
上海建设卓越全球城市的 文化路径与策略¹

陶希东

(上海社会科学院 200020)

【摘要】文化是卓越全球城市的核心功能之一，也是提升城市吸引力、软实力、城市魅力的重要依托。上海卓越全球城市的建设，进入以新时代中国特色社会主义思想为指导、以全面建成社会主义现代化强国目标为引领的崭新文化发展阶段。充分借助和发挥上海服务国家“一带一路”桥头堡作用，进一步激活城市文化核心功能，促发全球城市的活力和动力，是新时代上海建设卓越全球城市的有效路径和战略任务。

【关键词】卓越全球城市 文化事业 文化功能建设

【中图分类号】 F127.51 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1005-1309 (2018) 12-0100-009

一、卓越全球城市应该具备的基本文化属性

国际公认的“全球城市”概念，包含“国际文化的交流中心、具有独特人文精神的城市”内涵。因此，从文化视角加以观察，伦敦、纽约、巴黎、东京和新加坡等卓越全球城市，具备以下文化属性：

(一) 世界多元文化共存、互动、融合的大熔炉

全球城市不仅是物质的巨型体系，更是人类精神的集中体现和象征。正如刘易斯·芒福德所言，“最初城市是神灵的家园，而最后城市本身变成了改造人类的主要场所，人性在这里得以充分发挥”。因此，突出市民来源的全球性、文化风俗习惯的多样性、城市性格的多元包容性，实现多彩文化的和谐共存、互动融合发展，成为世界多民族、多语言、多信仰等多元社群的一个大熔炉，是一座卓越全球城市最大的文化特性。例如，纽约、伦敦、巴黎等全球城市，正是依靠广大的移民群体，创造出独特而领先世界的文化功能和地位。

(二) 世界文化技术创新和创造力的领导者

彼得·霍尔指出，全球城市发展经历了技术—生产创新、文化—智能创新、文化—技术创新 3 个发展阶段，在后两个阶段中，文化因素的效果将愈发明显，如今的卓越全球城市，正在成为文化—技术创新和创造力的世界领导者。这是因为，卓越全球城市作为典型的移民城市，丰富多元的文化氛围本身造就了全球城市特有的包容度、宽容度，而这又反过来吸引了一大批创新人才不断集聚，创意阶层不断崛起，文化创新共享空间不断增加，文化创意产业蓬勃发展，逐渐成为各类文化艺术、时尚娱乐、营运策划的创新引领之城和创造创意之城，目前文化被认为是世界全球城市领先成功转型发展的至关重要因素。

¹作者简介：陶希东，上海社会科学院社会学研究所研究员。

（三） 人类文明的储存、消费、交流与传播中心

作为人类的伟大发明，城市不仅是人类居所，更是人类文明、文化的储存地，记录着人类社会演进的历史和记忆。而卓越全球城市，既保留着最古老的记忆和过程，凸显城市发展的厚度，又展示最新的人类智慧和科技创造成果，满足人们的多元文化需求。因此，从时间维度看，卓越全球城市既是一部人类城市化发展史，主要依靠建筑和博物馆储存着人类发展的古老文明和文化积累，又是满足当代人们各种精神文化需求的创造文化产品、提供文化服务、开展文化消费的地方，更是人类最新文化理念和文化时尚艺术交流、传播的枢纽和中心。

二、卓越全球城市建设文化路径及基本经验

纽约、伦敦、巴黎、东京等卓越全球城市，都处于世界经济发展的顶端和前沿，发挥着世界领导者的角色，但有一个共同特征，就是在不断转型升级过程中，文化在城市发展中发挥十分重要的核心功能，即文化发展是全球城市不断走向世界、趋向卓越的一条重要路径。

（一）文化基因：推崇开放、包容、互动的文化精神，为各类人才和多元文化提供成长的沃土和环境

伦敦、纽约、巴黎、东京等卓越全球城市是全球顶级的金融中心、贸易中心、航运中心、信息中心、文化中心、科技创新中心，既是世界财富高度集聚和消费的地区，也是对各类人才充满吸引力的城市。但它们的成功与崇尚开放、包容、融合、多元的城市文化基因有着紧密关系。除了强调经济硬实力以外，从一开始就会更加注重对人的关切，尤其是对外部人才、多元文化抱有接纳、宽容、公平的意识 and 态度，超越地域、宗教、种族的差异，以开放的胸襟、宽容的态度，接受全球各类已经或尚未成功的有才华人士或创新型年轻人（文学、艺术、设计等领域）。多元文化公平发展、和谐共存、互动交流，是一座卓越全球城市的文化性格，也是保持吸引力、创新力、竞争力的文化基因。这一点在国际“时尚之都”和“文化艺术之都”的巴黎、典型的移民城市纽约、创意十足的伦敦等全球城市当中，都得到充分体现。

