

# 国家文化软实力的影响动力机制研究\*

## ——基于“钻石模型”

马立军

(江苏开放大学公共管理学院,江苏南京 210036)

**摘要:**该文基于波特的“钻石模型”提出国家文化软实力的影响动力机制,包括文化生产力要素、文化企业战略、结构和竞争状况、文化产品和服务需求状况、相关产业融合及文化辐射力、政府的作用、机遇的利用,同时利用统计描述的方法分析了党的十八大以来文化软实力动力要素条件的变化情况,表明文化生产力要素条件不断改善,需求条件不断提高,政府在文化软实力提升过程中发挥了积极作用,但文化产业竞争状况有待提高,文化辐射力有待增强。

**关键词:**国家文化软实力;钻石模式;文化生产力要素;文化辐射力

**中图分类号:**G122 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-2404(2018)89-00083-07

### 引言

2009年党的十七大首次提出“提高国家文化软实力”,2016年7月1日,习近平总书记在庆祝中国共产党成立95周年大会上明确提出:中国共产党人“坚持不忘初心、继续前进”,就要坚持“四个自信”即“中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信”。十九大报告进一步指出,推进国际传播能力建设,讲好中国故事,展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力。

已有研究表明一国文化软实力的决定要素不是单一的,包括文化生产力、文化凝聚力、文化创新力、文化影响力、文化政策力等诸多要素,而且各要素之间又存在相互影响的关系。近年来中国文化生产力随着经济发展不断增强,尤其表现在文化生产力要素条件不断改善,比如文化产业从业者数量、质量,国有博物馆、国有美术馆、演艺表演场馆、人均公共图书馆建筑面积等有了一定程度的提高,但是文化影响力和辐射力并未同比例上升,整体来讲,中国文化输入远大于文化输出,产品内容方面中国元素挖掘不足,传播方式与科技融合度偏低,产业环境配套政策体系尚不完善,是目前亟待解决的几个问题

(李凤亮,2011)。近几年文化出口在全球布局较为不均衡、文化出口数额很大,但真正具有民族文化内涵的文化原创产品占比较小(李凤亮等,2017)。

国家文化软实力已上升到国家战略层面,国家软实力存在国际竞争已是各国政府共同的认知,如何从理论上构建一个国家软实力影响动力机制尤为重要,只有厘清国家文化软实力受哪些重要因素影响,各因素之间呈现何种关系,各影响因素目前呈现何种状态,才能进一步度量软实力的水平、历史变迁情况、各影响因素对软实力的贡献程度,根据理论分析和实证测度结果,提出科学的政策建议。

本文采用以下结构安排:第二部分是梳理国内外关于文化软实力的文献;第三部分根据波特的“钻石模型”构建国家文化软实力的动力机制模型,根据动力机制模型进行统计描述和分析;第四部分进行全文的总结。

### 1 文献综述

#### 1.1 文化软实力内涵的研究

Jospf S. Nye(1990)首次提出软实力(Soft Power)一词,之后中国学者分别从资源力、吸引力、文化资源转化力、文化的内部凝聚力等角度探讨了文化软实力的内涵(李智,2008;杨淳伟,2011;胡建,2011;贾海涛,2011;骆郁廷,2013等)。就文化软实力和软实力之间的关系来讲,余晓曼(2011)认为软实力包括了文化、政治和外交三个方面,实际上也就是文化软实力与政治软实力两个方面(外交属于政

收稿日期:2018-10-20

作者简介:马立军,副教授,主要从事文化软实力与文化消费等方面的研究。

\*基金项目:本文得到江苏省高校哲学社会科学研究基金“江苏文化软实力评估及提升路径研究”(2018SJA0544)的资助。

治的一部分),显然,文化软实力是软实力的重要组成部分而非全部。

## 1.2 文化软实力构成要素的研究

黄意武(2016)构建了一个包括文化吸引力、文化影响力、文化凝聚力、文化整合力、文化创新力和文化生产力的国家文化软实力动力构成要素模型,并将其分成手段和结果两个部分,认为六大要素之间相互影响、相互作用。周国富和吴丹丹(2010)在量化研究中国各省(直辖市)的文化软实力时,构建了包括文化传统、文化活动、文化素质、文化吸引、文化体制及政策的五个一级指标,进而采用功效系数法定量分析文化软实力。吴功亮和蔡悦灵(2017)以中国十大城市群为样本,设置文化生产力、文化传播力、文化影响力、文化保障力四个维度指标,考察了中国国家文化软实力水平。

