

華人文化資本作為城市經營策略之研究—

以中國江蘇省江陰市為例

張瑞生

JUI-SHENG CHANG

國立臺灣師範大學社會教育研究所博士候選人

摘要

近年來全球化對亞太地區衝擊層面，包含了政治、經濟、科技、人力、文化產業、媒體、生態環境和社會認同等面向，隨著經濟自由化以及資訊科技快速發展，使得國與國的邊界變得模糊，逐漸形成區域經濟發展的型態，其中城市因聚集資金、人才及交通基礎建設等優勢條件，其重要性不言可喻。城市競爭如同產業競爭，已由傳統的人口數量、地理位置或自然資源等條件，轉由擁有特殊優勢條件取向，像是低勞動成本、高技能人才、或更優質生活環境等利基。面對經濟全球化的影響，城市必須檢視自己的發展利基，免於陷入邊緣化的危機。

本文旨在探討華人文化資本累積作為城市經營之策略，以法國社會學家布迪厄（Pierre Bourdieu）的資本理論做為分析基礎，闡述文化資本、社會資本及經濟資本的關聯做為地方發展模式的策略，藉以探討中國經濟崛起下，華人文化資本對城市發展的具體意涵。研究者認為推動華人文化資本能增加文化素養與厚德民風，有利於創造和諧社會環境，並促進外人投資、文化產業及觀光旅遊等經濟發展。本研究以個案研究方式，采立意取樣原則選取具濃厚代表性樣本，以中國江蘇省江陰市為個案，探討縣市層級的城市如何藉由華人文化資本累積作為地方城市經營的競爭策略。研究成果認為江陰市基於歷史發展因素，擁有豐富的文化資本，經由清點並累積華人文化資本，可以作為提升城市競爭的經營策略。

關鍵字：全球化、文化資本、社會資本、經濟資本、象徵資本

一、前言

隨著全球化的影響，各地經濟及資訊科技的快速發展，資本、勞工、技術等生產要素因交通、資訊網路的改善呈現全球性的流動，跨國企業的全球佈局加深了國際分工的程度，使得國家邊界變得模糊。城市因聚集資金、市場、人力及基礎建設的完整性，在全球化中扮演的角色相對重要，例如倫敦、巴黎、東京或紐約等不同城市之間出現了競爭與合作的關係。全球化的趨勢下，城市競爭如同產業競爭，已由重視人口數量、地理位置或自然資源等先天優勢，轉變為強調具有特殊競爭優勢者，例如廉價勞動成本、高技能人才、或者更優質的生活環境等，才能吸引資金、人才聚集帶動城市的發展。換言之，城市經營策略扮演著舉足輕重的角色，能夠引領政府進行治理建立優勢，提高城市的競爭力。

中國於 1978 年改革開放以後，吸引大量外資開發沿海地區的策略成功，使得沿海城市的規模日益擴大，人才及資金聚焦於主要精華區，例如上海、廣州等地。經濟發展引發城市化的現象，擴大城市之間的發展差距，產生許多就業、人口、治安、交通、貧富差距與居住品質等問題亟待解決。台北市長郝龍斌（2007）參考國際城市治理趨勢，提出建立華人文化第一品牌的口號，作為台北市的優勢經營策略，企圖拉高台北市的格局，達成經濟及文化的雙重目標，交付台北市研考會進行研議。顯見城市治理的觀點，不再只注重城鄉建設與都市計畫等硬實力的累積，亦注意到文化資本累積等軟實力的有無。

本研究主旨在探討華人文化資本作為城市優勢經營策略，試圖勾勒中國縣級城市在缺乏大型城市的資源條件下，如何根據自我優勢，規劃城市經營策略。江陰市為江蘇省無錫市所屬的縣級城市，位於長江三角洲的優勢區位，造就了江陰人文薈萃，多元的豐碩面貌，表現在傳統文物、歷史建築、生活習慣、宗教信仰及地方民風等特質，形成中華文化的優勢。本研究以江陰市為個案，經由在地文化的優勢，做為規劃城市的優勢經營策略，進行嘗試性的初探。以 Bourdieu 的資本理論做為分析的基礎，就資本的類型、特徵及彼此之間的關係，探討華人文化資本的界定，依據城市發展理論選擇江陰市華人文化資本中具有代表性的項目，結合實務與學術理論，提出江陰市優勢經營的策略。期能以江陰市的經驗為典範，做為臺灣、中國及亞太城市發展經營策略的參考。

二、資本相關理論

本文試圖以 Bourdieu 的資本理論，包括經濟資本、文化資本、社會資本、以及象徵資本等四種類型及其資本之間的可轉換性，探討作為城市經營策略的可能。以下就資本的定義及內涵、Bourdieu 資本理論之各項資本與其他資本的關係做說明。

壹、資本的定義與內涵

從經濟學角度進行理解，資本泛指物質生產過程時能夠帶來價值的生產要素，此概念著重資本的經濟價值或財產價值。基於此種含義可將資本再分為有形資本和無形資本兩大類（賈松青，2008）。其中有形資本亦稱為物質資本，指工廠、機器、建築之類能夠製造產品等具體物品。無形資本包括人力資本及自然資本，其中人力資本為具有的技術和經驗逐步具體化；自然資本為自然環境所擁有可再生和不可再生的資源（如下表 2-1）。

表 2-1 資本的形式

資本類型	資本內容
有形資本	物質資本：即工廠、機器、建築等硬體設施，為資本家所擁有的生產要素。
無形資本	人力資本：即有具體化技術和經驗的工作者，受資訊發達與知識經濟影響，知識工作者愈來愈重要。 自然資本：自然環境所擁有的可再生和不可再生的資源。如陽光、空氣、水等可再生資源。而石油、天然氣等為不可再生的資源。