（二） 规划引导：政府高度重视城市的文化功能，配套出台健全的文化创意政策和行动指南

现代的卓越全球城市，均是传统工业城市转型发展的结果，而在转型过程中，国家和城市政府把文化产业作为城市新的经济增长点，通过各种手段（包括战略规划、政策、金融、基础设施、品牌活动等）支持高附加值的、可持续的文化旅游、文化创意产业，以发挥文化对整个城市转型的引领和促进作用，使得文化创意、文化消费、文化旅游等越来越成为全球城市的核心功能之一。例如，1997年英国首相布莱尔就提出在英国发展创意产业的设想，把文化创意产业作为英国振兴经济的聚焦点，把推广文化创意产业作为拯救英国经济困境的有效方法。为此，设立了“创意产业特别工作组”，布莱尔亲自担任工作组主席，专门成立了一个文化、媒体与体育部，分管创意产业。在此背景下，就有了“创意伦敦”的概念，文化创意产业成为大伦敦市政府的核心经营对象。同时，伦敦设立了“伦敦文化战略小组”，在2004年制定2012年更新完成市长文化战略报告《伦敦文化之都：发掘世界一流城市的潜力》，文化战略作为伦敦市长12个法定战略规划中的一个，将伦敦城市文化发展的宏观目标确立为建设“卓越的具有世界影响力的文化创意都市”。如今的伦敦，是欧洲第一创意都市，不仅重塑了城市形象，也彻底改变了伦敦市民的生活方式，创意产业已成为仅次于金融服务业的伦敦第二大支柱产业，伦敦拥有全国40%的艺术基础设施、2/3的电影制作岗位、70%的电视制作公司、3/4的广告业岗位。伦敦贡献了全国设计业总产值的50%、音乐产业总产值的70%、出版业总产值的40%。

（三） 大众文化：加大公共投入，构筑全民参与的公共文化事业

全球城市大多是历代王朝建都的地方，权力和财富的结合使得在这些城市当中留下了大量精美的优秀历史建筑，如巴黎的卢浮宫等，这些古老的历史建筑后来在城市转型发展中，成为重要的城市公共文化服务设施。这与政府对公共文化和艺术领域

的巨大投入，具有十分紧密的关系。如《世界城市文化财政报告 2017》（涉及阿姆斯特丹、布鲁塞尔、伊斯坦布尔、伦敦、洛杉矶、莫斯科、纽约、巴黎、旧金山、首尔、上海、深圳、斯德哥尔摩、悉尼、东京和多伦多 16 座城市）的研究表明，巴黎、莫斯科、伦敦作为首都城市，是政府（各级政府）对公共文化的直接投资力度最为显著的三大城市，平均每年达到 33 亿美元、24 亿美元和 16 亿美元。纽约虽然是非首都城市，但其公共文化的投入也占到美国联邦政府文化投入预算的 19%。

国家对全球城市文化建设巨大、连续、直接的专项投入，保证了这些城市拥有全球一流、充足、运转良好的国家级公共文化服务设施和文化场所，诸如国家博物馆、剧院和国家高校等设施，这在巴黎、伦敦表现更加突出。巴黎的市区面积并不大，巴黎整个大区中间有 1100 座图书馆、313 座博物馆、490 座剧院、400 多座体育设施。这里还有多达 3000 多个文化中心、艺术中心、体育中心、娱乐中心、阅览中心、资料中心和信息中心等，以及数不胜数的画廊、唱片店、书店。卢浮宫、奥赛等 5 个著名博物馆每年接待的全球游客达 2658 万人次伦敦拥有 45 所著名高等院校，其中 4 所在泰晤士高等教育世界排名上列前 40 位，是国际学生出国深造的首选，每年有 10 万多名优秀学生选择来这里学习。

