

新发展格局下中国文化产业高质量发展的 战略思路与实现路径

潘爱玲 王雪 刘昕

摘要: 文化产业高质量发展是双循环新发展格局下满足人民美好生活需要、助推我国经济持续攀升的重要路径,更是坚定文化自信、走好中国式现代化道路、从容应对百年未有之大变局的战略选择。如今,错综复杂的国际环境使文化产业发展面临意识形态竞争加剧、海外市场受挫、文化需求趋缓等严峻挑战,同时国家形象提升、国内需求转型以及各种内生增长动力,也给文化产业高质量发展带来了新的战略机遇。为此,需要以守正创新、双效统一为根本遵循,立足于“文化产业内循环协同均衡”与“文化产业外循环链条攀升”两个维度,通过加强文化供给侧与需求侧良性互动、优化文化要素空间布局、推动产业链条国际攀升、推进新型文化数字化战略、加强制度创新和治理保障等路径,实现新格局下我国文化产业的高质量发展。

关键词: 双循环;文化产业;高质量发展;协同升级

DOI: 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2022.06.002

一、引言

党的二十大报告强调,“必须完整、准确、全面贯彻新发展理念,坚持社会主义市场经济改革方向,坚持高水平对外开放,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”^①。《“十四五”文化发展规划》指出,“贯彻新发展理念,构建新发展格局,推动高质量发展,文化是重要支点”,需要“充分发挥文化在激活发展动能、提升发展品质、促进经济结构优化升级中的作用”^②。文化产业高质量发展不仅是畅通国内大循环的新发展动能,也是推进中国式现代化进程、实现2035年建成社会主义文化强国目标的重要战略。作为战略性新兴产业和朝阳产业,文化产业独有的精神属性可以充分与新发展格局下提质扩容的现实需求相适应,特别是通过文化功能创新可以实现与其他产业的渗透与兼容,增强内外循环的文化意蕴。同时,文化产业具有的文化传播功能与价值共享特性不仅能作用于特定个体,更能潜移默化地承载民族文化与价值立场,提升中华文化的价值引导力,势必会在新发展格局中发挥重要作用。

然而,新发展格局下我国社会经济的发展阶段、发展环境与发展条件已经发生深刻变化,其背后是增长动能、经济结构和制度规则的全方位转换^③。习近平总书记在二十大报告中指出,“我国发展进

基金项目: 研究阐释党的十九届四中全会精神国家社科基金重大项目“现代文化产业体系和市场体系的协同发展研究”(20ZDA064);齐鲁文化名家研究项目“推动文化产业高质量发展的路径与政策研究”(20200309)。

作者简介: 潘爱玲,山东大学管理学院教授,博士生导师,经济学博士(济南250100; pal@sdu.edu.cn);王雪,山东大学管理学院博士研究生(济南250100; wangxue5467@163.com);刘昕(通讯作者),中国海洋大学管理学院、中国企业营运资金管理研究中心讲师,管理学博士(青岛266100; liuxsdu@163.com)。

① 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》,《人民日报》2022年10月26日,第1版。

② 《中共中央办公厅 国务院办公厅印发〈“十四五”文化发展规划〉》, http://www.gov.cn/zhengce/2022-08/16/content_5705612.htm, 访问日期:2022年8月16日。

③ 王一鸣:《百年大变局、高质量发展与构建新发展格局》,《管理世界》2020年第12期。

入战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期”^①。国内外的复杂变局使文化产业的发展面临新挑战与新机遇,如何结合文化产业的特性,重新定位并准确把握双循环新格局下实现高质量发展的逻辑与动力,构建文化产业高质量发展的时代路径,对于增强文化自信、推动我国经济持续稳定发展具有重要意义,也是学术界和社会各界关注的重要议题。基于此,本文立足于双循环新发展格局的时代背景,运用经济学、管理学等多学科理论,阐述了新发展格局下文化产业高质量发展的主要表征,并深入剖析了在当前错综复杂的国际形势与经济环境下我国文化产业面临的现实挑战和战略机遇,在明晰文化产业高质量发展行动逻辑的前提下,提出新发展格局下我国文化产业高质量发展的突破路径,为文化产业研究提供了新的视角和思路,为新发展格局下实现文化产业的高质量发展提供政策依据和决策参考。

本文的研究有以下几点增量贡献:第一,厘清了文化产业高质量发展与双循环新发展格局之间的内在联系。结合错综复杂的国际形势,多维度、系统性地剖析两者之间的交互影响,从学理上探究了新发展格局下文化产业高质量发展的主要表征,具有较强的创新性和时代性,是对现有文化产业研究文献的重要补充。第二,从双循环的视角拓展了文化产业高质量发展的研究思路。立足于双循环新发展格局的时代背景,基于内外循环的差异和联系,提出了文化产业高质量发展的根本遵循、切入点和突破点。第三,为“十四五”时期我国文化产业高质量发展提供前瞻性的决策依据。基于“文化产业内循环协同均衡”与“文化产业外循环链条攀升”两个维度探讨了新发展格局下文化产业高质量发展的具体路径,契合了国家将文化产业打造成国民经济支柱性产业的战略要求,可以为中国文化产业的可可持续发展和国际竞争力提升提供政策依据和决策参考。

二、新发展格局下文化产业高质量发展的主要表征

文化产业高质量发展是一个洞察、呵护和满足当代中国民众潜隐文化需求的过程,也是实现优质文化产品供给与文化消费潜力激发协同优化的过程,主要包括经济维度的强劲联动性与渗透力、社会维度的广泛辐射力与普惠力、文化维度的强烈价值感召力与凝聚力^②。在全面建设社会主义现代化国家的新阶段我国经济发展的立足点更多放在了扩大内需、提升国内国际双循环的增长质量上,而这恰好需要文化产业高质量发展的有力支撑,为此,新格局下文化产业高质量发展的主要表征应包括以下几点:

