



中国文化产业 『走出去』研究

The Research on the "Going-Global" Strategy
of Chinese Cultural Industry

宫玉选 主编

中国文化『走出去』
研究丛书

总主编 张西平



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



中国文化产业 『走出去』研究

The Research on the "Going-Global" Strategy
of Chinese Cultural Industry

宫玉选 主编

中国文化『走出去』
研究丛书

总主编 张西平



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国文化产业“走出去”研究 / 宫玉选主编. —北京: 北京大学出版社, 2016.6
ISBN 978-7-301-27197-1

I. ①中… II. ①宫… III. ①文化产业—国际化—研究—中国 IV. ①G124

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第123382号

- | | |
|-------|---|
| 书 名 | 中国文化产业“走出去”研究
ZHONGGUO WENHUA CHANYE “ZOUCHUQU” YANJIU |
| 著作责任者 | 宫玉选 主编 |
| 责任编辑 | 郝妮娜 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-301-27197-1 |
| 出版发行 | 北京大学出版社 |
| 地 址 | 北京市海淀区成府路205号 100871 |
| 网 址 | http://www.pup.cn 新浪微博: @北京大学出版社 |
| 电子信箱 | zpup@pup.cn |
| 电 话 | 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62759634 |
| 印 刷 者 | 北京大学印刷厂 |
| 经 销 者 | 新华书店 |
| | 730毫米×1020毫米 16开本 19印张 300千字 |
| | 2016年6月第1版 2016年6月第1次印刷 |
| 定 价 | 56.00元 |

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题, 请与出版部联系, 电话: 010-62756370

中国文化“走出去”研究丛书

编辑委员会

主 任：韩 震 彭 龙

副主任：孙有中 张朝意

总主编：张西平

副总主编：何明星 管永前 郭景红

编辑委员会成员：（以姓氏笔画为序）

叶 飞	朱新梅	刘 琛	吴应辉
何明星	张西平	张妮妮	张晓慧
宫玉选	姚建彬	钱 伟	郭奇军

总序

提高中国文化国际影响力的新尝试

2013年11月12日,党的十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,首次明确提出“加强中国特色新型智库建设,建立健全决策咨询制度”。2014年10月27日,习近平总书记中央全面深化改革领导小组第六次会议中强调,要重点建设一批具有较大影响和国际知名度的高端智库。2014年2月10日教育部印发《中国特色新型高校智库建设推进计划》,2015年1月20日,中共中央办公厅和国务院办公厅联合印发了《关于加强中国特色新型智库建设的意见》,这标志着我国由政府统筹的高校智库建设正式启动。

《关于加强中国特色新型智库建设的意见》中对高校智库提出专门的要求,文件指出:“推动高校智库发展完善。发挥高校学科齐全、人才密集和对外交流广泛的优势,深入实施中国特色新型高校智库建设推进计划,推动高校智力服务能力整体提升。深化高校智库管理体制变革,创新组织形式,整合优质资源,着力打造一批党和政府信得过、用得上的新型智库,建设一批社会科学专题数据库和实验室、软科学研究基地。实施高校哲学社会科学‘走出去’计划,重点建设一批全球和区域问题研究基地、海外中国学术研究中心。”教育部在《中国特色新型高校智库建设推进计划》文件中就高校智库要“聚焦国家急需,确定主攻方向”,将“文化建设”列为主攻方向之一,文件

指出“围绕提升国家软实力、深化文化体制改革等重大问题，重点推进社会主义核心价值观体系建设、中华优秀传统文化传承创新、文化产业发展、中国文化‘走出去’等重点领域研究”。

中国文化“走出去”是一个伟大的事业，“提高中国文化国际影响力”是几代人共同的奋斗目标，因为这样一个目标是和整个世界格局的转变联系在一起的。我们必须认识到中国文化“走出去”绝非一路凯歌，中国文化将随着中国国家整体实力的崛起，重新回到世界文化的中心，在整个过程中伴随着与西方文化占主导地位的世界文化格局的博弈，这个历史过程必将充满变数，一切都是崭新的。因此，中国文化“走出去”的战略研究需要有我们对中国文化自我表达的创新研究为基础，有对中国文化在世界各民族的传播轨迹与路径、各国汉学（中国学）发展与历史变迁、世界各国的中国形象形成的机制等问题的系统深入的学术研究做支撑，才能真正揭示文明互鉴中的中国文化的世界性意义，做出有学术含量和有实际指导意义的战略研究。