## 1.3 文化软实力的测度

国内学者对中国文化软实力测度评价问题进行了有意义的探索,主要从三个维度、四个维度、五个维度、六个维度等多维度展开(杨新洪,2010;周国富等,2010;熊正德和郭荣凤,2011;阎学通等,2008;时涛等,2013等),有些研究基于城市群进行研究(吴功亮和蔡悦灵,2017等),有些研究测度了代表性文化产品的软实力(徐强,2016;李涛和马秀杰,2017;李凤亮,2017等)。阎学通和徐进(2008)将软实力分为国际吸引力、国际动员力和国内动员力,分别寻找相应指标定量对比中美两国的软实力,发现中国的国际吸引力不足美国的1/8,国际动员力约为美国的1/3,国内动员力约为美国的9/10,中国总体软实力在美国的1/3上下。但是这种分析过于简单,仅仅对单项指标进行了对比,缺乏综合定量分析。杨新洪(2008)借鉴西方净福利经济学观点以及人地关系理论上的“集合理论”研究方法,从文化软实力的价值指标、实物指标两个方面来编制文化软实力综合指数。罗能生等(2010)从文化生产力、文化传播力、文化影响力、文化保障力、文化创新力和文化核心力等6个维度定量分析各省(直辖市)文化软实力水平,具体的定量过程为:首先采用层次分析法确定各项指标的权重,然后进行单因子评价,第三通过加权算术平均法把各项指标对文化软实力评估不同方面的权重值整合起来,得出中国各区域文化软实力综合评估指数及排名。

总体而言,已有文献聚焦于文化软实力的内涵

界定、影响文化软实力的要素构成和文化软实力的测度等方面,但缺乏文化软实力影响动力机制的深入研究,使得文化软实力的测度和政策建议的客观性不强。

## 2 国家软实力的影响动力机制模型构建和统计描述

一个国家的软实力显然取决于多种因素,根据约瑟夫的定义,如果一个国家能够使它的权力在别人眼中是合法的,它的愿望就较少会遇到抵抗,如果一个国家的文化和意识形态是有吸引力的,他人就会自动地追随。如果一个国家能够建立与它的内部社会相一致的国际规范,它就没有必要改变自己(王沪宁,1993)。由此可以认为国家软实力是具有国际竞争特性的,单纯的国家软实力的静态分析意义不大,一个国家的软实力可能在一个特定阶段快速增长,但如果其他国家的软实力也快速增长就会抵消这种增长,为此本文从“竞争”这一视角分析国家文化软实力的影响动力机制。

有些文章从竞争的视角开展了一些有益的研究,比如阎学通和徐进(2008)进行了中美两国的软实力对比,发现中国软实力约为美国的1/3,但他们的研究是建立在单一条件对比基础之上,而国家软实力的影响因素之间可能存在着互相影响的机制。著名学者波特教授用“钻石模型”分析国家间的产业竞争,他发现一个国家即便在生产要素方面具备良好的基础,也未必形成产业竞争优势,说明产业竞争优势不能单纯由生产要素获取,还受到企业战略和良性的产业竞争、相关配套、需求条件四个基本要素,以及政府和机会两个附加要素的影响。我们可以把国家软实力看成某种“产业”竞争的结果,而竞争优势的形成是多种因素共同作用的结果。

罗能生等(2011)也提到了用波特的钻石模型分析文化软实力,但其出发点不是“竞争”,比如该文提到“文化软实力是国家竞争力的核心构成,波特的竞争优势理论是研究竞争力比较成熟的理论模式,可以作为分析文化软实力的重要分析工具。”钻石模型中非常重要的企业战略和良性的竞争结构在该文中也没有体现,另外波特的钻石模型是用来分析国家产业竞争力的工具,而国家文化软实力不是产业,不能简单套用该模型,必须结合文化软实力的内涵和特点重新构建,尤其在指标选取上不能直接