資料引自：研究者整理自賈松青（2008）。

經濟學的角度視資本為一種生產要素，可經由累積、轉換及投資的過程劃分其他屬性的資本類型，如有形及無形的形式，此種資本形式的劃分，難以說明資本之間的轉換及累積，例如物質資本、人力資本與自然資本的轉換性並沒有進一步的探討。

貳、Bourdieu 的資本理論

法國社會學家布迪厄（Bourdieu）首先提出資本的概念，以資本形式詮釋社會現象的累積、投資與交換性質。認為資本可以四種基本形態呈現：經濟資本、文化資本、社會資本和象徵資本。他以資本概念表達社會現象，乃基於資本主義已浸淫於當時的社會環境而廣為世人所接受，認為資本在一個交易系統中扮演著一種社會關係，文化資本即指包含可以賦予權力和地位，累積文化知識的一種社會關係（維基百科，2008）。

賈松青（2008）從經濟學角度視資本做為一種生產要素，以釋文化資本概念生產流程解，認為文化資本是指通過對文化資源的優化配置所形成的文化生產與文化服務，以物質財富和精神財富的形式表現文化價值的累積，通過市場轉換成經濟價值。透過資本概念的理解，文化資本亦可分類為有形及無形兩大類（如表 2-2）。其中有形的文化資本，包括具有文化意義的建築、遺址、藝術品和油畫、雕塑及其他以私人物品形式存在的製品。無形的文化資本例如民俗、文學和音樂等文化財富同樣會產生流通，經由市場機制產生消費，發展成文化產業、形成文化產業群聚，終至文化經濟規模的理想。

表 2-2 文化資本的類型

類型	定義	實例
有形文化資本	具體可見的物質資產。	如古蹟遺址等文化遺產、古董、藝術品如山水畫、精品。
無形文化資本	象徵性的精神財富。具有凝聚民族意識的良好風俗，亦能帶來收益。	音樂、文學、戲劇及舞蹈等表演藝術。例如戲曲、太極拳、儒家文化與傳統音樂等。

資料引自：本研究整理

Bourdieu 將資本作為社會勢力來源及競逐標的，經由資本轉移與傳遞，個體因持有的資本配置及多寡，伺機投入市場已謀取獲利（孫智綺，2002）。他認為不同的資本分配結構決定個人生活成敗的機會，亦是社會發展的動力所在；其中所有資本形式皆以經濟資本為根基，資本彼此之間具有轉換性及不可完全取代性。Bourdieu 認為文化資本與經濟資本是區分社會階層的兩大原則，透過資本之間的轉換作為解釋社會人民日常生活運作的機制，他基於對法國教育現象的觀察，發現法國家庭在教育場域競爭所引發的資本分配與占有，會對社會總體的權力分配，產生持續性的影響並且改變社會結構（高宣揚，1991）。理解 Bourdieu 資本理論，有助於發展城市治理的經營策略，茲將其四種資本類型說明如下：

「經濟資本」由生產因素及資產所組成，包括各項資產、工作及其他收入與消費支出等層面，可以量化成為流動性的金錢數目，經濟資本必須隱藏作為其他資本根基之事實，才能發揮最大的效用。換言之，文化資本積累乃基於文化消費所產生，經由市場的供給與需求來創造經濟的發展，經濟資本的累積即成為文化資本轉換的例證。

「文化資本」亦稱為資訊資本，具備有形及無形的語言、意義、思考、價值與理念和行為模式等蘊藏風格與知識的特質，可以教育學歷及證照形式予以制度化（Bourdieu & Wacquant，1992）。

「社會資本」是個體所擁有的社會關係網絡資源，擁有此種資本可以減少溝通障礙增添辦事容易程度，能夠轉換為經濟資本並予以制度化，例如擁有德高望重的社會頭銜地位。此概念與 Coleman（1988）對「社會資本」的意涵相近，皆是指人際關係的網絡或資源。社會資本表示人際之間存在著義務、期待與信賴、訊息管道及規範等不同的形式。

「象徵資本」則是對社會的理解、認知，甚至指稱、即界定社會的能力（邱天助，2002）。此種資本即為社會所建構的認知能力，為其他三種資本帶來信用與權威性，經由象徵資本瞭解資本是否擁有實際效果的社會優勢。通常象徵資本與文化資本的關係，具體表現在品味、儀規等方面，藉由經濟資本運作形成品牌形象的區隔。然而此種對於文化資本的詮釋似是偏重於文化在資本的量化產出，忽略了文化本身的實質貢獻。茲將這四種資本整理如下表 2-3：

表 2-3 Bourdieu 的資本理論

資本類型	意涵	說明
經濟資本	意指由不同生產要素及經濟財務的總體所構成。	就生產要素而言，例如土地、工廠、機械設備等；經濟財務總數額，例如收入、遺產、物質財貨的累積等。
文化資本	意指知識、能力與資格的總體等象徵性的持有。	內化無形的文化資本： 存在於心理及身體的觀念形式，像舉止風範、思想價值觀等，如對公眾演講時的泰然自若；生活品味等。 客觀有形的文化資本： 文化的貨物形式，像文化財貨，例如字典、名畫收藏、古董、音樂 CD 等。 制度化形式的文化資本： 指社會性認可合法制度所確認的教育機會，如學歷、證照等。
社會資本	泛指個人或團體所擁有社會關係的總和，及一地社會所擁有的關係品質良窳與否。	微觀理解：社會資本的獲取，需要靠關係的建立與維持，即從事社交聯誼工作的網絡聯結度。 宏觀認知：社會資本涉及整體社會關係建構的品質，如擁有信任、倫理道德等良善核心價值累積多寡的概念。
象徵資本	所有牽涉到社會理解及認知，例如對名望及地位認可、權威展現等一套規矩。	對於其他三種資本擁有的認可所帶來之信用與權威，藉以瞭解實際的社會優勢。 代表上流社會的品味或優質文化的民風等，例如穿著、舞蹈及表現自己的方式。 引伸為現代工具理性的觀點，隱含著文化水平差異及社會認同的意涵。

