

---

# 未来 30 年我国文化繁荣发展的思路研究

孔伟艳

---

**摘要：**未来 30 年，文化融合的国际形势，以及现代化建设、发展阶段变化、技术变革的国内形势，对我国文化发展带来新挑战、新机遇、新要求。应当确定实现社会主义文化现代化、建设社会主义文化强国的文化发展思路与目标。坚定中国特色社会主义文化发展道路，深化文化事业发展领域体制机制改革，加快文化产品有效供给与要素培育，加强文化交流国际话语体系建设。

**关键词：**文化产业 文化软实力 中国特色社会主义文化 文化融合

**作者简介：**孔伟艳，中国宏观经济研究院社会发展研究所助理研究员。

---

文化是中华民族伟大复兴之魂。没有文化现代化，就没有社会主义现代化。没有文化的繁荣兴盛，就没有中华民族伟大复兴。党的十九大提出坚持中国特色社会主义文化发展道路，并在两个阶段战略部署中体现了文化发展目标，要求我们继续研究未来 30 年推动文化繁荣兴盛的思路。

## 一、未来 30 年我国文化发展面临的国际国内形势

展望未来，在文化全球化与文化融合的国际形势下，我国文化发展面临的机遇和挑战并存。在 2020—2049 年我国基本实现社会主义现代化和建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国的关键时期，“五位一体”的现代化建设、发展阶段变化、技术变革又对未来文化发展提出新要求，产生新需求，带来新影响。

## （一）国际形势

未来 30 年，世界经济增长动能强势转换，财富增长动力逐渐向东向北转移，新一轮科技革命和产业革命强力爆发，世界多极化、经济全球化、文化多样化、社会信息化向纵深发展，以文化为经济社会深层发展动力的综合国力竞争更加激烈。在全球化大背景下，多元文化互相借鉴、交融、包容与各种文化冲突同时存在。世界文化呈现新的发展格局，西方文化大国凭借其雄厚的基础和实力继续发力，非洲、拉美诸国逐渐登上世界文化舞台，以中国为核心的东方文化将会在世界文化舞台上重放光彩。在这一过程中，文明的冲突与传统的地缘政治冲突、利益冲突交织在一起，减少文化差异、走向文化融合成为减少世界冲突的要求。而虚拟空间的出现，为文化融合、避免冲突创造了条件，同时也开辟了冲突的新领域、新战场。未来文化融合的交流单向性、途径多样性、渗透潜在性等特点，可能为我国文化安全形势带来巨大挑战。而外来文化精华的可借鉴性、我国优秀传统文化的独特魅力，又将为我国提高国家文化软实力、增强国际话语权带来宝贵机遇。

## （二）国内形势

未来 30 年，是我国文化产业成为国民经济支柱性产业的决定性阶段，是我国提高国家文化软实力和中华文化影响力，建设社会主义文化强国的历史性时期。

第一，现代化建设对文化发展提出新要求。我国目前正在全力实现的现代化，是全球背景下的现代化，是以文化现代化为主导的现代化。这意味着，我国要在现代化进程中保持自己的民族文化，就必须积极参与全球化；要真正有效地参与全球化，就必须充分发扬文化的本土优势和民族特色。我国在现代化进程中，不仅要注重“物”的现代化，而且要注重人的现代化，特别是文化现代化，<sup>①</sup>要将文化现代化作为整个社会现代化的灵魂，实现传统文化的转型，建设先进的现代文化，使之适应经济现代化、政治现代化与社会现代化的现实发展。经济现代化要求提高服务业在经济中的比重，推动文化产业成为国民经济支柱性产业。政治现代化要求以中国特色社会主义理论体系创新为引领，加快制度现代化。社会现代化要求大力发展公益性文化事业，以社会主义核心价值体系凝聚社会共识，形成社会合力。

第二，发展阶段变化对文化发展产生新需求。当前，我国经济发展进入速度变化、结构优化和动力转换的新常态，供给侧结构性改革全面推进，中国特色新型工业化、信

---

<sup>①</sup>陈依元：《现代化、文化现代化、文化现代化指标体系》，《福建论坛（经济社会版）》2000 年第 10 期。

息化、城镇化、农业现代化同步发展，“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带等国家重大倡议和战略深入实施。新阶段对文化发展产生新需求。经济发展新常态要求提高文化产业对经济增长的贡献率，进而对扩大文化产业整体规模产生新需求；供给侧结构性改革对优化文化产业结构布局、扩大文化产品和服务有效供给产生新需求；“四个同步”对加快文化产业与相关产业融合、拓展文化发展新领域、形成富有地方与民族特色的城市文化、补齐农村文化发展短板产生新需求；三大倡议和战略对提高中华文化国际影响力、建设全国文化中心和形成文化增长带产生新需求。而在经济社会发展阶段深刻变化的大背景下，我国居民可支配收入和闲暇时间进一步增多，多样化、多层次的精神文化需求更加旺盛，文化消费的习惯逐渐形成，也成为未来30年推动我国文化发展的重要力量。

