

# 城市精神与城市竞争优势识别系统的构建

## ——以武汉精神的塑造为例

谢金辉

**摘要** 随着市场化、信息化和城市化进程的加快,各城市之间围绕资金、人才、技术等资源要素的竞争日趋激烈,铸造城市品牌,凸显城市形象,提升城市竞争力,构建城市竞争优势识别系统的时代已经来临。城市精神作为重要的城市人文场域,则可以适应这种变化,在城市竞争优势识别系统的构建中大有可为。“敢为人先、追求卓越”的武汉精神阐释、培育和发展的实践,体现了城市精神和城市竞争优势识别系统之间的互动关系,在彰显城市竞争优势、提升城市竞争力的进程中发挥着重要作用。

**关键词** 城市精神 武汉精神 城市竞争优势识别系统 构建

**中图分类号** G05 **文献标识码** A **文章编号** :1004-0730(2012)06-0136-05

在当代,城市是一个与时俱进的空间实体,具有地理、经济、社会的属性,是各种自然要素和人文要素有机联系的系统。随着城市发展过程中各种要素的聚合流变,城市精神愈来愈成为一个城市竞争优势的重要标识。如何使一个城市在竞争中凸显自己独特的“城市精神”,展示自身的城市形象并提升自己的竞争力,成为一个重要的理论课题。根据美国学者西蒙·安浩的竞争优势识别系统理论,城市精神对提升一个城市的核心竞争力具有十分重大的影响。本文试图结合武汉城市精神阐释、培育和发展的实际,来探讨城市精神和城市竞争优势识别系统之间的互动关系,并为彰显城市竞争优势、提升城市竞争力提供一定的参考依据。

### 一、城市精神 城市发展中的人文场域

正如一个民族通过其民族精神来体现其气质,一个城市的形象也在很大程度上是由城市精神来展现的。城市精神作为一种综合的整体构成了人们生活于其中的人文场域。一个健康、多元、开放的人文场域的培育与形成对于一个城市的竞争力的提升具有根本的重要性,这一点已为历史和现实所证明,在当代更是成为一种普遍的共识。“城市精神是城市的价值追求和精神支柱,是城市的灵魂和名片,是城市综合竞争力的核心力量。”<sup>[1]</sup>因此,对于武汉来说,凸显武汉的城市竞争优势,

提升武汉的城市综合竞争力,可以通过武汉精神这样一个独特的人文场域来实现。

在武汉精神这个独特的人文场域中,我们看到,在城市决策者的主导和推动下,城市的社会成员按照特定的逻辑要求共同建设,并参与各种社会活动,共同为城市发展发挥有益作用。武汉市第十二次党代会召开之前,决策层即通过会议、报刊、网络等多种渠道开展武汉“城市精神”表述语征集活动,要求表述语凝聚武汉历史文化,代表武汉形象品格,彰显武汉特色风貌,引领武汉发展方向,同时强调表述语言简意赅、易懂易记、便于传播和普及。经过网上投票,评选结果上报决策层认定,最终选定社会认可的武汉城市精神表述语为“敢为人先、追求卓越”,并在 2011 年 12 月召开的中共武汉市第十二次代表大会上确认和提出。

从人文场域研究的角度来观察,武汉精神的表述语虽然已经确定,但其场域可被视为多项选择的空间,就像“敢为人先、追求卓越”中传承和包含的意义远远大于表述语本身一样,它为其中的社会成员标出了相对固定的项目(内涵),但仍然允许广泛讨论和深入解读。置身其中的个体(市民、企业、社会组织甚至包括政府部门等)可进行竞争策略的多种搭配选择。这些搭配选择实质上就是一种弘扬和实践武汉精神的过程:一方面既可以体现出选择者的意志,即个体的创造性,另一方面又可体现出多数一致认可的武汉精神的框架要求。“城市精神绝不是从观念到观念的理论的推演,更不是名人学者、政府部门的文字游戏,它应当是全民参与的实践活动。”<sup>[2]</sup>为此,以武汉精神为场域,研究武汉城市竞争优势识别系统的构建,能够更好地体现城市决策层主导和市民广泛参与的协同互动,使城市精神为推动城市健康发展提供动力支撑。

## 二、城市精神在城市竞争优势识别系统中的作用

由于当前城市竞争更多地依赖于知识的创造

和吸收,竞争优势的形成和发展已经日益超出单个企业或行业的范围,成为一个城市内部各种因素综合作用的结果,城市的价值观、文化、经济结构和历史都成为竞争优势产生的来源。整合这些优势,构建各自的城市竞争识别系统,成为国内外许多城市的战略选择。城市精神的提出和培育包含了城市价值观、文化和历史等因子,恰好具有较强的整合功能。因此,国内许多城市和地区着眼于提高综合实力、增强竞争力,纷纷结合自身实际提炼城市精神,以此来铸造城市品牌,塑造城市形象。据统计,目前 31 个省、直辖市、自治区中,山东、浙江、上海、河北、贵州、北京、新疆、福建等 12 个省份已有或在征集本地的区域精神。省会城市里,除五个自治区首府和沈阳、福州、西安三市外,其他省会城市已经有或在征集城市精神的表述语,这实际上就是构建和完善城市竞争优势识别系统的积极举措。

