



“文化强国”战略视野中的 文化产业发展研究

The Research on the Development of
Cultural Industry in the Strategic Vision of
Building a Powerful Cultural Country

范玉刚 著

中国社会科学出版社

国家社科基金
GUOJIA SHEKE JIJIN HOUGUO ZIZHU XIANGMU
后期资助项目

“文化强国”战略视野中的 文化产业发展研究

The Research on the Development of
Cultural Industry in the Strategic Vision of
Building a Powerful Cultural Country



范玉刚 著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

“文化强国”战略视野中的文化产业发展研究/范玉刚著. —北京:
中国社会科学出版社, 2016. 2

ISBN 978-7-5161-7601-6

I. ①文… II. ①范… III. ①文化产业—产业发展—研究—中国
IV. ①G124

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 025312 号

出版人 赵剑英
选题策划 郭晓鸿
责任编辑 慈明亮
责任校对 张依婧
责任印制 李寡寡

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2016 年 2 月第 1 版
印 次 2016 年 2 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 32.75
插 页 2
字 数 603 千字
定 价 108.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010-84083683

版权所有 侵权必究

国家社科基金后期资助项目

出版说明

后期资助项目是国家社科基金设立的一类重要项目，旨在鼓励广大社科研究者潜心治学，支持基础研究多出优秀成果。它是经过严格评审，从接近完成的科研成果中遴选立项的。为扩大后期资助项目的影响，更好地推动学术发展，促进成果转化，全国哲学社会科学规划办公室按照“统一设计、统一标识、统一版式、形成系列”的总体要求，组织出版国家社科基金后期资助项目成果。

全国哲学社会科学规划办公室

目 录

绪论 全球化语境下的“文化强国”战略	(1)
一 提出“文化强国”战略的现实性和必要性	(3)
二 文化产业发展日益融入国家战略	(15)
第一章 文化与文化战略研究	(29)
第一节 相关概念辨析	(30)
第二节 21 世纪以来的文化战略研究梳理	(42)
第三节 全球化语境下的中国文化战略问题凸显	(49)
第四节 中国文化产业发展战略研究	(84)
第二章 文化产业发展的时代特征及其价值论分析	(98)
第一节 中国文化产业发展现状及其特征分析	(98)
第二节 文化产业发展的八大乱象	(127)
第三节 以科学发展观引导文化产业发展	(138)
第四节 文化产业价值论分析	(149)
第三章 文化体制改革与文化产业发展	(163)
第一节 在新的历史语境下领会文化和文化体制改革	(164)
第二节 有效破解文化产业发展难题	(169)
第三节 深化文化体制改革的突破点	(174)
第四节 在全面深化改革中实现文化治理现代化	(180)
第四章 文化产业竞争力研究	(189)
第一节 文化要素及其产业竞争力分析	(190)
第二节 文化产业发展的规模化、集约化和专业化	(204)

2 “文化强国”战略视野中的文化产业发展研究

第三节	文化创意在提高文化产业竞争力中的渗透融合作用	·····	(220)
第四节	文化消费对提高文化产业竞争力的内生驱动价值	·····	(238)
第五节	文化价值观是产业竞争力提升的根基	·····	(252)
第六节	美国培育文化产业竞争力的经验与启示	·····	(256)
第五章	大文化视野中的文化产业管理体制创新研究	·····	(275)
第一节	文化产业发展理念和管理观念创新	·····	(275)
第二节	建构和完善文化产业管理体制的思考	·····	(286)
第三节	文化治理结构中的文化产业管理体制创新	·····	(312)
第六章	文化产业的风险特征与完善投融资体系研究	·····	(340)
第一节	文化产业的高风险特征分析	·····	(340)
第二节	文化产业的资金来源方式及其风险控制	·····	(344)
第三节	文化产业融资难的外部性分析	·····	(349)
第四节	文化资本运营的一般方式	·····	(352)
第五节	高风险特征下的投融资模式创新	·····	(355)
第六节	以金融服务创新支持文化产业又好又快发展	·····	(360)
第七章	中国文化产业园区建设	·····	(366)
第一节	文化产业园出场的历史语境	·····	(366)
第二节	在实践探索和理论研究中深化对文化产业园的认识	·····	(369)
第三节	文化产业园要通过空间集聚实现产业集群化	·····	(374)
第四节	文化产业园要“说中国话”	·····	(377)
第五节	对建构文化产业园评估体系的思考	·····	(380)
第八章	文化产业与城市转型发展研究	·····	(386)
第一节	文化产业的地方性特征	·····	(387)
第二节	城市的文化属性	·····	(390)
第三节	“文化城市”的历史性出场	·····	(394)
第四节	文化产业对品牌城市的文化塑造	·····	(405)
第五节	文化产业对品牌城市塑造的关联度分析	·····	(430)
第六节	品牌城市建构的文化基础与政策推动及其测评	·····	(436)

