

“码头”“源头”齐头并进提升标识度

上海市政协就全力打响“上海文化”品牌开展重大课题调研

若能静心徜徉于上海的街头巷尾，不难发现这座城市魅力。从繁华的新天地出发，石库门里藏着珍贵的历史记忆与传奇故事；漫步外滩，浦西的万国建筑群和浦东陆家嘴金融区的现代化高楼遥相辉映，彰显着海纳百川兼容并蓄；再向腹地深入，暂别都市喧嚣，水乡古镇的青石板路和粉墙黛瓦，透出另一番安逸质朴……丰富的红色文化、海派文化、江南文化是上海的宝贵资源，文化品牌更是城市最闪亮、最具魅力的金字招牌，承载着城市精神品格和理想追求。为全力

打响“上海文化”品牌，加快建成国际文化大都市，上海制订了三年行动计划，城市特质更加彰显、文化事业更加繁荣、文创产业更加发达、文化交流更加频繁、优秀人才更加集聚的目标愈加清晰明确。

如何展现“上海文化”品牌标识度？前不久，市政协关于《全力打响“上海文化”品牌，加快建设现代化国际文化大都市》重大课题调研报告出炉。报告提出，打响“上海文化”品牌，需要扩大全国和全球影响力，需要深化改革加强

统筹协调，需要形成开放宽容多样的城市生态，需要服务人的全面发展。这次历时4个月的重大课题调研，由市政协教科文卫体委员会牵头，搭建开放式调研平台，除了政协委员的广泛参与，还邀请了专家学者、文化领域工作者、在沪友城机构代表、部分白玉兰奖获得者等，共同剖析“上海文化”品牌建设中面临的问题和挑战，汇集各方力量和智慧，围绕文化“码头”与文化“源头”并进等提出对策建议。

提升“上海主场”平台能级

今年4月的一个下午，在证大喜玛拉雅中心一间并不宽敞的会议室里，十余位上海剧场和票务网站负责人同政协委员们坐到了一起，他们探讨的话题集中在“上海要成为‘亚洲演艺之都’还缺些什么？这是课题组前期调研召开的18场座谈会中的一场，政协委员们认真听取演艺市场从业者们对“上海文化”品牌建设的意见。

近年来，越来越多享有国际盛誉的高水平演出出来沪，使得上海不愧于“文化码头”的称号。比如，去年秋冬，维也纳爱乐与柏林爱乐相继登陆，引发了古典乐迷通宵排队购票的盛况。但在说起引入这两支世界顶尖古典乐团来沪演出的背后故事，上海艺术中心管理有限公司总经理雷雷用了“九死一生”这个词。究其缘由，在于引进成本高企。“上海设有演艺行业专项资金，可以覆盖部分引进成本，但对演艺机构来说有时是杯水车薪”，雷雷说，要减轻成本压力，票价就要上涨，而高票价又会把观众吓跑。最终，东艺的权衡之策是，推出一定数量的公益票，让更多乐迷有机会亲近高雅艺术，同时寻找商业赞助回收部分演出成本。在“抬高票价”和“亏本”之间左右为难，确实是不少演艺机构负责人面临的窘境，无论是引进国际高水平演出，还是将舞台留给原创作品，剧院剧场的经营都感成本的压力。大家希望，能够借助更多便民的科技手段和惠民政策来克服资金成本上的困难。

剧场群的聚集功能尚未充分发挥，

是与会者关心的另一个问题。上海东方票务有限公司总经理苏臻提供了一组数据：上海现有剧场145个，每年各类演出1.6万余场次，而东京的剧场总数达到1200个，一年有4万场次演出。比剧场数量更值得推敲的是，演艺业发达城市的剧场层次更加清晰、布局更加合理。上海大剧院、上海商城剧院等演艺机构相关负责人纷纷表示，上海缺少的是大歌剧院等专业剧场、以原创孵化与惠民为主旨的公益剧场以及符合现代演艺业需求的大量中小剧场。大家感到，上海各剧场群还未形成联动，社会资本投资建设与运营的剧场很少，大部分国有剧场缺少经营活力。大家希望，加强剧院群落规划和定位，适当增加中小剧院的建设和发展，形成更为完整的产业链，给观众更多样化的选择。

目前，上海已确定环人民广场演艺活力区等8个演艺集聚区的建设，这让与会的演艺机构负责人备感振奋，“百老汇和伦敦西区也都是由几十个规模不等的剧院组成的剧院群，其外围还有不少实验性剧院。这种剧院群结构形成了聚合性极强的艺术文化中心，其文化价值和商业价值都将远超单一的大型剧院。”

