



城市主题文化
研究丛书

中国国际城市主题文化设计院
China Int'l City Subject Culture Design Institute

城市主题文化 与名牌城市战略

一部中国城市特色文化建设的行动纲领
一部中国城市进入世界名牌城市的导航书

主 编◎付宝华

副主编◎修维华 郭佳



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



城市主题文化
研究丛书

中国国际城市主题文化设计院
China Int'l City Subject Culture Design Institute

城市主题文化 与名牌城市战略

一部中国城市特色文化建设的行动纲领
一部中国城市进入世界名牌城市的导航书

主 编◎付宝华
副主编◎修维华 郭佳



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目(CIP)数据

城市主题文化与名牌城市战略/付宝华主编. —北京:中国经济出版社,2008.7
(城市主题文化研究丛书)

ISBN 978-7-5017-8088-4

I. 城… II. 付… III. 历史文化名城—发展战略—中国 IV. K928.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 071787 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑:刘晨(电话:010-88377716)

责任印制:石星岳

封面设计:华子图文设计公司

经 销:各地新华书店

承 印:北京金华印刷有限公司

开 本:787mm×960mm 1/16

印张:17 字数:247千字

版 次:2008年7月第1版

印次:2008年7月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-5017-8088-4/F·7087

定价:45.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,由我社发行部门负责调换,电话:68330607

版权所有 盗版必究

举报电话:010-68359418 68319282

国家版权局反盗版举报中心电话:12390

服务热线:68344225 68369586 68346406 68309176



序 言

中华民族的伟大复兴,必须要有中国特色社会主义理论思想的指引,中国城市的伟大复兴,也必须要以中国城市特色文化理论思想的指导,否则,中华民族的伟大复兴和中国城市的伟大复兴都不会取得真正意义上的成功。

为此,党的十七大为我们确立了中国特色社会主义理论思想,为中华民族的伟大复兴指明了前进的方向。那么,中国城市特色文化理论思想建设无疑是中国城市伟大复兴的根本所在。怎样建设好城市特色文化?以什么样的城市特色文化和城市特色文化精神引领中国城市的伟大复兴,成了当今中国城市特色文化建设的最关键的问题。

中国特色社会主义理论和中国城市特色文化建设应该是一脉相承的。如果说我们的中国特色社会主义理论思想已经形成,并科学地指导我们中国特色社会主义建设,那么,中国城市特色文化建设可以说还处于一种摸索和徘徊的状态。城市特色文化如何建设?怎样建设?似乎还没有找到准确的科学表述。中国城市特色文化理论建设,既是一门精神形态的理论科学,又是一门涉及城市经济、文化、规划的实证科学。因此,如果仅有精神形态的理论建设而没有城市特色文化实证科学作支撑,中国城市特色文化理论还不能说是一门完整的科学。

目前,中国城市特色文化理论大多都是从精神形态方面进行阐述的,而对中国城市特色文化建设的实证科学没有触及。这就造成了中国城市特色文化理论建设处于一种形而上学的境地,所以中国城市特色文化理论建设亟需理论创新和机制创新,创新出一套既有理论思想又有中国特色的新学科、新体系,才能使中国城市特色文化建设在理论上和设计机制上有重大的突破。

创新是城市特色文化建设的不竭动力。我们城市特色文化建设要在创



新上获得突破,就必须在城市文化建设的旧学科理论和旧规划体制中进行开拓和创新,创新出一套与城市特色文化相适应、与城市特色经济相符合、与城市特色规划相协调的城市主题文化新理论和新机制,以此彻底解决城市特色文化建设中的理论创新问题和城市规划机制的创新问题。

城市主题文化是中国城市特色文化建设的一门创新学科,是当代城市化背景下新兴的一门世界性前沿学科。城市主题文化理论是针对当今城市特色文化建设的精神性质、理论框架、范畴体系、价值理念等方面进行科学、系统研究和探讨的学科。它不仅对中国城市特色文化理论思想建设起到了积极的作用,同时,作为一门城市主题文化实证科学,为中国城市特色文化建设提供了一种全新的范式。这对于中国城市特色文化理论建设思想储备不足和中国城市旧规划体制改革找不到突破口等问题起到极大的改进作用。

