

# 文化是决定国家竞争力的重要因素

唐晶晶

(深圳信息职业技术学院基础部, 广东 深圳 518029)

**提 要:** 20世纪末以来, 随着知识经济的发展, 文化发生了深刻的变革, 迫使我们重新审视文化的定位和功能。本文从文化与经济的关系、文化对综合国力的影响以及提升文化竞争力的途径等方面, 阐述了文化在综合国力和国际竞争中的重要地位和作用。

**关键词:** 文化; 文化产业; 综合国力; 竞争力; 知识经济

**中图分类号:** G1      **文献标识码:** A      **文章编码:** 1672-6332 (2008) 01-0074-06

现代科技的飞速发展和知识经济时代的来临, 文化已渗透到社会生活的各个领域, 文化与经济的日益融合已成为当今社会发展的一种趋势, 构成现代经济发展的内在动力和重要内涵。进入21世纪以来, 文化产业不仅成为经济的重要组成部分, 而且已成为一些发达国家扩大对外贸易的主导型产业和国民经济与社会发展的支柱产业。一个国家综合国力的增长、经济的振兴, 越来越依赖于文化的竞争力, 文化竞争与文化生产力的发展已成为21世纪世界经济发展的主要特点, 正是从这个意义上说, 现代市场经济就是文化经济, 是以文化知识作支撑的经济。中西文化的碰撞、交汇与融合, 使文化与经济的关系以及文化对综合国力的影响, 都发生了深刻的变革, 现实新课题需要我们重新审视文化的定位和功能, 这不仅是推动经济增长和文化发展的内在动力, 也是增强我国综合国力、提高国民经济整体素质的重要途径。

## 1 文化不仅是价值导向, 也是经济发展的强大动力

传统的“文化事业”视角将文化的范畴限制在思想道德、价值观念、生活方式、思维方式和审美情趣等精神领域, 定位文化的主要功能是促进人的发展、丰富人的精神生活, 文化对经济发展的价值导向作用表现为对物质生产、交换、分配、消费以思想、理论、舆论的引导, 在一定程度上规定了经

济发展的方向和方式。20世纪九十年代以来, 高新技术特别是信息与媒体技术的发展, 其商品功能、经济功能、娱乐功能正在逐步被世界认同和推动。越来越多的国家和民族认识到文化对于当代社会经济生活的巨大影响和制约。1998年世界银行的《文化与持续发展: 行动主题》报告中提出: “文化为当地发展提供新的经济机会, 并能加强社会资本和社会凝聚力”。联合国教科文组织(UNESCO)对文化产业的定义是: “结合创作、生产等方式, 把本质上无形的文化内容商品化。这些内容受到知识产权的保护, 其形式可以是商品或是服务。”现代科技的发展尤其是信息技术、传播技术、自动化技术和激光技术等高科技广泛运用于各类文化艺术活动之中, 给当代文化经济与文化产业的存在方式带来了革命性的影响, 从而使文化的地位和功能发生了巨大的变革, 它对经济和社会发展的促进作用不仅体现在精神领域, 而且体现在生产力构成和经济发展的诸要素中。从经济活动中的人到产品的设计、生产、消费, 无不渗透着文化, 文化渗透于经济活动的全过程, 成为一个国家或地区经济发展的重要动力。

文化是国民素质的决定因素。文化的力量, 深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中。现代市场经济绝不是没有主体的单纯经济运作过程, 而其主体就是具有健全的智力、经济理性和道德约束的人。在科学技术迅猛发展的当今时代, 人的知

[收稿日期] 2008-03-05

[作者简介]唐晶晶(1964-), 女(汉), 湖南永州人, 副教授, E-mail: tangjj@sziit.com.cn

识和创新能力已被提升到空前重要的地位，成为经济增长的智力资源，正如十五大报告指出：“我国现代化建设的进程，在很大程度上取决于国民素质的提高和人才资源的开发。”从一个国家的经济发展模式、产业政策的制定、产业结构的特点，到企业生产过程、管理方式和名牌产品的创立，这些经济活动都蕴涵着非常复杂的人文资源和文化内涵。在知识经济时代，人才在经济社会发展中越来越具有基础性、战略性和决定性作用，成为一个国家、地区的核心竞争力，在某种程度上可以说人文环境决定经济环境和经济效益。因此，树立人才资源是第一资源的观念，以能力建设为核心，大力培养和开发人力资源，建立以公开、竞争、择优为导向的人才选拔任用机制，形成尊重知识、尊重人才和人尽其才、才尽其用的社会氛围，让优秀人才脱颖而出，让创新才智充分涌流，是提升科技创新能力和人才竞争力，促进经济结构调整和产业优化升级的必然要求，也是迎接知识经济的挑战、实施人才强国战略的重要途径。

