

# 激发文化创造活力 向着社会主义文化强国迈进

## ——党的十八大以来文化体制改革成果述评

党的十八大以来，在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下，按照中央全面深化改革的总体部署，宣传文化战线高举改革旗帜、聚焦“四梁八柱”、锐意攻坚克难，推动文化体制改革在新的起点上纵深拓展，取得一批开拓性、引领性、标志性的制度创新成果，文化体制改革主体框架基本确立，进一步激发了文化创新创造活力，进一步促进了文化事业和文化产业发展繁荣，进一步增强了人民群众的文化获得感和幸福感。

### 以习近平总书记重要讲话精神为引领，掌握改革正确方向、明确改革主体框架

在推进治国理政进程中，习近平总书记高度重视文化建设，将其纳入“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局进行部署，就文化改革发展的一系列重大问题作出深刻阐述。

——文化自信，是更基础、更广泛、更深厚的自信，是更基本、更深沉、更持久的力量；

——坚持不忘本来、吸收外来、面向未来，在继承中转化，在学习中超越；

——加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发，实现中华文化的创造性转化和创新性发展；

——紧紧围绕建设社会主义核心价值观体系、建设社会主义文化强国，完善文化管理体制和文化生产经营机制，建立健全现代公共文化服务体系、现代文化市场体系来做好工作，以此推动社会主义文化大发展大繁荣；

——把握好意识形态属性和产业属性、社会效益和经济效益的关系，始终坚持社会主义先进文化前进方向，始终把社会效益放在首位。无论改什么、怎么改，导向不能改，阵地不能丢；

……

习近平总书记重要论述，体现了我们党对中国特色社会主义文化建设规律的深刻把握，丰富和发展了马克思主义文化理论，是党中央治国理政新理念新思想新战略的重要组成部分，为深化文化体制改革指明了方向、提供了遵循。

宣传文化部门深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，加强科学谋划、细化制度设计，切实把讲话要求转化为改革的目标思路和任务举措。制定《深化文化体制改革实施方案》，编制《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》，出台“两个效益”相统一、媒体融合发展、特殊管理股试点、新闻单位采编播管人事管理制度改革、采编和经营两分开、文艺评奖改革、构建现代公共文化服务体系、实施中华优秀传统文化传承发展工程、国际传播能力建设等40多个改革文件，细化了改革的路线图、时间表、任务书，搭建起文化制度体系的“梁”和“柱”。在此基础上，建立任务台账、加强督察问效，重点任务进展一月一反馈、一季一督察，跟踪效果、及时整改，确保各项改革任务落地生根。截至目前，党的十八届三中全会、五中全会确定的104项文化体制改革任务已完成97项，其余7项正在抓紧推进之中。

### 始终把社会效益放首位，建立健全确保社会效益和经济效益相统一的体制机制

正确处理社会效益和经济效益的关系，是社会主义市场经济条件下文化建设必须始终把握好的重大问题。一条主线贯穿改革全过程——充分考虑文化特

### 文化产业保持两位数的增长速度，展现蓬勃生机与活力

从2012年到2016年，文化产业增加值由1.81万亿元增加到3.03万亿元，首次突破3万亿元；占GDP的比重从3.48%提高到4.07%，首次突破4%。在整体经济下行压力较大的背景下，文化产业保持两位数的增长速度，展现了蓬勃的生机与活力

### 讲好中国故事传播好中国声音，文化走出去力度空前加大

加强对外话语体系建设，紧扣中国梦宣传阐释，用鲜活故事生动阐释中国发展道路的深刻内涵和独特优势

拓展对外文化交流，用好中医药、中国美食、中国园林、中国功夫等文化名片，打造对外交流品牌，增进中华文化亲和力感染力

加强国际传播能力建设，打造外宣旗舰媒体，中国国际电视台(中国环球电视网)成功启播

推进对外文化贸易，扩大我国文化产品和服务在国际市场的份额和竞争力

点和功能定位，统筹文化宏观管理体制与微观运行机制改革，努力构建坚持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。