第三，技术变革对文化发展带来新影响。科技创新是文化发展的重要引擎，未来30年，新一轮科技革命势必催生文化生产、传播、消费方式的深刻变革，同时对维护国家文化安全带来新挑战。大量的制造技术变革将会大大拓展文化发展领域，丰富文化产业内容，而文化产业又将借助新的制造技术将文化精神融入到终端产品中，形成产品、技术、文化的完美结合。广泛的传播技术变革通过数字网络与信息平台的推广，将会大大增加文化传播的速度与范围，而文化产业与新传播技术的融合又会催生一些新传播技术。快速展示技术变革将会不断丰富文化消费的物质载体，而文化产业又将借助新的展示技术推动文化消费向硬件依赖、软件使用、虚拟现实等扩展。大数据、互联网等技术的进一步发展，又将对国家文化安全、个人隐私安全、虚拟社会治理带来新挑战，对我们运用网络弘扬主流意识形态、更好运用先进技术保护公民权利、发展壮大网上主流舆论阵地提出新要求。

## 二、未来30年我国文化发展的有利和不利条件

未来30年，我国文化发展既有诸多有利条件，又存在一些不利条件。文化道路中国化、文化事业公共性、文化产业支柱性与文化交流双向度，必将推动社会主义文化加速发展，增强我国文化软实力。文化道路自信不足、文化供给效率不高、文化产业发展不充分与文化交流话语权缺失，又将成为我国实现社会主义文化现代化和建成社会主义文化现代化强国的障碍。

### （一）有利条件

1. 坚持走中国特色社会主义文化发展道路。中国特色社会主义文化发展道路是建设社会主义文化强国的必由之路。一是新时代的社会主义意识形态将更富凝聚力和引领力。

意识形态决定文化前进方向和发展道路，中国特色社会主义文化发展道路必须由新时代中国特色社会主义思想来引领。未来 30 年，马克思主义中国化、时代化、大众化将会进一步发展，新时代中国特色社会主义思想将会进一步丰富，不仅以马克思主义为指导，而且以中华优秀传统文化为本体，以当今时代条件为应用环境，呈现“马魂、中体、今用”的特征。二是价值体系将从公民个人价值观多元化与国家价值体系核心化并存向社会主义核心价值观真正成为主流价值和核心价值转变。目前，我国意识形态领域呈现公民个人价值观多元化与国家价值体系核心化并存的趋势，前者是现实社会的客观存在，后者是党和国家的主观追求。两种方向都只是过程而非结果状态，再经过 30 年的磨合，社会主义核心价值观将真正成为我国的主流价值和核心价值，作为兴国之魂推动中华民族伟大复兴。社会主义核心价值观不再是国家在理论层面的倡导，人民大众也不再以多元混乱的价值为取向，而是在内心深处认同社会主义核心价值观并外化于行。

2. 中国特色社会主义文化事业更加具有公共性。随着经济社会发展水平的提高，我国把文化作为公共服务向公众提供的意识与能力将会增强，现代公共文化服务体系将会建成。一是部分文化项目将会从非公益性向公益性转变。随着经济发展水平提高、财政支付能力增强与人民群众需求增长，我国将会逐步扩大公益性文化项目范围，着重加大对现代公共文化服务体系、优秀传统文化传承体系、文物保护利用、文化遗产保护传承领域部分项目的财政支持。二是基本公共文化服务项目与范围将会扩大，服务标准、水平和均等化程度将会提高。目前，受认识与财力的限制，某些应当列为基本公共文化服务的项目，没有作为基本公共文化服务免费提供。同时，基本公共文化服务尚未实现均等化，不同地区、城乡、人群之间获得基本公共文化服务的机会、质量和可及性还存在较大差异。未来 30 年，随着我国经济发展水平与财政支付能力的提高，财政体制改革的深化，社会治理能力的增强，基本公共文化服务的服务项目与覆盖范围将会进一步扩大，服务标准和水平将会进一步提高，地区、城乡、人群之间基本公共文化服务均等化程度将会不断提高。

