



总主编 ● 黄永林

“文化：资源与产业”文库 | 中华文化与产业系列

电视与城市圈

DIANSHI YU CHENGSHIQUAN WENHUA JIANSHE YANJIU

文化建设研究

——以武汉城市圈为例

● 董中锋 / 主编

文化是城市发展的重要力量。作为「中部崛起」的重要引擎，武汉城市圈要进行「两型社会」综合配套改革，迫切需要从传统文化中寻求创新动力，建设与经济社会发展相适应的城市圈电视文化。



华中师范大学出版社



总主编 ● 黄永林

“文化·资源与产业”文库 | 中华文化与产业系列

本书得到国家“211工程”三期“中华民族文化保护、创意与数字化工程”项目资助，是国家广播电影电视总局项目“电视与城市圈文化建设研究——以武汉城市圈为例”（GD10136）的最终成果

电视与城市圈

DIANSHI YU CHENGSHIQUAN WENHUA JIANSHE YANJIU

文化建设研究

——以武汉城市圈为例

主 编 董中锋

副主编 余 林

编写人员（按姓氏笔画排序）

向司林 余 林 张毓茜

徐婷婷 董中锋



新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

电视与城市圈文化建设研究——以武汉城市圈为例/董中锋主编.
—武汉:华中师范大学出版社,2012.3

(“文化:资源与产业”文库|中华文化与产业系列)

ISBN 978-7-5622-5377-8

I. ①电… II. ①董… III. ①电视文化—建设—研究—武汉市
IV. ①G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 021698 号

“文化:资源与产业”文库|中华文化与产业系列
电视与城市圈文化建设研究——以武汉城市圈为例
◎董中锋 主编

责任编辑:沈东山

责任校对:王 胜

装帧设计:甘 英

封面制作:胡 灿

编辑室:第二编辑室

电话:027—67867362

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

电话:027—67863280/3426(发行部) 027—67861321(邮购)

传真:027—67863291

网址:<http://www.ccnupress.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:华中理工大学印刷厂

督印:章光琼

字数:282 千字

开本:710mm×1000mm 1/16

印张:17.25

版次:2012 年 3 月第 1 版

印次:2012 年 3 月第 1 次印刷

定价:50.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话 027—67861321

总 序

文化产业是以文化资源为基础，文化创意为核心，文化科技为动力，充分发挥人的智慧，进而创造财富与就业的新兴产业。随着社会经济文化的快速发展，文化产业在各国经济发展中的地位越来越重要，如今已成为世界公认的“朝阳产业”。党中央特别强调：“文化是民族凝聚力和创造力的重要源泉，是综合国力竞争的重要因素，是经济社会发展的重要支撑。……推动文化建设和经济建设、政治建设、社会建设协调发展，已成为实现科学发展的必然要求。”2011年3月发布的《中华人民共和国国民经济和社会发展的第十二个五年规划纲要》中提出“加快发展文化产业”，“推动文化产业成为国民经济支柱性产业，增强文化产业整体实力和竞争力”。这是我们党和政府科学分析判断经济社会发展形势，对文化产业的新定位、新部署和新要求。我们要以新的思维正确认识文化产业，科学研究文化产业，大力发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业，实现我国经济社会的科学发展。

一、文化资源：文化产业的基础

文化是民族的灵魂和血脉，文化资源是文化产业发展的基础。世界各个民族因不同的地理条件、生活环境、文化发展程度及经济发展状况，从而形成了不同的民族文化传统。一个民族的文化，集中反映了这个民族的思维方式和精神追求，蕴藏着这个民族的智慧、创造力和生命力。胡锦涛总书记2006年4月在美国耶鲁大学的讲演中对民族文化有一段十分深刻的论述，他说：“一个民族的文化，往往凝聚着这个民族对世界和生命的历史认知和现实感受，也往往积淀着这个民族最深层的精神追求和行为准则。”文化产业是在一定的民族文化背景下进行的，如果没有丰富的文化

资源和深厚的文化底蕴作基础，文化产业就会成为无源之水，无本之木。因此，各民族文化中丰富而宝贵的人文资源，不仅有着重要的研究价值，而且更具有多方面的潜在经济开发价值，它们是大力发展特色文化产业的重要资源。

