

# 國潮崛起 文創出海

## 系列國家文史展館叢書面世 以文傳聲國際影響力躍升



內地所有公共圖書館、文化館、美術館、綜合文化站和超九成博物館免費開放；中國共產黨歷史展覽館、中國國家版本館、《復興文庫》等一系列重大項目工程彰顯中國特色；中華優秀傳統文化深入人心，內地攜手港澳共同弘揚中華文化；核心文化產品和服務千帆出海，2021年對外文化貿易額首次突破2,000億美元，「歡樂春節」「美麗中國」等品牌活動全球影響廣泛……一系列「成績單」表明，中共十八大以來，中國文化事業實現普遍繁榮，國人文化自信進一步提升，文化「走出去」步伐更加穩健，中國文化的國際影響實現了質的飛躍。 ◆香港文匯報記者 江鑫翔 北京報道

去年夏天，中國共產黨歷史展覽館開館。一年來，參觀者絡繹不絕，人們在這裏讀懂中國共產黨人的精神譜系。今年7月底，新時代的國家文化殿堂——中國國家版本館正式開館，護文明之火種，傳永續之文脈。近日，《復興文庫》大型歷史叢書面世，以史為鑒，察往知來。此外，長城、大運河、長征、黃河、長江國家文化公園亦得到高標準建設。

**傳承中華文明 推進探源考古**  
同時，實施中華優秀傳統文化傳承發展工程，開展中華文明探源，推進「考古中國」等重大項目。文化遺產進一步「活起來」，考古熱、博物館熱、非遺熱、古籍熱、國潮崛起……中華優秀傳統文化融入了經濟社會發展和人們日常生活。

過去十年，從城市到鄉村，豐富的文化活動讓每個人的平凡生活變得更有滋味、有質感、有溫度。在不少民眾看來，高質量的文化活動越來越多，參與方式愈加便捷，足見政府在文化建設方面的投入力度之大，潛移默化間提升了很多人對中華文化的認知，也增強了國人的文化自信。

對優秀傳統文化的熱愛，成為很多人表達文化認同的方式。特別是年輕一代，從熱衷洋品牌到追捧國潮國貨，從霹靂舞風靡到《只此青綠》紅遍南北，背後是文化自信的自覺呈現。

### 海外交流合作 共享傳統節日

與此同時，中國文化「走出去」的步伐不斷加快，國際傳播力和影響力大幅提升。十年來，中國積極推進「一帶一路」文化交流與合作，建立了絲綢之路國際劇院、博物館、藝術節、圖書館、美術館聯盟。「歡樂春節」活動連續舉辦，年均在130餘個國家舉辦約2,000場活動，成為中國與世界人民共享傳統節日的重要橋樑。

中國以文傳聲，向世界表達文化主張。推動金磚國家文化部長會議等16個多邊交流合作機制和25個雙邊合作機制不斷發展，形成覆蓋全球的政府間合作網絡。海外中國文化中心和駐外旅遊辦事處總數分別達到45個和20個，每年聯動舉辦「天涯共此時——中秋節」「雲遊中國」等活動，成為全方位展示中華文化獨特魅力的重要窗口。



### 微觀點 文化強國 未來可期

「文化興國運興，文化強民族強。」十年來，中國文化之美好已生發於人們內心深處，文化的繁榮發展讓國人以更加自信的姿態面向新征程。在國內，優秀傳統文化已從高雅之堂走入尋常百姓家。從豐富的博物館、圖書館滋養着城市生活的文化底蘊和詩意，到紅火的鄉村文化大院拓展着農民生活的視野和品味；從《我在故宮修文物》《國家寶藏》《中國詩詞大會》《我是你的兒兒》等引發收視熱潮，到戲曲、瓷器、茶道等非遺文化「國粉」年輕人……越來越多的人們，通過學習傳統文化重塑價值觀，鑒守文化自信。

在國外，中國對外文化傳播愈加「接地氣」，「人氣」聚集。中國的傳統節慶活動、優秀文學影視作品、網絡遊戲和工藝美術品等在海外「戰績」喜人，學習漢語、研究中國文化在國外蔚然成風。

