

以高度文化自觉推动南京文化强市建设

陈光亚

党的十七届六中全会和江苏省委第十二次党代会以及南京市委第十三次党代会的召开,为新时期的南京文化发展指明了方向。特别是南京市委第十三次党代会提出了“坚持以文化为魂,打造国际人文之都”,这是南京市委、市政府重新审视南京文化在城市发展中的地位和作用,全面贯彻落实科学发展观,适应时代发展要求的正确决策。

近年来,南京市始终把文化作为城市发展的软实力,注重延续和保护城市文脉,积极培育和弘扬城市文化,大力发展文化事业和文化产业,文化越来越成为南京的核心竞争力,越来越成为南京经济社会发展的重要支撑。尤其是2011年以来,南京市委、市政府以新的文化发展观统领文化建设,全面推进文化事业和文化产业跨越发展,全市文化建设呈现出崭新的局面。

南京文化强市建设正当其时

“江南佳丽地,金陵帝王州”。南京是著名的历史文化名城,是六朝古都、十朝都会,历史源远流长,文化底蕴深厚,是中华文明的重要发祥地之一。南京是江苏省和南京都市圈的文化中心,区域文化地位日益凸显。文化是南京城市之魂,城市之魂,南京市第十三次党代会提出坚持“以文化为魂”,准确把握了南京发展面临的新形势,对南京率先基本实现现代化和未来发展具有举足轻重的作用,这也是南京未来一段时间文化发展的导向和理念。因此,以高度的文化自觉抓住机遇推动文化强市建设,是南京适应时代发展的战略选择。

文化强市建设关系南京综合实力的提升。南京文化是南京悠久历史长河中积淀形成的相对稳定的价值体系和行为模式。“坚持以文化为魂”,将文化建设贯穿于南京的政治建设、经济建设、社会建设、环境建设等各个方面,对于南京的转型发展特别是对南京率先基本实现现代化具有重要意义。文化强市建设不仅能为南京城市发展创造新的经济增长点、提供精神动力和智力支持,而且能够有效地促进南京城市的可持续发展。因此,丰富城市文化内涵,是塑造独具魅力的城市形象、促进城市的可持续发展、增强城市竞争力的必要途径。

文化强市建设关系民生。文化发展的目的是满足广大市民文化消费多层次、多方面、多样化的需求,让广大市民共享文化发展成果,提高广大市民的幸福感和获得感。一个城市的市民生活的安康,需要一定的经济力量,也需要相应的文化力量,文化建设和文化发展是人的全面发展、文化繁荣的基石,可以启蒙心智、让人们认识社会,获得思想上的教益;可以使人们愉悦身心、陶冶性情,获得精神上的依归和幸福。

南京具备建设文化强市的有利条件。作为六朝古都,南京有着2000多年的建城史和累计400余年的建都史,文化资源非常丰富,科技、文化人才众多,这些都

是南京建设文化强市得天独厚的优越条件。另外,近些年南京市经济发展迅速,2010年人均GDP达到1万美元,经济实力的壮大为文化发展提供了强大的支撑。尤其是南京的文化发展基础较好,“十一五”期间,在南京市委、市政府的正确领导下,南京的文化事业和文化产业全面快速推进,文艺创作硕果累累,公共文化服务体系形成规模,文化遗产保护成效显著,文化产业发展稳步增长,文化发展环境日趋完善,文化体制改革稳步推进,对外文化交流成效明显。

坚持“以文化为魂”是一种高度的文化自觉,贯彻“以文化为魂”要求我们充分把握南京文化建设面临的历史机遇和挑战,从建设文化强市的战略高度,将文化建设摆在全局工作的重要位置,纳入各级党委政府的重要议事日程,纳入经济社会发展总体规划,纳入科学发展考核评价体系,将文化发展作为南京新一轮率先发展的引擎。

把握南京文化强市建设方向

建设文化强市,是文化南京建设更高目标的选择,具有更高的要求。南京市“十二五”文化发展规划明确了南京文化强市的总体目标,即:坚持以文化为魂,增强文化自觉,提高文化自信,实现文化自强;充分发挥南京历史文化底蕴深厚的优势,推动南京文化大发展大繁荣,增强文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的作用,开创历史文化特色充分彰显、城市现代文明发展繁荣的新局面,加快建设文化强市和世界历史文化名城,打造独具魅力的人文都市;“十二五”期间,力争将南京建设成为文化事业全面繁荣、文化产业优势突出、文化市场繁荣有序、文化人才结构优化、文化生活丰富多彩的先进文化示范城市、文化共享和谐城市、文化创新核心城市和文化交流中心城市,文化综合实力进入全国同类城市前列。