資料來源：邱天助（2002）、孫智綺（2002）、高宣揚，（2002），引自楊文彥（2004）及研究者整理。

Bourdieu 的資本理論強調不同資本類型之間轉換、累積，在社會活動所起的作用，提供城市以文化資本作為經營策略的理論基礎。根據 Bourdieu 的資本理論本研究歸納如下：

第一、資本的力量在於不同資本之間的轉換性，可以促進一地社會及經濟發展；以單一經濟資本進行分析，難以解釋各種社會活動的複雜性。

第二、文化資本與經濟資本的轉換及累積，可以作為城市經營策略的依據；一地文化資本的配置會影響經濟發展的良窳。

第三、運用質性描述而非量化展現資本內容，從觀察社會階層的生活風格來區分差異，避免從量化的數據簡化複雜的社會現象。

參、以文化資本作為城市發展的軟性實力

哈佛大學奈伊教授 (Joseph S. Nye Jr.) 在 1980 年代提出兩種解釋一國發展的兩種途徑，即「硬性實力」(hard power) 與「軟性實力」(soft power) 的概念。前者以一國軍事力量來使國家政策得以實踐；後者則指一國以制度上、文化上與政策上的優越性或道德性，展現其吸引力 (引自高希均，2007)。

軟性實力是一種正面力量，表現在制度上 (民主、法制)、生活方式上 (多元與開放)、政策推動上 (環保及扶貧) 及文化的分享與互動 (藝術、音樂) 上，展現了吸引力，使人樂意仿效、學習與嚮往。例如江陰市的華西村等地方企業的獨特性，產生良性的擴散作用，增加了他人對在地人民與文化的好感。以文化實力與世界對話，能夠跳出硬性實力的思考框架，作為城市治理與發展的策略，從政治與軍事的層次轉移至社會及文化面向，推動各個城市以發展文化資本作為經營策略。

文化資本的體現從經濟體系的發展進行思考，經由文化資源的篩選，文化產業的培育，到文化經濟的形成等過程，呈現出文化資本的累積與轉換已然成為高經濟價值產業 (楊敏之、辛晚教，1998)。陳郁秀指出，文化是經濟成長與社會發展不可或缺的因素，文化創意產業的推動除了經濟效益外，更深層的意義是藉由對文化的自我認識，產生新文藝核心價值，成為城市新文化，型塑「現代城市」新品牌，成為國際社會對城市新印象 (鄭秋霜，2008)。面對當代社會文化與經濟的整體發展，探討文化資本做為城市的軟實力有其必需性。

三、城市發展理論及策略

城市治理除了包括傳統都市計劃等地方建設的硬體設施，亦存有更高層次的經營目標之意涵。城市發展理論所探討的尺度不能只著眼於城市本身，而需要拉高格局與視野，從區域經濟的發展來思考城市治理的經營策略。本研究以江蘇省江陰市為例，將江陰市位階拉高視野來探討城市經營的策略，江陰市為中國行政劃分的縣轄市，為較高層級的地級市無錫所管轄，同屬於長三角城市群的一員。江陰市以縣級市的資源先後獲得了國家衛生城市、全國創建文明城市工作先進市、國家環境保護模範城市和全國優秀旅遊城市等 47 項全國性榮譽稱號 (江陰市人民政府網，2008)。

本研究從宏觀、中觀及微觀尺度來檢視，江陰市的城市區位及其文化資本的優勢與其他經濟資本、社會資本及象徵資本的關聯，更具有能由抽象的資本轉換為具體的經濟與社會的產值。從長三角、無錫市到江陰市的城市現況探討，有助於對江陰市經營策略提出見地。

壹、區域經濟發展與城市經營策略

姚士謀等 (2001) 指出國際對城市群 (Urban Agglomerations) 的定義：特定

的地域範圍內，具有相當數量且不同性質、類型與等級大小的城市，其中一或兩個特大城市作為地區經濟的核心，經由完善的交通資訊等網絡維持城市之間聯繫，所組成一個相對完整的城市集合體。經濟全球化帶來區域經濟的協同發展，經由產業化帶動城市化的過程，使用許多城市群與產業帶互相結合，造成區域經濟明顯發展。例如 1999 年美國 New York 地區的 GDP 總量 87088 億美元，占美國 GDP 總量 15%，英國 London 地區佔全國的 40%，成為國家經濟、政治、文化等發展重心的現象（世界銀行，2001）。

周一星（1993）探討中國推行改革和開放政策後的城市化（urbanization）從 1950-1990 四十年間的變化情形，他指出中國城市化的二元結構：「由上至下」和「自下而上」並行的城市經營策略，自上而下的發展策略為由中央或省市地方政府作為投資主體，建設新城鎮或擴建原城鎮；由下而上的策略則以鄉村集體或個人為投資主體，通過發展鄉鎮企業帶來人口轉型由農業轉向非農人口。

張偉與黃勝恩（2007）以中國北部地方的中原城市群為例，分析城市群的現狀與發展條件，提出了城市群差異化經營的理念和發展策略，必須考量差異化發展的路徑選擇問題，找到各城市的利基。探討城市經營策略的差異化，事實上與地方經濟的發展息息相關，必須考量城市的文化及其產生關聯的生產活動、社會經濟與環境等條件，以追求整體發展。

