

文化创意产业

概论

石杰 司志浩 编著



海洋出版社

文化创意产业概论

石杰 司志浩 编著

海洋出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化创意产业概论/石杰,司志浩编著. —北京:海洋出版社,2008. 8
ISBN 978 - 7 - 5027 - 7087 - 7

I. 文… II. ①石… ②司… III. 文化 - 产业 - 概论 IV. G114

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 124419 号

责任编辑:张晓蕾

责任印制:刘志恒

海洋出版社 出版发行

<http://www.oceanpress.com.cn>

北京市海淀区大慧寺路 8 号 邮编:100081

北京海洋印刷厂印刷 新华书店发行所经销

2008 年 8 月第 1 版 2008 年 8 月第 1 次印刷

开本:787mm × 1092mm 1/16 印张:16.75

字数:300 千字 定价:48.00 元

发行部:62147016 邮购部:68038093 总编室:62114335

海洋版图书印、装错误可随时退换

序：文化经济时代的哲学思考

人们常常认为，文化与经济的自然分工与分离使物质生产者和精神生产者在相对独立的领域形成具有自身内在特征的生产力形态和上层建筑形态。所以，人们更习惯于讨论文化的意识形态和其具有的社会属性，文化也仅被看作是文明的结果。这种观点几乎左右了人类的全部历史。

但事实上，文化与经济从来密不可分。生产力越发达，经济与文化的关系就越密切。近百年来事实说明，文化推动着市场经济发展，市场经济使得经济的文化化与文化的经济化现象日益明显。人类社会发展到今天，特别是随着新技术革命和经济全球化的兴起，经济与文化的进一步融合，文化的产业力量的转化，已成为当代社会发展的大趋势。从这个意义上说，当今世界正逐步进入文化经济时代。

众所周知，农耕经济时代尽管也存在着人类的文化生产与消费活动，甚至也有像早期手工业中的工艺美术品业、娱乐业、书籍印刷业等前文化产业的形态，但所有这些行业及其从业人员则都依附于整个农业经济体系之中，从未形成独立的产业形态。工业经济时代机器的发明和生产工具的革命性变化，使得单一的农耕文化发展成为多元的以工业文化为主导的城市文化和农村文化，也没有形成产业体系。信息经济时代中信息数字技术广泛地运用于人类社会的各个领域，深刻地改变着人类社会的存在方式，而且正是技术的积累和社会的需求促使了文化产业的诞生，也使得文化产业与社会、经济、政治、科技发展之间出现了全面的互动与影响。

文化与社会全面互动，表明文化中最活跃经济元素的充分调动，以及经济活动中文化元素发掘的彰显能够激活资源，形成现实生产力。可以说，文化产业的这种整合功能，是文化产业对社会的全方位服务与渗透功能所产生的结果。在技术形态上，表现为它和信息技术及信息产业的结合；在内容构成上，表现为人们的娱乐和生活方式的结合。人们在文化产业中的参与程度和享有程度，标志着一个国家文化产业的发展水平，也标志着公民文化权利的实现程度。正是这种实现程度的差异，构成了现代文明社会所达到的现代文明程度的差异。

文化与经济日益交融，凸现了文化的竞争和力量，并形成一种以经济为依托的新的文化形态，或一种以文化为内涵的新的经济形态。从本质上看，文化和经济本来就是相互联系、相互依存、相互作用的，这是文化产业形成的内在根据和基本目标。从经济意义上看，文化产业既可以有效地突破传统产业的发展瓶颈，促进产业转型与升级，同时文化产业也对提升综合国力，提升区域和城市竞争力具有战略意义。可以说，经济发展依赖文化层次的支撑，文化已经成为经济发展的催化剂。这两者的互动在于它不仅能为人类经济活动提供精神动力和价值意义，并且对经济变迁的路径和绩效产生着重要的影响。

文化与政治相互交织，反映了文化在世界范围内的交流更为频繁，并成为综合国力和国际竞争力的重要组成部分。尽管世界文化多样化交流与发展仍然受到意识形态差异和不同国家政治利益的深刻制约与影响，但文化又以其特有的亲和力和渗透力，以积极和能动的方式给不同意识形态的争论和国家间政治利益的平衡以重要的影响。在这种国际关系格局下，以市场为基础、以经济利益为目标，具有跨国企业背景的文化产业已经成为世界文化交流的主导力量。

