

图书在版编目(CIP)数据

2008年南京文化发展蓝皮书 / 中共南京市委宣传部编.

—南京: 江苏文艺出版社, 2008.5

ISBN 978-7-5399-2845-6

I. 2… II. 叶… III. 文化事业—白皮书—南京市—2008

IV. G127.531

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第040461号

- 书 名 2008年南京文化发展蓝皮书
编 者 中共南京市委宣传部编
责任编辑 王昕宁
责任校对 孙 慧
责任监制 卞宁坚 江伟明
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏文艺出版社
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
照 排 南京水晶山制版有限公司
印 刷 扬中市印刷有限公司
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
开 本 787×1092 毫米 1/16
字 数 470 千
印 张 25.5
版 次 2008年5月第1版, 2008年5月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-5399-2845-6
定 价 50.00 元

(江苏文艺版图书凡印刷、装订错误可随时向承印厂调换)

编 委 会

主 编 叶 皓

编委会成员 张 俊 陈光亚 陈卫红
巨 涛 徐传德 陈 刚
曹永林 舒建平 陈梦娟
周天江 叶南客 尹 文
张玉宝 宋晓辉 汪祥明
刘 凡 曹谦荣 苏 政
朱劲松 黄唯佳 刘 玲
董 伟 赵云翔 杭 韬
赵火平

执行编辑 孔 利 诸 敏
钟关虎 吴麟童

目 录

总报告

加快文化南京建设 提升南京文化竞争力	叶皓	3
--------------------------	----	---

行业报告

南京文化创意产业发展报告

..... 南京市文化局 南京文化创意产业协会	21
南京影视动漫产业发展报告	南京市广播电视局 30
南京出版发行、印刷复制业发展报告	南京市新闻出版局 34
南京旅游产业发展报告	南京市旅游局 42
南京体育产业发展报告	南京市体育局 南京市统计局 47
南京会展业发展报告	南京会展业办公室 51
南京文化产业统计核算和实证分析	南京市统计局 58
努力繁荣南京文化事业	南京市文化局 64
让教育公平成为和谐南京的基石	南京市教育局 71
谱写公益性事业与经营性产业比翼齐飞的新篇章	

.....	南京广播电视集团	78
争创一流报业集团 实现又好又快发展	南京日报报业集团	88
实施项目责任制 打造特色图书版块	南京出版社	96
努力推动南京文艺事业大发展大繁荣	南京市文联	101
以“五个一批”人才为重点 全面加强宣传文化人才培养		
.....	中共南京市委宣传部	110
和谐南京进程中的和谐文化建设	南京市社科联(院)	117

区域报告

彰显文化资源优势 实现文化强区跨越

..... 中共玄武区委宣传部 玄武区文化局	127	
加快文化产业发展 彰显文化名区特色	中共白下区委宣传部	132

传承历史文脉 建设人文秦淮	中共秦淮区委宣传部	137
发展文化产业 繁荣文化新城	中共建邺区委宣传部	144
推进体系建设 服务和谐发展	中共鼓楼区委宣传部	149
抢抓机遇 大力发展滨江文化产业	中共下关区委宣传部	155
提升文化发展意识 开创文化建设新局面	中共栖霞区委宣传部	161
利用区域发展优势 加快文化创意产业发展	中共雨花台区委宣传部	165
挖掘产业发展潜力 促进区域和谐发展	中共江宁区委宣传部 江宁区文化局	169
实施文化浦口战略 提升综合竞争力	中共浦口区委宣传部 浦口区文化局	176
培育和提升文化力 增强发展软实力	中共六合区委宣传部	185
加大整合力度 推动全县文化产业快速发展 ..	中共溧水县委宣传部	189
打造特色文化品牌 促进文化产业发展	中共高淳县委宣传部	192

