



■ 广富林遗址公园有望明年 5 月试开园 杨建正 摄

对标卓越，擦亮上海文化金名片

——市委副秘书长、市委宣传部副部长朱咏雷谈打响“上海文化”品牌

文汇报记者 王 彦 解放日报记者 施晨露 新民晚报记者 朱 光 第一财经记者 彭晓玲

在前不久举行的市委学习讨论会上，市委主要领导明确指出，上海要在新时代坐标中坚定追求卓越的发展取向，着力构筑上海发展的战略优势，全力打响上海服务、上海制造、上海购物、上海文化四大品牌。要打响“上海文化”品牌，丰富的红色文化、海派文化、江南文化是上海的宝贵资源，要用好用足，大力发展有竞争力和影响力的文化产业，支持文化展示、文化演艺、文化市场发展，增强文化辐射力集聚力，使上海文化金名片更加闪亮。

上海为什么要打响“上海文化”品牌？上海文化金名片未来打磨、擦亮又该由何人入手？上海市委副秘书长、市委宣传部副部长朱咏雷接受了记者采访。

打响上海文化品牌 具有重大意义

“文化品牌是一座城市的金字招牌，承载着城市的精神品格和理想追求，担当着为城市塑形铸魂的责任，体现着城市的吸引力、创造力、竞争力。”朱咏雷说，打造一批国内国际知名的文化品牌，对于上海彰显城市精神和品格，构筑在新时代的战略优势，具有重要意义。

朱咏雷认为，文化建设是“五位一体”总体布局的重要组成部分，上海要当好排头兵先行者，打造一批国内国际知名文化品牌，可以为建设社会主义文化强国作出上海贡献，为建设城市现代化经济体系、推动城市产业升级和城市定位更新持久赋能，提供动力。同时，文化是人民日益增长的美好生活需要的重要组成部分，知名文化品牌可以充分提升市民的获得感、幸福感，让市民更好享有优质的文化产品和服务。

对标国际不难发现，凡是能称“卓越的全球城市”的，都有其打得响的文化品牌，纽约、巴黎、伦敦等概莫能外。朱咏雷说，上海要在全球卓越城市的坐标系上定位，建成国际文化大都市，必然需要一张成色十足的文化金名片。文化又是塑造国家形象的重要载体，上海作为国

际大都市代表着国家在全球展示中国的形象，要承担好对外文化交流桥头堡的使命，必须通过一批国内国际知名文化品牌，讲好中国故事、传播中国精彩。

打响文化品牌上海具有得天独厚的资源优势

上海为什么能打响文化品牌？“上海拥有丰厚的人文历史底蕴、坚实的文化发展基础，市十一次党代会又为上海文化绘制了美好的发展前景，这些都是我们打响上海文化品牌得天独厚的资源优势。”朱咏雷说。

回望过去，上海作为一座历史文化名城，拥有反帝爱国史资源、抗战文化资源、红色文化资源、近现代工商业文化资源等具有当代价值的历史文化资源。上海作为中国近代文明的发祥地，不断吸收、借鉴和融会国内外优秀文化滋养了“中西融汇、多元并存、兼收并蓄、引领风尚”的独树一帜的海派文化，孕育了“海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和”的城市精神。中国最初的电影、演艺、新闻、出版、唱片、广告等文化产业无不是从这座中国近代工业的发祥地开启，现在已经演变成令人自豪的上海文化的历史底蕴。朱咏雷说，这些都是上海打响文化品牌的重要的历史资源依托。

自改革开放特别是党的十八大以来，上海认真贯彻中央决策部署，推动文化改革发展不断取得新进展。中国梦和社会主义核心价值观深入人心，全民思想道德水平进一步提升。文化产品创作生产持续活跃，文化精品不断涌现，现代公共文化服务体系建设走在全国前列，服务水平和产品供给效能显著提升。而同时，文化创意产业规模和实力正在快速提升，已经成为上海支柱产业之一。朱咏雷归纳指出，这些都是上海打响文化品牌的重要实践基础。

市十一次党代会明确提出了上海文化建设的总体目标，最近市委、市政府印发的《关于加快本市文化

创意产业创新发展的若干意见》又就促进文化创意产业创新发展完整系统地作出了全面部署，这些都为上海打响文化品牌提供了方向指引。

十个方面打响上海文化品牌

牢记国家赋予上海的职责和使命，对标“卓越的全球城市”“国际文化大都市”和“更有魅力、更有活力、更有温度的人文之城”的发展目标，从构筑上海在新时代的战略优势出发，朱咏雷认为，打响“上海文化”品牌应该从十个方面努力。

一是打响红色文化品牌。上海是中国共产党的诞生地，是中国革命的出发之地，是中国共产党人初心所在、根脉所系。市委、宣传部等部门正在全面推进“党的诞生地发掘宣传工程”，全面提升中共一大、二大会址纪念馆和四大纪念馆等的展陈能级，妥善保护修缮中共中央阅文处旧址、《布尔什维克》编辑部旧址等红色遗址，加快打造上海红色文化品牌，守护好中国共产党人的精神家园，把上海打造成为建党历史资源保护高地、建党精神研究高地、建党故事传播高地，打造成为彰显建党初心、弘扬建党精神的红色高地。

