

改革开放 40 年城市文化软实力建设及深化路径

——以湖州市为例

吴晓斌

城市文化软实力是软实力概念的一个延伸，是指城市在特有文化价值观、文化资源、文化服务、文化形象等要素基础上所产生的影响城市内部和外部的能力，是城市综合实力和竞争力的重要组成部分。

改革开放 40 年，开启了湖州文化发展的新阶段。

一、湖州改革开放以来文化软实力建设历程

改革开放后的前二十年，湖州市认真贯彻党的文艺要“为人民服务、为社会主义服务”方向和文化建设要“面向现代化、面向世界、面向未来”战略方针，在文化建设的指导思想上完成了拨乱反正，加快了文化事业的恢复性发展，制定了文明单位建设总体规划和具体标准，并广泛开展社会主义精神文明建设，对报社、广播电视、剧院等文化单位体制机制进行了改革。湖州文化建设的基础得到夯实，文化软实力建设的前提得以确立。

进入 21 世纪，湖州市围绕文化大发展大繁荣这一主题，以建设“文化大市”“文化强市”为载体，大力推进文化建设，提升文化软实力。2003 年召开的湖州市第五次党代会提出“繁荣先进文化，建设文化大市”的目标，其后作出了《关于加快文化大市建设的决定》，明确了实施文化建设“八大工程”的具体任务；2008 年印发《湖州市推动文化大发展大繁荣的意见（2008—2012）》，提出要进一步增强湖州文化的软实力和竞争力；2011 年首次编制《湖州文化产业“十二五”发展规划》；2012 年召开的湖州市委六届十四次全会通过了《关于推进文化改革发展“八大行动”建设“文化强市”的意见》，提出要“推动湖州从文化大市向文化强市迈进”。一系列政策举措的出台，全市上下持续不断努力，推动了这一时期湖州文化建设亮点纷呈，城市文化软实力提升迈出坚实步伐。

党的十八大以来，湖州市以习近平同志新时代文化建设的论述为指导，坚定文化自信，增强文化自觉，先后制定实施《湖州市公民道德建设总体规划》《关于推进农村“文化礼堂·幸福八有”建设的实施意见》《湖州文化产业“十三五”发展规划》等规划和政策，着力推进文化事业产业发展、文艺精品创作、文化体制机制改革、文化人才引进培育和文明城市建设。特别是近年来，在“文化浙江”建设的指引下，湖州提出要“全面提升文化软实力和竞争力，加快建设文化湖州”，制定《关于全面推进新时代文化湖州建设的实施意见》，以文艺创作高地建设、文化产业质效建设等八大建设为抓手，推进文化湖州建设，标志着湖州文化软实力建设踏上新的征程。

二、湖州改革开放以来文化软实力建设的举措及成效

1. 强化引导、塑造精神，不断提升文化价值引领力。文化价值引领力是构成文化软实力的牵引性要素，体现了一个城市的文化对其成员的凝聚作用以及在精神塑造、价值引导上的能力和成效。多年来，湖州市大力弘扬“最美”精神，持续开展传立家风家训活动，以“六进”为抓手，持续培育和践行社会主义核心价值观。道德模范、社会志愿者大量涌现，现有市级以上道德模范 500 余名，有 6 人被评为全国道德模范（含提名奖）、8 人被评为浙江省道德模范，“每万人拥有各级道德类模范的数量”列浙江省首位；同时，注重培育、塑造和弘扬城市精神，在改革开放的实践中，传承发展了“崇文重教、艰苦创业、兼容并蓄、

不断创新”的南太湖文化精髓，培育形成了“开放、务实、创新、和谐”的当代湖州精神和以“敢闯敢冒、敢为人先、艰苦创业、永不满足”精神为核心的当代湖州创业文化。

2. 保护遗产、完善设施，不断增强文化资源支撑力。文化资源的支撑力是构成文化软实力的基础性要素，体现了一个城市在文化资源挖掘保护、文化设施建设等方面的能力和成效。多年来，湖州市注重文物保护利用，大力挖掘特色文化遗产，不断健全文化遗产保护传承体系。现有全国文物保护单位 25 个、省级 58 个、市级 406 个，中国历史文化名镇 2 个、名村 2 个，列入中国传统村落名录 3 个，进入世界非物质文化遗产名录 2 项、国家级名录 10 项、省级名录 50 项，2014 年湖州成为国家历史文化名城。在文化基础设施建设上，湖州持续加大投入，坚持政府主导、城乡统筹、分步实施，建起了一大批极具现代化气息的公共文化场馆和特色明显的基层文化设施。全市建成公共图书馆、文化馆、美术馆、博物馆（纪念馆）36 个，乡村地域文化展示馆 166 个，乡镇（街道）文化站 67 个，农村文化礼堂 471 个。2016 年，湖州市每万人拥有公共文化设施建设面积达 2764.6 平方米。

