

学习贯彻党的二十届四中全会精神

# 繁荣发展社会主义文化， 促进人民精神生活共同富裕

欧阳雪梅

(中国社会科学院当代中国研究所 北京 100009)

**摘要:**文化是丰富人民生活的重要精神食粮,促进精神富有、丰富人民精神世界是中国式现代化的本质要求。我国的文化强国建设“始终坚持文化建设着眼于人、落脚于人”。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》在总结我国文化事业和文化产业发展所取得的历史性成就基础上,根据“十五五”时期文化建设与人民群众的精神文化需求出现的新特征、新趋向,提出了“激发全民族文化创新创造活力,繁荣发展社会主义文化”的重大任务,着眼满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求,提升文化服务和文化产品供给能力的新要求与新路径,以更加丰富人民精神文化生活,增强人民群众文化获得感、幸福感。

**关键词:**精神文化生活;文化事业和文化产业;新成就;新趋向;新要求

**作者简介:**欧阳雪梅,女,法学硕士,博士生导师,中国社会科学院大学教授、山西大学特聘教授,主要从事当代中国文化史、中共党史研究。

中图分类号:G120;G124 文献标识码:A 文章编号:1000-5587(2026)02-0001-09 收稿日期:2025-12-31  
DOI:10.13763/j.cnki.jhebnu.psse.2026.02.013

党的二十届四中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》(以下简称《建议》)指出“文化繁荣兴盛是中国式现代化的重要标志。”<sup>①</sup>《建议》提出推动物质文明和精神文明相得益彰,把人民精神文化生活更加丰富作为“十五五”时期经济社会发展的目标,明确“激发全民族文化创新创造活力,繁荣发展社会主义文化”的重大任务,并对“大力繁荣文化事业”“加快发展文化产业”作出重要部署。这是在总结我国文化事业和文化产业发展所取得的历史性成就基础上,根据“十五五”时期文化建设的新特征、新趋向与新要求,为未来五年文化强国建设锚定了方向。

## 一、文化事业和文化产业的蓬勃发展

《建议》肯定了我国文化发展所取得的重大成就:我国的文化事业和文化产业蓬勃发展,精神文化产品丰富多彩。文化是丰富人民生活的重要精神食粮,促进精神富有、丰富人民精神世界是中国式现代化的本质要求。在文化强国建设中,文化事业和文化产业如同“车之两轮”,其中公共文化服务作为文化事业的核心组成部分,起到保障人民基本文化权益的压舱石作用;而文化产业的发展,能够催生出更

\* 基金项目:马克思主义理论研究和建设工程重大项目“习近平文化思想的重要概念、范畴与学理框架研究”(项目编号:24MZD006)

<sup>①</sup> 《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》,《人民日报》2025年10月29日。文中凡涉及《建议》的内容均同此出处,不再一一注明。

多的优秀文化产品和服务项目,丰富人民的精神供给。党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央把文化建设摆在治国理政的突出位置,坚持人民至上,强调“要推动公共文化服务标准化、均等化,坚持政府主导、社会参与、重心下移、共建共享,完善公共文化服务体系,提高基本公共文化服务的覆盖面和适用性。要推动文化产业高质量发展,健全现代文化产业体系和市场体系,推动各类文化市场主体发展壮大,培育新型文化业态和文化消费模式,以高质量文化供给增强人们的文化获得感、幸福感”<sup>①</sup>。国家加强顶层设计,相继实施国家“十二五”“十三五”“十四五”时期文化发展规划纲要,颁布了《中华人民共和国公共文化服务保障法》《中华人民共和国公共图书馆法》《中华人民共和国电影产业促进法》,修订《中华人民共和国非物质文化遗产法》《中华人民共和国文物保护法》等,指导文化事业和文化产业繁荣发展,既把公共文化服务作为一项民生工程,保障居民基本文化权益,同时也大力发展文化产业,提升文化供给多样性,不断丰富人民精神文化生活。

### (一) 公共文化服务惠及城乡

我国公共文化服务建设取得长足进展,已建成覆盖从中央到基层村社的六级公共文化服务设施网络,现代公共文化服务体系日臻完善,服务能力和普惠水平不断提升,城乡精神生活水平差距逐步缩小,人民群众共享文化发展成果更加便捷。我国文化事业建设的投入资金持续增加,公共文化服务机构的设施建设、设备条件不断改善,公共文化服务方式不断创新。从2012年到2024年,全国文化和旅游事业费<sup>②</sup>由480.1亿元增至1216.2亿元,人均从35.5元增至86.4元,平均每万人群众文化机构设施建筑面积由232.34平方米增至395.0万平方米。全国群众文化机构由8750个增至4.4万个,服务人次由4.4亿人次增至22亿人次。2024年末,全国公共图书馆3248个,图书总藏量15亿册,总流通人次达13.4亿。全国备案博物馆由2012年的3866家增至7046家,举办基本陈列展览数量也由2万余个增至4万余个,接待观众由6.7亿人次增至15.5亿人次;2024年已实现每20万人拥有一家博物馆,免费开放率91.46%。<sup>③</sup>

