

# 党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望\*

顾 江

**摘要:**党的十八大以来,我国文化产业发展迅猛,经历了巩固改革成果阶段、探索转型阶段、协同发展阶段及高质量发展阶段,成就斐然:文化产业规模持续增长,产业结构不断高级化,市场主体愈发活跃;对外文化贸易异军突起,有力推动中华文化“走出去”战略实施;实施乡村文化振兴,释放居民文化消费潜力、满足居民美好生活需求。在此过程中,我国文化产业始终坚持双效统一原则,在政策引领、试点先行的创新发展理念引导下,坚持融合化、集约化、协同化的发展路径,以推进产业转型升级、释放市场活力为抓手,以平台建设强化服务保障,初步建成中国特色现代文化产业发展体系和市场体系。面对未来,文化产业发展面临着诸多机遇与挑战,本文提出从建立健全数字文化产业生态体系,推进园区向产城融合发展、探索建立文化产业虚拟集群,完善文化金融服务体系,充分释放居民文化消费潜力,以技术赋能文化产品品质提升、营造健康有序的内容创作环境,加强文化产业人才供给体系建设、实现人才供给与需求有效对接,完善文化市场监管机制、优化文化企业竞争环境,加快区域文化市场一体化建设、形成全国统一文化大市场等方面不断促进文化产业竞争力提升和高质量发展。

**关键词:**文化产业 发展历程 成就经验

DOI:10.19744/j.cnki.11-1235/f.2022.0089

文化产业具有低能耗、可持续、创意性等优势,符合现阶段“质量变革、效率变革、动力变革”的经济发展新要求。党的十八大以来对文化产业提出“到2020年成为国民经济支柱性产业”的发展目标,此后,文化市场主体不断壮大、新型文化业态模式涌现。2020年,十九届五中全会就“健全现代文化产业体系”作出最新战略部署,这标志着文化产业发展即将进入跨越式成长的跃迁阶段。然而,目前还存在高质量文化产品和服务有效供给不足,不能满足人民多样化、多层次的精神文化需求;高端复合型文化产业人才供给不足,人才培养机制尚不完善;文化企业创新能力不足,文化科技成果转化机制欠缺;文化产业国际竞争力不足,在全球产业链分工中处于相对弱势地位等问题。为此,本文系统回顾党的十八大以来我国文化产业的发展历程与成就经验,尝试从生态建设、人才储备、环境营造等方面提出未来展望,为现代文化产业体系的动态化建设提供参考。

## 一、党的十八大以来我国文化产业发展历程

### (一)2012~2013年:巩固改革成果阶段

经历了长达10年的文化体制改革,文化产业发展概念内涵不断得到充实和明晰、全行业转企改制工作接近尾声、文化产品市场体系初步完善,我国文化产业进入全面快速发展时期。2012年,党的十八大报告指出要推动文化产业成为国民经济支柱性产业,强调要紧紧围绕建设社会主义文化强国的目标,加快完善文化管理体制和文化生产经营机制,建立健全现代文化市场体系。这不仅对文化建设、文化创新提出了新的要求,而且赋予了文化产业改革创新发展的历史使命。2013年党的十八届三中全会再次提出要深化文化体制改革,支持各种形式小微文化企业的发展,随后出台《关于大力支持小微文化企业发展的实施意见》,重点从培育企业发展优势、激发创新意识等方面增强小微文化企业创新发展能力、扩大企业发展规模,拓宽社会资本投资额

\*本文得到阐释党的十九届四中全会精神国家社科基金重点项目“健全现代文化产业体系和市场体系研究”(项目号:20AZD065)、国家社科基金艺术学重大项目“5G时代文化产业新业态、新模式研究”(批准号:20ZD50)的资助。

## 党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望

### 党的十八大以来取得的重要成就、成功经验和理论创新

域,推动国有文化企业与民营文化企业快速发展,文化产业所有制结构基本形成。

#### (二)2014~2017年:探索转型阶段

2014年以来,文化产业的渗透性、关联性不断凸显,文化产业开始实行集约化、融合化发展。对文化产业示范基地建设的探索可以追溯到2006年,在此基础上,2014年印发《国家文化产业示范基地管理办法》,文化产业示范基地的建设重点从原先的“规范管理”转变为“服务支持”,强化动态化管理、鼓励融合发展,对文化产业集约化发展的探索不断创新。2016年,原文化部在国家文化产业示范基地建设工作的基础上进一步完善国家级文化产业示范园区创建工作方案,提出按照“价值引领,内容导向”“政府引导,市场运作”等原则开展文化产业示范园区创建工作,强调示范园区应当发挥集聚功能、要素资源配置功能。文化产业园区建设已成为培育壮大文化市场主体的重要支撑,相关部门开始建立评价指标体系与评估机制促进文化产业园区高水平、差异化建设,最终创建一批高质量的国家级文化产业示范园区,产业集中度和集约化水平显著提高。

雒树刚(2015)提出要积极抢占文化与相关产业融合发展的制高点,努力构建结构合理、门类齐全、竞争力强的现代文化产业体系。2017年原文化部发布的《“十三五”时期文化产业发展规划》中提到要推动文化产业转型升级、提质增效。具体表现为以下几个特征:一是“文化+科技”,2012年科技部等六部委发布的《国家文化科技创新工程纲要》系统性地提出要加强文化和科技融合,创新文化产业发展模式、促进产业转型升级发展,通过建立跨部门、跨地方的协调工作机制,重点围绕文化领域的共性关键技术、新兴文化产业的培育发展、传统文化产业的优化升级,以及文化科技创新发展的环境建设等开展大量的理论探索与实践,成效显著;2015年的全国两会上首次提出“互联网+”发展战略,传统文化产业数字化转型,文化产业新业态、新模式不断涌现。二是“文化+金融”,2014年原文化部、中国人民银行、财政部为落实党的十八届三中全会“鼓励文化资源、金融资本、社会资本相结合”的要求,联合发布了《关于深入推进文化金融合作的意见》,通过建立文化金融合作部际会商机制,不断开拓创新文化金融体制机制、创新符合文化产业发展需求的金融产品与服务;2015年,文化领域首次被纳入《关于在公共服务领域推广政府与社会资本合作模式的指导意见》中,一方面通过进一步创新文化金融服务组织形式支持文化人才创业和小微文化企业发展,另一方面鼓励地区积极创建文化金融合作试验区、推动文化与金融全面对接,两者的融合已成为我国文化产业快速健康发展的关键动力。三是“文化+旅游”,为提高文化与旅游融合发展的质量和效益,2017年国家发改委发布《“十三五”时期文化旅游提升工程实施方案》,重点布局公共文化服务、文化遗产保护利用和旅游基础设施等方面的建设任务,让文物保护、红色旅游迈向新台阶,传统文化持续破圈,文化自信与民族自豪感显著提升。文化产业与相关产业的融合化发展态势加速了文化与旅游从体制到机制的全面融合发展,综合型文化产业政策比重明显增加,2018年文化部和国家旅游局合并为文旅部,标志着文化和旅游等相关产业的融合走向高质量发展阶段。

