

未来五年上海提升城市软实力的思路 and 对策

张云伟 张亚军 崔园园 吕岚琪¹

(上海发展战略研究所 200032)

【摘要】: 上海应立足于提升城市软实力的战略制高点,以城市精气神为逻辑起点提升城市软实力,以友好型国际大都市统领城市软实力工作部署,以人的感知作为城市软实力工作的衡量标尺,充分体现欣欣向荣的发展活力、人才向往的城市魅力和社会主义核心价值观的凝聚力,更好地展示和传播中国理念、中国精神、中国道路和上海形象。

【关键词】: 城市软实力 国际大都市 城市形象 城市精神

【中图分类号】: F127. 51 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1005—1309 (2022) 04—0021—009

为深入贯彻中央有关指示精神,2021年6月,中共上海市委发布《关于厚植城市精神彰显城市品格全面提升上海城市软实力的意见》,将城市软实力建设提到新的战略高度。随着国际经济、金融、贸易、航运、科技创新中心建设的不断推进,上海不少硬实力指标已走在全球城市前列。未来五年,上海需要更加充分地把握城市软实力建设的规律和特点,从全国大局出发,着眼于上海自身的优劣势,借鉴国内外经验,大力提升城市软实力,强化面向全球的传播力、影响力及竞争力。

一、城市软实力的内涵和特点

(一)城市软实力的内涵

目前,相关学者对城市软实力的内涵从不同视角进行界定,但更多地强调城市软实力的内向属性,认为城市软实力是规则、制度、价值、理念、文化、法治等体现出的软要素、软环境、软投入、软产出,以及由此形成的吸引力、凝聚力、竞争力、影响力等,相对忽视了城市软实力的向外传播属性。我们认为,城市软实力是城市精气神的集中展示,是外界对于城市核心价值观的认同,是对于城市文化、治理、创新创业、人居环境和传播能力等方面一流品质的认可。一座城市的软实力往往体现为在城市生活的人表现出的自豪感,来过的人表现出的倾慕之情,没来过的人表现出的向往之心。

城市硬实力与软实力既相互区别又相互补充,二者相辅相成、相互作用。城市硬实力的核心是物或可物化的对象,如经济、环境,是城市有机体的骨血肉;而城市软实力的核心是人,是对物的主观能动性作用的发挥,如政策、制度、服务等,是城市有机体的精气神。城市硬实力是城市软实力的有形载体和物质基础,而城市软实力是城市硬实力的无形延伸。城市硬实力犹如电脑硬件,是城市的有形资产;而城市软实力犹如软件,是城市的无形资产,两者相辅相成、共同发挥作用,硬实力是常数,软实力是变数或乘数,具有倍增和加速作用。

¹**作者简介:** 张云伟,理学博士,上海发展战略研究所城市战略研究部部长,高级经济师。张亚军,经济学博士,上海发展战略研究所经济战略研究部副部长,助理研究员。崔园园,工学博士,上海发展战略研究所助理研究员。吕岚琪,经济学硕士,上海发展战略研究所研究人员。

(二)城市软实力的特点

与硬实力不同，城市软实力在形态、作用方式、作用机制等方面有着非常明显的特点。

一是城市软实力的作用方式是潜移默化的。与城市硬实力不同，城市软实力作用的发挥并不是强制的，而是让其他人自觉主动地接受城市的价值观、精神品格、生活方式等。城市软实力对人的影响是潜移默化的，在不经意间改变人的思想观点和行为方式。

二是城市软实力的基础是认同感。城市软实力的根本在于其他对这座城市的发展方式、精神品格、文化基因等方面的认同。一座城市只有得到更多人的认同和欣赏，才会有更多的城市效仿，吸引更多的人慕名而来，从而形成较强的城市软实力。

三是城市软实力的影响作用是持久的。城市软实力对于城市的影响是持久的，对于城市发展的方方面面产生深远影响。城市软实力本身需要较长的时间形成，构成要素需要几年甚至几十年才能彰显优势，也需要通过长时间才能改变市民的理念及行为方式。