对文化机构来说，它们面临的一个很重要的挑战就是如何扩大传播力量，扩大受众面，吸引更多的艺术工作者、民众共同参与城市的文化建设，让更多人热爱文化。对此，法国中央预算对巴黎歌剧院、法兰西喜剧院、夏悠宫国家剧院、科林尼国家剧院和奥德翁剧院等每年进行最高 9900 万欧元、最低 890 万欧元不等的财政资助，以保证戏剧的质量以及将门票价格控制在每张 30 欧元以内。伦敦市长承诺支持将全民热舞等活动扩大到整个伦敦地区，并与伦敦各自治市地方委员会研究发放伦敦市民卡计划的可行性，争取让更多的伦敦市民，尤其是青年和一些社会团体，欣赏到伦敦市政府提供的文化服务。纽约的文化特别是所谓高雅文化并没有自我封闭在殿堂之内，而是打开大门，走向市民和游客，服务市民和游客。每年入夏，纽约交响乐团和大都会歌剧院在纽约各区的主要公园，免费为市民和游客演出，这个传统已持续上百年。各种高雅艺术音乐会的门票也绝非高不可攀，为了更多地吸引观众特别是着眼于吸引未来的观众，纽约交响乐团和大都会歌剧院都设有低价票，吸引市民参与公共文化事业。

（四） 文化评判:举办具有世界影响力的重大文化节庆活动，提供全球文化艺术交流展示的权威舞台

一方面，在政府政策的引导下，充分发挥文化企业的力量，将金融、艺术、文化、商业等高度融合，打造一流的世界文化产品，满足城市多元群体的消费需求。另一方面，政府通过举办大型公共文化节庆活动的方式，对城市文化进行整体性包装和专业化运作，扩大宣传，提高文化的世界影响力，也为不同领域文化艺术走向世界提供评价的标准和评判舞台，成功打造“世界文化之都”的形象。在这方面，世界奥运会、世界博览会等都是最好的综合性平台。此外，伦敦还有伦敦设计节、伦敦时装周、伦敦游戏节、伦敦电影节；巴黎有巴黎“白夜”、法国夏至音乐节、巴黎时装周（整个巴黎时装周，每一季除了举办 300 余场时装发布会、展示会、时尚晚宴等活动之外，它的另一重要功能就是会以“时尚设计基地+时尚设计博览”为载体，通过“增值服务平台+推广平台”的形式实现设计传播和品牌孵化的产业发展目标。巴黎时装周也是巴黎每年最大的盛事之一，极大地带动了巴黎本土的旅游行业和时尚消费）；纽约有百老汇、春节花车巡游节、大都会歌剧节、美国纽约电影节、纽约创意周等，在这些大型文化艺术节庆活动上，吸引了世界最前卫的文化产品竞逐亮相，无形中使得全球城市成为伟大文化作品的孵化、交流、展示和评价等功能于一体的世界大舞台。

（五） 文化机理:严格保护和挖掘利用历史文化单元，增强城市发展的历史厚度和人文底蕴

充分认识城市历史文化资源在现代城市转型发展中的功能和作用，最大限度地实施保护性开发和高效利用，是一座全球城市从伟大走向卓越的重要战略经验。如纽约市的历史保护区包括了全市 4.8% 的居住单元，以及曼哈顿 11.8% 的居住单元，后者意味着众多极为昂贵的物业，是纽约金融服务从业人员和全世界高端物业投资者的重要目标。巴黎人对历史文化非常热爱，法

²梁成喜：《法国“大巴黎计划”：打造“世界之都”》，中国文化报，2017-06-23。

张天宇：《观察美国文化产业：纽约》，人民日报，2012-11-08。

仲量联行：《从法国巴黎时装周看文化旅游下的产业发展与布局》，搜狐财经，2016-09-27。

国大约有 1.4 万座古代建筑和遗址被列为历史古迹，其中巴黎受到保护的古建筑就有 3115 座，著名的卢浮宫、埃菲尔铁塔、巴黎圣母院、巴黎歌剧院和凯旋门等历史建筑都保存完好，就连在公众看来不起眼的下水道也成了巴黎著名旅游景点。巴黎来自欧盟国家的外籍人士的集中居住区域就聚居在历史空间最集中的 1、5、6、7 区，可见，让城市储存人类历史的记忆与生命历程，并借助现代城市更新的方法和手段，让大量的老建筑和历史街区继续为现代化的、高品质的办公、商业和居住功能提供空间资源，这是一座卓越全球城市的真正伟大之处。