#### (三)2018~2021年:协同发展阶段

区域协同和统筹协调是2018年至今文化产业发展的关键词,也是“十四五”时期文化产业发展的关键任务之一。在2017年发布的《“十三五”时期文化产业发展规划》中,产业空间布局相关内容已被提及,但仅仅是围绕“一带一路”倡议、京津冀协同发展战略、长江经济带战略作了概念性布局。2021年颁布的《“十四五”文化产业发展规划》中,区域协同的发展任务则表现得更为明确具体:首先,空间布局更广泛,由原来的5个增至11个;其次,依据东中西部及各个城市圈资源优势,对各个区域的阶段任务等进行了更为细致的统筹布局;最后,对于联动发展的区域划分,更强调文化的同根同源性。

文化产业集聚已逐渐成为推进区域协同一体化发展的重要举措。文化和旅游部关于推动国家级文化产业园区高质量发展的意见中,反复强调文化产业园区的引领带动性,特别是国家级文化产业园区,应当发挥示范引领与辐射带动作用,提出开展“飞地经济”“伙伴园区”等合作模式。文化产业园区的功能已不再局限于产业集约式发展,而是进一步成为东部地区与中西部地区之间、大城市与中小城市或农村之间文化产业发展的联结,以常态化合作和业态转移的形式,最终形成各地区优势互补、产业集聚与协同创新发展的新格局。

#### (四)2021年以来:高质量发展阶段

文化产业数字化发展必然引领优质文化供给、催生新型文化消费,是文化产业由高速发展转入高质量发展阶段的重要抓手。2016年政府报告中首次提出“数字创意产业”概念,2017年发布了《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》,国家及地方相继出台数字文化产业相关政策,为进入“十四五”之后的文化产业高质量发展奠定基础。2020年文旅部发布《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》,提出实施文化产业数字化战略,并明确到2035年打造5个具有区域影响力的数字文化产业集群。数字文化产业得到了迅猛发展,2021年具有明显文化新业态特征的16个行业小类文化企业实现营业收入39623亿元,两年平均增长20.5%,高于全部规模以上文化及相关产业企业11.6%<sup>①</sup>。各地涌现出一批以优势产业、龙头企业为依托的数字文化产业特色园区。后疫情时代,数字文化产业发展基础的不断夯实和新型业态的不断涌现,不仅为数字文化产业生态体系的构建奠定了坚实基础,为高质量文化产品和服务的供给提供了有力保障,更为文化产业的高质量发展创造了新增长极。

## 二、党的十八大以来我国文化产业取得的重要成就

### (一)产业规模持续增长,市场主体愈发活跃

党的十八大以来,我国文化及相关产业增加值增长速度较快,产业规模持续增长,从2012年的18071亿元增长到2019年的44363亿元,年平均增长率为13.69%,高出同期国内生产总值约4.5个百分点;增加值占GDP比重从3.36%上升到4.5%,向着国民经济支柱性产业的目标不断迈进(详见图1)。受新冠肺炎疫情影响,2020年文化及相关产业增加值增速放缓,占GDP比重下降至4.43%。

文化市场主体更加活跃。我国文化及相关产业法人单位数由2012年末的66.3万个增长到2019年末的209.3万个,年平均增长率为17.8%;文化企业数量经历了快速增长的规模扩张阶段到增速放缓、“优胜劣汰”的高质量发展阶段(详见图2)。文化产业逐渐成为拉动就业的“新引擎”。就业人数从2013年的1760万人增长至2020年的约1894万人,年平均增长率为1.05%。

文化及相关产业规模以上企业总体数量呈现稳步增长的态势,且产业结构呈现出由文化制造业为主导向文化服务业为主导转变的优化态势。2012~2014年,文化制造业规模以上企业数量占比均在40%以上,位列第一;2015年起,文化服务业规模持续扩张,占整体的比重由2015年的41.85%上升至2020年的52.03%,文化软件服务、会展服务、电影视听服务等领域涌现出一批极具竞争力的龙头企业(详见图3),产业结构不断高级化。

2018年,国家统计局对文化及相关产业进行了更符合行业发展动态的分类,包括直接满足居民精神文化消费的六大核心行业和三个辅助性行业。2020年,在新冠肺炎疫情带来的停工停产等负面影响下,文化产业整体上营业收入下降明显,特别是注重临场体验的文化娱乐休闲服务行业。值得关

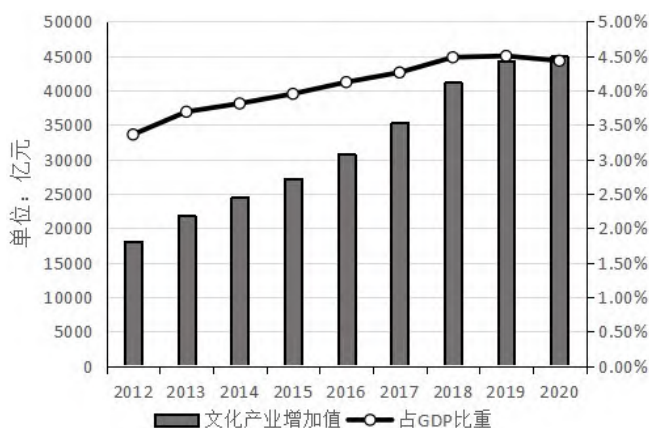


图1 2012~2020年中国文化和相关产业增加值及占GDP比重  
数据来源:中国文化和相关产业统计年鉴。

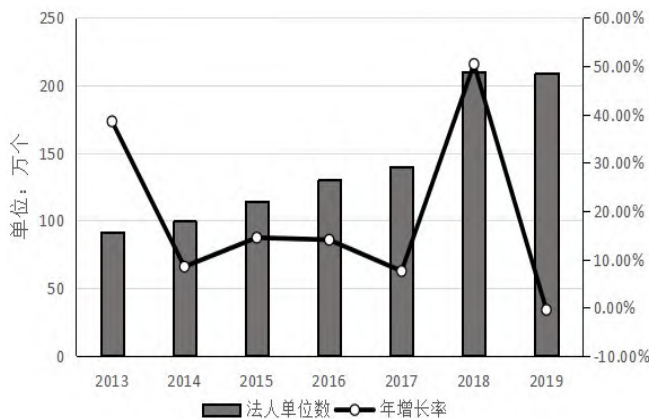


图2 2013~2019年中国文化和相关产业法人单位数及增长率  
数据来源:中国文化和相关产业统计年鉴。



## 党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望

### 党的十八大以来取得的重要成就、成功经验和理论创新

注的是,诸如内容创作生产、文化传播渠道(如数字出版)、文化消费终端生产(如信息服务终端制造)等领域受影响程度较小,规上企业营业收入占全行业比重相较于2019年分别提升了2.29%、0.41%、1.44%,线上领域在突发事件背景下表现出了极强的韧性(详见图4),与“十四五”时期加快建设数字经济的发展目标顺利接轨,数字文化产业发展势在必行。