Bianchini & Parkinson（1993）研究指出地方發展若採用單一文化政策，在創造社會福利與就業方面的成效表現欠佳。對具有地方經濟性的文化產業扶植，如果沒有社會互動的網絡關係切入，以文化元素為經營主體的企業則不容易成長發展。Kong（2000）另指出並非每一個城市都適合發展文化經濟政策，成為地方或區域的文化中心乃具有門檻值（threshold）的存在，因此小城市發展文化經濟達到規模效益則更加艱困。Basset（1993）在城市經營策略的研究中，分析不同尺度的城市文化資本的經營策略，主張大城市可以透過本身既有的文化及藝術部門進行資源整合，來推動城市文化政策。而小城鎮則須要與鄰近城市進行策略聯盟的合作關係，來增強文化的獨特性，以期拓寬文化的腹地與市場。古宜靈、廖淑容（2003）認為城市發展除了需要經濟效益之外，而社會結構的重建、社會意識的凝聚與其他相關環境的調和，應該作為首要的考量。換言之，以文化作為一種生產要素對城市帶來貢獻，必須考量城市文化的品質與內涵提升，能否深根在地並開展人民對話、經由參與交流及分享，形塑地方的生活形態並增進社群溝通與互動的凝聚力。

如何發展具體的文化資本做為城市經營策略的研究至今仍付之闕如，根據臺北市（2006）提出「臺北市九十五年文化指標調查」報告，以指標概念量化評估臺北城市居民對於文化在生產與消費所作的投入與產出，做為城市文化資本調查

架構的參考(如下圖 3-1)。然而將文化資本及社會資本歸類為創新指標的以量化分析作為未來發展城市經營策略的參考，值得進一步考量。

根據國內外相關研究得知，城市治理必須拉高尺度置入城市群的格局來理解自己的利基，關於同質性高的城市，其經營策略需要強調差異性，以文化產業作為帶動城市發展的策略，存有相當的風險性，必須考量城市的規模大小與城市的背景因素，例如：人口、經濟、交通、環境、社會等社經面向，小城市的資源有限，宜與其他城市進行聯盟發展市場與腹地，估算城市本身各項資本的配置與數量，採取不同的經營策略。城市經營策略除了需要經濟效益之外，社會結構的重建、社會意識的凝聚與其他相關環境的調和，亦是重要的項目。