一、文化自觉是中国文化“走出去”的前提

中华文明是人类历史上最古老的文明之一，是唯一流传至今，仍生机勃勃的文明。中华文化不仅始终保持着独立的、一以贯之的发展系统，而且长期以来以其高度的发展影响着周边的文化。从秦至清大约两千年间，中国始终是亚洲历史舞台上的主角，中华文明强烈地影响着东亚国家。在19世纪以前，以中国文化为中心，形成了包括中国在内的日本、朝鲜、越南的中华文化圈。由此，成为与西方的基督教文化圈、东正教文化圈、伊斯兰教文化圈和印度文化圈共存的世界五大文化圈之一。

近代以来中国文化历经磨难，即便此时，中国知识分子对其的祈盼从未停顿。“纵有千古，横有八荒。前途似海，来日方长。美哉我少年中国，与天不老，壮哉我中国少年，与国无疆。”^①梁启超这激越的文字给处在转折中的中国人多少理想。

^① 梁启超：《少年中国说》。

19世纪以来,中国已经不可能在自己固有的文化发展的逻辑中演化前进。作为后发现代化的中国,在西方外来势力的干扰下,打断了它自身发展的逻辑,而中华文化其固有的深厚底蕴,中国人民顽强的奋进和努力的探索,也不可能使外来文化毫不改变地移植到中国。“中国近现代新文化既非单纯的西学东渐,也非中华传统文化全方位的直接延续,而是西学与中国传统文化相杂交、相化合的产物。”^①

当代中国的发展有着自己的逻辑,它所取得的伟大成就并非空中楼阁,中华文化是其伟大成就的思想支撑。中国的古代、近代和现代文化并不是一个断裂的文化,中国古代文化并未死亡,它以新的形态存活在当代文化中,从近代以来中国传统文化所面临的主要问题是如何消化西方文化的问题,完成自己的社会转变。中国有着自己的文化和历史,它不需要,也不可能完全按照西方的道路实现自己的现代化,而是要学习西方乃至世界各种先进和优秀的文化为我所用,在自己文化的基础上创造新的文化。近四百年的中国文化的演变大体是沿着这样的逻辑发展的。中国文化并不是一个博物馆的文化,一个只是发古人之幽思的死去的文化,它活着,它是发展的。中国文化从晚明以来的四百年历史有着一个一以贯之的逻辑和思想:学习西方、走自己的路,这样的自觉性使得中国文化获得新生。三千年、一百年、六十年,环环相扣,代代相传,万变不离其宗,中国文化,历经磨难,凤凰涅槃。

国家的独立、民族的自觉是中国文化百年变更的一个最重要成果,中华民族在1949年获得国家的独立和民族文化的再生有着中国历史和文化的内在逻辑。美国著名中国学家费正清告诫西方人“要了解中国,不能仅仅靠移植西方的名词,它是一个不同的生命。它的政治只能从其内部进行演变性的了解”。他又说:“中国的国家和社会的当代的形式,是一个基本上独立的进化过程的最终产品,它可以与希腊—罗马的犹太—基督教的西方相比,但绝不是一样的。”^②文化民族主义、在西方帝国主义压迫下的国家独立与民族存亡的思想、

① 冯天瑜、何晓明、周积明:《中华文化史》第2卷,上海:上海人民出版社,2005年,第924页。

② [美]R. 麦克法夸尔、[美]费正清:《革命的中国兴起》,北京:中国社会科学出版社,1990年,第14、15页。

中国几千年的传统文化,所有这些构成了中国当代历史发展的逻辑基础。历史中国和当代中国是融合在一起的一个完整的中国。

今天发展的中国以更大的包容性吸收着各种外来文化,在这个“三千年未有之变局”的伟大历史转折中,中国的传统文化作为它的底色,为现代文化的创新提供了智慧和思想,近现代文化的变迁和发展成为我们今天创造新文化的出发点。正像经过六百年的消化和吸收,中国彻底完成了对佛教的吸收一样。四百年来对西方文化的吸收与改造为今天中华文化的重建打下了坚实的基础,中国以其特有的古代文化的资源和现代文化再生的历程可以给当代世界展示其文化的独特魅力,可以为今天的世界提供一种古代与现代融为一体的智慧与思想。中国传统文化经过近代和当代的洗礼,以新的形态存活在中国人的心中,经过近现代西方文化洗礼后的中华文化仍是我们中国人的精神家园。

