

奋进新征程 建功新时代

伟大变革

文化产业迎来发展黄金期

本报记者 张 雪

从热销全网的故宫、三星堆文创产品，到近年来颇受欢迎的扎染等爆款产品；从《觉醒年代》《我和我的祖国》等“圈粉”年轻一代的影视作品，到《只此青绿》等一票难求的舞台演出；从手捧书本挑灯夜读，到使用电子产品徜徉书海……文化产业的繁荣发展正在扮靓每个人的生活。

党的十八大以来，我国文化产业迎来加快发展的黄金期，文化产业总量规模稳步增长，产业结构逐步优化升级，市场主体持续发展壮大，文化产品和服务更加优质丰富，人民群众文化消费日趋活跃，文化产业已经成为经济增长的新动能和新引擎，在促进国民经济转型升级和提质增效、满足人民精神文化生活新期待、巩固和坚定文化自信、增强中华文化影响力等方面发挥了重要作用。

持续释放政策红利

近些年，文化产业发展可谓高歌猛进。2021年，全国6.5万家规模以上文化及相关产业企业实现营业收入119064亿元，比上年增长16.0%。虽然受新冠肺炎疫情影响，文化产业遭到一定冲击，但是今年一季度，我国文化及相关产业延续恢复性增长态势，全国规模以上文化及相关产业企业（简称“文化企业”）实现营业收入26973亿元，比上年同期增长5.0%。

文化产业能取得这样的成就，绝非一日之功。党的十八大以来，一系列重磅文件密集出台，为文化产业的飞速发展提供了法律、政策和机制保障。2014年，《深化文化体制改革实施方案》获得通过，对文化改革发展作出新的部署；2016年，国务院印发《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，与文化产业结合紧密的数字创意产业首次被纳入国家战略性新兴产业发展规划；2017年，《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》印发，围绕“2020年文化产业成为国民经济支柱产业”和“完善现代文化产业体系”，明确了“十三五”时期文化产业发展的总体要求、主要任务、重点行业和保障措施。此外，文化产业促进法、电影产业促进法、网络安全法等相继实施，文化立法驶入快速路。

顶层设计布局谋篇，配套措施层层推进。宣传文化部门会同有关部门制定多项优惠政策，从财政、税收、科技、金融、土地、消费引领等方面持续为文化产业发展释放政策红利。中央和有条件的地方设立了文化产业发展专项资金，累计金额超过600亿元。2013年至2018年，中央财政安排文化产业发展专项资金275亿元，支持项目超过4000个。此外，宣传文化部门还推动出台了电影、电视剧、戏曲、出版、动漫等方面的专项配套政策；

支持文化企业发展，深入推进文化领域“放管服”改革，全面实施“先照后证”，大幅削减行政审批事项，优化审批程序，提高营商便利度；积极推进国有文化企业公司制股份制改革，建立健全有文化特色的现代企业制度。

推动产业融合发展

刚刚过去的端午节假期，大型实景演出《黄河谣》在宁夏青铜峡黄河楼景区精彩上演，拉开了该剧2022年常态化驻场演出的帷幕。近年来，旅游演艺活动蓬勃发展，专业化、品牌化、规范化程度不断提高，形成了主题公园演出、实景演出、剧场演出等主要形态。

在中国社会科学院旅游研究中心主任宋瑞看来，形式多样、不断创新的旅游演艺为传播地方文化、丰富游客生活提供了多元渠道。而这也正是我国积极推动文化产业与相关产业融合发展的一个缩影。

党的十八大以来，我国现代文化产业体系更加繁荣有序，各重点行业全面协调发展，在稳增长、调结构、惠民生中发挥着积极作用。

除了促进文化和旅游“联姻”“以文促旅、以旅彰文”外，通过推动促进创意设计服务与制造、建筑、信息、农业、体育、健康等产业深度融合，拓展了文化产业发展空间，实现了在融合中优化结构、提质增效。

2021年，《长津湖》《我和我的父辈》《你好，李焕英》等电影成为票房口碑双赢的爆款产品。国家电影局发布的数据显示，2021年我国电影总票房达到472.58亿元，其中国产电影票房为399.27亿元，占总票房的84.49%；全年新增银幕6667块，银幕总数达到82248块，全年总票房和银幕总数继续保持全球第一位。

除了电影产业，2021年，我国出版各类报纸276亿份、各类期刊20亿册、图书110亿册（张），全国人均图书拥有量为7.76册（张）；全年生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目达194部6722集……

文化产业核心领域压舱石作用凸显。今年一季度，文化核心领域实现营业收入16758亿元，比上年同期增长6.4%，增速高于文化相关领域3.5个百分点；占文化企业营业收入比重为62.1%，占比高于上年同期0.8个百分点。

与此同时，随着互联网、移动互联网、大数据、人工智能等科技的发展，数字内容、动漫游戏、视频直播、视听载体、手机出版等基于互联网和移动互联网的新兴文化业态已成为文化产业发展新动能和新增长点。2021年，数字文化新业态特征较为明显的16个行