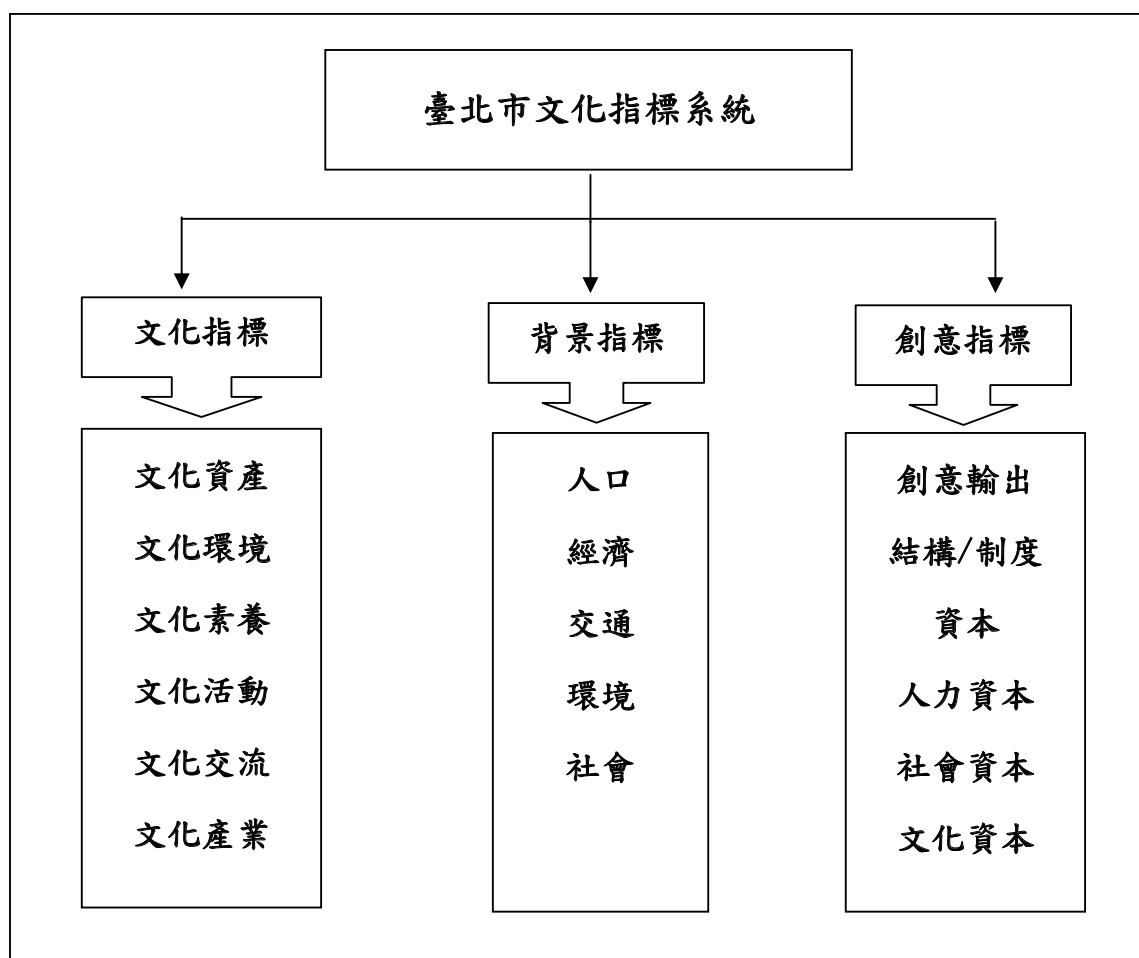


圖 3-1 臺北市文化指標調查架構圖
資料引自：臺北市九十五年文化指標調查報告

貳、長三角城市群的發展現況

花建（2005）研究中國都市群與文化產業的關係，指出長三角、珠三角與京津唐等三大城市群為影響未來中國文化產業的三大城市群，其中長三角城市群的文化資源整合為當前中國之首，長江三角洲的轄區（本文之後引文，簡稱為長三角）包括上海、江蘇及浙江三個省市的 16 個城市組成，以長江交通樞紐形成 T 型發展，構成中國「外通大洋，內聯腹地」的發展策略，成為中國第一、世界第六大城市群。他引述南京大學潘知常教授主張長三角文化發展的領先策略應該是整合區域文化資源，打造區域品牌，例如傳統的江南、太湖等品牌及未來「世博會經濟圈」、「上海三小時經濟圈」、「長三角旅遊圈」等品牌，以品牌「小馬」拉動文化「大車」，使長三角文化成為中國文化的典範。長三角城市群之間的資源差異，具備互補發展的特性，擁有豐富自然景觀及人文風光，高度集中在近十萬平方公里的面積。

胡序威（1993）指出以上海為核心的長江三角洲和江蘇、浙江沿海城市的中部沿海地帶，處於中國沿海與亞太國家和地區聯繫的適中位置，有利於從先進國家引進資金及技術，發展面向全球市場的外向型經濟。長三角地區為中國最發達的經濟核心區，沿著交通航線分佈的城市密集相連，形成巨大的都市連綿區（Metropolitan Interlocking Region），對全國經濟的發展具有重要的影響。

無錫市為長三角城市群的地級市，緊鄰太湖地區，自古即為魚米之鄉，地級市無論資源及位階遠大於縣級市，其範圍包括了 7 區 2 市，江陰市隸屬無錫市所管轄。曹炳汝及楊山（2004）使用區域經濟發展理論，分析無錫與江陰城市形態空間擴展變化，就錫澄地區經濟發展現狀的基礎上提出發展錫澄經濟帶的策略，朝形成"工"字型(雙核型)空間發展態勢與港城協同發展，進行點軸式的面向發展及梯度推進策略，認為不同規模相鄰的城市發展，應該彼此協同合作。

江陰古稱暨陽，亦稱澄。南梁紹泰元年（555）因地處長江之南，遂稱江陰郡，為“江陰”名稱之開始。1953 年改屬蘇州地區。1983 年 3 月實行市管縣體制，改屬無錫市。1987 年 4 月經國務院批准撤縣建市。江陰市是長江下游新興的濱江港口城市和交通樞紐城市，北枕長江，南近太湖，東接常熟、張家港，西連常州，地處蘇州、無錫及常州的「金三角」幾何中心，交通便捷為大江南北重要交通樞紐，素有「江海門戶、鎖航要塞」之稱。江陰市位於無錫市的北部，江陰市轄 1 個街道、15 個鎮：澄江街道、徐霞客鎮、華士鎮、周莊鎮等（如圖 3-2），總面積 988 平方公里（約台北市的 3.6 倍大），人口 115 萬（與台中市人口相當，不及台北市的一半）（江陰市人民政府網，2008）。

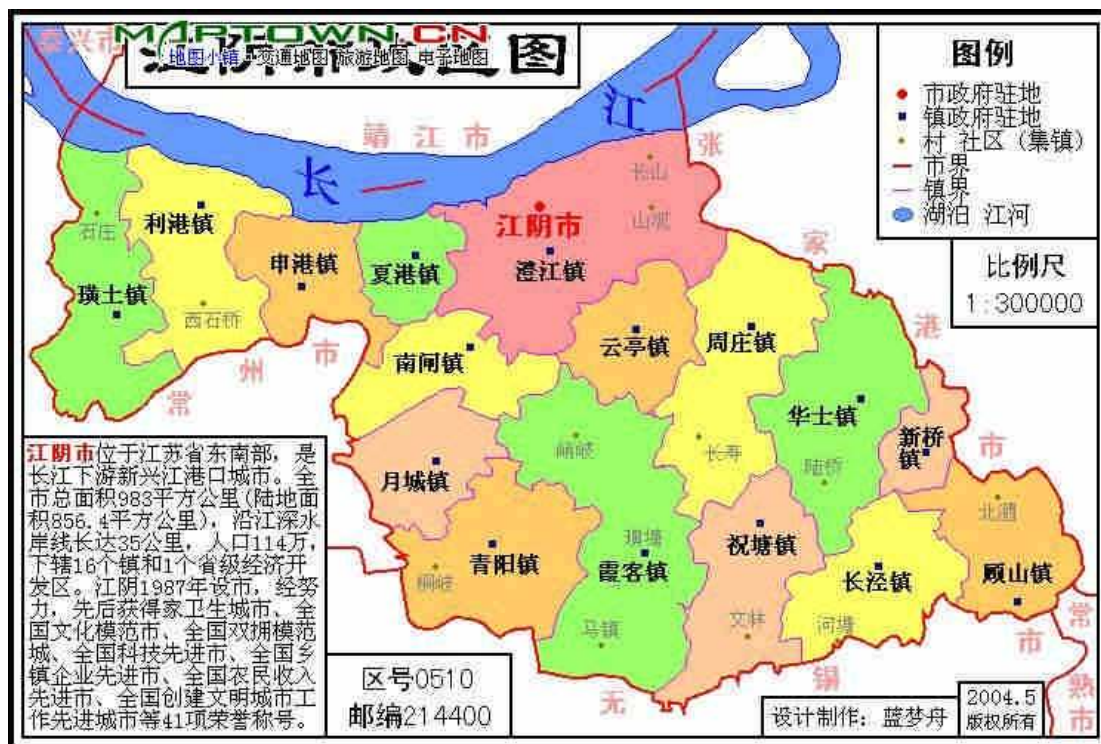


圖 3-2 江陰城區圖

資料來源：中國地圖小鎮網站

江陰市經由實施科教興市、沿江開發、外向帶動、城鎮化和可持續發展五大戰略，加快建設長江下游新興的現代化工業港口城市、重要的交通樞紐城市、區域性商貿中心和具有鮮明特色的濱江山水城市為目標。