四是城市软实力与硬实力具有密切联系。城市软实力的作用发挥离不开硬实力。城市软实力的形成离不开各类物质资源的充分供给，需要城市硬件的支撑。城市软实力对于其他主体的影响一般需要通过完善的城市硬件展示，依托强大的硬实力向外传播与展示。

(三)国际大都市城市软实力的典型特征

由于城市规模、要素、功能等不同，国际大都市的城市软实力与一般城市的软实力具有明显差异。

一是城市软实力对国际大都市更为重要，相较一般城市，国际大都市更需要借助城市软实力充分发挥影响力。国际大都市拥有一流的硬件设施，拥有较强的城市硬实力，对周边要素具有较强的吸引力，更容易形成较强的城市软实力。

二是国际大都市城市软实力的形成是多元的，一般城市的软实力来源相对单一。国际大都市作为国际思想、文化、技术、产品、生产和生活方式的荟萃之地，其多元性、多层次性不言而喻；相较之下，一般城市则要简单得多。国际大都市的城市软实力既来自精神品格和行为活动，也来自物质性资源和制度；一般城市往往由于某一方面比较突出而形成城市软实力。

三是国际大都市城市软实力的对外传播地位不同，具有较广的传播范围和影响面。与一般城市相比，国际大都市拥有大量的国际经济、社会主体，是全球人流、物流、信息流、资金流的枢纽，并在对接国际通行规则方面具有优势，其软实力作用范围覆盖全球。因此，较好的城市形象、制度、活动等将大幅提升城市软实力，反之造成的负面影响也很大。

(四)国际大都市城市软实力的构成要素

国际大都市城市软实力主要体现在城市文化、城市形象、城市精神、城市活力、城市治理 5 个方面。城市文化是软实力的“气”，城市形象是软实力的“形”，城市精神是软实力的“魂”，城市活力是软实力的“神”，城市治理是软实力的“脉”。

一是城市文化的吸引力和传播力体现了城市软实力，文化资源通过各种渠道进行传播，形成受众文化认同，进而实现吸引、感召和影响。主要影响因素不仅包括文化设施、文化活动，还包括文化产品和文化名人等。

二是城市形象是城市软实力最为直观的外在表现。城市形象的好坏不仅取决于物质层面的外表，也与城市整体发展水平、城

市地位等密切相关。主要影响因素有城市风貌、城市环境和城市品牌等。

三是城市精神是城市软实力最核心的内容，是城市市民认同的精神价值及共同追求，是一种生活信念和文化特色的精确提炼，渗透在城市经济社会各个领域当中。城市精神主要体现在开放、包容、法治和创新等方面。

四是城市活力是城市软实力表现出的神态，是城市高成长性的集中表现。城市活力具体表现为城市整体发展呈现的动态成长性，城市经济社会等主体展示的经济活力、创新活力、组织活力等。

五是城市治理是城市软实力得以成型的关键，是影响感知的非常重要的因素。在满足城市基本运转的基础上，城市治理的软实力主要体现在安全有序、人文关怀和国际化等方面。

二、上海城市软实力的基础和短板

上海拥有特定的文化底蕴、现代时尚的形象、开放包容的精神、积极向上的活力和精细化的城市治理，但对照“具有世界影响力”的定位要求，上海城市软实力仍有较大提升空间。

（一）城市软实力总体呈现“内强外弱”的基本特征

城市软实力直接体现在对机构、人才及游客的吸引力和传播力等方面。上海是国内软实力水平最高的城市之一，但其国际知名度和传播力距离全球顶尖城市还有一定的差距。

一是上海吸引的国际组织和人才不够多。清华同衡的数据显示，目前伦敦拥有国际组织总部 1515 家，纽约拥有 1072 家，巴黎拥有 1565 家，东京拥有 403 家，上海仅有 27 家。上海的常住外籍人士占比与伦敦、新加坡等城市相比有显著差距，特别是在企业、高校、医院、科研机构中的顶尖人才还比较欠缺。

二是上海对于国际游客的吸引力仍须提升。万事达发布的《2019 年全球旅游目的地城市指数报告》显示，巴黎、伦敦、纽约、东京等均跻身全球前 10 名，上海则未能进入全球前 20 名。2019 年，入境游客在沪平均逗留时间仅为 3.9 天，而伦敦为 7.3 天。