文化赋予经济发展以强大的竞争力。20世纪80年代以来，随着知识经济的发展，信息化席卷全球，经济与文化加快融合，经济文化一体化发展趋势日益增强。经济活动所包含的先进文化因子越厚重，其产品的文化含量以及由此带来的附加值也就越高，在市场中实现的经济价值也就越大。当今时代，具有竞争力的商品和劳务，不仅具有高技术含量，也具有高文化含量。在经济效益的构成中，文化附加值越来越成为决定经济效益的一个关键。提高商品的文化含量是创造高附加值产品的重要途径。不论农业、工业还是高新技术产业，都必须以与之相应的文化开发和知识投入为前提。以旅游业为例，二十世纪九十年代以来，一些发达国家“以文兴游，以游带文，文游兼做”，很快使旅游成为支柱产业。我国的广西、云南等地相继推出“用文化深化旅游，用旅游带动经济”等举措，促使旅游文化、旅游经济竞相发展。从产业的文化内涵上说，产品价值取决于产品的文化含量，产业的发展取决于产业的文化品位。因此，大力提高商品的文化附加值和服务的文化品位，不断推动技术创新，从而提高文化、科技在经济增长中的贡献率，创造出具有我国民族文化特色的商品和服务，不仅可以增强我国经济的国际竞争力，而且可以扩大中华民

族文化的世界影响力。

发展文化产业是拓宽就业渠道、增加就业岗位的重要途径。文化产业涵盖面广，既具高科技的生产手段，又有粗放型的、传统的、大众式的生产经营及服务方式。因此，它的发展必然有利于扩大就业。研究表明，第三产业增加值平均每增长1%，能创造100万个就业岗位，而第二产业增加值平均每增加1%，才创造26万个就业岗位。发达国家和地区的文化产业从业人员在整个就业人口中占有较大比重，而且呈逐年上升态势。近几年，美国加强对信息科技投入，创造就业岗位近8000万个。加拿大从事文化产业的人数75.2万人，占总就业率的6%；澳大利亚从事文化产业人员占总就业率的10%。我国改革开放以后，虽然涌现了一批高素质的知识型和技术型创意设计人才，但我国文化产业从业人员占全部从业人员的比重很低，2006年我国文化产业从业人员为1132万人，占全部从业人员的比重为1.48%。据有关专家估计，我国第三产业若达到发展中国家水平，可解决9000万个就业岗位；若达到发达国家的水平，可解决3亿个就业岗位。这表明，我国文化产业蕴藏着广阔的发展潜力和远大前景。

## 2 文化竞争力正由“软实力”转化为“硬实力”

文化是一个民族或国家赖以生存和发展的重要智力资源和精神动力，也是社会进步的显著标志。在当代，文化影响力和竞争力已成为各国综合国力的重要标志。综合国力是衡量一个国家国际影响力的综合评价指标，是一个国家各方面实力的总和。在这个评价指标体系当中，不仅包括政治实力、经济实力、军事实力和外交实力，也包括含有科学技术在内的文化实力。传统观念中的“硬实力”是指一个国家的经济实力、军事实力，而“软实力”是指一个国家的制度和文化。20世纪80年代以后，国际经济发展进入了“知识经济”时代，“文化经济”、“文化工业”、“文化即财富”等一系列现代文化经济的新观点，成为推动全球文化产业蓬勃兴起的共同理念。用现代高科技手段增加物质产品的文化内涵、提供高质量文化服务，实现经济文化化和文化经济化，已成为当代世界经济发展的主要方向。