附录 一个机构和两个成功转型的城市案例	(446)
结语 中国文化产业中的深层次问题研究	(452)
一 深层次问题分析	(453)
二 对策性建议	(495)
参考文献	(508)
后记	(513)

绪论 全球化语境下的“文化强国”战略

当今时代是一个战略时代，一定程度上，战略已经成为一个国家发展中最具活力和决定意义的主题词。处于伟大历史复兴进程中拐点的中国正处在这样一个战略时代，这是一个全球化语境中文化思潮相互激荡剧烈的时代，也是一个国家文化战略博弈空前激烈的时代。面对复杂的国际国内形势的纷纭变换，中国需要什么样的文化战略？基于对文化特性和文化地位不断凸显的深刻认知，中国共产党在十八届六中全会上鲜明地提出：没有文化的积极引领，没有人民精神世界的极大丰富，没有全民族精神力量的充分发挥，一个国家、一个民族不可能屹立于世界民族之林。并诚心正意地指出：物质贫乏不是社会主义，精神空虚也不是社会主义。没有社会主义文化繁荣发展，就没有社会主义现代化。在全会上向全党全社会发出号召：坚持中国特色社会主义文化发展道路，努力建设社会主义文化强国。在党的十八大上进一步强调：扎实推进社会主义文化强国建设。自此，“文化强国战略”成为中国现代化建设和实现民族伟大复兴的一条主线，文化发展成为国家战略，这显示了中国共产党的文化自觉和文化自信。

从全球视野来看，世界大国的崛起都离不开国家战略的指导。国家战略是一个国家发展的总体战略和根本方面，是一个国家安身立命的根本问题，它广泛涉及一个国家的政治、经济、军事、外交、文化、科技等各个方面，是一定时期国家战略利益的一种反映，是国家根据当前国际形势与国内发展格局变化做出的一种战略选择，在不同的历史发展阶段上，国家战略形态总是以某种具体形态方式来凸显国家战略利益的需要。当前，国际思想界有一个普遍共识，即现代大国的崛起通常需要三个基础：政治基础意味着国家的独立和主权，经济基础则是提供政治和军事实力的保障，文化基础是综合国力中“软实力”的核心，是大国竞争的最后战役。20世纪中后期以来，真正的大国崛起没有一个是凭借武力取得成功的，而都是诉诸软实力的发挥，以“攻心为上”的战略成为屡试不爽的法宝。只

2 “文化强国”战略视野中的文化产业发展研究

有软实力强大的国家才能最终赢得他国的志愿认同，成为真正强大的国家。可以说，大国之间的文化战略博弈，构成了全球化时代的特有景观。而从人类发展中全球地理版图的划分来看，可以发现分别有三个最重要的因素主导不同的文明时期：军事（19世纪）、经济（20世纪）、文化（21世纪），文化作为软实力，在日趋激烈的综合国力竞争中处于举足轻重的地位。两种不同的观察视角最后都聚焦文化，这也解释了为何自20世纪中后期以来，文化领域的扩张和反扩张，渗透和反渗透已成为国际政治经济竞争的重要内容。与之相应，全球范围内的资源配置出现了前所未有的分化和重组，对文化资源和话语权的争夺成为全球资源重组的重要内容，越来越多的文化产品进入全球市场，越来越多的区域文化经济融入现代市场体系（2013年全球文化创意产业创造产值2.25万亿美元，占全球GDP的3%）。一定意义上，21世纪以来的全球经济、政治、文化战略格局的重组，以及各种力量的博弈，都是以文化产业为中轴线展开的。

