

文化中国

改制，绽放崭新魅力

本报记者 吕绍刚



文化实力 在经济危机中“硬”起来

2009 年，经济寒冬的冷意，尚未褪去，而文化成了最温暖的灯火，显得格外有力量。

这一年，文化产业继续逆市上扬。仅 1 月至 5 月，我国文化产业平均增幅达 17%，高于 GDP 增长速度。

文化产业强劲的势头，不仅为全年中国经济“保八”顺利实现贡献了重要力量，而且成为地方经济的重要支柱：仅上半年，杭州文化产业增加值已占全市 GDP 的 12.8%；北京 1 月份至 9 月份，文化产业增加值占全市 GDP 比重达到 11.8%；深圳文化产业增加值以年均 20% 的速度增长，已成为该市的第四大产业……

这一年，文化产业成为经济领域的“新宠”，成为大家街谈巷议的热门话题。

新中国首部《文化产业振兴规划》出台，第一次将文化产业发展提到了国家战略高度；文化部与中国银行签订《支持文化产业发展战略合作协议》，破解其融资瓶颈；深圳文博

会，入场观众达 351.7 万人次，总成交额达到 880.69 亿元；上海建立国内首家综合性文化产权交易所；各地政府也纷纷加大文化产业投入，着力培育新的经济增长点，促进产业结构的调整。

一场经济危机，唤醒了人们对文化的再认识：文化不仅是软实力，更是硬实力。在中国引领世界经济走向复苏的路上，文化没有缺席。

一部国家规划，激发出人们对文化的新憧憬：以文化为内核，以产业为载体，文化在经济生活中，不再是“配角”，而是朝阳产业的领头羊。

先进文化 在市场经济中“强”起来

一个国家的文化，如果不掌握市场、不掌握受众，是没有力量的。一个国家的先进文化、核心价值观的有效弘扬，也必须在市场和群众中，得到不断的确认与发展。

文化体制改革，在 2009 年进入了攻坚关键时期。

中宣部、文化部下发意见，明确

文化的魅力，在文，在化。

“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下。”数千年前的《易经》，最早定义了“文化”。

2009 年，体制改革的风起云涌，文化产业的如火如荼，再次印证了“以文教化”“以文化国”的力量，中国魅力也因此得以新的绽放。

它告诉我们：文化不仅是传统意义上的国家软实力的底蕴与基因，也成为经济发展的硬

支撑、硬资源。

它告诉我们：一旦挣脱了体制机制的束缚，在信息多元、声音多样的时代中，先进文化的主流声音将更为强大，新的文化生态将加速构建。

它告诉我们：中国走向大国的重要标志之一，便是让文化更富有吸引力，使“中国声音”传递得更远。

走在复兴路上的中国，文化任重道远。

地指出国有文艺演出院团体制改革的路线图和时间表，打响文化体制攻坚战；国家新闻出版总署明确提出新闻出版改革的五大任务；国家广电总局积极推进电影行政管理职能划转，以及广播电视制播分离改革。

而文化系统的“主力军”们，通过体制改革，在这一年焕发出新的青春。一大批艺术院团，从国家统包统管、“等靠要”的事业单位转身成为市场化、精品化、品牌化的演艺企业；一大批新闻出版单位和企业，通过改制、重组、合并、上市，成为更有竞争力的市场主体；一大批广播电视单位，通过改革创新，提高了节目数量和质量，丰富了节目形态，打造了一批具有良好经济效益和广泛影响的节目品牌。

在一个文化多元、传播渠道多样的全球化时代，文化体制改革除了要解决人民群众日益增长的文化需求与供给相对不足的矛盾，实现文化大发展大繁荣，一个重要的效果正是盘活文化资源，通过市场竞争，创新文化生产与传播方式，让主流文化声音更响，把先进文化做得更强，提高文化的传播力和影响力。

这一年，通过文化体制改革，我

们能看到动漫电影《喜羊羊与灰太狼》以 600 万元的制作成本，收得了 9500 万元人民币的票房，让沉寂已久的中国原创动漫“羊”眉吐气；《建国大业》、《风声》等一大批主旋律电影，得到社会与市场的充分认可；一出出优秀的剧目丰富了百姓的文化生活；网络、3G 等新媒体成为传统媒体竞相追逐的制高点。

中国形象 在走向世界“新”起来

2009 年，在世界舞台上，中国文化元素更多了，中国形象更“新”了。

这一年里，中国作为法兰克福书展的主宾国，牢牢地锁住了世界的目光。《法兰克福汇报》以“中国塑造另一个形象”为题评论道，中国通过法兰克福书展发起“走向全球”的攻势，提高“软实力”，并积极影响世界对中国的看法。