首先,从需求潜力维度看,文化产业高质量发展应表现在能充分激发内需潜力、推动内循环提质扩容上。随着国民经济的发展、城镇化的推进以及全面脱贫的实现,人民的生活水平不断提高,包括文化产业在内的各产业都面临着前所未有的全新社会语境。在双循环新发展格局下,只有坚持以人民为中心的创作导向生产蕴含着人文情怀的高质量文化产品,才能真正契合人民的兴趣、审美、心理以及灵魂需求,激发人民内心潜在的消费欲望,满足人民群众对美好生活的期盼和新需要,这就要求供给市场重视产品的文化内涵。文化产业高质量发展恰好能够实现文化与多种产业经济的渗透性融合,极大增强产品供给的创意性与差异性。在这种情景下,文化内容产业链及价值链将延伸并与国民经济其他环节紧密结合,国民经济中的文化内涵逐渐增加,从而会提升消费市场中的产品供给质量,满足市场的高品质消费需求,不断挖掘内循环经济中新的文化消费热点,促进新消费增长点的培育与成长。因此,文化产业高质量发展应能促进国内消费市场的提质与扩容,提升国内经济大循环中高质量供给与需求的适配度。

其次,从城乡布局维度看,文化产业高质量发展应表现在能为中国新型城镇化建设和乡村振兴注入鲜明的文化基因上。双循环新格局强调空间布局的均衡性,而目前自给自足的农业经济体系和城

^① 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》,《人民日报》2022年10月26日,第1版。

^② 宗祖盼:《深刻理解文化产业高质量发展的内涵与要求》,《学习与探索》2020年第10期。

市现代工业体系的二元割裂抑制了农业现代化和工业化进程,因而亟需寻找能够促进新型城镇化建设与乡村振兴融合的黏合剂。相较于其他产业,文化产业具有较强的辐射力与适应性,极易借助地区的文化比较优势与扶持政策迅速集成规模化产业集群,进而实现资本、人才、技术等产业要素在空间层面的再集聚,从而建立城乡之间的动力流转机制,推动“土地城镇化”向“人的城镇化”转型。因此,文化产业的高质量发展意味着在空间维度可以实现乡村文化资源的产业化,并利用城市经济的引力效应引导乡村市场的培育与建设,通过空间优化机制促进城乡之间基础设施的互联共通,塑造独特的城市人文环境与区域文化品牌,从而建立乡村与城市间的双向互哺机制,推进新型城镇化建设的步伐,最终实现经济内循环中城乡空间链条的发展成果共享。

再次,从产业结构维度看,文化产业高质量发展表现在能助推中国跨越“中等收入陷阱”上。“中等收入陷阱”是发展中国家在经济腾飞之后必须突破的门槛,在此阶段的经济体由于经济发展方式转变缓慢,其内部经济循环容易出现松弛与滞胀问题,所以“中等收入陷阱”的跨越是构建高质量双循环模式的重要前提。一般来说,高收入阶段经济体的服务业比重大多稳定在65%—80%,而我国的服务业占比始终未突破60%。据最新统计数据显示,我国2020年第三产业增加值的占比仅为54.5%。因此如何提高现代服务业的比重,推动传统制造业为主导向现代服务业为主导的产业结构转型升级将成为我国跨越中等收入陷阱的关键。文化产业具有创意驱动、可持续性强和高附加值等特点,是较为典型的高端现代服务业,按照国家统计局数据测算,2005年至2019年间我国文化产业增加值年均增长率高达16.9%,说明文化产业始终是推动中国经济高质量发展的重要引擎,虽然近两年增速有所放缓,但仍旧是修复我国经济结构失衡的重要动能。所以,文化产业的高质量发展也表现在能否从经济层面提高整个国内经济循环的结构质量上,即通过强有力的经济拉动作用加快国内产业结构的优化升级,规避“中等收入陷阱”,这恰好是构建高质量双循环模式的重要前提^①。

最后,从对外开放维度看,文化产业高质量发展应表现在能讲好中国故事、传播中华文化,实现内外循环协调互促上。文化产业是各个国家在世界范围内传播其民族价值观与文化意识的主要渠道,也是促进不同地区、不同民族间文化和宗教相互交流与理解的重要载体。文化产业的这种特殊属性意味着其高质量发展不仅仅局限在经济层面,更重要的是在树立文化自信中的价值引领作用,尤其在对外交流中展现“中国故事”及其背后的思想力量和精神力量方面具有不可替代的作用,关乎国家的文化传播力和内生价值认同。习近平总书记在党的二十大报告中强调,要“推进文化自信自强”,“坚守中华文化立场,讲好中国故事、传播好中国声音,展现可信、可爱、可敬的中国形象”^②。要想在当今复杂的国际形势下提升中国的整体实力,就必须摒弃西方文化弥漫性的价值渗透,塑造以追求中国特征、中国价值、中国气度为底蕴的新时代国际形象。因此,从国际层面看,文化产业高质量发展就要不断提升国家文化软实力和国际话语权,让世界更好地认识中国、了解中国,进而以高水平的内循环促进外循环的畅通,最终实现内外循环的协调互促和共生发展,共同推进国家整体实力和发展质量的跃升。

三、新发展格局下我国文化产业发展面临的挑战与机遇

文化产业高质量发展与构建双循环新发展格局紧密契合,而当前世界正经历百年未有之大变局,中美贸易摩擦叠加新冠肺炎疫情加剧了社会经济的不确定性,中国的发展面临恶意制裁、疫情冲击、信任缺失和政治摩擦等诸多困境^③,文化产业发展所面临的大环境也发生了根本性改变,新发展格局下