文化与科技紧密结合，预示着文化产业未来的发展方向，也为当代文化的生成提供了有价值的启示。经验表明，文化产品的科技含量对文化企业的效益与兴衰起着重要的作用。而且未来对于数字化技术优势的争夺，将成为全球文化产业发展和文化产业结构战略性调整的焦点。正是文化与科技日益紧密结合，才不断地催生出具有高新科技、高新文化复合特征的数字化文化产业，并向其他产业提供高附加值的创意产品等。可以说，文化产业是现代高科技的产物，也是高新科技与高新文化互相渗透的结晶。

由此可见文化经济时代的哲学意涵，即文化对于推进经济社会发展的作用愈来愈重要；文化与经济融合加快乃至一体化将成为整个社会经济发展的趋势；文化发展和经济繁荣、社会进步互为前提并相互促进，可以提升经济社会发展的整体水平。归结为一句话，就是要认真研究文化经济时代中文化与各种要素的关系，特别是把握好经济与文化相互作用的辩证关系。

当然，目前人们对文化经济时代的认识，则更多的是源自一种新兴产业的快速崛起——文化创意产业。文化创意产业的兴起的特殊背景是：随着巴西、越南及我国等新兴经济体的迅速发展，依靠着庞大且廉价的劳动力资源，这些新兴经济体开始逐步取代传统工业强国的制造业大国地位。于是，西方传统工业强国开始积极寻求产业升级，寻找经济增长的新动力。正是在这样一种背景下，无污

染、低消耗甚至是零消耗却高利润的文化创意产业登上历史舞台。

值得我们关注的是,随着制造技术的飞速发展和迅速普及,仅仅产品本身已经创造不出多大的利润和价值,而依附于产品上的创意和文化却正在成为新的价值所在。经常听到的一个例子是说耐克运动鞋:大部分由中国厂家代工生产的耐克鞋成本只有区区几美元,但就是因为鞋子是耐克公司设计和研发的,所以在贴上耐克商标后就可以卖到几十美元甚至上百美元,其中的差价就是创意和文化的价值。因此,在新一轮的国际产业分工中,可以说谁拥有文化和创意,谁就占据了产业链和价值链的高端。

我国早已开始高度重视文化创意产业的重要作用。党的十七大吹响了促进我国发展文化创意产业的号角,胡锦涛总书记关于“文化”和“软实力”的精辟论述,为我们发展文化创意产业指明了方向。各个省市纷纷推出文化强省、文化立市的发展战略,并将文化创意产业纳入各地“十一五”规划中,将其作为重要产业进行扶持。

总之,文化创意产业对当代中国具有重要且特殊的意义,不仅因为国与国之间未来的竞争中将更多的渗入文化因素,不仅因为文化创意产业能为我国经济发展提供新的引擎,更因为和谐社会的建设对文化提出了更高的要求,满足人民群众日益增长的文化需求也要求我们必须大力发展文化创意产业。从哲学意义的高度来看,这是文化经济时代所赋予的历史使命。

在文化经济的时代,文化首先表现出思想创新,其次是文化创意。应该说,一个新兴产业的成长和发展离不开系统的理论体系的支撑,同时作为文化创意产业刚刚起步的我国而言,对国外成熟的文化创意产业模式的分析与借鉴也显得尤为重要。所有这些,都少不了一批学者的积极参与与研究,少不了一批优秀的文化创意产业著作的出版。由北京大学光华管理学院博士后石杰等编著的这本《文化创意产业概论》一书的出版就是这方面的成果之一。

纵览全书,内容的全面和系统给我留下最为深刻的印象。与一般有关文化创意产业类图书相比,这本《文化创意产业概论》既有对文化创意产业相关理论的研究论述,也不乏国内外经典案例的论证;既有对国外发展文化创意产业的经验分析,又有针对我国国情提出的建设性意见。尤其是较为全面地对影响文化创意产业发展的关键要素,如人力资源、投融资政策、信息技术、产业集聚及绩效评估等论述,为目前文化创意产业的发展提供了的理论上参考和实例上分析的意义。

