



提升国家软实力，是摆在我们面前的一个重大现实课题

如今，政治家在国际关系中谈论软实力，企业家在开拓市场时强调软实力

软实力

——是指以社会构成为载体，通过柔性方式主导意识形态的相互作用

北京大学教授 邱尊社
中国软实力产业协会会长 石保平◎著

新华出版社

0720

SOFT POWER



提升国家软实力，是摆在我们面前的一个重大现实课题

如今，政治家在国际关系中谈论软实力，企业家在开拓市场时强调软实力

软实力

——是指以社会构成为载体，通过柔性方式主导意识形态的相互作用

北京大学教授 邱尊社

中国软实力产业协会会长 石保平◎著



新华出版社

SOFT POWER

图书在版编目(CIP)数据

软力——是指以社会构成为载体,通过柔性方式主导意识形态的相互作用/邱尊社 石保平 著.

北京:新华出版社,2008.12

ISBN 978-7-5011-8600-6

I. 软… II. ①邱…②石… III. 企业管理-研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 181461 号

软力——是指以社会构成为载体,通过柔性方式主导意识形态的相互作用

责任编辑:卢瑞华

出版发行:新华出版社

网 址:<http://www.xinhupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

地 址:北京市石景山区京原路 8 号

邮 编:100040

经 销:新华书店

印 刷:北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

开 本:850mm×1168mm 1/16

印 张:12 印张

字 数:150 千字

版 次:2008 年 12 月第一版

印 次:2008 年 12 月第一次印刷

书 号:ISBN 978-7-5011-8600-6

定 价:25.00 元

本社购书热线:(010)63077122 中国新闻书店电话:(010)63072012

图书如有印装问题,请联系调换 电话:400-811-8528

F O R W A R D

前言

“一个国家是存在两种实力的,一种是硬实力,一种是软实力。硬实力通常是指国家的 GDP、硬件设施等,而文化、制度、传媒等被称为软实力。”

——中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师 喻国明

在激情如火的 2008 年 8 月,北京奥运会在全世界范围内受到强烈关注和广泛认同。可以说,这是在改革开放以来,中国日益融入国际社会,并在国际交往中“软实力”快速积累的一种体现。中国社会科学院世界经济与政治研究所副所长、知名国际问题研究专家王逸舟教授认为,中国奥运军团在奥运会上拿到了 51 块金牌,从金牌的数目、运动员总体成绩,以至于北京体育场馆的建设水平、比赛服务质量来看,全世界完全有理由相信中国已经成长为体育大国、体育强国。这次奥运会在北京的举办是非常成功的,提升了中国的形象和实力,包括软实力。

那么软实力是什么?中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师喻国明指出:“一个国家是存在两种实力的,一种是硬实力,一种是软实力。硬实力通常是指国家的 GDP、硬件设施等,而文化、制度、传媒等被称为软实力。”

软实力是相对于国内生产总值、城市基础设施等硬实力而言的,是指一个国家的文化、价值观念、社会制度等影响自身发展潜力和感召力的因素。软实力(SOFTPOWER)分为国家的凝聚力、文化被普遍认同的程度和参与国际机构的程度等。

“软实力”这个概念,最初出现在冷战末期。美国前总统尼克松在他的《1999:不战而胜》中就指出,美国应积极运用其生活方式对世界的

影响,来使东欧、苏联等国家的人们“抛弃共产主义”,这已经触及了“软实力”的内涵。

20世纪90年代初,哈佛大学教授约瑟夫·奈首创“软实力”(Soft Power)概念,从此启动了“软实力”研究与应用的潮流。按照他的观点,软实力是一种能力,它能够通过吸引力而非威逼或利诱达到目的,是一国综合实力中除传统的、基于军事和经济实力的硬实力之外的另一组成部分。这一概念的提出,明确了软实力的重要价值,将它提高到了与传统的“硬实力”同等甚至比其更为重要的位置——正如约瑟夫·奈所言,“硬实力和软实力同样重要,但是在信息时代,软实力正变得比以往更为突出”。