中华民族文化博大精深，中国文化产业资源丰富。中国是一个多民族的国家，除汉族外还有 55 个少数民族。几千年来，各族人民相互依存、相互联系、相互交流、相互促进，形成了以汉文化为主体、多个少数民族文化并存的多元一体的大中华民族文化格局。多姿多彩的民族文化丰富了中华民族文化的内涵，形成了中华民族文化的多样性。源远流长、博大精深的中华民族文化，已深深融入到中华民族的血脉之中，滋养了一代又一代国民的心灵，铸造了中华民族的精神乃至灵魂，成为中华民族共同的精神记忆和中华文明特有的文化基因。对于刚刚兴起的中国文化产业来说，这些积淀深厚、丰富多彩的中华民族文化是其取之不尽、用之不竭的宝贵资源，是当今文化产业发展的深厚的土壤和根基。中华民族文化不仅可以为中国的文化产品赋予鲜明的民族、思想、内容、形式以及美学特色，而且能给中国文化产品以特殊的文化魅力和市场竞争力，从而产生良好的社会效益和创造巨大的经济效益。我们要正确认识中华民族文化资源的历史意义和现实价值，根据取其精华、去其糟粕的原则，合理利用这些宝贵的民族文化资源，与时俱进，不断创新，挖掘它们中符合时代发展要求的内容，汲取其合理思想内核，赋予新的时代内涵，创造出富于新的时代气息，满足现代人，包括现代中国人和外国人审美情趣的优秀文化艺术产品，形成具有中华民族特色的文化产业，这将是我国文化产业未来发展的方向。

二、文化创意：文化产业的核心

经济的知识取向也日益强烈，创意推动文化资源转化为财富。随着知识经济功能日益增大，“知识经济化”和“经济知识化”这两种趋势的合流形成了当今的知识经济。文化产业是知识经济时代的高端产业，是智能化、知识化的智慧型产业，它以文化内容和创意成果的转换为核心，其本质就是把文化思想、知识技能、创造力综合起来，形成新的产品、新的市场，提供新的服务，创造新的就业机会。它的知识密集型、高附加值、技术整合性的特性，对于增强产业的综合竞争力、提升产业发展

水平、优化产业结构具有日益重要的作用。因此，文化产业不能仅仅重视文化资源的积累和投入，而应更注重人力资本的投入及人力资源的开发。文化产业又被称为创意产业，或文化创意产业。创意是一种创造性的思维活动，是一切创新活动得以展开的前提和基础。文化创意产业推崇创新和个人创造力，强调文化对经济的支持和推动。从文化资源到文化财富的实现，创意是核心，没有创意，就没有文化产业。它以内容创意为核心，综合产品的制造、营销和推广，形成文化品牌优势，带动后续产品的开发，形成上下联动、左右衔接、一次投入、多次产出的链条。发展文化产业需要从创意开始，以形成核心竞争力、实现文化产业的可持续发展为目的。从文化产业实现这一过程来看，文化资源仅仅是文化产业实现的重要基础与条件，要真正实现文化资源到文化产业的转化，还必须经过创意的提升和技术的实现这两大过程。

挖掘中华民族文化资源，用创意打造中国文化产业品牌。中国文化产业的发展必须走将中华民族文化资源转化为与当代社会消费需求相适应的文化产品的创新之路。挖掘本民族文化资源中最能代表本民族文化性格的差异化特征，用创意建立起本民族文化资源的符号表达体系，即文化品牌的确立，这既关涉能否集聚起本民族的文化资本，又关涉将来中华民族文化软实力的核心竞争力。综观近年轰动全国的广西桂林的大型实景表演《印象·刘三姐》、云南的大型表演艺术《云南印象》等，都以各自新颖、独特的创意独树一帜、先声夺人，创造了一种新的艺术形式，令观众耳目一新，给人一种革命性的文化、艺术、感官冲击，受到国内外观众的欢迎，获得了很好的社会效益和经济效益。它们的成功在于把握住了本民族原生态的文化元素，在于激活了那些积淀在民间生活中的符号。正如皇甫晓涛教授在他著的《创意中国与文化产业》一书中所说的那样：“中国人又开始了本土化、民族化的文化重构与文明再造，开始了创意中国的新文化运动。”由于文化产业是知识产业和创意产业，因此，在发展中华民族文化产业的过程中，要高度重视知识产权的保护，因为知识产权是创新的基本条件和根本基础。中国要建设一个创新型社会，保护知识产权再也不是外国人对中国人的要求和压力，而是一种民族自觉，是保护我们自己的智慧力、原创力、可持续发展动力的关键手段，是保护我们民族的未来。