三是上海的国际传播力度不足。调查发现，不少国际公认的全球城市排行榜对上海并不了解，导致上海的排名较为靠后，这与上海的实际发展情况有较大出入。

（二）城市文化资源丰富，但全球影响力不足

近年来，上海聚焦红色文化、江南文化、海派文化的共生共荣，大力推进世界级文化设施建设，积极举办国际节展赛事活动，全力打响“上海文化”品牌，文化软实力显著提升。但是，上海文化软实力的吸引力和影响力仍显不足，主要原因在于缺乏超级文化地标、文化节庆活动活跃度不足、文化多元化程度不够、文化名家名品缺乏等。

一是缺乏具有全球标杆性的超级文化地标。具有全球标杆性的超级文化地标是城市文化软实力的重要标志。伦敦西区、纽约百老汇都是具有全球引领力、集中展示城市文化软实力的超级地标。上海文化设施整体较为分散，未能围绕某一文化产业业态形成具有高端引领能力、成规模、具有全球影响力的超级文化地标。

二是文化节庆活动的活跃度不足。举办互动性强、公众参与度高的重大文化节庆活动是提升和展示城市文化软实力的重要

途径。例如，瑞士洛迦诺国际电影节 8000 人的露天电影放映活动，吸引当地民众参与其中。相较之下，上海国际电影节等重要文化节庆活动开放度和公众参与度不够高，文化氛围的活跃度不够强。

三是文化多元化程度相对较弱。文化多元化是国际大都市必备的文化软实力之一。例如，阿姆斯特丹的居民拥有大约 178 种不同的文化背景，伦敦居民使用的语言多达 200 多种。上海的文化多元性与国际文化大都市的定位相比还有较大差距。

四是具有全球影响力的名家及文化产品较为缺乏。上海具有全球引领力的文化名家较少，具有全球影响力的名品佳作也较缺乏。长期以来，上海文化消费市场上好莱坞电影、百老汇歌剧、日本动漫、维也纳音乐会、俄罗斯芭蕾舞等国外引进的文化产品更为突出，本土文化软实力的吸引力和传播力明显不足。

（三）城市形象塑造效果显著，但城市品牌形象和环境品质有待提升

上海在形象标识设计、公共空间功能改造、污染防治和生态修复、老旧房屋改造等方面已取得初步成果，城市形象风貌得到优化，但尚未形成具有本土特色的国际化城市形象。

一是城市品牌形象传播缺乏系统化规划。纽约、伦敦等城市均从品牌运作组织架构、内涵、识别体系、营销战略、维护与发展等方面构建城市品牌运作体系，上海的城市品牌形象体系构建和传播则缺乏系统化规划、组织和体系，城市品牌形象个性化体现不足。

二是社区综合服务载体功能不够健全。目前，上海社区综合服务体偏重生活类功能服务，社交型和成长型功能服务不足。例如，部分街镇社区综合服务中心侧重助老、医疗、亲子等生活类服务，缺少社交型功能服务及成长型功能服务的供给，这不利于满足居民社交及自我提升需求。

三是生态环境品质有待提升。当前，上海绿色生态空间较为分散，“点线片网”的生态体系仍须健全，如“一江一河”绿廊、城市建筑垂直绿化、社区街道小环境绿化等均有优化空间。

（四）城市精神特征鲜明，但软实力具象化及传播不足

当前，上海开放包容的精神品质已成社会共识，但具象化还相对不足。

一是新时代上海城市精神缺乏鲜明的、易于传播的口号、形象符号等具象化系统设计。城市精神和城市品格的体现和传承需要特色鲜明、易于传播的具象化符号来实现。例如，深圳以“来了就是深圳人”的口号充分体现了城市的开放包容精神，获得市民的高度认同并产生强大的感染力，但是上海还缺乏相应的具象化符号。

二是以普通市民为载体、彰显城市精神的举措不够多。城市精神要靠每个市民来体现，但是上海仍缺乏专门针对体现和弘扬城市精神品格的普通市民进行表彰激励的举措，城市精神引导市民日常生活实践的力度还有待提升。