围绕“软实力”的一系列研究,明示人们以一种新型、全面和平衡的发展路径,在提升各级主体综合实力的问题上启迪着人们的新思维。现在软实力研究已扩展到国家、区域、企业、个人。

以美国为首的西方国家凭借其强势政治、经济、军事和科技力量,大力推行其民主、人权等价值观,这就是以硬实力为依托扩张软实力的例子。早在1832年,法国政治思想家托克维尔在《美国的民主》一书中就指出,昔日的君主只靠物质力量进行压制,而今天的民主共和国则靠精神力量进行压制,连人们的意志它都想征服。2003年是美国硬实力展示最充分的一年。小布什政府在新保守派的主导下,企图依靠超强的硬实力,通过“先发制人”等强力手段,重塑世界秩序,却使美国的软实力受到前所未有的挫折和侵蚀,甚至连美国的传统盟友都觉得美国“越来越陌生”。这从另一个侧面体现了美国的开国元勋汉密尔顿所说的,美利坚人“占优势的激情是雄心和私欲”。

中国人是最有可能发展成为软实力大国,因为中国的文化历史非常悠久,中国古代曾经创造过特别辉煌的文明,给自己的国家,也给世界带来了极其丰厚的遗产。有人说当今世界最有前景创造软实力体系的国家,其中之一就是中国。

中共中央党校组织部副部长、教授、博士生导师赵长茂认为,构建软实力,实际上是一个系统工程,需要政府推动,需要全民参与,更需要发展教育以提高全民族素质,需要通过深化体制改革为软实力的构建创设一个良好环境。

“软力”是从“软实力”这一称谓中提炼和升华而出的。1990年,前任美国助理国防部长、美国哈佛大学肯尼迪学院教授约瑟夫·奈首次提出“软实力”这一称谓,并将其作为评估国家实力的重要指数。此后,学术界对“软实力”概念不断进行归纳整理和分析研究,最终形成了“软力”这一新兴的学术领域,并随之诞生了“软力学”。通过国家、区域、企业和个人四个维度广泛的研究、论证,中国软实力产业协会公布了权威的软力定义:“软力是指以社会构成为载体,通过柔性方式主导意识形态的相互作用”。

作者

2008年12月10日于北京

CONTENTS

目录

第一章 软实力

核心竞争中难以衡量的关键变量	1
----------------------	---

在当前全球化浪潮、信息革命和网络时代的大潮下，硬实力的重要性显而易见。软实力则是硬实力的无形延伸。软实力则具有超越的扩张性和传导性，超越时空，必将对人类的生活方式和行为准则产生巨大的影响，并最终潜移默化地影响或者改变各个国家、地区、企业利益集团乃至个人硬实力的对比。

第二章 软力量

国际政治较量中的超级“蓝海战略”	9
------------------------	---

软实力在国际政治较量中就是力争做到“不战而屈人之兵”，而更关键的在于屈人之心。如何发展本国的软实力，各国有着看似不同、实则相通的思路。在现实国际社会中，软实力的竞争更为残酷，更加隐蔽，是一场没有硝烟的战争。

第三章 中国的软力量

一个自信而负责任的全球大国形象战略	15
-------------------------	----

“因为我们有自己的文化，源远流长的文化，这种文化的核心又是以和为贵，就是和的文化，当然我们还要和而不同，这种不同是相互补充，是相互借鉴，而不是冲突的来源。”

——中国总理温家宝

“中国软实力改变了整个世界，尤其是亚洲。”

——英国威斯康星大学中国问题专家爱德华·弗雷德曼

第四章 “北京共识” 博弈 “华盛顿共识”

中国软实力现状与评估 31

“伴随着中国飞速的经济发展，被称作‘软实力’的文化、外交等方面，中国的影响力已经渗透到世界许多角落。无论在东南亚、拉丁美洲，还是在非洲，你都可以发现中国的影响。”

