

北京大学当代企业文化研究所
中国企业文化研究院
中国文化研究会企业文化专业委员会

联合推荐



软实力与文化力管理

王超逸◎主编

我个人认为，我们人民不但奉行“拿来主义”，而且也奉行“送去主义”。拿来与送去是相对而言的。我的意思是把中国文化的精华送到西方国家去，尽上我们的国际主义义务。

——国学大师 季羨林



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

THE UNIVERSITY OF CHICAGO
PRESS



Mathematical

ANALYSIS

Volume 1: Foundations and Harmonic Analysis
Volume 2: Advanced Topics and Applications

By J. Doe

© 2024 University of Chicago Press

北京大学当代企业文化研究所
中国企业文化研究院
中国文化研究会企业文化专业委员会

联合推荐



软实力与文化力管理

王超逸◎主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

软实力与文化力管理/王超逸主编. - 北京: 中国经济出版社, 2009. 1

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8754 - 8

I. 软… II. 王… III. 企业文化 - 研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 134439 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 张路中 (电话: 010-68319286 E-mail: zlz1952@sina.com)

责任印制: 常 毅

封面设计: 任燕飞设计室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京金华印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 20 字数: 462 千字

版 次: 2009 年 1 月第 1 版

印次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 8754 - 8/F · 7724

定价: 46.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

中国企业文化品牌丛书

编委会

顾问：

鲁 军：中国文化研究会会长、中国企业文化研究院院长

江 泓：著名经济学家、经济学博士

柴泽民：中国文化研究会名誉会长、新中国首任驻美大使

孙耀君：中国社会科学院工业经济研究所研究员、博士生导师
中国文化研究会企业文化专业委员会学术委员

陈早春：人民文学出版社原社长、总编辑、书记

中国文化研究会企业文化专业委员会学术委员

余敦康：中国社会科学院世界宗教研究所研究员 博士生导师

李中华：北京大学哲学系教授、博士生导师

北京大学中国哲学暨文化研究所所长

中国文化书院副院长

编委会主任：王超逸

编委会委员：（以姓氏笔画为序）

丁 亿	马树林	王一林	王海明	王锡义
王超逸	王曙光	叶 云	石秀印	石建和
石顺义	刘大星	刘 凌	李庆善	李延锋
苏青云	宋福范	陈乃灼	张晓宁	杨雅彬
武 明	林 力	罗长海	孟令朋	周建波
金思宇	费建平	顾耀武	贺德龙	袁玉兰
高洪深	徐野利	徐景美	黄立军	黄生宝
曹泽林	谢人兴	黎 群	潘 健	

《软实力与文化力管理》 著者

主 编：王超逸

副主编：曹泽林

撰稿人：（以姓氏笔画为序）

王超逸 李中华 梁林军 曹泽林 鲁 军

序 一

“软实力”与“文化力”的概念一经出现,便广为流传,并衍生出“区域软实力”、“企业软实力”和“文化安全”等概念,也引发了对中国文化的再审视。

我一直密切关注着这方面的研究动向,并搜集了不少资料;然而当我读到王超逸先生主编的《软实力与文化力管理》这部书稿时,便有一种“万物皆备于我”的感觉——书中不仅有对古今中外有关资料的旁征博引,有对“软实力”、“文化力”的独到见解,还有源于自身实践的经典案例。

提出“软实力”概念的约瑟夫·奈教授不久前又提出了“妙实力”(smartpower)的概念,即软实力与硬实力巧妙结合所产生的新的更具有威力的实力。这说明学界对软实力的研究正在深化。

希望本书作者锲而不舍,在软实力、文化力研究,尤其是在对中国文化的再审视上领军天下。

是为序。

解思忠

2008年9月16日

(解思忠:现任国务院国资委国有企业监事会主席

兼任北京大学国民素质研究中心主任、博士生导师)

序 二

(一)

2005 年联合国教科文组织第 33 届大会通过了《保护文化内容和艺术表现形式多样化公约》(简称为《文化多样性公约》),“公约”的主旨承认并保护当今世界文化发展的重要趋势——文化的多样性。在 2000 年的联合国教科文组织发布的世界文化报告的题目是《文化的多样性、冲突与多元共存》;2001 年联合国教科文组织第 31 届大会通过了《文化多样性宣言》。权威的国际组织关于世界文化特点与发展趋势的把握,表明了人类对全球所创造文化未来的发展道路的基本判断和乐观预期。