^① 叶初升、李承璋:《内生于中国经济发展大逻辑的“双循环”》,《兰州大学学报(社会科学版)》2021年第1期。

^② 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》,《人民日报》2022年10月26日,第1版。

^③ 沈国兵:《疫情全球蔓延下推动国内国际双循环促进经贸发展的困境及纾解举措》,《重庆大学学报(社会科学版)》2021年第1期。

我国文化产业要实现高质量发展也面临不少现实挑战。但正如习近平总书记所强调,“危和机同生并存,克服了危即是机”^①,双循环新发展格局下的不确定性也为其突破发展瓶颈带来了重要的战略机遇。

(一)新发展格局下我国文化产业发展面临的现实挑战

其一,国际意识形态竞争加剧,我国文化产业的海外市场被压缩。中美贸易摩擦及新冠肺炎疫情的暴发打断了全球经济一体化的持续进程,各国开始考虑自身的产业链安全问题,贸易保护主义重新兴起^②,加之美国为首的部分西方国家不断推行所谓的“脱钩”和“去中国化”策略,并以共同的意识形态和价值观为纽带联合部分西方国家建立反华联盟雏形^③,正常的多边合作机制受到严峻挑战^④。为了达成孤立中国的最终目的,以美国为首的诸多西方国家会极力限制并曲解我国的对外文化交流与传播项目,由此进一步恶化了我国文化企业“走出去”的国际环境,国际市场对我国文化产品的吸收能力和外部需求也明显下降。如美国对中国传媒企业进行大规模审查与关停,印度集体下架 TikTok、微信与 QQ 音乐等 59 款热门中国应用软件,直接造成了我国巨大的海外市场损失。在此情景下,受限严重的国内文化企业将逐渐被迫退出国外文化市场,我国文化产业的外循环链条可能遭受重创。

其二,文化产品国际传播力与影响力的相对弱势,与中国的大国实力格局不符,较难形成促进文化产业高质量循环的外推力。据 US.News 发布的 2019 全球文化影响力榜单显示,中国仅位列第十九位,文化国际影响力与经济总量已成为世界第二的大国地位极不相符。尽管中国已成为全球文化产品的最大出口国,但与文化全球传播力和海外影响力紧密相关的文化产品出口始终存在结构性失调,文化产品输出带来中华文化元素在全球影响力的提振作用不明显。据《中国文化国际传播与影响力报告(2020)》显示,我国在传统纸质文化产品、新型电子文化产品的文化贸易及版权引进与输出、电视节目进出口业务中仍存在较大贸易逆差,且传播范围较难突破亚洲范围,与英语语言文化产品差距较大,中华文化在世界范围内的影响力与价值引导力还有较大上升空间。这也侧面说明我国文化产业在国际循环中缺乏自己的文化品牌,仍处于文化产业链低端,文化产品竞争力与认可度不高,距离高质量融入国际文化产业循环体系尚有较大差距。

其三,后疫情时代的文化消费趋势放缓,线下消费大大受阻。新冠肺炎疫情对部分以线下集聚、实体场景消费和面对面接触式服务为主要特征的传统文化细分行业(如文旅业、影视业)的冲击尤为明显,例如万达电影 2020 年亏损近 67 亿元就是疫情期间传统影视行业的一个鲜明缩影。疫情不断反复,传统线下文化企业的经营环境仍存在较大不确定性。同时,新发展格局下我国经济发展的下行压力较大,作为与经济发展密切相关的消费增速明显放缓,后疫情时代人们的文化消费需求恢复较为缓慢。如何激活消费潜力、提高文化内需的拉动力成为当前最突出的挑战之一。

其四,文化要素资源配置结构不合理,文化产业区域间循环不畅通。我国文化历史资源和文化现实资源非常丰富,但文化产业的空间布局却与文化资源的丰裕程度很不匹配,区域文化要素禀赋优势和比较优势难以发挥,呈现出东中西部不均衡、城乡发展不均衡等特点。笔者根据 2019 年统计年鉴数据测算,湖北、湖南、重庆、四川等中部地区的文化资源(包含自然资源、历史文化资源、民俗文化资源、美术馆、音乐厅等)最为丰腴,约为东部地区的 1.39 倍,约为西部地区的 1.44 倍。然而从文化产业法人单位数、从业人员数、文化产业资产总额以及文化产业营业收入等指标综合来看,我国约 64% 的文化产业却主要集中于北京、山东、浙江、江苏等东部地区,中西部地区文化产业发展水平相对落后。这说明文化创意、资本、技术、人才等要素的自由流动仍受区域壁垒与市场分割影响,如何疏通文化产业不同区域之间要素流动的“断点”和“堵点”,仍然是新发展格局下文化产业高质量发展的巨大挑战。

① 《习近平:危和机同生并存,克服了危即是机》,http://health.people.com.cn/n1/2020/0402/c14739-31658776.html,访问日期:2022年4月2日。

② 阎学通:《新冠肺炎疫情为去全球化提供合理性》,《国际政治科学》2020年第5期。

③ 李怀亮:《“新冷战”条件下中国文化走出去的战略选择》,《对外传播》2020年第8期。

④ 仇发华、陈露、吴迪:《新形势下我国区域经济合作的动力及趋势》,《宏观经济管理》2021年第2期。

（二）新发展格局下我国文化产业发展的战略机遇

其一，疫情防控的成功彰显了中国的大国形象与制度优越性，极大增强了世界人民对中国文化的认同感。在全球疫情蔓延和防控压力增大的情况下，我国总结防疫经验出版了《新型冠状病毒肺炎预防手册》，成功面向 17 个国家和地区进行了 12 种语言版本的版权输出，这种代表着中国经验的文化贸易输出破除了西方国家的诸多不实谎言，极大地提升了中国的国际形象。习近平总书记指出：“这次疫情发生后，我们怎么应对、应对效果如何，国际社会高度关注。中国人民在疫情防控中展现的中国力量、中国精神、中国效率，展现的负责任大国形象，得到国际社会高度赞誉。”^①在全球疫情防控的考验中，中国疫情防控的成功经验不仅向国际社会昭示了中国强大的综合国力和治理效力，更显示了中华民族伟大的精神力量以及敢于战胜一切困难的自强品格，为进一步向世界传递中国声音、讲述中国故事、分享中国方案奠定了基础，有利于减轻中国文化产品“走出去”的价值认同障碍，对隐含中国价值观的文化产品海外输出产生了正面增益效果。

