浙江文化建设的“新特点、新趋势、新突破”

浙江省社会科学院课题组

本文按照浙江省委赵洪祝书记要求的“必须准确把握文化发展的新特点新趋势，努力实现文化大省建设的新突破”的总体思路，在探索、厘清十余年来浙江文化建设发展脉络的基础上凝练“新特点”；在参考、借鉴国内外文化发展走在前列的国家、省份经验的基础上预测“新趋势”；在分析、思考“十二五”期间浙江文化体制改革、文化产业发展、文化精品打造、文化创新培育、文化人才引进、文化“走出去”等方面路径的基础上实现“新突破”，并着眼于文化发展战略的“顶层设计”，就浙江实现从“文化大省”到“文化强省”建设提出若干对策性建议。

一、浙江文化大省建设的主要成就和特点

（一）文化大省建设的三个阶段

1. 第一阶段 ：在全国首倡文化大省建设并初见成效。上世纪末，在文化建设相对滞后于经济发展，同时文化作用日益得到重视的时代背景下，浙江又一次发挥“敢为天下先”的精神，在全国率先提出“建设文化大省”的战略目标，并于 2000 年底，形成《浙江省文化发展规划（2001—2020 年）》，对文化大省建设作出全面部署，确立了今后 20 年浙江文化建设的基本框架、发展蓝图和奋斗目标。

2. 第二阶段 ：文化大省建设加快推进 ，各项事业取得显著成就。2005 年，浙江省委十一届八次全会作出《关于加快建设文化大省的决定》，全面实施文明素质工程、文化精品工程、文化研究工程、文化保护工程、文化产业促进工程、文化阵地工程、文化传播工程、文化人才工程等“八项工程”，着力建设社会主义核心价值体系、公共文化服务体系、文化产业发展体系等“三大体系”，加快建设教育强省、科技强省、卫生强省、体育强省等“四个强省”，努力使浙江文化发展水平与经济社会发展水平相适应，在文化建设方面走在全国前列。

3. 第三阶段 ：深入实施并基本实现文化大省建设目标。2008 年，浙江省委出台《浙江省推动文化大发展大繁荣纲要（2008—2012）》，进一步提出文化建设要“着眼于满足人民群众不断增长的精神文化需求，着力保障和实现人民群众的基本文化权益，不断提高公共文化服务能力，大力丰富社会文化生活，使广大人民群众共享文化发展成果”。

2010 年，浙江省委成立了以赵洪祝书记为组长的省文化建设领导小组，编制并实施省“十二五”文化发展规划纲要，在全省掀起了新一轮全面推进文化大发展大繁荣的建设高潮。

（二）文化大省建设形成的若干特点

1. 先进文化凝聚共识，社会主义核心价值体系逐渐深入人心。纵观十多年的建设实践，浙江省委省政府在把社会主义核心价值观体系作为文化建设的核心和根本的同时，既重视推动全省各级党组织的战斗堡垒作用，发挥党员干部的示范、先锋和表率作用，又充分尊重群众的主体地位，发挥群众主体作用；既始终坚持用马克思主义中国化的最新成果武装头脑、指导实践，构建价值高地，又持续推进社会主义核心价值观的大众化实践，全面普及社会主义先进文化。通过努力，全社会思想道德素质普遍提高、先进文化凝聚力明显增强。

作者：浙江省社会科学院课题组；课题组成员潘捷军、汤敏、徐鹏。

2. 公共文化服务体系惠及人民，文化家园益善益美。十多年的文化大省建设，始终把加快推进公共文化服务体系作为改善民生的重要内容和重要目标。文化投入逐年增加、文化设施不断完善、文化资源供给更加丰富、文化服务持续创新，主要表现在坚持基本公共服务均等化原则，发挥公共财政的主导作用；在全国率先制订农村公共文化服务评估体系，不断推进公共文化服务创新；大力推进公共文化设施建设，改善人民群众的文化生活条件；大力加强公益性文化活动，积极加强内容供给。

