



上海社会科学院创新成果丛书

主编：张道根 于信汇

增强我国文化整体实力和竞争力研究（上）

RESEARCH ON ENHANCING THE OVERALL STRENGTH
AND COMPETITIVENESS OF CHINESE CULTURE

花建 / 等著



RESEARCH ON ENHANCING
THE OVERALL STRENGTH AND
COMPETITIVENESS OF CHINESE CULTURE

增强我国文化整体实力 和竞争力研究（上）

花建 / 等著



上海社会科学院出版社
SHANGHAI ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES PRESS

丛书编委会

主 编：张道根 于信汇

副 主 编：张兆安 周 伟

编 委：王玉梅 谢京辉 王 振 何建华 沈开艳
孙福庆 权 衡 刘 鸣 叶必丰 刘 杰
方松华 杨 雄 朱建江 周冯琦 晏可佳
荣跃明 王 健 黄凯锋 党齐民 强 荧
姚勤华

执行编委：朱平芳 汤蕴懿

策划组稿：上海社会科学院创新工程办公室

在中国特色社会主义伟大实践中加快构建中国特色哲学社会科学,既是开创中华民族伟大复兴的思想基础,也是应对当前深刻复杂国际形势的重要支撑。党的十八大以来,以习近平同志为总书记的党中央把加快构建中国特色哲学社会科学作为提高治国理政能力、推进国家治理体系和治理能力现代化的战略任务,高度重视、精心部署、全力推动。这也为上海社会科学院新时期的发展提供了目标方向。

理论的生命力在于创新。古往今来,世界大国崛起路径各异,但在其崛起的过程中,无不伴随着重大的理论创新和哲学社会科学的发展。面对新挑战、新要求,中国哲学社会科学特别需要加强理论前沿、重大战略、综合领域、基层实践的诠释和指导能力。作为国家哲学社会科学的重要研究机构,2014年上海社会科学院率先在地方社会科学院实施哲学社会科学创新工程;2015年又成为国家首批高端智库试点单位。上海社会科学院从体制机制入手,以理论创新为突破口,围绕“国家战略和上海先行先试”定位,以智库建设和学科发展“双轮驱动”为创新路径,积极探索,大胆实践,对哲学社会科学的若干重大理论和现实问题开展前瞻性、针对性、储备性政策研究,完成了一批中央决策需要的、具有战略和全局意义、现实针对性强的高质量成果。

在上海社会科学院创新工程实施三年之际,通过本套丛书集中展示了我院在推进哲学社会科学理论创新中的成果,并将分批陆续出版。在编撰过程中,我们既强调对重大理论问题的深入探讨,也鼓励针对高端智库决策成果中的热点现实问题进行理论探讨。希望本丛书能体现高端智库的研究水平、社科院的研究特色,对国家战略性、前瞻性、基础性问题进行深入思考,也为繁荣新时期中国哲学社会科学理论创新添砖加瓦。

丛书主编

2016年11月15日

本书系国家社会科学基金重大项目——“增强我国文化整体实力和竞争力研究”最终成果(立项证书编号 13&ZD038, 结项证书编号: 2016&J040)。

课题首席专家: 花建

子课题负责人(按本书篇章排序): 花建、汪幼海、王国华、李墨丝、徐清泉

前言

本书是国家社会科学基金重大项目——增强我国文化整体实力和竞争力研究的最终成果,包括“1+5”的六大章节,900多页,80万字,160多幅图表和插图。

本研究根据中国共产党十八大报告提出的“增强我国文化整体实力和竞争力”的要求,指出国家文化整体实力和竞争力,是基于国家核心价值观念并且通过文化创造、文化生产、文化贸易、文化交流、文化服务等实现的文化感召力、吸引力、影响力之总和。国家文化整体实力和竞争力,这两者既有联系,又各有侧重,文化整体实力主要从资源积累和基础建设的角度展开,是一种根据国家核心价值观念和国家现代化的整体目标,是由文化遗产资源、文化人力资源、文化金融资本、文化基础设施、文化企业和机构、文化国际联系等组成的有机体系;文化竞争力主要从开放竞争和动态发展的角度展开,是一种在全球化的时代背景下,在提升文化创新活力、扩大文化生产规模、发挥文化区域贡献、增强文化国际影响、优化文化公共服务等方面体现出来的能级和活力。两者是有机的统一。