參、江陰市的產業發展情形

檢視江陰市產業發展，2006年江陰市地區生產總值980.17億元，比上年增長22.28%，第一、第二、第三產業增加值在地區生產總值中的構成比例為1.75：63.30：34.95。至今江陰市擁有19個國內控股上市公司，瀚宇博多國際控股有限公司成為江陰市第一個在香港上市的台資企業，募集資金5.4億港元。江陰市全年財政收入140.01億元，比上年增長29.18%，其中一般預算收入60.48億元，增長25.00%，財政收入占地區生產總值的比重為14.28%。在第六屆全國縣域經濟基本競爭力評價排名中連續四年名列第一（江陰人民政府網，2008）。

（一）觀光旅遊產業

2006年，江陰市全年旅遊總收入62.65億元，比上年增長28.67%；接待國內外旅遊總人數463.71萬人次，其中接待外國遊客17668人次，接待港、澳、台同胞3757人次；旅遊景點接待遊園人數845.88萬人次，比上年增長20.01%。

各旅行社共接待遊客 54.74 萬人次，比上年增長 24.69%；組團旅遊人數 44.05 萬人次，增長 2.86%，其中華西旅行社全年接待遊客 42.55 萬人次，增長 19.66%，占全市接待遊客人數的 77.73%。江陰市在中國徐霞客國際旅遊節具有絕對優勢，江蘇學政文化旅遊區和濱江要塞旅遊度假區亦被評為國家 AAAA 級景區。全市 19 家星級旅遊涉外飯店(賓館)實現營業收入 4.13 億元，比上年增長 8.34%；客房平均出租率為 57.5。

(二) 教育及文化事業發展

2006 年江陰市各類學校在校學生 202 481 人，普通高中高考錄取率 86.5%，其中本科錄取率 53.5%；初中畢業生升學率 95.01%。中小學生人均公用經費分別提高到每年 250 元和 210 元，從 2006 年下半年起免收九年制義務教育學雜費，取消幼稚園入園贊助費。全市所有鎮級初中建成江蘇省示範初中或義務教育現代化學校，23 所小學建成江蘇省實驗小學或義務教育現代化學校，29 所幼稚園建成示範性實驗幼稚園。江陰市第二中學被國家教育部和江蘇省政府確定為「北京 2008 奧林匹克教育示範學校」，全市有 27 所中小學被命名為“江陰市 AAA 級特色學校”。年內全市教育基建投入近 2 億元，竣工項目 27 項。顯見江陰市在教育領域的投資斬獲良好，為文化資本奠立豐厚基礎。

另外在文化資本的累積上，江陰市舉辦春節晚會、慈善晚會、讀書節等群眾文藝會演等大型文化活動。將文藝節目、展覽、電影和圖書免費送到農村。在江蘇省第七屆“五星工程獎”評比中，江陰市獲 6 金 4 銀；大型錫劇《霞客行》在江蘇省第七屆錫劇節上獲得 11 個獎項。全市擁有文化館、文化服務中心 20 個，藝術表演團體 2 個，公共藏書 880 萬冊。全市電視覆蓋率 100%，有線電視用戶 30.18 萬戶；數位電視用戶 16.77 萬戶；《江陰日報》全年出刊 352 期，出版報紙 1 216 萬份，發行量 3.3 萬份。此外根據 2008 年 1 月澄政發〔2008〕16 號江陰市公佈第一批市級非物質文化遺產名錄，市文化局審核的第一批江陰市非物質文化遺產名錄（共計 58 項）包括民間音樂、舞蹈、曲藝、美術、手工藝、傳統醫藥及民俗等項目。

參、江陰市的華人文化資本優勢

經由了解江陰市產業發展情形得知，江陰市以全國萬分之一的土地、千分之一的人口，創造了全國三分之一的財政收入、二百分之一的國內生產總值和百分之一的上市公司。二〇〇五年，江陰在全省率先建成全面小康市。江陰經濟社會的快速發展，被中國新聞、學術界稱之為「江陰現象」（維基百科，2008）。

江陰市除了在經濟資本累積上具有良好的成果，在文化資本亦準備充分的資糧。根據中國文物報於 2000 年 8 月 13 日列載，當時江陰市副市長陳捷元言：「一個城市沒有文化的支撐，就將失去靈魂與個性，亦將失去前進的動力及發展的後

勁。」江陰市政府處理經濟發展與文化保存的矛盾時，會考量長遠的社會及歷史價值，而放棄眼前的經濟價值。例如江陰市人民中路的明代學政衙門遺址原欲改變為商業用地，後來改棄變更利益改為修繕並綠化工程，保留及延續文化資本如晴山堂、興國寺塔、徐霞客故居、黃山炮台、文廟等，並透過社會力量參與投入文物保護工作。

參考 Bianchini & Parkinson (1993) 主張地方發展及文化政策需要社會互動網絡的支持及張偉與黃勝恩 (2007) 城市經營策略的差異化，必須考量城市的文化及其產生關聯的生產活動、社會經濟與環境等條件，以追求整體發展的概念。本研究認為江陰市具有傳統及現代精神的華人文化資本優勢者包括：中華遊聖徐霞客、中華第一村的華西村、為代表性資本。茲說明如下：