三、上海建设并发挥卓越全球城市文化功能的制约因素分析

（一）上海文化发展取得的主要成效

近年来，伴随着上海自贸区改革创新的溢出效应和建设具有全球影响力的科技创新中心的带动下，上海的文化发展取得了以下方面的突出成就：

1. 文化基础设施建设走向了大规模、快速化建设的新局面，初步形成“两轴一廊、双核多点”的城市文化空间发展新格局。据不完全统计，上海已有图书馆 240 家，其中市级图书馆 2 家、区级图书馆 23 家、街镇图书馆 216 家，每 10 万市民拥有 1.2 家图书馆，人均藏书 3.27 册。上海共有美术馆 77 家，其中有 18 家、民营 59 家，均已全部实现免费开放。近年来，新建了中华艺术宫、上海当代艺术博物馆、刘海粟美术馆等国有美术馆，并涌现出龙美术馆、余德耀美术馆等民办美术馆。每年举办展览数量比 5 年前翻了一倍，达到每年近 500 场展览，接待观众人次比 5 年前翻了 3 倍，每年超过 500 万。“十二五”以来，上海剧场设施建设的总量稳步增长，新建改建或功能拓展后投入使用的专业剧场有 20 余个³。2016 年，上海影院和银幕数量近年来首次位列全国单列市第一，截至 2018 年 8 月底，全市共有影院 293 家、银幕 1672 块、座位数 241739 个，与 5 年前相比，分别增长 40%、52%、42%。“十三五”期间，上海规划建设 13 个重大文化设施项目，上海历史博物馆、世博文化公园、上海博物馆东馆、上海图书馆东馆、徐家汇体育公园、程十发美术馆、上海少年儿童图书馆新馆、上海市民体育公园、上海大歌剧院等多个文化地标将陆续建成。

2. 以“十五分钟公共文化服务圈”为代表的现代公共文化服务体系不断完善，民众的文化获得感不断增强。在公共文化设施方面，上海基本形成涵盖市、区、街道、村居的四级公共文化基础设施网络，“十五分钟公共文化服务圈”不断完善。目前，上海共有市区两级群艺馆、文化馆 24 个，开放运营的标准化社区文化活动中心 216 个、农家书屋 1514 个、居委活动室 3952 个、村委活动室 1265 个。近年来，上海依托“活动体系、配送体系、信息化体系”逐渐提高各级公共文化基础设施的场馆使用效率，部分社区文化活动中心、部分热门时段实现了“满载运行”，由财政资金投入建设的公共文化服务设施效能逐步体现。“文化上海云”已覆盖市、区、街道乡镇共 547 个文化馆、图书馆、展览馆、美术馆和社区文化中心及社会文化机构，注册用户近 170 万，累计发布各类活动信息 22.3 万场，服务人次超过 2200 万。

3. 文化产业对城市经济发展的贡献率不断提升，文化创意水平显著增强。近年来，上海文化产业的投融资能力、骨干文化企业的全球化布局、文化产业投资基金、传统产业转型发展、数字出版、游戏产业、网络直播、虚拟现实技术等领域得到快速发展，文化产业核心竞争力不断提升。截至 2016 年底，上海文化市场规模达到约 652 亿元，文化创意产业生产值占到全市生产总值的 12% 左右，预计到 2020 年，将占 13% 以上。与此同时，“市民文化节”“国际艺术节”“国际电影节”“上海旅游节”等大型公共文化活动，已成为文化、旅游、商业融合发展的品牌，在扩大上海文化影响力方面发挥了重要作用。

（二）卓越全球城市文化功能面临的制约因素

³ 周俭：《上海未来 30 年全球城市建设历史文化资源利用研究》，《科学发展》2017 年第 4 期。
包括上海文化广场剧场、上海交响乐团音乐厅、嘉定保利大剧院、上海儿童艺术剧院、大宁剧院、市群艺馆星舞台、人民大舞台、喜马拉雅大观舞台、国际舞蹈中心、虹桥艺术中心等大中型剧场，艺海剧院剧场、新光影艺苑、兰馨悦立方、佳都剧场、星梦剧场、1933 微剧场等小剧场。