南京市“十二五”文化发展规划总体目标,为南京文化强市建设描绘了发展蓝图,明确了发展方向。未来几年,是南京市文化事业和文化产业全面推进、跨越发展的机遇期。结合南京文化建设的阶段性特征和区域性特点,我们将着力抓好“五强”建设:

一是公共文化服务强。以创建国家公共文化服务体系示范区为抓手,完善公共文化服务四级网络。到2015年,基本形成公共文化产品供给比较充足、网络设施比较齐全、资金人才技术保障比较有力、组织支撑和运行评估比较完善、覆盖全社会的公共文化服务体系。区县图书馆、文化馆全部达到国家一级馆以上标准;95%以上街道(乡镇)文化站达“五星级”标准;100%街道(乡镇)图书馆完成文化信息资源共享工程基层点建设;80%村(社区)文化活动室达到市级示范点要求;在全市城乡社区、行政村建成10分钟文化休闲娱乐圈;每万人拥有公共文化设施面积1400平方米;公共图书馆人均藏书量2册;

拥有国内领先的现代化大剧院1家;全市地面数字电视人口覆盖率达到90%以上;实现城乡一体有线广播电视数字化,城镇有线电视用户享受到互动及高清电视服务;“十一五”期间,在南京市委、市政府的正确领导下,南京的文化事业和文化产业全面快速推进,文艺创作硕果累累,公共文化服务体系覆盖率达到90%以上。

二是文化产业创新强。充分发挥南京丰富的历史文化、科教人才资源优势,着力促进文化与现代科技、金融、旅游、教育、体育、商贸相融合,做大做强文化产业,使之成为南京新的经济增长点和支柱产业。到2015年,全市文化产业规模明显扩大,发展水平显著提高,产业结构更加合理。推出一批在国内外有重要影响的文化产业品牌;打造一批具有核心竞争力的文化企业,包括3到5家资产超百亿的龙头企业;建成10到20个特色鲜明、服务功能齐全的文化产业集聚区,其中产值超50亿的文化产业集聚区5个以上;创建4个国家级文化园区和6到8个省级文化园区;全年文化产业增加值占GDP比重达到6%以上,力争达到8%。

三是文化遗产传承强。彰显南京“山水城林、古都风貌”的特色优势,努力建设具有国际影响力的历史文化名城。争取明城墙列入世界文化遗产名录,高淳溱湖、高淳漆桥等成为省级以上历史文化名镇(村),建成4到5处国家一类考古遗址公园,建立较为完备的非物质文化遗产保护体系。

四是文艺创作生产强。逐步完善创作机制,不断扩大创作队伍,特别要重视高精尖人才的引进和作用的发挥,使创作题材丰富多彩,创作质量不断提高。每年推出广播电视、文学艺术、戏剧艺术、音乐舞蹈等门类优秀作品20部。出版哲学、社会科学、科技、文化等门类优秀图书100种以上。争取2到3部作品进入国家舞台艺术精品工程或“五个一”工程。坚持以“建设文化强省中心城市”“文化南京”为目标,打造南京特色文化品牌。

五是对外文化交流强。积极推动文化“走出去”,扩大南京文化知名度。重点支持一批具有国际理念、中国元素、南京特色的影视动漫作品和产品走出去,不断扩大中华文化在国际上的影响力、传播力;积极为企业牵线搭桥,通过在国外重点地区举办南京文化节、文化周、文化年会等活动,开展对外文化交流;充分利用杂技、民乐等南京优势特色文化资源,以参加国际重大艺术节、举办“南京文化周”、执行国家委派项目、商业演出、民间交流等多种形式,开展对外文化交流,逐步在国际上树立南京演艺品牌,扩大文化影响力。

南京文化强市建设实现路径

(一)建立和完善文化体制机制是文化强市建设的根本保障

建设文化强市,必须激发文化发展活力,在体制机制创新上下功夫。

一是建立合理、有效的文化创新机制,为推动南京文化发展提供不竭的动力支持。就南京而言,必须树立科学的文化发展观,不断创新文化发展理念,保持南京文化发展的本土性、体现时代性,形成具有现代化指向和南京特色的新型思想理论和文化价值体系。进一步深化改革,创新文化体制机制,逐步形成富有活力的文化管理体制和文化产品生产运营机制。