特别是依托覆盖全国的文化馆(站)服务网络体系,聚焦“全民艺术普及”核心职能,做大做强国家公共文化云公共文化服务品牌,持续推出市民艺术夜校、四季村晚、广场舞、大家唱、百姓大舞台、“乡村网红”等全国性群众文化品牌活动,实施中国民间文化艺术之乡建设、文化和旅游志愿服务等重点项目,开展“快闪”“心连心”演出、书画摄影创作等活动,推动乡村公共文化服务朝着规范化、均衡化方向发展。比如,文旅部全国公共文化发展中心在2021年、2022年元旦春节期间举办全国“村晚”示范展示活动,带动全国举办“村晚”2.1余万场,参与人次超2.42亿。2024年全国已举办“村晚”8.17万场,吸引2.62亿人次参与。全国群众自发组织的文艺团体超过47万个,群众自己站C位、当主角,群众文化不再是“看别人演”。<sup>④</sup>2012年,浙江省第一家农村文化礼堂在杭州市临安区上田村建成。2013年,浙江省启动农村文化礼堂建设。2023年,近2万个农村文化礼堂广布之江大地。<sup>⑤</sup>推动全国超过95%的县(市、区)建立文化馆、图书馆的总分馆制,提高公共文化服务的覆盖面和实效性。同时,覆盖国家、省级、市级的公共数字文化网络初步建成,老百姓拿起手机,就能免费听讲座、学艺术、看展览。<sup>⑥</sup>

### (二) 文旅产业得到蓬勃发展

文化产业整体规模不断扩大。2012年文化产业法人单位增加值18071亿元,占国内生产总值的比

① 习近平《自觉承担起新形势下宣传思想工作的使命任务》,见《习近平谈治国理政》第3卷,外文出版社,2020年版,第314页。

② 2018年及以前为文化事业费。

③ 文中公共文化服务、文旅产业的数据来自中华人民共和国文化部文化发展统计公报、中华人民共和国文化和旅游部文化和旅游发展统计公报,文化产业数据来自国家统计局。同此出处,不再一一注明。

④ 《国新办举行新闻发布会 介绍“十四五”时期文化和旅游高质量发展成就》,http://www.scio.gov.cn/live/2025/37498/index.html,国新网,2025-09-29。

⑤ 王璠《更好满足人民精神文化生活新期待(新思想引领新时代改革开放)——从文化惠民看新时代改革开放》,《人民日报》2024年7月18日。

⑥ 《国新办举行新闻发布会 介绍“十四五”时期文化和旅游高质量发展成就》,http://www.scio.gov.cn/live/2025/37498/index.html,国新网,2025-09-29。

重为 3.48%。2024 年,全国文化产业实现营业收入 191423 亿元,占 GDP 比重上升为 4.61%。<sup>①</sup>文化产业规模化、集约化发展,文化经营主体、骨干企业不断发展壮大。全国规模以上文化企业数量由 2012 年末的 3.6 万家增加到 2024 年末的 7.8 万家,实现营业收入为 141510 亿元,年均增长 7.0%。文化新业态特征较为明显的 16 个行业小类实现营业收入由 6439 亿元增长至 66600 亿元,约为 2012 年的 10.4 倍,为文化产业高质量发展提供有力支撑。文化和旅游融合发展,在国民经济中的地位日益凸显,全年接待游客从 2012 年的 29.57 亿人次增长到 2024 年的 56.15 亿人次,全国旅游及相关产业增加值从 2012 年的 22706.22 亿元跃升至 2024 年的 58631 亿元,占国内生产总值(GDP)的比重为 4.35%。

即便是受疫情冲击,经历了“疫情冲击—初步恢复—短期调整—强劲反弹—平稳增长”的过程,文化产业因为加强了科技赋能,文旅产业受益于“文旅+百业”“百业+文旅”释放带动效应,文旅商体农等融合发展,成为激发文旅消费、拉动综合消费、带动增加就业的重要引擎,对国民经济的贡献度稳步回升,是国民经济中韧性较强的增长领域,产业活力逐步释放,见表 1、表 2。