（五）城市整体活力较好，但城市创造性、爆发性活力有待加强

近年来，上海营商、人才、创新环境有较大改善，城市发展活力显著提升，但受制于人口、经济结构等因素，城市创造性活力相对不足。

一是上海经济发展动能仍待激发。改革开放以来，作为长三角城市群和对外贸易的中心，上海利用区位优势实现经济快速增

长，GDP 规模稳居中国城市首位，但近年来伴随经济结构调整步伐加快，经济发展速度放缓，新经济发展势头弱于深圳等城市。

二是上海创新创业生态有待提升。上海创新创业举措“碎片化”，创新创业主体支撑力不足，创新创业服务载体质量不高。与深圳等城市横向对比，上海在创新创业支持服务获取便利度方面仍存在不足。

三是社会崇尚科学的氛围仍需营造。激发科技创新活力离不开科普教育，当前休闲科普已成为国外开展科普教育的主要方式，但目前上海的科普工作形式老旧，休闲科普推动不足，实际效果不佳，居民主动参与度不够。

四是吸引世界顶尖科学家的创新环境仍须加强。上海在吸引顶尖科学家到沪进行合作交流、开展科技创新的环境营造方面仍有不足，在硬件基础、文化氛围、制度托底等方面仍缺乏对世界顶尖科学家的吸引力。

(六)城市治理水平明显提升，但治理过程中的人文关怀和国际化水准有待加强

近年来，上海城市治理体系和治理能力现代化水平不断提升，但在基础设施、制度执行等方面仍缺乏必要的人文关怀，国际化治理水平有待提升。

一是城市治理的人文关怀不足。上海城市治理的人文关怀嵌入度不足，体现在城市数字化治理过程中对于弱势群体数字应用的友好型设计不足、“一网通办”事项主动服务意识不够、公共服务设施人性化设计有所欠缺等。

二是大都市治理国际化程度不够高。目前，上海国际化元素、国际化服务等仍显不足。在涉企和涉民政策及办事项目的中英文双语服务、重点事项办理的涉外服务专窗、疫情防控期间对在沪外籍人士疫情防控应知法律法规提示的宣传、外国人签证或居留许可到期后的政策安排等方面需进一步优化。

三、国内外城市提升城市软实力的经验借鉴

从国内外城市经验看，围绕提升城市软实力、着力塑造城市文化魅力、彰显动人城市形象、铸牢城市精神内核、焕发城市发展活力、展现城市善治效能，很多城市的做法都可圈可点，值得上海借鉴。

(一)塑造城市文化魅力：聚焦文化引领集聚区、原创性的文化精品建设，打造具有国际影响力的文化先锋高地

一是借助非营利机构力量，创新运营管理模式，使文化集聚地焕发蓬勃生命力。例如，作为世界两大戏剧中心之一，伦敦西区戏剧产业的成功得益于一整套创新型的现代化运营管理模式，同时将剧目成本转移的政府担负方法作为降低成本风险的一项重要策略。伦敦西区的5家国家级非商业剧院由于接受政府补贴，可以经常上演一些传统的极富艺术和审美价值的剧目，若这些剧目能够在此获得认可，即可转入商业性剧院进行演出，从而使商业剧院实现成本的替代转移和风险的有效规避。

二是充分发挥市场潜力，通过专业、有影响力的艺术人才，搭建文化沟通交流平台，吸引原创性的文化精品。例如，由陈向宏、黄磊、赖声川、孟京辉共同发起的乌镇戏剧节已成为戏剧迷的盛会，上演世界级精品剧目以及年轻戏剧人的原创作品。乌镇戏剧节拥有乌镇大剧院、不同功能的室内剧场和众多户外剧场，形成极具特色的表演空间。此外，乌镇戏剧节作为一个民间自发组织的戏剧节，完全由企业和专业艺术家运作，专业水准极高，不仅为年轻人提供创作的舞台，也为全世界艺术大师提供交流的平台。