20世纪90年代以来,世界各国已充分认识到文化产业研究与开发在国际竞争中的重要意义,尤其是发达国家为了应对知识经济的发展,提出了国家创新体系的发展战略,制定了灵活多样的文化政策,优先发展文化产业,增强各自的文化影响力和文化竞争力。日本从上世纪60~70年代就开始提出了文化立国的战略,大力扶植本国文化产业的发展;韩国在上世纪末遭遇金融危机袭击后,提出了“文化立国”的发展战略,制定了文化产业发展的五年计划和远景规划。文化产业在各国经济和社会发展中具有越来越重要的地位。发达国家依仗自身雄厚的经济实力,通过掌握文化产业的话语权和规则制定权,逐步推动全球文化产业向垄断化、规模化和高投入、高科技化发展,占据了文化产业的垄断地位,进一步加剧了发达国家和发展中国家实力的差距。

当今世界各国综合国力的竞争已不仅表现在经济、技术、信息和军事等方面,而且也非常明显地表现在文化方面,发达国家的综合实力很大一部分来自于文化产业。据不完全统计,全球文化产业每天创造220亿美元产值,并以5%左右的速度递增,在一些国家增长得更快,美国为14%,英国为12%。特别是美、日、韩、英等国家的文化产业已成为国民经济的支柱产业。美国号称世界文化产业帝国,从1998年起,其文化产业产值就已超过了航天航空业及农业,占本国GDP总量的18%至25%,美国的电影、电视、录像带、音乐出版总收入是600多亿美元,居美国各行业出口的第一位,占国际市场40%的份额,美国控制了世界75%的电视节目的生产和制作,许多第三世界国家的电视节目有60%-80%的栏目内容来自美国;日本文化产业的产值1993年就已经超过汽车产业,目前已成为仅次于制造业的第二大产业,占GDP的18%;韩国将文化产业列为发展国家经济的龙头产业,现已成为文化出口新兴国家和世界第五大文化产业国,2003年,韩国的电子游戏市场规模已接近34亿美元,增长率(12%)是其国内GDP增长率(6.3%)的近2倍;英国文化产业所创造的年平均产值接近600亿美元,约占国民生产总值的11%,平均发展速度是经济增长的2倍,超过了任何一种传统制造业所创造的产值。在许多发达国家和地区,居民文化消费已占据消费总额的30%以上。毫无疑问,文化产业

作为新兴的朝阳产业,已逐步由“软实力”转化为“硬实力”,成为世界经济中的支柱产业和综合国力的重要组成部分。

我国拥有占世界四分之一的13亿人口,广大人民群众日益提高的对文化精神产品的需求,是大力发展文化产业的根本条件和前提。我国文化产业虽然起步晚,经过二十多年的发展已初具规模。1990年至2003年,全国文化系统产业增加值由12.1亿元增加到3577亿元,文化及相关产业从业人员由49.5万人增加到了1258万人,文化及相关产业增加值占GDP的3.1%。根据国家统计局的测算,2006年我国文化产业实现增加值5123亿元人民币,比上年增长17.1%,高出同期GDP增长速度6.4个百分点,高出同期第三产业增长速度6.8个百分点,2006年文化产业增加值占GDP的比重为2.45%,比2004年增长0.3%。中国社会科学院今年发布的文化蓝皮书——《2007年:中国文化产业报告》。该报告显示,2006年中国的文化产业增加值达3440亿元,文化产业的总量进一步扩大,国家财政对文化事业的投入大幅增加,文化产业进入快速发展期。电影、出版、广播电视、音像、演艺等产业在文化体制改革不断深入的良好环境下,都取得了历史性的突破。

与发达国家相比,我国的文化产业还存在很大差距。首先,我国的文化消费总量偏低,居民文化需求的满足程度不足四分之一,而文化产业区域发展的不平衡、文化产业发展战略的雷同正在制约文化产业的良性发展;其次,我国文化产业对国民经济的贡献和影响远低于发达国家。我国文化产业从业人员占全部从业人员的比例为1.48%,而美国为4.8%,英国为7.7%,加拿大为6%;我国文化产业当年实现增加值占GDP的比重为2.15%,美国文化产业增加值占GDP的比重是5.83%,英国为7.61%,加拿大为3.8%。发达国家的文化产业从业人员和文化产业增加值这两项指标之比维持在1:1左右,而我国为1.8:1,表明我国文化产业创造价值的能力较低,创造同等价值的文化财富,比发达国家多投入80%左右的人力资源;再次,从文化产业的贡献占全国人均产值来看,我国仅为人均约600元人民币,而美国约为人均1000美元,新加坡高达人均6000美元;最后,从我国文化产品(书刊、电影等)的贸易额以及版权贸易额来看,进口