尽管上海文化在上海城市发展中发挥了重要作用，也取得了可喜的成绩。但是与世界顶尖的卓越全球城市文化发展及其核心功能作用相比较，上海的文化发展依然面临着诸多制约因素，其文化功能亟待进一步强化和优化。

1. 崇尚多元、宽容、平等、自由的文化成长环境和土壤有待进一步培育和耕耘。近年来，尽管上海开展了“海纳百川、大气谦和”的城市精神文化塑造行动，但从目前以学历为导向的人才积分落户政策、宣传系统过于谨慎的文化管理方略、成功的民营文创中小型企业生存困难、新上海人缺乏城市归属感等诸多现实表明，上海尚未形成真正所谓“文化大熔炉”、“中国及世界文化人才大舞台”的氛围和境界，这在一定程度上使得上海建设卓越全球城市过程中，还缺乏一种包容性、多样化、自由宽松的文化氛围。

2. 文化设施或艺术场馆的人均拥有量、空间集中度有待进一步提升。近年来，随着上海文化设施建设力度的不断加大，有些设施已明显接近巴黎、纽约等全球城市水准，如在博物馆数量上，根据 2015 年《世界城市文化报告》的数据，上海有 27 家国家博物馆，超过巴黎的 26 家；博物馆总量上海有 92 家，多于巴黎市区的 52 家（国家级博物馆 26 家，巴黎市级博物馆 14 家，其他类型 12 家），上海已实现每 20 万人拥有 1 座博物馆，高于巴黎的水平。上海的公共图书馆已有 240 家。如从人均密度和空间集聚度上来看，上海的博物馆、图书馆数量与巴黎、纽约等城市还有一定距离，如巴黎博物馆的市区空间密度为 50 座/100 平方公里，上海则为 15 座/100 平方公里。在公共图书馆方面，东京有 1675 家、巴黎有 830 家，分别是上海的 7 倍、3.5 倍，东京、巴黎的人均拥有公共图书馆数量分别为 5.6 家/10 万人和 7 家/10 万人，分别是上海的（1 家/10 万人）5.6 倍和 7 倍。在美术馆方面，巴黎拥有 1046 座美术馆，伦敦和东京以 857 座和 688 座位为全球第二和第三，上海只有 77 座，人均拥有量和空间密度均低于巴黎、伦敦和东京。在影剧院方面，上海 2016 年只有 293 家影剧院，纽约 2015 年有 420 家剧院。

3. 知识生产、信息流通、文化交流功能及文化吸引力有待进一步强化。一座卓越的全球城市，一定是极具知识生产、信息流通、文化交流等功能的城市，文化必将成为吸引世界各地民众前往旅游的核心因素。从这一点看，上海还有很多不足。首先，知识生产和信息流通功能欠佳。例如，巴黎拥有 17 所知名大学、350 所高等教育机构和全国 59% 的研究人员，每年出版书籍 7.47 万册，而上海只有 67 所高等学校，每年图书出版约 2.5 万册（2015 年数据）；纽约出版 2000 多种周报和月报，拥有几百种国家级杂志出版社，拥有 80 多种有线新闻服务、25 家有线电视公司、35 家广播电台和 100 多家地区性广播电台，而上海有 98 种报纸、628 种期刊、4 座广播电台、11 座电视台。

表 1 上海和部分全球城市文化艺术交流设施比较

	剧院数（家）	大型音乐厅（座）	艺术画廊（家）	音乐表演场地（处）	每年举办电影节数（个）
伦敦	241	10	857	349	62
纽约	429	15	721	277	57
巴黎	115		208	83	—
上海	202	2	—	50	1

资料来源：戚颖璞，《上海 2040 | 海派文化鲜明的卓越全球城市要如何打造》，上观新闻 2016 年 9 月 24 日。

其次，文化交流功能与文化吸引力偏弱。一方面，文化交流功能还不够强，这可以通过卓越全球城市高度密集的文化艺术演出情况加以反映（见表 1），例如纽约全市有近 2000 家非营利艺术演出组织，林肯艺术中心和百老汇是两大艺术演出的顶级板块，其中林肯艺术中心汇聚了 11 家艺术表演机构，有 30 个室内室外演出场所，共设 2.7 万个观众席。每年开展的全球知名艺术家、教育家带来的演出、大型活动以及教育活动逾 5000 场；而百老汇集中分布有几十家剧院，有些剧目上演十几年，整个百老汇地区，每年的票房总收入为 12 亿美元左右。⁴而在此方面，上海不仅艺术场馆分布比较分散，缺乏像“伦敦西区”、纽约“百