二是建立更加富有生机活力的市场运营机制,是推动文化发展的重要条件。针对人民群众日益增长的文化需求,文化产品生产者在生产出数量更多、质量更好的文化产品的同时,还要在贴近群众、服务群众上下功夫。此外要开发市场的动力机制、运行机制和发展机制等内容,充分发挥市场机制的调节功能和激励功能,最大限度地利用现有文化资源,推动文化大发展大繁荣。

三是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

四是建立新型的投融资机制,为文化发展注入新的活力。推动文化大发展大繁荣要积极探索公共财政支持公共文化服务事业发展的新型投资机制,探索公共财政支持文化产业发展运行机制,鼓励支持非国有经济和资本进入文化产业领域,扩大文化市场准入,实行文化投资主体多元化、社会化。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。

五是建立科学完善的文化发展评价机制,这是推动文化发展的重要手段。公益性文化事业的发展评价要以公益性、公平性、便利性、多样性、基本性为原则,对政府投入和综合投融资总量、公共文化服务设施建设、公益文化活动品牌、基层文化生活、公共文化服务产品和内容等指标进行评价。经营性文化产业的发展评价要以文化产业总产值、总就业人数、总固定资产存量规模、政府投入、发展水平、经济效益、市场化程度、对国民经济的贡献等指标进行评价。



南京明城墙

施新建六朝博物馆、中国科举博物馆、孙权纪念馆、南京明城墙遗址博物馆、江宁织造博物馆、太平天国壁画博物馆、南朝石刻博物馆等博物馆工程;实施建设南京非物质文化遗产博物馆、高淳省级非物质文化遗产生态保护区等非遗保护工程;实施历史文化街区、文化风貌区保护工程,对门东民国公馆区、下关滨江近现代商埠区、南捕厅特色文化街区;实施明城墙保护工程,加大城墙主体维修和周边环境整治力度,建设明外郭——秦淮河百里风光带。

三是在文化竞争力上有所突破。文化的竞争力是一个城市综合实力的重要方面,它包括文化创新能力、文化产业科技含量、高素质的文化人才,主要体现在文化产品竞争力、文化品牌竞争力、文化形象竞争力上。第一,提升文化产品竞争力。要树立市场意识、精品意识、消费意识,开发市场前景好、发展潜力大、社会效益和经济效益俱佳的文化产品;生产出具有南京特色、体现南京精神和人无我有、人有我高的文化精品;助推出一批思想、情感、价值观念为广大消费者所能接受的、广大市民认可的、市场占有率高的文化产品。第二,提升文化企业竞争力。文化企业要可持续地生产出有竞争力的产品,就必须具有可持续发展的核心竞争力。今后一个时期,要认真按照南京市第十三次党代会确定的坚定不移走“创新驱动、内生增长、绿色发展”之路,重点打造一批时代传媒、乐博琴行、江苏可一出版物发行集团、南京创意中央科技文化产业园、南京“1912”投资集团、南京新与文化传播有限公司等企业,提升文化企业的竞争力。第三,提升文化品牌竞争力。品牌作为无形资产和重要的战略资源,在文化竞争中举足轻重。未来,南京在文化品牌上将着力打造“南京历史文化名城博览会”“南京文化艺术节”“南京梅花节”“南京茉莉花节”“百场公益演出”“公益交响音乐会”“南京云锦”“南京金箔”“南京雨花石艺术品”“秦淮灯彩”等具有南京风格和在国内外有影响力的品牌。第四,提升文化形象竞争力。文化形象竞争力,主要表现在文化整体的吸引力、凝聚力和感召力。因此,要在艺术创作生产、公共文化服务体系、历史文化名城保护与利用、广播电视建设、新闻出版业发展、文化创意和文化旅游产业发展、文化人才建设等方面,采取重点扶持、整体推进的方式,全方位加强南京文化发展,在保护和传承好历史文化的同时,着力建设好当代文化和现代文化,进一步提升南京文化的形象竞争力。经过几年的努力,力使南京的文化竞争力在江苏省成为第一,在全国城市中列入第一方阵。

