



# 用改革壮大文化实力 搭平台促进文明融合 建造中华文化扬帆出海的“深圳大港”

李瑞琦 杨世国 马忠煌 谢运娣

站在历史的高度，用全球的视角和战略的眼光看文化，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。2003年8月以来一直担任深圳市委常委、宣传部长的王京生说，深圳已由拼经济、拼管理进入到拼文化的新阶段。

高度的文化自觉，带来超前的文化观念：深圳率先提出21世纪“拼文化”的理念，“以文化论输赢、以文明比高低、以精神定成败”成为共识；率先提出“实现市民文化权利”的理念，将文化权利的实现程度作为实现民生福利的出发点和落脚点；率先提出“维护国家文化主权”的理念，推进深圳在中华文化走向世界中的更大作为；率先提出“打造创新型智慧型力量型主流城市文化”的理念，打造与建设国际化城市相匹配的城市文化新样态……

在深圳经济特区成立30周年之际，深圳评选出“时间就是金钱，效率就是生命”、“空谈误国，实干兴邦”等震撼全国的“深圳十大观念”。而在“十大观念”中，与文化直接关联的就有两个——“让城市因热爱读书而受人尊重”、“实现市民文化权利”。“十大观念”

被普遍誉为“时代留存共同财富，凝聚着社会主义核心价值观，折射出深圳的思想理论建设和文化成就，是一个时代的精神坐标与文化坐标，也是深圳精神与深圳文化的符号”。

在观念的引领下，深圳率先提出“文化立市”战略，确立“文化强市”目标；制定《关于全面提升深圳文化软实力的意见》、《文化发展规划纲要》；颁布《深圳市文化产业发展促进条例》；出台《加快文化产业发展改革若干规定》等系列法规和政策文件；发布《深圳文化创意产业振兴发展规划》及其配套政策，将文化创意产业定位为重要和优先发展的战略性新兴产业，每年集中5亿元专项资金予以扶持……



深圳3次获得全国文明城市称号。“志愿者之城”、“爱心之城”、“文明之城”是深圳创造的一种高尚城市文明样式。

深圳是一座志愿者之城。“来了，就是深圳人；来了，就做志愿者！”深圳街头一幅幅醒目的公益广告告诉人们：每一个人都可以参与助人助己的过程。“送人玫瑰，手有余香”这一深圳志愿者最温馨动人的口号，成为“深圳十大观念”之一。

2011年，市委市政府发出了建设“志愿者之城”的动员令，目前，深圳已有27万人注册义工，2011年大运会期间，非注册义工达到127万人，成了一张闪亮的城市名片。

深圳是一座爱心之城。“关爱行动”是这座爱心之城最温暖的名片：每年一届的“深圳关爱行动”，让市民在“关爱·感恩·回报”的良性循环中提升道德修养。深圳培育了“募师支教”、“心理关爱”、“社区邻里节”、“妈妈食堂”等品牌公益项目，年年推举十大爱心人物、爱心家庭、爱心企业和爱心社区，涌现出了“全国（助人为乐）道德模范”丛飞、“全国（诚实守信）道德模范”孙影、“中英街上活

2003年，深圳成为首批文化体制改革的全国试点。在改革的过程中，深圳“敢为天下先”，探索了一条让文化腾飞的新路。

经营性文化单位转企改制，激发创新活力。推动经营性文化事业单位转企改制，塑造合格的文化市场主体，不断激发文化创新和发展活力，是深圳文化体制改革的重点。如深圳市歌舞团在2004年转制为华侨城集团所属的文化企业，完全按市场化运作，实现了艺术与市场的完美对接。

组建国有文化集团，实现做大做强。深圳先后成立了报业集团、广电集团和出版发行集团。深圳报业集团完成新闻宣传与发行两分开，加强报业与新媒体、新技术的融合，加快数字化建设步伐，推进报网联动，建立起全方位、立体化的大媒体格局；广电集团节目制作、网络传输与新闻采编剥离，创新节目内容和形式，收视收听率和市场份额不断上升，旗下的天威视讯公司2008年成功上市；出版发行集团整合出版与发行上下游资源，实现业态创新与升级，核心竞争力明显提升。