中国建设文化强国将面对两个一百年的目标,实施“三步走”的阶段,从建立体系到增强实力,再到全面实现目标,成为中华民族伟大复兴的重要组成部分。一个世界文化强国具有设计和建设文化整体实力和竞争力体系的强大自觉性和优良执行力。它是通过远

大的国家战略、先进的体制政策和强有力的对策举措来实现的,即必须推进文化强国建设的理论、战略和路径的有机统一。本书根据这一核心理念和目标导向,层层展开为六大章节,体现了严密的理论逻辑和丰富的实践智慧的对应和统一。

第一章(总论):建立文化强国的文化整体实力和竞争力体系。作为整个课题成果的总纲,本章系统地提出了树立迈向文化强国的新文化观,提出了世界文化强国的五大定义,分析了中国迈向文化强国所面对的五大新问题,研究了全球范围内主要发达国家和新兴国家推动文化建设的战略和经验,提炼了国内外学者和专家有关文化软实力与文化竞争力研究的成果,提出了面向两个一百年,增强中国文化整体实力和竞争力的战略目标、主要阶段、重点内容和实践对策,形成了研究这一个重大问题的“五力”模型和基本框架。

第二章:激发文化创造力——以树立理想、创造精品、科文融合、多元包容为重点的文化创新机制研究。本章深入研究了文化创新力的内涵及其在国家文化整体实力和竞争力中的主要地位,指出了文化创新力在全球国家博弈过程中体现出来的文化领导力量,分析了中国文化创新力现状的六大特点,并且与全球主要国家的文化创新力进行了比较分析,提出了提升中国文化创新力的六大重点内容和路径,包括鼓励创新和创业的理想追求,以文化多样性增强中心城市创新活力等。

第三章:提升文化生产力——形成以强大主体、创新制度、优化结构为重点的文化竞争优势研究。本章深入分析了文化生产力的内涵及其在国家文化整体实力和竞争力中的重要作用,剖析了文化生产力主体——文化企业建设与文化竞争力的联系。分析了全球文化企业竞争的格局和特点,从七个方面研究了中国文化企业竞争力的现状与问题。此外,本章还从建设世界文化强国的角度,提出了提升中国文化企业竞争力的四大战略目标,深入研究了建立中国特色的文化企业运行机制,系统地论述了提升中国文化企业竞争力

的战略举措,包括实施文化企业五大创新工程、推进文化企业五大创新路径、发挥文化企业三大竞争优势。

第四章:增强文化贡献力——以特色资源、规模集群、空间布局为重点的区域文化发展战略研究。本章从中国作为一个超辽阔国土、超大量人口、超悠久历史、超常规发展的大国的国情出发,提出要建立全球大国的新文化地缘观,把握国家文化竞争力与区域可持续发展的深刻联系;指出提升文化整体实力必须与区域资源的积累、投入和开发相结合,以充分发挥文化建设对区域的贡献力。从七个方面分析了中国提升区域文化竞争力的现状和问题,系统地提出了增强中国区域文化竞争力的目标和五大战略,重点研究了中国要因地制宜,开发八种以上的区域性文化产业发展模式,提出了提升中国区域竞争力的七大路径和对策。

第五章:扩大文化辐射力——以树立大国形象、加强国际交流、扩大文化贸易为重点的对外文化开放研究。本章提出中国迈向世界文化强国,要以文化外交、文化交流、文化贸易为三大重点,全面扩大文化辐射力;分析了中国扩大文化辐射力的全球背景和四大特点,剖析了扩大文化辐射力的理论探索和实践经验,包括文化理论、贸易理论等提供的借鉴;系统地提出了我国扩大文化辐射力的总体思路,包括在文化外交、文化交流、文化贸易三大层面上扩大文化辐射力的主要目标、基本战略,提出了我国扩大文化辐射力的十大对策建议。

第六章:改善文化服务力——以扩大消费、文化惠民、提升效能为重点的公共文化服务发展研究。本章指出公共文化服务力是国家整体实力和竞争力中的重要内容,分析了公共文化服务的基本内涵、系统构成和研究现状,提出了公共文化服务的功能诉求及运营模式,研究了发达国家和我国发达地区开展公共文化服务的理论及实践经验,提出把中国公共文化服务的效益、效果、效率作为一个整体,建立了衡量评估文化服务力的“九效”三级衡量指标和运作模