⁴ 《林肯中心、百老汇：纽约演出业艺术与商业共生的启示》，中国文化报，2013-08-28。
《去纽约百老汇看精彩演出》，纽约旅游资讯网，2014 年 8 月 19 日。

老汇”这样的艺术集中板块，全市仅有 180 个艺术团体，尽管每年也引进国外艺术团体来沪演出，但本身的文化演出和艺术交流功能明显不够。

与此同时，与剧场艺术演出、博物馆、美术馆、会展、旅游等文化欣赏紧密相关的城市文化吸引力，自然成为决定城市魅力、影响力、竞争力的核心因素。文化成为这些卓越全球城市吸引世界民众前往的主要理由。伦敦发展署的一项调查表明，40% 的游客到伦敦旅游的核心目的就是为欣赏文化；对每一个来纽约市参观、访问、旅游的人来说，观赏百老汇音乐剧成为不可或缺的节目；巴黎更是以每年接待 3700 万的游客和 8200 万参观者，成为全球最具吸引力的旅游目的地，充分展现了文化吸引力对一个城市发展的核心动力作用。而上海每年接待国际游客大概 860 万左右，而真正为文化而来上海的人数，更是不得而知。

4. 兼顾供给侧和需求侧为主的社会文化消费及补贴政策有待进一步健全。卓越全球城市要体现真正的文化核心功能，关键在于要让本地市民拥有良好的文化消费习惯、强烈的消费意愿和真实长久的文化消费能力，这才是真正建设国际文化大都市的动力所在。巨大文化消费市场的背后，是政府对文化艺术演出场馆采取的大力支持和补贴政策做保障，致使一些著名的剧院保持每场都有低价票的传统做法，让更多的人享受到各种高雅的艺术欣赏。在此方面，上海近年来不断加大商业演出中公益票的支持力度，让更多的人走进剧场剧院，除了文化产品供给与需求存在不对应之外，文化消费“嫌贵”是当前制约上海建设卓越全球城市和国际文化大都市的显著制约因素之一。

四、上海建设卓越全球城市的文化路径及策略

文化是卓越全球城市的核心功能之一，也是提升城市吸引力、软实力、城市魅力的重要依托。党的十九大报告充分表明中国特色社会主义发展已经站在一个新的起点、进入新的发展阶段。上海卓越全球城市的建设，也将进入以新时代中国特色社会主义思想为指导、以全面建成社会主义现代化强国目标为引领的崭新文化发展阶段。充分借助和发挥上海服务国家“一带一路”桥头堡作用，进一步激活城市文化核心功能，促发全球城市的活力和动力，是新时代上海建设卓越全球城市的有效路径和战略任务。为此，本文提出如下建议：

（一）为提升文艺原创力和文化创新提供最佳土壤和环境

全面宣传“移民城市”的“多元化”特质，制定反垄断、反歧视等法律法规，打造真正实现百花齐放、百家争鸣、公平竞争的开放、包容、创新的城市文化精神。

1. 制定专门的社会反歧视法，构筑人人平等的新型全球城市。采取立法和制度的力量，切实消除各行各业中诸多社会歧视行为，是构筑公平城市、创新城市的重要基础，更是集聚文化人才、激发文化创新活力的重要保障。因此，建议上海率先制定‘一部反对一切社会歧视行为的地方性法律法规，确保每个外来移民个体，尤其是各类文化艺术人才在劳动力市场、公共服务市场、文化消费等领域获得公平的基本权利，构筑真正具有开放、包容、公平的城市精神，为多元文化的生长发育提供良好的外部环境。

2. 扩大文化领域开放，营造鼓励多种所有制文化创意企业平等竞争、共同发展的市场环境。在全面贯彻落实中央关于促进中小非公有制企业发展政策的基础上，进一步加大文化的开放度，制定《上海非公有制文化中小型企业与社团发展促进法》，为民间文化企业、文化社团的发展提供包括市场准入、土地、金融、税收、人才等方面的综合扶持措施，创造更加公平、更加开放、更具竞争力的文化发展环境。