经典案例

促进文化发展 构建和谐城市

——2006 中国南京世界历史文化名城博览会总结

.....	中共南京市委宣传部	201
-------	-----------	-----

2006 中国南京文化产业交易会实施方案		207
----------------------------	--	-----

起跑就要领跑

——2006 中国南京文化产业交易会的实践与启示

.....	中共南京市委宣传部	211
-------	-----------	-----

2007(第二届)中国南京文化产业交易会总体实施方案		219
----------------------------------	--	-----

文化创造财富

——2007 中国南京文化产业交易会成功举办的几点启示

.....	中共南京市委宣传部	224
-------	-----------	-----

讲坛文化:建设富脑袋的工程

.....	中共南京市委宣传部 市社科联(院)	229
-------	-------------------	-----

百场公益演出广场行:文化惠民和谐金陵	南京市文化局	240
--------------------------	--------	-----

金陵五月风:惠风和畅	南京市文联	244
------------------	-------	-----

市话现象:走繁荣发展的特色之路	南京市文化局 南京市话剧团	248
-----------------------	---------------	-----

签约制:出创作成果 出创作人才	南京市文联	253
-----------------------	-------	-----

《龙蟠虎踞》:展示南京历史文化的新窗口	南京市博物馆	254
---------------------------	--------	-----

《文化南京》:展示文化魅力 促进产业发展	南京日报社	256
----------------------------	-------	-----

《第一艺术》:服务文化发展 构筑产业化运作平台	南京日报社	260
-------------------------------	-------	-----

产业掠影

南京 1912:民国文化+时尚生活	267
世界之窗创意产业园:设计+创意的集聚	268
西祠数字网络文化产业园:虚拟向现实的对接与超越	269
石城现代艺术创意园:艺术创意新地标	270
中国玉文化创意产业园:传统文化与现代创意的融合	271
南京世界之窗文化产业园:文化多业态集聚的平台	272
晨光 1865 科技创意产业园:142 年的沧桑记忆呼唤新的腾飞	273
明城汇创意休闲街区:人文经典与个性时尚	274

重要文献

南京市文化产业发展“十一五”规划纲要	277
南京市文化创意产业“十一五”发展规划纲要	303
南京市 2007——2009 年优秀文艺作品创作规划	313
全市宣传文化系统“五个一批”人才培养工作计划	316
2006 年“文化南京”行动纲要	320
2007 年“文化南京”行动纲要	326
中共南京市委、南京市人民政府关于授予南京市首届“十大文化名人”和 “十大文化精品”荣誉称号的决定	331
中共南京市委、南京市人民政府关于加快发展南京文化产业的意见	333
南京市政府关于加快文化产业发展若干经济政策的意见	342
南京市政府办公厅关于转发市文化局等部门加快文化产业发展配套政策 意见的通知	345
关于加快发展文化创意产业的政策意见	345
关于鼓励和扶持动漫产业发展的政策意见(试行)	347
关于加快推进文化产业园建设的政策意见	348
南京市文化产业发展专项资金管理暂行办法	350
南京市精神文明建设“五个一工程”评选办法(修订)	353
关于授予南京市第五届(2002——2006 年度)精神文明建设“五个一工程”奖 的决定	356
南京市“优秀文化产业园(企业)”、“优秀文化企业家”和“优秀文化产品”评选 办法	361

南京市文化产业基地评选命名管理办法	365
关于命名 2007 年度“南京市文化产业基地”的决定	367
关于颁发南京市 2006——2007 第一批文化产业发展专项资金的决定	369

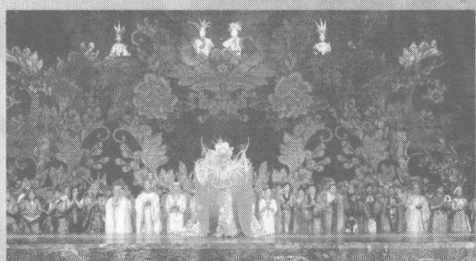
新闻调研

“文化南京”催生文化产业	375
南京:创意为老城市注入新活力	379
南京文化创意产业振翅欲飞	384
载体建设,为文化产业构筑腾飞平台	389
休闲时尚街区寻求差异化竞争	392
耗时 3 年,建成覆盖全市公共文化体系	394