石杰博士在与我谈及这本书的编著过程中,反复讲到这本书的出版得益于许多关于文化创意产业资料文献的学习与体会,由于时

间仓促和学习研究的不够，会存在着许多问题与不足。他表示将继续深入研究这方面的理论与实践，力争在不久的将来拿出关于文化创意产业更有分量的专著奉献给大家。

我非常欣赏石杰博士这种谦逊的精神，也热切希望他能够投入到火热的文化创意产业工作实践中去。理论联系实际，潜心探索与研究，为我国文化创意产业的发展，为我国文化软实力的提升做出贡献。

文化部副部长、党组成员

故宫博物院院长、党委书记

郑欣森

2008年8月6日

前言：聚焦文化软实力 共享创意新财富

2008 年的暑期电影市场，一部《功夫熊猫》成为大众关注的焦点，原因就在于这是一部用典型美国手法打造出蕴含浓浓中国味的好莱坞大片。联系到前些年另一部好莱坞大片《花木兰》在我国所创造的票房收入，让我们充分见证了在产业经济的作用下，“文化”与“创意”结合所产生的深远社会影响和巨大经济价值。

文化是维系一个民族的基因，创意是发展一个国家的动力。进入 21 世纪以来，文化的变革成为最为重要的历史事件，文化的繁荣是社会发展的最高目标。人们对信息时代文化的价值重估，以及对文化产业的创造性日益关注，表明国家的文化财富已经形成为信息经济时代进一步发展的关键。文化创意作为一种资本已经走向国家发展政策的中心。未来世界的竞争不仅仅是政治的竞争、经济的竞争，也将是文化的竞争。文化竞争与文化生产力的发展已成为 21 世纪最核心的话题之一。

我国文化在国家战略中的地位近年来也发生了重大变化，文化在国家整体架构中的地位日益提高。党的十五大政治报告，首次明确地将文化放在和政治、经济同等重要的地位来进行宏观构架。党的十六大进一步从根本上确立了文化在国家体制、发展战略和未来竞争中的地位。党的十七大召开，则使我国转轨到一个科学发展观、文化繁荣和可持续发展的新政时期，大力发展创意经济，打造文化软实力，推动文化创意产业发展成为我国未来竞争力的重要战略。

综合全球文化创意产业的发展历史及现状不难发现，文化创意产业起源于发达国家，成长于发达国家。其原因就在于文化创意产业兴起的重要背景之一，就是这些发达国家面临原有工业产业结构亟须改善的压力。

文化创意产业最早发源于英国。英国在 20 世纪 80 年代到 90 年代初期一直在用“文化产业”这个概念，但直到首相布莱尔上台之前，组合了一个特殊的班子为英国下一步的经济发展提供资源，这就是英国的创意产业特别工作小组。而有关英国创意产业发展的总体规划，则是英国在 80 年代开始发展文化产业之后遇到了新的问题，比如很多新的产业类别产生、英国的传统制造业已经开始衰落等。

在这种情况下该如何转变经济增长方式、找到新的经济增长点,如何进一步地发展英国的经济?这些问题都给英国人以新的思考。

在全球经济进入以知识为核心竞争力的时代背景下,文化创意产业蓬勃兴起,据联合国统计,文化创意产业占全球 GDP 的 7%,并每年以 10% 的速度在增长。全球的文化创意产业产值已从 2000 年的 8310 亿美元上升至 2005 年的 1.3 万亿美元,大大高于全球 GDP7% 的增长速度。与此同时,通过发展文化创意产业促进经济增长方式的转变已经成为国外发达国家和地区普遍采取的重要战略举措。

近年来,随着我国经济进入工业加速发展阶段,中央深化了对经济增长与经济认识。但长期形成的经济结构不合理、经济增长质量不高的问题依然存在,资源短缺、环境污染、生态失衡成为国家工业化、现代化越来越严重的制约因素,消费、投资、出口在拉动经济增长中的作用还不协调,分配不够合理、收入差距过大的问题亟待解决,部分地方加快发展的积极性没有转上科学发展的轨道。在此背景下,中央提出了转变经济发展方式。

我国人均资源占有量偏低,经济发展过度依赖资源消耗和环境投入,在过去经济总量较小的时候还可承受。如今我国经济总量已扩张到一个新的层级。最近一轮经济增长中,要素投入和消耗的绝对量连年快速增长,资源消耗和环境投入的绝对量过大,废弃物排放对经济发展的制约越来越突出。今后若延续生产要素大量投入和生产规模外延扩张的发展方式,我国经济社会发展受到的资源和环境制约将越来越严峻,甚至可能超越资源和环境的承载能力使发展步伐受阻。在此背景下,文化创意产业将成为未来最有前途的产业之一,这正是在我国大力发展文化创意产业的重要意义。