（二）营造现代文化投融资新格局

积极主动地构建上海国际文化大都市建设的“部市合作”，争取国家加大对上海文化建设的投入力度，形成中央政府、地方

政府、社会资本有机结合的现代文化投融资新格局。

1. 建立文化发展的“都市合作”战略框架，中央与地方共建共享上海国际文化大都市建设及成果。世界全球文化城市的发展经验表明，国际文化大都市的发展离不开国家或中央政府的投资支持。为此建议上海进一步加大与中央政府的沟通与协商，确立由中央政府参与投资的文化新型发展战略，与上海共建具有国家意义和世界水准的文化地标、文化创新空间、文化交流组织、文化人才培育等重大文化载体，通过弘扬中华文化和中国文明，不断壮大上海国际文化大都市的文化影响力、创造力和竞争力。

2. 加大政策创新力度，有效运作文化发展基金，更大力度地吸收社会资本向文化领域进行投资。纽约其繁荣的文化发展背后，是大量的非营利文化剧团和文化基金的支撑。这一经验值的上海学习。建议上海在企业、个人、慈善团体等对文化捐赠的税收优惠方面做出进一步的政策创新，在文化发展基金获更多的社会捐赠的基础上，创建更加多样化的文化发展基金，让文化发展基金对全市非营利的文化场馆和演出活动给予最大程度的支持，让更多的文化艺术作品和演出活动能吸引低收入群体参与，让更多人参与到城市文化的建设之中来。

（三） 打造现实与虚拟相结合的国际大都市现代艺术集聚区

加大城市各类剧场运作管理模式创新，打造现实与虚拟相结合的国际大都市现代艺术集聚区，促进音乐艺术集聚繁荣发展的文化空间新地标。

1. 在现有基础上，改革与创新剧院运营管理模式，形成专业化、精品化、全球化的文化运营能力。近年来上海的剧场建设与管理改革，取得了显著的成效，尤其是第三方管理模式，激发了一大批艺术剧院的发展活力。今后随着一些场馆的不断建成，传统戏曲文化、现代艺术文化演出的能力将会进一步增强。下一步，在总结已有经验的基础上，加大经营管理团队的国际化培训力度，组团到纽约、伦敦、巴黎等地进行考察学习，让其开阔视野，更新思路，全面提高各类剧院在满足文化需求、文化创作引领、文化人才培育、文化品牌创立、全球资源整合等方面的软实力，逐步打造专业化、精品化、全球化的文化艺术演出场所。

2. 打造具有上海特色、世界影响力的文化艺术集聚区。结合“两轴一廊、双核多点”的城市文化空间发展新格局，建议以人民公园、花木、徐汇滨江等文化集聚区域为核心，设立专门的“文化艺术集聚区”或“城市文化发展促进区”，制定出台专门的文化集聚发展政策，政府、企业、文化团体等联手打造若干个具有世界影响力、上海特色的文化繁荣发展新型空间，构筑类似纽约格林尼治艺术中心和百老汇、伦敦西区的文化艺术高地。

（四） 搭建上海文化服务交流的全球化新平台、新载体

充分借助上海服务“一带一路”倡议桥头堡作用，搭建中国文化“走出去”、海外文化“引进来”的上海文化服务交流的全球化新平台、新载体。

1. 设立“一带一路”文化发展上海服务中心。文化相通是“一带一路”倡议的基本内容，也预示着中国和上海文化走出去的战略机遇，上海在文化发展上应该有更大的新作为。建议上海市政府设立“‘一带一路’文化发展上海服务中心”，充分发挥促进“一带一路”沿线国家之间文化相通（走出去、请进来）方面信息链接、组织运营、服务交流等优先职能，为“一带一路”国家之间文化交流搭建共同的平台。

2. 创设“一带一路”文化交流互动的系列载体和平台。积极主动地策划“一带一路”国家文化博览会、“一带一路”文化发展论坛、“一带一路”市长文化发展决策咨询会议、“一带一路”文化演艺市场联盟、“一带一路”国际文化艺术节等多元化、

系列化的互动载体和平台，提高上海在“一带一路”文化互动发展中的资源整合功能、文化产品交易功能、文化信息交流服务与传播功能等，在繁荣城市文化中不断提升文化发展的影响力和话语权。