在探索中行进的中国人并未迷路,在困顿中创新的中国人并未停顿探索。分歧和争论时时发生,矛盾与苦恼处处缠绕着我们,但我们知道这是一个更为成熟的新的文化形态形成的标志;思想从未像今天这样活跃,社会生活从未像今天这样复杂多面,历史的转型从未像今天这样急速,但我们知道,我们在开创着历史,这一切都是崭新的。在向世界学习的过程中,我们的文化观念开始开阔,在消化外来文化之时,我们开始自觉。在发展中我们获得新生,在伟大的历史成就面前我们有理由为我们的文化感到自豪。中国近三十年所取得的伟大成就完全可以和人类史上任何一段最辉煌的历史相比,我们有理由将自己积淀在三千年文化基础上,历经百年磨难后在这个伟大的时代所迸发出来的思想和智慧介绍给世界,与各国人民分享中国的智慧。

二、全球视野是中国文化“走出去”的学术基础

梁启超当年在谈到中国历史的研究时曾说过,根据中国的历史的发展,研究中国的历史可以划分为:“中国之中国”“亚洲之中国”以及“世界之中国”三个阶段。所谓“中国之中国”的研究阶段是指中国

的先秦史,自黄帝时代直至秦统一。这是“中国民族自发达自竞争自团结之时代。”所谓“亚洲之中国”的研究阶段,是为中世史,时间是从秦统一后至清代乾隆末年。这是中华民族与亚洲各民族相互交流并不断融合的时代。所谓“世界之中国”的研究阶段是为近世史。自乾隆末年至当时,这是中华民族与亚洲各民族开始同西方民族交流并产生激烈竞争之时代。由此开始,中国成为世界的一部分。

梁公这样的历时性划分虽然有一定的道理,但实际上中国和世界的关系是一直存在的,尽管中国的地缘有一定的封闭性,但中国文化从一开始就不是一个封闭的文化。中国和世界的关系,并不是从乾隆年间才开始。中国文化在东亚的传播,如果从汉籍传入为起点已经有一千多年^①,中国和欧洲的关系也可追溯到久远年代,在汉书中已经有了“大秦国”的记载^②,而早在希腊拉丁作家的著作中也开始有了中国的记载,虽然在地理和名称上都尚不准确^③。我将西方对中国的认识划分为“游记汉学阶段”“传教士汉学阶段”和“专业汉学阶段”三个阶段,虽然这样的划分有待细化,但大体说明欧洲人对中国认识的历史进程。这说明中国文化从来就不是一个完全封闭性的文化,它是在与外部世界文化的交流和会通中发展起来的。因此,在世界范围展开中国文化的研究,这是中国文化的历史本质所要求的。唯有此,才能真正揭示中国文化的世界性意义。

中国文化要“走出去”,必须具有全球视野,这就要求我们要探索中国文化对世界各国的传播与影响,对在世界范围内展开的中国文化研究给予学术的关照。在中外文化交流史的背景下追踪中国文化典籍外传的历史与轨迹,梳理中国文化典籍外译的历史、人物和各种译本,研究各国汉学(中国学)发展与变迁的历史,并通过对各国重要的汉学家、汉学名著的翻译和研究,勾勒出世界主要国家汉学(中国学)的发展史。

① 参阅严绍璦:《日本中国学史》,南昌:江西人民出版社,1999年。

② 参阅[德]夏德著、朱杰勤译:《大秦国全录》,郑州:大象出版社,2009年;[美]费雷德里克·J. 梯加特著、丘进译:《罗马与中国》,郑州:大象出版社,2009年;[英]H. 裕尔著、张绪山译:《东域纪程录丛》,昆明:云南人民出版社,2002年。