——美国《外交》杂志

第五章 思路决定出路

危机时代中国企业的破局之道 49

过去的 30 年，中国企业依赖巨大的本土市场、政策保护、垄断资源、低成本的工人、能源的透支与浪费获得了高速发展，以至于张瑞敏感叹海尔的前 20 年生长在“猪都能飞起来的时代。”随着知识经济时代的迅猛发展，进入了“全球整合企业”时代。“全球整合企业”，指企业应在全球范围内整合生产和价值交付。技术、人才、资本、设备等关键硬实力要素都在全球流动，企业要么成为被整合者，要么成为整合者。然而，无论是整合还是被整合，最后都会赢在整合后的效率上，而实现效率依赖的却是企业的软实力。

第六章 核心中的核心

企业领导与管理科学中的软力学发轫 57

软实力是企业连接过去、现在和未来的无形纽带，缺乏软实力，硬实力将是一盘散沙，企业难以形成核心生存力。把握现在，着眼于未来，要确保企业可持续发展乃至基业长青，必须直面这一前瞻性的企业战略课题。

第七章 东方论剑

软实力如何走进企业——来自东软集团的软力报告 71

市场学可以让中国企业走出计划经济时代，走进了“硬实力”经济时代；软力的普及，则将带领中国企业从硬实力时代走进综合实力时代。企业软实力体系由源动力、规划力、执行力、感召力、共识力和管控力六大系统构成，所面临的考验来自源动力中的核心团队建设、规划力中的企业愿景的战略规划、执行力中的员工发展、管控力中的流程管理以及共识力的整体建设。这种考验一方面来自企业文化的制约，另一方面也来自社会整体环境与文化的挑战。

第八章 软实力中的硬道理

企业如何实现软实力的案例故事 79

企业软实力——即以企业组织模式、行为规范、价值理念、管理科学、创新能力、企业文化、品牌战略、企业社会公信力、企业内外部环境和谐指数等，所构成的影响企业发展的长期性、基础性和战略性的诸要素。全面提升企业软实力，最终导向实现企业核心生存所需要的七大核心能力得到释放：一是预测未来走势的能力，二是应对危机和处理危机的能力，三是不断学习的能力，四是组织变革的能力，五是持续创新的能力，六是简单管理的能力，七是专注核心业务的能力。

第九章 思想决定高度

企业软实力整合必须遵循的价值规律 95

越是危机与大变革的时代也越是大量产生先进思想的时代，一切都处在孕育和躁动之中。国际金融危机以来依靠企业雄厚的软实力从而在危机生存发展下来的众多“实力派巨星”企业，更加验证了这一理论的前瞻性。企业软实力的使命是整合资源，而资源整合是由文化制导承担的，文化制导告诉企业怎么去整合，整合的目标就是实现价值创新。

第十章 用更少实现更多

企业资源价值的软实力整合 115

企业要超越红海竞争和蓝海博弈，形成核心竞争能力，必须经历一个长期的持续的资源整合过程。这个资源整合的过程就是企业软实力发挥作用的过程，即按照一定的文化理念把相关资源要素（包括硬实力）整合在一起，直接参与市场竞争，最终达到提升企业核心竞争能力的目的。

第十一章 “实力派巨星”的崛起之路

“明星效应”带动区域与城市软实力建设 139

软实力是一个地区综合竞争力的重要组成部分，主要表现为区域创新力、凝聚力与影响力，也表现为精神的力量、思想的力量、文化的力量以及环境竞争力和可持续发展能力。在现代社会中，软实力对一个地区竞争力的影响越来越突出。

第十二章 修炼与发挥你的软实力

政府与企业领导者个人软实力修炼案例 159

领导者的“软实力”多指领导者的威望、修养和人格魅力等,是一种非权力性影响力。领导干部作为国家、行业与企业竞争的重要载体,他们的知识水平、道德水平、公共管理水平和服务意识等,是决定一个政府或者企业的质量和效益,国家发展与未来的重要因素,是核心竞争力的优势所在。因此,领导干部的软实力,是当前组织与人事工作必须予以高度重视的重大课题。