对应钻石模型的四大要素,同时还需要注意政府和机会的作用。

根据钻石模型的理论特点和文化软实力的内涵特征,构建了国家文化软实力的钻石模型,包括四个基本要素条件和两个附件要素条件。四个基本要素条件分别为:文化生产力要素、文化企业战略、结构

和产业竞争状况、文化产品和服务的需求状况、相关产业融合及文化辐射力。两个附加要素是政府作用和机会的利用,具体逻辑关系见图1,实线表示四个基本要素之间相互影响关系,虚线表示两个附加要素对四个基本要素的影响。

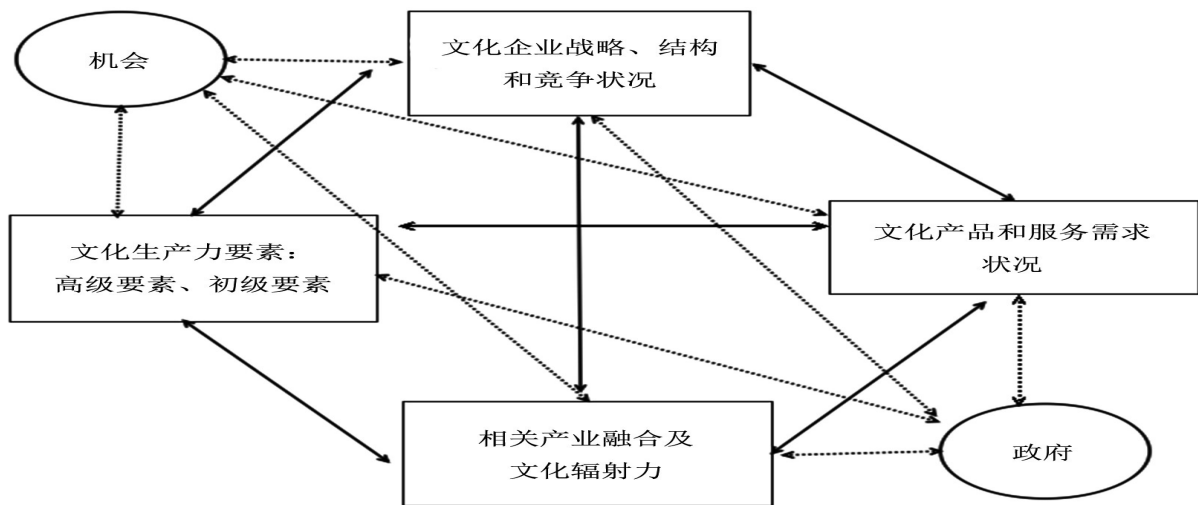


图1 国家软实力影响动力机制

## 2.1 文化生产力要素

文化生产力是生产文化产品、提供文化服务的能力,而这种能力需要相关要素支撑<sup>①</sup>,可以把文化生产力要素分为初级文化生产力要素和高级文化生产力要素。初级文化生产力要素包括电视入户率、互联网入户率、广播入户率、初级文化产业从业人员、技术含量较低的文化资本、物质文化资源和非物质文化资源中级别较低的资源要素。初级文化生产

力要素提供较低层次的文化产业和服务,对国家软实力提升作用有限。高级文化生产要素包括高级文化产业从业人员、艺术表演团体、艺术表演场馆、美术馆、公共图书馆、文化类知识产权(用输出版权数量衡量)、文化产业固定资产投资等具有较强的延展性和创造性的生产要素。

表1 高级文化生产力要素(2013-2017)

| 年份   | 艺术表演团体<br>(个) | 艺术表演从<br>业人员(人) | 艺术表演演出<br>场次(万场) | 艺术表演场<br>馆(个) | 国有美术馆<br>(个) | 平均每万人公共图<br>书馆建筑面积(平方米) | 输出版权数<br>(项) |
|------|---------------|-----------------|------------------|---------------|--------------|-------------------------|--------------|
| 2017 | 15752         | 403197          | 293.8            | 2455          | 499          | 109                     | -            |
| 2016 | 12301         | 332920          | 230.6            | 2285          | 463          | 103                     | 11133        |
| 2015 | 10787         | 301840          | 210.8            | 2143          | 408          | 94.7                    | 10471        |
| 2014 | 8769          | 262887          | 173.9            | 1338*         | -            | 90.0                    | 10293        |
| 2013 | 8130          | 260865          | 165.1            | 1344          | -            | 85.1                    | 10401        |

