

梁芷铭 周丹丹 唐林峰 © 著

“文化强国”战略视域下 中国文化产业发展的研究

THE DEVELOPMENT OF
CHINESE CULTURAL
INDUSTRY



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

梁芷铭 周丹丹 唐林峰 ◎ 著

“文化强国”战略视域下 中国文化产业发展的研究



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 提 要

本书总结了文化产业的基本特征和属性,分析了国际文化产业发展格局,通过对文化产业的产值、增长速度以及文化产业的相关数据对比,分析了美国、英国、法国、日本和中国的文化投资现状;并通过介绍美国国际数据集团、日本索尼音乐娱乐公司、美国华特迪士尼公司和美国纽约时报等知名的国际文化企业,说明了全球文化领域跨国公司在国际文化产业中发挥的领先和示范作用,并为我国的文化产业发展提供参考。实践证明,发展文化产业是促进我国中西部地区经济社会发展的有效举措。本书还结合我国现阶段的发展实际,提出要在“文化强国”的视野中定位文化产业,将文化产业融入强国战略。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

“文化强国”战略视域下中国文化产业发展研究/梁芷铭,周丹丹,唐林峰著. —北京:北京理工大学出版社,2019.4

ISBN 978-7-5682-6933-9

I. ①文… II. ①梁… ②周… ③唐… 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(2019)第069385号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010)68914775(总编室)

(010)82562903(教材售后服务热线)

(010)68948351(其他图书服务热线)

网 址/<http://www.bitpress.com.cn>

经 销/全国各地新华书店

印 刷/河北鸿祥信彩印刷有限公司

开 本/710毫米×1000毫米 1/16

印 张/11

字 数/222千字

版 次/2019年4月第1版 2019年4月第1次印刷

定 价/58.00元

责任编辑/王晓莉

文案编辑/王晓莉

责任校对/周瑞红

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

前言 Preface

文化产业是重要的非物质生产部门。它不仅可以直接产生巨大的经济价值，还可以通过其自身巨大的增长潜力，渗透到其他产业当中，融合并催生许多新的产业形态，间接创造出更多高附加值的新产品。它不仅在量上以其巨大的空间为消费者提供足够的物质保障，还可以在质上提升消费者的精神生活水平。高质量的文化产品和服务，即文化精品，必然是社会价值和经济价值的有机统一。因此，在各国经济发展进入转型升级阶段时，文化产业得到了迅速发展，成为国民经济的支柱产业。

自20世纪90年代以来，国际文化产业发展迅速，市场规模不断扩大，对经济增长和增加就业起到了重要作用，已成为许多经济体的支柱产业之一。从国际经验看，经济发达国家都十分重视文化产业，如美国、英国、日本等国家都大力推动文化产业的发展。

中国正处于经济结构调整和产业转型升级时期，新的经济增长模式要求从以物质产品的生产和消费为主，逐步转向物质和非物质产品的生产与消费并重。文化产业正是这样的非物质生产部门。中国经济的发展已经融入世界经济的进程中，中国文化产业的发展已经置身于国际文化产业发展的环境中。面对国际文化产业的强势发展，中国文化产业必须与发达国家强势文化产业同台竞技。中国文化产业发展，需要积极主动地顺应国际文化产业发展的趋势，从发达国家的做法中汲取有益的经验教训。

文化产业所具有的重要性和独特性以及我国文化产业

的巨大潜力，都要求有更多的理论研究和战略研究进行有力支撑。因此，立足中国国情，面向全球文化产业，从经济学的视角分析文化产业问题，是研究国际文化产业的基本出发点。因此，本书基于国际贸易和国际投资理论，根据文化产业的特性，通过对当今国际文化产业发展格局的分析，对代表性国家文化产业和贸易投资发展经验的总结，对中国文化产业发展历程和政策演进的回顾，来分析中国文化产业发展面临的重大机遇与问题，探讨中国文化产业发展当前的热点问题，针对国际文化产业的发展趋势，为文化企业和国家政策制定者提出对策与建议，具有重要的理论和现实意义。