远大于出口。无论是影视、图书、艺术，还是文化娱乐业或体育产业，不管从投入、营业额、利润，还是从经营方式、创新能力或市场运作机制来看，我国的文化产业尚缺乏国内市场的整合能力和国际市场的竞争力。而美国的影视、德国的图书、日本的卡通动画、英国的CD-ROM、法国的艺术文化、意大利的足球文化等，不仅赚取巨额的利润，而且对世界文化产生了极大的影响。在我国文化产业十分薄弱的条件下，如果不迅速发展文化产业，即使经济有了较快的发展，也仍然会因为作为支柱产业的文化产业的落后而无法在综合实力的整体方面赶上发达国家。

经济全球化不仅使各国经济依存度逐步加深，也使各国文化资源和文化市场日趋国际化。无论在出版、报刊、音像，还是在影视、娱乐、广告和旅游业中，资本的国际化、技术的国际化、智能资源的国际化、文化市场的国际化，正在成为一种趋势。由于文化产业发展的不平衡，国际舞台上的强势文化与弱势文化在竞争中处于不平等地位。西方发达国家的文化产业规模宏大，实力雄厚，技术手段、管理手段先进，具有国际合作和竞争经验，文化产品富有艺术性、娱乐性、休闲性，顺应文化消费多元化的趋势，控制和垄断了国际文化市场。以美国为代表的西方发达国家依靠其发达的文化产业，在销售本国文化产品并牟取高额利润的同时，也竭力输出其政治观念、文化观念和价值观念，对发展中国家实行文化扩张，甚至作为维护其霸权的重要战略，这必将对我国社会主义核心价值观和优秀民族文化形成强大的冲击。中外文化产业客观上存在的强弱差距，使我国的文化产业面临着更加严峻的考验。面对这种形势，党的十六大明确提出完善文化产业政策，支持文化产业发展，增强我国文化产业的整体实力和竞争力。为促进文化事业的繁荣和文化产业的发展，2005年，中央在北京、上海、重庆、广东、浙江、深圳、沈阳、西安、丽江等9个省市，35家新闻出版、广播影视和文艺院团等单位，进行文化体制改革试点；国务院颁布了《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》；2006年初，中央颁布了《关于深化文化体制改革若干意见》。全国文化体制改革工作正在全面推开，文化产业迎来全新的发展机遇。目前，我国的北京、上海、广东等近1/3的省市，文化产业的年总

产值都达到8亿元以上。其中，北京大学的方正，清华大学的同方等高科技文化产业，年总产值达数十亿元，成为文化产业中的知名企业。但就整体水平而言，我国的文化产业目前还存在诸多困难和问题，我们只有全面了解分析全球文化产业形势，找出差距，提出对策，才能促进我国文化产业快速发展，增强我国文化的整体实力和国际竞争力。

### 3 “文化品牌”是提升文化产业竞争力的重要途径

文化产业的发展在很大程度上与一个国家的民族文化有着直接的联系，不同国家和地区文化产业发展的模式不可能完全一样。综观经济全球化趋势，其中的一个重要特征是社会发展的民族化、本土化倾向。各个国家和民族都不遗余力地寻找自身最具特色的优势，以期在全球化浪潮中展示自己，而文化产业正是一个国家和民族文化个性在文化市场上的表现，带有极为强烈的国家特色、民族特色。从这一点说，文化产业是特色产业，它往往是在国家独有的文化资源的基础上开发的，因而在全球的市场竞争中占有优势。