③ [法]戈岱司编、耿昇译:《希腊拉丁作家远东古文献辑录》,北京:中华书局,1987年。

严绍璎先生在谈到近三十年来的海外汉学(中国学)研究的意义时说:“对中国学术界来说,国际中国学(汉学)正在成为一门引人注目的学术。它意味着我国学术界对中国文化所具有的世界历史性意义的认识愈来愈深入;也意味着我国学术界愈来愈多的人士开始认识到,中国文化作为世界人类的共同精神财富,对它的研究,事实上具有世界性。或许可以说,这是20年来我国人文科学的学术观念的最重要的转变与最重大的提升的标志。”^①

我们必须看到中国文化学术的研究已经是一项国际性的学术事业,我们应该在世界范围内展开对中国人文学术的研究,诸如文学、历史、哲学、艺术、宗教、考古,等等,严先生所说的“我国人文科学的学术观念的最重要的转变与最重大的提升”,就是说对中国人文的研

究已经不仅仅局限在中国本土,而应在世界范围内展开。

当年梁启超这样立论他的中国历史研究时就有两个目的:其一,对西方主导的世界史不满意,因为在西方主导的世界史中中国对人类史的贡献是看不到的。1901年,他在《中国史叙论》中说:“今世之著世界史者,必以泰西各国为中心点,虽日本、俄罗斯之史家(凡著世界史者,日本、俄罗斯皆摈不录)亦无异议焉。盖以过去、现在之间,能推衍文明之力以左右世界者,实惟泰西民族,而他族莫能与争也。”这里他对“西方中心论”的不满已经十分清楚。其二,从世界史的角度重新看待中国文化的地位和贡献。他指出中国史主要应“说明中国民族所产文化,以何为基本,其与世界他部分文化相互之影响何如”,“说明中国民族在人类全体上之位置及其特性,与其将来对人类所应负之责任”。^②虽然当时中国弱积弱贫,但他认为:“中国文明力未必不可以左右世界,即中国史在世界史中当占一强有力之位置也。”^③

只有对在世界范围内展开的中国文化研究给予关照,打通中外,从世界的观点来看中国才能揭示中国文化的共同价值和意义。

① 任继愈主编:《国际汉学》第5期,郑州:大象出版社,2000年,第6页。

② 梁启超:《中国历史研究法》,《饮冰室合集》专集之七十三,第7页。

③ 梁启超:《中国史叙论》,《饮冰室合集》文集之六,第2页。

三、中国文化学术“走出去”的宏观思考

发展的中国需要在世界范围内重塑自己的国际形象,作为世界大国的中国需要在世界话语体系中有自己的声音,作为唯一延续下来的世界文明古国的中国应向世界展示中华文明特有的魅力,而要做到这一点,进一步推动中国文化走向世界,在世界范围内从更高的学术层面介绍中国文化已经成为中国和平发展之急需。

中国现在已经成为世界性大国,中国不仅在全球有着自己的政治利益和经济利益,同时也有着自己的文化利益。一个大国的崛起不仅仅是经济和政治的崛起,同时也是文化和价值观念的崛起。因此,我们不仅需要从全球的角度谋划我们的经济和政治的发展,同时也需要对中国学术和文化在全球的发展有战略性的规划,从而为中国的国家利益提供学术、文化与价值的支撑。

语言是基础,文化是外围,学术是核心,这是世界主要国家向外部传播自己的文化和观念的基本经验。我们应认真吸取这些经验,在继续做好孔子学院和中国文化中心建设的同时,开始设计中国人文社会科学“走出去”的战略计划,并将中国人文社会科学“走出去”的规划置于国家软实力“走出去”整体战略的核心,给予充分的重视和支持。我们应清醒地认识到:真正能够最终为国家的战略发展服务,使中国影响世界,确保中国发展的和平世界环境,并逐步开始使中国掌握学术和思想的话语权的是中国人文社会科学的研究在世界范围内产生影响。所以,要有更大的眼光,更深刻的认识来全面规划中国人文社会科学的“走出去”战略,提升中国软实力“走出去”的层次和水平,从而使中国的“走出去”战略有分工,有合作,有层次,有计划,形成整个中国软实力“走出去”的整体力量,为中国的进一步发展服务。