三是在文化竞争力上有所突破。文化的竞争力是一个城市综合实力的重要方面,它包括文化创新能力、文化产业科技含量、高素质的文化人才,主要体现在文化产品竞争力、文化品牌竞争力、文化形象竞争力上。第一,提升文化产品竞争力。要树立市场意识、精品意识、消费意识,开发市场前景好、发展潜力大、社会效益和经济效益俱佳的文化产品;生产出具有南京特色、体现南京精神和人无我有、人有我高的文化精品;助推出一批思想、情感、价值观念为广大消费者所能接受的、广大市民认可的、市场占有率高的文化产品。第二,提升文化企业竞争力。文化企业要可持续地生产出有竞争力的产品,就必须具有可持续发展的核心竞争力。今后一个时期,要认真按照南京市第十三次党代会确定的坚定不移走“创新驱动、内生增长、绿色发展”之路,重点打造一批时代传媒、乐博琴行、江苏可一出版物发行集团、南京创意中央科技文化产业园、南京“1912”投资集团、南京新与文化传播有限公司等企业,提升文化企业的竞争力。第三,提升文化品牌竞争力。品牌作为无形资产和重要的战略资源,在文化竞争中举足轻重。未来,南京在文化品牌上将着力打造“南京历史文化名城博览会”“南京文化艺术节”“南京梅花节”“南京茉莉花节”“百场公益演出”“公益交响音乐会”“南京云锦”“南京金箔”“南京雨花石艺术品”“秦淮灯彩”等具有南京风格和在国内外有影响力的品牌。第四,提升文化形象竞争力。文化形象竞争力,主要表现在文化整体的吸引力、凝聚力和感召力。因此,要在艺术创作生产、公共文化服务体系、历史文化名城保护与利用、广播电视建设、新闻出版业发展、文化创意和文化旅游产业发展、文化人才建设等方面,采取重点扶持、整体推进的方式,全方位加强南京文化发展,在保护和传承好历史文化的同时,着力建设好当代文化和现代文化,进一步提升南京文化的形象竞争力。经过几年的努力,力使南京的文化竞争力在江苏省成为第一,在全国城市中列入第一方阵。

三是在文化竞争力上有所突破。文化的竞争力是一个城市综合实力的重要方面,它包括文化创新能力、文化产业科技含量、高素质的文化人才,主要体现在文化产品竞争力、文化品牌竞争力、文化形象竞争力上。第一,提升文化产品竞争力。要树立市场意识、精品意识、消费意识,开发市场前景好、发展潜力大、社会效益和经济效益俱佳的文化产品;生产出具有南京特色、体现南京精神和人无我有、人有我高的文化精品;助推出一批思想、情感、价值观念为广大消费者所能接受的、广大市民认可的、市场占有率高的文化产品。第二,提升文化企业竞争力。文化企业要可持续地生产出有竞争力的产品,就必须具有可持续发展的核心竞争力。今后一个时期,要认真按照南京市第十三次党代会确定的坚定不移走“创新驱动、内生增长、绿色发展”之路,重点打造一批时代传媒、乐博琴行、江苏可一出版物发行集团、南京创意中央科技文化产业园、南京“1912”投资集团、南京新与文化传播有限公司等企业,提升文化企业的竞争力。第三,提升文化品牌竞争力。品牌作为无形资产和重要的战略资源,在文化竞争中举足轻重。未来,南京在文化品牌上将着力打造“南京历史文化名城博览会”“南京文化艺术节”“南京梅花节”“南京茉莉花节”“百场公益演出”“公益交响音乐会”“南京云锦”“南京金箔”“南京雨花石艺术品”“秦淮灯彩”等具有南京风格和在国内外有影响力的品牌。第四,提升文化形象竞争力。文化形象竞争力,主要表现在文化整体的吸引力、凝聚力和感召力。因此,要在艺术创作生产、公共文化服务体系、历史文化名城保护与利用、广播电视建设、新闻出版业发展、文化创意和文化旅游产业发展、文化人才建设等方面,采取重点扶持、整体推进的方式,全方位加强南京文化发展,在保护和传承好历史文化的同时,着力建设好当代文化和现代文化,进一步提升南京文化的形象竞争力。经过几年的努力,力使南京的文化竞争力在江苏省成为第一,在全国城市中列入第一方阵。