第十三章 软实力及其测评体系实务 167

中国软实力产业协会软力学教研中心运用模型和评价体系、指标体系,利用定性、定量分析的方法对国家、区域、企业、个人的软实力构建进行诊断并提出科学的策略,其特点是:

1. 综合运用各种评价体系和指标体系,保证其测量内容的有效性;
2. 运用模型得到解决方案,确保诊断结果的可操作性;
3. 使软力的研究具有可测性和可预测性;
4. 为软力的切实提高提供解决策略。

第一章 软实力

核心竞争中难以衡量的关键变量



软实力

SOFT POWER

在当前全球化浪潮、信息革命和网络时代的大潮下，硬实力的重要性显而易见，软实力则是硬实力的无形延伸。软实力具有超强的扩张性和传导性，超越时空，必将对人类的生活方式和行为准则产生巨大的影响，并最终潜移默化地影响或者改变各个国家、地区、企业利益集团乃至个人硬实力的对比。

1. “软实力”概念的提出

“软实力”(soft power)概念的首次提出,可以追溯到 20 世纪 90 年代。1990 年秋,美国哈佛大学教授约瑟夫·奈(Joseph Nye)在美国著名杂志《对外政策》上发表了《软实力》一文,这是“软实力”概念的诞生标志。该论文首次提出了“硬实力”和“软实力”的基本内涵,指出“软实力”是国家的凝聚力,是文化被普遍认同的程度和参与国际活动的程度,是让他人自愿地按你的意图做事的力量。这种力量源于文化和意识形态的吸引力。

2002 年 1 月,时任哈佛大学肯尼迪政治学院院长的奈,又出版了以“软实力”为核心概念的著作《美国实力的悖论——世界唯一超级大国为何不能单干》(*The Paradox of American Power: Why The Worlds Only Superpower Can't Go It Alone*, 2002)一书。该书一经出版,立即引起社会各界的关注,并很快成为各种传媒的热门话题,被英国的《经济学家》和《华盛顿邮报》评为 2002 年最佳书籍。

该书的结论是:美国应该而且必须领导世界,而面对目前美国“领袖资本”不断流失的局面,奈提出了“软实力”解决之道——制造“一种吸引力,让别的国家不由自主跟随你”。

此后,奈又以“软实力”为核心概念,发表了《“软实力”:世界政治成功之路》(2004)、《美国“软实力”的衰落》(2005)、《“软实力”的再思考》(2006)等文献,对“软实力”的概念以及其在国际政治关系中的应用,特别是对美国“软实力”现状,进行了深入的阐释和反思。

作为近二十年来(1990—2008)国际政治领域中最热门的概念,“软实力”的提出和发展均具有深刻的历史背景。冷战期间,美苏两国凭借强大的军事、科技和经济实力,在全球范围内展开“霸权”地位的竞争,这种竞争,既有“胡萝卜”加“大棒”等“硬实力”的刺激和恐吓,也有意识形态、价值观念、政治制度、文化等“软实力”的“引诱”。从历史上来看,东欧政治板块的崩溃,并非美国“硬实力”过于强大的原因,而是美国“软实力”起了主导作用。在长期军事战略处于守势的美国,充分利用好莱坞、麦当劳、肯德基、可口可乐等“软实力”的载体,将美国的价值观念、政治文化等“软实力”资源,向对手进行潜移默化的宣传,并最终主导了对手政治、经济 and 文化的走向,东欧政治的崩盘,是双方“软实力”较量的必然结果。正是对这种规律的认识,使以约瑟夫·奈、塞缪尔·亨廷顿(Samuel P. Huntington)为代表的学者,一反以《大国的兴衰》作者——耶鲁大学教授保罗·肯尼迪(Paul Kennedy)为首的