统计资料

2006 年南京市文化产业分类增加值	399
2007 年南京市文化产业分类增加值	400
后记	401

总报告





2008 年

南京文化发展蓝皮书

3

总报告

加快文化南京建设 提升南京文化竞争力

叶皓

党的十七大报告提出,“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,丰富精神文化生活越来越成为我国人民的热切愿望。要坚持社会主义先进文化前进方向,兴起社会主义文化建设和新文化运动,激发全民族文化创造活力,提高国家文化软实力,使人民基本文化权益得到更好保障,使社会文化生活更加丰富多彩,使人民精神风貌更加昂扬向上。”并对如何“推动社会主义文化大发展大繁荣”作了具体部署。党的十七大报告将文化发展放在如此重要的位置,说明中央越来越认识到文化是国家的命脉和民族的灵魂。近年来,南京市委、市政府将“文化南京”作为五大发展战略之一,将文化产业作为新兴支柱产业,不断加大文化建设的力度,在繁荣公益文化事业、发展文化产业方面取得显著进展。为进一步了解南京文化发展的现状,科学谋划未来的发展,我们对南京的文化竞争力进行了专题调研,并据此提出下一步南京文化建设、发展的思路 and 对策。

一、南京文化竞争力的优势所在

决定区域文化竞争力的因素主要有经济实力、国际化程度、公共文化设施、传媒、文化资源与文化产业、人力资源与创新、文化消费、生活质量等,这些因素共同构成区域文化竞争力的有机整体,不仅决定着一个区域的现实文化竞争力状况,也影响着区域的竞争潜力。因此,我们在调研中从区域文化竞争力的基本内涵出发,以增强区域的创新能力和可持续发展能力等为出发点与归宿点,在遵循系统性、层次性、代表性、可操作性、独立性等原则的基础上,依据《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》的有关内容^①,构建了城市文化竞争力评价指标体系,以基础竞争力、公共文化服务竞争力、传媒竞争力、文化资源与文化产业竞争力、人力资源与 cultural 创新竞争力、文化消费与生活质量为主要指标,将南京置于“全国副省级城市”和“江苏省内城市”两个参照系内,对南京的文化竞争力进行了实证比较

^① 《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》认为文化主要包含理论和思想道德建设、公共文化服务、新闻事业、文化产业、文化创新、民族文化保护、对外文化交流与人才队伍等八个方面的内容。考虑到整个中国的理论与思想道德建设都是以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、三个代表、科学发展观等为基础,呈现出的是统一的标准,而且指标难以量化,因此该体系没有将其纳入。



分析。

1. 南京的文化竞争力处在全国副省级城市的第一方阵

在全国十五个副省级城市中,区域文化竞争力总体上分为三个梯队,存在着较大的地区间发展的不平衡性,呈现了南强、北弱的特点。广州、深圳、杭州、南京处于第一梯队,南京文化竞争力指数为 62.77,在副省级城市中综合排名第 4;武汉、西安、成都处于第二梯队;厦门、青岛、宁波、沈阳、济南、大连、哈尔滨和长春处于第三梯队。详细指数见下表。

2005 年副省级城市文化竞争力指数排名

副省级城市	基础竞争力		公共文化服务竞争力		传媒竞争力		文化资源与文化产业竞争力		人力资源与文化创意竞争力		文化消费与生活质量		副省级城市文化竞争力	
	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名
广州	87.13	1	58.95	4	77.91	2	78.35	2	70.51	1	91.85	4	79.41	1
深圳	77.9	2	62.38	3	77.92	1	51.2	4	62.4	5	91.99	3	69.47	2
杭州	66.29	5	54.84	5	48.27	7	78.42	1	60.14	6	91.57	5	69.25	3
南京	72.57	3	65.61	2	47.35	8	38.42	8	63.85	4	94.34	2	62.77	4
武汉	59.07	7	53.95	6	45.46	9	54.4	3	67.15	2	83.26	12	60.87	5
西安	46.42	13	44.16	7	51.53	6	46.8	6	66.42	3	95.96	1	57.23	6
成都	67.48	4	34.13	9	43.95	10	39.1	7	53.77	9	79.88	14	54.5	7
厦门	48.74	12	22.83	13	56.17	4	50.22	5	46.71	10	86.84	9	52.67	8
青岛	57.55	9	33.09	10	55.15	5	36.87	9	44.82	13	88.83	7	52.48	9
宁波	58.18	8	20.31	15	64.46	3	33.59	10	41.49	15	89.83	6	51.12	10
沈阳	60.38	6	30.68	11	34.95	14	28.66	12	54.58	8	86.68	10	50.01	11
济南	51.38	10	42.74	8	37.49	13	24.16	14	57.25	7	87.54	8	48.62	12
大连	50.74	11	27.33	12	39	12	32.68	11	42.68	14	80.73	13	46	13
哈尔滨	40.01	14	68.86	1	43.4	11	26.86	13	45.09	12	71.33	15	45.41	14
长春	39	15	21.51	14	13.5	15	10.4	15	46.41	11	86.26	11	35.75	15