3. 文化创意产业将会成为国民经济支柱性产业。未来 30 年的产业结构调整升级，将会推动文化产业结构与布局不断优化，文化产业体系从传统型向现代型发展，文化产业将与其他产业尤其是创意产业融合而成为文化创意产业，进而成为国民经济支柱性产业。一是文化产业格局更加优化。随着文化企业跨地区、跨行业、跨所有制并购重组步伐加快，社会资本进入文化产业，我国国有、大型文化企业主导的文化产业格局将被打破，不同所有制文化企业共同发展，大、中、小、微文化企业相互促进的文化产业格局将会逐步形成和健全。二是文化产业布局从同质竞争向差异共生转变。目前，我国仍然存在

不同区域在文化产业领域同质竞争的局面，在未来30年的市场经济发展中将逐步被打破，各地将根据资源禀赋和功能定位，走特色化、差异化发展之路。三是文化产业体系从传统型向现代型发展。随着互联网、大数据技术的发展，传统文化行业将会加快转型升级，并不断被“互联网+”整合，新型文化业态将会加快发展，形成两者共同发展的局面。随着文化产业与相关产业之间产生更多的结合点，文化创意和设计服务对实体经济发展的推动作用不断增强，文化产业与相关产业、文化创意和设计服务与实体经济将会融合发展。四是文化产业地位从战略性向支柱性转变。我国目前将发展文化产业作为产业结构转型升级的重要战略，将文化产业中的数字创意产业作为战略性新兴产业。随着文化产业规模不断发展壮大，文化产业在国民经济中所占比重将不断提高，到2035年有望成为支柱性产业，在此基础上更加注重高质量发展。

4. 我国同国外的文化交流将会从单向度向双向度转变。一个国家的经济在世界的地位，决定着该国文化影响力的大小。但在实践中，并不是世界经济地位提高了，世界文化地位就当然会提高。目前，我国的文化影响力、文化地位同我国作为世界第二经济大国的地位极不相称。在中外文化交流中，西方文化特别是美国文化对中国输入多，中国文化对西方文化输出少。西方发达资本主义国家凭借其世界经济地位以及文化交流中的主动主导地位，通过文化全球化大力输出自己的影视作品、新闻报道、图书等文化产品以及其中所蕴含的价值观、人生观和世界观，将本应是双向互动的文化交流变成单向输出的交流。未来30年，我国的世界经济地位继续提升，社会现代化进程将会加快，必将对世界各国产生巨大的吸引力，我国的文化自信与文化自觉随之增强，辨别吸收国外优秀文化与传承传播中华优秀传统文化的主动性都将提高，文化领域的双向度交流将会取代现在的单向度交流，我国的文化软实力与中国文化影响力都将随之增强。

## （二）不利条件

1. 部分干部群众对中国特色社会主义文化发展道路自信不足。一是人民群众价值取向多元。改革开放以来，由于对“以经济建设为中心”指导思想的错误理解，加上西方资本主义意识形态的长期渗透，一些人接受了个人主义、享乐主义、自由主义等资本主义价值观，这在未来30年内需要下大力气改变。二是相关部门舆论引导能力不强，网络管理方式陈旧。面对文化全球化、社会信息化带来的挑战，以及西方“恶意”文化的渗透，正面的舆论引导往往反应滞后、公信力差，遇到网络不同言论删帖了事，有的甚至分不清政治原则问题、思想认识问题、学术观点问题。三是核心价值体系对文化产品创作生产引导力度不大、激励惩戒不足。由此可能导致倡导社会主义核心价值观、传播正

能量的有影响的精品力作既缺乏供给，又缺乏受众，而宣扬资本主义腐朽思想、散布负能量的低俗作品却能拥有旺盛的供给与需求。四是部分干部群众文化自负与自卑并存。近代以来国弱受欺的历史打击了人民群众对主导中国几千年的传统文化的自信，“五四”以来对儒家文化的矫枉过正解构了人民群众对传统文化的自觉，认为中华优秀传统文化最优秀的文化自负与认为中华优秀传统文化皆糟粕的文化自卑并存。马克思主义成为中国革命、建设和改革指导思想的几十年时间内，马克思主义中国化出现急功近利的倾向，以致部分党员干部、专家学者、普通群众产生了马克思主义已经过时的误解。在“旧”已“破”、“新”未“立”的情况下，改革开放以来西方文化乘虚而入且大量涌入。要想让社会各界在未来 30 年重塑文化自信，坚定对中国特色社会主义文化发展道路的信心，以马克思主义文化为魂、中华优秀传统文化为体，以我为主、兼收并蓄并运用于当代中国实践，需要付出更加艰苦的努力。