任何一个城市都是由城市主题文化相互联系的要素所组成,它遵循城市主题文化的发展规律,具有城市主题文化的结构和功能。城市主题文化系统和城市主题文化各要素之间是一种比较持久、稳定的运行模式,城市主题文化对城市整体发展起着相互协调的作用,使城市形成一个城市主题文化的有机整体,并围绕城市主题文化科学地运转。

在城市主题文化这个大系统中,城市主题文化是城市发展的纲领,是城市发展的核心。在城市发展过程中,城市主题文化在城市的时间、地域和空间中主宰着城市发展的命运。城市特色文化建设的全部过程,实际上就是对城市主题文化的挖掘、提炼、培植、加工以及塑造过程。城市特色文化建设,就是构建城市主题文化的系统过程,就是把城市的经济、文化、规划统一在城市主题文化的旗帜下,形成世界意义的“名牌资本”,最终把平凡的城市推向世界名牌城市的行列。

可以说,没有正确而统一的城市主题文化战略思想为指导,城市发展就会像一艘无舵的船,随风漂泊,不知所向,最后必然被同质化的大潮所淹没。

城市主题文化就是城市的主体性文化,它是城市特色文化发展到一定高度的产物,城市主题文化主要表现在城市的独立性、自觉性和主动性三个方面:独立性,就是城市文化的独一无二性;自觉性,就是敢于对城市文化有



一种积极进取的精神和责任的担当;主动性,就是对城市文化赋予一种能动力量。城市主题文化是一座城市得以独立的身份立足世界民族之林的最高表现形式。一座城市具备了城市主题文化和城市主题文化精神,也就具备了成为世界名牌城市的条件和实现世界名牌城市的资格。

城市主题文化是城市特色文化的最大整合工程。

美国阿波罗载人登月飞船发射成功后,阿波罗计划负责人曾说过一句耐人寻味的话,那就是:这个计划采用的技术,没有一项是新的。阿波罗计划的成功向人们生动地证明了系统论的一个基本原理:整体大于其各组成部分之和。或者说,整合本身就是创造。阿波罗计划的成功还告诉我们:整合工作也离不开创造性,因为如果没有应运而生的系统工程方法,这个以现有技术“合成”新技术的阿波罗计划根本就无法实施。

建设中国城市特色文化也是一项系统工程,而且可以说是比阿波罗计划宏伟得多,复杂得多,艰巨得多的系统工程。在城市主题文化理论思想指导下,在中国城市特色文化基础上实现城市主题文化系统工程,是一项伟大的创造性工作,它将使中国每一座城市都有机会进入世界名牌城市之列。

中国城市经济学会周道炯会长指出:“21世纪是我国城市化进程大大加速的世纪,是以城市为中心实现全面现代化的世纪,也是我们迎接空前挑战,实现中国伟大复兴的世纪。在这种背景下,我们必须充分认识加强城市发展研究的重要性,站在新世纪的高度,把中国城市发展的研究提高到一个新的水平。为此,我们应当积极组织和开展城市发展问题的研究,包括城市经济、城市文化、城市建设、城市管理等各方面的研究,尽快扭转城市研究远远跟不上实践发展需要的局面。城市研究跟不上,将严重影响城市决策工作的科学化,甚至将导致城市领导工作和决策工作出现新的失误。”

城市主题文化是当今世界城市化发展研究最前沿、最创新的学科和理论,我们的研究才刚刚起步,尚需我们不断努力、日臻完善。

中国国际城市主题文化设计院院长

付宝华



目 录

序 言 (1~3)

第一章 中国城市化发展进程中的缺失与误区 (1~28)

- 第一节 城市发展方向的迷失 2
- 第二节 城市文化建设的误区 9
- 第三节 缺乏城市主题文化战略发展观 15
- 第四节 缺乏城市规划体制变革和理论创新 17
- 第五节 缺乏对城市生命的尊重 21
- 第六节 城市文化的价值取向与价值观 24

第二章 城市主题文化内涵与基本原理 (29~49)

- 第一节 城市主题文化的基本概念 30
- 第二节 城市主题文化的形态与属性 43
- 第三节 城市主题文化的特征 46



第三章 对策与措施——构建现代城市主题文化 (51~117)