型。此外,还系统地提出了改善我国公共文化服务力的目标和三大思路及对策,包括扩大文化消费、推进文化惠民、提升文化效能等。

本课题首席专家为花建(上海社会科学院文学研究所研究员),负责整体框架,统筹课题研究,充实完善全书。

各章分工为:花建主要承担第一章(总论)和第四章;汪幼海(上海社会科学院文学研究所研究员)主要承担第二章;王国华(北京工业大学文化创意产业研究中心教授)主要承担第三章;李墨丝(上海对外经贸大学国际经贸研究所研究员)主要承担第五章;徐清泉(上海社会科学院文学研究所研究员)主要承担第六章。

前言	1
第一章 总论：建立文化强国的文化整体实力和竞争力体系	1
第一节 树立迈向文化强国的新文化观	1
一、文化强国具有自觉的文化体系设计能力	1
二、文化强国树立社会共同体的核心价值观	9
三、文化强国要形成创造文化魅力的巨大活力	14
四、文化强国要发挥创新驱动的强大能量	18
五、文化强国要形成广泛的对外文化辐射力	23
第二节 中国增强文化整体实力和竞争力面对的新问题	37
一、面对全球创新浪潮,亟待提升文化创新活力	37
二、面对更开放全球市场,亟待壮大文化产业	
主体	42
三、顺应文明大国特点,亟待形成新文化地缘	
大布局	49
四、顺应“一带一路”建设,亟待提升对外文化	
辐射力	55
五、适应文化惠民的需求,亟待提升公共文化	

服务力	65
第三节 发达国家提升文化软实力的战略和借鉴	73
一、以“美国梦”为核心,以多元杠杆为动力的	
美国模式	74
二、以创造和分享为基础,激励“多元一体”的	
欧盟模式	78
三、以“文化立国”和“文化输出”为重点的日本	
模式	84
四、以政府积极地推动,促进“韩流”传播的韩国	
模式	86
第四节 中外学者有关提升文化整体实力和竞争力的	
研究	90
一、国外学者对提升文化软实力的研究成果	90
二、中国学者对提升文化软实力的研究成果	101
第五节 增强中国文化整体实力和竞争力的战略和	
对策	106
一、本书提出的建设文化强国的目标阶段	106
二、本书提出的建设文化强国的主要特点	109
三、本书提出的整体研究框架和重点内容	113
四、本书提出的主要研究方法和特点	118
 第二章 激发文化创造力	124
——以树立理想、创造精品、科文融合、多元包容为	
重点的文化创新机制研究	
第一节 文化创新力的内涵	124
一、文化创新力的基本内涵与重大意义	124
二、文化创新的国家博弈与全球领导力	128

三、文化创新的历史遗产与吸纳创造力	130
四、文化创新的城市动力与国际影响力	134
五、文化创新力的跨界融合和社会服务力	140
六、文化创新力规划与国家的战略定力	144
第二节 文化创新力的表现	148
一、创新引领国际潮流,掌握全球话语权	148
二、创新释放文化活力,集聚创意的源泉	150
三、创新体现文化引领,吸引优秀的人才	153
四、创新升级财富体系,提升竞争的優勢	160
五、创新传承人文传统,增加文化可亲性	164
第三节 中国文化创新力的现状	169
一、国家宏观战略引导,鼓励文化创新	169
二、文化原创尚不突出,创造动力不足	174
三、同质化竞争较普遍,处于价值链低端	181
四、精品力作数量有限,亟待传承与创新	184
五、跨界融合发展不够,亟待联动提升	188
六、探索深层机制原因,分析破解路径	194
第四节 文化创新力的国际比较	197
一、知识经济时代提出的重大命题	197
二、提升文化创新力的国家战略	199
三、制定文化政策和打造服务平台	203
四、鼓励跨界融合与大数据服务	205
五、突破可持续创新的关键环节	208
第五节 提升中国文化创新力的重点和路径	212
一、鼓励创新和创业的理想追求	212
二、以文化多样性增强国家创新活力	218
三、推动文化、科技、产业协同创新	224

四、完善鼓励文化创新的机制和政策	230
五、营造有利于文化创新的社会生态	234
六、鼓励开发和大力保护知识产权	240
七、扶持创客空间和扩大培育载体	246