表 1 2020—2024 年全国文化及相关产业增加值数据对比表

年份	全国文化及相关产业增加值(亿元)	比上年增长	占 GDP 比重	比上年增加
2020	44945	1.3%	4.43%	-0.07
2021	52385	16.6%	4.56%	0.13
2022	53782	2.7%	4.46%	-0.1
2023	59464	10.56%	4.59%	0.13
2024	62094	4.42%	4.61%	0.02

表 2 2020—2024 年全国旅游及相关产业增加值数据对比表

年份	全国旅游及相关产业增加值(亿元)	比上年增长	占 GDP 比重	比上年增加
2020	40628	-9.69%	4.01%	-0.55
2021	45484	11.95%	3.96%	-0.05
2022	44672	-1.79%	3.71%	-0.25
2023	54832	22.74%	4.24%	0.53
2024	58631	6.93%	4.35%	0.11

文化产业体系更加完善,结构布局不断优化。2024 年,文化服务业增加值由 2020 年的 9631 亿元增长为 43256 亿元,占文化及相关产业增加值的比重由 64.2%增长为 69.7%,提高了 5.5 个百分点,比 2012 年提高了 16.4 个百分点;文化核心领域增加值在文化产业中的占比持续攀升,显示出强劲的增长动力,由 2020 年的 31565 亿元增长为 44238 亿元,占文化及相关产业增加值的比重由 70.2%增长为 71.2%,提高了 1 个百分点。2020—2024 年,规模以上文化企业中新业态营业收入的年均复合增长率高达 17.0%,展现出强劲的增长韧性;2025 年上半年,具有鲜明新业态特征的 16 个行业小类更是交出亮眼成绩单,实现营业收入 31564 亿元,同比增长 13.6%,增长贡献率达到 76.8%。这意味着文化产业每新增 100 元营收中,就有近 77 元来自新业态的贡献。

### (三) 文艺精品创作繁荣活跃

针对文艺有“高原”缺“高峰”、原创力不足等问题,通过重大主题牵引、制定规划指引、评奖评论引

<sup>①</sup> 2024 年的数据为《国家统计局公布 2024 年多个产业增加值占 GDP 比重最新数据》,https://news.cctv.cn/2025/12/30/ARTINwpQ8sFs4TDMDBuSxf5x251230.shtml.央视网,2025-12-30。

导等举措,健全文艺创作生产引导扶持机制,组织实施了舞台艺术和美术创作行动计划、国家美术发展和收藏工程,引导广大文艺工作者从优秀文化、现实生活、火热实践中汲取创作养分,推动文艺创作出精品、攀高峰。比如,围绕重大时间节点,推出了一批具有感染力、引领性和示范性的精品佳作。大型情景史诗《伟大征程》、音乐舞蹈史诗剧《正义必胜》等重大演出精彩呈现,谱写了时代华章、凝聚了奋进力量。国画《助梦》、雕塑《旗帜》、舞剧《只此青绿》《红楼梦》《五星出东方》、昆剧《瞿秋白》、川剧《江姐》,以及音乐剧《在远方》等精品力作“叫好又叫座”。广大文艺工作者“深入生活、扎根人民”蔚然成风,反映时代气象、讴歌人民创造的高水平作品不断涌现。近年来文坛涌现的“新山乡巨变”题材作品,展现了新时代中国乡村的深刻变革。关仁山的《金谷银山》、陈涛的《在群山之间》、陈毅达的《海边春秋》、杨志军的《雪山大地》等作品,塑造了一批鲜活的时代奋斗者形象。在影视领域也创作出了一大批富有深刻思想性、强烈艺术感染力的佳作。《觉醒时代》《山海情》《装台》《人世间》《漫长的季节》《南来北往》《安家》《沉默的荣耀》等电视剧反映了国人在大时代的际遇与作为。电影系列三部曲《我和我的祖国》《我和我的家乡》《我和我的父辈》多层次讲述了中国人民在不同时期昂扬奋进的历史过程和发展面貌;《红海行动》《中国机长》《长津湖》《雪山大地》《山花烂漫时》等大量主旋律电影作品演绎了英模人物在面对困难和危机时毫不退缩、勇担大义的可贵品质和职业素养,凸显了爱国主义、英雄主义的时代主题。国产电影质量与票房不断提升。2023年中国电影票房前十名均为国产影片,其中,《满江红》《流浪地球2》分别以45.45亿、40.29亿位列当年全球电影票房榜的第8、10位,是2021年以来进入北美同期影片票房前十位的华语电影。2024年国产影片占比为78.68%。2025年中国电影再创佳绩,全年票房518.32亿元,票房前十名的影片中,国产影片占据八席,国产影片票房占比为79.67%。《哪吒之魔童闹海》全球总票房突破158亿,挺进全球影史票房榜第5位,并成为全球动画电影票房冠军。<sup>①</sup>