全国一般公共预算文化旅游体育与传媒支出持续增长,由2012年的2268.35亿元增长至2020年的4245.58亿元(详见图5),年平均增长率为8.15%,与全国一般公共预算总支出的增长速度几乎持平;累计支出达29005.62亿元,占同期全国一般公共预算累计支出的17.16%。通过文化产业发展专项资金不断推进文化体制改革,培育了一批具有竞争力的骨干文化企业,在文化金融融合、产业数字化转型方向扶持了一批重点项目,加快现代文化产业体系建立健全。

#### (二)对外文化贸易方兴未艾,推动中华文化“走出去”

党的十八大以来,我国持续加大文化领域对外开放力度,文化产品进出口总额稳步提升,从2012年的887.5亿美元增加到2020年的1086.9亿美元,年平均增长率为2.6%;文化产品进出口额持续实现顺差,2020年我国文化产品进口额为114.9亿美元,出口额为972.0亿美元,实现顺差857.1亿美元,较2012年的顺差额增加了211.6亿美元;文化产品出口额占出口总额的比重也要高于文化产品进口额占进口总额的比重(详见图6),鲜明的文化特色和巨大的国内市场是中国文化产品实现顺差增长的决定性因素,为推动中华文化“走出去”,提升国家文化软实力提供了有力支撑。

整体来看,对外文化贸易重点领域发展成果显著。党的十八大以来,文化产品主要出口至美国和中国香港,共占同期出口总额近五成;文化用品是我国文化产品进出口的主要商品类别,2020年文化用品占到文化产品进出口总额的54.1%(详见图7);民营企业是我国文化出口的绝对主力,在我国文化产品进出口总额中,集体、私营及其他企业占比从2012年的52.0%增长到2020年的63.7%(详见图8)。

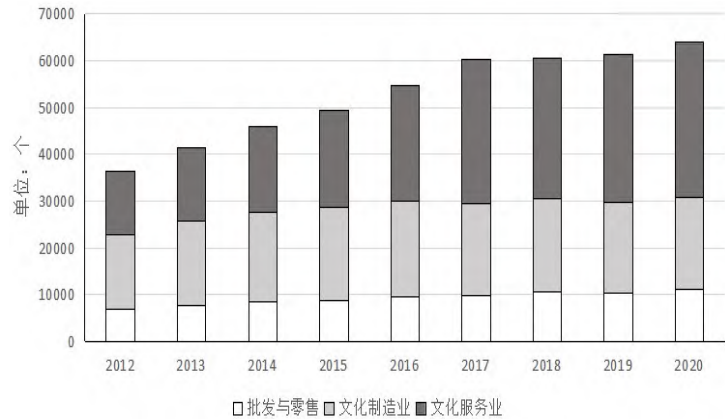


图3 2012~2020年按类别分规模以上文化及相关产业企业数  
数据来源:中国文化及相关产业统计年鉴。

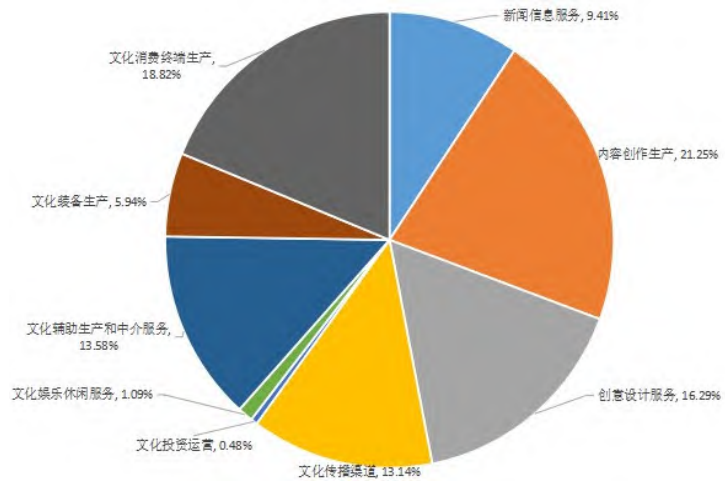


图4 2020年九大行业规上企业营业收入占比  
数据来源:中国文化及相关产业统计年鉴。

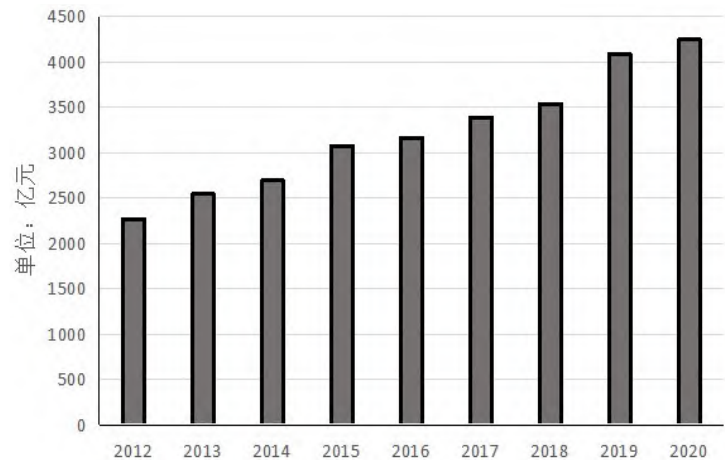


图5 2012~2020年全国一般公共预算文化旅游体育与传媒支出  
数据来源:中国文化及相关产业统计年鉴。

文化贸易载体和渠道不断拓展。自2018年商务部等相关部门共同开展国家文化出口基地建设以来,截至2021年,共有29个国家文化出口基地,辐射和带动更多文化企业及国产优秀文化产品进入海外主流市场;2021~2022年度国家文化出口重点企业共369家,重点项目共122个,有效带动文化贸易的高质量发展,有力展示中国国家形象(详见图9)。

### (三)实施文化振兴乡村,释放农村居民文化消费潜力

党的十八大以来,在党中央新时代乡村振兴的蓝图中,文化振兴是实施乡村振兴战略的重要内容。一方面,发展农村特色产业。长期以来,我国广大农村充分挖掘特色文化资源,推动农村文化资源转化利用,以重点产业项目为载体,形成了诸多以传统手工艺生产为主的农村特色文化产业集聚区。在提升乡村振兴文化内涵的同时,促进农民就业增收,为构建乡村振兴新发展格局提供有力支撑。

另一方面,农村文化消费潜力逐步释放。我国农村居民人均文化娱乐支出从2014年的207.0元增加到2020年的242.2元,年平均增长率为2.7%,增速最高达18.42%,提升农村居民文化消费水平是扩大内需,满足农民美好生活需求的重要保障(详见图10)。

## 三、党的十八大以来我国文化产业发展的成功经验

### (一)社会效益放在首位,实现“双效”统一发展

文化产业发展的首要目的是提升国家文化软实力、不断满足人民群众的精神文化需求,因此必须始终坚持把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一。我国文化产业发展遵循精神文明建设要求,坚持经济效益服从社会效益、市场价值服从社会价值的原则,从完善文化企业内部运行机制、资产监管运营机制和评价考核机制等方面积极推进国有文化企业改革:一是发挥文化经济政策引导、激励和保障作用,设立国有文化资本