第三章 提升文化生产力 250

——形成以强大主体、创新制度、优化结构为重点的
文化竞争优势研究

第一节 文化生产力概述	250
一、文化生产力的内涵和现代意义	250
二、文化生产力主体与文化竞争力优势	256
三、文化生产力集约化与规模化发展	265
四、文化生产力增长与文化竞争力提升	268
第二节 文化竞争力与文化企业建设	275
一、文化产业的国际竞争格局	276
二、文化企业竞争的全球特征	292
三、文化跨国公司的控制能力	299
四、数字化与文化企业的竞争力	303
第三节 中国文化企业竞争力的现状与问题	310
一、中国文化企业发展的总体趋势	310
二、企业主体多样性缺乏充分发育	322
三、丰富文化资源未获得充分开发	327
四、有效的市场机制尚未充分建立	333
五、企业家和企业家精神亟待充分培育	340
六、缺乏培育原创活力的动力机制	345
七、品牌创造能力和优势尚未形成	350
第四节 提升文化企业竞争力的战略目标	356

一、确立文化企业竞争力强国的导向	356
二、推动资源创新与壮大产业的集群	366
三、构建新型的文化产业链和价值链	373
四、全面提升文化企业品牌竞争力	378
第五节 建立有中国特色的文化企业运行机制	383
一、优化整合文化企业的生产力要素	384
二、创造有中国特色文化企业运行机制	391
三、设计文化企业竞争力评价指标体系	397
第六节 提升中国文化企业竞争力的战略举措	402
一、推进五大创新工程	403
二、实施五大创新路径	413
三、发挥文化企业三大竞争优势	417
 第四章 增强文化贡献力	421
——以特色资源、规模集群、空间布局为重点的区域 文化发展战略研究	
第一节 主题与背景：文化竞争力与区域可持续发展	421
一、从发展与双转型的角度看文化的意义	422
二、文化作为新经济的组成部分	424
三、信息化对文化贡献力的重塑	426
四、全球范围内深化的区域合作	429
第二节 定义和内涵：区域的资源观念和开发框架	432
一、区域的界定和内涵	432
二、区域的资源和作用	434
三、区域的创新活力与兴衰	438
四、区域规划与新文化地缘观	441
第三节 要素和框架：文化竞争力与区域资源的研究	

	框架	445
	一、区域文化竞争力的研究原则	445
	二、区域文化竞争力的契合度和贡献力	448
	三、中国区域文化产业战略的研究框架	451
第四节	挑战与症结：中国提升区域文化竞争力的问题	458
	一、中国区域发展大格局提出的要求	458
	二、产业主体缺乏集约化和规模化优势	462
	三、区域资源开发缺乏多样有效模式	467
	四、解决地区发展不平衡需要新的思路	472
	五、文化遗产的传承亟待深入和创新	477
	六、文化主体的培育需要良好机制	480
	七、国内国际两个大局亟待统筹推动	483
第五节	总体战略：提升区域文化竞争力的目标和要求	487
	一、区域特色战略——适应区域目标，形成宏观 格局	488
	二、主体培育战略——培育强大主体，优化文化 生态	489
	三、产业联动战略——促进跨业联动，推动可 持续发展	491
	四、传承创新战略——传承文化遗产，鼓励弘扬 创新	494
	五、内外结合战略——把握国内国外，统筹两个 大局	497
第六节	宏观推动：创造区域文化产业发展模式	500
	一、国际化大城市的文化产业发展模式	500
	二、工商业强市和专业镇街的文化产业发展 模式	510

三、工业资源型和资源枯竭型地区的文化产业	
发展模式	518
四、生态功能型地区的文化产业发展模式	526
五、民族地区的文化产业发展模式	531
六、历史遗产富集地区的文化产业发展模式	536
七、农林牧副渔地区的文化产业发展模式	542
八、对外开放前沿地区的文化产业发展模式	547
第七节 重点举措：提升区域文化产业的实践路径	555
一、加强前瞻设计，形成有区域特色的文化	
规划	555
二、培育社会共识，打造创新和创业“勇敢	
的心”	558
三、适应双重转型，推动产业集群和园区升	
级版	560
四、推动跨业合作，发挥文化产业的联动作用	564
五、建设服务平台，形成文化竞争力的平台	
经济	565
六、结合生态文明，推动区域性的可持续增长	569
七、结合新型城镇化，实现文化惠民和文化	
富民	570
八、依托“一带一路”，拓展三重对外文化辐	
射带	573
 第五章 扩大文化辐射力	 581
——以树立大国形象、加强国际交流、扩大文化贸易为	
重点的对外文化开放研究	
第一节 文化辐射力的界定	581