本书总结了文化产业的基本特征和属性，分析了国际文化产业发展格局，通过对文化产业的产值、增长速度以及文化产业的相关数据对比，分析了美国、英国、法国、日本和中国的文化投资现状；并通过介绍美国国际数据集团、日本索尼音乐娱乐公司、美国华特迪士尼公司和美国纽约时报等知名的国际文化企业，说明了全球文化领域跨国公司在国际文化产业中发挥的领先和示范作用，并为中国文化产业发展提供参考。实践证明，发展文化产业是促进中国中西部地区经济发展的有效举措。本书还结合中国现阶段的发展实际，提出要在“文化强国”的视野中定位文化产业，将文化产业融入“文化强国”战略。

由于本研究主题比较前沿，国内外相关研究比较缺乏，加之笔者的知识有限，书中难免存在不足之处，后续研究有待进一步深化。

著 者

目 录 Contents

第一章	“文化强国”战略与文化产业·····	1
第一节	“文化强国”战略的提出·····	3
第二节	文化产业发展与国家战略·····	15
第二章	文化产业理论·····	27
第一节	文化产业的概念与分类·····	27
第二节	文化产业的特性·····	31
第三节	文化产业贸易投资理论·····	33
第四节	文化产业、贸易与投资的互动发展机理·····	38
第三章	文化产业发展的特征与价值·····	40
第一节	中国文化产业发展现状及其特征分析·····	40
第二节	文化产业发展中的乱象·····	53
第三节	以科学发展观引导文化产业·····	59
第四节	文化产业价值论和功能论分析·····	66
第四章	国际文化产业发展的格局·····	78
第一节	全球文化产业发展的特征·····	78
第二节	全球文化贸易发展的现状·····	80
第三节	全球文化产业的投资现状·····	81
第四节	全球文化领域跨国公司的地位和作用·····	83
第五章	中国文化产业发展的历程与机遇·····	85
第一节	中国文化产业发展的历程与现状·····	85
第二节	中国文化产业总体政策的演进·····	88
第三节	中国文化产业主要行业（领域）政策·····	93

第四节	区域文化产业发展	103
第五节	中国文化产业发展面临的重大机遇	108
第六章	中国文化产业发展的现状与问题··	115
第一节	中国文化产业发展的优势与条件	115
第二节	中国文化产业发展的现状与特点	121
第三节	中国文化产业发展中存在的问题与 制约因素	125
第七章	中国文化产业发展的热点·····	130
第一节	文化产业改革与文化产业发展	130
第二节	中国文化“走出去”政策的理念与支持··	133
第三节	文化产业集聚区与文化产业发展	136
第四节	中国文化贸易实践中的法律风险防范··	139
第五节	文化产业中的知识产权保护	142
第八章	文化产业与国家东西联动·····	148
第一节	东西联动发展文化产业的必要性	148
第二节	西部地区发展文化产业的制约因素	151
第三节	文化产业促进东西联动的对策、建议··	155
第四节	文化产业促进东西联动的案例	158
第九章	文化产业促进“文化强国”建设的 路径、对策、建议·····	160
第一节	文化产业促进“文化强国”建设的路径··	160
第二节	文化产业促进“文化强国”建设的对策、 建议	165
参考文献 ·····		168

第一章 “文化强国”战略与文化产业

当今时代是一个战略时代，在一定程度上，战略已经成为一个国家最具活力和决定意义的主题词。处于伟大历史复兴进程拐点的中国正处在这样一个战略时代——一个全球化语境下文化思潮空前激荡的时代、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，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，党的十七届六中全会强调：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。没有社会主义文化的繁荣发展，就没有社会主义现代化。党中央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”。^① 党的十八大进一步强调：“扎实推进社会主义文化强国建设。”^② 习近平总书记在党的十九大报告中指出，没有高度的文化自信，没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。^③ 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战略，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。^④ 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；经济基础是提供政

① 中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议公报[C]. 北京：人民出版社，2011.

② 胡锦涛：坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进为全面建成小康社会而奋斗——在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告[R/OL]. 新华网，(2012-11-17)[2018-03-11]. http://www.xinhuanet.com/18cpenc/2012-11/17/c_113711665_7.htm.

③ 习近平：决胜全面建成小康社会夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[R/OL]. 新华网，(2017-10-27)[2018-03-11]. http://www.xinhuanet.com/politics/19cpenc/2017-10/27/c_1121867529.htm.

④ 张文木：国家战略能力大国博弈[M]. 济南：山东人民出版社，2012.