随着文化的地位和作用的全球凸显，文化发展被提升到国家战略高度。国家战略作为一个系统，文化战略是该系统中的重要构成部分。所谓文化战略，是一个国家在全球化语境下，基于本国发展的特定历史阶段，对本国文化发展与世界战略的一种长远考虑和谋划，集中反映了一个国家的文化意志和对于世界的文化意图；是一个国家和民族在文化竞争、博弈日益激烈的语境下，为强化民族文化认同、增强凝聚力、有效传播价值及建构其文化形象，所主动采取或实施的一种具有战略性意义的立场或者国家行为。文化战略成为一种国家战略需求，表明文化本身不再是一种手段，而是一种目的，从而引发全球性文化竞争下的秩序重构。有学者指出：国际文化战略秩序是国家和国家集团间文化战略竞争和战略博弈的结果，是指在一定的国际环境下所表现出来的、呈相对稳定状态的国家间在世界文化事务中的发言权、话语权和主导权的国际文化权力关系。国际上一切国家文化战略的制定都是依据自己在这种关系中所处的地位来决定的，直接体现于对世界文化秩序建构主导权的争夺与控制。^①文化战略的主要功能之一，就是为文化秩序的建立提供全部合法性与合理性依据，并据此指导一个国家的文化发展和文化建设。不过需要指出的是，当下文化竞争越发不能脱离文化产业这种主导方式和形态，因此，文化产业的竞争和博弈就成为文化战略的重要内容和支撑。文化产业发展的现代化程度成为衡量大国文化地位和国际文化影响力的重要标志。如日本1998年提出“文化立国

^① 胡惠林：《当前中国文化战略发展的几个问题》，《艺术百家》2011年第6期。

战略”，该战略已成为日本的国家发展战略，成为日本的立国与强国之本。

近年来，文化产业发展受到党和政府的高度重视，并成为学界的一个研究热点。在“文化强国战略”视野中加强文化产业发展研究，把握文化产业发展的脉络，理清文化产业发展的思路，明晰文化产业发展的战略目标，以及可持续发展的路径和模式，探索其发展规律，是促进文化产业发展的一项迫切性工作。根据当下文化产业发展实际和建立创新型国家的总体战略要求，契合新型城镇化运动和全面建成小康社会的总体战略布局，在文化战略高度上深化文化产业发展研究，对于越来越深入参与全球文化产业竞争的中国文化产业发展具有特别重要的意义和价值。尤其是从学理和实践层面对文化产业如何成为经济结构战略性调整的重要支点、转变经济发展方式的重要着力点，为推动科学发展提供重要支撑等进行系统性的研究不可缺失。从研究现状来看，能够形成完整的宏观体系和局部细化可操作性相统一的文化产业研究还不多。因此，本课题研究，不仅有学术价值，更有现实性的应用价值。

一 提出“文化强国”战略的现实性和必要性

文化是民族的血脉，是人民的精神家园，随着文化的地位和作用的全球凸显，文化从幕后走向台前，文化发展被提升到国家战略高度。当今世界，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，越来越成为综合国力竞争的重要因素，越来越成为经济社会发展的重要支撑，丰富文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。中央对文化的地位和作用的认知，彰显了党的文化自觉。一个国家、一个民族若只有物质财富的丰富而没有思想道德素质和科学文化素质的提高，就谈不上是一个强大的国家、一个强盛的民族；一个国家若仅是经济强国、军事强国而非文化强国，就谈不上是一个真正的强国。增强民族凝聚力和创造力，提高文化的竞争力和感召力，从来都是增强综合国力的一个重要方面；共同文化的认同、主流价值观的贞立，一直都是聚合社会力量、增强民族凝聚力和创造力的重要途径。一个国家综合国力的提升需要“文化强国”战略的支撑，中国的“文化强国”战略就是在“中国崛起”和实现“两个百年”目标的背景下提出的。