(二)彰显动人城市形象：以人为本开发建设城市滨水区域，通过专业机构整体策划和营销城市品牌，提升城市对外形象

一是聚焦城市滨水区，建立全方位的综合评估体系，形成长效治理机制。2011 年纽约城市规划部门推出《愿景 2020:滨水区十年综合规划》，随后滨水联盟工作组开始编制纽约滨水区域设计导则，并逐步形成滨水区域综合评估体系。为更好地完成综合评估工作，纽约成立了滨水区建设委员会，并对通过综合评估的项目颁发认证证书。经过一系列的建设和评估工作，如今纽约的滨水区重新焕发生机，与河流两岸的大厦、街区、公园共同构成独特的纽约城市形象。

二是成立专门机构，统一开展城市形象的营销管理，提升城市对外形象的整体性。纽约设立纽约市营销开发公司，专职管理纽约城市形象营销管理工作，在全球 18 个国家设立办事处，向全世界推介纽约。首尔设立首尔城市品牌委员会，由 25 个地区的区长及各个团体共同管理，同时邀请市民共同参与城市品牌管理，市民还可以利用网络电台节目反映相关意见。

(三)铸牢城市精神内核：“来了就是深圳人”，具象化提炼开放包容友好的精神品格

2020 年中国青年报社社会调查中心开展“你怎么看深圳”问卷调查，关于“受访者印象最深的浓缩城市精神口号”这一问题，超过 50%的受访者选择“来了就是深圳人”这句口号，其中超过 80%来自深圳的受访者选择这一口号。这句口号体现了每一个在深圳打拼的人都把自己当作城市的主人。无论是弘扬开放多元、兼容并蓄、敢闯敢干的城市文化，还是将社会主义核心价值观融入社会发展各方面，如今的深圳正以文化凝聚力量、创造活力、增强软实力，向社会主义文化繁荣兴盛的现代化大都市大步前进。

(四)焕发城市发展活力：更加重视发挥企业集聚效应，不拘一格招才引才，激发创新创业活力

一是打造科技创新高地。深圳打造深圳湾创业广场，汇聚众多优质的创业服务平台及国内顶级创投机构，形成“孵化平台+天使投资母基金+种子股权交易市场”一体化的初创企业投资体系。深圳湾创业广场自成立以来，依靠充满活力的资本市场，诞生了思必驰、悦动圈、超级猩猩等一批明星创业项目。在如今的深圳湾创业广场，各大资本不断向科技企业张开怀抱，初创企业遍地开花，创新创业活力空前绝后，持续塑造新的“深圳精神”。

二是城市文化吸引人、机制留人、高端平台“筑巢”，让人才感受到城市的“爱”。对于人才，深圳提出“‘深’爱人才，‘圳’等你来”“拥抱新经济、重仓年轻人”等口号。推行项目推荐“悬赏制”、评审专家“邀请制”、项目评审“主审制”，以更加符合科研规律的方式支持人才企业开展关键核心技术攻坚。另外，深圳打造的基础科研机构鹏城实验室，形成“不定编制、不定级别、社会化用人”的新型事业单位法人管理体制，实行科研人才分级分类管理、市场化激励的用人模式，为推动关键核心技术攻坚奠定坚实基础。

(五)展现城市善治效能：充分考虑不同群体需求，创新治理模式，展现国际化城市治理的温度

一是针对不同群体，从细节着手展现城市人文关怀。日本城市的精细化治理享誉全球，在电梯、通道等位置设置残障人士专用扶手、残疾人专用按钮，儿童卫生间及母婴室成为各大商场的标配。日本公厕的人性化设计远近闻名，除了干净整洁以及自来水可以直接饮用外，针对女性、儿童、老年人、残疾人甚至造瘻病人都有专门设计。正是这种对完美的孜孜追求和精益求精，让日本城市富有“人情”的别样魅力，也让日本成为当下许多国家效仿和学习的标杆。

二是通过短视频等方式创新执法形式，打造公开透明、人人参与的良好执法氛围。近期，深圳交警推出的短视频平台执法逐渐进入公共视野，平台上开出的“熊熊 call 你”栏目也让出镜警官熊崇君成为新晋“网红”。通过评论式举报、短视频平台创新线上开罚单方式，增强与群众的互动，树立深圳交警阳光、积极、亲民的风格，执法效果和影响力大大提升。