设立文化基金，创新基金管理模式。1994年，深圳率先设

## 文化品牌创立「深圳制造」

深圳的文化发展之路是一条文化品牌、文艺精品打造之路。

在文化品牌方面，深圳打造了以推动中国文化产品和服务走向世界为重点的“文化产业博览会”；以提高市民素质，建设学习型城市为目的的“深圳读书月”；以提高市民文化鉴赏品位为重点的“市民文化大讲堂”；以普及社会科学知识为重点的“社科普及周”；以倡导高雅艺术为重点的“文博会艺术节”、“深圳大剧院艺术节”；以面向外来建设者为重点的“外来青工文化节”；以促进市民创意潜能为重点的“创意十二月”；以面向社区居民为重点的“鹏城金秋社区文化艺术节”等一系列文化品牌。这些文化品牌，已经融入深圳市民生活。其中“深圳读书月”的参与群众从首届170万人次到第十三届1000余万人次，被称为“文化创举”；“市民文化大讲堂”开拓了一条专家学者走进社会、走向市民生活的新途径，入选了国家文化创新工程项目，并被文化部授予“文化创新奖”；“美丽星期天”每周日为广大市民奉上免费的高雅音乐会；“戏聚星期六”以中国戏曲普及和欣赏为切入点，一经推出就赢得了广大市民的钟爱和追捧。

在文艺精品创作工程方面，深圳精心打造的“影视工程”、“音乐工程”、“文学创作工程”和“美术创作工程”四大文化工程，创出了“深圳制造”品牌，催生了一批体现时代精神、富有艺术内涵、在全国有广泛影响的精品力作。“十五”期间获得省级以上文化奖项



## 创意产业举起“深圳设计”大旗

深圳创新文化产业发展模式，探索“文化+科技”、“文化+金融”、“文化+旅游”等产业新业态，文化产业千帆竞发，生机勃勃。

做强三大国有文化集团。深圳新闻出版业从无到有、从弱到强，2011年实现总产值348亿元。广电集团总资产超过60亿元，位居中国广电传媒前列。深圳出版发行集团开创了全国“购书超市”的经营模式，坐拥三大书城，打造中国出版行业“航空母舰”。

培育一批独具影响力文化企业。腾讯公司、华强文化科技集团、A8音乐集团、雅昌印刷等文化企业，在国内外文化创意领域闯出了赫赫名声；以华侨城三大主题公园为代表的文化旅游业蓬勃兴起；原创版画、立体艺术、时尚创意、动漫、摄影、玉器、茶艺书画、古玩珠宝形成“集群效应”。

创意文化产业举起“深圳设计”大旗。中国

现代设计理念首先诞生在深圳，中国设计业的领军人物和最具影响力的设计师也聚集在深圳；总部位于巴黎的世界平面设计协会中的6名中国成员中，有4位是深圳人；深圳设计的珠宝产品总值已占国内珠宝市场份额的70%以上；深圳创意产业竞争力指数全球排名第五。2008年12月，“设计之都”花落鹏城，创新创意勃发，设计精英云集的深圳赢得了国际认可。

“文博会”成为全球文化资源配置的大平台。从首届文博会成交总金额31.4亿元到第九届文博会成交总金额1665.02亿元，九届文博会累计成交总金额已超过7000亿元，呈现出供求两旺、交易活跃的可喜局面，实现了中国文化和文化产品的文化远航和贸易扬帆。

文化产业园区基地跻身国家级。深圳已经拥有48家文化产业园区基地，年产值超过500

## 创造高尚的城市文明样式



进入21世纪，面对新一轮城市竞争浪潮，深圳以高度的文化自觉和文化自信，秉承“敢为天下先”的特区精神，深化文化体制改革、发展公益性文化事业、做大做强文化产业、推动中华文化“走出去”，以先锋的文化姿态，走在全国前列。

2003年1月，深圳市委三届六次全会正式确立“文化立市”战略。10年间，深圳政府财政文化投入逐年增加，从2003年的6.45亿元，到2011年的30.1亿元，增加了近5倍。文化产业增加值从2003年的135.3亿元（占整体经济总量的4.73%）到2012年的1150亿元，年均增长25%，占GDP的9%。文艺创作精品迭出，10余