其二，国内消费需求转型为文化产业链优化升级提供了新的契机。复杂国际形势下的海外威胁将推动各类文化企业逐渐改变市场布局，以内需为主的大发展趋势也促使各类文化企业在今后发展过程中更加注重本土化创新，重新深入挖掘中国传统文化中的当代价值，为文化产业内循环链条的升级奠定基础。同时，疫情防控常态化情景下国民的海外消费热情下降，海外消费渠道受阻，文化消费逐步回流，国内文化消费需求加大，提高了文化消费升级的市场韧性，进一步增强了文化产业国内需求链的稳定性。值得注意的是，网络新生代人群逐渐成为新格局下文化消费的主力，其审美需求和消费动机更加多元。与改革开放初期不同，国内庞大的消费主体不再过度执着于海外名牌或崇尚西方文化，而是对承载时代记忆的“中国元素”和高性价比的国民品牌倍加推崇，“国潮风”“文物热”等现象反映出国人对优质国货的空前需求，中国本土文化产品迎来崭新的发展机遇。

其三，推动文化产业高质量发展的内生动力后劲十足。首先，从“物质文化需要”到“美好生活需要”、从“落后的社会生产”到“不平衡不充分的发展”，主要矛盾嬗变的背后折射出社会生产力的进步和消费需求的迭代升级，这是文化产业高质量发展的根本动力。其次，网络技术和新冠肺炎疫情极大改变了消费者的固有消费习惯，线上文化消费与数字体验式消费模式逐渐被大众接受，为文化产业的数字化转型创造了必要条件。在数字经济领域的先发优势和比较优势下，区块链、5G、人工智能、大数据以及华为鸿蒙操作系统等数字科技的运用契合了文化产业供给侧结构性改革的需求。德国柏林欧洲高等商学院(ESCP)2020年发布的一项报告表明，中国数字竞争力在过去3年里排名累计上升了52位，为文化产业高质量发展提供了强大的科技支撑力。

其四，中国五千年优秀传统文化积淀形成了丰富恢弘的自然文化遗产和特色鲜明的非物质文化遗产，为文化产业高质量发展提供了不竭源泉。新的国际形势下，我们愈加认识到深入挖掘中华优秀传统文化对打开文化产业高质量发展增量空间具有重要的战略意义。

四、新发展格局下文化产业高质量发展的战略思路

在错综复杂的国际形势下，面对多重挑战和机遇，实现文化产业高质量发展的首要问题是要有明确的战略思路和行动纲领，只有这样，其具体实践路径才有依据和方向。

（一）以守正创新和双效统一作为新发展格局下文化产业高质量发展的根本遵循

习近平总书记指出，“文化产业既有意识形态属性，又有市场属性，但意识形态属性是本质属性”^②。新发展格局下文化产业高质量发展必须牢牢把握住价值主线，将社会效益放在首位，实现社

^① 习近平：《在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上的讲话》，《光明日报》2020年2月24日，第2版。

^② 《习近平在长沙考察，彰显这两个关键词》，<https://news.cctv.com/2020/09/18/ARTIK1p3ObfyU9KqM2oZtEdD200918.shtml>，访问日期：2020年9月18日。

会效益与经济效益的双效统一,这是其持续健康发展的根本遵循。文化产业是通过生产投入和文化产出实现经济价值与意识形态统一的特殊生产机制,也是国家和社会重要的表达系统和传播系统,其文化产品内含的意蕴直接关系到国家自信和社会群体的价值认同,不可避免地会影响人们的价值选择和现实行为。尤其是在当前复杂的国内外局势下,更是要做好文化产业的意识形态治理与引导工作,牢牢掌握党对意识形态工作领导权,巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论,弘扬社会主义核心价值观,这是保证新发展格局下文化产业高质量发展的核心。

与此同时,文化产业经济属性内生的自发性、盲目性缺陷也决定了文化产业在高质量发展过程中必须时刻具有“底线”思维,坚持守正创新。科技的迅速发展使文化产品的生产方式、传播渠道和消费方式等发生了质变,单纯的市场力量驱动容易引发文化市场“娱乐至上”的乱象,导致优秀传统文化资源被滥用与错用,加剧盗版风险与隐私泄露风险,最终背离社会主义核心价值观,难以真正满足人民群众的精神文化需求。这就意味着能促进文化产业高质量发展的创新是立足于优秀文化资源、扎根于人民群众根本需求的守正创新,且无论是内循环还是外循环都要在“守正”的基础上把握双循环新格局下文化产业发展的新变化与新需求,探索社会效益和经济效益良性互动的创新机制。

(二)从内外循环的差异性入手把握新发展格局下文化产业高质量发展的行动方略

双循环新发展格局以内循环为主体,力求实现各产业在国内市场与国际市场更大范围、更深层次、更强力度的互联与互通,这就意味实现文化产业高质量发展需要把握内外经济循环中角色定位的差异性,把握住“文化产业内循环协同均衡”与“文化产业外循环链条攀升”的发展主线,这样才能更加高效地利用国内国际两种市场与资源。

