

# “走出去”与“请进来”

## ——应对文化贸易逆差之策

文\_周明 集团总裁办

2013年12月5日，“2013鲁迅文化论坛”在全国政协礼堂三楼会议厅隆重召开。雅昌文化集团董事长万捷应邀出席论坛，并就“应对文化贸易逆差”做主题发言。

鲁迅文化论坛由鲁迅之子周海婴先生提议创办，自2006年至今已举办八届。论坛旨在“弘扬鲁迅精神，探讨文化发展”，是关注中国社会改革和文化发展的意见平台，是辐射全球华人世界高端文化论坛；与会者来自政府、学界、产业、社会、媒体等方面的领袖与精英，以跨学科、跨体制和跨地域之特点，通过敏锐的问题意识、前瞻性眼光和总揽全局的年度议题，为中华文化把脉、预言和发声。

### 中国文化走出去是一个伪命题

本届论坛的主题是“中华文化与世界”。万总在发言伊始就提出一个令人震惊的观点，即“中国文化走出去其实是一个伪命题”。它包括为什么走出去、用什么样的文化走出去、怎样走出去三个层面的问题。

万总以参加法兰克福书展的亲身经历为例，告诉现场听众：“我们国内提供文化产品的方式还非常传统，未来的发展方向应该是IT化、艺术化、个性化”。当前的文化贸易逆差与我们提供文化产品的水平是相匹配的。我们现在还不能很好地满足国内的文化需求，谈何走出去？

### 加工的文化不算“走出去”

什么样的文化“走出去”？是我们的文化走出去，而不是我们加工的文化走出去。文化首先要给自己国家的人来消费，其次才提供给别人

国家来消费。以美国电影《功夫熊猫》为例，这部电影首先是给美国人看的，之后才到了中国。虽然电影的题材是中国的题材，但是电影是以美国人的艺术标准来拍摄的。

现在的文化逆差是中国文化现状真实体现，在经济至上的时代，人们相对比较浮躁，我们甚至不能创造出很好地满足国人需求的文化，更不可能“走出去”为其他民族提供更好的文化。

### “走出去”之前先“请进来”

为了更好地“走出去”，我们必须先“请进来”，吸收世界各国优秀的文化资源与先进的文化传播方式。

目前，雅昌在做一件颠覆性的工作，就是把西方上百年的优秀文化资源引进到中国，比如西方的美术，西方的文物，包括日本过去吸取中



鲁迅文化论坛现场

国的文化资源。雅昌引进了日本的二玄社，引进了日本700多张瑰宝级艺术资源，用中国的、系统的、现代的出版方式重新编辑并出版，让国内的人士首先可以欣赏到中国古代优秀的文化。

雅昌也与美国、英国等国际知名出版社合作，把这些出版社上百年的资源拿来为我所用。我们希望为国内精英阶层、普通大众提供美的教育，当代越来越多的国人迫切想对中国古代艺术进行系统的了解，而我们缺乏这种系统的出版物。比如费顿出版社，他们有70年的历史，他们用13年的时间编辑了1本书——世界博物馆，该书以时间为轴，将全世界每一个项目最优秀的部分都编入该书。坐在家中，我们便可通过本书了解整个世界最经典的东西。

### 如何走出去

在充分消化吸收国外优秀文化、传播方式的基础上，我们就可以用平

和的心态、世界性的语言将中国文化的精髓传达给世界，这样“走出去”就成为必然。

引进来的不是内容，而是方法。我们的文化需要能在我们大众欣赏的前提下再走出去，这是基础。如果连我们自己都不欣赏，如何让别人接受；如果别人不接受，即使走出去也是一种浪费，一种被“侮辱”。

万总的主题发言具有全球性、前瞻性视角，深刻剖析了国内文化产业发展的现状，为中华文化与世界文化的交流互动提供了新思路、新方法，博得了与会人员的阵阵掌声，获得了论坛嘉宾的强烈认同。澳门基金会行政委员会主席吴志良、北京大学教授张颐武、著名文化评论人周黎明都对万总的观点表示赞同，并在此后的发言中给予积极回应。