（五）全面提升文化产业的渗透力、影响力和竞争力

在实施文化创意园区功能再造战略的基础上，深化推动文化与城市其他功能的跨界融合发展，全面提升文化产业的渗透力、影响力和竞争力。

1. 提升创意人才住房供给力度，降低文化创意产业发展的成本，促进文化创意产业可持续发展。根据《2015年世界城市文化报告》研究表明，在一些大城市，高房价、高物价已经逐渐破坏了城市维持文化生活的能力。近年来，在伦敦、纽约这样的城市中，公寓住所已取代了影视录音棚，银行家取代了艺术家。在过去的8年间，伦敦已经失去35%的音乐表演场地；据估计，在未来的4年间，伦敦将会失去约30%的艺术工作空间。据此，持续优化政策供给，加大创意人才的不断聚集，理应成为上海促进文化创意产业的核心和关键。一要积极利用各类引才引智计划，引进海外高端人才，引进文化创意产业的领军人物。二要适度放开仅凭学历学位认定人才的做法，尊重市场和企业对人才的认定标准，通过企业内部的知识产权入股，以及多方位的人才服务政策，为创意人才的成长与发展提供激励性措施。三要在户籍管理、（人才）居住证、公租房住宅、子女教育和医疗卫生等公共服务制度设计方面，向优秀的创意人才有所倾斜，扫除创意人才创业和就业的后顾之忧，为创意产业的可持续发展提供有效的社会制度保障。

2. 充分把握多元产业跨界融合发展的大趋势，制定专项规划及政策，稳步提升“文化+”产业的深度融合发展能级。充分发挥上海丰富的历史文化资源、先进制造业、大型商业综合体、科技资源、数字资源等优势，借助大数据、互联网+等现代科技，深度推进“文化+”跨界融合产业发展，如城市历史文化旅游、工业旅游、文化创意、科技文化节、文化互联网等新业态、新模式、新增长点，不断增强文化对经济、社会的渗透力、影响力以及核心竞争力。

（六）实施文化发展“补短板”战略

着眼于新时代我国社会主要矛盾的根本性变化，研究制定更加普惠有效的文化消费政策，实施文化发展“补短板”战略。

1. 顺应新时代社会矛盾的根本性变革，实施文化发展“补短板”战略，着力解决好文化发展不平衡、不充分的问题。一要根据上海人口空间布局和结构性变化，推动文化设施在不同区域、不同群体之间的合理配置，尤其是要向人口不断集中的城郊接合部、郊区等区域，加大文化设施和文化投资的布局倾斜，构建公平合理的文化资源配置体系。二要根据人民群众对文化产品的多层次、多样化需求，持续加大文化公共产品的供给侧改革，鼓励创作有思想、有品质、有感染力的文化艺术作品，努力满足社会各阶层群体对美好生活的文化新期待。

2. 研究制定更倾向社会底层民众、普惠的文化消费政策，提高文化消费能力，提升文化获得感。在稳步加大基本公共文化服务供给的同时，建议政府进一步加大与文化企业或艺术演出剧场之间的合作，通过完善经济补贴、文化消费政策，让更多的剧院拿出更多的公益票或低价票，甚至开展更多面向社会基层社区和底层民众的免费演出活动，让更多的低收入群体走进剧院，享受现代文化艺术的观赏和熏陶，不断提高市民的文化消费能力和整体艺术素质，这是一座真正伟大卓越全球城市文化持续繁荣发展的根基所在。

（七）努力将上海打造成为“中国特色社会主义文化演绎中心”

注重优秀历史传统文化、革命文化、现代科技相结合，努力将上海打造成为“中国特色社会主义文化演绎中心”。

1. 加大中华创世神话研究和产业化开发，打造“中华五千年传统优秀文化演绎中心”。近期，建议围绕中国创世神话研究存在整合集成的空白，凝聚全国学术研究资源，研究完成有权威性的论著和作品，并配套开发研制创世神话的产业化艺术作品，讲好中华文明起源的故事。在此基础上，加大与内地古都城市之间的合作，共建中华五千年文化演绎中心，让上海成为西方人了解中国历史文化全貌的一个综合窗口或第一站。

2. 发挥上海独特的红色资源优势，共建“中国革命文化演绎中心”。上海要充分发挥中共一大会址等红色资源优势，主动出击，与全国红色革命资源丰富的省区市进行协商共建，将上海打造成中国共产党资料最全、理论研究水平最高、文化演艺产品最丰富的“中国革命文化演绎中心”，成为新时代中国特色社会主义思想的世界传播中心。