副省级城市文化竞争力优势排名的结果表明,竞争力总体排名比较靠前的城市,在文化竞争力各要素的均衡发展上有着很强的实力,在优势要素的占有上相对比较集中。综合实力排在前四名的广州、深圳、杭州、南京四市,各城市的指标优势要素高达 4~6 个;武汉、西安、厦门相对较弱,各有 2 个优势要素;而其他副省



级城市的优势要素占有量少且比较分散^①。上述竞争力的综合评价在一定程度上反映了各副省级城市总体综合实力的强弱。但总值的高低并不代表各要素的水平一致。要素发展的不均衡将导致区域文化竞争力进一步发展的不稳定,短板要素的存在,将会影响整体竞争力的提升。

2. 南京的文化竞争力在江苏省内城市排名第一

江苏 13 个省辖市文化竞争力可分为三个层次:南京、苏州、无锡为第一方阵,平均指数 80.78。南京文化竞争力指数 87.37,列省内城市第 1 位,在公共文化服务竞争力、人力资源与文化创意竞争力、文化消费与生活质量竞争力上都排名第 1;常州、南通、扬州、镇江为第二方阵,平均指数为 50.17;徐州、盐城、泰州、连云港、淮安、宿迁为第三方阵,平均指数为 36.94。详细指数见下表。

2005 年省内城市文化竞争力指数排名

省内城市	基础竞争力		公共文化服务竞争力		传媒竞争力		文化资源与文化产业竞争力		人力资源与文化创意竞争力		文化消费与生活质量		副省级城市文化竞争力	
	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名	水平	排名
南京	82.21	2	62.57	1	91.87	2	79.72	2	93.18	1	98.54	1	87.37	1
无锡	78.12	3	48.25	5	88.89	3	54.58	3	59.45	3	93.26	5	68.81	3
徐州	37.77	8	20.33	10	30	9	30.05	7	36.16	8	96.96	2	43.28	8
常州	54.21	4	57.82	2	59.21	4	24.45	11	52.45	4	90.83	7	52.06	4
苏州	92.3	1	53.66	3	96.81	1	98.39	1	61.88	2	95.77	3	86.16	2
南通	47.36	5	45.58	6	40.74	8	39	5	37.8	7	91.82	6	50.96	5
连云港	31.82	10	19.94	11	25.55	11	23.34	12	26.03	11	88.85	8	36.95	11
淮安	30.98	12	21.53	9	22.87	12	25.41	9	25.93	12	83.12	11	35.62	12
盐城	31.64	11	51.16	4	29.69	10	25.99	8	27.67	10	95.17	4	41.05	9
扬州	44.58	7	37.93	7	55.89	5	39.85	4	43.4	6	87.55	9	49.83	6
镇江	47.1	6	27.93	8	44.59	6	36.7	6	45.5	5	81.95	12	47.84	7
泰州	37.55	9	13.86	12	41.98	7	24.61	10	31.84	9	87.36	10	38.40	10
宿迁	24.33	13	9.6	13	12.11	13	9.07	13	20.65	13	79.6	13	26.31	13

通过对江苏城市文化竞争力指标的分析,我们发现,江苏地区文化竞争力指数差异显著:第一方阵平均文化竞争力指数超出第二方阵 30.61,第二方阵与第三方阵平均文化竞争力指数相差 13.23。虽然在三个方阵之间文化竞争力指数有明

