



SHOUDU WENHUA JINGZHENG LI YANJIU

首都文化 竞争力研究

刘瑾 著



社科文库

SHOUDU WENHUA JINGZHENG LI YANJIU

首都文化 竞争力研究

刘瑾 著

 中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

首都文化竞争力研究 / 刘瑾著. —北京: 中国社会科学出版社, 2015. 8
(社科文库)

ISBN 978 - 7 - 5161 - 6406 - 8

I. ①首… II. ①刘… III. ①城市—文化—竞争力—研究—北京市
IV. ①C912. 81

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 146955 号

出 版 人 赵剑英
选题策划 刘 艳
责任编辑 刘 艳
责任校对 陈 晨
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 三河市君旺印务有限公司
版 次 2015 年 8 月第 1 版
印 次 2015 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 16.25
插 页 2
字 数 301 千字
定 价 60.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话:010 - 84083683
版权所有 侵权必究

北京市社会科学院社科文库

编委会

总 编 谭维克

副总编 周 航 殷爱平 许传玺 赵 弘

编 委 王燕梅 朱霞辉 朱庆华 俞 音

目 录

导论	(1)
第一章 竞争力与首都文化竞争力	(6)
第一节 竞争力	(6)
第二节 文化竞争力	(7)
第三节 城市文化竞争力	(12)
第四节 首都文化竞争力与北京文化竞争力的内涵差异	(24)
第五节 首都北京的文化竞争力构成与定位	(29)
第二章 世界主要首都城市文化竞争力及其对北京的借鉴 意义和启示	(35)
第一节 伦敦文化竞争力	(35)
第二节 巴黎文化竞争力	(46)
第三节 东京文化竞争力	(57)
第四节 华盛顿文化竞争力	(64)
第五节 国际语境背景下的首都文化竞争力定位与战略	(73)
第三章 文化创意产业与首都文化竞争力	(82)
第一节 文化创意产业概念及认知	(82)
第二节 文化创意产业与首都文化竞争力的关系	(86)
第三节 北京市文化创意产业发展现状	(95)
第四节 北京市文化创意产业发展建议	(103)
第四章 公共文化服务与首都文化竞争力	(105)
第一节 公共文化服务与城市文化竞争力	(105)

第二节	文化竞争力视野下北京公共文化服务体系建设的 政策与内涵	(112)
第三节	北京公共文化服务体系的发展水平与文化竞争 实力	(115)
第四节	优化公共文化服务,提升北京文化竞争力	(124)
第五章	历史资源与首都文化竞争力	(134)
第一节	历史资源是北京提升文化竞争力的重要载体	(134)
第二节	北京历史资源保护与利用的基本现状	(140)
第三节	历史文化资源的“再生”:提升首都文化竞争力的 样本分析	(147)
第四节	利用历史资源提升首都文化竞争力的基本思路	(152)
第六章	现代传播体系与首都文化竞争力	(159)
第一节	现代传播体系与首都文化战略	(159)
第二节	北京现代传播体系发展的现状与水平	(162)
第三节	首都传播竞争力发展的问题和议	(179)
第七章	文化“走出去”与首都文化竞争力	(186)
第一节	北京文化“走出去”的现状	(187)
第二节	北京文化“走出去”在首都文化竞争力建设中的 作用	(191)
第三节	文化竞争力视角下北京文化“走出去”存在的 问题	(196)
第四节	典型案例分折:韩国首尔文化“走出去”的 经验及启示	(201)
第五节	基于文化竞争力视角下的北京文化“走出去” 对策建议	(207)
第八章	文化创新与首都文化竞争力	(215)
第一节	首都文化创新政策与现状	(215)
第二节	首都文化创新与创新型城市建设的新进展	(217)

第三节	首都创新型人才队伍建设与文化竞争力的提升	(221)
第四节	文化名家领军创新工程与首都文化竞争力	(228)
第五节	首都文化创新与科技创新融合	(235)
第六节	首都文化创新方面的对策与建议	(239)
参考文献		(242)
一	著作	(242)
二	论文	(244)
后记		(251)