治和军事实力的保障；文化基础是综合国力“软实力”的核心，是大国竞争的最后战役。20世纪中后期以来，崛起的大国没有一个是凭借武力取得成功的，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。只有“软实力”强大的国家才能最终赢得他国的认同，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。而从人类文明发展进程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着不同的文明时期：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。与之相呼应，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。在一定意义上，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，是指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与支撑。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。例如，日本于1998年提出“文化立国战略”，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。^②

近年来，中国的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

① 胡慧林. 当前中国文化战略发展的几个问题[J]. 艺术百家, 2011, 27(06): 36—43+49.

② 欧阳安. 日本如何落实“文化立国”方略[N]. 中国文化报, 2015-11-05(003).

究热点。在“文化强国”战略视域下加强文化产业发展研究,把握文化产业发展的脉络,厘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的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。

第一节 “文化强国”战略的提出

文化是民族的血脉,是人民的精神家园。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,丰富精神文化生活越来越成为中国人民的迫切愿望。党中央对文化的地位和作用的认知,彰显了我们党的文化自觉。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、主流价值观的建立,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。

一、“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。没有社会主义文化的繁荣发展,就没有社会主义的现代化。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,在思想观念上要深刻领会党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》中的一系列高屋建瓴的论断，显示了党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。党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，也越来越具有了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作用，也要在其他方面发挥积极作用。这契合了世界性的经济文化、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”，而且处于引领社会发展方向中的地位。

党中央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，针对当前社会矛盾频发、热点问题不断的国内现实，特别是社会发展和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，这标志着党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，但当前中国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厚的大国，经济崛起并没有带来相应的文化复兴。这是中国文化发展面临的尴尬，是资源向产业转化能力的匮乏，是中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，因此还不能从整体上系统地将资源优势转化为产业优势，这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愿望上，而是要脚踏实地，这个“地”在文化上就是指全面创新和转变文化的发展方式，全面提升文化竞争力，尤其是文化产业的国际竞争力，推动中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。正如温家宝同志所言:“国家发展、民族振兴,不仅需要强大的经济力量,更需要强大的文化和道德力量。文化对一个国家发展进程的影响,比经济和政治的影响更深刻、更久远。如果说经济发展改变的是一个国家的面貌,那么文化繁荣则可以化育一个民族的风骨。一个民族的觉醒,首先是文化的觉醒。”^①

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,有党中央文化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越发迫切,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”。^②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,又包括各类文化服务,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,促进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。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。遗憾的是,中国丰富而立体的文化资源体系,并没有转化成文化产业优势。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,又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,推动其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,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

① 温家宝.敬老崇文存史资政——在纪念中央文史研究馆成立60周年座谈会上的讲话[N].光明日报,2011-09-23(02).

② 范玉刚.从国家战略看文化发展[N].学习时报,2011-10-24(006).

在全球的位置,是建设社会主义“文化强国”的阶段性目标。

“中华文化独一无二的理念、智慧、气度、神韵,增添了中国人民和中华民族内心深处的自信和自豪。”^①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,而是要有国际视野和世界眼光,不仅要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,要有对文化内涵与意蕴的开掘和提炼,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全球位态的提升,关乎中华文化影响力的全球拓展和中国形象的建构。

二、提出“文化强国”战略正当其时

一个国家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40年的改革开放,中国经济高速发展,今日的中国已经站在了近代以来的历史最高点,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不平衡的发展,也是不可持续的发展。“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

^① 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》[R/OL]. 中国政府网, (2017-01-25)[2018-03-11]. http://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm.

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。

党中央对文化发展的高瞻远瞩,既基于国际视野又立足于国内现实,从战略布局上凸显了文化建设的责任感和使命感。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,中国发展的外部环境更趋复杂。回望国内,中国正进入社会发展的关键期,进入深化改革开放、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。在现实条件下,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。在国际上,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。在此全球语境下,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、全民族推动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,而是正向全面的经济、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,它必将提升中华文化全球位态,使中华文化成为全球有影响力的文化。

从全球视野上看,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。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。^①从表面上看,美国没有文化部署,采取自由竞争、“无为而治”的文化政策,其实美国采取的是对内扶持、对外保驾护航的策略,在改写文化观念、弘扬商业娱乐文化并获得“文化教父”地位过程中,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。1998年英国政府出台了《英国创意产业路径文件》,要求采取措施积极推动各区文化产业发展。^②2011年英国发布