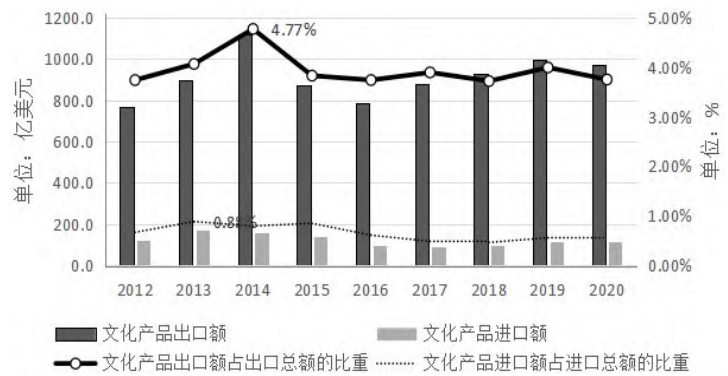


图6 2012~2020年中国文化产品进出口额  
数据来源:中国文化及相关产业统计年鉴

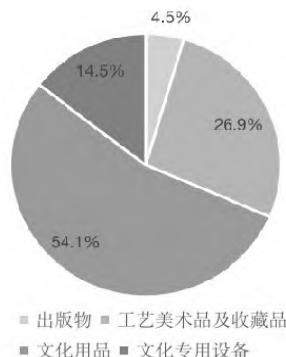


图7 2020年中国文化产品进出口总额中商品类别占比  
数据来源:中国文化及相关产业统计年鉴

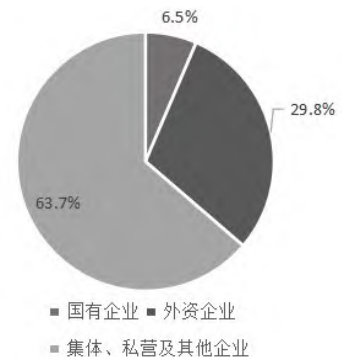


图8 2020年中国文化产品进出口总额中企业性质占比  
数据来源:中国文化及相关产业统计年鉴

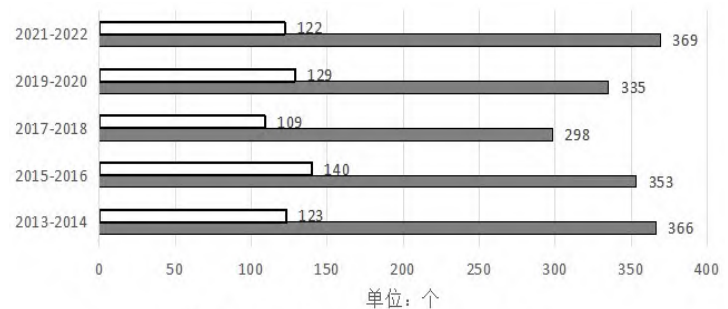


图9 国家文化出口重点企业和项目情况  
数据来源:中华人民共和国商务部官网。

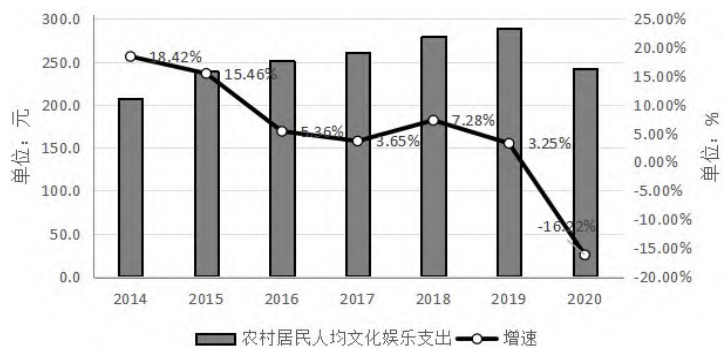


图10 2014~2020年农村居民人均文化娱乐支出及增速  
数据来源:中国文化及相关产业统计年鉴。

## 党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望

### 党的十八大以来取得的重要成就、成功经验和理论创新

投资基金,不断加大对社会效益突出的文化产业项目扶持力度,充分发挥国有资本和财政资金杠杆作用,带动社会资本参与;二是推动国有文化企业的公司制股份制改造,以强化国有文化资产监管为保障,以建立现代文化企业制度为重点,转变发展方式、强化导向管理,打造出了一批具有核心竞争力的国有或国有控股龙头文化企业,成为文化产业的战略投资者和文化市场的主导力量;三是以社会主义核心价值观为引领,遵循文化产品生产传播规律,创作生产出了一批能够弘扬中华优秀传统文化、体现中华文化精神的优秀文化产品;四是创新资产组织形式和经营管理模式,建立健全文化企业绩效考核评价标准,将社会效益考核细化量化到政治导向、内部制度、队伍建设、文化创作生产和社会影响等具体指标中,实行以社会效益考核为主的差异化考核。基本构建出把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一的体制机制,有力促进文化产业健康发展和文化市场繁荣有序,实现社会效益和经济效益的同步提升。

#### (二)政策引领,试点先行

为扩大和引导文化消费,2015年原文化部、财政部采取有针对性的促进文化消费政策措施进行试点,在试点工作取得实际成效的基础上,2016年两部委联合印发《关于开展引导城乡居民扩大文化消费试点工作的通知》,先后公布了第一批第一次26个、第一批第二次19个国家文化消费试点城市名单,全国范围内共有45个城市确定为国家文化消费试点城市,试点城市充分发挥典型示范和辐射作用,以点带面,形成了若干促进文化消费的可复制创新推广模式,沉浸式体验、夜间文旅等新兴业态层出不穷,需求适配与供给优化相互促进,不仅推动我国文化消费总体规模保持持续稳定增长,还创造出“文化消费牵引文化供给、文化供给创造文化需求”的良性循环机制、灵活精准的供需对接机制。为进一步推动文化产业和旅游产业高质量发展,2020年文化和旅游部、国家发展改革委和财政部联合发布了《关于开展文化和旅游消费试点示范工作的通知》,随后发布了第一批15个国家文化和旅游消费示范城市,第一批60个、第二批55个国家文化和旅游消费试点城市名单,试点示范工作在全国范围内铺开,推动《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》提出的各项举措在试点和示范城市率先落地。随着试点示范工作的持续开展,各地区结合当地的特色文化和消费习惯,从构建文旅消费良好政策环境、创新文旅业态模式、提高文旅消费便捷程度和产品服务的供给质量、拓展文旅消费新空间等方面加大财政扶持力度,推动形成一批文旅消费创新引领新模式,探索出文化和旅游消费潜力释放的长效机制和有效路径。