导 论

在当前全球和区域竞争新的背景下，文化转向趋势日益凸显，文化竞争的态势日益激烈。世界上一些国家和城市纷纷提出“文化立国”、“文化立市”的战略思路和构想，如法国、日本、韩国、新加坡等主要国家和伦敦等重要城市，并形成了全球国家和城市之间新的文化秩序。就城市的文化竞争格局而言，既有伦敦、巴黎等传统的文化发达城市继续辐射其文化的影响力，也有首尔、新加坡、香港等城市或国家依靠其有力的文化政策和实践而显现出后起显赫之势，文化对其城市综合竞争力的升级和转型构成强效的支撑，甚至影响到国家文化实力的构建。尤其是一些国家性甚至世界性的首都城市和文化中心城市，如具有代表性的伦敦、巴黎、纽约等，其文化辐射力和控制力不仅超出国界范畴，也对全球范围内的城市文化秩序和格局形成一种中心和枢纽的作用，其显现出来的强大文化实力和竞争力，对于中国的文化强国发展战略中的文化中心城市建设具有十分有益的启示，给首都北京的文化实力发展也带来了强劲的挑战和丰富的借鉴。

我国在 2011 年召开的党的十七届六中全会上把文化提高到十分关键的地位，把文化软实力和文化强国建设作为国家战略中具有突出意义的命题。2012 年党的十八大对于增强国家文化实力和竞争力继续进行了关注和部署，提出推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展，加强重大公共文化工程和文化项目建设、完善公共文化服务体系，构建和发展现代传播体系，扩大文化领域对外开放等推进我国文化竞争力建设的战略路径。更引人注目的是，中央对于首都在我国文化发展中的特殊地位予以了重视。在十七届六中全会形成的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》中，专门明确指出要“发挥首都全国文化中心示范作用”。北京作为中国的首都和文化中心城市，其

文化发展在我国具有特殊地位和重要的示范、引领、带动作用。首都文化竞争力的发展问题不仅是首都自身竞争力的重大问题,也是关系到我国在建设文化强国的进程中发挥首都文化中心作用的国家战略组成部分。在此背景下,中共北京市委于2011年底通过了《中共北京市委关于发挥文化中心作用加快建设中国特色社会主义先进文化之都的意见》,指明了首都面向新阶段的文化发展目标、定位和内涵,提出了文化精品工程、文化惠民工程、历史文化名城保护和利用工程、文化创新工程、文化创意产业提升工程、文化科技融合工程、网络文明引导工程、文化名家领军工程、文化走出去工程九项重点工程,种种举措对于首都文化竞争力的强化与提升将发挥巨大而积极的作用。

北京作为我国的首都城市和文化中心城市,既是一座具有深厚底蕴和悠久传统的历史文化名城和文化古都,也是一座具有强大活力的现代文化城市;既有一般城市在文化竞争力上的共性构成,还承载着国家首都和意识形态中心在城市文化向度上的功能和延伸;既有国内文化发展格局的要求,也面临着全球范围内国家和城市文化激烈竞争格局的挑战。首都文化竞争力问题对于北京而言具有现实的复杂性和多向度性,其目标、内涵、资源、路径与首都的城市性质、功能、定位、发展方式密切相关,对于首都城市竞争力的综合提高具有十分重要的意义。一方面,首都北京作为一座处于建设和崛起中的文化城市,其文化竞争力表现为在一定基础上进行文化生产和创造、提供文化产品和服务、产生文化吸引力和影响力、发挥文化对区域发展的融合驱动功能的水平和实力,离不开文化基础层、文化提供层、文化表现层、文化传播层、文化影响层、文化扩展层的互动关系和整体组构。另一方面,首都北京文化竞争力的内涵构成还具有首都城市的特殊性和更高层次的要求,应包含面向全国和领先全国的文化服务力、面向国内外的文化枢纽力和文化辐射力、凸显文化中心区位优势的文化集聚和整合力、作为国家意识形态中心和中国特色社会主义文化首都的文化价值策源力、对国家和民族文化的传承力和代表力。