當然，文化復興非一時之功。比如，中國民眾文化需求和供給之間還存在結構性矛盾，「缺不缺、夠不夠」問題總體得到解決，「好不好、精不精」的問題日益凸顯。文化產品「走出去」的品質和效果仍需提升。這對文化事業和產業的繁榮發展提出了新要求，也創造了新空間。一個國家的真正崛起，歸根結底是文化的崛起。而文化的崛起，離不開文化自知和自信。中國文化十年來的發展歷程見證了潤物無聲的效力，隨着久久為功的扎實推進，中國文化強國未來可期。

◆香港文匯報記者 江鑫翔



河北樂亭縣的小學生跟隨國家級非物質文化遺產表演藝術家劉尚傑(中)學習皮影戲表演技藝。資料圖片

中國網絡遊戲等在數字文化領域具備全球競爭力。圖為德國科隆國際遊戲展上的騰訊展台。資料圖片

### 中國文化「走出去」部分成果

- ◆在93個國家派駐文化和旅遊機構，與157個國家簽訂政府間文化和旅遊合作協定。
- ◆建立絲綢之路國際劇院、博物館、藝術節、圖書館、美術館聯盟，成員單位539家。
- ◆「歡樂春節」年均在130餘個國家舉辦約2,000場活動。
- ◆2021年，中國對外文化貿易額首次突破2,000億美元。

貨幣單位：除註明外均為人民幣

### 中國文化部分領域發展數據

- ◆2021年，全國文化和旅遊事業費1,132.88億元，佔國家財政支出比重達0.46%；2012年480.1億元，佔國家財政支出比重0.381%。
- ◆2020年，中國文化產業增加值是44,945億元，佔GDP比重4.43%；2012年18,071億元，佔GDP比重3.36%。
- ◆2021年全國規模以上文化企業6.5萬家，年營業收入11.9萬億元；2012年3.6萬家，年營業收入5.6萬億元。
- ◆2021年，全國公共圖書館總藏量126,178萬冊(件)，134.4萬個閱覽座席數；2012年，總藏量68,827萬冊(件)，閱覽座席數73.5萬個。
- ◆2021年，全國藝術表演團體18,370個，演出233萬次；2012年為7,321個，演出135萬次。
- ◆2021年，全國群眾文化機構文化服務惠及83,289萬人次，2012年惠及44,035萬人次。
- ◆2021年，全國博物館機構數為5,772個，藏品4,665萬件/套；2012年為3,069個，藏品數量2,318萬件/套。
- ◆2021年，全國博物館陳列展覽31,931個，參觀人次74,850.45萬；2012年展覽20,115個，參觀人次56,401萬。
- ◆2021年，網絡音樂市場規模626.9億元，2012年為45.43億元。
- ◆2021年，全國重點文物保護單位5,058處，2012年為2,352處。



香港故宮文化博物館參觀。資料圖片

建設香港故宮文化博物館，統籌推進「藝海流金」內地與港澳文化和旅遊交流活動，舉辦「根與魂——非物質文化遺產展覽」，打造「港澳青年知行計劃」，國家藝術基金全面對港澳開放一般項目申報……十年來，內地攜手港澳共同弘揚中華文化，深度廣度不斷推進，呈現出機製建設成熟穩健、業界交流繁榮有序、青少年培育務實有效等局面。

### 國家藝術基金對港開放

內地與香港的文化交流合作碩果累累。文匯報與香港特区政府相關部門通過人員互訪、定期會商，加強對話、整合資源，確保交流合作穩步推進。國家從多方入手支持香港發展中外文化藝術交流中心。國家藝術基金自2021年起全面對港澳開放一般項目申報。12個香港非遺項目、3位香港非遺傳承人入選國家級非遺代表性項目名錄及傳承人名單。支持香港舉辦亞洲文化合作論壇、香港藝術節、中國戲曲節等重要文化活動，建設香港西九文化區戲曲中心、M+博物館等重要文化設施。

### 加深港青正確認識祖國

在青少年培育方面，「港澳青年知行計劃」通過邀請香港青年文化藝術人才到內地參與采風創作、文化惠民活動，組織香港青少年深入內地民族地區開展民俗田野考察，到國家級文博機構、旅遊機構和校園開展中華文化普及等方式，幫助他們正確認識和理解祖國歷史文化和社會經濟發展。

在文博領域，館際交流不斷增多，故宮博物院與香港特區政府康文署訂長期合作計劃，定期在港辦展，開展業務交流和培訓。今年6月，中央政府支持香港建設的香港故宮文化博物館開館，是香港與內地共享中華優秀傳統文化、廣續傳承中華文明的創新性實踐。