一方面,以国内循环为主体并不是代表文化产业进入内卷状态,而是通过调整内循环结构、改进内循环动能来实现高质量发展,进而建立高效畅通的文化产业内循环体系,实现其内循环的协同均衡。根据社会再生产理论,产业的生产供给是各类经济循环的开端与物质基础,而产品的消费则是经济循环的终点与下一轮循环的新起点,因此文化产业内循环的高效畅通需要从文化供需两端入手,完善文化产业内循环的供需链条,保障文化产业内部的供需动态平衡与优化升级。同时,文化产业是一种特殊的产业形态,其形成与发展主要依附特定地域的历史传统、文化设施、高知人群、创意创新氛围等文化资源和载体,并因此产生较为频繁的空间运动变化和调整,所以要实现文化产业高质量发展也需要从内循环支撑空间的协调性入手,保障文化产业发展在区域布局及城乡融合的协同,完善文化产业内循环的空间链条。

另一方面,从整个文化产业发展层面上看,新形势下文化产业的高质量发展也需要重视国际循环。这意味着文化产业发展不能仅局限于国内的市场与资源,而是要推进文化产业内循环体系与国际文化供应链和国际文化大市场的全方位对接,这事关中国在国际社会的引导力及竞争力。特别是当前国际政治经济环境发生较大变化,文化产业在新形势下的长远目标应该是提振中华文化的世界影响力,摆脱以西方国家为主导的价值渗透,这更需要做大做强我国文化产业的外循环体系,在文化产品输出的同时提升中国文化元素在全球的传播力和影响力,推动我国文化产品与服务向全球文化产业链的高端跃升,从而整体提升文化产业在全球经济中的竞争力,创造出新阶段我国文化产业内外循环互促的新模式。

(三)以文旅融合作为新发展格局下文化产业高质量发展的切入点

文化与旅游业融合形成的文旅产业是典型的综合性服务产业,其涉及行业面广、乘数效应强、民众参与度高、可持续性强,且具有较高的消费韧性。虽然新冠肺炎疫情蔓延对文旅行业造成了严峻考验,但全球疫情下文旅产业的疲软不是需求不足而是消费刚需被压制的一场特殊危机^①,在疫情控制良好的地区,与文旅相关的行业能够迅速实现回弹,且文旅产业的包容性较强,能够整合多方位的文化要素,使各领域、各部门与企业形成异业联动,打通与延长各类产业内循环链条,是刺激消费需求的

^① 夏春红、章军杰:《全球疫情冲击下我国文旅全球化能力建设研究》,《山东社会科学》2021年第9期。

重要力量。其次,文旅行业的人本价值较高,具有潜移默化的文化感染力与渗透力,是一种传递特色文化的隐形表达方式,既能够在较大程度上契合中国人民的精神文化追求,提升文化产业内循环的质量,也能在文旅全球化进程中推动中国声音与中国价值走出国门,帮助我国文化产业更有深度地、持续地融入国际循环体系。因此,从刺激文化需求强度与促进文化交流角度考虑,实现新发展格局下文化产业高质量发展的目标可以以推动文化与旅游业融合为切入点。

(四)以数字化转型作为新发展格局下文化产业高质量发展的突破点

文化产业的数字化转型是文化与广义的数字技术系统性融合的过程^①,也是新发展格局下创新文化业态的重要手段。作为一种新型要素,数据能够突破时间和空间局限,在撬动文化产业链上企业的创意融通、生产环节优化与供给提质等方面发挥着重要的联动协同作用。所以,文化产业各链条结构的数字化转型能够在文化创意设计环节、文化产品生产环节与文化产品营销环节之间实现精准匹配与流程再造,从而打破文化产业既有的创新模式,提升整个文化产业链条的创新效率与效果。在新发展格局下,新冠疫情的反复性与不确定性加速了文化消费习惯向线上转移,文化产业的数字创新能力更为凸显,通过数字化技术与文化行业融合能够突破时间和空间局限,将受压抑的文化刚性需求及时转换成可实现的有效需求,充分调动接触性的线下传统文化业态与非接触性的线上文化新业态的双重活跃度,更好地满足各种经营状态及不同物理空间的文化需求,推动文化产业的内外循环与交流互动。因此,从促进创新、突破物理与交流界限的角度考虑,利用数字赋能、实现数字化转型将是实现新格局下我国文化产业高质量发展的重要突破口。

五、新发展格局下文化产业高质量发展的实现路径

在构建双循环新发展格局和推进中国式现代化进程的时代背景下,为解决文化产业的关键制约问题,文化产业高质量发展应在坚持守正创新和双效统一的基础上,立足于国内循环与国际循环的差异性,从“文化产业内循环协同均衡”与“文化产业外循环链条攀升”两个维度同步展开。

(一)加强文化供给侧与需求侧良性互动与文化产业内循环迭代升级

党的二十大报告强调,“把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,增强国内大循环的动力和可靠性”^②。在双循环新发展格局下,形成文化需求牵引供给、文化供给创造需求的更高水平的供求关系是畅通文化产业内循环的治本之策。为此,应统筹实行文化供给侧结构性改革和文化需求侧管理,消除疫情影响下我国文化产业存在的文化供给梗阻现象以及文化消费内需不足、需求外溢等产业弊端,从而更好地实现文化产业内循环的良性互动和迭代升级。