1. 深刻领会“文化强国”战略的内涵和意义

党中央诚心正意地把文化建设提升到国家战略高度，表征着党对文化发展的高度重视，对文化的认知和文化功能的理解越来越深刻，没有文化的积极引领，没有人民精神世界的极大丰富，没有民族精神力量的充分发挥，一个国家、一个民族不可能屹立于世界民族之林。没有社会主义文化

4 “文化强国”战略视野中的文化产业发展研究

繁荣发展，就没有社会主义现代化。这些极富战略意识的论断，标志着党在文化发展上越来越主动，越来越自信。社会主义文化强国是中国特色社会主义发展的目标，也是发展的旗帜和宣言，是对中国发展方向的引领和伟大历史复兴的书写。仅仅是经济上的崛起，而缺失了文化上的伟大复兴，中国崛起的世界意义就是不完整的。

首先，在思想观念上深刻领会中央对文化认知的自觉。《中共中央关于深化文化体制改革 推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》（以下简称《决定》）中的一系列高屋建瓴的论断，显示了中央把文化发展提升到实现中华民族伟大复兴的战略高度，不仅形成文化建设上的全党共识，而且明确了2020年文化改革发展奋斗的目标，实现目标的路径越来越清晰。中央对文化的认识越来越深刻，在横向上文化越来越脱离狭隘性、单一性内涵，特别是意识形态的桎梏和体制性束缚，文化不单单是一种工具性手段、一种支撑性力量，而且越来越具有广泛性和多重性内涵，文化不仅要在转变经济发展方式中发挥引擎功能，而且它自身就是发展的目的。这契合了世界性的经济文化化、文化经济化、经济政治文化一体化的态势，以及随着产业越来越下游化、人的需求越来越上游化的发展趋势。在纵向上文化的地位不断凸显，文化发展不仅与经济发展、政治进步、社会管理和生态文明居于同一格局中，成为“五位一体”的现代化事业总体布局中的“一位”，而且还处于引领社会发展方向的地位。

中央既基于国际视野中风云变幻的战略格局重组及其文化地位的凸显，又针对当前社会矛盾频发、热点问题不断的国内现实，特别是社会发展、文化发展远远滞后于经济发展所带来的一系列难点问题，向全党全社会发出号召，吹响推动文化大发展大繁荣的号角，提出实现奋斗目标的方针政策，强调要遵循市场经济规律和尊重文化自身的发展规律，适应社会主义市场经济发展要求，加强文化法制建设，一手抓繁荣，一手抓管理，推动文化事业和文化产业全面协调可持续发展，这标志着中央在文化理论创新与实践方面越来越成熟，促进文化事业全面繁荣和文化产业快速发展的能力正稳步提升。这是具有全球视野和世界眼光的文化发展“顶层设计”思路的显现，这样的目标有利于增强党的凝聚力和感召力，有利于提高文化治理能力和治理结构的现代化。

其次，对基本国情和文化发展的当前现状要有清醒的判断。建设社会主义文化强国是目标，但当前我们只能算是文化资源大国，还不是文化产业强国，要想成为世界文化强国还有相当的距离！中国作为文化资源丰富的大国，经济崛起并没有带来相应的文化复兴。这是中国文化发展在国际

上的尴尬，是资源向产业转化能力的匮乏，是我国文化生产力不发达的表征。传统文化资源和文化遗产以及现代文化资源是文化生产与创造的基础，是发展文化产业的优势所在，但因文化创新和文化创意能力不足，文化产业发展体系不健全，尤其缺乏信息化基础上的现代工业体系的支撑，因此还不能从整体上系统地将资源优势转化为产业优势，导致文化内容产品的国际竞争力不强，文化品牌的国际影响力较弱，从而在根本上制约着国家文化力的提升。实现中华民族的伟大复兴不能停留在一句口号和单一的愿望上，就要脚踏实地，这个“地”在文化上就是全面创新和转变文化的发展方式，契合文化观念的现代转变，全面提升文化竞争力，尤其是文化产业的国际竞争力，推动我国从文化资源大国迈向文化强国。这既要加强文化与科技的融合，以高科技的融入提升文化的竞争力，又要在内容上坚持发挥社会主义核心价值观对文化生产与消费的引领作用。