世界文化的总体发展趋势是与当今世界总体趋向密不可分的。我们认为世界未来的特点是世界多极化,经济全球化,科技进步日新月异,综合国力竞争日趋激烈,是在全球化与本土化、一体化与多元化之间进行较量。

经济全球化对世界文化的发展正产生着重大影响,使世界文化发展呈现出三大特点:(一)由精英走向大众;(二)民族精神与世界文化的关系在反思中走向复杂;(三)全球化的悖论成为当今文化思考和文化发展的主题。

由此,世界文化的发展趋势呈现这样两股思潮:少数发达国家的思想家和政治家从维护自身国家利益出发,打着普世文明、普世伦理的幌子,继续推行西方价值观,将他们的价值观和思想强加给其他国家和民族,实际上,他们还在固守“西方中心论”;与此同时,部分发展中国家在纷纷摆脱殖民统治后,为维护民族独立和经济复兴,从珍视自身民族传统,保护、捍卫民族文化战略资源的角度,形成一种固本寻根、排斥外来文化的部落主义。为此,我们既要反对文化上的霸权主义,又要摒弃文化上的部落主义。反对西方强行的文化上的霸权主义,要以承认、接受、理解、尊重多元文化为前提,承认人类文明乃至民族、群体、个人的多样性和差异性;摒弃文化的部落主义,要以承认、接受、理解、尊重多元文化为前提,以承认几千年来世界多民族文化相互交往和影响是文化发展的里程碑为条件,批判排斥外来文化的狭隘心理和文化基因,应以一种新的视觉,观察当前不同政治、文化之间的关系,并建立一种新格局下的一体多元化的新型文化。还是在 20 世纪 20 年代初,印度国父、圣雄甘地便站在民族觉醒、文化自觉的角度以忧患和开放的思想警示后人:“我希望世界各地的文化之风都能尽情地吹到我的家园,但是我不能让它把我连根带走。”民族先行者的思想对今天依然有着指导和启示意义。

基于对世界形势的判断,全球学者对于文化的观点主要有四派:

1. 文明的和谐与共同繁荣论(以中国学者冯友兰、费孝通、汤一介、张立文、庞朴为代表);

2. 文化冲突论(以美国学者塞缪尔·亨廷顿代表作《文明的冲突与世界秩序的重建》的观点为代表);

3. 文化共存论(以德国学者哈拉尔德·米勒代表作《文明的共存——对塞缪尔·亨廷顿“文明的冲突论”的批判》的观点为代表);

4. 文化既冲突又共存论(以英国学者理查德·D. 刘易斯代表作《文化的冲突与交融》的观点为代表)。

综合以上派别,可以推断,世界文化将在全球化与本土化之间互动。有两种力量在分别推动这种运动,一种力量是经济的全球化力量;另一种力量是文化的民族自觉的本土化力量。在这两种力量的冲突中实现着多元文化的激荡、交融和提升,从而使世界文化多元共存,创新发展,构成一个一体多元,和而不同,相异相生的大格局。

(二)

企业文化是全部文化中的亚文化和经营管理文化,它既受着一般文化原理的支配,又离不开上述世界经济文化发展大格局的制约。

考察东西方企业文化发展趋势,大略可以做这样的比较——

企业文化作为一门科学的管理理论,作为现代管理的一种科学方法,传入中国已经二十多年了。从最初的引进、启蒙,到质问、裂变,到整合、本土化,走过了一段不平凡的精神历程。改革开放三十年来,我国的伟大实践创造了亘古未有的历史勋绩。如果用价值链来说明,就是物质价值链、精神价值链、思维价值链。三大价值链中具有独立而永恒价值的是精神和思维。企业文化作为管理哲学的一个重要领域,是时代的新精神、新思维。