另外，內地與港澳中學生文化遺產暑期課堂、文物活化再利用研討會均已舉辦4屆。國家文物局還與香港合作完成了7場打擊文物非法販運主題講座。

## 弘揚優秀傳統 八方聚力圈粉



遊客在三里堆博物館參觀。資料圖片



學生在山東博物館體驗式模擬考古區「發掘文物」。資料圖片

從曲阜孔廟、敦煌研究院、大同雲岡石窟，到福建三坊七巷、武夷山朱熹祠，再到承德避暑山莊、眉山三蘇祠……十八大以來，習近平總書記多次在地方視察中調研傳統文化保護傳承，闡述弘揚優秀傳統文化、保護歷史文化遺產、堅定文化自信的重要性。領導人深厚的中華文化情結和底蘊在全國上下產生了廣泛的示範和帶動作用。

### 戲曲文物登國際盛事

十年來，中國舉辦諸多重要國際會議與各方共襄全球發展盛舉的同時，向世界打開了中華優秀傳統文化的展示窗。北京冬奧會便是中國對世界展示中華優秀傳統文化的大派對；「一帶一路」國際合作高峰論壇文藝演出《千年之約》中，飛天仙女、京劇昆曲、民族樂器輪番出場，深化了外國友人對中國文化的認識；美食、服飾、表演、文物……豐富多彩的文化元素

### 「非遺」工場開遍各地

中華優秀傳統文化基礎課程在中小學落地生根，大學開設了優秀傳統文化相關專業。同時，全國各地設立2,500多家「非遺」工場，《詩畫中國》《中國詩詞大會》《故事裏的中國》《國家寶藏》等一批精品力作讓傳統文化面貌一新，國粉無數。

### 支持網絡文學電競等出口

中國對外文化貿易額首次超過2,000億美元的台階後，志在登高望遠。中國商務部等27個部門此前聯合發文，推進對外文化貿易高質量發展，將支持數字藝術、雲展覽和沉浸式體驗等新形態發展，積極培育網絡文學、數字出版、線上演播、電子競技等領域出口競爭優勢，鼓勵企業為境外生產的影視、動漫、遊戲等提供洗印、譯製、配音、編輯、後期製作等服務。

## 影視網遊出口暢旺 參與制訂國際標準

十年來，伴隨着「國潮」崛起、華流「出海」，懂得品味中國文化的人越來越多。「一馬當先」的中國對外文化貿易額可以印證這份熱愛。數據顯示，2021年，中國對外文化貿易額首次突破2,000億美元。大量優質影視劇、網絡文學、遊戲、動漫、文創產品乃至設計服務、廣告服務等出口迅速發展。據介紹，文化貿易是指國際文化產品與服務的進出口，涉及貨物貿易、服務貿易及知識產權。對外文化貿易可以通過交易額、所佔的國際市場份額等指標直觀展現國家文化軟實力。中國文化產品出口額已持續多年位居全球前列，形成了一批具有國際影響力的文化企業、產

大量中國優質影視劇出口迅速發展。圖為中國影視作品在新加坡舉行的「亞洲電視論壇與市場」上亮相。資料圖片

## 專家解讀 產業水平不斷提升 「走出去」步伐更穩健

過去十年，中國文化影響力和競爭力有了質的飛躍，文化事業實現普遍繁榮。展望未來，全國政協委員、首都經濟貿易大學文化與傳播學院副院長郭媛媛在接受香港文匯報訪問時表示，相信中國文化事業發展不論是在體制改革，還是在公共服務方面都會不斷提升，文化「走出去」步伐將更加穩健，國際影響力也會邁上新台階。郭媛媛表示，十年來，中國公共文化服務水平不斷提高，以「文化大院」為代表的「微棧化」群眾性精神文明創建活動廣泛開展。在文化產業發展方面，基於中華優秀傳統文化基因進行開發、利用、弘揚，以自覺創新適應經濟社會發展新形態，文化產業加速轉型，規模化、集約化、專業化水平顯著提高。同時，越來越多的文化精品走出國門，成為世界中



老字號國民牌大白兔在四川成都舉辦主題展，民眾前往品味風味味道。資料圖片



影視網遊出口暢旺。資料圖片