3. 繁荣事业、发展产业，不断提升文化生产力。文化生产力是构成文化软实力的可物化性要素，是文化软实力的硬力量，体现了一个城市各类文化主体提供文化产品和服务的综合能力和成效。多年来，湖州市一方面围绕满足群众阅读视听等基本文化需求，以全域均享为目标，不断完善公共文化服务体系，通过大力实施文化惠民工程，深入推进“一乡一韵”“一村一品”建设等举措，着力丰富基本公共文化产品和服务供给。坚持举办湖笔文化节、南太湖音乐舞蹈节、农民艺术节等一批重大文艺、文化活动，每年送戏下乡 2000 场、送书 8 万册、送电影 12000 场次、送讲座（展览）500 场次。另一方面，围绕发展城市经济、满足多层次文化需求，通过制定实施发展规划、行动计划，建平台、引项目、优环境等措施，形成了门类齐全、规模较大、体制多元的具有湖州特点的文化产业发展格局。截至 2017 年，湖州市拥有文化产业经营单位 8000 余家、其中 5 家入选浙江文化产业发展“122”工程，文化产业增加值占地区生产总值的比重达 5.48%。

4. 推进创作、深化改革，不断增强文化创新力。文化创新力是构成文化软实力的增长性要素，体现了一个城市对文化各方面要素的不断变革创新能力和成效。多年来，湖州市大力推进文艺精品创作工程，加强文艺精品创作生产规划，完善文化产品评价激励机制，积极鼓励扶持文艺作品原创，涌现出了《德清嫂》《湖笔小子》《绿水青山》等一大批深受群众喜欢的优秀作品，有 70 余部作品入选省级以上精神文明建设“五个一工程”。深入实施宣传文化系统“五个一批”人才工程和南太湖优秀人才引进计划，大力推进文化领军人才工作室和文化创新团队建设，为提升文化创新力提供了坚实的人才保障。2017 年，每百万人拥有省级以上文化人才数达 352.61 人。扎实有序推进文化体制改革，不断深化公益性文化事业单位改革，稳步推进经营性文化单位转企改制，初步形成了党委领导、政府管理、行业自律、社会监督、企事业单位依法经营的文化管理体制和富有活力的文化产品生产经营机制。

5. 打造品牌、加强推介，不断提升文化影响力。文化影响力是构成文化软实力的显示性要素，体现了一个城市的文化对内对外的传播辐射能力和成效。多年来，湖州市注重加强文化品牌建设，打造出的“晋韵流衍”（高端书画展）、“城市文化阳台”“城市文化街景”“城市公益文化课堂”等一批文化品牌，影响广泛。特别是创新开展的“文化走亲”活动和“百叶龙”等项目在省内外享有较高声誉。同时，深入实施对外文化拓展工程，开展多渠道多形式多层次对外文化交流，加强与中央、省级媒体合作，加大对外宣传力度，集成推出了一系列优秀艺术演出、书画美术等展览展示，充分展现了湖州发展成就和特色，打响了“笔墨江南、清丽湖州”品牌。

回顾改革开放以来湖州文化软实力建设历程，笔者得出以下深刻启示：推进城市文化软实力建设，必须增强文化自觉，把文化建设放在重要战略地位，以科学的理念加以推进；必须抢占文化发展的制高点，利用文化资源禀赋优势，推进文化与其他产业的融合发展；必须持续推动改革创新，不断完善文化体制机制，激发和释放文化发展活力，解放和发展文化生产力；必须坚持以人为本，尊重市民的主体地位，保障群众在“文化享有”上各得其利，在“文化提高”上各得其所，在“文化创造”上各尽其能。

与此同时，在实际考察中，笔者发现改革开放以来湖州文化软实力虽然得到了前所未有的提升，但还存在城市文化发展定位和文化发展路径不明晰、文化资源利用转化与文化产业集聚效应薄弱、城市品牌塑造与城市形象推广欠缺、优秀文化人才与文化创新能力不足等问题，城市文化软实力与长三角地区先进地市相比还存在较大差距。

三、深化城市文化软实力建设的重点

1. 明确城市文化定位，强化文化建设的顶层设计。城市文化定位是一个城市根据自身文化条件、内外环境、需求趋势等，合理确定文化发展的基调、特色和策略。其实质是从文化的角度定位城市的未来，能够极大地引发市民对城市历史的追怀和城市美好未来的向往，激发其参与城市建设的热情和活力。提升城市文化软实力的首要任务是要从城市文化传统和自身特点中，寻找找到自己的城市特质，并根据区域比较得出的结论与现实发展要求，准确深刻地作发展定位。在此基础上，应该加强对城市文化建设的顶层设计，在最高层次上寻求提升城市文化软实力问题的解决之道。