注:艺术表演场馆在2014年的统计口径和其他年份不同,只包括国有艺术表演场馆,其余年份包含非国有;国有美术馆数据的2013和2014年数据缺失;2017年的输出版权数据尚未公布;原始数据来自《文化发展统计公报(2013-2017)》。

<sup>①</sup> 很多文献没有区分文化生产力和文化生产力要素,其实这二者存在着逻辑差别,文化生产力要素是文化生产力的必要条件,文化生产力是文化生产力要素的具体表现,是一种“生产效率”,如果不对二者加以区分,会导致逻辑混乱,文化软实力测量时变量选取缺乏独立性和客观性。



本文根据已有统计数据描述了高级文化生产力要素的变化情况,表1是党的十八大以来各高级文化生产力要素的变化情况。通过表1可以发现各项指标基本呈现逐年扩大趋势,说明中国高级文化生产力要素供给能力不断增强,为提升国家文化软实力打下了坚实基础。

## 2.2 文化企业战略、结构和文化产业竞争状况

“钻石模型”强调良性的产业竞争对提高产业的国际竞争力的作用,本文构建的国家文化软实力动力机制也延续这一思路,认为文化企业的合适的战略、文化产业良性的竞争有益于提升文化软实力。随着互联网技术的快速发展和普及,中国传媒等产业业态和商业模式发生了显著变化,形成了一批大型门户网站、互联网视频公司、旅游网站等文化类互联网公司,它们在改变行业商业模式的同时,也在提高产业的竞争力。门户网站新闻传播时效性强,互动性高,强有力地冲击着传统报业的商业模式;视频网站自制剧数量和质量不断提升,传统电视台收视率不断下降。传统的产业模式受到巨大冲击,迫使报业集团、广电集团、影视制作集团转变战略方向,整合资源改变商业模式。

产业竞争状况可以用产业集中度进行衡量,由于中国文化产业数据不健全,目前没有公认的文化产业集中度指数,为此选择规模以上文化产业相关企业增加值占总增加值的比重间接衡量。国家统计局在2014年和2015年公布过规模以上文化企业增

加值,两年的数值分别为16 032亿元和17 796亿元,占全国文化企业增加值比重分别为66.9%和65.3%,2015年规模以上文化及相关产业企业营业收入74 710亿元,占全国文化及相关产业企业营业收入的比重为74.5%<sup>②</sup>,对比2015年的数据显示,规模以上文化及相关产业企业的盈利能力不是很强,营业收入占比与增加值占比相差近10个百分点,而美国文化产业集中度较高,形成了较为良性的竞争环境和创新动力,比如著名的好莱坞影视公司中的迪士尼、华纳兄弟、米高梅、派拉蒙等公司的影响力享誉全球,创作了无数经典影片,同时也输出了美国的价值观。

## 2.3 文化产品和服务的需求状况

需求是企业产品定价、利润获取的重要因素,同时也是企业质量控制、创新意识、竞争意识的决定条件。文化产品和服务需求涉及市场规模和需求质量。文化产品和服务的市场规模可用文化产业增加值占GDP比重、人均文化产业增加值、城镇居民文化消费总支出比重及文化产业各细分领域经营收入衡量。表2是文化产品和服务的市场规模数据,可看到无论是文化产业增加值、文化服务增加值还是文化消费都伴随着经济发展同步增加,尤其文化产业增加值占GDP比重在2016年达到了4.14%,表明文化产业对经济增长的贡献日益增强,文化产品和服务的市场规模不断扩张,有利于提升国家文化软实力。