本书围绕当前国家和北京文化建设发展的战略背景,针对首都北京的文化竞争力构成与现状、发展路径与对策问题展开研究。第一章从理论角度论述城市文化竞争力、首都文化竞争力的构成与支撑,并结合实际特征分析首都文化竞争力的内涵与定位。北京的文化竞争力建设在重视一般性的城市文化竞争力的共通要素的基础上,必须紧密结合首都城市、首都文

化的特殊性质和内涵、功能,要大力推进城市在文化生产力、文化传播力、文化服务力、文化创新力、文化感召力、文化影响力等方面的能力和水平,也要强调发展作为国家首都与政治中心的文化竞争力、作为服务和辐射全国的文化中心城市的文化竞争力、作为国家和民族的文化名城的竞争力,更全面、系统地坚持与完善首都城市的文化功能,充分挖掘发挥首都的文化潜能与文化功能,坚持首都文化竞争力的科学发展。

第二章以国际语境为背景和借鉴,以伦敦、巴黎、东京、华盛顿四个国际上的重要首都城市和文化发达城市为考察对象,分析其文化竞争力发展的状况与特点,并研究北京文化竞争力的发展问题。其中伦敦、巴黎、东京是英、法、日三大当今世界主要强国的首都和文化中心,是得到公认的四大顶级“世界城市”(World City)中的三个,而华盛顿则是世界上综合国力最强大的美国的首都和具有典型意义的文化城市,它们对于北京推进首都文化建设与发展具有充分的借鉴和启示意义。总体来说,首都文化竞争力的发展要符合首都参与国际首都城市竞争和国家化城市文化竞争的要求与定位,紧密结合首都城市在国家中的特殊性质和功能,要承担作为国家性的文化中心城市的引领、垂范、辐射等作用,要有代表国家文化参与到国际文化传播与竞争中的地位和能力,建设繁荣、发达而具有强大影响力的首都城市文化。在国际首都城市文化竞争的背景格局下,北京要注重结合国家首都的政治功能和文化职能,凸出文化竞争力构建中的价值和意识形态维度;打造国家文化高端,体现国家文化层次与文化高端、文化特色与文化底蕴,发挥首都文化首善之区的垂范作用;引领文化创新,高度重视首都文化的创新竞争力,打造具有全国乃至全球影响力的文化创新引领和辐射基地;强化首都文化资源集聚和整合优化,发挥首都在全国文化发展中的带动作用。

第三章从文化创意产业角度考察其在首都文化竞争力建构提升中的概念演变现状、作用、路径和策略。文化产业的发展水平已经成为我国以及世界的城市文化竞争力中十分关键而引人瞩目的构成,成为文化发达城市普遍带有的特征,成为包括我国众多城市在内的城市文化发展的热点,文化的大发展、大繁荣离不开强大的文化产业支撑。首都北京对于文化产品和内容的供给能力、对于文化辐射力和文化影响力的实现,都需要文化创意产业的支持体系。自20世纪90年代中期以来,北京的文化创意产业发展在全国处于领先和垂范地位,在影视、音乐、演艺、设计创意、广告会

展、古玩艺术、文化旅游等若干方面逐渐形成了全国中心地位，形成了几十个具有显著集聚效应和整合优化效应的文化创意产业集聚区。目前，文化创意产业在北京 GDP 中所占的比重已达到各行业领域中的第二位，成为北京的主要支柱产业，凸显出全国文化中心在文化生产和文化市场体系中的强大竞争力，并对推进北京城市转型和发展方式转变以及城市竞争力的综合提升起着更为重大而深远的作用。

第四章从北京公共文化服务的世界水平建设，分析首都在全球的首都城市和文化城市竞争中其竞争力构建的另一重要向度。公共文化服务通过其独特的构成和功能积淀与提升，锻造着城市的文化竞争力。随着公共文化投入、设施、服务等因素在城市文化中的地位日益凸显，公共文化服务在城市文化竞争的研究和实践中得到普遍重视，高水平的公共文化服务建设在城市的文化竞争力构建中也发挥着多维而显著的作用。北京面临着与国际上主要的首都城市和文化发达城市的文化竞争，公共文化服务不仅限于对于城市居民文化均等性、文化共享性的权利和需求的满足，还要瞄准世界水平的高质量的公共文化服务，通过营造城市高度发达的公共文化服务，加大首都的文化投入和文化资源要素的积淀，塑造首都独特而富有魅力的城市文化空间和城市形象，提升首都浓郁厚重的文化气息和文化吸引力，推动对首都文化生产力、文化创新力的激发和优化。