(一) 具有國際代表性的華人文化資本：徐霞客

全國重點文物保護單位：徐霞客故居及晴山堂石刻 (2001 年 6 月 25 日國務院公佈) 江陰市政府代表曾於 2000 年時指出，市府成立江陰名賢研究院研究江陰市歷代以來的名人，其中徐霞客最具代表性 (江陰市人民政府，2001)。為徐霞客為明代江陰人士，亦為傑出的地理學家、旅行家，他的足跡遍及 16 個省區的名山大川，以行者無疆、壯行中華的精神，花三十多年時間造訪華東、華北、東南及西南地區 20 個省市的山川，其所著的《遊記》被譽為千古奇書。

從 1991 年開始，江陰市每兩年舉辦一次徐霞客文化旅遊節，融入文化、旅遊及經貿三位一體的旅遊節，推出特色旅遊線路，同期還舉行一些經貿活動。1993 年中國徐霞客研究會成立時，並配合出版研究文集、拍攝徐霞客電影及電視專輯 (江陰市人民政府，1998)。1995 年在江陰市首次召開全國徐學會議，隨著徐霞客精神對中國民族精神的意義獲得全國重視，江陰市府至 1980 年代中期開始將學校、交通街道及行政區域更名，塑造徐霞客像及重修霞客故居與搬遷晴山堂等作為，在硬體上投入許多心力，2007 年許多當年徐霞客遊覽過的城市旅遊界人士代表，共同在江陰市發起成立「中國旅遊霞客聯盟」，開發霞客當年的旅遊路線為主軸，打造霞客品牌的旅遊城市形象，進行策略聯盟來促進華人民族旅遊文化 (江陰市人民政府，2007)。

徐霞客協會等組織及徐學研究的文化資本轉換與累積，成為江陰市具有中國代表性的華人文化資本，吸引海內外人士前往其故鄉朝聖，開創重回徐霞客旅遊路徑的旅遊活動，並帶動其他有形及無形的文化資本的開發。

(二) 具有現代社會主義樣板的文化資本：華西村

位於江陰市華土鎮的華西村為中外聞名社會主義集體生產的農村典範，素有天下第一村之稱，2001 年 6 月以來，華西村將周邊 16 個村併入，全村面積有 30 多平方公里，人口 3 萬多。作為資本主義強調個人自由與市場機制的對照，華西村由帶動人吳仁寶努力經營下，發揚甘於奉獻、嚴於律己的華西精神，使得每戶都擁有自己的別墅、村落中擁有休閒娛樂、購物消費等機能，全村人數已達萬人。

目前具有 60 家左右的企業，固定資產達 21 億元人民幣（新台幣近 85 餘億元）。從 2008 年 3 月 23 日起每年此日訂為華西村的「誠信日」、強調宣傳信用文化，宣導信用道德，弘揚誠信理念，誠實待人，恪守承諾，做一個誠實守信的公民。

自 1988 年起，華西村創建了「精神文明開發公司」，把精神文明作為一種產業來開發，全面負責華西精神文明建設方面的產、供、銷，協助各企業單位進行教育，弘揚華西精神，更大地提升華西品牌的魅力和吸引力，帶動全社會學楷模、講誠信、樹新風、促和諧風尚（華西新聞，2008）。

四、以華人文化資本做為江陰市發展的策略

本研究經由 Bourdieu 資本理論與城市發展理論的梳理，從城市群的概念進行不同城市規模的發展探討，提出以華人文化資本作為江陰市的經營策略。根據布迪厄的理論指出以經濟資本、社會資本文化資本及象徵資本的累積與轉換，作為城市經營策略的運作思維。考量江陰市在長三角的區位及行政資源的有限，為達成「幸福江陰」城市品牌的目標，提出以華人文化資本作為城市經營策略的參考。文化資本是區域做為生產要素能夠帶動經濟與社會發展的勞動力總合，重視人口素質，加強文化資本的累積與轉換，是城市發展策略的重要關鍵之一。

參考 Basset（1993）分析不同尺度的城市文化資本的經營策略，小城鎮則須要與鄰近城市進行策略聯盟的合作關係，來增強文化的獨特性，以期拓寬文化的腹地與市場。透過文化產業的空間佈局，進行國內外兩大市場的開發。以大城市群為核心與周遭城鎮形成網路，以長三角城市群彼此相互支援，向全國及海外進行輻射招攬，形成最佳空間佈局，其條件為自然及社會經濟要素的組成是否恰當。充分利用已有積極吸引聚集並擴散網路資源，使城市得以集文化、社會、經濟及人力資本為大成的城市發展策略。

江陰市作為中華千古奇人遊聖徐霞客的故鄉，善用縣級市的文化資本與地級市無錫及長三角其他城市進行合作聯盟關係，例如 2008 年 5 月第三屆徐霞客國際旅遊節暨第十一屆無錫太湖旅遊節活動，晚會主題為「相聚霞客故里」，辦理中國旅遊霞客論壇等活動（新華網，2008）。透過無錫市所擁有地級市的資源宣揚江陰市的文化資本為策略，帶動江陰市其他文化資本的累積，以轉換為創造華人文化進取務實的霞客精神之象徵資本，吸引長三角由上海都會輻射向外的旅遊人潮並轉變為經濟資本。

華西村以代表中國實現社會主義精神的現代農業典範，影響江陰地區的民間企業慈善活動實踐企業社會責任成為企業公民的風氣，結合政府、企業及民間非營利組織的合作，如徐霞客研究會宏揚遊聖霞客精神，以及華西企業集團的品牌

經營，做為江陰市以縣級市的華人文化資本轉換為凝聚網絡關係的社會資本及增進城市旅遊投資收入的經濟資本之城市經營策略，達成邁向幸福江陰的象徵資本，江陰市以徐霞客及華西村的華人文化資本作為城市經營策略，符合周一星（1993）指出中國城市化的二元結構策略，即由上而下的政府推動與自下而上的民間及企業的經營，提供中國其他縣級城市的發展模式。