表2 文化产品和服务的市场规模(2012-2016)

| 指标                        | 2016            | 2015            | 2014            | 2013            | 2012            |
|---------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 文化产业增加值(亿元)及占GDP比重(%)     | 30785<br>(4.14) | 27235<br>(3.97) | 23940<br>(3.76) | 21351<br>(3.63) | 18071<br>(3.48) |
| 文化服务增加值(亿元)及占文化产业增加值比重(%) | 16024<br>(52.1) | 13640<br>(50.1) | 11641<br>(48.6) | 10039<br>(47.0) | 9631<br>(53.2)  |
| 城镇居民文化娱乐消费(元)及占总支出比重(%)   | 1269<br>(5.5)   | 1216<br>(5.7)   | 1088<br>(5.4)   | 945<br>(5.2)    | -<br>-          |

注:2012年之前的城镇居民文化消费包含教育支出,不具有可比性,故没有列出;括号内数字为相应数据的占比情况;原始数据来自《文化发展统计公报(2013-2017)》。

文化产品和服务的需求质量指消费者对文化产品和服务的需求苛刻程度,消费者的要求越高,企业对产品的质量和内容控制越谨慎,波特在《国家竞

争优势》一书中描述了日本市场消费者对消费产品的苛刻程度,因为消费者对消费品的质量、性能等要求非常高,导致生产者不敢怠慢,通过提升产品质

② 其余年份没有公布过相关数据,因此不能用营业收入占比进行整体衡量。

量,创新产品功能来讨好消费者,进而在国家市场形成竞争力。中国文化产业快速发展的同时,也培育了一批要求不断提高的消费者,消费者消费素质的提升给文化产业从业者带来了创新压力和动力。以影视产业为例,在消费者要求不高时,一部影视作品只要有明星就能卖出不错的票房,但消费者观赏能力不断提高之后,光有流量但缺乏演技的明星反而可能成为票房毒药。

消费者的需求苛刻程度不易衡量,但随着互联网应用的发展,一些基于评价的互联网平台发展迅速,数据量丰富,可以通过对这些平台的分析窥探究

竟,我们以豆瓣网对中国电影的评价为例间接了解消费者对影视作品的要求苛刻程度的变化。图2是豆瓣中国电影评分均值图趋势,可以看出影视评分分数呈不断下降的趋势,图2本身所展现的信息是近年电影作品质量不断下滑,但在电影制作技术日新月异的今天,电影作品怎么可能呈现如此趋势呢?没有其他因素的作用吗?这张图反映的另一种信息可能是观影者品味越来越高,同样的作品在不同年代观影者的容忍程度是不同的,容忍度的不断下降,让今年的电影作品压力巨大,必将迫使影视制作公司提高影片质量,进而提高整个行业的竞争力。

年份&均值评分

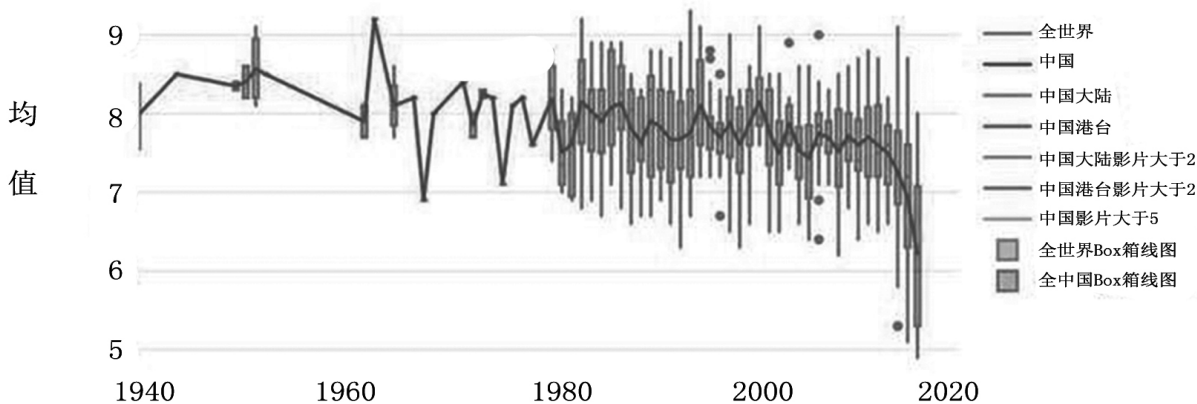


图2 豆瓣中国电影评分均值图趋势<sup>③</sup>

#### 2.4 相关产业融合力及文化辐射力

国家文化软实力的提升需要文化要素和非文化要素融合,“软实力”需要“硬实力”<sup>④</sup>的支持,在现实经济社会中,很难将“软实力”与“硬实力”割裂开来,比如所谓的文明古国都具备一定的文化生产力要素条件(如物质文化遗产和非物质文化遗产等),但除中国外的其他国家在国际政治、经济、文化领域的影响力有限,说明“软实力”需要以“硬实力”为基础。