#### (四) 随着文化产品不断丰富,中华文化影响力显著增强

据商务部统计,我国文化贸易总额由2013年的274.1亿美元增长到2024年的1.4万亿元,其中,网文、网剧、网游等文化产品在海外出圈,网络游戏、网络视听等具有数智元素的文化贸易总额超过3700亿元,占文化贸易比重达25.8%,已经超过1/4。截至2024年底,中国网络文学行业规模逼近3500亿元,出海市场规模超50亿元,培育海外网络作家46万名,海外用户规模超3.5亿,覆盖全球200多个国家和地区,其中日本市场用户规模激增180%,成为全球用户增速最快的新兴市场。<sup>②</sup>“熊出没”系列大电影总票房超85亿元;动画作品海外发行130多个国家和地区,动画电影还在70多个国家影院上映。《与凤行》在全球180多个国家与地区播出,《庆余年》第一季在全球五大洲27个国家和地区播放,第二季和迪士尼的合作,全球同步发行。<sup>③</sup>《墨雨云间》在泰国、韩国等媒体平台登顶。

## 二、新形势下文化领域的新特点、新趋向

“在世界百年变局加速演进、我国社会主要矛盾深刻变化、新一轮科技革命和产业变革深入发展的背景下,文化强国建设仍存在不少短板和不足”<sup>④</sup>,文化建设与人民群众的精神文化需求出现了新特点和新趋向。

### (一) 人口结构的变化带来的文化需求与供给变化

数据显示,到2024年底,我国60岁及以上老年人口达3.1亿,占全国总人口的22%,已进入中度老龄化社会。规模庞大的银发群体不仅要“养老”,还要“享老”,对精神文化滋养有着更高期待,多元化、

<sup>①</sup> 刘阳、任姗姗《2025年我国电影票房为518.32亿元 国产影片票房占比近八成》,《人民日报》2026年1月3日;王彦《五个关键词解码电影新消费》,《文汇报》2026年1月2日。

<sup>②</sup> 《〈2024中国网络文学发展研究报告〉发布网络文学行业规模逼近3500亿》,https://tech.cnr.cn/techph/20250509/t20250509\_527164208.shtml.央广网,2025-05-09。

<sup>③</sup> 沈杰群《老外粉丝“催更”的〈庆余年2〉牛在哪儿》,https://www.xinhuanet.com/ent/20240606/eb2d25f984484f03ac8d542240a62fad/c.html.新华网,2024-06-06。

<sup>④</sup> 习近平《加快建设文化强国》,《求是》2025年第8期。

多层次和个性化的精神文化消费潜力巨大。中国旅游研究院发布的数据显示老年旅游市场的深厚潜能:2023年,我国60岁及以上的银发游客出游人次高达11.6亿;2050年预计老年旅游市场将达到2.4万亿元。老年大学数量达7.6万所,老年学员有2000万人。<sup>①</sup>《2024大型营业性演出市场趋势及特点分析报告》显示,2024年刀郎巡回演唱会观众中,50岁及以上观演人群占比高达44.5%,远高于均值。“十五五”时期,公共文化服务和文化消费市场体系需要把满足银发群体日益增长的精神文化需求作为重要任务。

### (二) 城乡之间文化发展基础仍然差距不小

尽管政府相关部门一直在努力,特别是《“十三五”时期贫困地区公共文化服务体系规划纲要》发布以来,对全国连片特困地区以及扶贫开发工作重点县的公共文化服务体系建设工作有了极大的推进,基本补上中国乡村文化的硬件和基层治理短板。然而由于公共文化投入、各地文化和旅游资源禀赋的不同,城乡居民精神文化生活存在不同程度的差异,尽管各地文明实践工作采取多种方式推动高质量文化资源“下沉”乡村,但在实际操作中,常以城市视角向乡村提供文化产品,特别是依靠城市知识分子下乡推动并未正视乡村文化发展规律及村民的实际需求,导致“供给”与“需求”错位。集中表现为现有的农村文化场所利用率相对不高,文化服务不完全符合村民的口味,农村书屋的有效利用率不高,以民宿+文旅为代表的乡村产业陷入阶段性产能过剩和产业升级阶段,加上专业人才短缺、数字化程度不足等,急需推动外源动力与内生机制的平衡以内外联动推动传统乡村文化迸发新活力,激发村民集体文化自觉、自信、自强,才能振兴乡村文化。