#### (三)着眼“文化+”,融合发展

党的十八大以来,我国以文化赋能发展,在融合中拓展文化产业发展的广度和深度,从而实现了文化产业的跨越式发展。一是跨要素融合,即文化与产业要素的融合,如“文化+科技”“文化+金融”等。文化与科技的融合一方面促进了文化资源的数字化转化、实现了文化资源的保护与传承,如浙江省建立文化资源数据库,实现对特色文化内容的快速检索和信息化转化;另一方面催生出新的文化业态、创新形成新的发展模式,提高产业自主创新能力(郭新茹、顾江,2014)。金融资本是促进文化产业发展的的重要杠杆,北京东城区和浙江省宁波市作为首批国家文化与金融合作示范区,积极破解小微文化企业融资难等问题,创新多元文化金融产品和服务,根据文化金融价值链条的独特性、动力机制的复杂性等特质探索出多种融资合作新模式。二是跨行业融合,即文化产业与其他产业间的双向融合,如“文化+旅游”等。在政府引导、企业行为、消费者需求和市场机制驱动下,通过文旅资源的共享、产业优势的互补,文化产业和旅游产业逐步由分立走向融合,推动构建出文化旅游立体化全产业链体系,形成如无锡市拈花湾小镇、南京市夫子庙—秦淮观光带、上海市外滩风景区等120个国家级夜间文化和旅游消费集聚区,以及中国义乌文化和旅游产品交易博览会等展示文旅融合成果的会展平台,使得文化和旅游产业在共生相辅中实现价值链的互动延伸,逐步消解产业间的联动障碍与非经济壁垒。三是跨平台融合,即文化产业与平台的融合创新,如“互联网+文化产业”等。进入数字经济时代,文化产业基于互联网打造数字文化产业平台,推动网络文学、网络视听、电子竞技、版权衍生等数字文化产业新业态快速发展,加速产业链、技术链和创新链的深度融合,催生出新的产业价值链。如上海积极打造全球电竞之都,从资金扶持、引进电竞人才、支持赛事举办等方面为电竞产业的发展提供有力支持;咪咕视频运用“5G云



包厢”“5G云呐喊”等前沿直播技术立体化呈现北京冬奥赛事,一方面使得文化产业数字化、网络化、智能化发展水平明显提高,削弱了市场边界,去中心化趋势明显,大幅提高文化产业生产效率和范围经济效应;另一方面促使价值链表现出跨界发展、平台为王和反向延伸等特征,涌现出IP(即知识产权)改编模式、小企业联合平台模式等新的产业模式(黄锦宗、陈少峰,2016),塑造出数字文化产品和服务的新型产业形态,文化与科技融合创新文化产业发展模式,提升国家文化软实力和中华文化海外传播影响力。

#### (四)要素聚合,集聚发展

文化产业以创意生产为核心,是典型的知识密集型产业,而创意的产生需要异质性主体之间的思维碰撞;同时,文化产业价值链具有网状特征,行业领域辐射范围广,参与价值链分工的企业具有多元化的特征。因此,文化企业、项目、要素在空间上的高度集聚是文化产业发展的必然模式。遵循产业发展规律,近年来,我国培育出众多品牌优势与辐射作用明显的优质文化产业集聚区。

尽管各地、各级文化产业园定位、模式不尽相同,但其发展经验具备一定共性,将为2025年建成50家左右国家级文化产业示范园区的目标提供有益探索。一是园区建设都根植于城市产业基础、文化资源基础和技术基础。部分文化产业园建设充分利用了城市老厂房、旧工业区等闲置空间资源,既助推了旧城“涅槃”更新,又形成了承载城市历史的特色文化地标,这一模式中较为典型的有“新华1949”文化金融创新产业园、田子坊文化产业园等众多特色园区。此外,由于文化产业具有极强的行业渗透性,能够与城市一二三产业相呼应,催生了众多立足于城市优势产业的融合性文化产业园,如休闲农业示范区、工业设计产业园、文化与金融合作示范园等,充分发挥了空间溢出与产业溢出效应。二是园区中形成以龙头文化企业带动引领、中小微文化企业弹性专业化发展的格局,以重大项目为引领,通过头部企业带动上下游产业链发展。三是构建文化产业园服务体系,以完善的基础设施建设吸引文化企业、人才入驻,辅以政策咨询、金融服务、市场影响服务等增值服务,同时成立研发机构聚合专业团队技术力量,形成高效有力的服务保障体系。

#### (五)空间布局,跨域协同

在把握文化产业发展规律和区域资源要素条件的前提下,优化文化产业空间布局成为党的十八大以来助推文化产业发展的重要战略。从2012年《“十二五”文化改革发展规划》指出“形成一批具有国际影响的文化创意中心城市和城市群,培育一批特色文化产业乡镇和文化产业特色村”到2021年《“十四五”文化产业发展规划》的“四群七带”布局,针对文化产业发展空间布局、区域协同的任务愈发具体化、精细化,但其核心目标自始至终都强调通过差异化定位实现优势互补,统筹城乡之间、发达与欠发达地区的文化产业发展,形成有效的区域联动协调机制。围绕文化产业发展规划,各区域积极部署,京津冀城市群签订《京津冀文化产业协同发展行动计划》,建立文化产业联席会议制度,搭建大数据共享平台,共立项目、共议规划、共办活动,区域间文化产业深度对接融合;长三角城市群文化产业一体化发展以产业联盟为载体,成立长三角文旅产业联盟、长三角文艺发展联盟、长三角电影发行放映联盟、长三角城市文化馆联盟等,以协议的形式达成区域合作共识;长江文化带、大运河文化带则分别串联东西线和南北线,以各自相同的文化基因为核心,以国家文化公园建设为抓手,进行全局定位和目标设计。

可以看到,目前我国文化产业发展围绕城市群和文化带建设形成了“多点支撑,协调发展”的“网状”格局,突破了传统的闭环分布或是“线性”分布模式。文化产业区域化发展这一举措不仅通过了实践的检验,还具有成熟的理论依据。文化产业区域协同是一个立足全局的立体化发展战略,更强调区域分工、合作共赢的良性循环,通过打破区域行政壁垒,实现基础设施互联互通、生产要素在区域间自由流动、产业互补合作、服务异地共享、生态联合共治,在更宏观的范围内进行文化市场的整合与配置、在更大的空间区域中发挥规模效应,有效解决了我国文化产业快速发展过程中形成的集约化专业化水平不高、同质性产业布局等低效率竞争问题。

#### (六)搭建平台,强化保障

搭建文化产业服务平台是有效进行资源配置的制度安排。党的十八大以来,文旅部不断加强对文化产业发展的服务与保障功能,建成并运行了文化消费服务平台、文化人才培养平台、文化产业项目服务平台等公共