企业文化作为一种文化存在状态和管理经验,在中外经济发展史上可以说源远流长。以华夏民族而言,自有商品交换依赖,就有了企业的存在,先民们建立了交往的经济伦理规则。从先秦的子贡、管仲、范蠡等这些经营管理的鼻祖到丝绸之路上的驼铃,从郑和的西洋远航,到晋商、徽商、浙商、粤商、儒商之纵横天下,其中的管理经验和企业文化生生不息,绵绵相继。它承载着中华民族传统文化中的大道伦理、乾坤大德的精神,其主要精神是天人合一、以人为本、刚健自强、以和为贵。它薪传着东方文明的火种,照亮了人类未来的前程。它将在与世界文明平等的对话交流中实现文化的重建和再造,这标志着中华民族的企业文化是世界企业文化之文明大家庭的起源之一。

西方的企业文化同样源远流长,创造了伟大的奇迹。从世界上现存时间最长的瑞典的斯托拉公司(距今700多年),到美、日、英、德、法列入《财富》榜上的500强,其企业文

化创造了近现代管理文明的一代又一代高峰。

当代西方管理思想发展,呈现了这样的趋势:一、把管理的科学、理性的方面同感情的、非理性的方面结合起来;二、把管理中正式组织的作用同非正式组织的作用结合起来;三、把管理中系统性、计划性、程序化的方面同灵活性、权变性、非程序化的方面结合起来;四、把管理中的精确性和模糊性这两个方面结合起来;五、将文化管理与知识管理、智能管理、网络化管理结合起来。概而言之,其突出精神是:由物本到人本;重科技张个性;重局部轻整体;重物理轻人伦。如果我们不是在“术”的狭隘范围内理解企业文化,那么东西方的企业文化在“道”的层面上应该是和而不同、多元共融的。东西方的共融,传统与现代的共融,科技与人文的共融,多元文化的融合,“体”与“用”的融合,是21世纪全球企业文化发展不可逆转的大势。

21世纪的中国人将以科学的指导思想来检阅本土的、西方的、世界其他的企业文化,加以取舍和改造,构建起新的有中国特色的企业文化体系。这一体系将以开放、创新、兼容、特色为其特点。

(三)

构建完善具有中国特色的企业文化体系,我们应以什么样的企业文化自觉,应对西方企业文化呢?

这就是克服两种与西方企业文化交往上的盲目性。

其一,盲目性有两种表现:

一种表现是不能以客观的、冷静的态度去分析、汲取西方企业文化中那些优秀的东西。众所周知,同中国的企业文化一样,西方企业文化源远流长,它有多姿的流派和多彩的内涵,当代西方发达资本主义国家企业文化的成就及发展中的创新,都值得我们认真地去研究、借鉴、消化。21世纪中华民族的伟大复兴,将是中华文明的伟大复兴。没有企业文化建设,企业文化建设中没有全面、正确的摄取西方优秀企业文化养分,要完成这一复兴事业,是难以成功的。

西方发达国家,最早进入近代化、工业化和现代化。它们最早对经济发展的规律和模式进行了不懈的探索,如对资本主义生产关系不断调整,政府对经济的干预和宏观调控大大加强,工人参加管理,职工持有股份,实施普遍的社会保障制度,其企业组织形式已发展成为作为经济全球化的深厚基础的国际垄断资本代表的巨型跨国公司,等等。再如,对市场经济的运行规律,企业的社会责任,国家企业文化安全,经济与企业软实力建设等的把握,说明西方国家在不断对自身进行扬弃。它们的这种创造和探索的精神一直没有停步,其理念的含礼量(文化含量)是远远高于作为发展中国家的我们的理念的。

西方的优秀文化积淀和文明积累是人类共同的精神财富。当前,以国际分工为基础、以世界市场和世界经济体系为纽带的经济全球化趋势大大加强。在未来相当长的“一球两制”的历史时期内,正确处理两种企业文化的关系是对世界经济具有全局性影响

的主题。我们在与西方国家竞争、合作、相互影响和共处的同时,要以积极的心态,增加对话,加强合作,包容、吸取其先进的价值观和理念,作为构建我们新文化体系重要的、有益的养分。