关于“帝国衰落”的论点,提出美国在意识形态、价值理念、政治经济制度、文化等方面拥有巨大的优势,这些丰富的“软实力”资源,必将成为美国主导全球的力量源泉。

海湾战争、科索沃战争、“9·11”事件、阿富汗战争以及2003年的伊拉克战争,冷战后美国主导的国际政治经济形势,进一步推动了奈等学者对“软实力”的宣传和研究。简要地说,尽管当前的美国,无论在军事、科技,还是经济方面,处于绝对优势地位,但是依然无法解决绝大部分的国际问题,其原因就是由于美国过度运用了其“硬实力”,损害了美国的形象和声誉,引起人们对唯一超级大国的政治、文化和制度的警觉、抵触和反感,从而导致了美国“软实力”的衰落。这些现象和事实,对奈等学者的“软实力”理论的发展,提供了基础和背景。

2. “软实力”的基本内涵

奈在2004年的著作《软实力:世界政治的成功之路》(*Soft Power: The Means to Success in World Politics*)^①中指出,“软实力”“不仅仅是影响力和说服力,它更是一种吸引力,而吸引常常导致默许”(第6页),因此,奈的“软实力”其实是一种“三力”组合体,它包括“影响力”、“说服力”和“吸引力”。

在奈的最新论文《软实力的再思考》(*Think Again: Soft Power*)中,^②奈进一步阐释了他心目中的“软实力”。他指出:所谓权力,就是指在得到你想要的东西时,你改变他人行为的能力。实现权力有三条基本的路子:高压政治(俗称“大棒”)、金钱(俗称“胡萝卜”)、吸引力(就是“软实力”)。他进一步指出,一个国家的“软实力”有三个源泉:文化、政治价值观念和对外政策。

3. “软实力”概念的深化和发展

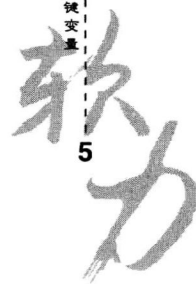
目前,随着不同学科的介入,“软实力”概念无论从广度和深度,都在发生着深刻的变化。由于管理学、区域经济学、产业经济学的介入,原始的国家层面的“软实力”概念,逐步衍生了另外两个层面的概念:区域“软实力”和企业“软实力”。

区域“软实力”是在国家“软实力”概念的基础上,为了解释和预测区域竞争力而形成的一个崭新的概念,该概念的提出,既是对国家“软实力”概念的发展,也是对已有的区域竞争力概念的有益补充,我们将在另外的章节详细的阐释这一问题。

企业“软实力”概念,主要是融合了传统的企业竞争力概念和“软实力”概念,在国家、区域“软实力”的基础上,形成的以增强企业文化、企业精神和企业形象等方面的认同感,从而成倍增强企业竞争力为最终目的的学科概念,关于概念的具体内

^① J. Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York, Public Affairs, 2004, p. 208.

^② J. Nye, *Think Again: Soft Power*, *Foreign Policy*, 2006, 2.