一个现代化的强国必定是经济、政治、文化、社会和生态文明协同发展的国家，文明的发展趋势是文化与科技、情感与技术的均衡发展。随着文化时代的来临，人们越发感到文化已渗透到经济发展的全过程，文化资源日益成为经济发展的基础性资源，文化创新和文化创意日益成为价值创造的重要支点，品牌、形象、美誉度等文化形态的无形资产日益成为市场竞争的质点。如温家宝同志所言：文化比经济深刻，比政治广泛。有文化价值融入的经济发展才能进入高层次、高水平，才更有发展的可持续性。

再次，积极转变文化的发展方式，释放文化产能和活力，形成文化发展繁荣的现代基础。当前，文化大发展有着极好的氛围，有中央政策的强力推动和公众对文化的强烈期待，有文化自身的吁求特别是文化消费主体和文化生产主体的巨大驱动，促使文化发展方式的转变愈发迫切，这也是深化文化体制改革的目标之一。转变文化的发展方式就是使文化契合时代特点、充满活力，使文化在整个社会上活起来，文化的始源性含义原本就是动词，是“以文化人、以文育人”，加大基础设施的投入和硬件设施的完善只是基础，如何将静态的设施建设变成动态的文化服务才是目的，从而在文化的自立发展或者在社会主流价值观引导下形成文化发展高地。公共文化服务体系既包括保障公民基本文化权益的内容，也包括各类文化服务，就是说涵盖了事业和产业两个方面，既要满足人民群众基本的文化权益，有着广泛均等和基本文化事业繁荣的基础保障；又要提升文化产业竞争力，激发文化活力，满足大众多样性的文化差异化、个性化的需求和文化诉求的自主表达，做到生产性文化与消费性文化的协调发展，进一步解放文化生产力。一定意义上，文化产业代表着一个国家文化与精神的创

新力，作为全球经济增长的新引擎，它已成为衡量国家现代化发达程度的重要尺度。但遗憾的是，我国丰富而立体的资源体系，并没有转化成产业优势。说到底，文化产业发展内容是根本，科技是支撑，产业整合是关键。作为一项系统性工程，面对丰富的文化资源和工业基础及其技术创新，我们既缺乏文化创意和科技的点亮，也缺乏产业之间的兼容与提升。这使得文化产业要想获得整体性突破和提升，就必须转变文化发展方式，推动文化产业成为国民经济的支柱性产业，并融入国民经济发展的的大循环中。新的发展方式重在追求文化品质和文化发展成效，并在全社会贯彻和践行社会主义核心价值观，在发展中鼓励文化祈向全社会应当的“至善”的尺度，注重培育社会主导文化，坚持文化的传承创新，在整体上形成与中国国际地位相称的文化软实力，提高中华文化的国际影响力。

最后，要明白把中华文化建设成全球高位态的主导性文化之一，不断提升中华文化在全球的位置，是建设社会主义文化强国的阶段性目标。文化发展提升到国家战略层面，就不能把目光向下，紧紧盯住眼前和自身的局部利益，要有国际视野和世界眼光，不仅有产业意识还要有文化意识，要站在人类性的立场上去看待和借鉴人类的文化发展成果，在价值上要有使命感与担当意识，要有对文化普适性价值的弘扬，要有对文化内涵与审美意蕴的开掘与提炼，要能体现中华民族的文化自觉和文化自信。在当前境遇下，要充分认识到文化产业是当代文化发展与文化积累和传承的一种主导方式，是新的文化业态生成和传播的主导方式，其核心是文化价值的传承和高扬。当前，非传统文化安全问题凸显，而国家文化竞争力和安全保障能力，说到底取决于国家文化产业的国际竞争力，国家文化安全体系要靠强大的文化力量来支撑。因此，文化产业发展提升到国家战略高度，就不能把眼光仅仅盯在几个大项目上，要有文化力的整体性、系统性提升，要增强国际竞争力，要有提升国家“软实力”的使命担当，这不单单是发展数量（如GDP）问题，更是在根本上关乎文化发展形态和文化位态的提升，是中华文化影响力的全球拓展和中国形象的建构。