- 第一节 构建城市主题文化的核心理念 52
- 第二节 城市主题文化体系架构 59
- 第三节 城市主题文化构建形式 65
- 第四节 城市主题文化政府软科学技术设计系统创新
理论依据 101
- 第五节 构建城市主题文化精神 103
- 第六节 城市主题文化所产生的精神力量是抵御城市化各种
危机的最重要力量 110

第四章 城市主题文化——城市发展史上的一场革命 (119~154)

- 第一节 用城市主题文化统领城市特色文化建设 121
- 第二节 城市建设亟待建立城市特色规划机制 127
- 第三节 城市主题文化发展战略规划——应成为城市规划的
母规划 134
- 第四节 突破概念性规划——创新城市主题文化发展战略
规划新概念 139
- 第五节 建立城市主题文化系统工程——是构建特色城市
的重要保证 145
- 第六节 城市主题文化是城市特色文化建设中的最高
逻辑环节 150
- 第七节 城市主题文化让城市特色产生战略意义上的
独立量变 152



第五章 用城市主题文化营销中国城市 (155~181)

- 第一节 用城市主题文化塑造城市鲜明的个性 156
- 第二节 用城市主题文化塑造城市有影响力的品牌 163
- 第三节 通过城市主题文化推广,实现城市价值最大化 171
- 第四节 通过城市主题文化建设,实现城市形态高级化 172
- 第五节 通过城市主题文化品牌营销,实现城市名牌化 176

第六章 城市主题文化是生产城市符号的 载体和平台 (183~195)

- 第一节 城市主题文化已受到各级城市领导的高度重视 184
- 第二节 如何驾驭城市主题文化是对城市领导创新能力的一次全新考验 189
- 第三节 市长只有树立城市主题文化发展理念才能引领城市进入世界名牌城市之列 192

第七章 城市主题文化——城市化发展的高级阶段 (197~238)

- 第一节 面对全球经济一体化与全球文化一体化的挑战和对策 198
- 第二节 城市定位:从无主题文化城市向主题文化城市转型 208
- 第三节 面向世界:把目光投向世界主题文化城市 211
- 第四节 观念转变:城市主题文化是城市实现世界名牌城市的必由之路 214
- 第五节 城市主题文化是城市最大的核心竞争力 216



- 第六节 城市主题文化是吸引世界优势资源最顶级平台 225
- 第七节 城市主题文化,让中国的城市成为世界名牌城市 228
- 第八节 城市“黄金时代”已经来临 233

附录 西安率先在中国城市中打造城市主题文化 (239~258)

中国国际城市主题文化设计院简介 (259~260)

后 记 (261~262)



第一节 城市发展方向的迷失

全球化的浪潮将吞噬和同化着许多富有地域特色的城市文化。城市将丧失文化的独特性,从而丧失它最珍贵的“精神血液”。这又是一场人文领域内的城市灾难,是一种人文和精神意义上的生态危机。

在西方城市化过程中出现的一些问题和败笔,在中国城市化进程中却被当作楷模和经典来加以实践;在西方城市进行深刻反思自身文化的时候,我们却不加分析地全盘吸收;在西方城市化发展过程中,连他们自己都不知道对错的时候,我们却给加上了绝对正确的注解;在西方城市文化迷失的时候,在把文化转向东方寻找支点的时候,我们的文化自卑情结却高过了任何历史时期。

1999年的《北京宪章》中把我们这个时代称做“混乱的城市化时代”,事实也正是如此,在毁掉一个个极富特色的城市的同时,我们并没有用我们的智慧去建设一个个极富特色的新城市。相反,我们却看到了一个个结构畸形、功能混乱、行动别扭、体态丑陋的城市怪胎。

有的学者指出:“我们的城市现代化建设重复了美国城市现代化过程中所有的错误。看看我们的城市,一个个顶天立地的建筑,使人们变得渺小,那种不相称的尺度感和体积感,让人越来越不自信,人们在这种物质巨人面前,变成一个侏儒,变成一个在视觉上和精神上备受压迫的人。人的心灵被这种钢筋水泥挤压得已变得扭曲,那种心灵的场所空间已经没有了一点自由,人在这个城市还是主体吗?如果一个城市提高GDP一个百分点,是以消耗一百倍的能源为代价,那么这种GDP增长对城市来说则是灾难性的。一个城市建筑面积和高度可能增加了多少倍,但它对城市审美的破坏已经超过了城市面积和城市高度的总和,这种面积和高度的增长,对城市发展将是灾难性的。”