第五章从历史文化遗产与弘扬的角度考察首都的文化竞争力问题。北京具有丰富的历史文化遗产和历史文化资源，它们附载着城市的成长信息，承载着城市的历史记忆，诠释着城市的文明演进，标识着城市的文化品格。历史文化积淀是作为历史文化名城、文化古都的北京向世界展现的最具文化竞争力的内容之一，通过发挥历史资源的文化底蕴从而提升文化竞争力不仅是首都一项重要的文化发展战略，也是一个有效的实施路径。面对新世纪的城市文化竞争，北京应继续加大与升级对城市历史文化资源的挖掘和弘扬，突出首都历史文化资源的精品化、特色化、价值化，利用历史资源培育首都文化符号和首都城市魅力，在全球化和城市“文化转向”的视野下深化构建北京文化竞争力在历史文化和本土文化向度的独特来源。

第六章从现代传播体系和城市传播能力建设的角度考察首都文化竞争力的现状与策略。城市的传播力对于承担着文化交流传播中枢功能的首都城市而言是必不可少的方面，影响着首都在国内外文化秩序中的表达力和话语权，国际上许多拥有文化领先实力的首都城市都拥有成熟发达的现代

化传播实力。党的十七届六中全会高度重视发展现代传播体系，首都在推进国家文化中心和中国特色社会主义先进文化之都的进程中，也必须把现代传播体系的建设提升作为其文化竞争力的重要构成之一。就当前而言，北京的文化传播能力和现代传播体系的发展水平处于全国的前列和中心地位，其图书报刊出版、广播影视、数字媒介和新媒体传播等多方面都体现出在全国的优势和统摄力、辐射力。为了进一步提升首都面向国内国际环境的文化竞争实力，北京需深化首都媒体的科学平衡发展，有效发挥新媒体后发效应在城市文化竞争力提升中的作用，加强首都对于优秀思想文化的传播体系建设，加快推进首都的世界级传媒城市建设步伐和首都传播竞争力的全球崛起。

第七章从北京文化“走出去”的角度展开对首都文化竞争力的分析。文化的“走出去”是我国经过改革开放实践和文化发展的积淀之后积极应对全球化进程和全球文化竞争的重大战略选择，是我国推进文化大发展大繁荣、首都推进文化中心建设最突出的主题之一。作为全国的政治、文化和国际交往中心，北京的文化“走出去”在首都文化建设中具有不可替代的关键性作用。文化走出去的发展也有助于首都开发利用国际文化市场资源，满足首都文化可持续发展战略的强力实施；充分使首都的文化、技术、人才、信息进入国际主流的文化技术体系，借鉴吸收国际文化发展经验，提升首都整体文化竞争力；有助于发挥北京的地缘和区位、城市职能优势，以扩大文化影响力来促进首都文化竞争力的提升；有利于在国际竞争语境中激活文化主体和体制机制的活力，提高质量和整体竞争力。北京的文化“走出去”还处于仍有较大可挖潜力与上升空间的发展阶段，在渠道、产品、机制、影响等方面仍然存在着一些亟待改进之处，如何在建设具有世界影响力的文化中心城市目标、在日益激烈的“世界城市”文化竞争向度下推动首都文化“走出去”的规划部署与成效，是首都文化战略中必须高度重视的现实主题和未来构成。

第八章从文化创新的角度考察首都的文化竞争力问题，分析北京推动文化创新的政策和体制机制，结合城市创新战略和文化管理分析首都文化创新与创新型城市建设的新进展，重点从文化创新环境、创意城市建设、文化科技的融合创新、文化创新群体和人才等方面分析首都文化创新的发展现状和水平、路径。

