8.
- [15]张靖,廖嘉琦.社会力量参与公共文化服务高质量发展的中国智慧——国家文化遗产与文化发展学术研讨会(2022)综述[J].图书情报知识,2022,39(5):12-19.
- [16]McGrath N. Adding value to libraries, archives, and museums: harnessing the force that drives your organization's future[J].Archives and Manuscripts, 2018,46(2):247-249.
- [17]Mendonça P M E. Paradigms of Public management and the historical evolution of state-CSO partnerships: a comparison of AIDS, social assistance, and cultural policy[EB/OL].[2023-06-20].<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S2051-663020180000006006/full/html>.
- [18]Palumbo R. The quest for attractiveness of publicly owned libraries: a service quality perspective[J].The TQM Journal,2023,35(3):654-672.
- [19]Hill N M. Outsourcing public library management[J].Public Libraries,2011,50(2):14-20.
- [20]Robert S M, Brown S L, Claes J, et al. The impact of outsourcing and privatization on library services and management[EB/OL].[2023-06-20].https://www.ala.org/tools/sites/ala.org.tools/files/content/outsourcing/outsourcing_doc.pdf.
- [21]Nogare C D, Bertacchini E. Emerging modes of public cultural spending: direct support through production delegation[J].Poetics,2015(49):5-19.
- [22]关思思.从承接者角度浅析英国公共图书馆社会化管

- 理运营实践[J]. 图书馆学研究, 2019(5): 87-93.
- [23] 金武刚, 王瑞芸. 论城市图书馆服务体系高质量发展——以城市书房建设为突破口[J]. 图书馆论坛, 2022, 42(10): 73-83.
- [24] 易斌, 彭红梅, 曾宏宇. 政府购买区级公共图书馆运营服务的实证研究——以成都市龙泉驿区图书馆为例[J]. 图书馆学研究, 2022(2): 26-31.
- [25] 李雅, 杨乃一. 基层图书馆社会化运营中企业参与模式及发展对策——以艾迪讯电子科技(无锡)有限公司为例[J]. 国家图书馆学刊, 2018, 27(4): 70-76.
- [26] 戴艳清, 南胜林. 公共文化服务类 PPP 项目中利益相关者冲突研究——以“湖南公共文旅云”项目为例[J]. 国家图书馆学刊, 2022, 31(2): 85-92.
- [27] Karagiannopoulos G D, Georgopoulos N, Nikolopoulos K. Fathoming Porter's five forces model in the internet era[J]. Info, 2022, 7(6): 66-76.
- [28] 周鸿, 刘丙午. 管理信息系统: IT 管理导向的理论与实践[M]. 北京: 冶金工业出版社, 2013.
- [29] 郭琰, 陈丽然, 杨鸿泽, 等. 企业战略分析、预测、评价模型与案例[M]. 天津: 天津大学出版社, 2012.
- [30] 徐建平. 管理信息系统[M]. 上海: 格致出版社, 2010.
- [31] Barutçu S, Tunca M Z. The Impacts of E-SCM on the E-Tailing Industry: An Analysis from Porter's Five Force Perspectives[J]. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2012(58): 1047-1056.
- [32] 罗晓梅, 陈纯柱. 全面深化改革的动力机制研究——基于重庆发展的实证分析[M]. 北京: 新华出版社, 2015.
- [33] 陆和建, 姜丰伟, 王蕾蕾. 我国基层公共图书馆管理与服务创新实证研究——以滨湖世纪社区图书馆社会化运作为例[J]. 图书馆, 2016(8): 104-107.
- [34] 李杨. 社会力量参与公共图书馆阅读服务的案例分析及启示——以合肥市三孝口书店为例[J]. 国家图书馆学刊, 2021, 30(3): 55-63.
- [35] 郭欢. 企业技术创新利益驱动机制研究[D]. 北京: 北京交通大学, 2015.
- [36] 胡志平, 许小贞. 城市社区公共文化服务供给何以精准: 社会企业视角[J]. 中共中央党校(国家行政学院)学报, 2021, 25(6): 103-110.
- [37] 张晓昕, 诸葛蔚东. 韩国科技奖励制度的特点与启示[J]. 中国科技论坛, 2023(10): 179-188.
- [38] 金晓彤. 声誉效应视角下高校智库的创新激励机制研究[D]. 大连: 辽宁师范大学, 2023.
- [39] Holmstrom B. Managerial incentive problems: a dynamic perspective[J]. Review of Economic Studies, 1999, 66(1): 169-182.
- [40] 秦岚. 声誉激励下日本公司绿色转型研究[D]. 天津: 天津财经大学, 2021.
- [41] 殷克涛, 方卿. 出版企业的创新驱动动力研究[J]. 出版发行研究, 2015(12): 9-13.
- [42] 张雅琴. 政府购买公共服务的公共性价值研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2020.
- [43] Nuruzzaman N, Singh D, Pattnaik C. Competing to be innovative: foreign competition and imitate-ve innovation of emerging economy firms[EB/OL]. [2023-09-10]. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593117307631>.
- [44] Wu J. Technological collaboration in product innovation: the role of market competition and sectoral technological intensity[J]. Research Policy, 2012, 41(2): 489-496.
- [45] 刘志辉. 共生理论视域下政府与社会组织关系研究[M]. 天津: 天津人民出版社, 2017.
- [46] 夏贵霞, 舒宗礼. 政府购买服务视角下社会力量参与学校体育发展的现实基础与路径选择[J]. 武汉体育学院学报, 2019, 53(12): 5-10.
- [47] 张邦辉, 李丹姣, 蒋杰. 政府向社会组织购买公共服务中的公众需求表达机制探究[J]. 改革, 2020(5): 139-149.
- 作者简介: 李杨, 巢湖学院工商管理学院讲师, 博士, 安徽合肥; 徐琪, 巢湖学院图书馆馆员, 硕士, 安徽合肥; 欧雅琴, 巢湖学院工商管理学院讲师, 硕士, 安徽合肥。