——中办、国办印发《关于推动国有文化企业把社会效益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一的指导意见》，明确提出“社会效益指标考核权重应占50%以上”，“探索建立党委和政府监管有机结合、宣传部门有效主导”的国有文化资产管理体制等重大举措，将“两个效益”相统一的原则要求转化为具体制度设计。同时，分类推进国有文化企业改革，积极开展国有控股上市公司股权激励试点、国有文化企业职业经理人制度试点，探索建立健全有文化特色的现代企业制度。

为确保既活得好又走得正，中南传媒集团公司出台专门考核办法，对直接涉及内容生产单位的考核，突出强调社会效益、减轻经济指标要求。中国出版集团制定了坚持正确导向、履行国家使命、做大文化影响与加强制度队伍建设等社会效益考核的“四个一级指标”，做强做响主题出版，营业收入、总资产、净资产突破百亿大关，实现了社会效益和经济效益的双丰收。

——探索可量化、可操作的社会效益考核指标。北京、上海、安徽、福建、湖北、云南、陕西等7个省市和部分在京出版社，分领域开展社会效益评价考核试点工作。作为试点省份之一的安徽省，不断创新“双效”业绩考核机制，从坚持正确导向、文化创作生产、公共文化服务和社会责任等方面，明确社会效益指标考核内容，坚持正确导向指标不设分值，出现严重问题实行“一票否决”，文化企业负责人薪酬与社会效益同升同降。

——制定《关于实施网络内容建设工程的意见》，把理论传播、新闻传播、文化传播全面覆盖到网上，规范引导网络文化健康发展，最大限度地激发网络空间正能量。探索实行特殊管理股制度，在互联网新闻信息服务、网络视听、网络出版等领域开展试点，形成法律框架下互联网传媒企业导向管理的基础性制度安排。

——制定《关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》等系列政策文件，目前，综合性、专门性文件30多个，涉及文化体制改革综合配套政策及电影、戏曲、出版、书店、动漫、小微企业、对外文化贸易等方面，构

建了有利于“两个效益”相统一的文化经济政策框架。

文化立法步伐加快，新制定颁布了《网络安全法》《电影产业促进法》《公共文化服务保障法》，我国文化领域法律从原来的4部增加到7部。

### 把握媒体发展新趋势，构建坚持正确导向、适应融合发展的媒体传播格局

积极适应媒体格局深刻调整、舆论生态深刻变化的新形势，坚持党管媒体原则，尊重新闻传播规律，创新方法手段，加快构建现代传播体系，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。

——制定《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，以“中央厨房”建设为龙头推动媒体深度融合，一批新型主流媒体和媒体集团涌现。人民日报加快完善“中央厨房”机制，改造策采编发流程，强化业态技术创新，打造全媒人才队伍，推进深度融合成效显著。截至2016年12月，人民日报、新华社、中央电视台“央视影音”客户端下载量分别达到1.5亿、1.8亿、5.5亿，网上传播力影响力明显提升。

——深化新闻媒体内部改革，制定《关于严格实行新闻媒体采编和经营分开的通知》，规范采编和经营两分开，严禁将经营活动与新闻报道挂钩。开展打击新闻敲诈和假新闻专项行动，规范新闻从业人员职务行为信息管理，清理整顿中央新闻单位驻地机构，撤并驻地方机构1181个，清退违规人员1435人。新华通讯社全面实现国内分社采编、经营两分开，彻底解决采编、经营“交叉”问题，进一步提高了新闻报道质量。

——坚持依法依规管网治网，推动形成良好网络舆论生态。《网络安全法》《关于加强网络信息保护的决定》《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》等法律及文件出台，互联网管理的基础性法律法规和规章制度不断完善。

落实“两个所有”要求，强化“两微一端”管理，加大网络空间治理力度。2016年以来，清理网上色情低俗庸俗信息1800余万条，虚假和谣言信息900余万条，涉侵权盗版有害信息370余万条，网络空间更清朗、底色更明亮。

### 激发文化创新活力，文化产业持续健康发展

先来看一组数据：从2012年到

2016年，文化产业增加值由1.81万亿元增加到3.03万亿元，首次突破3万亿元；占GDP的比重从3.48%提高到4.07%，首次突破4%。在整体经济下行压力下，文化产业保持两位数的增长速度，展现了蓬勃的生机与活力。