3. 文化体制改革深入推进，文化产业强势发展。2003 年，浙江作为全国文化体制改革的试点省，努力把培育文化发展主体作为微观层面的改革重点，按照“转出一批、改出一批、放出一批、扶出一批”的思路，通过调整结构、剥离资产、激活机制，培育出一大批具有活力和竞争力的文化发展主体。组织实施文化产业发展“122”工程，重点培育一批实力强、前景好的国有及国有控股文化企业，建立一批多媒体经营、跨地区发展的大型文化企业集团。同时利用浙江民营经济发达的优势，营造良好的发展环境，支持和引导民营资本进军文化领域，民营文化产业和产业区块异军突起。

二、浙江文化强省建设面临的“新趋势”

（一）国外文化发展的实践与趋势

自上世纪 90 年代开始，无论是西方发达国家还是新兴工业化国家都相继进入“后现代”发展阶段，从工业社会向知识社会转型。文化逐步成为推动国家、地区经济社会全面发展的核心要素之一。作为文化发展的先行者，这些国家或以超前领先的前瞻理念，别出心裁的创意，或以科学合理的布局，切实有效的举措，在全球竞争中占据了有利位置。

1. 美国在对外文化输出方面借助其商业机制和高科技手段，加紧“在全球价值的形成中增加自己的份额”；在文化遗产保护方面则十分注重鼓励全民参与保护历史文化遗产，合理开发利用遗产资源，从而使其历史焕发勃勃生机。

2. 法国在文化权益维护方面坚持“文化例外”原则，通过设立“支持电影基金会”、 举办文化论坛等多种方式，协同全球所有致力于维护本国本民族文化权益的国家，争取应有的文化生存权和传播权。

3. 德国在文化产业发展方面致力于打造国家标志性品牌。其良好的民族阅读习惯培育了强大的图书出版业和卓越的会展业，而龙头带动和产业集聚效应又使德国的会展业呈现了百花齐放的良好态势，并促进相关产业链的系统、蓬勃发展。

4. 英国在文化投（融）资体系方面渠道十分多样，形成了包括政府投入系统、艺术委员会投入系统、商业投资系统和信托基金投资系统等在内的多元文化投资体系。各个体系既相对独立，又互相配合，为英伦文化的形成、保护、传承与传播提供了充裕的资金保障。

5. 日本、韩国在文化发展战略方面均提出了“文化立国”战略，两国分别从加强文化立法、制定发展规划、布局专业化生产、扶持创新企业入手，使其在经济发展遭遇瓶颈、危机的情况下成功转型。

6. 欧盟在文化发展形态方面提出“多样性中的一致性”的文化口号。为了保持和发展各成员国的文化差异，满足社会公众不断增长的文化需求，欧盟对文化体制和文化政策进行了改革、调整，采取了包括制定统一的文化行动计划，加大资金投入，引入竞争机制，积极推进与文化密切相关的项目计划等在内的一系列措施，从而确立了在同一“欧洲文化空间”下的“和而不同”。

由此可见，“并存、互补、竞争、创新”将是未来全球文化发展的总趋势。今后，随着国际文化市场竞争的加剧，不同文化之间的碰撞和冲突将更加激烈，发达国家和发展中国家的文化发展水平将更加失衡，政府在文化发展中扮演的角色将更加重要，高新技术对文化发展的贡献将更加明显。

（二）国内有关省份推进“文化强省”建设的经验借鉴

自山西省于 2002 年在全国率先提出建设“文化强省”以来，据统计，截止到十七届六中全会以前，全国已有河北、辽宁、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东、河南、湖北、湖南、广东、四川、云南、陕西等省以及天津、重庆等直辖市，相继提出“文化强省（市）”的建设目标（北京、上海等直辖市则直接提出打造国际文化名城、国际文化大都市等口号并已作出相应部署），同时在公共文化服务体系构建、文化体制改革、文化产业发展等方面取得了一些可供借鉴的经验，主要体现在以下十点：