同样,武汉市决策层在新的城市发展定位下,重新定位武汉精神,阐释其内涵和缘起,并综合决策论证与群众认知的环节,使市民知晓和城市内外识别武汉竞争优势,在构建和完善城市竞争优势识别系统方面迈出了新的步伐。在竞争优势识别系统理论中,西蒙·安浩把该系统比喻成一块磁石,认为竞争优势识别系统有三种属性:它吸引消费者、旅游者、人才、投资者等颇具传播意义的社会群体,赢得尊重和注意力;它传递磁性给其他事物(例如,意大利国家品牌让意大利产品沾上了磁力);它具有在混乱中创造秩序的力量。从这个角度出发,“敢为人先、追求卓越”作为武汉精神的表述语,具备了武汉城市竞争优势识别系统的重要属性。

其一,“敢为人先、追求卓越”作为武汉精神的表述语,吸引了武汉城市内外的注意,进一步塑造了武汉品牌形象。武汉精神的着眼点在城市发展。离开了城市的发展和进步,武汉精神就会荡然无存。2012 年 3 月,全球知名房地产投资管理公司仲量联行发布的《中国新兴城市 50 强》报告,武汉与成都、重庆、大连、杭州、南京、沈阳、苏州、天津一

起被评为中国 1.5 线城市。“1.5 线城市”是这份报告提出的一个新概念。该报告称,在经济和房地产市场成熟度与活跃性方面,1.5 线城市领跑中国新兴城市 50 强。这些城市基础设施投资大,外商直接投资多,经济规模大、开放度高。该报告认为,“一线城市的生长动力似乎有所丧失,领跑地位的 1.5 线城市正向它们迫近”。“1.5 线城市”是对武汉近年来迅猛发展的肯定。武汉经济 5 年从 3000 亿元“四连跳”迈上 6700 亿元,体现了武汉重拾复兴的形象和态势。

其二,“敢为人先、追求卓越”作为武汉精神的表述语,传达了武汉人民的内在精神追求,逐步形成广泛的社会共识。从 3500 多年前的盘龙城一路走来,武汉这座在神州大地上“得中独厚”的城市秉承楚文化“筚路蓝缕,以启山林”的遗风,抒写了历史的华丽篇章,生发凝结了特有的武汉精神。通过对武汉精神的宣传和提炼,武汉人对武汉精神铸造过去、启迪当下、昭示未来的文化认知更加自觉。武汉人民耳熟能详的武昌起义,使辛亥首义之城由原来的区域政治、文化中心,发展成为与北京、上海相提并论的全国性重要城市。在改革开放的新时期,武汉人敢为人先的精神再次迸发,并进一步延伸开来,体现出追求卓越的个性风貌,为武汉发展增添了新的动力。武汉市于 1984 年 5 月被中央批准为经济体制综合改革试点城市,实行计划单列;1992 年 7 月,武汉市被国务院批准为沿江对外开放城市,成为中国多功能特大城市之一;2007 年 12 月,武汉城市圈正式获批国家“两型社会”建设综合配套改革试验区,2009 年 12 月,国务院批复武汉东湖高新区建设国家自主创新示范区。此间,武汉树立了多个“全国第一”的改革标杆,为外界所称道。

其三,“敢为人先,追求卓越”作为武汉精神的表述语,明确了城市精神的价值取向,创造了武汉上下形成合力、有序推进改革发展的有利条件。武汉的开放发展之名早有美誉,在明清时期就已蜚声国内外,往来不绝的商人在这收集茶叶、木

材、药材等货物,再走出国门,走向欧美市场,所谓“茶不经汉口不香”的说法应时而生。19 世纪末,湖广总督张之洞就在这里修建了铁路,并大兴实业,创办湖北枪炮厂、汉阳铁厂等,基本奠定了大武汉的现代工业基础。对于这个城市的总体构想,孙中山早在近百年之前就勾勒了大体方向,在其著名的《建国方略》中,他提出建设“大武汉”的目标——“略如纽约、伦敦之大”。时过境迁,究竟如何在全国大城市识别“大武汉”,仍然是一个为各界倾力讨论的热门话题。中共湖北省委常委、武汉市委书记阮成发在 2012 年 5 月进一步提出:“与国内外其他城市相比,武汉的资源禀赋、比较优势究竟有哪些?大武汉,到底什么大?认识武汉之大,就是深入认识我们这座城市的本质特征。”<sup>[3]</sup>以“敢为人先、追求卓越”的武汉精神为主线,来指导全市上下形成对“大武汉”的正确认识,就是一个融通历史、现在和未来的切入点。