三、文化科技：文化产业的动力

现代科技是提升文化产业竞争力的重要手段。知识经济是建立在以现代科学技术为先导、文化创新为基础、知识资源优化配置、合理使用与有效消费基础上的经济形态。因此，知识与经济、科技、文化相互渗透、相互促进、相互交融的一体化成为当代经济社会发展的一个突出特征。文化产业强调产业的价值源于文化积累和科技发展所激发的创意，从本质上说，富于创新精神和知识含量的文化产业，与不断进步的科学技术有着天然的亲和力。在当今文化科技大发展的时代，文化产业是科技与文化高度交融的产物，科技已成为文化创作、传播的主要载体和主要驱动力，是提升文化产业核心竞争力的重要手段。当前科技对于文化产业是多层次渗透、全方位介入的。其一，文化产品生产手段的创新。就文化产品生产而言，一个好的文化资源或优秀创意要转化为相应的文化产品，必须借助一定的手段来实现。现代科技创新不断激发着文化生产者的创新意识和创新思维，打破了以往传统表现手法的障碍，为那些美好创意的实现提供了强大的技术支持和手段，使创意思维中的无限想象转化为丰富的现实情境，极大地拓展了创意空间，催生出更多丰富而具有想象力的产品的文化表达方式。其二，文化产品流通方式的创新。现代科技对文化产品的流通也起着革命性的作用，当以现代科学为基础的高新技术加入到文化产品流通环节后，特别是传播技术的发展，如印刷技术的进步，广播、电影、电视、电脑网络、卫星通信技术等的诞生，使文化产品流通表现出空间立体化、时间快速化和手段现代化等特征，使文化产品的流通空间变得更大更广，流通速度更快，周期更短。其三，文化资本市场优化的创新。在科学技术的推动下，知识资本成为创造文化产品价值的实际推动力，科学技术、文化产业与资本协同运作的强大能量，往往会带来意想不到的经济效益。在现代信息技术的影响下，文化市场优化了资本的流动规则，资本对技术的依赖逐渐增强，资本决策者希望能在最广阔、最深入的领域里作最充分的选择，以找到最理想的投资方向，而资本总是倾向于流向有创新和文化含量、有核心竞争能力的新型产业。

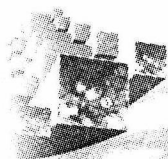
文化科技创新是推动文化产业发展的不竭动力。现代文化产业作为知识密集、信息密集、技术密集的新兴产业，创意是促使其发展的原动力，科技是支撑其发展的推动力，因此，科技竞争力必然是文化产业核心竞争

力的重要组成部分。作为 21 世纪的“朝阳产业”，文化产业已经成为体现各国核心竞争力的重要内容，而是否有高新科技支撑，又成为检验各国文化产业的发展质量、发展规模和发展前景的一个重要指标。从发达国家文化产业的发展经验来看，科技进步对提升国家文化产业的竞争力起到了巨大的积极作用。现在我们提出文化与科技融合，就是要关注高新科技发展的前沿动态，充分运用文化资源、创意思维、高新技术促进文化产业创新，把“中国制造”变成“中国创造”，从而提高我国文化产业的核心竞争力和综合国力。

华中师范大学国家文化产业研究中心是文化部命名的国家级文化产业重点研究中心之一，近几年来，先后承担国家级和省部级关于文化和文化产业研究的项目 40 多项，并开展文化遗产与文化产业硕士、博士研究生的培养以及在职培训，是我国文化产业学的重要学术研究和人才培养基地。研究中心在民族文化资源、文化创意、文化科技和文化产业等方面开展了卓有成效的研究，产生了一批重要成果，形成了自己的特色和优势。现在组织出版这套“文化：资源与产业”文库，并以分系列的、开放的方式陆续推出，是为了更好地展示其中的重要研究成果，并促进相关研究更加深入。我们也真心地希望通过这一大型文库的出版发行，能对读者进一步了解和把握民族文化资源的特点与价值，文化产业的本质与规律，文化事业与文化产业的联系与区别，以及文化产业发展的方向与路径等有所帮助，对中国的文化传承与创新、改革与发展起到积极的推动作用。