三是在文化竞争力上有所突破。文化的竞争力是一个城市综合实力的重要方面,它包括文化创新能力、文化产业科技含量、高素质的文化人才,主要体现在文化产品竞争力、文化品牌竞争力、文化形象竞争力上。第一,提升文化产品竞争力。要树立市场意识、精品意识、消费意识,开发市场前景好、发展潜力大、社会效益和经济效益俱佳的文化产品;生产出具有南京特色、体现南京精神和人无我有、人有我高的文化精品;助推出一批思想、情感、价值观念为广大消费者所能接受的、广大市民认可的、市场占有率高的文化产品。第二,提升文化企业竞争力。文化企业要可持续地生产出有竞争力的产品,就必须具有可持续发展的核心竞争力。今后一个时期,要认真按照南京市第十三次党代会确定的坚定不移走“创新驱动、内生增长、绿色发展”之路,重点打造一批时代传媒、乐博琴行、江苏可一出版物发行集团、南京创意中央科技文化产业园、南京“1912”投资集团、南京新与文化传播有限公司等企业,提升文化企业的竞争力。第三,提升文化品牌竞争力。品牌作为无形资产和重要的战略资源,在文化竞争中举足轻重。未来,南京在文化品牌上将着力打造“南京历史文化名城博览会”“南京文化艺术节”“南京梅花节”“南京茉莉花节”“百场公益演出”“公益交响音乐会”“南京云锦”“南京金箔”“南京雨花石艺术品”“秦淮灯彩”等具有南京风格和在国内外有影响力的品牌。第四,提升文化形象竞争力。文化形象竞争力,主要表现在文化整体的吸引力、凝聚力和感召力。因此,要在艺术创作生产、公共文化服务体系、历史文化名城保护与利用、广播电视建设、新闻出版业发展、文化创意和文化旅游产业发展、文化人才建设等方面,采取重点扶持、整体推进的方式,全方位加强南京文化发展,在保护和传承好历史文化的同时,着力建设好当代文化和现代文化,进一步提升南京文化的形象竞争力。经过几年的努力,力使南京的文化竞争力在江苏省成为第一,在全国城市中列入第一方阵。

三是在文化竞争力上有所突破。文化的竞争力是一个城市综合实力的重要方面,它包括文化创新能力、文化产业科技含量、高素质的文化人才,主要体现在文化产品竞争力、文化品牌竞争力、文化形象竞争力上。第一,提升文化产品竞争力。要树立市场意识、精品意识、消费意识,开发市场前景好、发展潜力大、社会效益和经济效益俱佳的文化产品;生产出具有南京特色、体现南京精神和人无我有、人有我高的文化精品;助推出一批思想、情感、价值观念为广大消费者所能接受的、广大市民认可的、市场占有率高的文化产品。第二,提升文化企业竞争力。文化企业要可持续地生产出有竞争力的产品,就必须具有可持续发展的核心竞争力。今后一个时期,要认真按照南京市第十三次党代会确定的坚定不移走“创新驱动、内生增长、绿色发展”之路,重点打造一批时代传媒、乐博琴行、江苏可一出版物发行集团、南京创意中央科技文化产业园、南京“1912”投资集团、南京新与文化传播有限公司等企业,提升文化企业的竞争力。第三,提升文化品牌竞争力。品牌作为无形资产和重要的战略资源,在文化竞争中举足轻重。未来,南京在文化品牌上将着力打造“南京历史文化名城博览会”“南京文化艺术节”“南京梅花节”“南京茉莉花节”“百场公益演出”“公益交响音乐会”“南京云锦”“南京金箔”“南京雨花石艺术品”“秦淮灯彩”等具有南京风格和在国内外有影响力的品牌。第四,提升文化形象竞争力。文化形象竞争力,主要表现在文化整体的吸引力、凝聚力和感召力。因此,要在艺术创作生产、公共文化服务体系、历史文化名城保护与利用、广播电视建设、新闻出版业发展、文化创意和文化旅游产业发展、文化人才建设等方面,采取重点扶持、整体推进的方式,全方位加强南京文化发展,在保护和传承好历史文化的同时,着力建设好当代文化和现代文化,进一步提升南京文化的形象竞争力。经过几年的努力,力使南京的文化竞争力在江苏省成为第一,在全国城市中列入第一方阵。