第一章 竞争力与首都文化竞争力

第一节 竞争力

文化竞争力、首都文化竞争力的内涵首先与“竞争力”的范畴紧密相关。竞争的含义是“为了自己方面的利益而跟人争胜”^①，竞争力则是“参与者双方或多方的一种角逐或比较而体现出来的综合能力”，或者说是两个或两个以上竞争主体在追求一个或多个竞争对象的过程中所表现出来的能力和水平。具体而言，竞争力这一概念应该包含以下方面的含义：“（1）竞争力是竞争主体之间相互比较、较量，没有竞争主体之间的相互较量、竞争，也就不存在竞争主体的竞争力问题。（2）竞争力是指某个竞争主体的竞争力量，从单个竞争主体自身的角度讲，竞争过程中所表现出来的竞争力量是它的能力或素质的表现。（3）从竞争主体争夺的竞争对象看，竞争主体的竞争力是对竞争对象的吸引力或获得力。（4）从竞争的结果看，竞争力是竞争主体最终取得某种收益或某种利益的能力。”^②

从竞争力概念的演变来看，它最先和最主要应用于经济学领域，指的是市场竞争中在成本、价格等方面的比较优势。之后，随着经济、社会、政治、文化方面的不断发展，竞争力的概念与研究也不断丰富与深化，扩展到国家竞争力、城市竞争力、文化竞争力等多个研究领域，“在同一个领域中也出现了侧重科技研发能力、侧重国家财富创造力、侧重综合对比和地缘政治、侧重硬实力和软实力等多种研究方法”^③。企业和产业竞争力、国家和区域竞争力、经济或文化竞争力等方面的研究，为城市文化竞

① 《现代汉语词典》，商务印书馆1983年版，第602页。

② 赵德兴、陈友华、李惠芬、付启元：《城市文化竞争力指标体系研究》，载《南京社会科学》2006年第6期。

③ 花建：《文化竞争力的多元视角和评估指标》，载《中国文化报》2005年7月26日。

争力、首都文化竞争力的研究提供了丰富的理论基础与有益借鉴。

20 世纪 90 年代,普拉哈拉德 (Prahalad) 和哈默尔 (Hamel) 提出了具有重要影响的“核心竞争力”(Core Competence) 概念并展开相关研究,指出了持久的竞争优势的战略内涵及其实践路径。在核心竞争力的理论模型中,价值性、稀缺性、不可替代性、难以模仿性是重要的识别标准。虽然普拉哈拉德、哈默尔对核心竞争力理论的提出主要是针对企业竞争力,但是其对于城市竞争力、文化竞争力的意义也是十分重大的。1990 年,迈克尔·波特在《国家竞争优势》一书中提出解释国家产业或企业获得竞争优势的“国家竞争优势理论”和“钻石理论”。在波特所提出的“钻石体系”中,包括生产要素,需求条件,相关和支持性产业,企业的战略、结构和竞争对手这四大竞争力要素,以及机会和政府两大辅助因素。波特的“钻石理论”是产业竞争的重要理论,在文化竞争力方面的研究中也得到扩展和应用,如杨越明在媒介传播学、电视传播力研究中对于“钻石理论”的运用^①。罗能生等运用“钻石理论”基础,对中国文化软实力的影响因素展开了量化实证研究,分析指出中国文化实力主要的影响因素为政府对文化的支持力度、知识资源状况、生产者需求和消费者需求^②。

竞争力研究中的另一重要领域是国家和区域竞争力的研究。瑞士洛桑国际管理发展学院 (IMD) 和世界经济论坛 (WEF) 的国家和区域的“国际竞争力”研究是该领域中具有重要影响的研究成果。IMD 每年出版的国际竞争力年度报告,从经济表现、政府效率、企业效率、基础设施几个方面构建国家竞争力的评价体系。WEF 的“全球竞争力指标”是由 3 大类指标组成,包括基本需要、效率增强以及创新因素等。这些研究对于国家或区域竞争力的内涵界定与实践分析涉及多种多样的指标选取及其研判,还具有很强的综合性、实践操作性,对于区域或城市文化竞争力的研究也具有重要的参考价值。