1. 战略定位明确文化强省建设的目标和方向。各地把战略定位摆在重要位置，并从丰富的传统文化资源、鲜明的区域文化特色和浓郁的民族文化色彩等各自不同特点出发进行设计定位。如河南地下和地上文物数量分居全国第一和第二位，所在的中原地区又为“华夏文明之根”和“中华民族之根”，国务院不久前明确同意将打造“华夏历史文明传承创新区”作为中原经济区的五大战略之一，因此继承和弘扬传统文化是河南文化强省建设的战略定位和优势特色。

2. 政策举措提供文化强省建设的保障和支撑。各省依据《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》、《文化产业振兴纲要》、《关于深入文化体制改革的若干意见》等指导性文件，相继出台政策。有在宏观层面整体推进的，如建设文化强省的规划纲要、关于推动文化大发展大繁荣的意见、关于加快提升文化软实力的实施意见等；有从微观层面加大力度的，如关于加快文化产业振兴、加强公共文化服务体系建设、深化文化体制改革等方面的实施意见等等，并力求细化可操作。

3. 体制改革激发文化强省建设的活力和生机。2003 年，中央确定了首批“文化体制改革 9 个试点省市、35 家试点单位”，由此，无论是中央所定试点省份，还是自行改革省份，文化体制改革都成为“文化强省”建设的重头戏。截至目前，江苏、河北、安徽已经全面完成了文化体制改革的路线图、时间表、任务书。安徽在 2003 年全国首批试点中并不在其列，但该省从 2004 年开始“自费改革”，到 2010 年上半年全面完成，所辖 17 个市全部列入全国改革先进地区。

4. 文化惠民凝聚文化强省建设的人心和力量。文化惠民不仅是“文化强省”建设的出发点和落脚点，也是一项惠及全民、凝聚人心共同促进社会主义文化大发展大繁荣的重大举措。目前，广东、河南、安徽、江苏等“文化强省”的“文化惠民工程”实施进度走在全国前列。如广东在《建设文化强省规划纲要(2011-2020 年)》中提出的“国民艺术教育普及工程”独具匠心，借鉴英、法两国“高雅艺术不高价”、“经典艺术服务大众”的做法，明确到 2020 年，各市建成“十分钟文化圈”，各村建成“十里文化圈”，并实施“文化消费补贴计划”和“国民文化消费卡工程”，努力探索建立面向终端消费者的文化消费补贴机制。

5. 文化产业提升文化强省建设的影响力和竞争力。在我国，改革开放以来文化发展模式已由事业型转向产业型，《文化产业振兴规划》等政策的相继出台更标志着文化产业在国家未来经济发展中核心地位的确立。文化产业已然成为各省市文化强省建设的战略重点。如广东突出文化的引领性、创新性、融合性，通过文化与制造、旅游、教育、电信等行业深度融合，提高相关行业的产品附加值和品牌竞争力，促成 产 业 由“MADE IN GUANGDONG” 向“IMAGE IN GUANGDONG”转型，同时注重文化消费市场的培育，走出了广东再造产业新优势的特色发展之路。

6. 文化精品突显文化强省建设的优势和特点。各地在勾画“文化强省”宏伟蓝图的过程中，非常重视培育区域独特的文化特质，在尊重当地历史和文化的基础上固本求新，传承历史文化，构建现代文明，打造区域文化整体形象。如山西的“华夏文明看山西”系列活动、云南的“七彩云南”系列活动，都注重延续地域文脉，打造历史（民族）文化品牌；又如重庆的“唱读讲传”（唱红歌、读经典、讲故事、传箴言）活动以及开办全国第一家公益电视频道，独辟蹊径开展文化强市建设的做法，则注重弘扬主旋律，打造红色（革命）文化品牌。