### (三) 文化及文旅消费空间广阔

在“两个大局”形势下,消费成为拉动经济增长的“重要引擎”,是人民对美好生活需要的直接体现。国际经验显示,当人均GDP超过1万美元时,居民对服务消费的需求会加速增长;当人均GDP超过1.5万美元时,服务消费将成为主导。2024年,我国人均GDP已超过1.3万美元,居民消费正从生存型向发展型、享受型升级,从商品消费转向服务消费,而当年我国居民人均服务消费支出占人均消费支出的比重为46.1%,与发达国家相比还有较大增长空间。由中央广播电视总台、国家统计局等单位联合发起的《美好生活大调查》,通过分析调查数据发现,作为“民生产业、幸福产业”的旅游是2025年中国人消费意愿榜首,超三分之一的人打算在旅游方面增加消费;保健养生位列国人消费榜单的第三位;演唱会、音乐节、体育赛事成为跨城消费的主力娱乐项目。人民群众对精神文化生活产生更高需求,文化日益成为高品质生活的重要内容。“十五五”时期我国将由中等收入国家迈向高收入国家,对于文化服务与产品的需求强劲。《建议》明确坚持扩大内需这个战略基点,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,大力提振消费,文化赋能经济社会发展,文化产业、文旅产业发挥带动作用,繁荣文化和旅游消费,成为“十五五”时期文化发展的重要方向。

### (四) 数智化形势下文化领域的挑战

当前,以大数据、云计算、人工智能、区块链、元宇宙等为代表的数字技术,既深刻改变了信息生产、传播方式和人们的生产生活方式,重构了媒体格局、舆论生态、文化业态,也带来了文化领域的一系列深刻变革。数字技术等技术革新催生智能化精神产品,将极大丰富人类精神文化产品的供给,给人们带来新的文化体验与精神享受。比如,大数据可发挥信息捕捉与处理的优势,通过记录、分析网民的搜索方式、行为痕迹、转发评论等多种数据类型,及时了解公众的思想态度、价值倾向和情感状态,智能算法可据此为用户进行网络信息的精准推送与匹配。“虚拟现实、人机协同、脑机接口等技术,创设满足人民精神生活需要的智能环境,在智能化场景与沉浸式场域中调动精神生活主体的多种感官刺激,使之具备身临其境的体验。”<sup>②</sup>数字技术为丰富人民的精神世界搭建网络平台,网络空间成为了生产生活、休闲娱

<sup>①</sup> 李慧等《打开消费账本,看银发经济含“金”量》,《光明日报》2025年6月5日。

<sup>②</sup> 张艳斌《数字技术赋能精神生活共同富裕的理论探讨与实践路径》,《思想战线》2025年第3期。

乐的重要载体,满足人们日益多元化与个性化的文化需求。同时,一些网络平台流量至上,虚假信息、恶意炒作以及传播低俗劣质文化作品、拜金主义、享乐主义等错误思潮不时出现,严重污染网络空间、扭曲价值导向、侵蚀社会信任。人工智能的三要素是数据、算法和算力。英文语料库蕴含着西方的价值观,西方国家凭借其技术和资本的积累优势,利用算法、自动化和大数据分析等方式操纵公众舆论,形成数字霸权。而我国缺乏完备的数据标准,随着人工智能技术的应用,存在剧本剧情、人物关系高度相似等内容创作的同质化问题;算法黑箱、AI幻觉所形成的算法偏见、“信息茧房”等算法污染问题已不鲜见。因此,信息技术对文化建设既有积极的“赋能”功效,也有消极的“负能”效应。需要顺应信息技术发展潮流,扬长避短、趋利避害。

### 三、提升文化服务和文化产品供给能力

习近平总书记指出:“始终坚持文化建设着眼于人、落脚于人。文化强国之‘强’最终要体现在人民的思想境界、精神状态、文化修养上。要坚持以人民为中心,着眼满足人民群众多样化、多层次、多方面的精神文化需求,提升文化服务和文化产品供给能力,增强人民群众文化获得感、幸福感。”<sup>①</sup>这是对我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾积极回应,是践行“以人民为中心”的发展思想之必然要求,需要大力发展文化事业和文化产业,为人们提供更丰富、更高品质的文化产品和精神食粮。提升文化服务和文化产品供给能力主要从以下四个方面着力。