在传播自己文化和学术时最忌讳的是将国内政治运作的方式搬到国外。中国人文社会科学学术“走出去”的大忌是:不做调查研究,不从实际出发,在布局和展开这项工作中不是从国外的实际形势出发,完全依靠个人经验和意志来进行决策。在工作内容上,只求国内

舆论的热闹,完全不按照学术和文化本身的特点运作,这样必然最终会使中国学术“走出去”计划失败。不大张旗鼓,不轰轰烈烈,“随风潜入夜,润物细无声”,这是它的基本工作方式。在工作的布局和节奏上要掌握好,要有全局性的考虑,全国一盘棋,将学术“走出去”和国家的大战略紧密配合,连成一体。

在全球化的今天,在中国已经成为世界大国的今天,我们应反思我们过去外宣存在的问题,以适应新的形势和新的发展。要根据新的形势,重新思考中国学术“走出去”的思路。以下两个思路是要特别注意避免的。

意识形态的宣传方式。冷战已经结束,冷战时的一些语言和宣传的方法要改变,现在是你中有我,我中有你。从全球化的角度讲中国的贡献;从世界近代史的角度讲中国现代历史的合理性;在金融危机情况下,介绍中国道路和中国模式。这样要比单纯讲中国的成就更为合理。冷战结束,并不意味着西方对中国文化的态度转变。但目前西方对中国态度中既有国家的立场,也有意识形态的立场。如何分清西方的这两种立场,有效地宣传中国是很重要的。要解决这个问题就必须站在全球化的背景下考虑国家的利益,站在世界的角度为中国辩护。

西方中心主义的模式。在看待中国和世界的关系时没有文化自觉,没有中国立场是个很严重的问题。一切跟着西方跑,在观念、规则、方法上都是西方的,缺乏文化的自觉性,这样的文化立场在国内已经存在很长时间,因而必然影响我们的学术“走出去”。中国有着自己的历史和文化传统,不能完全按照西方的模式来指导中国的发展。要从文化的多元性说明中国的正当性。那种在骨子里看不起自己的文化,对西方文化顶礼膜拜的观念是极其危险的,这样的观念将会使中国学术“走出去”彻底失败。

四、对话与博弈将是我们与西方文化相处的常态

随着我国综合国力的不断增强,中华文化在世界文化格局中的地位越来越重要。当前,推动中华文化“走出去”、提高中华文化国际

影响力,可谓正逢其时。同时也应清醒地认识到,中华文化“走出去”的过程不可能一帆风顺,必然要付出一番艰辛努力。在这个过程中,我们要认真吸收借鉴世界其他民族的优秀文化,使之为我所用;同时要在世界舞台展现中华文化的魅力,让世界了解中华文化的价值。

近代以来,西方国家在世界文化格局中一直处于主导地位。我国在政治制度、文化传统等方面与西方国家存在较大差异,一些西方媒体至今仍惯用冷战思维、戴着有色眼镜看待中国,甚至从一些文化问题入手,频频向我们提出质疑、诘问。如何应对西方在文化上对中国的偏见、误解,甚至挑衅,是推动中华文化“走出去”必须要认真对待和解决的问题。我们应积极开展平等的文化交流对话,在与其他国家文化交流互动中阐明自己的观点主张,在回击无理指责、澄清误读误解中寻找共同点、增进共识。习近平主席在许多重要外交场合发表讲话,勾画了中华文化的基本立场和轮廓,表达了对西方文化和世界各种文化的态度。他指出:“当代中国是历史中国的延续和发展,当代中国思想文化也是中国传统思想文化的传承和升华,要认识今天的中国、今天的中国人,就要深入了解中国的文化血脉,准确把握滋养中国人的文化土壤。”这是对中国历史文化发展脉络的科学阐释,为推动中华文化“走出去”、为世界深入了解中华文化提供了基本立足点和视角。他还指出,“文化因交流而多彩,文明因互鉴而丰富”,为不同文化进行平等交流提供了宽广视野和理论支撑。