为此，首先要加强文化发展的长期规划，科学确定城市文化发展的战略目标与重点、方向与原则、任务与路径等，以统筹推进各层面的文化建设，并从更为根本的要素优化上提升文化软实力。其次，要以文化的思维重新审视城市的各种功能，以此引领城市规划、经济发展、社会服务等方面公共政策的制定实施，在文化发展和经济社会发展之间构建协同互动的良好关系，形成强有力的文化共建合力。

2. 发掘厚实文化资本，推动文化事业产业全面发展。城市文化资本强调的是个城市业已存在的精神文化、物质文化、制度文化的财富性特征和意义。其存在形式，包括以历史文化遗址等物质实体形态存在为代表的客观形式的文化资本，以非物质文化遗产为代表的具有具体形式的文化资本，以获得各类名城、入选各类名录等称号为代表的体制形式（即体制上认可）的文化资本。提升城市文化软实力，关键之要在于发掘、积累和厚实城市文化资本，注重对本地各类历史文化资源进行科学保护、深度挖掘、合理开发、有效利用。

为此，一方面要切实推进文化事业发展，围绕实现和保障人民群众基本文化权益、满足其基本文化需求，着力加强公共文化阵地网络建设，创新公共文化服务机制，推动文学艺术创作，丰富基层群众文化活动，不断强化城市的凝聚力、向心力和归属感。另一方面，要加快本地文化产业发展，立足发挥本地文化资源优势，完善和创新文化产业政策体系，拓展文化产业融资渠道，加快文化产业园区和集聚基地建设，加强经营性文化人才的培养和引进，不断挖掘文化的经济潜力，释放文化的经济活力，发挥文化的经济价值，使丰厚的文化资源转化成强大的文化生产力。

3. 培育打造城市文化品牌，加强城市个性形象塑造推广。城市文化品牌是一座城市在文化上创造的形象和识别标识，是代表这个城市易于为人们所指认的形象表述。城市文化品牌蕴含着鲜活的文化特性和丰富的文化内涵，是城市文化的象征。打造文化品牌，必须按照独创性、传承性、美誉性、认同性原则，准确提炼并组合城市特有的自然条件、历史文化积淀与产业物质优势，使其成为构成城市文化品牌的个性化要素，并在大众心中形成独特、美好、持久、令人瞩目的形象。

为此，首先应该强化城市文化品牌意识，增强管理者和经营者的文化自觉，下功夫提升全体市民对本城市的文化自信，面向公众开展城市形象分析，提炼城市品牌价值。其次，要找准城市文化品牌的载体，从发挥文化优势、整合文化资源、强化文化个性等角度，于历史文化、环境气候、地理空间、社会经济等因素中选择自身最具优势的核心资源作为文化品牌建设的载体。再次，要加强文化品牌的推介传播和营销。不仅要深化文旅融合、推进文化旅游业发展，通过举办特色节庆、特色大赛等途径提升文化品牌的影响力；还要适应现代传媒发展新趋势，整合各类传媒资源，借助现代传媒技术，拓展品牌影响力。与此同时，要积极进行城市文化品牌营销，形成系统化的传播力，全面推广和彰显城市的个性特征和城市形象。

4. 培养引进文化人才，为文化软实力建设提供保证。文化离不开人，文化竞争力实际上就是人才的竞争力。可以说文化人才队伍建设是文化建设的根本，没有一支素质优良的文化人才队伍，不可能创作出影响深远的精品力作，也不可能繁荣文化

事业、发展文化产业。在面临着高质量发展重任的当前，吸纳与培养高端文化人才是提升文化软实力的重中之重。

为此，首先要大力吸引优秀文化人才。突破人才体制壁垒，建立科学、合理、灵活的柔性人才引入机制，从薪资待遇、医疗保障、子女入学等方面完善文化人才引进政策，增强城市对优秀文化人才的吸引力。其次，要加强对文化人才的培养提升。不仅要重视人才的知识技能培养，更要注重为人才搭建实践锻炼与成长的平台，把出精品与出人才有机结合起来。要打破身份界限，把民间艺人、非遗传承人等体制外人才纳入业务培训规划，纳入人才工作服务对象。再次，要营造良好的干事创业环境。建立以品德、能力、业绩为导向的文化人才评价考核指标体系，推动分配制度改革，建立对突出贡献者、重大文化成果授予荣誉及重奖制度，营造尊重人才、见贤思齐的社会环境，鼓励创新、容许失误的工作环境。

（作者单位：湖州市社会科学院）