另一种表现是容易偏爱西方学者对西方企业文化所作的批判,容易偏爱西方学者对中国企业文化的偏爱。以此情感的支配,我们可以为自己排斥西方优秀企业文化找到论据,西方的学者、企业家、管理学家确曾不间断的批判西方企业文化,特别是两次世界大战之后以及朝鲜战争、越战及“9·11”之后,这些灾难使西方许多有识之士对西方文明产生破灭感。与此同时,他们在反思、批判自身时又将希望寄托于中国文明。但是,他们的反思是在西方条件下,在已经达到很高发展水准的文明与企业文化平台上,对自身企业文化的一种反思,是一种企业文化调节的机制。同时,他们基于对中国企业文化的浮光掠影,容易将中国的企业文化虚化为一种梦幻的美,并将其作为自己思想上的理想模式。这是一种误读,中国的企业文化家如果以讹传讹、人云亦云地拒绝吸收西方优秀企业文化,或者忽视对自身企业文化劣质内容的冷峻审视,结果将会阻碍中国企业文化的建设。

其二,盲目性表现是盲目地、不加分析地崇拜西方企业文化。崇洋思想是部分发展中国的文化理念,甚至积淀为一种民族情绪和民族基因。是一种在西方强势企业文化面前失去方向,失去自信和自主,并反过来否定、贬低本民族原有企业文化的心理和态度。显然,信守着这种崇洋的企业文化心态,是无法进行企业文化建设的。

(四)

我们又应该以什么样的企业文化自觉,去对待自己的传统企业文化呢?

同我们所倡导的企业文化自觉相对立的,也有两种盲目性。

一种是对中国所固有的传统企业文化,采取虚无主义的心态。

在追溯考察中国的传统企业文化的源流时,由于受自己思维和眼界的局限,往往对中国源远流长的企业文化、商旅文化传统视而不见,或不敢下结论。起点上限是新中国成立后,对新中国成立前的经济管理、企业文化传统存而不论。而对台、港、澳的企业文化建设更是视而不见,缺乏认知和研究。这样对中国的企业文化的研究就受到研究者本身视界的限制,由朱亚非先生主编的《风雨域外行——探寻古代中国人走向世界的足迹》,就列出了自先秦至清代 23 次大规模的向域外拓展的政治、外交、文化、经济活动。说明古代中国人的足迹遍布世界各个国家和地区,中国文明更成为世界文明的一个重要组成部分,中国古代企业文化是中国新企业文化的源流,中国企业文化是世界企业文化的重要组成部分。

另一种是对中国固有的传统企业文化的过分张扬,甚至以这种张扬为手段,去应对西方企业文化的强势入侵。

传统企业文化适应传统社会的政治、经济形态,曾作出过重要贡献,至今还作为企业文化资源,在构建新的企业文化体系中成为不可或缺的重要文化元素。但是以儒学为主

体和基础的传统的企业文化从根本上说,是适应农耕文明、自然经济和计划经济、准政治、泛伦理组织时代的文化,至今已落伍了两个阶梯。在西方文明的冲击下,它已遭遇了结构性、体系性的毁灭,无力再进行适应性变革,其整体的僵化性体系,负面的恶质的企业文化成为至今束缚人们思想和行为的枷锁。倡导儒学第三次复兴的专家、学者如杜维明先生、余英时先生,以儒学道统自命,试图复兴儒学的昨日辉煌。但是,至今未见明显成效。新的企业文化体系是以现代终极价值理性为主导的体系,对待传统企业文化应在破碎其体系的前提下,将传统企业文化中的若干部件、若干元素分离出来,如“己所不欲,勿施于人”、“成己达人”、“普遍和谐”、“内在超越”、“内圣外王”、“天人合一”等理念,加以时代性、社会性改造,成为构建新企业文化体系的有益养分。

(五)

在西方强大的工业文明和传媒帝国(未必是先进文化)挤压下,其他文明(未必不是先进文化)都面临着被边缘化的危险。西方企业文化借助经济全球化浪潮,加上大众传媒与网络的发达,容易造成强势企业文化的乘虚而入。在西方快节奏、多姿彩的形式的后面,是西方企业文化的内涵,其中包含着大量的企业文化的劣质内容。面对以美国为首的西方企业文化霸权主义,有远见有作为的各国政府和有识之士、专家、学者、经济界以民族企业文化自觉,起而捍卫本民族企业文化的纯洁性,使其避免再次沦为西方的企业文化附庸,企业文化殖民地。基于此,在2001年北京航天城召开的“全国中青年企业文化学者论坛会”上,我提出了“加强国家软实力建设”、“构建国家企业文化安全防御体系”,“实施国家企业文化安全战略”的论断。文化全球化是伴随经济全球化而来的资本掠夺的一种新的当代形态。企业文化生存状态积淀着一个民族和国家经济以往的全部文化创造和文明成果,蕴涵着它走向未来的一切可持续发展的文化基因,是生存和发展的全部价值与合理性之所在。因此,一旦这种企业文化遭遇威胁和侵略,则必然要给民族和国家经济带来深刻的文化危机和经济安全危机。这一思想得到了业界的热烈回应,引起了高层领导的高度重视。