推动中华文化“走出去”,既需要我们以多种形式向世界推介中华文化,也需要国内学术界、文化界进一步加强与拓展对其他国家优秀传统文化和成果的研究阐发。同时,对其他国家,尤其是西方国家来说,认识和理解历史悠久又不断焕发新的生机的中华文化,也是一个重要课题。对话与博弈,将是未来相当长时间我们与西方文化相处的基本状态。

在文化传播方面改变西强我弱的局面,推动文化平等交流,需要创新和发展我们自己的传播学理论,努力占据世界文化交流对话的制高点。这需要我们深入探究当今世界格局变化的文化背景与原因,探索建构既具有中国特色,又具有国际视野的文化话语体系,进一步增强我们在世界文化发展中的话语权。需要强调的是,文化与

意识形态紧密联系,文化传播工作者一定要把文化传播与维护意识形态安全作为一体两面,纳入自己对中华文化“走出去”的理解与实践。应时刻牢记,“不断扩大中华文化国际影响力,形成与我国国际地位相称的文化软实力,牢牢掌握思想文化领域国际斗争主动权,切实维护国家文化安全”是中华文化“走出去”的根本与前提。

五、发挥外语大学的学术优势, 服务国家文化发展战略

北京外国语大学在65年校庆时正式提出北外的战略使命是“把世界介绍给中国和把中国介绍给世界”。这是我国外语大学第一次自觉地将大学的发展与国家的战略任务紧密结合起来。因为中国文化“走出去”是说着外语“走出去”的。同时,中国文化“走出去”作为一项国家战略,急需加强顶层设计、建设高端智库,从中国的国家实力和地位出发,为中国文化“走出去”设计总体战略、中长期发展规划提供咨询;急需充分发挥高校的人才培养的优势,解决当下中国文化“走出去”人才匮乏,高端人才稀缺的不利局面;急需动员高校的学术力量,对中国文化在海外传播的历史、特点、规律做系统研究,为中国文化“走出去”提供学术支撑;急需从国家文化战略的高度做好海外汉学家的工作,充分发挥汉学家在中国文化海外传播的重要作用,培养传播中国文化的国际队伍与本土力量。正是在这样的思考下,北外在2012年建立了中国文化“走出去”协同创新中心,与国内高校、国家机关、学术团体等联合展开中国文化“走出去”的战略研究,为中国文化全球发展提供智慧,为中国文化全球发展培养人才队伍。

战略研究、人才培养、政策建言、舆论引导和公共外交是智库的五大功能。北京外国语大学作为以中国文化在全球发展为其研究目标的智库,这五大功能更有着自己特殊的意义。

就战略研究来说,中国文化“走出去”是一个伟大的事业,“提高中国文化国际影响力”是几代人共同的奋斗目标,因为这样一个目标是和整个世界格局的转变联系在一起的。我们必须认识到中国文化“走出去”绝非一路凯歌,中国文化将随着中国国家整体实力的崛起,

重新回到世界文化的中心,在整个过程中伴随着与西方文化占主导地位的世界文化格局的博弈。因此,中国文化“走出去”的战略研究需要有我们对中国文化自我表达的创新研究为基础,有对中国文化在世界各民族的传播轨迹与路径、各国汉学(中国学)发展与历史变迁、世界各国的中国形象形成的机制等问题的系统深入的学术研究做支撑,只有这样才能真正揭示文明互鉴中的中国文化的世界性意义,做出有学术含量和有实际指导意义的战略研究。

就人才培养来说,北京外国语大紧密配合中国国家利益在全球发展的利益新需求,在做好为国家部门、企业和社会急需的跨文化交流人才培养,做好文化“走出去”急需的复合型专门人才、战略性语言人才和国际化领袖人才的培养方面已经取得了重要的成果,成为我国高端外语人才的培养基地,中国文化“走出去”高端人才培养基地,中国外交家的摇篮。