### 三、武汉城市竞争优势识别系统的构建路径

“敢为人先、追求卓越”经过总结、提炼并最终成为武汉精神的表述语,是由武汉市决策层主导和市民广泛参与的建构过程,与竞争优势识别系统理论有着不谋而合的一致性。在竞争优势识别系统理论的创立者西蒙·安浩看来,政府应该出面支持并推动竞争优势识别系统的建构:“我主张,政府建构,管理国家的竞争优势识别系统代表了选民的利益,因为这会为选民们带来直接利益,诸如就业机会、产品受欢迎程度、旅游和投资收入,等等。”“品牌资产是一类最有价值的资产,政府必须永远记住,培育、保护,如果可能,增加这一资产。”<sup>[4]</sup>

坚持以人为本,并由政府主导实施城市竞争优势识别系统的构建,是竞争优势识别系统理论的主线。这是因为,“人民就是国家的品牌——有什么样的人民,就有什么样的国家”。“正是人民本身,以及他们的教育水平、能力、抱负塑造了这个地方的形象,并为旅游、商业、文化、社会及政治的

交流创造机会。如果没有这些人,一个地方只不过是一片土地而已。”国家如此,城市亦是如此。<sup>[5]</sup>在此基础上,该理论衍生出竞争优势识别系统评价的六项标准,即:“有创意的、可拥有的、鲜明的、有动员力、相关的、普遍的”标准,来保证竞争优势识别系统战略具有足够的强制力和动员力。

下面以武汉精神的塑造为例,来分析武汉城市竞争优势识别系统的构建路径。

第一,树立政府主导、全民参与的践行武汉精神的整体形象,增强城市竞争优势识别系统的吸引力。武汉精神既已概括提炼并经社会各界认可,就要持续地宣传、弘扬和践行。政府作为决策层的关键环节,首先要在政府行为上强化对武汉精神的认知,抓住两型社会建设、国家级自主创新试验区等一系列重大战略机遇,大胆创新体制机制,全面推进经济、政治、文化、社会四位一体的改革发展进程,在产业转型升级、打造文化创意城市、促进城乡一体化等方面迈出实质性步伐,使“敢为人先、追求卓越”的理念真正贯穿于政府行为中。同时,政府还要精心组织实施“弘扬武汉精神、复兴大武汉”方略,层层推进,坚持长期发力,达到“春风化雨、滋润万物”之效,树立全市上下践行武汉精神的整体形象。

第二,加强与城市内外民众的沟通交流,建立城市和市民社会之间的紧密联系。武汉精神作为城市的一种精神形态,应是现实世界的投映和产物,是城市文明进步的重要标志。一方面,武汉市要大力推进政府与市民的“沟通管道”建设,通过多种形式加强与市民的互动交流,增强市民对“敢为人先、追求卓越”的感性和理性认识,确保市民真正参与到武汉精神的建构和维护中。在这个过程中,政府与民众共同努力,携手合作来推动城市的建设工作。如“布衣参事”的出现,就体现了“敢为人先、追求卓越”的武汉精神。2012年4月,武汉市从普通市民中“海选”数名“布衣参事”,担任市政府的“高参”,建言可直通市长。此次向民间借智,打破了以往对参事身份、学历、职业的限制,在

全国尚属首次<sup>[6]</sup>。另一方面,要继续振兴文化旅游产业,不断延伸信息传播的链条,发挥信息传播的“乘数效应”,让更多的“外人”了解武汉、热爱武汉、欣赏武汉,更大范围地改善和提升武汉形象。