7. 文化创新加快文化强省建设的进度和步伐。“文化引领时代风气之先，是最需要创新的领域。”为了加快文化强省建设的进度和步伐，各省在“创新”方面下足功夫。如江苏特别注重科技在文化创新中的引领和先导作用，仅省科技厅投入文化产业费用一项就达 3.2 亿元，并带动社会投资约 15 亿元。该省在实践中创建的“加减乘除”产业政策创新，使新兴业态文化增

加值占到了全省文化产业增加值的 21%。

8. 指标体系增强文化强省建设的宏观调控和动态管理。分析和评价一个地区的文化强省建设状况如何，定性与定量的描述和分析同等重要，不可偏废。其中，定量分析是要寻找或建立一个尺度去监测和评价该省（市）文化强省建设的进程和效果，进而增强文化强省建设的宏观调控和目标动态管理。在这方面，河南、江苏走在了全国前列。

河南在 2006 年以“兼顾全面性、科学性、实用性、动态性、前瞻性、可比性”为原则，运用模糊层次分析法和德尔菲法的基本原理，构建了文化强省建设的指标评价计算体系，并建立了相应的测度配套措施。

9. “走出去”彰显文化强省建设的辐射力和影响力。近年来各地十分注重“走出去”开展跨国文化交流，打造国际文化品牌。如目前北京全市国家文化出口重点企业占全国的 26.5%，由此带动其文化产品出口，电影占全国的一半，电视剧占全国的 1/4，动漫网游占全国的 60%。山东的“国际孔子文化节”、湖南的“张家界国际乡村音乐周”等，也都成为这些地区文化“走出去”的亮丽名片。

10. 人才队伍体现文化强省建设的后劲和远见。各省在文化强省建设过程中，重视发挥建设宏大文化人才队伍对推进文化大发展大繁荣的支撑保障作用。如江苏除“十一五”期间每年拿出 1 亿元（后增加到 2 亿元）资金引进包括文化在内的高层次创新人才外，还专门设立“紫金文化奖章”，用以奖励优秀文化人才。

三、浙江文化强省建设如何实现“新突破”

（一）把构筑社会主义核心价值体系作为文化建设的根本任务，不断增强向心力、渗透力和影响力

1. 大力推进科学理论大众化，凝聚思想共识。一是将社会主义核心价值体系融入制度设计、政策法规制定和社会管理服务之中，防止出现具体政策及其执行结果与社会主义核心价值体系相背离的现象；二是把各级领导干部进高校、到企业、入社区讲形势、上党课的规定制度化、常态化，科学策划选题、主动设置议题，帮助广大百姓正确认识热点难点；三是动员各方面力量共同化解热点难点，充分发挥原有平台的作用，创建新载体，将一般性的理论实在化、具体化，提高“落地率”，以社会主义核心价值体系引领社会思潮。

2. 不断凝练独具特色的核心价值观，与总结提炼各类精神活动做好无缝对接。一是与各地人文精神的总结提炼进行有效对接；二是与部门精神、行业精神、校规校训、市民规范、村规民约等结合起来；三是与创先争优活动中“党员闪光言行”活动相结合，体现党员在建设核心价值体系中的表率作用。

3. 开展各类道德实践活动，弘扬各类先进典型。在全社会开展模范道德人物的推荐评比活动，设立各类道德基金、道德评议会等，使见义勇为、乐善好施等善行义举获得可行性制度保障与保护。采用细节化、生活化、平民化、个性化、立体化的宣传方式，使创业明星、劳动模范、道德楷模的形象深入人心。

（二）激发民间活力，创新投入方式，完善公共文化服务体系

1. 以营造平等竞争的环境为重点，鼓励社会力量进入公共文化服务领域。积极支持社会资本或者外资参与建设公共文化服务体系，进一步消除民资和外资进入文化领域的体制性障碍，以合资、合作、参股、兼并、收购、项目招标等形式投资兴办公共文化。