黄永林

2011 年 7 月 11 日



目 录

导言 1

第一章 电视在城市圈文化建设中的作用 3

第一节 彰显电视文化人文特征 优化区域发展软环境 4

一、软环境对武汉城市圈建设的意义 4

二、电视文化人文内涵与区域软环境的联系 8

三、电视文化优化软环境的具体方式 11

第二节 利用电视文化影响力 架设文化认同的精神桥梁 13

一、区域文化认同的现实意义 13

二、武汉城市圈文化认同的先天优势 16

三、武汉城市圈文化认同的现实障碍 20

四、电视文化促成文化认同的效力 24

第三节 体现电视文化产业属性 助力区域经济发展步伐 26

一、明确电视文化产业的属性 27

二、发展电视文化产业对城市圈经济的现实意义 29

三、武汉城市圈电视文化产业的发展潜力 32

四、武汉城市圈电视文化产业的集群发展策略 36

第四节 发挥电视文化价值排斥功能 弥补“政府失灵”的缺陷 40

一、“政府失灵”理论及现实意义 41

二、价值排斥功能的具体表现 43

三、舆论监督与政府行政的关系 44

四、电视媒介弥补政府失灵的主要途径 47

第二章 武汉城市圈电视文化资源 51

第一节 武汉城市圈电视主流文化资源 54

一、电视主流文化资源的构成基础 55

二、电视主流文化资源的内涵特征 59

三、电视主流文化资源的存用量现状 62

第二节 武汉城市圈电视精英文化资源 64

一、电视精英文化资源的构成基础 65

二、电视精英文化资源的内涵特征 68

三、电视精英文化资源的存用量现状 71

第三节 武汉城市圈电视大众文化资源 73

一、电视大众文化资源的构成基础 73

二、电视大众文化资源的内涵特征 78

三、电视大众文化资源的存用量现状 81

第四节 武汉城市圈文化资源利用评价 83

一、电视文化资源利用的现状述评 84

二、电视文化资源开发利用的主要问题 89

三、电视文化资源利用的策略 97

第三章 武汉城市圈电视文化环境 101

第一节 经济环境 103

一、武汉城市圈经济社会发展状况 104

二、经济环境的特点 110

三、经济学视域中的电视文化 112

第二节 人文环境 119

一、人文环境的历史与现实 120

二、人文环境的特点 125

三、文化学视域中的电视文化 130

第三节 社会生活环境 134

一、社会生活环境的特点 135

002

二、武汉城市圈受众媒介接触习惯	140
三、社会生活环境在电视节目中的反映	148
第四节 媒介环境	152
一、媒介生态环境现状	153
二、媒介环境的特点	161
三、武汉城市圈电视媒介的内生态	165
第四章 武汉城市圈电视文化建设	170
第一节 电视文化资源的整合	170
一、电视文化资源的整合	170
二、电视媒介资源的整合	181
第二节 电视文化环境的建构	195
一、内部环境的建构	195
二、外部环境的建构	200
三、内外环境的良性互动	206
第三节 电视文化产业链的建立	208
一、电视文化产业链建立的必要性	208
二、电视文化产业链建立的可行性	214
三、电视文化产业链的建立与拓展	221
第四节 电视文化的发展方向	235
一、追求“两个效益”的最佳结合	236
二、坚持本土化的发展战略	240
三、秉承人文关怀的发展内涵	246
参考文献	252
后 记	261



城市圈是社会发展到一定阶段的产物。城市圈的构成不是靠简单的地域连接起来，也不是靠行政手段强行捏合实现，它的形成有特定的要求，可以说是由多种因素契合而成的。城市圈首先要有一定数量和一定规模的城市，要有便利的交通，有区域间经济社会联系的纽带，同时城市圈还要有文化的内涵以及文化内涵的相互关联。这已成为很多人的共识。武汉8 + 1城市圈就是指以武汉为中心，包括武汉及其周边的黄石、鄂州、孝感、黄冈、咸宁、仙桃、潜江、天门共9座城市聚合而成的城市群落。