业小类实现营业收入39623亿元，比上年增长18.9%；两年平均增长20.5%，高于文化企业平均水平11.6个百分点。

中国传媒大学文化产业管理学院副教授王青亦表示，数字文化的普及显著提升了人们在文化上的获得感和幸福感。文化内容及其产品生产、传播、消费的数字化、网络化、智能化进程加快，在方便大众教育学习和文化娱乐的同时，培育了文化消费新业态，并推动这些新兴业态成为文化产业发展的新动能和新增长点。

扩大优质产品供给

近年来，中国电影股份有限公司推出的《我和我的家乡》等影片，用真情描绘小康生活美好画卷；中国出版集团有限公司推出的《中国减贫奇迹怎样炼成》《洞溪春晓》等一批精品力作，广受读者欢迎；浙江华策影视股份有限公司创作推出一批把握时代脉搏的主旋律题材剧，《外交风云》《绝密使命》《绝境铸剑》等电视剧掀起收视热潮……越来越多的文化企业通过在内容和制作上不断下功夫，实现市场和口碑双赢，社会效益和经济效益相统一。

随着我国经济持续快速发展，以及文化产品供给质量显著提升，人们越来越愿意为文化付费。据统计，2021年，全国居民人均教育文化娱乐消费支出2599元，增长27.9%，占人均消费支出的比重为10.8%。

“与日益丰富的文化内容相辅相成的，是文化消费便捷程度有了质的提高。借助互联网，有效整合大数据、云平台等智慧化服务，激发了群众文化消费的热情，提升了大众的参与程度，实现了文化建设中群众与文化的互动共享。”王青亦说。

得益于文化产业的蓬勃发展，我国文化产品的供应日新丰富，不仅数量充足，而且质量上乘，极大丰富了人民群众的精神生活，增强了人民群众的幸福感和获得感。

文化产业服务民生的作用不断显现。一方面，文化产业正在成为巨大的人才蓄水池；另一方面，在全国很多地方，传统手工艺等正在转化为增收生产力。文化和旅游部门鼓励各地依托特色文化资源发展特色产业，支持建设一批具有富民效应和示范效应的文化产业集聚区和特色文化产业项目。例如，贵州鼓励建设一批非遗保护性生产基地和体验展示街区，推动传统手工艺标准化、规模化和市场化。

今后，随着文化产业的进一步高质量发展，人民群众多样化的文化需求必将得到更好满足，国民经济发展必将获得更强劲的新动能。

近日，第九届中国秦腔艺术节在陕西西安开幕。图为开幕式上演出的秦腔经典剧目《三滴血》。

新华社记者 刘 满 摄

非遗飞入百姓家

本报记者 张 雪

6月11日，我国迎来一年一度的“文化和自然遗产日”，文化和旅游部会同有关部门继续支持各地开展“非遗购物节”活动。打开手机，进入京东、抖音等平台上的“非遗购物节”专区，汝瓷、苏绣、皮雕包等非物质文化遗产好物接连映入眼帘，用户可以一边通过短视频等了解手工艺品的制作过程和手工艺传承背后的故事，一边购买心仪的非遗产品。

文化和旅游部非物质文化遗产司副司长李晓松表示，今年的“非遗购物节”通过设置活动专场、引流推送、直播带货、秒杀团购等方式，帮助非遗产品拓宽销售渠道，巩固脱贫成果、助力乡村振兴。据统计，各地组织了近7000家非遗店铺参与“非遗购物节”，涉及各级非遗项目4000余项。

随着互联网、数字化等新技术的发展，直播、短视频等方式正在拉近非遗、传统手艺人与年轻消费群体的距离。借助网络电商、“非遗购物节”等，非遗产品正在“飞入寻常百姓家”，购买非遗产品成为新潮流。

京东集团副总裁冯全普介绍，在第一届

“非遗购物节”期间，京东非遗相关品类单日成交额同比增长276%；第二届“非遗购物节”通过推动线上线下全渠道布局，也取得了非遗相关品类单日成交额同比增长260%的好成绩。

党的十八大以来，我国非物质文化遗产保护与传承工作有序推进，成效喜人。先后实施了“中国非物质文化遗产传承人研修培训计划”“中国传统工艺振兴计划”等，进一步促进非物质文化遗产和传统工艺融入现代生活。例如，2016年我国首个传统工艺工作站在新疆哈密设立，工作站以国家级非物质文化遗产代表性项目维吾尔族刺绣为重点，通过院校专业培训、设计团队介入和指导、创立品牌等多种方式，改善传统刺绣工艺的设计制作水平，建立完善的刺绣产业，让古老的手艺融入现代生活，与市场接轨，带动当地绣娘稳步增收。

在中央和地方的引导、支持下，越来越多的非遗项目通过创造性转化、创新性发展，不断焕发新活力，成为各地发展特色文化产业的有力抓手，为促进经济社会发展、乡村振兴、农民增收、满足人民群众日益增长的美好生活需要作出积极贡献。