而这只是中国文化走出去、重塑国家形象的一个缩影。在比利时欧罗巴利亚艺术节上，中国是唯一受邀国。《自由时报》以《今秋的比利时属

于中国》为题报道说，这是“一次认识这个文明古国的绝佳机会”，中国向欧洲大陆尽情展现的过去、现在与未来；在美国有线电视新闻网（CNN），人们可以看到“中国制造”的广告，体味一个富有“世界合作”精神的中国；第四届全球孔子学院大会再次将海外汉语热推向一个新的高潮；“世界媒体峰会”让世界更加客观真实地认识中国；等等。

一个包容、自信、负责任、富有亲和力与感染力的中国形象正在世界人民面前崛起。

在一个对西方妖魔化、曲解、误解不断的时代，在一个文化和谐、文明共享终将取代矛盾冲突的时代，一个逐步走向复兴的文化中国，不仅有利于打破西方强势文化的垄断局面，构造世界多极化的文化话语体系，而且将为世界和平与发展，贡献更多智慧与经验，为世界人民带来更多希望、尊严、平等和公正。

我们有理由相信，2010 年，随着世博会这一继奥运会后、当前世界上规模最大的国际文化交流盛事在上海举办，中国将再次书写世界的头条。

印象·中国

在未来，中国会更多研究自己的文化，这种文化自信会越来越强。

——比利时鲁汶大学教授 戴卡琳

中国主宾国对我而言，就像穿行于一条大门紧闭的走廊，而这些门一个接一个地慢慢打开，让人看到新的东西。

——法兰克福书展总监 博 斯

开放可以激发更多的创造力。中国当代艺术家仅用一代人的时间就研究了西方思想潮流，完成了欧洲几个世纪才完成的事情，中国文化界的壮举是惊人的。

——欧盟委员会主席 巴罗佐

中国文化不是死的，是活的，是今天活出来的文化态度。

——奥地利籍中国人民大学教授 雷立柏

中国文化具有一种极其独特的长远眼光，面对未来的不确定性怀着一种乐观精神，而这意味着大胆尝试与创新的勇气。

——德国经济学教授 何梦笔

2008 年中国举办了奥运会，2010 年又将迎来上海世博会，这期间全世界的目光都集中在中国身上，中国的变化成为一道闪亮的光芒。

——欧罗巴利亚艺术节总经理 克里斯廷·德莫尔德

现在，了解中国的渠道越来越多，而且更客观和真实。中国文化的发展、对外传播的发展都体现了国家的“软实力”。这些“软实力”是中国长期发展的保障。

——斯洛文尼亚汉学家 雅斯娜



文化 2009

轨迹·文化

冲锋号 “南京会议”力推体制改革

8 月 14 日，全国文化体制改革经验交流会在南京举行，下达了“任务书”，制定了“路线图”，明确了“时间表”，被认为发起了文化体制改革的“冲锋号”。

总纲领 文化产业“升格”国家战略

9 月 26 日，我国第十一个产业振兴规划《文化产业振兴规划》出台。我国文化产业发展有了总纲，发展文化产业已“升格”至国家战略层面。

改制忙 院团改制逼近“深水区”

11 月 12 日，中国东方演艺集团、中国文化传媒集团、中国动漫集团在一天集体挂牌，象征着国有文艺院团改制逼近“深水区”。

走出去 中国文化“出海”塑形象

12 月 13 日，中国天创公司成功收购美国布兰森市白宫剧院。随着全球孔子学院大会第四次举行、“中国制造”为主角的广告在美国 CNN 播出、中国在法兰克福书展上的精彩亮相，中国文化开始大规模地登上世界舞台。

创业板 “华谊模式”试解融资难

10 月 30 日，华谊兄弟公司成功登陆创业板，为民营文化企业破解融资难提供了新鲜样本。

进步·文化

【17%】

2009 年 1—5 月，我国文化产业平均增幅达 17%，实现逆势增长。

【1 万亿元】

我国新闻出版业务总产值近万亿。据预测，今年能突破 1 万亿元人民币。我国有 1.2 万余家报刊，每天出版报纸 1 亿多份，是出版大国，但还不是出版强国。

【60 亿元】

截至今年 11 月，中国电影票房接近 60 亿元人民币，创历史新高，并且连续 5 年实现 30% 的增长率。

【9.2 万个】

截至 2009 年 6 月，全国已建成农家书屋 9.2 万余个，到去年底明年初将会建成 24 万个到 30 万个，覆盖全国 40% 到 50% 的行政村。

【2417 项】

在法兰克福书展上，中国以主宾国身份成功举办 612 项活动，签订版权输出合同达 2417 项，再创历史新高。

【750 亿元】

有关方面预测，2009 年中国数字出版总产值将达 750 亿元，将首次超过纸质出版的产值。

2009 年，法兰克福书展上的“中国方阵”引世人瞩目。

上图：书展上的中国书。

阿 伦摄

左图：游人参观中国馆。

人民图片