十八大以来，各地和有关部门适应经济发展新常态，着眼供给侧用劲发力，积极构建现代文化市场体系和文化产业体系，提高文化产业发展的质量和效益，努力推动文化产业成为国民经济支柱性产业。

——完善文化产品创作生产扶持引导机制。出台《电影产业促进法》《关于支持电影发展若干经济政策的通知》《关于支持戏曲传承发展若干政策的通知》等法律及政策性文件，改进国家艺术基金、国家出版基金、电影精品专项资金、文化产业发展专项资金等运行机制，加大对优秀产品的引导扶持力度。制定《关于全国性文艺评奖制度改革的意见》，将全国性文艺评奖制度改革压缩87.5%、常设全国性文艺评奖压缩75.4%，文艺评奖的权威性和引导力大大提高。

改革释放创新活力，优秀作品不断涌现，《筑梦路上》《海棠依旧》《焦裕禄》《长征》《湄公河行动》《三八线》等影视作品叫好叫座。2016年，全国电影票房492.83亿元、比2012年增长137%，其中国产片票房287.47亿元、占总票房的58.33%，票房过亿元的影片86部、国产影片有45部。

——发展壮大文化市场主体。推动国有文化企业跨地区跨行业跨所有制兼并重组，加快培育实力、竞争力强的骨干文化企业。从2017年第九届“文化企业30强”整体情况看，规模实力、市场竞争力和盈利能力不断增强，主营收入3515亿元，净资产4318亿元、净利润381亿元，与2012年的相比，分别增长了120%、155%、69%。

推动大众创业、万众创新，专、精、特、新的小微企业文化“铺天盖地”。根据工商总局数据，截至2017年6月底，全国文化及相关产业企业数量超过322万户，同比增长22.4%，比全国企业数量平均增速高出3.1个百分点。

——深化文化投融资体制改革。推动文化资源与多层次资本市场有效对接，更好发挥资本平台促进文化企业发展的乘数效应。截至2017年4月底，沪深两市文化上市公司达103家，约占A股上市公司总数的3.21%，形成

特色鲜明的“文化板块”。全国中小企业股份转让系统启动以来，挂牌的文化企业有690家，约占新三板挂牌企业总数的6.2%。

——培育文化产业发展新动能。对接“互联网+”战略，实施“文化+”行动，推动文化与科技、教育、信息、旅游、体育、建筑设计及相关制造业等深度融合。2016年，以“互联网+”为主要形式的文化信息传输服务业营业收入同比增长超过30%，全国备案上线的网络电影5556部，40家主要网络文学网站推出作品1454.8万种。

扩大和引导文化消费，支持大中城市建设文化娱乐综合体，支持艺术街区、特色书店和小剧场等建设，鼓励有条件的地方适当补贴居民文化消费。截至今年6月份，全国银幕总数达到4.5万块，已经超过美国和加拿大总和，跃居世界第一。

### 补齐文化短板，促进基本公共文化服务标准化均等化

贵州建设多彩贵州广电云农村覆盖工程，推进广电云向行政村延伸覆盖；探索“按需制单、百姓点单”，河南省焦作市实施“百姓文化超市”惠民工程，“超市化”供应、“订单式”配送精准惠民；推进基层文化资源整合，实现“一站式”服务，全国形成了安徽农民文化乐园、浙江农村文化礼堂、山东文化大院、广西“五个一”村级公共服务中心等各具特点的建设模式……

五年来，各地各有关部门坚持政府主导、社会参与、重心下移、共建共享，加快构建现代公共文化服务体系，补齐短板、提高效能，打通公共文化服务“最后一公里”。

——中办、国办印发《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》，首次把标准化均等化作为重要制度设计和工作抓手，确定了14个小类22条基本公共文化服务具体标准；颁布《公共文化服务保障法》，首次以法律形式规范和界定了各级政府及有关部门在公共文化服务中的责任和义务，将公共文化服务纳入法治化、规范化轨道。