2. 公共文化服务供给与文化遗产保护效率不高。一是公共文化服务均等化水平不高，有效供给不足，导致供需双方空间不匹配与内容不匹配问题。城乡、区域文化发展不平衡，农村地区与中西部地区公共文化服务体系建设滞后，公共文化服务水平不高，同群众公共文化服务需求不相称。各地政府重建设轻运营，主动了解群众需求并提供公共文化服务的积极性不高，存在形式主义倾向，以致为广大群众喜闻乐见的公共文化服务供给不足与部分公共文化服务设施闲置并存。二是文化遗产保护与开发领域社会效益与经济效益不好兼顾，重开发轻保护问题继续存在。保持文化遗产本真性与适应市场经济发展相矛盾，中央政府保护文化遗产、提高社会效益的意愿与地方政府注重政绩、追求经济效益的动机难相容，以致一些地方为了经济效益对文化遗产重开发轻保护。相当一部分非物质文化遗产尚未被认定并列入保护范围，列入保护范围的，对非遗传承人的补助经费每年只有 3000 元左右，不仅不及他们从事其他经济活动的机会成本，而且难以保障其最低生活，以致很多非遗项目后继无人甚至失传。

3. 文化产业不发达。一是文化产品和服务供不配求。适应群众文化消费需求的文化产品和服务供给不足，大量供给的部分文化产品和服务又非群众喜闻乐见，以致群众文化需求得不到有效满足。二是部分文化企业国际竞争力不强。部分文化行业的部分企业创新能力不足，文化创意产品和服务相对欠缺，以致竞争力不强，同国外文化产业相比社会效益与经济效益都比较低，综合效益欠佳。三是文化人才队伍不够壮大。我国培养文化人才的方式比较落后，对文化人才的经济激励不足，以致文化技能人才、文化管理人才短缺，流失严重。四是体制机制和市场环境有待完善。文化体制改革同经济体制改革不同步，文化市场的发展受到计划体制的制约，束缚文化生产力发展的体制机制问题

尚未根本解决。

4. 国际文化交流中话语权缺失。在国际传播、学术研究与贸易投资中缺少话语权及其带来的不利影响在未来30年还可能继续存在。一是缺少国际传播话语权。一方面，以美国为首的西方敌对势力不愿意看到我国日益强大，处心积虑地传播“中国威胁论”、“一带一路”建设“资源掠夺论”等，挤压我国的国际舆论空间。另一方面，我国对自身问题正视不足，对“棒杀”与“捧杀”缺乏准确判断，对国际社会质疑和关切缺少有力和有效的回应。由此造成了中国信息流进流出的“逆差”与中国真实形象和西方主观印象的“反差”。二是缺少学术研究话语权。国内不少高校、研究机构甚至决策部门存在“崇洋媚外”倾向，在评定职称、申请项目、评优奖先时，将在国外期刊发表的论文数量、期刊档次等作为重要依据，无异于将学术话语权拱手让人，不仅为西方发达国家通过权威期刊获取我国优秀科研成果提供便利，而且对我国部分领域科研成果的保密工作带来巨大威胁。三是缺少贸易投资话语权。我国对作为文化贸易重要载体的中国故事缺少话语权，对国际文化贸易规则制定缺少话语权，成为未来30年中外文化交流向双向度转变的重要障碍。有很多世界知名的中国文化符号尚未在我国转化为世界熟知的文化产品和文化理念，如中国功夫、熊猫等文化符号没有被我们转化为《功夫熊猫》等文化产品。

### 三、未来30年推动我国文化繁荣兴盛的思路和建议

未来30年，必须立足文化发展面临的形势，直面文化发展的条件，从文化道路、文化事业、文化产业、文化交流四个维度综合施策。惟其如此，才能取得同我国经济“硬实力”相匹配的文化“软实力”，建成社会主义文化强国，在实现社会主义文化现代化与中华文化伟大复兴的同时，全面实现社会主义现代化与中华民族伟大复兴。

#### （一）总体思路

立足全球视野与我国国情，坚持中国特色社会主义文化发展道路，不断解放和发展文化生产力，实现弘扬优秀传统文化与发展现实文化有机统一、发展公益性文化事业和经营性文化产业有机统一、提高社会效益与经济效益有机统一，进一步增强国家文化影响力，建设社会主义文化强国，实现社会主义文化现代化和中华文化伟大复兴，为我国社会主义现代化建设与中华民族伟大复兴提供强大的价值引领力、精神推动力、文化生产力。