## 改革的要义在于敢破善立

立“深圳市宣传文化事业发展专项基金”，按照公平、公开、公正的原则，通过专业化、公开化和程序化的方式，从社会上广泛征集文化项目，并于2008年建立了绩效评估机制，实时对获批基金项目跟踪管理和绩效评估。经过多年实践探索，形成了“以项目为管理对象、以资产为管理核心、以绩效为管理手段”的基金管理创新模式。

文化基金累计资助文化项目近2000个，资助金额18亿元左右，不仅扶持了“深圳读书月”、“创意十二月”、“大剧院艺术节”、“中外艺术精品演出季”、“美丽星期天”、“市民文化大讲堂”、“外来青工文化节”等一大批公共文化品牌，还扶持催生了一批在全国有广泛影响的精品力作。

同时，深圳还积极探索创新国有文化资产监督管理体制机制，制定出台了《深圳市属国有文化集团资产监督管理暂行办法》等“1+7”文件，管资产和管人、管事相结合，形成了科学

## 三大工程奠定“深圳学派”



1997年，深圳学者提出“深圳学派”的构想；2010年4月，深圳市委、市政府正式颁布《关于全面提升深圳文化软实力的实施意见》，明确提出推动建设“深圳学派”；2012年，打造“深圳学派”被载入深圳市委、市政府《关于深入实施文化立市战略建设文化强市的决定》，《决定》提出，要以“全球视野、时代精神、民族立场、深圳表达”为宗旨，推动“深圳学派”建设；2012年3月，《深圳市哲学社会科学“十二五”发展规划纲要》发布，《规划》明确了打造在全国有一定影响的“深圳学派”的发展目标，提出了“学科建设”、“队伍建设”、“成果转化”三大工程。

近十年来，“深圳学派”已经框架初现——确立了自己的研究范围，形成了学术理念和研究方法，产生了一批学术品牌；一批优秀学科确立，大批学术成果问世，众多学科带头人涌现，学术年会连年举办；城市文化研究特别是公共文化研究方面，处于领先地位；出版了在全国产生广泛影响的《深圳改革开放研究丛书》，深圳出版的《深圳十大观念》一书，更是从学术文化的角度，对社会主义价值体系在一座城市的体现进行了理论总结。



亿元。其中，华侨城集团、大芬油画村、古玩城、腾讯、雅昌企业集团等8家为国家级文化产业示范基地。

## 首倡保障“市民文化权利”

全民共享，是文化的真谛。在深圳，无论是本地市民，还是外来建设者，他们的文化诉求都能在这里找到各自的空间。

深圳率先提出“实现市民文化权利”，大力建设全覆盖普惠型公共文化服务体系。“实现市民文化权利”的观念始于2000年首届“深圳读书月”，时任文化局长的王京生在题为《实现市民的文化权利——对首届深圳读书月的若干思考》的文章中，首次提出“市民文化权利”。

“实现市民文化权利”成为深圳文化自觉的重要理论基石和实践起点，引领深圳建立起设施齐全、产品丰富、服务一流、机制健全的公共文化服务体系。

在深圳中心区，矗立着一片宏伟壮丽的“文化森林”：图书馆、音乐厅、少年宫、书城……它们由政府投资30多亿元建成。近17年来，市级财政先后投入52亿元，规划



建设了32个市级文化设施。全市已建群艺馆和文化馆62个，各级各类文化广场381个，各类博物馆26个，公共图书馆638个，全市文化设施总面积超过99万平方米。基层文化设施扎实推进，关内“十分钟文化圈”基本形成。

在深圳，市民在街边的“24小时自助图书馆”随手就可以借到一本自己爱看的书，走进音乐厅，市民可免费欣赏一场音乐会……从2007年开始，深圳在国内率先推出市属公益性文化场馆全面免费开放，公共文化服务进入“零门槛”时代。此后，深圳的文化惠民措施层出不穷：全市大型演出活动试行“高雅艺术票价补贴”；市宣传文化基金每年资助500万元，把高雅艺术演出的票价降至最低50元；深圳音乐厅推出“美丽星期天”系列免费音乐会；群众艺术馆为深建设者子女和老年人提供免费艺术培训；全市每年开展送戏、送电影、送书、展览、讲座等文化活动近2000场，各类广场文化活动1万余场次——这一切均有效降低了人们享受文化成果的成本，推进了文化权利均等化。

# 文化深圳

人民日报海外版 联合主办  
深圳市委宣传部