一方面,应以供给侧结构性改革为契机,创新文化产品供给模式,实现文化产品和服务的高质量供给。要充分借助现代化科技手段,全方位深挖优秀传统文化及其历史底蕴,使其“潮”起来、“动”起来,创造更具“沉浸式”的产品供给。比如,安徽齐云山景区以“汉文化”为媒,借助最新的声、光、电技术,全新讲述传统文化故事,成为新的网红打卡地;山东省杂技团运用传统杂技与现代科技相结合的手段,采用解构和重构理念进行舞台设计,将革命故事《铁道英雄》以令人震撼的全新方式展现出来,突破了以往杂技剧以炫技为主的固有模式。同时,要打破传统的文化传播载体和形式,利用5G、8K、AI、VR等技术手段,促进文化供给的场景再造,做到疫情期间文化产品供给“不打烊”,充分满足消费者多元化、立体性的文化需求。譬如敦煌研究院联合腾讯、人民日报社推出“云游敦煌”,消费者足不出户就能够欣赏敦煌石窟的200多个石窟和2000多张精美壁画,该项目自上线以来总访问量是线下敦煌莫高窟年接待量的22倍,彰显了“云文旅”的创造力和巨大市场潜力。进一步地,更要发挥文化

^① 张铮:《文化产业数字化战略的内涵与关键》,《人民论坛》2021年第26期。

^② 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》,《人民日报》2022年10月26日,第1版。

产业对其他产业的赋能和引领作用,将文化理念渗透到制造业、服务业和其他相关产业的产品定位、设计、加工、营销的全过程,引导一般性产品向带有文化属性和文化价值的产品转变,提升其品牌价值和他文化价值,适时延长文化产业链。

另一方面,更加重视打通需求侧中的关键“堵点”,采取多种方式激发人民在疫情之下被压制的文化消费刚需,消除制约人民文化消费的障碍。探索打造低密度、零距离的文化消费模式,开展多种线上文化消费活动,拓展文化消费新空间。利用“互联网+”、人工智能、区块链等先进技术改善消费者的被动消费状态,大力发展“云综艺”“云展览”“云旅游”等多样化的新型互联网文化消费形态,通过直播、短视频等实时互动的消费场景拓展文化消费新空间,形成线上线下并行发展的文化消费新模式。受疫情冲击影响较大的传统剧团、乐队等线下演出行业应充分适应新的环境,将舞台艺术作品向视频平台迁移,开启付费直播新模式。除此之外,也要推动企业通过运用大数据、云计算等手段更精准地刻画消费者需求,进一步挖掘消费者的潜在需求并创造新的需求。特别是应抓住当前海外高端消费回流的机遇期,不断培育新的文化消费热点,尤其要关注“90后”“00后”等对新技术有较高积极性和参与性的年轻一代群体的消费需求。

(二)优化文化要素空间布局与文化产业内循环均衡发展

新发展格局下,文化产业高质量发展必须缩小要素间的区域差距,促进要素自由流动,实现文化产业的空间布局优化,这是畅通文化产业内循环的题中之义。通过采取多种手段优化文化产业空间布局,不仅有助于当前中国产业发展内循环的均衡性,促进文化产业空间链条的均衡有序,亦有助于增强中西部地区的产业韧性和对外来投资的吸引力,巩固脱贫攻坚成果,为缩小我国区域发展差距、促进乡村振兴提供动力源泉。

首先,以政府引导、精准帮扶为导向促进文化产业要素在不同区域间自由流动,形成东部地区与中西部地区文化产业错位发展、联动升级的发展新格局。政府应借鉴精准扶贫和对接支援模式,积极推动和引导东部发达省份将资本和人才输出到中西部落后地区,在文化产业欠发达地区实施有区分的、基于各自比较优势的发展路径。在具体实施过程中,政府帮扶应由传统文化产业政策向营造高质量竞争有序环境政策转型,着力优化中西部落后地区的文化产业发展环境,充分挖掘当地的历史文化资源,发挥比较优势,建立适合当地文化资源特色的文化产业发展模式;支持少数民族地区发展特色文化产业,繁荣发展少数民族文化。设立文化产业试验区,根据文化产业区域特性制定适宜的税收优惠政策。通过文化产业专项基金,引领资本、人才、创意、数据等文化产业要素由东部发达省份向中西部地区流动,提升文化产业要素跨区域流动的质量和效率,逐步实现文化产业区域布局由局部集聚走向动态平衡。

其次,文化脱贫与经济脱贫并重,挖掘乡村文化资源优势,打造属于当地特色的文化品牌,增添乡村传统产业的文化附加值。借助“乡村振兴”和脱贫攻坚的机遇,在经济脱贫的基础上实现文化脱贫,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴,才能缓解文化产业空间格局的城乡严重失衡问题。习近平总书记指出,“实施乡村振兴战略不能光看农民口袋里票子有多少,更要看农民精神风貌怎么样”^①。因此,应大力发掘乡村文化、民俗文化和自然资源特色,保护和挖掘地方非遗资源,实现非遗转化创新。积极鼓励、支持和发展原乡、旅居、民俗等多种业态,提质升级乡村旅游,培育和打造乡村文化旅游示范村。例如,云南省的永富村积极开发半山耕云项目,融入当地的高原乡村文化、农耕文化、少数民族文化、红色文化等四大特色文化,成为当地独具特色的乡村旅游名片,也成为疫情之下当地游客乡村游、近郊游的优选。此外,也要逐步加大对乡村公共基础设施的投入,增加乡村文化阅览室、博物馆、文化广场等设施;实施文化惠民工程,健全乡村公共文化设施网络,提升乡村公共文化服务水平。借鉴经济脱贫模式,实施对乡村地区和老少边穷地区的文化帮扶,加大城乡间人才、资本的双向流动,让乡村地区享受与城市地区同样的精神文明成果和基本文化权益。

^① 《习近平:农村要发展需要好的带头人》,http://www.xinhuanet.com/politics/2017-12/12/c_1122100825.htm,访问日期:2022年3月20日。

(三)塑造开放型、国际化的文化发展格局与文化产业外循环链条攀升

习近平总书记在二十大报告中指出,要“坚持高水平对外开放”、“提升国际循环质量和水平”^①。推动文化产品和服务走出去,提高文化产业的国际竞争力,加快构建中国话语和中国叙事体系是双循环新发展格局下实现文化产业高质量发展的必由之路。如何在文化产品输出的同时提升中国文化元素在全球的传播力和影响力成为新发展格局下推动文化产业链向高端跃升的关键。