四、未来五年提升上海城市软实力的总体思路

(一)指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为引领，以《中共上海市委关于厚植城市精神彰显城市品格全面提升上海城市软实力的意见》为基准，始终保持大胆创新的勇气、敢为人先的锐气、蓬勃向上的朝气，代表中国更好展示中国特色社会主义发展优势，促进中国理念、中国精神、中国道路向世界广泛传播，推动城市硬件更有温度、城市软件更有力度、城市市民更有热度，全面提升城市精气神，让文化魅力竞相绽放、都市形象充分彰显、精神品格更加凸显、发展活力更加迸发，现代治理引领未来，让天下英才近悦远来，实现人人都有出彩机会、人人都能参与治理、人人都能享有品质生活、人人都能切实感受温度、人人都能拥有归属认同，最终成为具有城市核心竞争力和世界影响力的友好型国际城市。

(二)基本原则

一是软实力与硬实力融合提升。围绕城市硬实力提升策略，有针对性地提升城市软实力，通过打造绝对硬实力，提升城市软实力。同时，强化城市软实力对于各类要素的吸引力度，支撑城市硬实力的长期稳定提升。

二是长期培育与短期优化相结合。对于城市软实力的精神品格和文化魅力，需要长时期的塑造，也需要较长时间才能释放软实力作用。对于现代治理体系、创新创业生态、人居环境等物质载体或制度形式，可以通过一定的策略，短期内在某些点上进行集中优化。

三是约束性与引导性措施同步推进。依靠制度等约束性手段，让市民更讲规则，提升全民社会素质，提高城市整体运行效率。同时，要通过理念宣传合理引导，让全体市民更有活力，更加有温度地生活。

四是对外展示与对内辐射相互衔接。面向国际，进一步提升全球叙事传播能力，充分展示具有中国特色和更加国际化的上海城市软实力。面向国内，充分展示友好型的城市氛围，增强对于国内其他城市的辐射带动作用。对外展示与对内辐射统一部署、共同推进，充分发挥城市软实力的“双循环”促进作用。

(三)总体思路

未来五年，上海应以代表国家展示中国形象作为城市软实力的战略制高点，以城市精气神为逻辑起点提升城市软实力，以友好型国际大都市统领城市软实力工作部署，以人的感知作为城市软实力工作的衡量标尺，充分体现欣欣向荣的发展活力、人才向往的城市魅力和社会主义核心价值观的凝聚力。在城市软实力总体部署的基础上，着重提升向内的吸引力和向外的传播力，全面提升城市文化涵养、形象面貌、精神品质、成长活力及治理水平，更好地展示和传播中国理念、中国精神、中国道路和上海形象。

一是以文化集聚区和原创精品为亮点，提升城市文化影响力。通过文化集聚区和原创精品打造，进一步提升上海文化的集中显示度，让上海地域文化更有魅力，让人们更加钦佩上海文化。

二是以特色化建筑和舒适性环境为着眼点，大幅提升都市形象面貌。聚焦国际曝光度较高的城市区域，强化能够代表上海个性特质的形象塑造。围绕城市居民的多样化环境需求，强化综合服务和绿化供给。

三是以具象化提炼为核心，强化城市精神认同感。围绕上海城市精神品格内核，增强“海纳百川、追求卓越、开明睿智、大气谦和”和“开放、包容、创新”在市民身上的集中体现，全面提升市民对于上海城市精神品格的认同感，让每位市民都成为体现上海城市精神和上海品格的生动注释，形成人人展示软实力的局面。

四是以创新生态和氛围为支点，提升城市发展活力。围绕新兴重点领域，通过进一步开放和制度创新，形成生机勃勃的发展

氛围，推动经济社会快速发展。构建热带雨林式的创新创业生态系统，让各类创新型企业成长的环境更加温暖湿润；通过优化科普等方式进一步培育浓郁的创新氛围，让各类人才更有热情创新创业。

五是以人文关怀和国际化为源点，提升现代治理体系温度感。在持续完善现代治理规则体系的基础上，突出治理过程中的人文关怀及国际化，让城市治理更有温度、更加国际化。

五、未来五年提升上海城市软实力的对策建议

（一）提升全球叙事能力，强化上海对外软实力

一是大力引进国际机构和组织，强化对国际人才的吸引力和竞争力。积极争取中央支持，有针对性地引进世界气象组织、国际电信联盟、世界卫生组织、联合国教科文组织、联合国工业署等国际组织和机构。

