

作者：李长安 来源：科学时报 发布时间：2008-8-26 2:38:5

[小字号](#)[中字号](#)[大字号](#)

李长安：奥运会提高我国“声誉资本”

奥运期间，我们不仅尽情欣赏各国运动员给世界人民献上的精彩体育表演，还深切体会到东道主的自豪和骄傲。事实上，奥运会不仅是中国改革开放30年成果的一次集中展示，更是提升中国“声誉资本”的“推进剂”。

按照企业管理理论的解释，企业的声誉资本是企业给社会公众的综合印象，是企业无形资产的总和。企业“声誉资本”是由口碑、形象、美誉、表现、行业地位、舆论反应、社会责任等组成的综合性“名声指标”的统称。它并不直接体现在企业的资产负债表、损益表上，却是企业发展的关键性因素。积累企业声誉需要长期、持续的努力。声誉资本是企业最强大的软性竞争力，美国著名声誉管理大师凯文·杰克逊称之为“企业最宝贵的资产”。

在世界竞争格局中，一国犹如一个企业。国家的“声誉资本”同样是国家软性竞争力的集中体现。德国市场营销专家西蒙·安霍尔特对30多个国家的研究发现，国家的“声誉资本”对各国商品的价值具有显著影响。研究还证明，体育运动水平对国家“声誉资本”有重要影响，因为国家队在国际比赛中的成绩也会影响其他国家对这个国家、这个国家的人和这个国家的价值的看法。

改革开放30年来，中国不仅在基础设施建设、经济总量规模、科技实力等硬件环境方面取得了辉煌的成就，在国家的核心价值体系、国民素质、政治经济制度和国家形象等软实力方面也持续改善。实际上，中国目前不仅在GDP总量上占据前三甲的位置，在综合国力方面也进入前十名行列。但不可否认，中国的国家“声誉资本”仍不充足，这其中除了部分国外媒体的故意扭曲之外，宣传力度不够和自身的某些缺陷也是重要原因。

而北京奥运会无疑给弥补国家“声誉资本”不足带来了前所未有的良机。在筹办和举办期间，中国人的热情好客、博大精深的民族文化、顽强拼搏的体育精神等将集中展示在数十万国外宾客面前。而金牌第一的历史性成绩，不仅将中国的竞技体育提升到一个前所未有的高度，也必将对中国的全民体育普及起到良好的推动作用。

事实证明，国家“声誉资本”的提升不但是奥运会顺利举办的保证，还是保持奥运后国民经济又好又快发展的特殊动力——无论是在促进吸引外资规模和质量、提高“中国制造”的品牌效应、促进民族企业创新能力等方面，还是在改善中国企业走出去的国际形象、世界经济多边谈判中的角色地位等方面。可以预见，随着北京奥运会的成功举办，中国的“声誉资本”将更加厚实，经济发展战略目标的实现路径也必将更加宽广。（作者系北京师范大学副教授）

《科学时报》（2008-8-26 要闻）

发E-mail给：

GO

打印 | 评论 | 论坛 | 博客

读后感言：

发表评论

奥运会：美国有多少高学历队员

北京奥运会：文化软实力建设的难得机遇

武夷山：奥运会与价值观

两院院士寄语北京奥运会

奥运会有史以来首次利用IPv6搭建官方网站

南京航空航天大学首进“IT奥运会”总决赛

北京五高校将联合节电 拟在奥运会前节电20万度

北斗卫星系统具区域导航能力 将用于北京奥运会

95份中国期刊在SCI学科分库排名情况出炉

世界大学学术排名500强公布 国内高校无一挤进...

专家解释：h指数及其变体哪个最有效

大三女生教学楼内离奇死亡 尸检：死于5天前

美开发出新型基因沉默技术

武汉理工大学原副校长李海婴贪污受贿被判无期

世界上最小的静态存储单元问世

华裔传奇校长杨祖佑：不久将来大陆会有诺贝尔奖得主