第二节 文化竞争力

当前世界和区域发展竞争越来越多地强调文化和“文化竞争”的重

^① 杨越明:《中国电视的对外传播》,知识产权出版社 2012 年版,第 40—72 页。

^② 罗能生、张希、肖丽丽:《中国文化软实力影响因素实证研究》,载《经济地理》2011 年第 7 期。

要性,导致包括文化竞争力在内的综合国力竞争日趋激烈。党的十六大报告中指出:“当今世界,文化与经济和政治相互交融,在综合国力中的地位和作用越来越突出。文化的力量,深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中。”党的十七大报告明确把“激发全民族文化创造活力,提高国家文化软实力”作为重要的国家战略,凸显出文化竞争力在国家发展与竞争中的重要意义。事实上,正如撒切尔夫人在2002年的著作《治国之道》(Statecraft)中针对中国所论:不用担心中国企业的竞争力,因为今天它们出口最多的电视上没有附加任何文化观念。这也凸显出我国文化竞争力的薄弱以及文化竞争的重要性。

2012年,党的十八大报告中,党中央对推进社会主义文化强国建设、增强文化整体实力和竞争力进行了战略部署。报告指出,“文化实力和竞争力是国家富强、民族振兴的重要标志”。对此,“要坚持把社会效益放在首位、社会效益和经济效益相统一,推动文化事业全面繁荣、文化产业快速发展。发展哲学社会科学、新闻出版、广播影视、文学艺术事业。加强重大公共文化工程和文化项目建设,完善公共文化服务体系,提高服务效能。促进文化和科技融合,发展新型文化业态,提高文化产业规模化、集约化、专业化水平。构建和发展现代传播体系,提高传播能力。增强国有公益性文化单位活力,完善经营性文化单位法人治理结构,繁荣文化市场。扩大文化领域对外开放,积极吸收借鉴国外优秀文化成果。营造有利于高素质文化人才大量涌现、健康成长的良好环境,造就一批名家大师和民族文化代表人物,表彰有杰出贡献的文化工作者”。在2012年2月发布的《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》中,我国提出要提升中华文化的国际竞争力和影响力、文化产业的整体实力和竞争力。2012年5月发布的《文化部“十二五”时期文化改革发展规划》中,也对我国“国家文化软实力和国际竞争力”、“竞争力强的现代文化产业体系”和具有“较强国际竞争力的大型文化企业”提出愿景和要求。

文化具有多种多样的定义,文化竞争力的概念也有其复杂性。美国学者克拉克洪在《文化:概念和定义的批判性回顾》一书中,曾研究了自1871年到1951年间欧美文献中出现的164种关于文化的定义。由于文化本身具有狭义、广义的多种区别,因此对于文化竞争力的界定也具有不同范围和程度的多种差别。项光勤对于文化竞争力在狭义、广义等多层次的内涵指出:“(1)从狭义上讲,文化竞争力是文化、艺术、出版、文物保

护、图书、档案、群众文化、新闻、文化艺术经纪人与代理、广播、电视、电影等部门创造的文化艺术对人类自身、社会生产（物质生产和精神生产）和人类社会的作用力。它包括文化艺术品的创造能力（文艺生产力）和文化艺术对社会的作用力（文艺产品影响力）。（2）从广义上讲，文化竞争力是人类的意识形态活动和科技、教育、文化艺术、娱乐等精神生产部门创造的精神财富对人类社会的作用力（精神产品影响力）。（3）更广义的文化竞争力是一种泛文化力，是指人类在改造主观世界和客观社会中表现出来的所有能力的总和。”^①也有学者从思想价值、文化资源、文化产业竞争等其他的不同层面对文化竞争力进行界定，例如：万君宝将文化竞争力定义为“基于共同的价值观/信仰而形成的群体性、社会性的力量，这种力量来源于人们共同的思维模式和行为方式从而形成持久的、稳定的、整体性的力量”^②；祁述裕强调“文化竞争力包括如下两层含义：一是文化产业的竞争力。指一个国家文化产品在国际和国内文化市场中占有的份额。因此，文化产业本身就是综合国力的重要组成部分。二是精神控制力。指一国文化对他国文化的影响力”^③。事实上，对于文化竞争力的界定不能脱离其综合性、多层次性与系统性，需要从其目的、功能、方式、路径等多方面加以整体考量。