就政策建言来说,《中国文化走出去年度研究报告》是我们的主要成果,这份年度报告至今仍是国内唯一一份跨行业、跨学科,全面展现中国文化“走出去”的研究报告,也是国内高校唯一一份系统考察中国文化“走出去”轨迹,并从学术上加以总结的年度研究报告。2013年我们已经出版了《中国文化走出去年度研究报告(2012卷)》,这次我们出版的《中国文化“走出去”年度研究报告(2015卷)》给读者呈现中国文化在全球发展的新进展、新成果以及我们对其的新思考。为全面总结中国文化“走出去”战略的实施,总结经验,这次我们编辑了近十年来在中国文化“走出去”的各个领域的重要文章。读者可以从这些文集中看到我国各个行业与领域对中国文化“走出去”的认识。

就舆论引导而言,2015年央视多个频道播出了由北外中国海外汉学研究中心主编的大型学术纪录片《纽带》,受到学术界各方面的好评。

2016年是北外中国海外汉学研究中心成立20周年。北外中国海外汉学研究中心作为北外中国文化“走出去”协同创新中心的实体单位做了大量的工作。高校智库建设是“以学者为核心,以机构建设为重点,以项目为抓手,以成果转化平台为基础,创新体制机制,

整合优质资源,打造高校智库品牌”。作为我校中国文化“走出去”协同创新中心的核心实体单位,为进一步做好智库建设,2015年6月我们将“中国海外汉学研究中心”更名为“国际中国文化研究院”,新的名称含有新的寓意,这就是我们的研究对象不再仅仅局限于海外汉学研究,而是把中国文化在海外传播与发展作为我们的研究对象;新的名称预示着我们有了新的目标,我们不仅要在中国文化海外传播的历史、文献、规律等基础学术研究上推出新的研究成果,同时,也预示着我们开始扩张我们的学术研究领域,将当下中国文化在全球的发展研究作为我们的重要任务之一。这次更名表明了我们不仅要在海外汉学研究这一学术研究领域居于领先地位,而且要将我们的基础研究转化为服务国家文化发展的智慧,努力将“国际中国文化研究院”建设成一流的国家智库。

在“我国前所未有地靠近世界舞台中心,前所未有地接近实现中华民族伟大复兴目标、前所未有地具有实现这个目标的能力和信心”这样伟大的历史时刻,回顾我们20年的学术历程,或许李大钊先生的“铁肩担道义,妙手著文章”是我们最好的总结,将安静的书桌和沸腾的生活融合在一起将是我们今后追求的目标。

谨以此为序。

张西平

2016年3月5日写于岳各庄东路阅园小区游心书屋

前言

在经济全球化背景下,文化(创意)产业蓬勃兴起并逐渐全球化,现已成为各国体现文化软实力的主要方式。中国文化产业“走出去”虽方兴未艾,但意义重大,这是加强和提升中国文化软实力的重要战略举措。本研究文集旨在集中我国学界近几年来在中国的文化产业走出去方面的代表性成果,为实现国家文化强国战略提供智力支撑。主要分为四个部分:第一编——中国文化产业“走出去”的综合研究,主要从总体政策文件、总体数据分析、总体理念、总体路径和策略等方面研究问题;第二编——中国影视产业“走出去”评论,主要研究影视产业“走出去”的动因、路径、策略、效果等问题;第三编——中国动漫、游戏、设计、广告产业“走出去”评论,分别对这些细分行业“走出去”的战略、路径等情况进行了深入分析和评论;第四编——中国旅游产业“走出去”研究,针对这一特殊行业的“走出去”的路径、战略和策略等问题进行了集中分析,并对未来进行了预测。在此之前,我想抛砖引玉,谈谈我国文化产业“走出去”的政策、实践和策略等问题。

当今时代,文化竞争力越来越成为国家竞争力的决定性因素,成为一个国家软实力和综合国力的重要表现。在经济全球化背景下,一个国家或地区的文化影响力更多是通过国际贸易的方式来实现的。美国影视产业与出版产业、英国创意产业与出版产业、日本动漫产业以及韩国的影视产业等,都是以培育具有国际竞争力的文化企业为目标,通过市场化方式实现文化的传播和沟通。美国文化产品的出口早已成为美国对外贸易的重要组成部分,仅核心版权产业出