课题组认为，上海早在上世纪三十年代就围绕人民广场形成了剧场和影剧院群，其中一些剧场和影院在中国演艺发展史上赫赫有名。在加快建成国际文化大都市的今天，环人民广场演艺活力区的建设规划应尽快付诸实施，在市中心形成以演艺娱乐为主的中央文化区，并向外延伸，在东西南北四个方向发展历史风貌迥异的副文化区。此外，课题组还建议，通过政府主导、民间参与，大力

发展文化经纪和文化中介行业，提高服务水平，联络和吸引国内外文化演艺机构用好足上海这个大码头，在上海展示创意成果，从上海走向世界舞台。

打磨“上海原创”精品力作

在学界有这样一种观点，上海不应该为“文化码头”的称号而沾沾自喜。码头最重要的功能是中转，而不是驻留与发展。单纯地成为“文化码头”，忽略了上海文化强大的创造能力和吸引力，抹杀了上海文化的原生性和根基性。在全力打响“上海文化”品牌三年行动计划中，明确提出既要抓好“码头”建设，又要抓好“源头”建设。“码头”重在发挥集聚效应，而“源头”重在原创力。为此，上海要花更大力气，聚焦中华优秀传统文化的源头、中国红色革命文化的源头、现实题材作品创作的源头等三方面，抓文化“源头”建设。

近年来，上海原创演出剧目的水平正在不断提升。有数据显示，2017年，上海18家市级国有院团新创（含改编）大型剧目79部，较去年增加8部，全年共完成演出9743场，观众超过340万人次。值得一提的是，以原创舞剧《朱鹮》为代表的一批“上海出品”文艺演出正迈向国际舞台。然而，演出市场的从业者和政协委员们深知当前上海离真正的亚洲演艺之都尚存差距，其中比较突出的问题在于，可常演的经典剧目少，除杂技、小剧场话剧、儿童剧外，不少院团创作的单个剧目连续演出场次不超过5场，民营院团大部分原创剧目不具备市场拓展条件。

“如果没有政府资金补贴，大多数剧

目都在保本和亏损间徘徊”，市政协委员何少华直言不讳地指出，作为红色文化的发源地、海派文化的独特代表和时代精神的标杆象征，上海缺乏标志性原创舞台剧的精品力作，尤其缺少具有孵化力、吸引力的，可以常演不衰的原创舞台剧。在他看来，补贴机制不完善是症结所在。何少华认为，现行的剧目补贴机制是以剧目立项进行补贴，一些剧团通过不断排演新剧来争取补贴，无暇顾及打磨精品，应将单一剧目补贴转变为票房和剧目补贴双轨制，形成培育原创精品的良性机制。

在原创内容方面，课题组建议，要根据新时代特点，通过人才引进、对外合作、搭建平台等多种方式，快速聚集核心原创队伍，改变目前市属文化单位主创骨干奇缺、原创实力萎缩的现状，要不断改进创作选题规划，聚焦富有上海特质、能在国内外产生巨大影响的题材，如，中国共产党的诞生和中共中央在上海12年早期革命斗争、二战期间上海人民接受和善待犹太难民、上海在改革开放前沿经历的新旧冲突和人伦观念蜕变进步等。

原创文化精品的背后需要建立起一支文艺创作人才队伍。课题组认为，上海应成为中外文化人才实现理想抱负的“梦工厂”，建议参照科创中心建设的人才政策，健全文化人才引进培育的政策支持体系；优化文化金融财税政策，打通资本进入文化的渠道，开辟银行信贷与风险投资的通道，帮助文化人才和文化精品解决融资困难；培育主流文化的名家、名学派、名流派，建立对成熟艺术家专业评估机制，适时以个人风格的流派形象推向国内外舞台。

补齐文创政策管理滞后短板

上海市政府发布的“文创50条”中提出，未来五年，上海文化创意产业增加值占全市生产总值比重达到15%左右，基本建成现代文化创意产业重镇。课题组在前期调研中，走访了市文化创意产业推进领导小组办公室，就破解本市文创产业发展的短板难题与文创办负责人座谈交流。