涵及其操作,目前也逐渐成为人们关注的话题。

关于“软实力”研究的发展,从“深度”和“广度”两个维度,可以进行一个简要的划分,不同的区域显示“软实力”在不同领域的应用前景(图 1-1)。

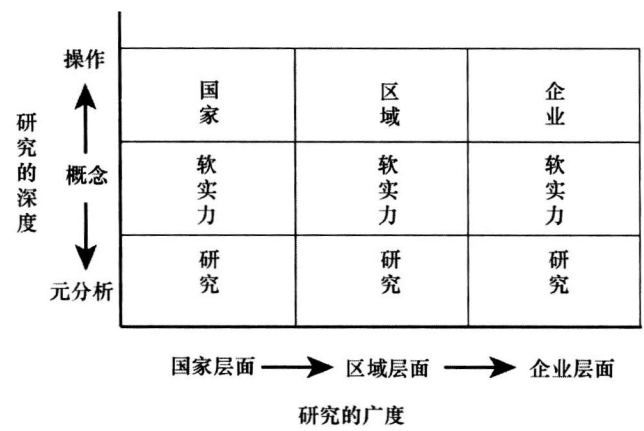


图 1-1 “软实力”概念的发展

4. 区域层面的软力量

在区域层面上,软实力是指一个地区通过直接诉诸心灵的方式,动员和发挥心智能量的作用来达到区域的社会和经济目标的能力。换句话说,就是要依靠对内激励民众的士气,整合民众的力量,发挥民众的聪明才智,对外吸引人才、资金和技术(包括工业技术和管理、组织技术),以实现区域社会经济发展目的的能力。现代经济学分析证明,这种能力以区域文化、人才素质、公共服务和区域形象为基础。其中的区域文化,既包括具有区域特色的、静态的文化,也包括区域的文化生产力。需要说明的是,政治地位——如首都、省会城市等具有政治地位上的优势——虽然是一种无形而重要的资源,而且也是区域吸引力的来源之一,但是它一般并非区域本身争取、建设的结果,而更接近于资源禀赋一类,而资源禀赋主要是作为区域硬实力发挥作用的。

5. 企业软实力

而在企业层面上,软实力是指企业以直接诉诸心灵的方式,对外占领利益相关方的心灵,对内依靠运用员工心智能量以达到企业目标的能力。在企业内部,企业文化、管理制度、组织模式、领导能力和创新能力是其软实力资源,而在企业外部,品牌和明良务、社会责任和企业知名度三个方面则是其软实力的资源基础。

企业软实力与区域软实力概念存在很大程度的相似性,而这种相似性便是软实力的本质——源自心灵,诉诸心灵所产生的影响力。归根结底,软实力的核心是人——人的价值观与聪明才智——和制度(广义的,包括作为非正式制度的文化的制度)。

6. 软力的极端重要性

软力是指以社会构成为载体,通过柔性方式主导意识形态的相互作用。

6.1 软力的特点

(1)软力的能力结构具有合成性。它包括:方向力、承载力、文化力、影响力、说服力、感召力、凝聚力、吸引力等;

(2)软力的实施方为国家、区域、企业和个人,同时其在软力的作用下可转化为受力方;

(3)施加软力的目的是使一方在未受任何明显胁迫或进行交易的情况下认可施力方的观点并随从施力方的意图做事;

(4)软力并非总能转换为能达到预期结果的现实的力量,要想转换成功,潜在软力的客观手段必须对特定观众有吸引;

(5)软力的资源是机构体制、价值观、文化、政策、人力资源等无形有质的客观存在;

(6)软力的实现手段具有多样性,例如国家的推广文化外交政策,企业的人力资源培训,个人的养成教育等。

6.2 软力的重要性分析

6.2.1 从国家层面看软力的重要性

最早的综合国力方程是克劳斯克诺尔(Klaus Knorr,1956)提出的。他认为国家实力含义包括经济能力,行政竞争性和战争动员能力。雷克莱因(Ray Cline,1975)提出国力方程: $P=(C+E+M)*(S+W)$ 。式中C为土地和人口;E为经济实力,包括收入+能源+非燃料矿产资源+制造业+食物+贸易;M为军事能力,包括战略平衡+作战能力+激励;S为国家战略系数;W为国家意愿,包括国家整合水平,领导人能力,与国家利益相关的战略。这是一个综合性的国力方程,方程的第一部分是客观实力,方程的第二部分是主观实力,而综合国力是两者的乘积。无论是克诺尔还是克莱因,在方程中都提到了经济和军事力量之外的能力,这些能力是意识形态上的,协调手段也是多样化的,都能够为达到预期目的的过程中形成的相互作用,属于软力。可见,软力在国家层面的作用早已得到广泛认可。

6.2.2 从区域层面看软力的重要性

区域影响力来自于区域特色,这种特色是硬力在本质上无法承担的。区域特色的承担者是软力,其他的硬件条件为软力提供了艰涩、传播的通途。从图中可见,从长远的战略高度来看,区域竞争力必须拥有两个支柱:软力和硬力。他们共同支撑区域经济的发展。(见表1-1)