知名品牌是一个国家和地区经济实力和竞争力的重要标志，在当代已成为决定人们消费行为的主要因素。发达国家十分注重文化创意产业的本土化发展，自主知识产权的文化品牌在国家文化创意产品市场中占有重要的地位。美国由于拥有一系列竞争力极强的文化品牌，包括迪斯尼娱乐业、好莱坞电影、时代华纳传媒公司等，其文化产品以精湛的艺术性、高品位的技术含量、设计包装的创意和一流的服务而引领世界文化潮流。美国控制了世界75%的电视节目的生产和制作，许多第三世界国家60%-80%的电视节目来自美国；迪斯尼娱乐业的产业规模及赢利已进入世界前十强；美国的《读者文摘》杂志畅销全球，年营业收入高达25亿美元；几年前风靡世界的好莱坞电影《泰坦尼克号》创下了近20亿美元的票房收入，仅一部影片即可与我国几大产业的利润相敌。同样，韩国文化产业最大成功之处也在于发挥本土文化优势，培植本国文化品牌。近几年来，韩国最畅销、票房业绩最好的电影，几乎全是韩国本土电影，2005年本土电影比例达到了62%。与此同时，进一步拓展国际市场，在东南亚地区掀起了一股狂热的“韩流”。韩国还十

分重视本土软件的开发应用,韩国Haansoft公司自主开发的表格处理软件Nexcel已与微软的Excel相媲美,使得微软在韩国软件市场上的统治地位日益趋弱。在发达国家,文化产业发展的机制较为完善,从创意策划到产品制作、批量生产再到广告宣传、市场营销等,已经形成了大批极具竞争力的文化品牌和完整的市场运作体系,不仅产生了巨大的经济效益,还成为引领国家产业创新和发展的重要力量。

中国历史文化博大精深,不仅有深厚的思想道德文化,而且还有丰富的中医药学、科学技术、文学艺术、民间文化,等等。所有领域都蕴含着宝贵的文化资源。由于我国文化产业的组织化、规模化程度低,技术发展和创新能力不足,技术手段和管理手段落后,产品艺术性较差,制作粗糙,因而文化资源的商品转化率低,很难适应经济全球化时代的市场竞争。要推进中国文化产业的快速发展,最重要的就是根据中国国情扬长避短,发挥优势,即依托传统文化的精华,加快民族特色文化资源的开发和利用,打造具有自主知识产权的民族文化品牌,注重文化产业的本土化发展,使中国文化产品走向世界。发达国家的成功经验为我国文化产业的发展提供了启示和可借鉴的经验:首先,文化产业的科技含量是文化产业竞争力的决定因素。现代科技已经成为社会发展的火车头,高新科技在文化产业领域从内容到形式、从生产方式到传播方式的广泛运用,尤其是信息化、数字化、网络化等现代高科技手段在文化产品制作、包装、传播等环节的广泛运用,不仅可以创造出新的文化生产和文化消费方式,刺激人们新的文化需求,开拓出新的文化市场空间,而且有助于开发具有世界先进技术水平、

自主知识产权和民族特色的高技术文化产品,以适应现代人不断提高的审美品位和心理期待,推动文化产业升级,缩小与发达国家文化产业的差距。其次,创新是文化产业发展的生命、灵魂。文化的生命力源于创新,文化的创造性是人类进步的源泉,正是从这一意义上说,文化产业是一种创意产业。创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭的动力,也是知识经济的主要特征。只有不断地进行文化创新,才能保证中国特色社会主义文化的先进性,才能为生产力的发展提供不竭的智力支持和精神动力,才能满足人民群众日益增长的精神文化需求。有没有创新能力,能不能进行创新,是当今世界经济和科学竞争的决定因素。文化产业是否能创造出好的社会效益和经济效益,是否具有竞争力,也主要取决于创新能力。可以说,没有创新就没有文化产业的发展。在经济全球化的推动下,世界各国经济和文化的竞争日益激烈,各个国家和地区为了在竞争中赢得主动,因而把提高创新能力作为推动经济文化发展的一个关键因素。

在21世纪世界各国的综合竞争中,中心是经济实力的竞争,关键是科学技术的竞争,实质却是文化的竞争。在全球经济一体化的浪潮中,文化竞争力在综合国力竞争中的地位日益突出,世界各民族创造的多样性和文化的独特性正面临着挑战。在一个市场经济体制构架尚未形成,文化产业起步不久,文化市场机制尚不健全,文化的法制建设和管理还很滞后的情况下,如何迎接入世后不同文化和价值观冲突的挑战,在学习、吸收、借鉴他国优秀文化的同时,弘扬和发展我国优秀民族文化,增强我国文化产业的竞争力和综合国力,是我们建设有中国特色社会主义文化所面临的重大课题。