2. 以传统文化活动为载体，充分释放民间文化的活力。在继续采用“送文化”、“种文化”等自上而下的输送培养方式的

同时充分尊重人民的文化主人翁精神，发挥人民守护文化家园的热情，挖掘农村基层组织、家族力量、民间艺人自身的文化传承、保护和创造潜力。

3. 以人为本，让文化关怀真正落到社会各个层面。利用公共图书馆、群众文化馆、文化广场、流动文化服务站（ 点 ）等设施，开展有针对性、连续性的服务，并从各部门、大中专学生中吸纳一大批优秀志愿者参加基层文化建设。

4. 以项目为抓手，不断创新基层文化人才队伍管理体制，对文化人才进行创新性管理，由“养人或养单位”为主向“兴项目”为主转变 ，以项目为抓手，吸引人才、锻炼人才、培养人才、留住人才。

（三）大力发展文化产业，努力降低社会资本进入门槛，建设各类文化产业发展融资平台

1. 加快文化企业上市步伐。排出上市企业的时间表，为浙江文化产业培育一大批优质的上市后备资源。同时，通过发挥政府的政策引导和支持作用，鼓励文化企业像浙报传媒集团那样采取借壳上市、资源重组等方式，培育和引进一批文化领域的战略投资者。

2. 建立各类由“政府主导、市场化运作”的文化发展基金。研究探索建立浙江文化产业发展基金、文化产业创业投资基金、文化产业风险投资基金，通过政府引导，让市场发挥积极作用，以带动社会资本的有效聚集与整合，激发民间文化产业的发展动力与活力，逐步形成多元化、社会化、公共化的投融资服务体系和多渠道的投融资机制。

3. 建立各类文化发展担保和再担保公司。在建立融资平台过程中，可以借助政府担保或部分担保的形式，优先促进特定的文化企业融资。成立各类文化风险投资再担保公司，政府给担保公司提供担保补贴和风险补贴，提高风险承受能力。

4. 建立文化产业投资风险评估机制和机构。政府建立文化产业风险评估机制和机构，加强文化产业与金融机构、保险公司、产权交易和评估机构的合作机制建设，共同解决文化产业发展中的资产评估、风险鉴定、知识产权及专利评估等问题。

5. 加强对文化企业财务人员的培训工作。政府针对性地结合当地实际，帮助企业了解文化与金融的合作程序，可在设立专门的培训项目、财务顾问项目、推动文化企业优化治理方面发挥积极作用。

（四）鼓励科技创新，构建文化与科技融合的文化创新体系

在文化产业方面，支持高科技文化产业项目建设，扶持具有自主知识产权的核心技术研发，以高新技术的优势增强文化产业的竞争优势。建立统一共享开放的科技与文化融合平台和孵化器，使浙江文化企业的重大共性技术与集成技术的研发能力大幅提升。鼓励企业增加对“文化与科技融合”的相关文化建设的投入力度，促进“文化与科技融合”的产学研结合创新企业的形成。

在文化服务方面，充分发挥现代高新技术在提升文化服务品质中的作用，积极运用现代数字技术、网络技术、信息技术提升文化服务水平，推动优秀文化产品数字化、网络化传播，用新技术拓展文化服务空间、增强文化服务效果。