第三,以城市的“独有故事”塑造城市文化形象,凸显城市鲜明特征。大武汉,随着时代的发展和岁月的流淌,历史文化的积淀伴随着城区面积的扩大也日益丰厚,鲜明的文化版图就成为武汉的“独有故事”:一是江湖文化。江湖生态,首当其冲的即是江湖文化。两江四岸,风起云涌,加上东湖、西北湖、紫阳湖、汤逊湖等众多的湖泊,大江大湖,有“浪淘尽千古风流人物”的豪情,也有“江城五月落梅花”的婉约。二是首义文化。首义之城,全国仅有,这是武汉的名片和专利,不可复制、不可替代。辛亥首义前后的武汉无愧为当时的一线城市,张之洞督鄂留下了辉煌,政治上的风云人物在武汉传播思想、鼓吹革命、慷慨共和,而工业商贸彼时也“甲中国”,武汉形胜极矣。三是抗战文化。在上世纪抗日战争的关键时期,保卫大武汉前后,国民政府移居武汉,武汉成为战时陪都,各种政治势力博弈于武汉,中华民族兴亡的命运一时系于武汉,许多民族精英在武汉留下了不可磨灭的历史印记和动人传奇。四是知音文化。高山流水,知音江城,是武汉的别样风情。古有琴台,今有剧院,历史遗存与现代建筑相映成趣,浓厚的文化氛围与热闹的文化演出相得益彰。五是高教文化。武汉在高等教育方面的优势毋庸多言,数量之多、门类之全、人才之广、成果之丰,在全国范围内当属一线城市之列。六是宗教文化。归元寺、宝通寺、长春观等宗教圣地,都是宗教文化的展示和传承中心。七是租界文化。漫步江畔街区,江汉关的钟声、洋行大楼的坚实、西式阁楼的韵味,形成了武汉的“西洋景”。借力城市已有的历史文化资源,通过塑造城市文化形象来构建竞争优势识别系统,将会加深人们对武汉精神的认同。

第四,深入持久地推进文明城市建设,动员和引导市民提高素质、完善自我。武汉精神作为武汉

城市文化的内核,本质上应是对历史文化的扬弃。“一种文化最有代表性的实例,不一定就是它最富特色的实例。因为,最典型的特例是最带有时间符号的,因而又是很有局限性的。”<sup>[7]</sup>武汉人只有敢于承认、反省和改正自身不足,才能证明“敢为人先、追求卓越”的武汉精神。

第五,提升市民幸福指数,打造幸福武汉形象。任何事物或行为只有在能带来一定现实利益或预期利益的时候,才会得到人们的认同或模仿。对武汉人而言,武汉精神不是“空中楼阁”,它存在于现实生活中并影响着现实生活。为此,武汉市各级政府要坚持贯彻武汉精神中的“敢为人先、追求卓越”理念,切实维护市民的经济、政治、文化权益,大力改善民生,提升市民的幸福指数。人民的幸福指数提高了,自然会更加自觉地践行武汉精神,从而形成有利于弘扬武汉精神的良好社会环境。事实上,幸福武汉的形象更能增强城市的吸引力和凝聚力,进一步凸显城市的竞争优势。

第六,融合“武汉精神”文化内涵,大力整合武汉优势资源,提升城市整体竞争实力。武汉精神是在对城市历史文化遗产的基础上,融合了现代精神文明特质提炼而成的。让一个城市在人们心中留下深刻印象,离不开对原有公众认可形象的强化与再造。武汉精神蕴含的“敢为人先、追求卓越”,也引领着其他武汉文化因子的聚合裂变。比如,武汉因水而兴的“码头文化”,其大开大合、宽容豪迈在某种程度上也是“敢为人先”的“坊间版本”。又如,小商小贩云集的汉正街小商品市场虽然没有巨贾财阀的翻云覆雨,但其“天下第一街”

的名头不正是“追求卓越”的另类宣示吗?!所以,武汉精神的弘扬和培育,还有相当多的开发空间。只有充分认识到这一点,辩证看待、深入挖掘各领域的优势文化资源,才能为武汉精神的整合推广不断积累新的“养料”。

注释:

- [1] 方世南、田芝健:《城市精神是城市的价值追求和精神支柱》,南京工业大学学报(社会科学版),2004年第2期。
- [2] 林映梅:《城市精神的文化解读》,《教育文化论坛》2011年第6期。
- [3] 阮成发:《认清武汉核心优势 建设国家中心城市》,《长江日报》2012年5月14日。
- [4] (美)西蒙·安浩:《铸造国家、城市和地区的品牌:竞争优势识别系统》:上海交通大学出版社,2010年,第35页。
- [5] (美)西蒙·安浩:《铸造国家、城市和地区的品牌:竞争优势识别系统》:上海交通大学出版社,2010年,第69页。
- [6] 王雪、夏琼:《我市初试海选聘请3位“布衣参事”》,《武汉晚报》2012年4月16日。
- [7] (美)刘易斯·芒福德:《城市文化》,中国建筑工业出版社,2009年,第161页。

作者简介:谢金辉,武汉市社会科学院历史所,湖北武汉,430019。

(责任编辑 程平)

编辑部  
工作人员

刘江涛【经济】liu\_jiangtao425@yahoo.com.cn

曹 暄【经济】xxysj\_jj@163.com

王 玥【版面设计】xxysj@tom.com

陶秀丽【社会】taoxiuli509@126.com

程 平【哲学与文化】xxysj\_chp@126.com

邓泽耀【行政、编务】xxysj@tom.com