二是强化“城市就是旅游，旅游就是城市”的战略设计，提升上海作为国际著名旅游城市的吸引力。建立把城市各类文化、经济、社会、生态资源转化为旅游产品的研发机制。例如，开展“上海伴手礼”计划，以实物载体强化上海城市软实力的传播力度。

三是借助国内外全媒体渠道，提升上海的国际曝光度和影响力。主动对接全球知名的城市指数排名研究机构，积极展示上海城市发展成果，提升上海在国际知名城市排名中的位次。与国际智库及机构合作，通过主导开发上海城市指数、牵头设立上海奖等方式，提升上海的全球影响力。

（二）以超级文化地标及文化名品打造为抓手，提升文化软实力的引领力

一是通过政策倾斜等方式，打造一批世界级超级文化地标。加大税收优惠、融资支持力度，支持将浦东世博片区、静安苏河湾滨水艺术走廊、徐汇西岸沿江演艺剧场群等重点文化地标打造成充分体现上海“东西交融魅力”文化特征、具有全球引领力的超级地标。

二是强化文化节庆活动的市场化策划和举办能力，提升文化节庆活动的活力。吸引更多国内外知名的专业化市场机构参与策划上海国际电影节、“上海之春”国际音乐节等重要文化节庆活动，进一步提升上海文化节庆活动的活跃度和影响力。

三是以设立艺术大师联盟为突破口，系统化开展原创文化精品创作工程。设立艺术大师联盟，创新国内外文化创作类大师交流及合作机制，为上海原创文化产品产出提供艺术土壤。加大上海文化产业发展投资基金的投资力度，重点扶持上海原创文化产品创作。

（三）以成立专门机构、建立社区综合服务体系常态长效管理机制、构建多元生态廊道为主抓手，大力提升城市形象

一是成立专门机构，统筹宣传资源，推进城市品牌形象系统化设计和传播。建议成立上海城市品牌形象管理办公室，统筹协调相关部门共同推进上海城市品牌塑造及形象管理工作。借助海内外智库资源和平台优势，打造上海城市品牌形象设计及传播方案。

二是建立常态机制，推进社区综合服务体系提质增能。以制度建设、流程监管、多元协商等方式确保社区公共服务供给的精准化和群众导向，定期考核各社区综合服务体系运行状况，进一步推动“家门口服务”提质增能。

三是构建多元生态廊道，打造体系化生态空间。加快建立生态廊道建设评价体系，出台相关激励政策，鼓励企业进入建设和运营领域。打造多类型生态廊道，使生态空间从分散化向体系化转变，构建都市绿色休闲网络。

(四)着力城市精神内核具象化传播，强化城市精神的认同感

一是设计一套具象化上海城市精神的形象体系。例如，在全球开展“我眼中的上海”城市精神口号征集评选活动，据此设计一套能够引导政府服务主动创新、吸引国内外英才近悦远来、提升城市精气神的整体形象体系。

二是设立“海纳百川”“追求卓越”“开明睿智”“大气谦和”4类城市精神奖，开展城市精神具象化落实专项行动。定期开展“我推荐我评议身边的上海模子”“我眼中最美的奋斗者”等群众性评选活动，对标城市精神特征设置4类奖项，树立先进典型弘扬新时代城市精神，提升城市精神对市民日常生活的引领性，发挥城市精神软实力对市民的凝心聚力作用。

(五)以增强“双创”政策的系统集成及协同高效、创新休闲科普方式、营造基础科研友好环境为动力核，持续激发城市活力

一是依托“一网通办”提高企业云服务便利化水平，增强“双创”政策的系统集成及协同高效。将上海市企业服务云与“一网通办”结合，实现企业提出诉求到政府提供精准便利服务的闭环。

二是创新科普活动、科普平台及休闲科普方式。鼓励政府和民间科普力量，围绕群众和相关受众兴趣点举办全球科技发烧友大赛等科普活动。采用嵌入式、移动式科普等方式，打造“神奇实验室”“奇妙博物馆”等科普新平台。引导公园、商场、医院等公共场所逐步提升公共场所科普功能，将科普融入日常生活。