回顾我国文化创意产业的兴起与发展,无论从 2006 年科技大会的召开到北京首届创意产业博览会的闭幕,还是以文化创意为核心的产业园区纷纷拔地而起的现象来论及,我国文化正在从“事业”走向“产业”。

综观国内外经济发展的实践,可以清晰地看到经济增长方式在主导要素的演进与升级的变迁中不断地转型。在工业化国家中,现代经济增长方式经历了 5 次大的转型。从驱动要素的变化来看,由 18 世纪的投资驱动到 20 世纪中期的技术驱动,再从 20 世纪末期的信息、知识驱动到 21 世纪的文化驱动,驱动经济发展主导要素的结构发生了重大变化,文化创意成为现代经济增长和转型的主导要素。

基于产业融合的视角,文化创意产业极大促进了经济增长方式的转变。产业融合是经济增长的新动力,直接促进了产业创新,在

产业融合基础上形成的新产业、新产品成为经济发展的新增长点,它加快了产业结构升级的步伐。文化创意产业的发展可以理解为文化、科技和经济的融合发展,这种融合建立在为消费者提供高度个性化的创意产品之上,一方面需要多样性的文化资源和文化拓展消费的空间,另一方面也高度依赖现代电子信息技术手段,只有在虚拟的空间里,才能真正比较自由地实现“没有做不到,只有想不到”的个性创意境界。因此文化元素和科技手段成为文化创意产业优化现有经济发展结构的重要因素。可以说,文化是积淀,创意是催化剂,产业是形式,即用创意激发文化积淀,以产业化手段发展文化事业,产生文化和经济双重效益。

文化创意产业对产业结构的优化大致形成两种模式,一是对传统文化产业结构的优化。创意对传统文化艺术不是简单复制,而是依靠创意人才的智慧、灵感和想像力,借助于高科技对传统文化艺术资源的再创造、再提高,并可以深入到文化产业的不同层面,包括资源整理与内容创作的基础层、产品制作与传播的核心层等各个方面。二是对传统产业结构的优化。以制造业为例,文化创意产业中的工业设计、品牌策划、营销推广等不仅增加了制造业的附加价值,也使产业结构趋于柔性化;在都市农业中,由于现代旅游创意产业的融入,农业结构发生了巨大变化,种植功能逐渐淡化,收入逐渐减少,而观光、旅游、生态功能逐渐增强。

理论来源于实践。最近几年,有关文化创意产业的理论研究比较丰富,有关文化创意产业的研究机构也如雨后春笋般相继出现。但综合来看,对于文化创意产业的理论研究目前还是“文多书少”,即相关的文章较多,但多为就文化创意产业的某个环节或者细节做出了解释和研究,而对整个文化创意产业整体的、系统的研究还相对缺乏。与之相对应,国内目前各个省份和城市都逐渐意识到文化创意产业对区域经济发展和改善产业结构的重要意义,纷纷推出文化立省、文化立市的发展战略,大力发展文化创意产业,但仍然存在一些普遍性的问题,如:对文化创意产业内涵及定义不清楚,对一些只是和文化沾边但没有任何创意因素的产业误认为文化创意产业。对内涵及定义的不清楚直接导致对产业发展没有正确的认识,从而也无从谈起如何促进文化创意产业的发展。

应该看到,文化创意产业已经在全国范围内如火如荼的发展起来,如何正确地引导和支持这个新兴产业的发展成为各级政府主管部门和企业领导者最为关注的问题。正是出于为相关决策部门及企业家梳理文化创意产业的发展历史,归纳文化创意产业发展特点,促进文化创意产业蓬勃发展的目的,我们在整理了大量相关文献及

论文,充分借鉴国外发达国家文化创意产业发展经验的基础上,结合我国的国情和文化特色,编著出版了这本《文化创意产业概论》。

本书共分为11章,内容涵盖了文化创意产业的兴起、定义、国外文化创意产业的发展及经验借鉴、我国文化创意产业的发展现状、文化创意产业发展的几大要素(人力资源、投融资战略、绩效考核等)以及全球化背景下文化创意产业的发展等内容,较为系统地介绍了文化创意产业的特点及性质。