（五）加强浙江文化品牌建设，不断扩大浙江文化的影响力和美誉度

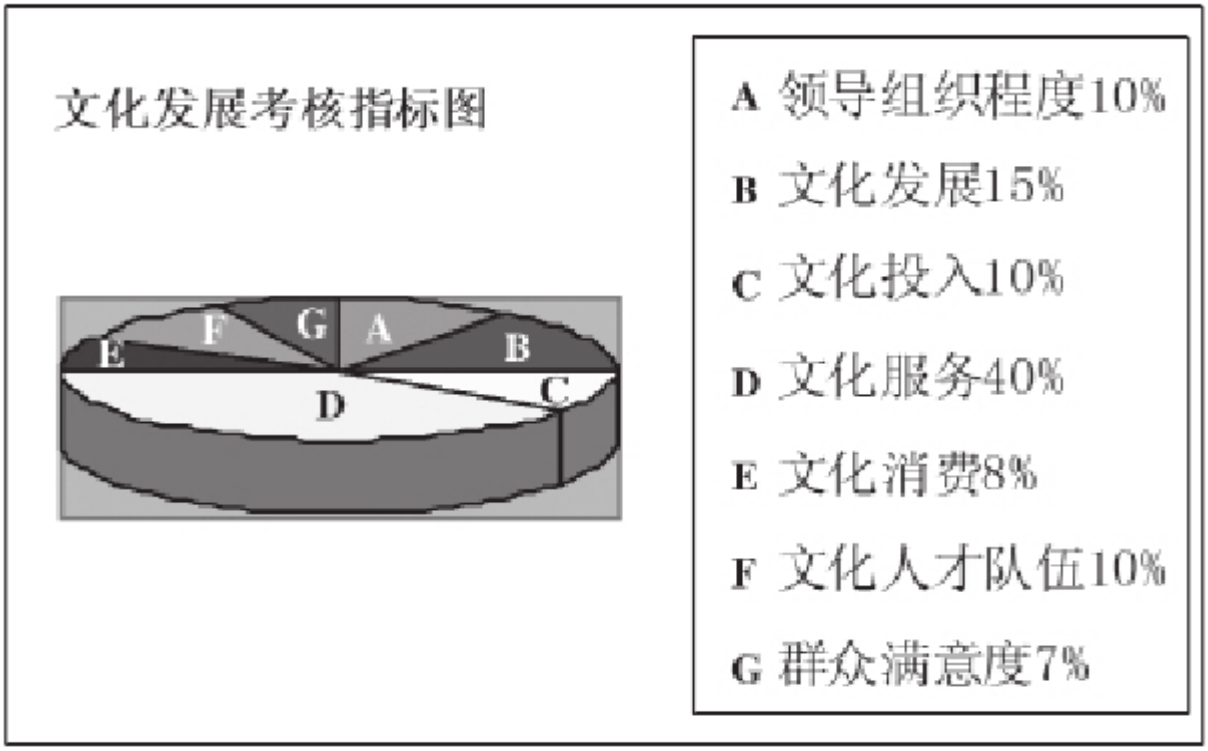
1. 实施文化产业“名牌带动”战略。现有的各类文化品牌，都要充分发挥在文化产业发展中的整合、聚集、增值、辐射和放大效应，最大程度地凝聚文化资源、优化资源配置，有效吸引人流、物流、资金流和信息流，大幅度提高产业增值能力，并带动形成产业链条，拓展市场发展空间，扩大浙江文化的影响力和知名度。

2. 推动创建群众文化活动品牌。群文品牌要注重传承地域传统文化，吸纳时代特色。用群文品牌引领文化产业，形成文化旅游、民族演艺和民族工艺品生产的特色文化产业集群，建设特色文化产业集镇，培育专业性的关联企业群。

3. 推广营销浙江文化企业品牌。依托高校组建“浙江省文化产业品牌研究基地”，定期出版《浙江文化产业品牌年度报告》，发布“浙江文化品牌年度排行榜”，举办浙江文化产业品牌高峰论坛等，不断扩大浙江文化企业品牌的影响力和知名度。

（六）建立科学完善的评估指标体系，强化对各级党委政府推动文化发展的考核力度

加快研究制定文化强省建设综合评价指标体系，把文化建设与经济建设一样纳入到各级党委政府推动科学发展的评估指标体系之中。考核指标在比例上可以如图安排。



考核指标体系是一个综合的“配套工程”，为科学规范地推进这一工作，根据当前实际，要做好下面四项工作：一是尽快建立全省文化发展资源数据库，实现全省文化发展信息资源共享；二是建立健全全省统一的文化发展统计制度，避免各地统计口径与数字的混乱；三是充分利用浙江省社科院主持编写的《文化蓝皮书》的作用，对浙江文化强省建设每年作一次总体评估；四是每年实行单独考核，推动各级政府每年定期专项向人大报告当地文化建设进展情况。