## 党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望

### 党的十八大以来取得的重要成就、成功经验和理论创新

平台,为文化企业提供项目展示推介、人才培养交流及政策引导等各类服务。2015年开始打造国家文化产业项目服务平台精品项目展示品牌活动,迄今为止已在厦门、重庆、南京、济南等地举办了26期,不断促进文旅项目推介路演、落地实施,促进文化旅游企业与金融机构充分交流。项目服务平台触发了知识共享与集成创新的多元合作机制,打通了文化产品研发、孵化、推广等产业链关键环节,提升了文化企业在研发创新、信息共享等方面的风险抵御能力。此外,2016年国家文化消费试点城市的建设过程中,针对我国文化消费出现的信息不对称、渠道不畅等问题,众多试点城市同样尝试了搭建文化消费综合服务平台,打通线上线下、建立大数据归集系统,既为相关部门完善政策提供导向依据,又为文化产品供给端积累了用户消费偏好数据。平台智能化的服务以垂直传播的模式实现了文化产品的精准定位与投放,破解了文化产业供需端结构失衡的问题。由此看来,完备的文化产业服务平台不仅为文化企业的运营提供了便利,而且帮助相关职能部门及时把握文化产业消费需求、人才需求的动态,掌握文化政策实施的效果,从而进行资源二次分配与政策法规的更新修正,最终形成正反馈循环,提高文化市场运行效率。

## 四、文化产业高质量发展的未来展望

### (一)建立健全数字文化产业生态体系,推动数字文化产业高质量发展

在数字经济的时代背景下,积极构建数字文化产业新型业态体系,布局线上线下融合发展,建立健全数字文化产业生态体系,促进文化产业与数字经济的深度融合。一是供给端数字化。推动数字技术在文物、文化遗产中的应用,推动文化资源数字化转化,加快建设中华文化资源数据库和政企互通、数据共享、安全可信的国家文化大数据体系,推动文化产业链与互联网的深度融合,建立数字文化产业链链长制,加强数字文化产业内部创新要素与产业要素的融合,促进创新高效服务产业链,打造文化产业数字化新业态、新主体、新模式,将中华优秀传统文化元素融入数字中国建设。同时动态化构建数字文化领域标准体系,建立数字文化标准行业组织,实时监测新业态发展趋势,解决数字文化领域边界模糊的困境。二是生产端数字化。建立数字内容生产、转换、加工平台,提升数字文化装备实力,推动数字文化产业与先进装备制造业、智慧农业,以及金融、现代物流、电子商务、电信服务等商务性服务业的融合,助推文化机构转型升级和数字文化产品开发与市场开拓。构建多层次、多渠道、多元化的数字文化产业金融服务体系,发展产业链金融,提高数字文化企业在金融市场中的透明度,鼓励金融机构加大对数字文化企业的服务力度,发挥财政资金的杠杆作用,落实信贷风险补偿机制,降低数字文化企业融资成本,扩大面向数字文化企业的金融供给规模,实现数字文化资源与金融资本的有效对接。三是需求端数字化。支持文化文物单位、景区景点、主题公园等运用文化资源,将5G+8K、人工智能、虚拟现实、无人机等多感官体验互动技术应用于文化领域,兼顾科技介入与内容内涵,利用优质的文化资源开发沉浸式体验项目,推动沉浸式数字文化项目在城市更新、红色旅游、艺术展演等场景和领域的运用;引导云演艺业态,实现中国歌舞剧院、国家话剧院等国家演出平台与互联网企业之间的跨界合作,将戏曲、曲艺、民乐等传统艺术搬至线上直播平台;培育云会展,构建集云展览、云对接、云签约为一体的智慧会展新业态;丰富云旅游,充分发挥互联网科技在文化旅游中的宣传和推广作用,突破景区空间限制,进一步扩展实时互动的文化消费场景,实现旅游目的地与异地消费者之间的长效沟通,用新技术新装备实现场景化、沉浸式、互动型的文化消费新方式,生动展示中华优秀传统文化。

### (二)推进园区向产城融合发展,探索建立文化产业虚拟集群

文化产业集聚的概念不再局限于提供生产性服务的空间,而应当升级为集商务办公、休闲娱乐、文化生产为一体的文化产业生态社区。既保证生产活动集约高效,又保障生活空间舒适宜居。具体来说,需要实现以下转变:一是园区主体多元化,保持创新活力、强调供需协同。除了聚集一批核心竞争力较强的文化产业上下游企业,还要辅以中介平台、金融机构、研发机构等服务型机构,同时以完备的基础设施打造众创空间,吸引规模较小的初创工作室甚至个人入驻。文化消费者也应当成为园区中的生态子系统,文化产业园区要成为文化供给者与文化消费者随时互动的开放性系统,将文化创意的生产过程植入园区商业配套,作为消费体验的一



部分,引导消费者影响文化生产甚至参与文化生产,形成“产消融合”的良性循环机制。二是产城融合化,园区功能集成、强调联动周边。完善文化产业园区公共服务体系建设,引入医院、图书馆、文体中心、人才公寓多业态在内的配套设施,打造“产城人”互动协调发展的多元功能区。充分发挥文化产业园区的溢出效应,强调园区发展与城市规划联动,在景观设计、文化内涵、产业布局层面与园区周边空间有机结合。

我国文化产业园区呈现出数量井喷式增长趋势,但是逐渐暴露出区域内产业结构单一、区域间同质化现象严重的发展弊端。这是因为文化产业衍生服务开发成本低、边际收益高,能够通过IP(即知识产权)授权合作等形式与众多领域深度融合,传统的封闭空间模式难以“容纳”文化产业无限延伸的产业链条。打造突破企业组织边界、产业边界及地理边界的文化产业虚拟集群成为破局关键。以物联网、大数据等方式实现文化产业园区中各个系统间的数据共享与运营,实现生产资源在虚拟集群内的快速配置。以平台推介的形式帮助文化企业与园区内外企业建立紧密联系,以资源共享、公开信息、专业化分工、人才弹性流动的形式构建文化企业间知识、客户、市场深度共享的“O2O创意生态圈”。

### (三)创新文化企业融资模式,完善文化金融服务体系

鼓励银行业金融机构设立文化金融部门,鼓励银行机构结合文化产业总体布局,特别是在文化要素聚集效应明显的文化产业功能区、文化产业创新实验区、长三角地区文化产业发展协作区、文化金融合作示范区等区域积极设立文化特色金融机构。建立可以满足不同阶段、不同规模文化企业金融需求的文化金融产品体系,高质量地开展普惠金融业务,促进资金盈余部门与短缺部门之间进行高效资金融通。在现有的文化金融体系中加大针对中小微文化企业的资金比重,改革对文化企业的评估机制,着重提升中小微文化企业的创新性与发展潜力,创新开发和完善专利权质押贷款、融资租赁贷款等新型信贷产品,不断破解文化企业发展的资金瓶颈问题。鼓励商业银行、保险公司等各类金融机构发行文化产业题材的理财产品,为金融资金提供配置多元性,也为文化企业扩大资金来源新渠道。探索建立适合文化产业多种贷款模式和风险分担机制,对于处在文化产业链上下游的文化企业,可以尝试以联保联贷等方式提供金融支持。