着眼于竞争的国家文化软实力需要通过文化辐射力产生影响,可以说文化辐射力是文化生产力要素、文化需求条件、文化企业战略、结构和竞争状况转化为文化软实力的“终端”,这一点与“钻石模型”

分析产业竞争优势的逻辑不同,“钻石模型”在分析产业竞争优势时不存在“终端”的要素条件,所有要素条件都是相互影响和循环促进的。中国文化软实力国家影响力不是很强,很重要的原因就是缺乏文化辐射力,比如文化辐射力很强的影视动漫产品输出大国美国、日本、韩国,每年都往世界各地输出蕴含本国价值观的影视作品,在潜移默化中影响观看者的价值观,进而提高本国的文化影响力,而中国影视作品鲜有全球热播的作品,当然随着中国文化产业创作能力的提高,这种状况应该会有所改观,比如2017年优酷自制剧《白夜追凶》在国内热播,受到广泛好评,其后被美国Netflix公司买下播放版权,在自身平台上向190多个国家和地区播放。

<sup>③</sup> 图表来自《数据分析:豆瓣电影分析报告》,网址 <https://www.jianshu.com/p/9cd6d73a7a62>。

<sup>④</sup> “硬实力”包括一国的经济发展水平和发展速度、军事实力、科技实力等。

## 2.5 政府的作用

国家文化软实力提升的主体是政府,政府可以通过文化产业扶持政策、财政支出结构优化等政策手段提升文化生产力要素的存量和质量、提高文化创新力、优化文化产业竞争结构、创造文化软实力提升机遇。政策层面,最具有代表性的《文化产业振兴规划》于2009年出台,将文化产业发展提升到了国家战略产业层面,随后又出台了《文化部十二五期间文化改革发展规划》、《文化部十二五时期文化产业倍增计划》、《文化部“十三五”时期文化产业发

展规划》、《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》等政策法规,备受关注的《文化产业促进法》也将于2018年内出台。财政资金扶持方面,包括文化产业固定资产投资、国家艺术基金、政府采购公益演出、中央对地方文化项目补助、全国文化事业费等都是直接扶持文化事业和文化产业发展的资金支持手段。表3是2012年至2016年间政府文化资金的投入情况,各项资金投入稳步增加,尤其文化产业固定资产投资自十八大以来翻了一番,充分反映了政府和市场对文化事业发展的关注和乐观预期。

表3 政府文化资金投入情况(2012-2016)

| 年份   | 中央对地方文化项目补助(亿元) | 文化体育传媒经费(亿元) | 政府采购公益演出(万场) | 文化产业固定资产投资(亿元) | 全国文化事业费(亿元)  |
|------|-----------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| 2016 | 61.03           | 3165         | 14.23        | 33713          | 770.69(0.41) |
| 2015 | 47.80           | 3077         | 13.87        | 28898          | 682.97(0.39) |
| 2014 | 46.95           | 2691         | 10.85        | 23686          | 583.44(0.38) |
| 2013 | 48.98           | 2520         | 8.9          | 19575          | 530.49(0.36) |
| 2012 | 42.97           | 2268         | 10.33        | 15644          | 480.10(0.38) |

注:严格说文化产业固定资产投资不能全算政府文化资金投入,为了体现文化产业资金的投入情况,本文将文化产业固定资产投资与政府文化资金放在一起;括号内为全国事业费占财政支出比重;原始数据来自《文化发展统计公报(2013-2017)》。