2. 提出“文化强国”战略正当其时

一个国家能够在什么时机和多大程度上选择与制定最符合自身发展利益的战略，不仅直接关系到这个国家的发展可能、发展速度和发展方向，而且还直接关系到该国的发展命运，关乎其在全球的地位和角色。“文化强国”战略目标的提出源自中国共产党对世情、国情的深刻把握。放眼全球，当今世界正走向一个全球化、信息化的时代，国际体系中新的权力和利益分配格局正在形成。在新的全球战略格局重组中，文化的力量在综

合国力竞争中日益凸显，世界各国尤其是发达国家的政要对文化的软实力日益倚重。因而，提升国家文化软实力，建设社会主义文化强国的战略目标，指向的正是中国如何在文化转型时代取得文化发展的自主地位，如何在新的世界格局重构中确立自己的位置这样一个时代命题。从国内来看，经过 30 多年的改革开放和高速发展，今日的中国已经站在了近代 170 多年来的历史最高点，走到了一个通向大国复兴和崛起的历史关节点上。在这个承前启后的时刻，执政党要重新思考和确立发展目标。经济发展至关重要，经济发展仍是第一要义，但 GDP 至上、缺乏文化价值和人文关怀的发展是短视的发展，是不可持续的发展。“文化强国”战略目标的提出，意味着文化的发展、人的发展已经为“发展”做出了新的定义。发展不单是经济的发展，文化是发展的关键词，文化的发展是发展的最高阶段。这是一种新的发展观，也是一种新的文化观，其本质是以人为本。从根本上说，一切领域的发展都要以人的全面自由发展为最高目标。

中央对文化发展的高瞻远瞩，既基于国际视野又立足国内现实，从战略布局上凸显了文化建设的责任感和使命感。放眼全球，当今世界正处于大发展、大变革、大调整时期，各种不稳定、不确定、不安全因素增多，金融危机、欧元债务引发的世界经济动荡的局势愈加扑朔迷离，国际地区热点此起彼伏，我国发展的外部环境更趋复杂。回望国内，我国正进入社会发展的关键期，深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚期，中国经济高速发展积累的国内各种矛盾迭出、热点难点问题增多。现实条件下，思想意识更加多元，文化交流更加频繁，“软实力”发挥的作用越来越大，这要求我们必须把“软实力”提升当作硬任务。国际上，文化的力量越来越受到各国政府和政要的倚重，有的国家甚至把文化作为国家战略的轴心，经济、社会、技术和教育战略都围绕这个轴心展开。在此语境下，中央提出建设社会主义文化强国的战略目标，旨在激发全民族的文化创造热情和想象力，凝聚起全社会、全民族推进文化改革发展的强大力量。这意味着中国的发展不单是经济的崛起，而且正向全面的经济、政治、文化、社会和谐发展的高层次迈进，中国正从文化资源大国走向世界文化强国，一个有文化内涵和文化影响力的世界大国正在崛起，它必将在全球提升中华民族的文化位态，使其成为全球有影响力的文化。

从全球视野看，文化的地位和作用越来越凸显，文化发展越来越受到各国政府的重视，很多发达国家都把文化提升到国家“软实力”的高度。自美国学者约瑟夫·奈提出“软实力”概念以来，“软实力”越来越受到倚重。表面上看，美国没有文化部，采取自由竞争、“无为而治”的文化政

策，其实美国采取对内扶持、对外保驾护航的策略，使其在改写文化观念、张扬商业娱乐文化并获得“文化教父”地位后，早已将文化霸权战略融入国家战略，成为国家安全战略的重要组成部分。其文化发展战略渗透到政治、外交、军事、经济和贸易政策中，它对内通过税收减免调节等涵润文化生态来保障国家社会安全，维护社会主流价值观，宣扬美国精神，鼓励文化企业提高竞争力；对外通过文化立法和版权保护并借助经济强势和高科技力量，以文化产品和文化贸易为载体，输出美国民主、价值观和消费娱乐文化，在扩张本国文化利益的同时提升其文化软实力，从而有力地维护了其在多极世界格局中的超级大国地位。