#### (一) 激发全民族文化创造活力

文化繁荣关键在人。习近平总书记一方面强调推动专业人才的成长,即“积极营造良好文化生态,充分发扬学术民主、文艺民主,支持作家、艺术家和专家学者扎根生活、潜心创作,推动文化创新创造活力持续迸发”<sup>②</sup>。另一方面,他明确坚持文化发展为了人民、文化发展依靠人民、文化发展成果由人民共享,体现的是人民既是文化繁荣的受益者,也是文化建设的参与者和创造者,支持人民大众广泛参与。要充分激发人民群众在文化领域的积极性、主动性、创造性,不断提升其参与文化建设的主体意识与参与水平,为人民群众参与文化创造搭建平台、创造条件,让蕴藏在人民群众中的文化创造活力充分迸发。从浙江的“村晚”、贵州的“村超”“村T”,湖南的“湘超”、江苏的“苏超”、江西的“赣超”,都是“政府搭台,群众唱戏”的成功创举。“村晚”以农民为主体,要求“尊重农民首创精神,坚持去舞台化、去行政化,突出群众演、群众看、群众乐,提高农民的参与度和基层覆盖率”<sup>③</sup>。一场场的赛事让受众需求站C位,引起全民狂欢,成为激活地域文化的超级IP,成功地火爆破圈。这是政府举措、市场行为、民间需求共振,全员参与、优化体验、尊重市场,推动了城市文体商旅展融合发展,也为更多的主体在更经常的活动中发挥创新创造作用提供了启示。

《建议》除了强调“培育形成规模宏大、结构合理、锐意创新的高水平文化人才队伍”,还提出“繁荣互联网条件下新大众文艺”。在互联网条件下,我国形成了超大规模的文艺消费群体。得益于21世纪以来中国“网络基建”的狂飙突进,截至2024年12月,我国互联网普及率升至78.6%,网民规模达11.08亿人<sup>④</sup>;我国网络视频、网络音乐和网络文学用户规模分别为10.7亿人、7.5亿人和5.7亿人。<sup>⑤</sup>同时,信息技术及网络平台的迅猛发展打破了信息生产的行业和领域壁垒,推动文化生产主体从专业机构向大众群体

① 习近平《加快建设文化强国》,《求是》2025年第8期。

② 习近平《加快建设文化强国》,《求是》2025年第8期。

③ 《文化和旅游部办公厅关于开展2025年全国“四季村晚”活动的通知》,https://zwgk.mct.gov.cn/zfxgkml/ggfw/202501/t20250120\_957986.html.中华人民共和国文化和旅游部网站,2025-01-21。

④ 《我国网民规模突破11亿》,《人民邮电报》2025年1月21日。

⑤ 《社会事业向好发展 民生福祉不断增进——“十四五”以来社会民生统计报告》,https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202509/content\_7042627.htm.国家统计局网站,2025-09-28。

延伸,从传统创作模式向全民参与型生产的关键转型,实现信息全民创作、全民分享、大众点评的文艺生态。许多优秀的文学、音乐、影视、游戏、动漫界由草根、素人创作。《建议》主张繁荣互联网条件下新大众文艺,支持人民大众广泛参与文化创作。既肯定了新大众文艺在文化新业态中的重要作用,又要引导规范其健康发展,明确了“支持+规范”的发展原则。这一新提法打破了传统文化领域“精英主导”的局限,认可了大众在文化创作中的主体地位,同时改变野蛮生长状态,通过规范引导,避免新大众文艺陷入“过度娱乐化”“低俗化”的误区,让其成为繁荣社会主义文艺的有生力量。

## (二) 大力繁荣文化事业

文化的生命力在于原创。《建议》首次将“提升文化原创能力”作为繁荣文化事业的关键,提出推动新闻出版、广播影视、文学艺术等领域精品创作,从“数量积累”向“质量跃升”转变。良好的文化生态是原创能力的土壤,要形成“鼓励创新、宽容试错”的文化发展氛围,为创作者提供保障。2014年,习近平总书记在文艺工作座谈会上强调“要把创新精神贯穿文艺创作生产全过程,增强文艺原创能力”<sup>①</sup>;2017年,他在党的十九大报告中强调“发扬学术民主、艺术民主,提升文艺原创力,推动文艺创新”<sup>②</sup>;2024年,他在二十届中央政治局第十七次集体学习时强调“围绕提高文化原创能力,改进文艺创作生产服务、引导、组织工作机制,孕育催生一批深入人心的时代经典,构筑中华文化的新高峰”<sup>③</sup>;二十届四中全会把提升文化原创力推广到新闻出版、广播影视、文学艺术等领域,把创新精神贯穿创作生产全过程,促进观念与手段相结合、内容和形式相融合、各种创作要素和技术要求相辉映,重点支持文学、艺术、新闻、出版、影视、动漫等领域精品创作,提振文化力量。