①. 本研究将排名在前五位的要素认定为优势要素。



显差距,但在各个方阵内部各市文化竞争力却相差无几,在未来几年各梯队内文化竞争力排名情况可能会有新的变化。

3. 南京文化竞争力的优势要素

南京文化竞争力优势要素主要为基础竞争力、公共文化服务竞争力、文化资源竞争力和人力资源竞争力。

(1) **基础竞争力。**基础竞争力由 GDP、人均 GDP、中外旅游者入次数、建成区绿化覆盖率、社会消费品零售总额和公路网密度等指标构成。南京基础竞争力较强,在十五个副省级城市中以 72.57 分位列第 3,位于广州(87 分)、深圳(78 分)之后。在省内,南京基础竞争力以 82 分紧随苏州(92 分)之后,位居第 2。在基础竞争力各项数据中,建成区绿化覆盖率和公路网密度是南京的强项,在十五个副省级城市中分列第 1 和第 2 位,省内分列第 1 和第 3。便利的交通使得南京丰厚的文化资源得以展现在世人面前,大大吸引了游人来此参观。2005 年,南京的中外旅游者入次数为 3307.6 万人次,位列副省级城市第 4,省内城市第 2。南京的 GDP、人均 GDP 和社会零售品销售总额在副省级城市中分别位列第 6、6 和 5 位,在省内城市中位列第 3、4 和 1 位。

(2) **公共文化服务竞争力。**公共文化服务的竞争力主要包含剧场、影剧院数,艺术团体数,人均图书占有量和公共图书总藏量等四个方面。南京的公共文化服务竞争力以 65.61 分位居副省级城市第 2 名,在哈尔滨(68.86 分)之后;在省内城市以 62.57 分排名第 1,排在第 2 位的是常州(57.82 分)。值得注意的是,南京公共文化服务竞争力排名靠前,主要在于人均公共图书占有量和图书总藏量这两个指标得分很高。2005 年,南京人均公共图书占有量为 1.93 册,公共图书藏书总量为 1150.1 万册,均列副省级城市第 2 名,省内城市第 1 名。近几年,南京的公共文化服务基础设施不断完善,奥体中心、南京文化艺术中心、南京电视台演播中心、南京报业大厦等一批具有较高水准的标志性文化设施及基层文化场馆相继落成,有 10 个区县图书馆和 8 个区县文化馆被文化部审定为国家一级馆;有线电视“村村通”工程和有线数字电视整体转换工程进展顺利,全市农村行政村有线电视联网率达 100%,数字电视转换达到近 80 万户。

(3) **文化资源与文化产业竞争力。**对文化资源竞争力的评价主要根据联合国和国家的资源等级评定而制定的历史资源文化得分和自然资源文化得分两个指标。南京的文化资源综合得分位列副省级城市第 3,省内城市第 1。其中南京的历史文化资源得分 410 分,名列副省级城市第 1 位,比排名第 2 的西安高 14 分,比排名第三的杭州高 94 分;在省内城市中,比苏州高 22 分,比无锡高 231 分。南京的自然文化资源得分 8 分,名列副省级城市的第 9 名,省内城市第 3 位。南京自然资源的多样性和丰富性占据优势,在绝对数量上相对匮乏。但自然文化资源并不是影响文化竞争力的决定性因素。在文化资源保护利用方面,南京调整了《南京历史文化名城保护规划》,确立了以明代四重城郭、三条历史轴线为框架的文物保



2008 年

南京文化发展蓝皮书

护范围。明孝陵成为南京首个世界历史文化遗产,金陵刻经印刷技艺、金箔锻制技艺、云锦木机妆花手工织造技艺、秦淮灯会被正式列入国家首批非物质文化遗产名录。2004 年、2006 年两届“历史文化名城博览会”的举办,使得南京在国内外的知名度、美誉度得到进一步提升,南京作为世界性历史文化名城的风采正在焕发和展现。