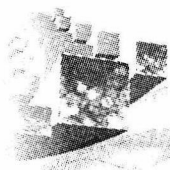
众所周知，城市圈的建设是离不开文化的。英国人类学家泰勒对文化的定义是迄今为止最有影响的。他说：“文化，或文明，就其广泛的民族学意义来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”^①文化在某种程度上就是人化，赋予了人类智慧的现象就是文化。如果有许多地带类似的文化丛相连接，其主要的文化特质、文化内容相似或者基本相同，文化社会学就把这种文化现象叫做文化圈。德国的格雷布内尔对文化圈的理解更多地从地理空间上考察其意义，注重物质文化。奥地利的施密特进一步发展了文化圈的概念，认为文化圈还包括社会风俗、伦理道德、宗教等因素。文化因其多样性而具有魅力，而城市文化的发展却面临着趋同的危机。由于全球一体化的发展，更由于西方强势文化的入侵，城市的趋同现象日益严重，许多城市的特色正在逐渐丧失。出现这种现象，主要是由于经济和文化发展的不对称性引起的。另一方面，“当工业文明以其不可阻挡之势改变着世界面貌时，由不同的国家、民族和历史形成的文化特色和独特的文化遗产正在迅速消失”（杨东平语）。我们现在正面临着这

① [英] 爱德华·泰勒：《原始文化》，上海文艺出版社，1992年，第1页。

样的问题。城市圈的发展已成为各地的新趋势，因为电视文化在城市文化中占有突出的位置，所以，城市圈中电视文化建设就显得很重要。

目前，从经济或区域经济层面研究城市圈的比较多，而从文化的角度进行研究的则比较少，至于研究城市圈的电视文化就更微乎其微了。这种状况，在武汉城市圈的研究中也是一样。有鉴于此，我们确定了电视与城市圈文化建设的研究选题，试图运用社会调查方法对武汉城市圈9个城市与电视相关的历史文化资源进行全面调查，通过梳理和总结，进而抽象出武汉城市圈9个城市的文化特征和基本内涵，找出它们的共同点和不同点，然后再把武汉城市圈9个城市的文化放在文化圈系统中加以观照和考察，在“两型社会”的背景中透析城市圈中电视文化圈的内涵，特别是把它放在当代中国先进文化的价值体系中考察，探讨它与现代社会的联系，阐述武汉城市圈电视文化的精神指向以及所呈现的种种形态。最后，在前述的基础上建构武汉城市圈中的电视文化圈，并对电视文化圈的具体内容进行文化的和产业的阐述。

我们认为，本课题的研究至少有两个方面的意义。第一，有利于城市圈的文化体系和文化特色建设。每个城市圈都有自己的文化特色，如长三角城市圈“海派文化”和“江南文化”，环渤海经济圈的“齐鲁文化”。城市圈不仅具有地缘优势，一般还具有相似的文化传统、文化特质和文化习俗等内涵。对文化圈要进行文化开发才能增加圈内城市的凝聚力和向心力，形成具有特色的文化品牌，而电视媒介就有一定的代表性和拉动力。武汉城市圈不仅是经济发展有活力的地区，也是文化比较繁荣的地区，并且在数千年的文化积淀过程中，深深融入了楚文化的底蕴，武汉城市圈区域内就是一个完整的文化圈。在这个文化圈中，电视文化占有重要的地位。因此，研究武汉城市圈的电视文化，不仅有利于城市圈的文化特色建设，而且还有利于城市圈的文化体系建设。第二，具有重大的理论意义和实际意义。文化是城市的品质和个性，是城市发展的重要力量。城市是文化的物化。坚守历史传统、适应时代需要的文化创新是城市发展的灵魂和活力。作为“中部崛起”的重要引擎，武汉城市圈要进行“两型社会”建设综合配套改革，迫切需要从传统文化中寻求创新动力，建设与经济社会发展相适应的城市圈电视文化。武汉城市圈全部位于荆楚文化的核心地区，将荆楚文化的优秀精华和丰富内涵与建设武汉城市圈电视文化有机地结合起来，形成独特的历史人文景观和适宜的城市生态环境，对增强武汉城市圈经济社会发展的潜力和后劲、促进率先崛起和全面建设小康社会，具有重大的理论意义和实际意义。