课题组了解到，目前本市文创产业发展遇到的主要问题有：缺乏针对性政策引导和法规监管；本市文创平台和园区虽多达400家，但对产业增加值的增长助力有限；受当下体制机制束缚，体制内院团和企业在文创方面动力不足，有些艺术项目的影响力在逐年减弱。课题组认为，文创产业是一个新现象层出不穷的领域，随着“互联网+”“文化+”盛行，产生了许多跨界融合的新业态，如电子竞技、网络直播、网上艺术品经营、点播影院等，目前这些新业态面临的主要难题是制度、政策、管理的滞后，造成发展通道不畅。为此，课题组建议，通过市级层面牵头协调，健全系统化、突破性的政策法规体系，切实解决针对行业特征和技术研发特征的税收优惠政策缺位、资产评估困难造成的企业融资难等制约文创产业可持续发展的瓶颈难题。同时，为文创领军品牌的脱颖而出构筑激励机制，推出“政府平台服务+第三方专业化服务”的双重机制，鼓励资源整合，保护知识产权，升级专业能力，推动品质达标的文创企业不断优化发展。

此外，还有政协委员建议，上海应注重本市文化创意产业的价值链因素和特色的发展，逐步打造上海文创品牌，特别是发挥市场机制和跨领域带动作用，提升中国国际动漫游戏博览会、上海书展、中国上海国际童书展、上海旅游节、上海时装周、上海双年展、上海科技节等文化展览展示活动的社会影响力。顺应文创与科技融合发展的新趋势，在设计、游戏软件和新媒体等体现文化创意与科技创新高度嫁接的新兴文化创意行业，需要文化管理部门和产业、科技及金融管理部门共同探索合理的管理与扶持策略。

植根人民 塑造高尚市民人格

“上海文化”品牌建设要融入城市血脉、根植市民心中，一切围绕“人”布局是重中之重。课题组认为，要让城市精神和广大市民融为一体，让市民真正从文化建设中得到实惠，丰富精神文化生活，树立高尚的人文素养和道德文明。因此，“上海文化”品牌要立得起来，首先应该考虑如何让全体市民接受和享用。

课题组建议，将城市公共文化服务再提升一个层级，优化整合贯穿全年的市民文化节活动，可将东方艺术中心的市民音乐会、徐汇滨江的两岸音乐节、市图书馆的市民大讲堂，以及读书日、文化遗产日、博物馆日、民俗博览会等纳入市民文化节，鼓励专业文艺机构和高等院校参与，提高公共文化品质；遍布城乡的社区文体中心，在节目资源上探索公益配送和市场运作相结合，在管理模式上探索社会承办和市民自主管理的新路，使上海公共文化服务体系达到一流水平。在委员们看来，打响“上海文化”品牌，应让全市各行各业关注文化建设，而不是将任务只交给文化工作者。

在江南人身上或多或少都存在着水乡古镇情结。课题组在前期调研中，就保护利用江南文化资源专题赴安亭镇和金泽镇实地考察。近年来，上海不断加强对江南水乡特色小镇的保护力度，不少历史文化名镇名村和传统村落重新焕发生机。但课题组也发现，一些水乡古镇的保护开发盲目，千镇一面的现象较为普遍，只见“小吃街”或“小商品街”，古镇的文化魅力难以凸显。课题组认为，政府应发挥引导作用，从产业、文化、社区、旅游和生态等方面，统筹规划和具体指导乡村特色小镇建设，避免古镇开发同质化。“每个历史文化区域都应有自己的独特印记，千万别陷入身份危机”，市政协常委王慧敏在调研时如是说。她建议，注重营造文化氛围，体现活态的原产地文化符号，设计契合大众现代消费需求的特色产品、体验空间、文化活动，让古镇文化、江南文化进入消费者、生产者、观光者、本地居民的认知体系，形成共识性的、可持续的多赢格局。

看尽一周，力透纸背

欢迎订阅《新民周刊》2019全年50期

观察上海 理解中国
打开大格局

订阅全年《新民周刊》

订阅电话

021-62793310

邮局订购代号

4-658



全年定价
400元

《新民周刊》创刊于1999年
隶属于上海报业集团
全国知名时政类新闻性期刊
长三角地区唯一一本时政类新闻性期刊
以“我们影响主流”为办刊理念

主要发行对象是市区各级事业机关单位、高校科研院
所、知名企业家、医生、律师等各白领阶层。
以时政、经济、社会、文化等各领域的深度报道见长。
拥有微博、微信、网站、头条等多个新媒体平台，
其中微博粉丝量近2800万。



在中国
在上海

人生进步
财务自由
家庭幸福

深度把握
对国家大事的
离不开