南京文化产业竞争力在全省、全国也具有一定的优势。《中国创意产业及文化创意产业发展研究年度报告(2007)》显示,在我国 15 个创意产业发展较快的城市中,南京 2006 年没有上榜,而 2007 年位列第 6。按照国家统计口径,2005 年南京文化产业增加值为 73.4 亿元,占全市 GDP 比重为 3.05%;2006 年文化产业增加值为 90.66 亿元,比上年增长 23.4%,占 GDP 比重为 3.27%。2006 年江苏省文化产业增加值为 437.25 亿元,占 GDP 的 2.02%,全国文化产业实现增加值 5123 亿元,占 GDP 的 2.45%。南京的发展高于全国、全省水平。如果按照大文化产业的统计概念,加上与文化产业相关的研究与发展、教育、卫生、体育业,2006 年南京文化产业增加值为 166 亿元,占 GDP 的 9.25%。这一数据,已经与上海、杭州、宁波等城市较为接近,说明南京文化产业发展速度较快,已经成为继北京、上海之后引起全国关注的城市之一。2007 年上半年南京已经实现文化产业增加值 50.7 亿元,占 GDP 比重达到 3.4%。2007 年大口径增加值预计为 310 亿元,增幅为 20.8%,对经济发展贡献率为 9.46%。据不完全统计,南京目前有各类文化产业园区(基地)36 个,各类文化交易市场约 12 个,文化艺术展馆 29 个,文化旅游景区 36 个,文化主题公园 19 个,体育健身场馆 18 个,文化休闲街区 18 个,重点扶持的民营文化企业 20 多家。2006 年、2007 年两届中国南京文化产业交易会的举办,充分展现了南京文化产业的丰富内涵和优秀成果。2007 年文交会现场总交易额突破 5000 万元,订单交易额近 5.5 亿元,投融资总额逾 200 亿元,签约金额逾 40 亿元人民币。

(4) 人力资源竞争力。南京在人力资源方面具有显著的优势,位列副省级城市第 3,省内城市第 1。以广州、武汉、南京、西安、济南等高校聚集为代表的城市,是全国人才培养的重要基地,人力资源在副省级城市、乃至在全国的地位都是不可动摇的。南京的教育水平居北京、上海之后列全国第 3 位,拥有各类高校 41 所(不含部队院校),以南京大学、东南大学为首的一批高校科研实力在全国名列前茅。2005 年,南京拥有在校本科生 56.11 万人,位居副省级城市第 2,在校研究生(包括硕、博士研究生)5.75 万人,每万人拥有大学生人数 845 人、研究生 96 人,两项均列全国第 1。2005 年南京的平均受教育年限为 10.57 年,在副省级城市和省内城市中均列第 1,比副省级城市的平均受教育年限 9.63 年高 0.94 年。尤其南京市近年来实施了“文化名人精品”工程和“五个一批”人才工程。2006 年评选出南京首届“十大文化名人”和“十大文化精品”,对评选出的名人和精品进行重奖,鼓励优秀作品创作,让优秀人才脱颖而出。在全国第九、十届“五个一工程”奖评选中,南京获奖作品数量位居全省第一,在全国同类城市中名列前茅。在江苏第

7

总报告



2008 年

六届“五个一工程”奖评选中,南京有 20 部作品获奖,位居全省第 1。

二、南京文化竞争力问题所在

1. 传媒竞争力不强

对传媒竞争力的测评主要考察的是有线电视入户率、国际互联网用户数、国际互联网用户率三个指标。在副省级城市中,南京的传媒竞争力以 47.35 分位列第 8,处于较低的水平。深圳、广州的传媒竞争力指数平均值 77.9 分,处于第一方阵;宁波、厦门、青岛位居第二方阵,西安、杭州、南京、武汉、成都、哈尔滨处于第三方阵,传媒竞争力指数的平均值为 46.7。综观衡量传媒竞争力的各要素,南京的有线电视入户率较高,以 75.22% 排名第 4;国际互联网用户数和国际互联网用户率水平较低,2005 年南京的国际互联网用户数为 623521 户,排名第 13,比排名第 1 的深圳少了 2138479 户;国际互联网用户率为 32.25,排名第 11。与省内城市相比,南京的传媒竞争力指数以 91.87 分位列省内第 2,落后于苏州的 96.81 分,在国际互联网用户数和用户率上都低于苏州。

2. 文化资源与文化产业竞争力不强

文化资源与文化产业竞争力测评的主要指标是文化资源竞争力与文化产业竞争力。南京的文化资源与文化产业竞争力得分 38.42,在副省级城市中排名第 8,排名第 1 的杭州得分是 78.42,相差 40 分;广州、武汉、深圳、厦门、西安、成都均排在南京之前。在江苏省内城市中,南京以 79.72 分,位居第 2,排名第 1 的苏州得分是 98.39,相差近 20 分。其中,南京的文化资源指数为 69,而文化产业竞争力指数为 25.26。广州文化资源指数为 44,而其文化产业竞争力指数达到 93。说明南京的文化资源优势还没有被充分转化为产业竞争力。