我提出的企业文化安全战略是一种开放的文化机制,不是盲目排外,拒绝吸收西方先进企业文化和世界一切优秀企业文化的保守战略,而是以包容、大度、高远为特征,以从容、超迈的气度,积极应对西方企业文化的挑战。今日中国,是一个摆脱了积贫积弱,有近三十年改革成果和资源的积累,一个正在和平崛起,一个在国际事务中勇于负责,一个倡导和谐社会、和谐世界,一个赋予自主创新于国家意志,一个在太空探索等高科技尖端领域占有重要地位的泱泱大国。

随着中国综合国力的提升,我们已经摆脱了曾经作为弱势民族的屈辱文化心理。中国的企业家、企业文化学家必须以全球化的视野与世界企业文化平等对话和交流,既坚持企业文化的拿来主义,坚持引进西风,融化新知,为我所用,又坚持企业文化的送去主义,文明对话,在世界企业文化的百花园中独树一帜,共发芬芳,共催春天。

(六)

本丛书诞生于20世纪80年代末期,是中國大陸首套系统的教学丛书。当初的学科设置就比较健全、合理,一是基本原理扎实,二是站在当时理论的前沿,以全球化的视野做前瞻性铺线。对中国企业文化学科建设、理论建设和实践探索具有“植根”、“奠基”之功。当时承担编著和教学任务的专家、学者既有声望卓著的经济学、文化学、社会学、哲学、心理学大家,又有年富力强的中年学者。此丛书共有13卷(《企业文化概论》、《企业文化与企业经营》、《企业文化与企业管理》、《企业文化与企业行为》、《企业文化与企业心理》、《企业文化与企业伦理》、《企业文化与企业人际关系》、《企业文化环境与企业生存环境》、《企业广告文化学》、《中国文化与东亚工业模式》、《基督教文化与西方工业模式》、《中日企业文化比较研究》、《中美企业文化比较研究》)。经过了20年的历史演化和岁月考验,丛书担负起了它的历史使命。近年来,不断有读者来信询问要求修订此套丛书,应广大读者和社会各界朋友的恳请,2005年4月,我会在亚运村召开了“企业文化与和谐社会研讨会”暨“中国企业文化教学丛书修订座谈会”,又将这套丛书修订的计划列入日程,要求有新观点、新材料、新进展,重新选目规划。今天,这套丛书的推出,就是这一计划的落实,也是风云际会,时事使然。

今天,世界文化与经济和政治相互交融,中外文化的交流与传播日益频繁,各种思想文化相互激荡,国内政治、经济、文化环境已是九九艳阳天,企业文化事业更是千帆竞发,高潮迭起。当年我会(前身是中国企业文化研究院)洒下的种子,耕耘的土壤,已是本固枝荣、根深叶茂,硕果累累。希望新丛书在复兴民族经济、参与和平崛起、和谐社会、和谐世界的盛世伟业中再尽绵薄之力。