#### （二）目标状态

到2035年，基本实现社会主义文化现代化。社会主义核心价值观体系建设深入推进，社会文明程度达到新的高度，广大干部群众的文化自信与文化自觉不断增强。现代公共

文化服务体系建立健全，基本公共文化服务均等化基本实现。中华优秀传统文化传承发展体系初步形成。文化产业成为国民经济支柱性产业。现代文化产业体系与市场体系更加完善。形成一批世界知名的文化企业与文化产品和品牌。“文化+”和“互联网+”战略有效推进。文化产业结构优化升级。区域文化产业发展布局从同质竞争向差异共生转变。文化产品和服务供给方式不断创新，有效供给持续扩大。文化产业吸纳就业能力进一步增强。以民族文化为主体、吸收外来有益文化、推动中华文化走向世界的文化开放格局进一步完善，中华文化影响更加广泛深入。

到 2049 年，建成社会主义文化强国。社会主义意识形态的凝聚力和引领力不断增强，全体人民在理想信念、价值观念、道德观念上紧紧团结在一起。现代公共文化服务体系更加健全，基本公共文化服务标准化、均等化水平进一步提高。文化遗产保护、民族民间文化传承振兴、传统工艺保护和发展取得较大的社会效益和经济效益。文化产业在产量和产值增加的基础上，质量和效益进一步提升，进入内涵式发展新阶段。形成优势互补、区域协同、城乡一体的文化产业布局，国家级文化产业园区发挥区域文化产业增长引擎作用。人民群众多层次、多方面、多样性的精神文化需求得到满足。中华文化国际影响力国际领先，中国文化国际话语权大大提高，中华文化伟大复兴最终实现。

### （三）重大建议

文化现代化的实现，有赖于加强和改进党对文化建设的领导，加快推进文化治理体系和治理能力现代化，全面营造有利于文化发展的良好环境。

1. 坚定中国特色社会主义文化发展道路。未来 30 年，必须坚定中国特色社会主义文化发展道路自信。提倡精英文化、严肃文化，自觉抵制低俗文化和西方颓废文化。一是加强对社会主义核心价值体系的研究挖掘与宣传倡导。加快研究完善中国特色社会主义理论体系，研究社会主义核心价值体系的内涵。落实意识形态工作责任制。运用互联网技术，发展“文化+”教育，深化中国特色社会主义和中国梦宣传教育，将社会主义核心价值观与传统文化教育融入其中。推动社会治理体现社会主义核心价值观要求，强化公共政策的价值导向，探索建立重大公共政策道德风险评估和纠偏机制。二是加强互联网内容建设，建立网络综合治理体系。发展健康向上的网络文化。提高相关部门正面舆论引导的反应速度，增强公信力，创新舆情管理方式。三是坚持以核心价值体系和以人民为中心为创作导向，完善文化产品评价体系和激励机制。深化全国性文艺评奖制度改革，鼓励精品力作，抵制低俗作品。四是实现传统文化的时代创新，并对广大干部群众加强文化教育。通过马克思主义思想教育与中华优秀传统文化教育，形成真正具有世界



---

先进水平和吸引力、感染力的优秀文化成果,<sup>①</sup> 增强广大干部群众的文化自信与文化自觉,使之在适应当代中国实践需要中扬弃中西文化,自觉抵制西方资本主义文化渗透,并自觉宣传中国文化。<sup>②</sup>

2. 深化文化事业发展领域体制机制改革。未来 30 年推动我国文化事业发展,必须深化文化事业发展领域体制机制改革。一是深化文化行政管理体制改革。正确处理党委、政府、市场、社会之间的关系,建立健全党委领导、政府管理、行业自律、社会监督、企事业单位依法运营的文化体制机制。按照政企分开、政事分开原则,依法赋予企事业单位更多的法人自主权。深化公益性文化事业单位改革,强化社会服务功能。支持社会组织、机构、个人捐赠和兴办公益性文化事业,引导文化非营利机构提供公共文化产品和服务。完善文化事业单位绩效考核机制。二是创新公共文化服务供给体制机制。完善公共文化服务体系,按照补齐短板、按人配置、物尽其用、提高效率的原则,加大对边远地区、农村地区、贫困地区、民族地区公共文化服务投入力度。在服务项目选择上,建立群众文化需求反馈机制,推广“按需制单、百姓点单”模式。开发和提供适合老年人、未成年人、农民工、残疾人等群体的基本公共文化产品和服务。在服务主体选择上,促进公共文化服务社会化供给,推动各级政府购买公共文化服务,鼓励社会组织和企业参与公共文化设施运营和产品服务供给。深入实施文化惠民工程,丰富群众性文化活动。三是改革文化遗产开发与保护机制。研究实施对文化遗产保护与开发领域相关部门和人员物质激励与精神激励相结合机制,通过发放文化遗产保护补贴、传统工艺就业促进奖金等形式予以经济支持。进一步完善非物质文化遗产保护制度,加强对非物质文化遗产的认定与保护,以人的培养为核心,推动非物质文化遗产传承与现代教育体系深度融合,提高保护传承水平。