三是在文化竞争力上有所突破。文化的竞争力是一个城市综合实力的重要方面,它包括文化创新能力、文化产业科技含量、高素质的文化人才,主要体现在文化产品竞争力、文化品牌竞争力、文化形象竞争力上。第一,提升文化产品竞争力。要树立市场意识、精品意识、消费意识,开发市场前景好、发展潜力大、社会效益和经济效益俱佳的文化产品;生产出具有南京特色、体现南京精神和人无我有、人有我高的文化精品;助推出一批思想、情感、价值观念为广大消费者所能接受的、广大市民认可的、市场占有率高的文化产品。第二,提升文化企业竞争力。文化企业要可持续地生产出有竞争力的产品,就必须具有可持续发展的核心竞争力。今后一个时期,要认真按照南京市第十三次党代会确定的坚定不移走“创新驱动、内生增长、绿色发展”之路,重点打造一批时代传媒、乐博琴行、江苏可一出版物发行集团、南京创意中央科技文化产业园、南京“1912”投资集团、南京新与文化传播有限公司等企业,提升文化企业的竞争力。第三,提升文化品牌竞争力。品牌作为无形资产和重要的战略资源,在文化竞争中举足轻重。未来,南京在文化品牌上将着力打造“南京历史文化名城博览会”“南京文化艺术节”“南京梅花节”“南京茉莉花节”“百场公益演出”“公益交响音乐会”“南京云锦”“南京金箔”“南京雨花石艺术品”“秦淮灯彩”等具有南京风格和在国内外有影响力的品牌。第四,提升文化形象竞争力。文化形象竞争力,主要表现在文化整体的吸引力、凝聚力和感召力。因此,要在艺术创作生产、公共文化服务体系、历史文化名城保护与利用、广播电视建设、新闻出版业发展、文化创意和文化旅游产业发展、文化人才建设等方面,采取重点扶持、整体推进的方式,全方位加强南京文化发展,在保护和传承好历史文化的同时,着力建设好当代文化和现代文化,进一步提升南京文化的形象竞争力。经过几年的努力,力使南京的文化竞争力在江苏省成为第一,在全国城市中列入第一方阵。



上海合作组织成员国文化产业合作南京论坛



南京市越剧团排演的大型神话剧《敦煌传奇》



南京市百场公益演出产融行

要建立健全分工负责、分类培训、分级管理的文化人才教育培训机制,健全教育培训质量评估和督促检查制度。建立完善专业技术人员继续教育制度,进一步扩大培训覆盖面,向基层人才倾斜,向新型人才、民营文化企业和民间文化人才延伸。第二,创新人才培养模式。实施高端紧缺文化人才培养计划,搭建文化人才终身学习平台。鼓励和扶持南京各高等院校优化专业结构,与文化企事业单位共建培养基地。要充分发挥市场在人力资源配置中的基础性作用,实行组织选配与市场选聘相结合,健全文化企事业单位领导人员委任、聘任、聘任方式。注重从基层和工作实践中发现和举荐人才,建立在重大文化工程、重大文化工程和对突发事件中考察识别人才的机制,不拘一格选人才。第三,加大文化人才交流。进一步疏通文化领域各类人才之间交流渠道,广泛吸引财经、法律等领域优秀人才进入文化行业。打破行业、地域、身份、所有制界限,消除体制性、制度性障碍。鼓励党政机关、高等院校和科研院所的优秀人才向城乡基层流动,吸引大中专毕业生投身基层文化工作。第四,完善激励保障机制。这是充分激发各类文化人才积极性的迫切需要。要深化文化事业单位人事制度改革,实行以聘用制度和岗位管理制度为主要内容的人事管理制度;制定知识、技术、管理、技能等生产要素按

贡献参与分配的办法;建立完善事业单位绩效工资制度;规范和完善国有文化企业领导人员薪酬管理办法;认真落实国家有关促进人才投资优先保证的政策,建立健全政府、社会、用人单位和个人多元人才投入机制;研究制定特殊补贴办法,对非物质文化遗产项目代表性传承人等给予适当经济补助。通过努力,力争到2015年使南京高层文化人才总数达到3000人。通过实施文化名家引进与评选工程、“321”文化人才引进工程、“五个一批”(指重点在社科理论、新闻、出版、文化艺术、文化经营5个领域内,选拔、培养一批高层次宣传文化人才)与江苏省“333”人才引进与培养工程、青年文化英才引进与培养工程、优秀年轻文化人才吸纳工程、基层队伍建设基础工程等,为南京市文化事业和文化产业大发展大繁荣提供人才支撑。

潮平岸阔催人进,风正扬帆正当时。当前,从中央到省、市委,文化大发展大繁荣被提到空前的高度。今年,南京市委出台了南京文化建设的系列文件,为未来几年南京文化建设做了顶层设计。我们相信,在党的十七届六中全会精神指引下,南京文化强市建设将迎来前所未有的发展机遇,南京的文化事业和文化产业也将迈入一个百花争艳、欣欣向荣的春天。

(本文作者为南京市文化广电新闻出版局局长)



南京创意中央科技文化产业园