“智山慧海传真火,愿随前薪作后薪”。

引冯友兰先生的哲言与诸君共勉。

北京大学当代企业文化研究所 研究员

中国文化研究会企业文化专业委员会主任 王超逸

2008年8月于北京

目 录

CONTENTS

序一 解思忠

序二 王超逸

第一编 软实力管理

第一章 软实力的定义 3

 第一节 软实力的中译探析 4

 第二节 汉语视野中的软实力 5

 第三节 软实力的定义 13

第二章 国家软实力 18

 第一节 国家软实力的研究现状 18

 第二节 国家软实力的要素 28

第三章 区域软实力 45

 第一节 区域软实力的研究现状 45

 第二节 区域软实力的要素 46

第四章 企业软实力 64

 第一节 企业软实力的研究现状 64

 第二节 企业软实力的要素 66

第五章 个人软实力 75

 第一节 个人软实力的研究现状 75

 第二节 个人软实力的要素 76

第六章 软实力的类别 84

 第一节 承受力 84

 第二节 说服力 85

 第三节 意志力 86

 第四节 奋搏力 87

 第五节 竞争力 88

 第六节 自信力 89

第七节 容忍力	90
第八节 展示力	91
第九节 学习力	92
第十节 执行力	93
第十一节 亲和力	97
第十二节 诚信力	98
第十三节 创造力	99
第十四节 永恒力	101
第十五节 激励力	102
第七章 软实力的作用方式	104
第八章 软实力的提升途径	107
第九章 软实力的研究价值和现实意义	113

第二编 文化力与文化安全

第十章 文化力及文化安全理论基本问题	131
第一节 文化及其意义	131
第二节 国家文化安全	139
第十一章 全球化:文化安全是国家安全的重要内容	144
第一节 传统安全与非传统安全	144
第二节 经济全球化对国际文化的影响	146
第三节 全球文化格局:超级大国主宰模式及其危害	148
第四节 建立国际文化新秩序	152
第十二章 文化产业:国家软实力的支撑点	156
第一节 文化产业的基本内涵	156
第二节 发展文化产业提高国家软实力	158
第三节 发展文化产业与维护文化安全的重要意义	161
第十三章 意识形态:软国家机器	171
第一节 意识形态与国家安全	171
第二节 宗教意识形态的特殊复杂性	179
第三节 认真吸取原苏联的历史教训	188
第十四章 中国文化安全的基本形势:矛盾与斗争	191
第一节 社会主义文化与资本主义文化的激烈竞争	191
第二节 中华文明与西方文明的交流与竞争	197
第三节 先进文化与落后文化的斗争	201

第十五章 中国文化安全的基本任务:维护社会主义文化的主体性	206
第一节 维护社会主义文化的主体性	206
第二节 维护中华文明的主体性	209
第三节 维护先进文化的主体性	215
第十六章 中国文化安全的基本战略:物质、精神文明协调发展	220
第一节 物质、政治、精神文明是文化安全的基础	220
第二节 发展文化事业	225
第三节 推进文化市场发展	226
第四节 努力繁荣哲学社会科学	228
第五节 增强知识分子维护文化安全的责任感	231
第六节 加强党的领导,维护文化安全	231

第三编 中国文化的馈赠与拿来

第十七章 中国文化的传播及对世界的影响	237
第一节 中国文化在东亚的传播及影响	237
第二节 中国文化在东南亚的传播及影响	240
第三节 中国文化在欧洲的传播及影响	243
第四节 中国文化在俄国的传播及影响	250
第十八章 中国文化对外来文化的受容与排拒	253
第一节 夷夏之辨	254
第二节 儒佛之争	258
第三节 明清禁教与西学的早期输入	262
第四节 晚清的传统与西化之争	267
第五节 东西文化论战和马克思主义在中国的传播	274
第十九章 外来文化输入中国	281
参考文献	293
后 记	300

第一编

软实力管理。

将本书定位为“软实力与文化力管理”，出于以下考虑：

软实力作为一种现象和事实存在，可以说是非常古老的，自有人类活动存在就有软实力的现象存在。但是，作为一种现代政治、外交和国际关系的新思维方式，新价值系统，一种新的学说，其诞生只有不足 20 年的时间，首倡之功在约瑟夫·奈。欲创设架构一门新的“软实力学原理”，目前条件尚不够成熟，人们对软实力的认识和研究尚在一个初级阶段。将这一新课题从其边缘和交叉的现实领域和学科领域分离出来，厘清作为一门学科的研究对象和基本概念，弄清其基本作用机理，不仅需要实践活动的不断向纵深发展，需要丰富的实践、实验呈现的信息、数据、标本，以让观察者、研究者进行类的归纳和概括；也需要构建、完善一门新学科必要的学术上的积累；同时，还需要有学术专家、学术人才、学术梯队的聚拢、培养和储备。在上述三个条件基本具备的基础上，方可搭建体系，进而建立一门“软实力学原理”。