## 2.6 国家文化软实力提升机遇

国家文化软实力提升机遇可以是重大技术变化、重大政治经济活动、重大体育赛事、国际思潮演变等,国家文化软实力提升机遇是文化辐射力提升的重要载体,能够提升文化生产力要素效率、促进文化产业良性竞争,比如北京奥运会、南京青奥会、广州亚运会期间各国运动员、各国入境游客、各国新闻媒体曝光都将有助于文化辐射力的投放。

当今互联网技术发展迅速,信息传播方式和传播速度发生巨大变化,传统的信息治理模式需要随之改变,要充分适应和利用信息传播手段的改变,有效传播具有中国特色的社会主义先进文化,展现改革开放40年来的优秀文化成果。

## 3 结论

本文基于波特的“钻石模型”,提出包括文化生产力要素、文化企业战略、结构和竞争状况、文化产品和服务需求状况、相关产业融合及文化辐射力、政府的作用、机遇的利用六因素的国家文化软实力的影响动力机制。文化生产力要素是基础,文化产业竞争状况和文化产品需求状况是动力,文化辐射力

是终端,政府是助推器。

从统计结果可以看到,党的十八大以来文化生产力要素条件明显改善,为提升国家文化软实力提供了坚实的基础,文化产品消费者的需求条件不断提高,政府资金投入增长速度快于经济发展速度,以《文化产业振兴规划》为代表的文化产业政策法规有助于文化生产力要素条件的改善,促进文化产业良性竞争。同时,规模以上文化产业相关企业市场份额不高,没有形成具有国际影响力的文化企业,文化产品和服务的辐射力不高,文化类知识产权国际影响力不强。

### 参考文献

- [1] Joseph S. "Soft Power: The Means to Success in World Politics", New York Public Affairs. Nye, 2004.
- [2] 李凤亮,赵雪彤. 数字创意产业与国家文化软实力提升路径研究[J]. 广西民族大学学报(哲学社会科学版), 2017(11).
- [3] 李凤亮. 文化产业提升文化软实力的战略路径[J]. 南京社会科学, 2011(12).
- [4] 余晓曼. 城市文化软实力的内涵及构成要素[J]. 当代

- 传播,2011(2).
- [5] 黄意武.文化软实力的构成要素与路径找寻[J].重庆社会科学,2016(10).
- [6] 吴功亮,蔡悦灵.中国十大城市群文化软实力的多维度分析[J].统计与决策,2017(17).
- [7] 周国富,吴丹丹.各省区文化软实力的比较研究[J].统计研究,2010(2).
- [8] 阎学通,徐进.中美软实力比较[J].现代国际关系,2008(1).
- [9] 杨新洪.关于文化软实力量化指标评价问题研究[J].统计研究,2008(9).
- [10] 罗能生,郭更臣,谢里.我国区域文化软实力评价研究[J].经济地理,2010(9).
- [11] 王沪宁.作为国家实力的文化软权力[N].复旦大学学报(社会科学版),1993(3).

## Research on the Dynamic Mechanism of the Influence of National Cultural Soft Power——Based on the “Diamond Model”

MA Lijun

(School of Public Administration, Jiangsu Open University, Nanjing Jiangsu Province 210036, China)

**Abstract:** National cultural soft power, as an important supplement to the country's hard power, has risen to the national strategic level and forms a competitive situation among countries. The theoretical and practical significance of studying the national cultural soft power is self-evident. The existing research mainly focuses on the connotation, constituent elements and measurement instead of forming the research results of the dynamic mechanism of the influence of the relatively complete cultural soft power. This paper proposes the dynamic mechanism of influence of the national cultural soft power based on Porter's "diamond model", which includes cultural productivity factors, cultural enterprise strategy, structure and competition status, cultural products and service demand, related industry integration and cultural radiation, the role of government, the use of opportunities, and the use of statistical description methods to analyze changes of dynamic factors in the conditions of the cultural soft power since the 18th CPC National Congress. It indicates that the government has played an active role in upgrading cultural soft power with the conditions of cultural productivity factors improving and the demand conditions improving continuously. However, the cultural industry competition needs to be improved and cultural radiation needs to be strengthened.

**Key words:** national cultural soft power; diamond model; cultural productivity factor; cultural radiation