本书第一章,用以阐述文化与创新及经济之间的联系,提出我国要从文化资源大国到文化产业大国的历史性转变;第二章,着重介绍了文化创意产业的兴起及其相关理论思考。这一部分对于正确认识文化创意产业,了解文化创意产业发展路径具有很大的帮助;第三章介绍了文化创意产业发展模式分析及发展的不同阶段。介绍产业发展模式有助于帮助我们深入了解这个新兴的产业,而对于不同阶段的界定和研究,则让我们正确认识本地区文化创意产业的发展现状,针对不同的阶段采取不同的措施,为更好的发展文化创意产业打下坚实的基础;第四章主要介绍了国外文化创意产业的发展以及对我国发展文化创意产业的启示。通过对欧美发达国家及亚洲著名文化创意产业基地的了解,使我们掌握了当今文化创意产业的发展动态及未来发展趋势,同时借鉴国际先进的产业发展经验也有助于更好地发展我国的文化创意产业;从第五章开始,进入对我国文化创意产业的介绍,本章主要介绍了文化创意产业在我国的发展现状,国内发展比较成熟的几个文化创意产业城市及目前存在的不足,而以后的几章则开始比较详细地论述针对存在的不足,我们应该采取的措施;第六章主要讲了文化创意产业的投融资战略,总结了我国发展文化创意产业的投融资的需要和建议;第七章论述了我国文化创意产业发展所面临的人才困境,结合国外发展文化创意产业人力资源的经验给出了建议;第八章从信息技术角度分析了高新技术的发展,尤其是信息技术的发展对文化创意产业的影响;第九章介绍了文化创意产业与区域经济发展之间的联系,明确了文化创意产业与区域经济发展的相互制约和促进;第十章介绍了文化创意产业的绩效评估体系,这部分在国内的发展相对比较滞后,在充分借鉴欧美发达国家经验以及香港地区创意指标体系的基础上,对我国的文化创意产业绩效评估进行了有益的探索;第十一章主要论述了在全球化背景下未来文化创意产业的发展,提出了我国文化创意产业融入世界的思考。最后一章即第十二章是对本书的简要总结,主要还是呼吁相关部门,正确认识文化创意产业的发展规律,大力发展文化创意产业对进入新发展时期的我国具有重要的现实意义和



长远意义。

应该说，本书的一个最大特点就是借鉴了国内外众多有关文化创意产业研究专家的成果。在此真诚地感谢广大文化创意产业研究人员。正是有了这些关注和研究这个产业的专家学者，才使得这个新兴产业的快速发展有了理论依据，也正是站在这些前人的肩膀上，才有了今天这本《文化创意产业概论》的出版。

由于编著者水平有限，加之时间仓促，书中难免有纰漏之处，在此恳请广大读者给予批评指正。如果本书对于各省市地区发展文化创意产业能够有所启示和启发，我们也就感到非常欣慰了。

编著者

2008年3月

目 次

绪论:世纪课题——文化、创新与发展	(1)
第一节 文化因素与软实力构建	(3)
第二节 文化与创新简论	(10)
第三节 文化与经济一体化动因	(15)
第四节 文化产业发展与创意经济崛起	(21)
第二章 文化创意产业的兴起及其理论思考	(29)
第一节 文化创意产业兴起的背景	(31)
第二节 文化创意产业的若干相关理论问题	(36)
第三节 文化创意产业的性质与真正价值	(42)
第三章 文化创意产业发展及其模式分析	(47)
第一节 全球化背景下文化政策的演变	(49)
第二节 文化产业到文化创意产业转变	(55)
第三节 文化创意产业的发展阶段	(57)
第四章 国外文化创意产业发展概述及其经验借鉴	(61)
第一节 国际文化创意产业发展综述	(63)
第二节 国际文化创意产业的发展对策	(89)
第三节 国际文化创意产业发展对我国的借鉴意义	(92)
第五章 我国的文化创意产业的崛起与存在问题探讨	(103)
第一节 文化创意产业在我国的发展现状	(105)
第二节 我国部分城市文化创意产业发展比较研究	(110)
第三节 我国文化创意产业发展的困境与问题	(125)
第六章 文化创意产业的投融资战略系统分析	(129)
第一节 世界一些国家文化创意产业投融资战略	(131)
第二节 我国文化创意产业投融资现状	(133)
第三节 我国文化创意产业投融资战略思考	(137)
第四节 我国文化创意产业投融资发展建议	(141)
第七章 文化创意产业发展与人力资源保障	(149)
第一节 文化创意产业的发展呼唤创意阶层的崛起	(151)
第二节 我国文化创意产业人力资源现状分析	(153)
第三节 文化创意产业人力资源发展的国外经验	(162)
第八章 文化创意产业发展的信息技术分析	(167)