3. 文化创新竞争力不足

南京文化创新竞争力在副省级城市中列第 5,在江苏省内城市中位居第 1。从排名上看,南京的文化创新竞争力似乎具有优势,但是如果结合人力资源指数来分析,南京人力资源与创新能力之间存在着严重的不对称。在副省级城市中,南京的人力资源竞争力指数达 76.1,文化创新竞争力指数为 45.5,而排名第 1 的深圳人力资源竞争力指数为 50,文化创新竞争力指数达到 82.4。在江苏省内城市中,南京的人力资源竞争力指数高达 98,文化创新竞争力指数为 82;苏州的人力资源竞争力指数为 48,文化创新竞争力指数达到 79。以深圳、厦门、苏州、无锡、常州等为代表的新型城市,其文化创新竞争力指数都要远远高于人力资源指数,说明南京人力资源的创新能力、创新潜力没有得到很好的发挥。文化创新力不足的一个重要表现是南京市民的专利申请量和授权量相对较低。南京在 2003—2005 年



2008 年

南京文化发展蓝皮书

9

总报告

间,专利数一直都在第10、8和9名之间徘徊。在省内城市中,2005年,南京的每十万人专利授权量以36.35件排名第3,比排名前两位的苏州、无锡分别少18.81件和9.95件。

4. 文化消费水平不高

南京的文化消费与生活质量指数排名在副省级城市中位居第2,在省内城市中位列第1。说南京的文化消费水平不高,不是与副省级城市和省内城市相比的结论,而是指南京没有达到在目前人均GDP水平下应有的文化消费水平。2003年《文化产业蓝皮书》总报告提出,按照国际经验,当人均GDP达到3000美元时,文化消费需求将占总消费支出的23%。2005年南京人均GDP已经超过5000美元,城镇居民的文化消费系数只有16.3%,远低于国际上的标准。同时,南京市民娱乐性、享受性、消遣性的享受型文化消费精神文化消费占的比例偏大,存在着超前发展,而基本文化消费、发展型、智能性文化消费却表现为投入不足、增长乏力。教育经费所占比重过大。2005年,南京人均教育支出466.69元,增长26.5%,约占娱乐文教消费支出的50%。

三、提升南京文化竞争力的对策建议

十七大报告首次提出要“提高国家文化软实力”。中央从国家发展、民族复兴、人民幸福的战略和全局高度,充分认识到大力加强文化建设、不断提升文化软实力的重大战略意义和现实紧迫性。“软实力”(soft power)是由美国哈佛大学教授、曾任克林顿政府国防部长助理的约瑟夫·奈最早提出来的。约瑟夫·奈把一个国家的综合国力划分为硬实力和软实力两种形态。硬实力是指处于支配地位的要素总和,包括基本资源、军事力量、经济力量和科技力量等;软实力则是指国家的凝聚力、文化被普遍认同的程度和参与国际机构的程度等。软实力的核心在于文化的魅力、活力、实力和感染力、竞争力、影响力。文化不直接等同于软实力,但文化资源是一个国家软实力资源中的核心资源。文化软实力的核心是价值观,主要包括文学艺术、价值观念、宗教信仰、道德伦理、历史文物、文化习俗、语言教育、哲学社会科学、传媒出版等方面的内容。从历史的发展来看,国际竞争的焦点从20世纪的军事竞赛、经济竞争日益演化为21世纪的文化角逐。文化力量在综合国力竞争中的地位和作用日益突出,加强文化软实力建设成为许多国家增强其综合国力的战略抉择。城市与城市之间的竞争也是如此。城市间竞争的焦点已经从第一、第二产业的经济竞争逐渐演化为文化软实力竞争。

1. 充分认识提升文化软实力对南京发展的战略意义

当代世界城市的发展进程充分证明,在城市之间的竞争和城市发展后劲的强弱较量中,文化竞争力的高低已经演变成为决定性因素,文化已成为衡量一个国