二是打响城市精神品牌。习近平总书记 2007 年在上海工作期间，对上海城市精神作了新的提炼和概括：“海纳百川，追求卓越，开明睿智，大气谦和”。上海城市精神也是对上海红色文化、海派文化、江南文化的提炼和概括，是上海独具特质的重要文化品牌，上海将重点推进“中国梦·申城行”“中国梦·申城美”“感动上海人物”“市民修身行动”等弘扬城市精神的品牌项目，把城市精神品牌打得更响。

三是打响理论研究品牌。习近平新时代中国特色社会主义思想是马克思主义中国化的最新成果，上海要充分发挥全国理论重镇的优势地位，加强上海社科院、复旦大学中国研究院等高端智库品牌建设，确

保到 2020 年，马克思主义理论学科建设达到国内先进水平，建成 3 个左右马克思主义理论高峰学科，建成一批在全国有重要影响力的示范马克思主义学院。

四是打响文化艺术品牌。上海要不断提升“上海出品”影响力，着力打造上海文化艺术“高峰”。要重点推进“五年百部精品创作工程”“中华创世神话文艺创作工程”“党的诞生地文艺创作工程”“上海现实题材美术创作工程”，打造“扛鼎之作”。推动上海京剧院、上海昆剧团、上海沪剧院、上海交响乐团、上海芭蕾舞团、上海民族乐团、上海杂技团、上海话剧艺术中心、上海歌舞团等成为国内顶尖院团，推动上影集团成为全球影视创制中心的重要支柱企业。实施好《辞海》《大辞海》《汉语大词典》《英汉大词典》《十万个为什么》等一系列国家级品牌出版工程，重点提升上海人民出版社、上海古籍出版社和《收获》《萌芽》等品牌出版社和品牌专业期刊的影响力，打造《辞海》数字出版发布云平台等数字出版品牌。

五是打响文化地标品牌。上海要建成一批具有国际水准的文化设施，使城市文化地标品牌更加闪亮。我们已经规划在中心城区沿黄浦江及城市中轴建设八个演艺集聚区，重点建好上海大歌剧院等新型文化地标。着力将上海博物馆及东馆、中华艺术宫、上海自然博物馆等打造成为具有全球和全国影响力的博物馆品牌，把上海图书馆及东馆打造成为“世界级城市图书馆品牌”。同时，以东方明珠广播电视塔等为城市文化符号，描绘好外滩万国建筑博览群、环人民广场文化建筑群、陆家嘴金融建筑群等城市天际线。

六是打响文化传承品牌。对城市历史文脉和城市文化特色的传承发扬，是弘扬海派文化、江南文化的关键着力点。松泽遗址博物馆、元代水闸博物馆、广富林遗址公园等遗址保护场馆提升、建设工程，长江口一号和二号沉船遗址水下勘探研究，青龙镇考古研究，海上丝

绸之路申遗等工作的展开，不仅能使这座城市文化的历史意义与当代阐述更为鲜活，也能培育一批文化传承品牌。

七是打响传媒品牌。上海是现代中国新闻传媒业发祥之地，也一直是中国新闻传媒重镇。我们要巩固解放日报、文汇报、新民晚报、东方卫视、第一财经、东方网、百视通、东方明珠的品牌地位，同时进一步加大新兴媒体品牌打造力度，把上观新闻打造成为地方党报媒体融合整体转型第一品牌，把澎湃新闻打造成为拥有亿级用户的新媒体品牌，把阿基米德、看看新闻网打造成为网络视听领先品牌，把界面打造成为中国移动财经客户端领先品牌，建设具有广泛影响力的新型主流媒体集团。

八是打响文化创意产业品牌。上海将把握“上海文创 50 条”出台机遇，重点聚焦影视、演艺、动漫游戏、网络文化、创意设计、出版、艺术品、文化装备等八大发展领域，尽快做大文创产业规模，培育集聚一批全国乃至世界级的文化创意产业领军企业和集团，建设具有国际影响力的文化创意产业中心。

九是打响公共文化服务品牌。我们要进一步建设好上海首创的标准化社区文化中心，丰富“文化上海云”内容，争取于 2019 年在全国率先建成现代公共文化服务体系。

十是打响上海文化节庆会展赛事品牌。经过多年打造，上海国际电影节、中国国际数码互动娱乐展览会（China Joy）、中国上海国际艺术节、上海时装周、F1 中国站、ATP 网球大师赛等节庆会展赛事，已经成为具有全球或亚太地区影响力的领先知名品牌。下一步，我们要继续提升这些文化节庆会展赛事品牌在全球的排名，并着力培育上海国际芭蕾舞比赛、上海国际小提琴比赛、上海书展、中国上海国际童书展、上海双年展等具备潜力的节庆会展赛事品牌，为促进中华文化走出去、促进中外文化交流和贸易，为增强中国文化和上海文化的辐射力和集聚能力，作出上海的贡献。