《建议》要求“坚持文化惠民,实施公共文化服务提质增效行动”。这标志着经过多年努力,公共文化服务进入了“精准化、高品质”发展阶段。文化福祉提升的关键在于文化产品与服务供给的普惠性与可达性。普惠性关注文化服务范围的广度,使文化产品无差别触达各类人群;可达性致力于消除参与门槛,使人民群众能够便捷、平等地融入文化场景,实现从“可及”到“可参与”的深化,实现文化服务从物理覆盖到全民参与的转变。要创新文化服务模式和手段,构建高效、友善的公共服务接口,以居民需求为导向,丰富社区活动、优化空间规划、引入优质资源,将文化资源嵌入日常生活圈,在群众“家门口”享有服务,促进文化服务均衡化、普及化与“供”与“需”适配性,让人民群众共享文化发展成果。

以高质量文化产品与服务让亿万老年人共享“潮生活”。以社区为基本阵地,打造服务老、中、青各类人群分时共享的综合性社区文化服务场所,根据社区内老年人的规模、结构、地方性文化偏好和适老化建筑设计要求,改造或新建老年人方便、可及和多功能的文化活动场所,建设老年大学和培训机构以及文化馆、健身馆等,并引导和鼓励社会力量支持社区老年文化软硬件体系建设,满足老年人精神文化生活的环境、条件和空间要求,发展老年文化、体育和教育以及游学、康养旅游新业态。

## (三) 加快发展文化产业

这要求加大改革力度、强化政策支持、用好科技支撑,推动文化产业从“潜力产业”向“支柱产业”跨越。一是完善文化管理体制和生产经营机制,让企业拥有更灵活的创作、生产、传播模式,激发内部活力;同时,健全文化产业体系和市场体系,激发各类市场主体参与文化产业的积极性,鼓励企业深耕细分领域,实施重大文化产业项目带动战略,推动文化企业从“小而散”向“大而强”转变,形成一批能够代表中国文化形象的龙头企业与知名品牌。实施积极的文化经济政策,推动财政、税收、投资、金融、消费等方面政策协同和创新,“政府+市场”协同发力,通过政策工具引导市场方向,同时依托市场活力实现资源高效配置,为文化产业高质量发展构建起科学的治理格局。

二是数智化赋能是文化产业转型核心路径,为文化创新创造插上科技翅膀。抓住以人工智能为代

① 习近平《在文艺工作座谈会上的讲话》,《人民日报》2015年10月15日。

② 中共中央党史和文献研究院编《十九大以来重要文献选编》上,中央文献出版社,2019年版,第31页。

③ 习近平《加快建设文化强国》,《求是》2025年第8期。

表的科技革命机遇,基于生成式人工智能(AIGC)的快速普及与技术迭代,正给文化生产主体的创作模式、产业组织形式及整体产业形态带来革命性变革,重点布局数智文化产业等未来产业。加快构建文化大数据统一大市场,夯实遵循标准开放、互联互通、信息共享、可管可控的大数据体系建设和数智化文化基础设施建设等底座支撑;深度应用,推动其从单一的辅助生产工具,逐步跃升为智能经济在文旅领域的重要组成部分,为行业发展开辟全新增长空间,推进文化产业发展动能转换,着力将文化产业打造成支柱产业。同时,统筹好发展和安全,平衡数字技术赋能与风险防范之间的关系,通过引导技术向善,“用主流价值导向驾驭‘算法’”,提升人们数字素养,完善知识产权保护制度,使数智技术更好地服务于人民精神生活共同富裕。

推进文化和科技融合。中国有五千多年的文明史,中华文化资源富集;中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化内含着开拓创新、与时俱进的意识,艰苦奋斗、勤俭节约的优良传统,为党为民、舍生取义的价值追求,滋养着人们的精神。以数字化信息化技术手段推进中华文化的创新表达,培育文化新质生产力,提升了文化的感召力、影响力。近年来,引发观影热潮的《流浪地球》系列依托国产电影工业体系的精良制作传递家国情怀,现象级游戏作品《黑神话:悟空》以数字技术还原中国古建筑、塑像和壁画,吸引国内外玩家到取景地打卡,在文化和科技的有效融合中实现文化资源优势向文化发展优势转化的典型实践案例,为构筑中华文化新高峰作出了富有价值的探索。

《建议》提出推进文旅深度融合,大力发展文化旅游业,推进旅游强国建设。文化赋能旅游,主要是通过挖掘文化内涵提升旅游产品的品质与附加值,让文化成为旅游业发展的核心竞争力。例如,依托历史文化遗产开发深度文化旅游项目、结合地域特色文化打造沉浸式旅游体验等,避免同质化竞争。这是将文化资源的保护与开发、文化价值的传播与旅游经济的发展有机结合,“以文化赋能经济社会发展”。