### (四)充分释放居民文化消费潜力,推动文化消费市场繁荣健康发展

文化消费是文化产业发展的动力,后疫情时期应积极培育新兴文化消费业态、充分释放垂直化、圈层化的文化消费需求,推动文化消费市场的繁荣有序和高质量发展。一是优化文化消费环境,培育文化消费新热点。随着互动性、即时性文化消费需求的进一步增长,重点完善文化消费场所的4G、5G网络,积极培育基于网络平台的定制消费、体验消费等新型文化消费模式,进一步改善消费者体验,提高文化消费的便捷性。总结上海、南京、苏州等首批国家文化消费试点城市的经验向全国推广,鼓励打造具有地方文化特色的自主品牌与IP(即知识产权),开发一批常态化、特色化文化消费项目和产品。搭建试点城市、示范城市间的沟通交流平台,建立文化消费大数据监测体系,推动形成常态化的沟通机制,整合共享数据资源,加强趋势分析研判,为促进文化消费提供决策依据。二是深入推进文旅融合,拓展文化消费新空间。推进主题公园、旅游演艺、文化遗产旅游、红色旅游等传统文旅业态提质升级,推动传统商业综合体转型升级为集文化创意、休闲度假等主题于一体的文体商旅综合体。推进长城、长征、黄河、大运河等国家战略性文化公园建设,创立一批文化要素完备、文化主题鲜明的特色文旅目的地,破解当前景区同质化竞争、低水平重复的难题。依托文化资源,大力发展特色文旅、体验文旅、数字文旅等新型文旅业态。推广生态资源依托型、田园观光休闲型、民俗文化依托型、乡村民宿带动型等乡村文旅发展模式,充分发挥乡村文化旅游重点文旅品牌示范带动作用,数字产品与传统文化元素相结合,营造出富有特色的乡村文化氛围,通过文化品牌创新与传播,打造品质化、智慧化、个性化发展的乡村文旅新空间,带动乡村文旅消费业态创新。三是培育夜间文化消费,拓展文化消费新流量。从供给侧发力进一步增加夜间经济文化内容有效供给,推动文化元素与其他业态融合,加快重点区域剧院、小型现场演出、体育竞技场、书店等夜间文化活动载体的设施建设,打造具有文化特色的高品质步行街,加强国家级、省级夜间文化消费集聚区的创建,将文化消费嵌入各类消费场所,丰富夜间游览产品、夜间演艺市场,发展业态多元、体验丰富的夜间文化活动,增强居民夜间文化消费理念,培养居民夜间文化消费习惯,化“流量”为“留量”。

## 党的十八大以来我国文化产业发展的成就、经验与展望

### 党的十八大以来取得的重要成就、成功经验和理论创新

#### (五)技术赋能文化品质提升,营造高质量的内容创作生态

不断加强文化产业相关场景下大数据、云计算、区块链、虚拟/增强现实、人工智能等新技术研发应用,重点关注文化产品互动化传播、沉浸式体验的技术应用系统。提高原创能力,运用数字技术对传统文化资源深度开发,借助网络视频、动漫游戏、网络文学等数字文化产业形态,开发转化一批具有传统文化特色、蕴含中华优秀传统文化与人文精神的高质量IP(即知识产权)。自媒体时代人人皆可成为内容生产者,“多而散”的特征必然给版权保护问题带来困难,而经过时间沉淀的优质文化内容难以融入快节奏的市场竞争环境。由此,要依托新技术、新规范营造健康的内容生产环境,提升内容创作者信心。鼓励支持文化企业、个人基于传统文化、现实问题开发原创内容,对优质的原创作品予以奖励和扶持,由官方媒体进行宣传推介;制定细化行业规范,运用大数据、区块链等技术手段进行监测,对侵犯版权的行为予以严厉打击;引导资本投向创作周期长的精品内容,杜绝“重流量轻质量”的行业风气。

#### (六)健全文化产业人才供给体系,实现人才供给与需求有效对接

文化产业高质量发展的关键是人才,一方面要以文化产业发展需求为导向,建立健全文化产业人才培养体系;另一方面要完善文化产业人才引进、评价和激励机制,优化文化产业人才供给体系。一是聚焦“国之大者”科研人才培养体系建设,实施“精准育才”,加强国家层面的文化产业领域专业智库建设,将研究成果转化为国家战略,重点扶持“走出去”战略需要的国际化专门人才培育,形成具有不同层次高质量人才的培养体系。二是创新文化产业人才培养模式,实施“以链育才”。加快我国文化产业全产业链、全价值链建设,推动文化产业的教育链、人才链同产业链、创新链有机衔接,引导文化企业、文化产业园区、高校与政府共同建立文化产业人才培养基地,加强产学研深度融合,在新文科和交叉学科背景下,培养文化产业复合型人才,完善协同育人的政、产、学、研、创互动发展模式,打破文化产业人才需求与科技、创意、经营、管理等方面的壁垒。三是加大文化产业政策吸引力度,实施“政策引才”。鼓励文化企业多形式、多渠道引进海外优秀文化产业专门人才,针对性地给予科研条件配套、现金奖励和管理机制配套等特殊政策,缓解文化产业人才结构分布不均的问题,优化文化产业人才空间布局。四是建设统一开放的文化产业人力资源数据库,建立文化产业人才标准,实行差别化文化产业人才评价指标,建立健全以实践为导向的动态评价系统,激发文化产业人才创新创业活力,提升培育长效机制效率。突出思维创新、原创导向理念,科学管理和实务培养,依托数字化人才服务平台,构建能够充分发挥要素价值的收益分配机制。

#### (七)加强制度环境建设,优化文化企业营商环境

国家《“十四五”文化产业发展规划》提出政府要在落实经济政策、强化法治保障、规范市场秩序、抓好组织实施等方面发力,充分发挥政府部门能动性,优化文化产业高质量发展整体环境。因此,政府既扮演着引导企业前行的“领路人”角色,又作为市场的“守夜人”,起着协调和规范市场健康有序等多方面作用。一是要通过优惠政策、资金支持等途径引导文化产业发展。借助文化企业税收优惠、财政补贴等相关产业扶持政策及多种专项基金的扶持,支持行业龙头企业发展,扶持具有本土文化特色的创意中小企业,符合区域发展定位的文化企业品牌,引导各类社会资本进入文化市场,有效提升文化企业获取资源和市场资本的能力。二是要完善相关法律法规,健全文化产业法律规章制度。健全文化产业安全监管机制,守好意识形态、文化安全和社会稳定底线,完善和落实安全生产责任制。加强知识产权认定和保护工作,形成有利于文化产业快速发展的制度环境。加强知识产权保护执法力度,严厉打击任何侵权行为,为文化产业相关创意成果及其衍生的商标权、版权、专利权等的保护提供根本性保障,为文化产品与服务创造公平参与竞争的市场环境。

#### (八)加快区域文化市场一体化建设,推动形成全国统一文化大市场

高质量推进全国文化市场统一性建设是全国统一大市场建设的基础和关键。全国统一文化大市场建设能够促进国内外文化市场规则标准融通,吸引国外中高端文化要素资源向国内汇聚,畅通国内国际双循环。首先要强化文化市场基础制度规则统一、推进文化市场监管公平统一,解决重点领域和关键环节存在的隐性壁垒门槛等突出问题,全面打通制约国内文化市场大循环的堵点;其次要打造统一的文化要素和文化资源市