第一节	网络经济下的文化创意产业发展特点	(169)
第二节	信息技术的发展对文化产业的影响	(171)
第三节	利用信息技术促进文化创意产业发展	(174)
第九章	文化创意产业集聚与区域经济发展	(179)
第一节	文化创意产业集群的价值思考	(181)
第二节	文化创意产业集聚区形成机理研究	(185)
第三节	集聚产业园区——我国文化创意产业的焦点 ...	(194)
第十章	我国文化创意产业绩效评估体系研究	(203)
第一节	国内外文化创意产业评估指标体系研究	(205)
第二节	我国文化创意产业绩效评估	(210)
第十一章	全球化背景下未来文化创意产业的发展趋势及对策	(215)
第一节	全球化背景下文化创意产业的发展	(217)
第二节	全球化背景下文化创意产业面临的机遇	(226)
第三节	全球化背景下文化创意产业面临的挑战	(229)
第四节	全球化背景下发展我国文化创意产业的对策 ...	(235)
第五节	我国文化创意产业融入世界的思考	(239)
结语:发展文化创意产业,增强国家文化软实力		(245)
参考文献		(247)

绪论：世纪课题——文化、创新与发展

“发展可以最终以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标。”、“文化的创造性是人类进步的源泉，文化多样性是人类最宝贵的财富，对发展是至关重要的。”因此，“未来世界的竞争将是文化或文化生产力的竞争，文化将成为 21 世纪最核心的话题之一”。

——1998 年，联合国教科文组织《文化政策促进发展行动计划》



第一节 文化因素与软实力构建

当今时代，文化在综合国力竞争中的地位日益重要。谁占据了文化发展的制高点，谁就能在国际竞争中掌握主动权。竞争需要提升软实力，而软实力中的“实力”则主要来源于文化力。

一、文化力是软实力的核心

近年来，文化界有种新概念，提法新颖又有科学性，引起了广泛关注——文化力。何谓之文化力？原文化部副部长高占祥给予了诠释：文化蕴含着巨大的力。这种“力”并不同于物理学的“力”，因而，人们更形象地将文化力称之为软实力。^①从本质上说，物理学上的力是用来“化”自然界的；而文化的“力”，是用来“化”自身的。^②这种对文化力的诠释颇有道理：文化的确蕴含着巨大的力，这种力看起来无形，但它渗透到了社会 and 人群中的各个角落，影响着人类生活的方方面面，可以说文化力无处不在。

胡锦涛总书记在十七大报告中第一次提出“提高国家文化软实力”时深刻地指出：“当今时代，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉、越来越成为综合国力竞争的重要因素，丰富文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。”

文化力作为一个明确的概念，随着文化作用的凸显，近年来逐渐被人们所认识。文化力在当代不仅已经成为综合国力的构成要素之一，而且也是衡量一个国家综合竞争力的重要标志。文化力即是人类创造的文化凝结在人类活动当中而产生的一种力量，更简单地说就是文化的力量。

由于文化软实力的重大作用，20世纪90年代以来，发达国家、新兴工业化国家和地区纷纷调整文化政策，制订国家文化发展战略，在“知识经济高地”进行战略竞争的同时，又在“文化经济高地”展开了新一轮竞争与博弈。美国、欧盟、日本、韩国、新加坡等国

^① 美国哈佛大学教授约瑟夫·奈在2004年出版的《软实力——国际政治的制胜之道》一书中，首先提出软实力的概念，对软实力理论做了较为完整地阐述。按照约瑟夫·奈教授的观点，文化软实力是指一个国家维护和实现国家利益的决策和行动的能力，其力量源泉是基于该国在国际社会的文化认同感而产生的亲和力、吸引力、影响力和凝聚力。硬实力（经济、军事）通常依靠“施压”迫使他国非自愿接受，是直接的、即时的、集中的、显性的；软实力则通常依靠“吸引”得到他国自愿认同，是间接的、隐性的。

^② 见高占祥著：《文化力》，北京大学出版社，2007年10月出版。