——制定《关于推进基层综合性文化服务中心建设的指导意见》，把乡镇和村级的党员教育、科学普及、普法教育、体育健身等设施资源整合起来，把各类重点文化惠民工程整合起来，建设基层综合性文化服务中心，推动基层文化资

源互联互通、共建共享。

——制定《“十三五”时期贫困地区公共文化服务体系建设规划纲要》，反弹琵琶、精准扶贫，用绣花针的精准功夫，把资金、资源更多向贫困地区倾斜，助推贫困地区与全国同步实现文化小康。

有关部门统筹安排财政资金，实施百县万村综合文化中心工程，在集中连片特殊困难地区县和国家扶贫开发工作重点县扶持建设1万个村综合文化服务中心；2016年，又启动贫困地区民族自治县、边境县村综合文化服务中心覆盖工程，推动贫困地区民族自治县、边境县村级文化中心建设的全覆盖。

### 加快走出去步伐，努力讲好中国故事、提升中华文化国际影响力

与意大利足球俱乐部合作，让“欢乐春节”走进意甲联赛绿茵场；美国将“欢乐春节”办进高校；法国首次举办电视“春晚”……2017年“欢乐春节”在全球140多个国家和地区的500多个城市举办了2000余场活动，海外受众达2.8亿人次。

十八大以来，先后印发《关于进一步加强和改进中华文化走出去工作的指导意见》《关于加快发展对外文化贸易的意见》《关于加强“一带一路”软力量建设的指导意见》等文件，统筹对外文化交流、文化传播和文化贸易，讲好中国故事，传播好中国声音，文化走出去力度空前加大。

——加强对外话语体系建设，紧扣中国梦宣传阐释，用鲜活故事生动阐释中国发展道路的深刻内涵和独特优势。《习近平谈治国理政》以22个语种、25个版本在海内外发行625万册，中国理念、中国制度、中国方案得到越来越多国家和地区的理解和认可。

——拓展对外文化交流，用好中医药、中国美食、中国园林、中国功夫等文化名片，打造对外交流品牌，增进中华文化亲和力和感染力。截至2016年底，我国已和“一带一路”沿线的60多个国家全部签订了政府间文化交流合作协定；已在140个国家建立了511所孔子学院、1073个孔子课堂，建成海外中国文化中心30个、中国馆14个。

——加强国际传播能力建设，打造外宣旗舰媒体，中国国际电视台(中国环球电视网)成功启播。人民日报社实现主要英文社交媒体平台全覆盖，脸书公共账号粉丝量达3000万、推特粉丝260万；近五年新华社稿件在世界主要通讯社互引统计中位居榜首；中央电视台海外整频道用户达4亿户，分布在全球168个国家和地区。

——推进对外文化贸易，扩大我国文化产品和服务在国际市场的份额和竞争力。2016年，我国文化产品出口额786.7亿美元，文化体育和娱乐业对外直接投资39.2亿美元，较2012年增长18.6倍；图书版权输出1万种，输出和引进品种比例由2012年的1:1.9提高到2016年的1:1.6。

一个国家、一个民族的强盛，总是以文化兴盛为引领和支撑。伴随文化体制改革的不断深化，中华文化必将绽放更加绚烂的光彩、创造更加伟大的辉煌，为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦提供强大的价值引领力、文化凝聚力和精神推动力。

新华社记者 周玮  
(新华社北京7月23日电)

## 着力建设服务“一带一路”桥头堡

上海对“一带一路”沿线国家进出口增长23.2%

本报讯（记者陈惟）上海海关近日披露，今年上半年，上海进出口对欧美日发达经济体依赖程度降低，对“一带一路”沿线国家进出口增速均高于总体。上半年，上海市对欧盟、美国和日本三大传统经济体合计进出口7450.6亿元，增长17.1%，占全市进出口总值的比重由48.6%下滑至48%。同期，对“一带一路”沿线国家进出口3214.3亿元，增长23.2%，占20.7%。

据介绍，今年1月至6月，上海市累计进出口1.6万亿元人民币，增长18.7%，占全国进出口总值的11.8%，列全国各省区市排名第三位（次于广东、江苏）。其中，出口6265.9亿元，增长12%，占全国的8.7%；进口9267.1亿元，增长23.7%，占全国的15.6%。