① [美]约瑟夫·奈,软实力[M],马娟娟,译,北京:中信出版社,2013。

② 陈美华,陈东有,英国文化产业发展的成功经验及对中国的启示[J],南昌大学学报(人文社会科学版),2012(05):63-67。

了《文化产业发展白皮书》，对 2020 年的文化产业发展任务进行了明确。法国政府基于对自身文化传统的发展，在关税及贸易总协定中提出“文化例外”的原则^①，并在联合国教科文组织框架下通过《保护文化内容和艺术表现形式多样性公约》，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。^②亚洲的日本、韩国更是明确提出了“文化立国”战略。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重要策略》，1996 年日本政府公布实施《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。^③2001 年日本国会通过《文化艺术振兴基本法》^④，2004 年颁布《文化产品创造保护及活用内容促进法》，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内居于领先地位，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“酷日本海外战略室”，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。如今日本的动漫产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%。电子游戏产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。韩国 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。2017 年，韩国文化产业出口同比增长 14.71%，持续保持高增长。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升到国家层

① 范周. 谈“文化例外”原则[N]. 北京日报, 2015-10-12(018).

② 邓显超. 发达国家文化“软实力”的提升及启示[J]. 理论探索, 2009(02): 35—38.

③ 谢冠富. 日本的文化立国战略[J]. 党政干部参考, 2012(01): 52—53

④ 李胡兴. 日本《文化艺术振兴基本法》[J]. 经济法研究, 2014(01): 262—268.

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。

随着中国现代化事业“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,也是对国家发展战略的丰富和完善,同时也与世界发展潮流相契合。“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。中国不仅明确提出了口号,还勇于亮出战略目标,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。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。2017年,党的十九大报告提出:满足人民过上美好生活的新期待,必须提供丰富的精神食粮。要深化文化体制改革,完善文化管理体制,加快构建把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的体制机制。完善公共文化服务体系,深入实施文化惠民工程,丰富群众性文化活动。加强文物保护利用和文化遗产保护传承。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,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,而是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来看,虽然在一定程度上都显现了各自的国家形象,但是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；二流的强国借助现代高科技讲述了一个动听的故事；三流的国家大多炫耀的是传统文化符号；四流的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”。^① 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”。提出“文化强国”战略有利于整合全民族的文化智慧和文化力量，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，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》^②（以下简称《规划》），连同此前的《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》^③和此后的《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》^④，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，标志着中国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系培育时期。它明确提出了把社会效益放在首位，这绝不是一句滥俗的套话，而是有其深刻用意，它契合的是民族文化根基和文化理想的培育，是内向度的文化价值与外向度的产业维度的呼应和融合，亦是在文化体制改革中对文化事业与产业发展并举新格局的一种期望，在一定意义上可视为“文化强国”战略的展开。文化产业崛起的背后是一个国家主流核心价值的培育和长期国家文化意识的积淀。“文化强国”文化既关乎民族精神和文化价值的贞立，也关乎文化生产力的产业层面，还关乎作为文化成果的制度层面的建设，它是一个系统性的工程，其核心是社会主义核心价值观的培育和践行，主要表现为国家“软实力”的提升。文化“软实力”是一个国家的立国之本，遍览世界诸国，即便一个国家的硬实力遭遇重挫，只要“软实力”未伤元气，则国家的复兴和强大仍可预期。在电视系列片《大国崛起》中，英国首相丘吉尔曾说过：“我宁肯不要印度（英国殖民地），也不能没有莎士比亚（文化经典）。”这种视野和眼光显示了一位杰出政治家的远见卓识。但文化“软实力”的提升有其规律，需要动员全民族的力量，需要长期的文

① 范玉刚，“文化兴国”战略还远吗[J]，人民论坛，2010(25)：32—33。

② 国务院常务会议讨论并通过《文化产业振兴规划》[EB/OL][2017-11-15]. http://www.gov.cn/jldhd/2009-07/22/content_1371926.htm.

③ 国家“十一五”时期文化发展规划纲要（全文）[EB/OL][2017-11-15]. http://www.gov.cn/jrzq/2006-09/13/content_388046.htm.

④ 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》[EB/OL][2017-11-15]. http://www.gov.cn/zhengce/2017-05/07/content_5191604.htm.