第一,树立国际品牌意识,打造具有世界影响力的中国文化品牌。推动中国文化产业在全球产业链条中由组装、加工的中下游环节向文化IP孵化、创意、授权等上游环节攀升。在这一过程中,既要加强自身文化品牌建设,加大对中华优秀传统文化的探索、研究和创新转化,同时也要充分研究中国故事国际表达的有效方式,形成能与国际交流的对外话语体系。受全球疫情等外在条件影响,我国优秀传统文化产品出口相对停滞,但是以游戏、网络文学等为代表的数字文化产品出海力度较大,成为中国文化对外传播的新载体和新表现形式。阅文集团成功将中国的网络文学和运营模式带到海外,引发了一股海外中国网文热;李子柒以短视频为依托传播不一样的中国文化和自然风光,Youtube海外粉丝关注量刷新吉尼斯纪录,开拓了讲好中国故事的新思路。这些互联网时代的“爆款”文化产品都充分表明,依托动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络视频、创意设计等方式让优秀传统文化资源焕发新的生机,形成一批具有鲜明中国文化特色的文化IP,将成为树立中国形象、传播中国声音,全面提升国际传播效能,增加中国文化全球影响力的新动能,亦将形成助力中华民族伟大复兴的文化力量。

第二,以构建境外产业园区或产业板块为抓手,积极推动我国与“一带一路”沿线国家和亚非拉国家多种形式的人文交流,助力中国文化“走出去”。当前,我国已经成为一百四十多个国家和地区的主要贸易伙伴。借助“一带一路”建设、亚太区域合作以及中非命运共同体构建的发展机遇,将中国元素融入文化产品中并优先向文化认同感较强的国家传播,更多地展现国家文化“软实力”。特别是,在境外产业园区的建设管理中,应将文化产业要素作为不可或缺的一环加以考虑,既要弘扬中国的特色文化和优秀传统文化,也要添加东道国当地的异域文化要素,激发东道国消费者心理上的情感共鸣。如可以在境外产业园区内设立文化剧场,利用已建立的丝绸之路国际剧院联盟等国际平台,共同开发与孵化具备全球价值、符合当地市场需求的演绎剧目,推动中国文艺精品真正走入当地文化市场,增进与“一带一路”沿线国家和亚非拉各国人民的文化互信和民心沟通。

第三,以自由贸易试验区为依托探索中国特色文化产业体系与国际文化产业体系的交流与合作新模式,吸引国外优秀文化产品和高质量文化要素资源流入,形成以内促外、内外互促的双向开放和融合新格局。一是要加强以海南自由贸易港为代表的自贸区在文化产业领域的顶层设计,推动自贸区建设由实物资本投资向文化、知识资本投资转变。充分利用国内广阔文化消费市场的虹吸效应,吸引全球高端创意要素和人才流入。在这一过程中,要始终把社会效益放在首位,维护国家文化安全,对涉及意识形态领域的文化内容加强监管,审慎适度地扩大文化产业领域的对外开放广度和深度。二是在坚持正确导向的基础上,借助自贸区的发展契机对文化产业领域进行先行先试的制度创新,为新发展格局下我国文化产业发展带来开放的红利。率先探索并主动对接高标准的国际文化贸易规则体系,完善文化产业备案制管理、知识产权保护制度以及负面清单管理模式,营造自贸区优良的文化产业投资环境和竞争环境,支持中国本土文化企业与外资企业在版权输出、影视制作、IP开发等领域开展深度合作,消化、吸收国外先进的发展理念和技术经验,并立足于本国的实际国情和文化要素资源,研发、创新有鲜明中国特色的文化产品,打造新发展格局下文化产业高质量发展新高地。

第四,企业也应自觉担当起中国文化海外传播的时代使命,以产品“走出去”、企业“走出去”带动文化“走出去”。在中国产品和中国企业“走出去”的过程中,应着力加强中国高端制造业的海外形象建构工作,以有温度、有厚度、诚实守信的中国企业形象促进中国文化的海外传播。在相互尊重的基

^① 习近平:《高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》,《人民日报》2022年10月26日,第1版。

基础上,以无形性、灵巧性等“润物细无声”的方式突破国家间跨文化融合的阻力和障碍,减少“文化折扣”现象,传递中国优秀企业的理念和价值观,进一步展现国家文化软实力,形成支撑高质量国内、国际双循环的文化力量。

(四)推进新型文化数字化战略与文化产业双循环提质增效

在新一轮技术革命浪潮下,通过数字化战略提升文化产业链现代化水平和产业要素流动效率是新发展格局下文化产业内外循环提质增效和循环效率提升的重要引擎。

首先,借助数字化机遇促进文化企业商业模式创新,实现传统文化产业的数字化改造。推动传统文化企业向智能识别需求、大数据云展示、全产业链存储控制等方向转型,促进文化产业链条上单个文化企业生产效率与产品价值的提升。鼓励各类新兴平台开发新型的文化产品和服务,支持互联网企业打造数字文化精品,发展多样性、立体化、数字化文化新业态。

其次,搭建文化产业的大数据信息服务平台,利用数字化展览技术、云储存技术、网络授权交易技术等实现大数据信息在文化产业链条上的多元共享,促进文化需求与供给、金融资本与文化资源、政府政策与要素支持的有效对接,增强文化产业链条各环节的前后关联性,确保消费市场内部的高质量需求可以顺利传递至文化产业链的各环节。