第一章 电视在城市圈文化建设中的作用

2005年以来，国家先后批准设立了6个改革新区。从本质上讲，这些改革新区都是要着力解决困扰中国经济粗放型发展方式的弊端，探索有中国特色、实现又好又快发展的科学发展模式，走生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路。相比于沿海改革新区，中国中、西部地区改革新区的任务要艰巨得多。自2007年国务院批准武汉城市圈成为“两型社会”建设综合配套改革试验区以来，武汉城市圈全力推进资源节约、环境保护、科技创新、产业结构优化升级、统筹城乡发展、节约集约用地、财税金融、对内对外开放和行政管理9个方面的机制体制创新。经过这几年的探索和努力，各方面均取得了初步成效。但由于综合配套改革是一项创新性的工作，涉及的都是深层次的体制机制矛盾和问题，改革创新仍处在攻坚阶段，需要各级政府、各企事业单位、社会团体以及武汉城市圈全体社会成员聚集力量共同努力，实现政治、经济和文化全面发展进步。

作为当今社会文化的重要组成部分，电视文化与政治、经济和文化有着天然的紧密联系。各类社会因素在构成电视文化外围空间的同时，电视文化也对各社会因素形成不可忽视的影响和作用。在不同的时空维度和社会环境下，电视文化针对特定范畴的事物会起到独特的作用。武汉城市圈改革试验在范畴上属于大区域的社会系统建设工程，宏观至微观层面的庞杂因子构成这一有机体系。电视文化作为其中一个因子，对武汉城市圈建设亦发挥着重要作用。有鉴于此，2009年8月，湖北省广播电视总台联合圈内9市广电局（台）共同发起成立武汉城市圈广播电视联盟，利用和挖掘城市圈内广播电视资源，力图打造新闻、专题、文艺宣传和大型活动四大宣传平台。随着国家发展方针政策的新要求和武汉城市圈改革试验工

003

作的深入，电视文化在新的社会发展阶段所发挥的作用将进一步深化、拓展。

第一节 彰显电视文化人文特征 优化区域发展软环境

在经济全球化的新形势下，区域经济的竞争不仅是区位优势和政策优势的竞争，更是发展环境的竞争。环境就是资源，环境就是财富，环境也是生产力和竞争力。发展环境在整个经济建设中起着十分重要的作用，在市场经济条件下，一个地方发展环境的优劣，直接影响甚至决定着经济增长的速度、社会发展的进程。良好的发展环境有利于投资主体的潜能得到有效释放，社会成员的积极性得到充分发挥，整个社会的创造源泉涌流、创造活力迸发，经济建设更会上一个新的台阶。

经济学和管理学把发展环境分为硬环境和软环境两个层次。硬环境，是指由社会活动所需要的物质条件、有形条件之和构筑而成的环境。所谓软环境，是指与经济社会活动直接相关的非物质条件，是无形要素的集合。就存在形式来说，硬环境是一种物质环境，软环境是一种精神环境。两者共同构成社会发展的核心竞争力。在中国，软环境主要包括政务环境、法律环境、文化环境和诚信环境等。在社会转型期经济发展到达一定的阶段和高度，硬环境基件在高速运作中缺失与之相匹配的动力和协调力时，软环境就成为突破瓶颈的着力点之一。因而政府部门会转向对其的投入和建设，人们的关注重点也会由重硬环境转向重软环境。

一、软环境对武汉城市圈建设的意义

社会发展工程在建设的前期环节，会把交通、电力、通讯、供水、工业厂房等基础设施和生活服务设施作为建设的重点。这些硬环境的建设在社会资源的聚合下，一般成效快、更为直观，也容易成为社会谈论和关注的重点。2008年11月11日，湖北省政府正式批准颁发了《武汉城市圈综合交通规划纲要》，成为武汉城市圈综合交通发展的指导性文件。在相关纲要、方案、意见的促进下，2009年，武汉城市圈完成重点交通固定资产投资396.38亿元，一批重点交通项目相继投产和开工：武英高速黄冈