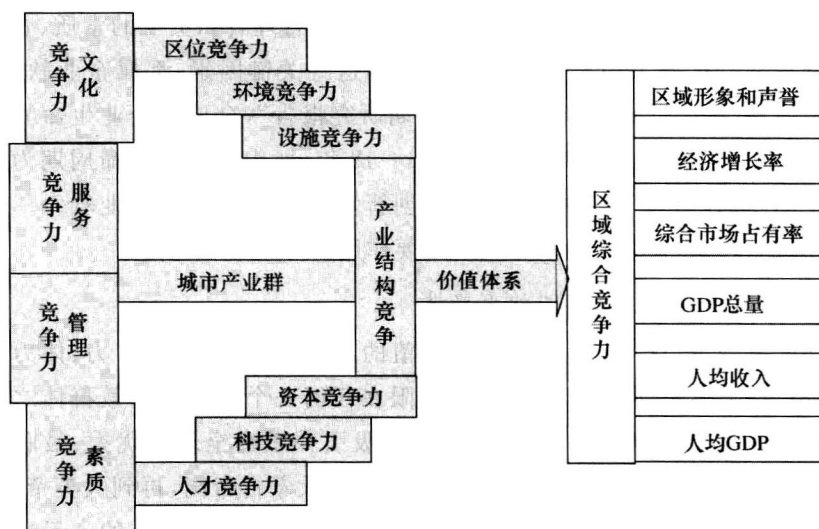


表 1-1

6.2.3 从企业层面看软力的重要性

不仅是国家强盛,企业发展与软实力提升密不可分。

1. 企业的强大不仅包括资本实力、规模实力,更要有强大的技术、品牌、信誉、营销体系、供应链网络等软实力资源做坚强支撑,缺一不可。

2. 企业软实力是确保企业持续稳定有效发展的灵魂指针。从企业未来生存管理看,核心生存是企业生存发展的终极目标。企业软实力要求企业按照一定的文化理念把相关资源要素(包括硬件条件)整合起来,形成核心生存能力,直接参与市场竞争,最终达到提升企业核心生存力的目的。

3. 企业软实力决定企业生命周期^①。根据“索洛剩余”^②,企业是否具有持续的投资能力和技术创新能力,是决定企业经营周期乃至企业生命周期的关键因素。企

① 企业生命周期理论(伊查克·麦迪思美国管理思想家)世界上任何事物的发展都存在着生命周期,企业也不例外。企业生命周期如同一双无形的巨手,始终左右着企业发展的轨迹。周期特征:一般来说,企业生命周期变化规律是以12年为周期的长程循环。它由4个不同阶段的小周期组成,每个小周期为3年。如果再往下分,一年12个月可分为4个微周期,每个微周期为3个月。该规律的行业特征不太明显,适用于各种行业,甚至大部分商业现象。由于不同的企业存在着不同的生命周期,不同的生命周期体现不同的变化特征。尽管它们有共同的规律,但在4个不同周期阶段变化各异,各自的发展轨迹也不同。这些不同的变化特征归纳为如下三种变化:普通型,起落型,晦暗型。

② 全要素生产率(tfp)(即“索洛余值”)它包括:规模经济、效率改善及知识进展等项目。全要素生产率是指“生产活动在一定时间内的效率”。它一般的含义为资源(包括人力、物力、财力)开发利用的效率。从经济增长的角度来说,生产率与资本、劳动等要素投入都贡献于经济的增长。从效率角度考察,生产率等同于一定时间内国民经济中产出与各种资源要素总投入的比值。从本质上讲,它反映的则是一个国家(地区)为了摆脱贫困、落后和发展经济在一定时期里表现出来的能力和努力程度,是技术进步对经济发展作用的综合反映。50年代,诺贝尔经济学奖获得者索洛(solow)提出了具有规模报酬不变特性的总量生产函数和增长方程,形成了现在通常所说的生产率(全要素生产率)含义,并把它归结为是由技术进步而产生的。全要素生产率等于产出增长率与资本增长率和劳动增长率加权之差。