再次,大力发展数字化文化产业集群,建立文化产业与其他产业的跨界融合联动机制。利用数字化技术建设线上线下结合的知识链聚集平台,改变文化产业集群的传统空间结构,实现文化产业链条上不同区域企业的纵向与横向协同,重塑文化产业集群内企业链与供需链的空间布局,打造以互联网平台为虚拟空间聚合点的新型文化产业集群,实现文化产业链的横向与纵向延伸。

最后,在数字化文化产业的发展中,应避免将数字化技术作为纯粹的工具而出现滥用数字化和过度娱乐化倾向,要加强对文化产品流通过程中行为数据、消费数据、交易数据的跟踪管理,防止文化产业内容空心化等现象。

(五)营造竞争有序的发展环境与完善文化产业双循环治理保障机制

一是完善文化经济政策,多措并举为文化企业纾困解难。在特殊时期,要充分发挥有为政府在政策保障和优化资本配置方面的作用。政府应主动对接金融部门,将演艺、影视、文旅等受疫情冲击较大的文化产业列为当地金融优先支持的重点领域,创新文化产业投融资模式,满足困难时期文化企业产品服务创新、兼并重组、产业升级等方面的资金需求,稳住文化产业恢复发展基本盘。例如,北京市发放1.95亿“投贷奖”降低了特殊时期文化企业的融资成本;雄安新区开展消费补贴和运营补贴,并降低企业防疫成本,保障了现代服务业的健康有序发展。政府各类文化经济政策的出台为文化产业的稳定发展注入活力,也是文化企业平稳顺利度过疫情大考的有力支撑。

二是推动信息平台建设,实现资源的多边共享。借鉴浙江省“浙朵云”发展模式,采取政府采购等方式,鼓励和支持各省市建立文化产业大数据库,着力打造文化产业服务平台、文化产业交易平台,促进信息、创意、服务、人才、科技等要素在不同区域和行业间的流动;进一步深化体制机制改革,加强各部门之间的交流与合作,打破制约文化产业发展的区域壁垒和行业壁垒,为文化产业健康发展释放制度红利。

三是完善由多元主体共同参与的上下互动、多维合作的监督治理体系。文化产业在发展过程中,要始终坚持将社会效益放在首位,这就需要政府、行业协会、企业、媒体、公众等多个主体共同参与监督和治理。应将政府的重事后管控转为前瞻性指导,对新技术催生的文化新业态以及网络文化中的不良文化内容,运用现代化的技术手段进行监督治理;对文化产业的内容生产进行价值引领,确保产品内容符合正确的价值取向,形成文明健康的网络文化空间。坚决打击盗版和侵权行为,加强文化领域的知识产权保护力度,营造秩序良好的文化生态系统,为文化产业高质量发展营造绿色文明、竞争有序的生态环境。

六、结语

文化产业的高质量发展不仅是畅通国内大循环的必要动能,也是实现国际循环、应对百年未有之大

变局的战略选择。面对国内国际形势的变化,文化产业的未来发展既有挑战更有机遇,既有外生压力,也有内生动力。在双循环新发展格局下,我国必须在坚持守正创新、双效统一根本原则的前提下,把握内外循环的差异性,通过多种路径实现文化产业的高质量发展。这些路径包括:构建更高水平、更高质量的文化产品供给体系,发挥文化产业对其他产业的赋能和引领作用,同时也要打通需求侧中的关键“堵点”,激活刚性文化消费需求,加强文化供给与需求的良性互动与内循环的迭代升级;以政府引导、精准帮扶为导向,文化脱贫与经济脱贫并重,促进文化产业要素在不同区域间自由流动,推进乡村文化产业体系建设,优化文化要素空间布局,实现文化产业内循环均衡发展;加强国际文化品牌建设,以构建境外产业园区或产业板块为抓手,以自由贸易试验区为依托,探索中国特色文化产业体系与国际文化产业体系的交流与合作新模式,助推中国文化产业在全球价值链上的持续攀升,形成以内促外、内外互促的双向开放和融合新格局;培育以创意与技术为核心的数字文化产业链,通过数字化战略提升产业链现代化水平,建立集数据处理和数据交易于一体的文化产业要素市场,打通文化产业链上下游的柔性创新通道,推动文化产业双循环提质增效;完善文化经济政策,推动全国文化产业信息平台建设,完善由多元主体共同参与的上下互动、多维合作的监督治理体系,打造健康有序的文化产业内外循环生态环境。

The Strategic Thinking and Realization Path for High-Quality Development of China's Cultural Industry under the New Development Pattern

Pan Ailing Wang Xue Liu Xin

(School of Management, Shandong University, Jinan 250100, P.R.China;
Management College, Ocean University of China, Qingdao 266100, P.R.China)

Abstract: High quality development of cultural industry is an important practical path to meet people's needs for a better life and boost China's economic growth under the new development pattern of dual circulation. It is also a necessary strategic choice to strengthen cultural confidence, take the roald of Chinese path to malernization, and calmly cope with the profound changes in a century. Nowadays, the complex international environment makes the development of cultural industry face severe challenges such as the intensifying ideological competition, the impeded export of cultural products, and the slowdown of cultural consumption. At the same time, the improvement of national image, the transformation of domestic demand, and various endogenous growth forces also bring new strategic opportunities to the high-quality development of cultural industry. Therefore, we need to follow the basic principles of positive innovation and the unity of social and economic benefits. Based on the two dimensions of "coordinated balance of internal circulation of cultural industry" and "rising chain of external circulation of cultural industry", we can achieve the high-quality development of China's cultural industry. The realization paths include the positive interaction between the cultural supply side and the demand side, the optimization of industrial spatial distribution, the international climbing of industrial chain, the implementation of digital strategy, and the improvement of multiple governance mechanism.

Keywords: Dual circulation; Culture industry; High-quality development; Collaborative upgrading

[责任编辑:郝云飞]