段、天兴洲长江大桥公路段、左岭至花湖高速、九江长江公路大桥北岸接线、咸宁至通山高速等；武汉新港 29 个港航项目顺利推进，包括亚东水泥码头、阳逻港、80 万吨乙烯码头、中石油码头、南顺石油码头、鄂州鸿泰钢铁综合码头、黄州禹杰物流综合码头；武广客运专线，武汉至孝感、武汉至黄石、武汉至咸宁和武汉至黄冈四条城际铁路建设开工。另外，数量众多的成长型产业集群以及天门市仙北工业园、潜江市江汉盐化工业园和中国光谷咸宁工业园等工业园区的建设也在迅速推进。

2009 年以来，武汉城市圈初步形成“56531”实施框架体系——5 个专项规划、6 个配套支持政策、5 个一体化目标、3 年行动计划、1 个重大项目清单。该实施框架体系的出台，将国务院批准的总体方案变成可操作性的行动计划，加快了“两型社会”综合配套改革试验的步伐，有效提升了武汉城市圈内各城市的综合竞争力，见表 1-1、表 1-2。

表 1-1 武汉城市圈主要城市综合竞争力历史排名^①

城市	2005 年		2006 年		2007 年		2008 年		2009 年	
	省内排名	国内排名	省内排名	国内排名	省内排名	国内排名	省内排名	国内排名	省内排名	国内排名 ^②
武汉	1	27	1	24	1	32	1	23	1	18
黄石	4	127	5	162	5	159	4	154	5	150
鄂州	7	181	9	226	7	214	7	213	7	204
孝感	9	221	10	227	9	238	10	246	11	254
黄冈	10	224	7	206	12	269	11	253	10	242
咸宁	12	248	11	233	10	246	9	243	9	238

注：《中国城市竞争力报告》抽样城市中未把仙桃、天门、潜江选入，故无此 3 城市数据。

^① 倪鹏飞主编：《2010 中国城市竞争力报告》，社会科学文献出版社，2010 年，第 106 页。

^② “排名”指《中国城市竞争力报告》历年全国范围抽样城市中的排名。该报告 2007 年前抽样数为 200 个，之后为 294 个。

表 1-2 武汉市基础设施竞争力指数表及历史排名 * ①

年度	市内基本 基础设施 指数	排名	对外基本 基础设施 指数	排名	信息技术 基础设施 指数	排名	基础设施 成本指数	排名	基础设 施竞争 力	排名②
2002	0.557	12	0.588	11	0.223	37	0.542	33	0.547	33
2006	0.406	14	0.369	15	0.671	25	0.708	54	0.635	16
2008	0.6	11	0.136	22	0.575	33	0.755	43	0.399	23

注：市内基本基础设施指数由道路交通设施指数、水电煤气设施指数、文化卫生设施指数、城市旅游设施指数 4 个子指数项构成；对外基本基础设施指数由路网设施指数、港口设施指数、航空设施指数 3 个子指数项构成；信息技术基础设施指数由每百人拥有移动电话机数、每百人拥有互联网用户数、城市互联网站数 3 个子指数项构成；基础设施成本指数由实际交通成本、实际通讯成本、实际房地产成本 3 个子指数项构成。

从表 1-1 可以看出，2005 年至 2009 年武汉城市圈 6 城市的综合竞争力排名呈波形发展趋势。除孝感呈下降趋势外，其他 5 城市排名在 2006 年攀到高点后均于 2007 年回落，并在之后持续爬升。这说明武汉城市圈在 2007 年获批“两型社会”改革试点在经历了最初的短暂磨合后，大力建设基础设施、各类产业项目等的举措对提升圈内绝大多数城市的竞争力作用明显。而通过表 1-2 也可以看到，作为城市圈龙头的武汉市的基础设施竞争力也呈现同样的发展态势。

而另一层面的软环境，由于成效慢，往往在前期建设阶段被忽视。现阶段，在武汉城市圈区域经济发展中，对软环境的重视仍未得以充分地彰显，以至于造成软环境中的社会环境竞争力在全国的区位排名不高的现状，见表 1-3。

① 本章内凡表名后注有“*”表示该表数据来自倪鹏飞主编、社会科学文献出版社出版的《中国城市竞争力报告》。具体数值分别来自《中国城市竞争力报告》2003 年、2007 年、2009 年、2010 年版，数据表则由本课题组统计制作。

② “排名”指《中国城市竞争力报告》历年全国范围抽样城市中的排名。