3. 加快文化产品有效供给与要素培育。未来 30 年推动文化产业发展的关键,是加快文化产品供给和要素市场建设,培育文化人才及其创新能力。一是增加文化产品和服务有效供给。鼓励文化文物单位和社会力量开发文化创意产品,满足多样化消费需求。充分激发市场活力和社会创新创造能力,引导文化企业提供个性化、多样化的文化产品和服务,培育新的文化消费增长点。二是提高文化产业创新创意能力和竞争力。推动文化产业发展与“大众创业、万众创新”紧密结合,扶持重点文化产业领域创新创业,通过培训提高文化产业从业人员的创新创意能力。三是加强文化人才队伍建设。按照党管人

---

<sup>①</sup>黄会林:《提升文化影响力关键在文化成果》,《人民日报》2016 年 4 月 6 日。

<sup>②</sup>管华:《增强中国文化影响力的途径探析》,《辽宁医学院学报(社会科学版)》2015 年第 4 期。

才原则，造就一批人民喜爱、有国际影响的名家大师和民族文化代表人物，加强专业文化工作队伍、文化企业家队伍建设，扶持资助优秀中青年文化人才。与教育部门加强合作，加快培养文化技能人才，推动设置文化产业管理硕士专业学位并培养相关人才。深化职称评审制度改革，推动职称评审标准从单一的论文发表向文化产品和服务质量与效益同论文发表相结合转变。深化文化领域收入分配制度改革，建立适应市场经济发展、体现文化人才劳动贡献、能够让文化人才安心干事创业的薪酬激励制度。四是建立健全现代文化市场体系。持续推进国有经营性文化单位转企改制，对按规定转制的重要国有传媒企业探索实行特殊管理股制度。建立健全有文化特色的现代企业制度，加快国有文化企业公司制股份制改造。培育和规范文化类社会组织。完善文化产品和要素市场建设，鼓励金融资本、社会资本、文化资源相结合，发挥市场在文化资源配置中的决定性作用。完善适应文化产业发展要求的知识产权法律制度，健全知识产权侵权查处机制，重点加强网络文化知识产权保护制度建设。

4. 加强文化交流国际话语体系建设。未来 30 年推动文化交流发展的关键，是提高我国的国际传播、学术研究与贸易投资话语权。这就要求坚持政府统筹、社会参与、官民并举、市场运作，统筹对外文化传播、交流和贸易。一是提高国际传播话语权。推进国际传播能力建设，加快中国特色话语体系建设进程，畅通中华文化和价值理念的传播渠道。讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国。二是提高学术研究话语权。必须旗帜鲜明地反对“洋八股”，真正构建好中国特色的哲学社会科学学术话语体系。否则，我国的学术自强、文化自信、理论自信、价值自信都无从谈起，甚至国家安全也难以保障。三是提高贸易投资话语权。提高将中国文化符号转化为文化产品的能力，增强文化“引进来”与“走出去”的主动性。打造外向型骨干文化企业，建设核心文化产品资源库，搭建文化产品和服务“走出去”的平台和渠道，建设国际营销网络。拓展文化产业国际交流合作新空间，积极参与国际文化贸易规则制定，增加文化贸易领域国际话语权。引导文化企业和社会资本境外投资，拓展海外文化市场，扩大境外优质文化资产规模。

#### 参考文献：

1. 陈依元：《现代化、文化现代化、文化现代化指标体系》，《福建论坛（经济社会版）》2000 年第 10 期。
2. 黄会林：《提升文化影响力关键在文化成果》，《人民日报》2016 年 4 月 6 日。
3. 管华：《增强中国文化影响力的途径探析》，《辽宁医学院学报（社会科学版）》2015 年第 4 期。

责任编辑：李蕊