三是强化年薪制、终身制和创新容错机制等关键制度保障。探索建立顶尖科学家年薪制、终身制和宽容失败的政策保障机制，支持可能产生颠覆性创新成果但意见分歧较大的非共识项目，为顶尖科学家营造基础科研友好环境。

(六)以超大城市国际化治理专项行动和弱势群体情感性治理计划为着力点，不断提高城市治理现代化水平

一是大力开展超大城市国际化治理专项行动，增强外籍人士在沪归属感。加大布局外籍人士服务中心，完善涉外咨询服务功能。实施外籍人士在沪帮助计划，提供多种专业服务。丰富上海市政府门户网站多语种版本，通过多种平台及时更新涉外政策和服务。推进出入境和居留便利化，如建立外籍人士居留服务管理信息平台、提供外国人签证便利化服务。

二是全力推进针对各类人群特别是弱势群体的情感性治理计划，更好满足多群体的细节诉求和情感需求。彰显城市治理的情感取向，以包容性公共政策关注个体及弱势群体。例如，在公共服务领域提升对数字弱势群体的关注度，依托社区综合服务中心推广“一网通办”延伸服务，推进城市治理硬件设施无障碍化。

参考文献：

[1]陈水生. 数字时代平台治理的运作逻辑：以上海“一网统管”为例[J]. 电子政务，2021(8):2-14.

[2]陈宪. 以四大突破口整体提升城市“软实力”[J]. 领导决策信息，2004(48):15.

[3]高志，陈兰杰，张志强. 顶尖科学家的学术影响力变化规律研究进展[J]. 图书情报工作，2016, 60(6):135-141.

[4]何勇，刘建桥，陈新光. 提升上海城市软实力的比较优势研究[J]. 科学发展，2014(12):100-104.

-
- [5]胡霁荣, 张春美. 国际文化大都市语境下上海文化产业转型发展[J]. 上海文化, 2017(6):39-46, 123, 125.
- [6]王战. 多管齐下打造城市软实力[J]. 探索与争鸣, 2021(7):28-30.
- [7]本报评论员. 上海为何要全面提升城市软实力[N]. 文汇报, 2021-06-23.
- [8]周继洋. 国际大都市软实力提升经验及其对上海的启示[J]. 科学发展, 2022(1):25-31.
- [9]胡键. 城市软实力的构成要素、指标体系编制及其意义[J]. 探索与争鸣, 2021(7):46-48.
- [10]李纯一, 陈瑜. 上海如何打造引领未来超大城市发展的标杆[N]. 文汇报, 2021-09-05.
- [11]李文钊. 数字界面视角下超大城市治理数字化转型原理——以城市大脑为例[J]. 电子政务, 2021(3):2-16.
- [12]孟建, 孙少晶. 中国城市软实力评估体系的构建与运用——基于中国大陆 50 个城市的实证研究[J]. 对外传播, 2010(3):38-39.
- [13]陶建杰. 城市软实力评价指标体系的构建与应用——基于中国大陆 50 个城市的实证研究[J]. 中州学刊, 2010(5):112-116.
- [14]汪涌豪. 回归城市精神性本质的软实力发展之路[J]. 探索与争鸣, 2021(7):34-36.
- [15]熊月之. 上海城市品格是如何形成的[N]. 文汇报, 2019-05-17.
- [16]陈忠. 城市软实力的日常生活营建[J]. 探索与争鸣, 2021(7):40-42.
- [17]戚颖璞. 上海提升软实力, 要从细微之处做起[N]. 解放日报, 2021-11-01.
- [18]王瑞文. 深圳交警短视频平台执法线上开罚单, 出镜警官成网红[N]. 新京报, 2019-10-10.
- [19]格非儿. 乌镇戏剧节是如何助推乌镇品牌升级的?[N]. 数字展示在线, 2019-02-19.
- [20]赵勇, 曹宇薇. “智慧政府”建设的路径选择——以上海“一网通办”改革为例[J]. 上海行政学院学报, 2020, 21(5):63-70.