场、推进文化产品和服务市场高水平统一,实现文化产品供给与需求在更高层次与水平上的动态均衡。与此同时,结合我国区域协调发展战略和区域重大战略的实施,优先开展区域文化市场一体化建设。一是推动区域协同联动,加强区域统筹协调,进一步促进区域文化产业一体化合作,推动形成文化要素市场一体化、文化产品服务一体化、文化资本一体化、文化旅游融合一体化、文化科技融合一体化以及文化市场环境一体化,做好文化产业链、供应链、品牌链延伸与整合,推动建立城市间文化产业重大事项、重大项目共商共建机制,探索跨省域文化产业合作交流新模式,实现文化产业发展能级整体跃升。二是深入推进文化产业市场标准体系建设,协同建设区域文化产业市场标准化联合组织,探索建立跨区域重大基础设施建设、文化产业转移、园区合作的成本分担和税收征管协调机制、利益共享机制、利益争端处理机制,推动我国文化产业市场共同体建设。三是深入推进区域文化贸易全面协作,积极参与国际文化市场,加强国家文化出口基地建设,进一步培育重点文化出口企业和项目,支持文化企业参加重要国际性文化节展,鼓励各类企业在境外开展文化投资合作,引导带动上下游文化产业链“走出去”。推动文化贸易公共服务平台建设及业务拓展,建设文化贸易保税区、跨界文创电商园区和对外文化贸易合作区,共同打造文化贸易市场新引擎,增强文化高端要素集聚和辐射能力,打造文化产业高质量发展强劲活跃增长极,为全国统一文化大市场提供有力支撑。

(作者单位:南京大学长三角文化产业发展研究院)

#### 注释

①数据来源:国家统计局政府信息公开[http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202202/t20220208\\_1827252.html](http://www.stats.gov.cn/xxgk/sjfb/zxfb2020/202202/t20220208_1827252.html)。

#### 参考文献

- (1) 雒树刚:《坚定文化自信 增强文化自觉》,《杭州(周刊)》,2015年第15期。
- (2) 郭新茹、顾江:《科技创新与文化产业生产效率的协整分析——基于我国31个省市面板数据的实证研究》,《南京社会科学》,2014年第5期。
- (3) 黄锦宗、陈少峰:《互联网文化产业商业模式创新》,《福建论坛(人文社会科学版)》,2016年第2期。

## The Achievements, Experience and Prospects of China's Cultural Industry Development Since the 18th National Congress of the Communist Party of China

Gu Jiang

(Nanjing University Yangtze River Delta Cultural Industry Development Research Institute)

**Abstract:** Since the 18th National Congress of the Communist Party of China, China's cultural industry has developed rapidly. It has experienced the stage of consolidating the achievements of reform, exploring transformation, coordinated development and high-quality development. It has made remarkable achievements: the industrial scale has continued to grow, the industrial structure has been continuously upgraded, and the market subject has become more and more active; and the sudden rise of foreign cultural trade has effectively promoted the implementation of the "going global" strategy of Chinese culture. We will revitalize rural culture, unleash residents' cultural consumption potential and meet residents' needs for a better life. In this process, China's cultural industry has always adhered to the principle of unity of double effects. Guided by the innovative development concept of policy guidance and pilot first, China's cultural industry adheres to the development path of integration, intensification and coordination, focuses on promoting industrial transformation and upgrading and releasing market vitality, strengthens service guarantee with platform construction, and preliminarily establishes the development system and market system of modern cultural industry with Chinese characteristics. Facing the future, the development of cultural industry is facing many opportunities and challenges. This paper proposes to establish and improve the digital cultural industry ecosystem, promote the integrated development of parks to cities, explore the establishment of cultural industry virtual clusters, improve the cultural and financial service system, fully release the cultural consumption potential of residents, enhance the quality of cultural products with technology, create a healthy and orderly content creation environment, and strengthen the construction of talent supply system of cultural industry. Realize the effective connection between talent supply and demand, improve the supervision mechanism of cultural market, optimize the competitive environment of cultural enterprises, accelerate the integration of regional cultural market and form a national unified cultural market, and constantly promote the competitiveness and high-quality development of cultural industry.

**Keywords:** cultural industry; development history; achievements and experience



# The Achievements, Experience and Prospects of China's Cultural Industry Development Since the 18th National Congress of the Communist Party of China

*Gu Jiang*

(Nanjing University Yangtze River Delta Cultural Industry Development Research Institute)

**Summary:** Since the 18th National Congress of the Communist Party of China, the cultural industry experienced four important stages. In the stage of consolidating the achievements of reform, the concept of cultural industry development has been continuously enriched and clarified, the transformation of the industry into enterprises is coming to an end, and the market system of cultural products has been initially improved; in the stage of exploration and transformation, the penetration and relevance of cultural industries have been continuously highlighted, and intensive implementation has begun. In the stage of coordinated development, regional synergy and overall coordination were emphasized, and cultural industry agglomeration has gradually become an important measure to promote the coordinated and integrated regional development; in the stage of high-quality development, the development foundation of the digital cultural industry is constantly consolidated and new business formats are constantly emerging, laying a solid foundation for the construction of the digital cultural industry ecosystem.

In this process, the development of the cultural industry has made remarkable achievements: the scale of the industry has continued to grow, the industrial structure has continuously advanced, and the market entities have become more active; the foreign cultural trade has been strongly promoted, and the implementation of the "going out" strategy of Chinese culture has been well promoted; rural cultural revitalization has been implemented, residents' cultural consumption potential has been released and residents' needs for a better life have been met. This paper summarizes the following development experience: always adhere to the principle of "double effect unity". Under the guidance of the innovative development concept of policy guidance and pilot development, to adhere to the development path of integration, intensification, and synergy; to promote the industrial transformation and upgrade, and release the market vitality, to strengthen the service guarantee through platform construction, and initially establish a modern cultural industry development system and market system with Chinese characteristics.

However, at present, the effective supply of high-quality cultural products and services is still insufficient, which cannot meet the diverse and multi-level spiritual and cultural needs of the people. The supply of high-end compound cultural industry talents is insufficient, and the talent training mechanism is not yet perfect; cultural enterprises have insufficient innovation capabilities. The transformation mechanism of cultural and scientific achievements is lacking; the international competitiveness of the cultural industry is insufficient, and stands in a relatively weak position in the division of labor in the global industrial chain. This paper proposes to establish and improve the digital cultural industry ecological system, promote the integrated development of industrial zones, explore the establishment of virtual clusters of cultural industries, improve the cultural financial service system, fully release the cultural consumption potential of residents, and use technology to enhance the quality of cultural products, create a healthy and orderly content creation environment, strengthen the construction of the talent supply system in the cultural industry, realize the effective connection between talent supply and demand, improve the cultural market supervision mechanism, optimize the cultural enterprise competition environment, accelerate the integration of regional cultural markets, form a national unified cultural market, and continuously promote competitiveness and high-quality development of cultural industry.

**Keywords:** cultural industry; development history; achievements and experience

**JEL Classification:** G124