#### 参考文献 (References)

- [1]张胜冰 徐向昱等著.世界文化产业概要[M].昆明:云南大学出版社,2006.  
ZHANG Shengbing, XU Xiangyu, et al. *Outlines of World Cultural Industry* [M]. Kunming: Yunnan University Press, 2006. (in Chinese)
- [2]王国宾.论文化产业在现代化建设中的地位与作用[J].北京舞蹈学院学报,1999,(1):20-23.  
WANG Guobin. Position and roles of cultural industry in national modernization [J]. *J Beijing Dancing College*, 1999 (1). (in Chinese)
- [3]张晓明 胡惠林等主编.中国文化产业报告[M].北京:社会科学文献出版社,2007.  
ZHANG Xiaoming, HU Huilin, et al. *Reports on Development of China Cultural Industry* [M]. Beijing: Social Sciences Documentary Press, 2007.
- [4]江蓝生 谢绳武主编.中国文化产业报告[M].北京:社会科学文献出版社,2005.  
JIANG Lansheng, XIE Shengwu, et al. *Reports on Development of China Cultural Industry* [M]. Beijing: Social Sciences Academic Press, 2005. (in Chinese)

[5] 叶取源 王永章等著. 中国文化产业评论 (第五卷) [M]. 上海: 上海人民出版社, 2007.

YE Quyuan, WANG Yongzhang, et al. *Review of China Cultural Industry (V)* [M]. Shanghai: Shanghai People Press, 2007.

[6] 胡惠林著. 文化产业学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2006.

HU Huilin. *Cultural Industry Science* [M]. Beijing: Higher Education Press, 2006. (in Chinese)

[7] 林拓 李惠斌等主编. 世界文化产业发展前沿报告 (2003—2004) [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2006.4.

LIN Tuo, LI Huibin, et al. *Frontier Reports of World Cultural Development (2003—2004)* [M]. Beijing: China Social Sciences Press, 2006. (in Chinese)

[8] 汤莉萍, 殷瑜等编著. 世界文化产业案例选析[M]. 成都: 四川大学出版社 2006.

TANG Liping, YIN Yu, et al. *Case Analyses of World Cultural Industry* [M]. Chengdu: Sichuan University Press, 2006. (in Chinese)

## Culture: a factor determining national competitiveness

TANG Jingjing

(Department of General Education Courses, Shenzhen Institute of Information Technology

Shenzhen 518029, P.R. China)

**Abstract:** Since the end of the 20th century, profound changes occurring have caused us to re-examine the position and function of culture to impact the national development. This paper has made a systematic exposition on the position of culture and its roles in enhancing the nation's power and international competitiveness from such perspectives as the relationship between culture and economy, the influences of culture in enhancing the nation's power and the approaches to improve cultural competitiveness as well.

**Keywords:** culture; cultural industry; national power; competitiveness; knowledge economy

(责任编辑: 毛 蔚)

---

(上接84页)

[8] 王佐良. 英语文体学论文集[A]. 北京: 外语教学与研究出版社, 1980.

WANG Zuoliang. *Collected Papers on English Stylistics* [A]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 1980. (in Chinese)

## Flaws in creating classical Chinese poems due to words limit and their enlightenment for translation

LIU Yingkai, LIAO Yanping

(School of Foreign Languages, Shenzhen University., Shenzhen 518060, P.R. China)

**Abstract:** In the creation of classical Chinese poems including Ci poems, there occur inevitable flaws, which have already happened in the greatest poets' works due to the word number restraints of the metrical patterns. The flaws have found expression in such two types as far-fetched lengthening and shortening of poetic lines. Accordingly, in translating such Chinese poems into English, influenced by the word number restraints of the metrical patterns of classical English poems, the same flaws have also happened. In line with the gains and losses in the translation practice over the past hundred years, it is suggested that blank verse in translation should be advocated.

**Keywords:** Chinese; classical poetry; metrical pattern of poetry; creation; translation; English

(责任编辑: 易思平)