從長三角至無錫市到江陰市等三個不同空間尺度的推演，以華人文化資本概念作為城市發展的主張，江陰市除了在基本資源、經濟增長、科技國防等「硬實力」之外，需要更多的教育、文化素養的「軟實力」來帶動。隨著中國經濟成長快速及人民收入所得提升，對於文化產業的商品及服務需求將相對增加，從徐霞客到華西村呈現傳統人文到現代精神，江陰市提供一個全球華人文化的核心品牌，成為華人及經濟全球化來到中國發展或覽勝者的文化重鎮，同時吸引內地與外匯的市場。發展文化產業可有力推動經濟增長，使地方產業供給結構更能回應國內外市場需要。江陰市以華人文化資本為城市品牌塑造的背後意義，在實現「以人為本」的核心價值，提高人民的文化生活水平，展現地方及國家的凝聚力。

參考文獻

- 中華人民共和國行政區劃統計表（2005）。**中國行政區劃網** 發佈時間：2006-7-3。
檢索日期：2008-05-03 http://www.xzqh.cn/ONEWS_zq.asp?id=1150
- 世界銀行（2001）。**2000~2001年世界發展報告**。中國財政科學出版社。
- 江陰市人民政府編（1998）。弘揚徐霞客精神，促進兩個文明建設。**徐霞客研究第2期**。北京：學苑出版社。頁169-175。
- 江陰市人民政府編（2001）。讓徐霞客走向社會走向世界座談會紀要，**徐霞客研究第7期**。北京：學苑出版社。
- 江陰市人民政府編（2007）。中國旅遊霞客聯盟宣言，**徐霞客研究第15期**。北京：學苑出版社。
- 江陰市人民政府網（2008）。<http://www.jiangyin.gov.cn/jiangyingov/>
- 古宜靈、廖淑容（2003）。文化產業的地方性與經濟性。**文化研究學會2003年會**。
- 花建等著（2005）。**文化魔戒—文化競爭力的奧秘**。臺北：帝國文化。
- 邱天助（2002）。**布爾迪厄文化再製理論 Cultural Reproduction Of Pierre Bourdieu**。臺北：桂冠。
- 周一星（1993）。八十年代中國城市化的若干新動向：兼論中國第四次人口普查的市鎮人口比重。載于楊汝萬編，**中國城市與區域發展—展望廿一世紀**。香港：香港中文大學香港亞太研究所。
- 胡序威（1993）。中國沿海城市發展的區域分析。載于楊汝萬編，**中國城市與區域發展—展望廿一世紀**。香港：香港中文大學香港亞太研究所。
- 高希均（2007）。**做一位出色的知識人**。聯合報 2007-06-23

- 高宣揚 (1992)。論布爾迪厄的生存心態概念。《思與言》，第 29 卷 3 期。頁 21-76。
- 高宣揚 (2002)。布爾迪厄 Pierre Bourdieu。台北：生智。
- 姚士謀等 (2001)。中國城市群。中國科學技術大學出版社。
- 郝龍斌 (2007)。以「臺北市產業發展與遠景」為題對工商企業演講，獎勵投資提高城市競爭力，並建立華人文化第一品牌。
http://www.taipei.gov.tw/cgi-bin/Message/MM_msg_control?mode=viewnews&ts=4760f244:2ea4&theme=/3790000000/379530000H/379530700H/.theme/Tao
- 孫智綺譯 (2002)。布赫迪厄社會學的第一課。台北：麥田出版。
- 張偉與黃勝恩 (2007)。中原城市群的差異化經營策略探討，《洛陽師範學院學報》。26 卷 2 期。
- 曹炳汝及楊山 (2004)。雙核型空間結構與錫澄經濟帶發展研究。《世界地理研究》2004 年第 01 期。上海：中國地理學會。
- 華西新聞 (2008)。中國農村第一個誠信日創立。檢索日期：2008-04-30
http://www.chinahuaxicun.com/xinwen_detail.asp?id=86&typeid=N11102&cmd=look&nodename=
- 華西新聞 (2007)。華西村：“口袋”“腦袋”雙富有。檢索日期：2008-04-30
http://www.chinahuaxicun.com/xinwen_detail.asp?id=83&typeid=&cmd=look&nodename=
- 楊文彥 (2004)。從 Bourdieu 之資本理論看國小英語補習教育。《網路社會學通訊期刊》第三十八期。
- 楊敏之、辛晚教 (1998)。全球化經濟趨勢下臺灣文化產業發展策略研究。《中華民國都市計畫研究學會學術研討會》。
- 賈松青 (2008)。論文化資源轉變為文化資本的現實途徑。華僑華經濟技術網(作者單位：四川省社會科學院) 檢索日期：2008-03-06
http://www.tt91.com/overseas/wenzhang_detail.asp?id=121131
- 新華網 (2008)。徐霞客國際旅遊節在無錫開幕。檢索日期 2008-05-11
http://www.js.xinhuanet.com/xin_wen_zhong_xin/2008-05/10/content_13217520.htm
- 臺北市政府 (2006)。臺北市政府九十五年文化指標調查報告。臺北市政府文化局。
- 鄭秋霜 (2008)。創意加持打造文化新資本。《經濟日報》2006-05-03
- Basset, K. (1993). *Urban cultural strategies and urban regeneration : a case study and critique environment and planning*. A (25) .
- Bianchini, F. & Parkinson, M. (eds.) (1993). *cultural policy and urban regeneration: the western European experience*. Manchester University Press.
- Bourdieu, P. & Wacquant, J.D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. The University of Chicago Press.
- Coleman, J. S. (1988). *Social Capital in the Creation of Human Capital*. *American Journal of Sociology*, 94, S95-120.
- Kong (2000). Cultural ,economy and policy:trends and development. *Geoforum*,31.