英国早在1990年就将文化战略提到议事日程，1992年英国文化委员会形成“国家文化艺术发展战略”讨论稿，1993年以“创造性的未来”为题正式向社会公布，这是英国首次以官方文件颁布的国家文化政策。法国政府基于对自身文化传统的自豪，在关贸总协定中提出“文化例外”的原则，并在联合国教科文组织框架下通过《保护文化及其艺术多样性国际公约》，其文化发展战略是对内扶持、赞助本国文化产业，对外积极推动文化交流，提升法国文化的世界影响力，把文化发展与国家形象的传播结合起来，在国家实力相对下降的境遇下，以“文化大国”来提升世界地位。澳大利亚1994年以“创意的国度”为目标，公布澳大利亚的第一份文化政策报告，指出文化能够创造价值，是国家重要的“工业品牌”，自此澳大利亚的文化产业和文化贸易步入快速发展的轨道。亚洲的日、韩更是明确提出“文化立国”战略的国家。1995年，日本文化政策推进会发表重要报告《新文化立国：关于振兴文化的几个策略》，1996年日本政府公布《21世纪文化立国方案》确立了面向21世纪的“文化立国”方略，把发展文化经济作为国家战略，通过一系列立法来保障和推进战略的实施。2001年日本国会通过《振兴文化艺术基本法》，2004年颁布《文化产品创造、保护及活用促进基本法》，2007年通过《日本文化产业战略》。目前，日本文化产业的许多领域在全球范围居于领先地位，尤其是动漫、游戏这些新兴文化产业行业，给日本带来源源不断的财富。日本通过发展“新文化产业”，显现出实实在在的生产力，由经济大国走向文化大国，从而变“产品输出”为“文化输出”，强有力地推动了日本经济的发展，改善了国家形象。2010年，日本经济产业省特别设立酷日本战略室，在全球培养日本游戏迷、日本动漫迷等，以促进日本文化产品出口。如今日本的动漫业已成为国内第三大支柱产业，作为全球最大的动漫制作和输出国，全球播放的动画片中有65%出自日本，在欧洲这一比例高达80%。电子游戏业的全球市场份额中，90%以上的硬

件、50%以上的软件均被日本厂商掌握。蒸蒸日上的动漫产业不仅带来可观的经济效益，还在整体上提升了日本文化的国际竞争力。韩国政府1998年提出“文化立国”战略，相继制定《文化产业振兴五年计划》《文化韩国21世纪设想》等政策，出台《文化产业振兴基本法》《设立文化地区特别法》等法律法规。2001年设立文化产业振兴院，以此促进文化商品的制作与流通，针对区域特点开发不同产品，注重发挥品牌作用。韩国对文化产品的出口，特别采取翻译费用全额补贴的办法，自主地去增强、提升本国文化产品在世界范围内的生存力和竞争力。其成功经验是文化产品的内容、资金来源以及市场消费的高度本土化，显现出有本土魅力、文化根基和本土优势的产业，才会有国际竞争力这一被普遍认同的观点。从以上世界文化产业强国的文化产业发展实践来看，它们不仅把文化发展战略提到国家层面，明确提出“文化立国”战略，还有相应的文化政策和法律法规支撑。