#### (四) 补齐乡村文化建设中的短板

乡村文化振兴作为乡村振兴五大要义之一,必须引导广大农村居民追求更有品质、更高层次的精神文化生活是乡村振兴面临的紧迫任务。中华文明的根与魂在乡村。农耕文明、文化名山、人文山水、古镇古村、民间艺术、地域风情等各具特色的文化资源,是乡村文化建设在赓续历史文脉、丰富公共文化生活中的基石,也为高质量发展创造了可能。在资源配置上,加大对农村、偏远地区公共文化设施建设投入,建立多元协同的文化资源供给体系,提升基层综合性文化服务中心功能,重视本土化文化特色,因地制宜建设主题功能空间,满足群众文化需求。同时培养乡村手艺人、民俗文化传承人,开展文化培训和专项技能培训,进一步推动市场主体下乡、鼓励文化创意下乡、规范资本下乡,建设乡村特色文化品牌,并通过“文旅+”“数字+”等手段,实现旅游业与特色种植养殖业、非遗特色手工艺、民俗文化等结合,三产融合实现经济价值的最大化,激发乡村文化活力,实现乡村文化“内生式”发展,以实现惠民生、增福祉和强产业、兴乡村。2024年国内旅游市场下沉,县域和农村在作为重要国内旅游目的地的同时,也成为国内旅游客源新增长点,“奔县旅游”成为市场热词,小而美的旅游产业前景广阔。因此,要强化财政资金在优化文化服务和文化产品供给中的引导作用,并有效调动社会力量参与乡村文化建设,加强运营,盘活资源,建设乡村文化精品。城市和乡村都是社会系统的子系统,必须坚持全局发展观,改变目前存在的条块分割局面,推动城乡文化融合发展,既要加强城市在文化资源、基础设施等方面对农村的反哺,又要保护传承优秀乡土特色文化,推动移风易俗,让有形的乡村文化留得住,让活态的乡土文化传下去,推动城乡居民对各自文化价值的彼此认可、成果共享,进而塑造共同的精神归属与价值观念,实现城乡文化的有效互哺。

## 结 语

总之,随着中国式现代化的强劲推进,我国创造的物质财富不断丰富,广大人民群众也渴望更充实的精神世界、更健康的价值滋养、更美丽的心灵家园,实现人民精神生活富足。丰富人民精神文化生活,

促进人民精神生活共同富裕,需要城市与乡村协同发展,需要精英群体与普通大众的良性互动。实现人民精神文化生活的更加丰富是一个系统工程,需要各个主体的共同协作,构建一个健康稳定的精神生态:政府的职责是兜底保障与方向引导,即通过立法确保精神资源的普惠性,通过财政投入支持公共文化设施建设,通过政策调控规范文化市场秩序;市场的职责是在追求经济效益的同时,必须坚守意识形态底线,并通过技术和模式创新提供更多高品质精神产品;社区、社会组织等要发挥基层治理作用,通过邻里、社区互助实现个体联结,通过志愿服务在帮助他人中获得精神满足;每个个体既要积极享受精神资源,也要主动参与精神创造、传播正能量,构建共同精神家园、共享幸福生活。

## Toward Common Prosperity in Spiritual Life: The Flourishing of Socialist Culture

OUYANG Xuemei

(Institute of Contemporary China Studies, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100009, China)

**Abstract:** Culture serves as essential spiritual nourishment that enriches the lives of the people. Promoting spiritual enrichment and fostering a richer inner world for the people are fundamental requirements of Chinese modernization. The development of China as a cultural power has always adhered to the principle of “focusing on people and serving the people.” On the basis of summarizing the historic achievements in the development of cultural undertakings and industries, and in response to the new characteristics and emerging trends in cultural development and the spiritual and cultural demands of the people during the “15th Five-Year Plan” period, the “Proposals of the Central Committee of the Communist Party of China on Formulating the 15th Five-Year Plan for National Economic and Social Development” outlines the major task of “stimulating the cultural innovation and creativity of the entire nation and promoting the flourishing development of socialist culture.” It further proposes new requirements and pathways to meet the diverse, multi-level, and multifaceted spiritual and cultural needs of the people, enhancing the capacity to supply cultural services and products. This will significantly enrich the cultural and spiritual life of the people and strengthen their sense of fulfillment and happiness in cultural engagement.

**Keywords:** the cultural and spiritual life; cultural undertakings and industries; new achievements; new trends; new requirements

[责任编辑 孙晓鹏]