

软实力与一座城市

Dr Alexander Ressos, TEP
Attorney-at-Law (Switzerland), Solicitor (Hong Kong),
Solicitor (England & Wales)

美国政治学家约瑟夫·奈（Joseph Nye）在冷战结束时提出了“软实力”一词，用以描述一个国家通过吸引力而非强制或收买来获得其所欲之物的能力。在其 2004 年出版的著作 *Soft Power: The Means to Success in World Politics* 中，他指出了这种力量的三个来源：一国的文化、政治价值观和外交政策——前提是他人认为它们正当且具有吸引力。¹ 这一概念原本是为大国设计的。此后，它被应用于中等强国、地区和城市；它们争夺人才、投资、机构和访客，所用手段很少包括武力，也只是部分包括金钱。

一座居民不足二十万的城市，不可能在任何传统意义上投射力量。然而，巴塞尔拥有一批可观的、奈所称的吸引力资产。前面各部分已描述了其中几项：国际清算银行（BIS）和巴塞尔委员会，后者的名字已成为国际银行业标准的代名词；生命科学集团，其研究和产品遍及世界各国；以及各类博览会，尤其是巴塞尔艺术展（Art Basel），它将这座城市的名字带到了迈阿密海滩、香港和巴黎。² 本章转向另一项资产，它比上述所有资产都更为古老，并支撑着它们的吸引力：这座城市的博物馆、基金会和赞助传统。

本章的论点很简单。巴塞尔之所以成为艺术之城，是因为它的市民、它的古老家族以及后来的工业企业一再决定将私人财富转化为公共文化。这些决定所创立的机构，如今吸引着收藏家、学者、

科学家、企业高管及其家人，而其中许多人原本几乎没有理由定居在莱茵河畔的这座小城。因此，文化已成为金融中心和生命科学产业集群基础设施的一部分，与机场、国际学校和税收制度无异。作者曾在欧洲和亚洲多个金融中心工作，他观察到，这种文化底蕴难以在短时间内建立，也不可能一次性买到。³

巴塞尔模式有三个显著特征。第一是延续性：这座城市的公共收藏可追溯至 1661 年，其若干基金会已存在一百多年。第二是市民、私人和企业赞助的结合，使同一批机构能够同时获得公共预算、家族基金会和制药集团的支持。第三是低调，这反映了 C 部分所描述的古老家族的文化，并至今仍影响着这座城市中财富被捐赠和被致谢的方式。⁴ 以下各节将从博物馆、音乐与戏剧、文化的公共资助以及近年来的争论等方面考察这些特征。

1 注释

1. Joseph S. Nye Jr., *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New York 1990, 该词首次出现于此书；同一作者, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York 2004, 第 1 章。有待核实。
2. 关于“巴塞尔”品牌在全球金融治理中的地位以及巴塞尔艺术展在将城市之名传播海外方面的作用，参见 F 部分第五章和 H 部分第四章。有待核实。
3. 关于文化作为国际流动专业人士和富裕家族的区位因素，参见巴塞尔城市州以及 BAK Economics 关于巴塞尔地区吸引力的区位研究。有待核实。

4. 关于 Daig（巴塞尔古老家族）及其低调文化，参见 C 部分第二章。有待核实。

仅供一般参考。本文不构成法律或税务意见，不能替代针对个案的专业意见，亦不建立律师与客户关系。本文反映截至 2026 年 9 月的法律状况。

在线版本: cn.helveticaregister.com/basel-soft-power-and-a-city