总体来看，文化竞争力的内涵有如下要点。从承载方式来看，一个国家或地区的文化竞争力承载的不是经济、军事等“硬实力”，而是偏向于文化、思想、观念、艺术方面的符号载体、意义载体，偏向于国家或地区的“软实力”竞争。诚如约瑟夫·S. 奈提出的“软实力”（Soft Power）理论所强调的，“软力量是通过吸引而非强迫或收买的手段来达己所愿的能力，它源于一个国家的文化、政治观念和政策的吸引力”^④。同样，文化竞争力也是对于这种软力量的强调和竞争。“只有在文化资源的开发、文化机制的完善、人文环境的优化等方面进行积极的文化创新，才能加快

① 项光勤：《文化竞争力的内涵及其在城市竞争力中地位和作用》，载《文化现代化的战略思考——第七期中国现代化研究论坛论文集》，2009年。

② 万君宝：《西方文化竞争力研究的五种视角》，载《上海交通大学学报》（哲学社会科学版）2007年第6期。

③ 祁述裕：《国际文化竞争力与中国文化产业发展》，载《国家行政学院学报》2001年第5期。

④ [美] 约瑟夫·S. 奈：《软实力》，钱程、吴晓辉译，东方出版社2005年版，第2页。

意态文化向物态文化的转化,迅速提升我国文化竞争能力。”^①从发展目的和功能看,国家或区域文化竞争力的目的是通过文化实力、吸引力、感召力的发展,推进本地区的综合发展与竞争优势的取得和扩大。“提升文化竞争力就是通过文化的发展来带动整个地区经济社会的发展。”^②从竞争力模式来看,就当今世界的发展趋势而言,文化在国家或区域竞争力的建构中日益重要。“文化竞争力是各种文化因素在推进经济社会和人的全面发展中所产生的凝聚力、导向力、鼓舞力和推动力。文化竞争力是综合国力的集中表现。二战以来的国际竞争,经历了从军事竞争——经济竞争——科技竞争——文化竞争的演进。”^③从发展路径来看,文化竞争力的建构包括文化资源打造、价值观塑造、文化传播、文化产业等多个方面。例如,有研究者分析了我国文化竞争力建构的内在逻辑:保障文化权利是起点,繁荣哲学社会科学是支点,提升文化软实力是热点,优化文化品质是焦点,发展文化事业是重点,培育文化产业是难点,改善文化消费是拐点,推动文化科学发展是亮点,建设文化强国(区)是终点^④。近年来,我国的国家文化软实力、区域文化竞争力建设在理念、规划、措施上日趋发展与完善,不仅把文化竞争力作为国家和区域发展战略中的重要内容,而且出台了较为丰富和完善、具有力度与创新性的多种对策举措,体现了我国在文化竞争力发展上的坚实基础与良好的前景态势。

对于文化竞争力,相关研究学者从文化软实力、文化霸权、“文化力”等角度进行了较多的理论探讨与实践分析,为我国文化竞争力的研究与建设提供了充足的土壤与学理基础。在马克思主义思想家安东尼·葛兰西著名的文化霸权理论中,以“领导权”(Hegemony)强调了不同于“强制”的统治方式,其主要特点是“同意”与“支持”,注重文化思想领域的斗争,这为文化竞争力的重要性与自觉性奠定了重要而具有开拓意义的理论基础。其后,后殖民主义、文化帝国主义等理论进展也为国家文化竞争力建设以及世界范围内的文化竞争确立了影响深远的理论范式。在

① 刘本锋:《论增强我国文化竞争力》,载《求实》2003年第8期。

② 谭志云:《西部地区文化竞争力比较研究——基于因子分析与聚类分析法》,载《青海社会科学》2009年第2期。

③ 谭宏:《重庆城市文化竞争力研究》,载《重庆文理学院学报》(社会科学版)2009年第5期。

④ 王资博:《论文化竞争力建设的内在逻辑》,载《东南大学学报》(哲学社会科学版)2012年第S3期。