随着国家现代化事业“五位一体”布局的全面推进与和谐社会的建构，文化发展被提升到党和国家的战略高度。适时提出“文化强国”战略，不仅与先期的“教育立国”、“科技立国”等构成一种深层次递进关系，是对国家发展战略的丰富和完善，也是对世界发展潮流的契合。“文化强国”作为内涵丰富的系统工程，以其丰富性、多层次性、广泛性和前瞻性，将成为21世纪最具影响力的国家战略。我们不仅明确提出口号，还要勇于亮出战略目标，特别是海外市场的可量化目标，以及实现目标的路径，及其相配套的政策和法律法规。“文化强国”战略的目标是人，根本点是以人为本，其出发点和归宿点都是人，是人的需求，而且是人最终和最高的需求，体现了人对文化的需求和人的自由全面发展的诉求，它切合的是人作为类存在的最高的价值设定。文化是经济和社会可持续发展的重要组成部分，甚至发展的最高定义都要通过文化来界定。党的十六大报告提出，“发展文化产业是在社会主义市场经济条件下繁荣社会主义文化、满足人民群众精神文化需求的重要途径”，并把发展文化产业纳入实现全面小康生活的总体战略。2007年，党的十七大把发展文化产业与提升国家“软实力”关联起来；2012年，党的十八大提出发展文化的关键在于增强文化的活力，并提出了一系列建构公共文化服务体系和发展文化产业的战略新举措；2013年，党的十八届三中全会提出：坚持以人民为中心的工作导向，坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一，以激发全民族文化创造活力为中心环节，进一步深化文化体制改革的要求。这种战略高度上的认知和布局，应对的是文化产业越来越成为全球政治、经济、文化战略格局重组，各种力量博弈的一条中轴线的理念，应对的是对文化的理解越来越置于产

业视野下的现实境遇。未来世界的竞争将是文化生产力的竞争，文化生产力、文化经济的发展是 21 世纪最核心的话题之一。

尽管北京奥运会提升了中国的世界影响力，向全世界展示了一个全新的现代的中国形象，美轮美奂的开闭幕式给全世界留下了深刻的印象，充分展现了中国的经济、科技、文化力量，但在世界舆论格局、文化影响力方面仍是西强我弱，信息交流严重不对等，针对中国的有意误读和负面的舆论仍大量存在。上海世博会的成功举办对提升中国文化的全球影响力又是一个极佳的机遇，创新的理念和国家馆的实力再次震撼了世界。其实，不论是北京奥运会还是上海世博会，都是全球性展示国家实力的文化盛会，在全球性的眼球聚焦中，都不应该仅仅展示文化产品，而且要输出文化主张和文化价值观！为提升国家文化影响力，就要变“产品输出”为“文化输出”，由“中国制造”向“中国创造”提升，不能甘于做世界加工厂，而要担当世界发展的引擎和自主创新的创意高地。遍览世博会各个国家展馆，在感受文化差异性的同时，也明显感觉到各国家之间的文化差距！从展馆的布展和展品看，虽然一定程度上都显现了各自的国家形象，但从文化价值传播效果来看，一流的文化强国展示的是国家精神和国家意志；二流强国借助现代高科技讲述了一个动听的故事；三流国家大多炫耀的是传统文化符号；四流国家大多贩卖的是旅游产品和各种纪念品。究其实质，文化发展、文化传播的不平衡源自国家实力的不对称，文化视野决定文化差距，我们必须在全球战略格局中定位中国文化！有鉴于此，为使这种富有冲击性和震撼性的成果有可持续性，就必须制定相应的全方位的文化战略，在文化大发展中提升国家的“软实力”。不仅要输出中国产品，更要提出文化主张，输出文化价值观！提出“文化强国”战略有利于整合全民族的文化智慧和力量，有利于融合海内外认同中国文化价值观的各种力量，在后金融危机时代的全球战略格局中增强话语权。

“文化强国”作为国家战略有没有可操作性？这就是全民族文化素质的提升和民族凝聚力、认同感的增强，以及当前方兴未艾的文化创意产业的有效支撑。其实，2009 年 7 月 22 日国务院常务会议通过的《文化产业振兴规划》（以下简称《规划》），连同此前的《“十一五”国家文化发展纲要》和此后的《“十二五”国家文化发展纲要》，已充分意识到文化产业培育新的经济增长点和拉动国民经济发展的引擎作用。《规划》站在国家战略高度把文化产业视为国民经济重要产业之一，这对文化产业是一次巨大的政策性推动。标志着我们走过了此前的社会启蒙和动员阶段，开始进入政策引导阶段，实现了文化产业发展从无序到有序的质变，文化产业开始进入体