上海市外贸进出口实现两位数增长。上半年，上海市进出口、出口、进口分别增长18.7%、12%、23.7%。一季度上海市各单月进口增速均低于全国，但从二季度开始优于全国，6月进口增长24.6%，领先全国1.5个百分点。

上海自贸试验区进出口占全市四成以上。上海自贸试验区营商环境不断优化，吸引更多产业投资聚集，区内企业已经成为最具活力的集群之一。上半年，上海自贸试验区企业实现进出口6427亿元，增长17.9%，占同期全市进出口总值的41.4%。其中，出口

1966.8亿元，同比增长8.5%，占上海市的31.4%；进口4460.2亿元，同比增长2.6%，占上海市的48.1%。

出口产品结构持续优化，机电产品出口增速高于传统劳动密集型产品。上半年，上海市机电产品出口4423.2亿元，增长13.9%，占上海市出口总值的70.6%，比重提高1.2个百分点。

进口形势好于出口，大宗商品进口均价普遍上涨。上半年，全球经济出现持续改善迹象，带动大宗商品价格快速回升，铁矿石、未锻轧铜及铜材、成品油和煤炭进口均价分别上涨49.4%、32.3%、30.6%和82.3%，对进口值增长的拉动作用明显。同期，上海市集成电路进口1012.9亿元，增长10.4%，占全市进口总值的10.9%，是上海市进口值最大类商品。

消费品集散地效应发挥明显，其中乘用车、医药保健品进口增长尤为明显。上海是全国最大的消费品进口集散中心，占全国消费品进口总值的三成左右。作为国外总代理商进入中国的首选地，不少商品经由上海进口后辐射全国，促使消费品进口不断走高。上半年，上海市进口消费品1605.5亿元，同比增速由去年同期8.2%跃升至24.5%；其中汽车和医药品进口增长尤其明显，分别进口409.3亿元和393亿元，分别增长40.2%和53.5%。

## 三伏天里紧张排练打磨好戏 上芭豪华版《天鹅湖》今明献演喀什

本报讯（见习记者姜方）申城七月初盛夏，骄阳似火。在近日高温“爆表”的三伏天里，上海芭蕾舞团的演员在排练厅里坚持排练豪华版《天鹅湖》。今明两天，上海芭蕾舞团将在新疆喀什噶尔影剧院献演两场豪华版《天鹅湖》，把海派芭蕾之美带给当地观众。

此次豪华版《天鹅湖》将延续今年早些时候在澳大利亚演出的阵容。吴虎生和戚冰雪在赴疆演出前两周已开始集训；张文君、帖佳欣、周嘉雯也在结束东北巡演赶回上海的次日，就投入紧张的排练；上芭的六个排练厅“全部满员”。上芭的所有演员和教员都放弃了休息，在上海芭蕾舞团团长辛丽丽的率领下，坚持每天长达八小时的训练。他们反复排演，力求在细节上精益求精，希望给新疆观众献上最高水准的表演。

舞剧豪华版《天鹅湖》首演于2015年，是上芭继承和发扬古典芭蕾而精心打造的作品。该剧曾赴荷兰和澳大利亚上演30余场。此次，新疆观众将欣赏到该剧天鹅公主与王子的“爱情双人舞”、轻松欢快的“四小天鹅舞”、考验古典芭蕾技术的“黑天鹅双人舞”，以及令人惊叹的由48只白天鹅组成的“天鹅群舞”等。

值得一提的是，上芭在此次演出



的前期进行了细致考察，并做好了全面准备，以克服喀什噶尔影剧院设施的不足。比如为解决剧场后台区域有限，他们搭建了多个帐篷供演员们化妆和更换服装，并自备所有灯光等辅

助设备；舞美队的工作量也因此会较平时翻一番。

此外，由于豪华版《天鹅湖》8月将远赴欧洲开启40场巡演，而演出服装已于7月初装箱离沪，因此为了

本次喀什演出，上芭专门另外制作了全套的服装和布景。

上图：排练厅里，上海芭蕾舞团的演员正在排练豪华版《天鹅湖》。

陈文摄（上芭供图）