中国建筑问题不是形式和表象问题,而是表现在对城市肌理的破坏,原



有城市价值消失加上大量商业性建筑的席卷,导致了原有城市解体。

有学者指出:“每次将眼光投射于当今城市,都很难不被潮流的商业化外表所迷惑。从而,保持在感官符号的物质表面,这种表面异常强调视觉的凹凸起伏,以大的体形和强烈的刺激来构成整个空间的场景。这种透明化的力量将其暴力属性隐匿到了难以察觉的地步。个人空间和价值被压缩到了一个无足轻重的地位。我们看到的是单调的硬地广场,反射着朝阳炙烤着人们,夸张的大体量建筑没有丝毫温情,街道如同一道汪洋隔开了相望的人群。”

这个城市是如何从脉脉温情走向冷漠,在这种物质化的表面上失去了什么,简单地讲,就是一种人文感的平凡生活,它才是城市文化的源头和赖以生存的土壤。我们此时不能判断城市如何走向,尽管我们也可以牺牲商业利益的勇气来保存精美的建筑片断,或者一如上海将石库门转化为流行与时尚的新天地一般的商业类消费场所,但我们寻找不回那真正的人文空间和生存土壤。”

台湾文化人龙应台曾写过一篇文章,生动描绘了她对欧洲“现代化”的印象:“我带着满脑子对‘现代化’的想象而去……一路上,没有看见预期中的高科技、超现实的都市景观,却看见田野依依,江山如画……尔后在欧洲的长期定居,只是不断见证传统的生生不息。我发现,自己原来对‘现代化’的预期是片面的。先进国家的‘现代化’是手段,保护传统是目的……大资本、高科技、研究与发展,最终的目的不是飘向无限,而是回到根本——回到自己的语言、文化,自己的历史、信仰,自己的泥土。”

特色不能单纯借助于实体的形态来保存,也可以以另一种可识别的形式来继承。我们希望在彼此的区域和彼此的城市间找到它。在这个永恒超越的意志统治的时代里,进步常常只能在废墟上实现。所以,我们需要一种对城市的尊重,从这种尊重中我们才能真正地看到成长的可能。”

一、城市目标趋向

据一份调查资料表明,前一个时期,全国有 183 座城市宣布要建立国际



大都市,也就是说,我国在未来 20 年内,至少要建 20 座 1 000 万人口的城市,或 200 座 100 万人口的城市。而根据联合国统计公布,到 2000 年 12 月止,全世界 100 万人口的城市才 341 座,国际范围内的可称为全球化城市、国际都市、国际化大都市的城市,不过为 49 座,显然,以中国现有的经济实力,在 20 年内达到这一目标是绝对不可能的。所以国际化大都市不仅仅成了一个政绩工程,也是一个“噱头”,更可怕的还是一场决定中国特色城市建设成败的“大噱头”。

另外,我们有些城市连“国际大都市”的概念还没有弄明白,就要建国际大都市,未免有点太草率,太不严肃。国际大都市的概念是一种能量的聚合体,它的 GDP 值单拿出来,必须在全世界国家排名中名列前茅,国际大都市的全球的技术、资金、人才流动的控制功能将超过国家的范畴,成为世界经济市场中的控制点。在本国区域内,它是绝对的区域中心。另外,还有 8 个准入条件:(1)区域中心;(2)移民之城;(3)会展之城;(4)组织之城;(5)服务之城;(6)创业与人居之城;(7)传媒之城;(8)文明之城。这 8 个准入条件都有严格的细化标准。根据这一标准,目前,我们国家还没有一个城市被国际组织公认为国际大都市。在未来,也只有在北京、上海、广州、香港中有条件产生,而我们竟有 183 个城市要建国际大都市,这怎么可能呢?

二、产业同构

据国家有关方面测算,我国中部和东部城市产业结构相似率达 93.5%,西部与中部城市产业结构相似率达 97.9%,全国各省、区城市产业结构相似率为 90% 以上,一位专家浏览长江流域部分省市“九五”计划和 2010 远景目标纲要,吃惊地发现,重庆、湖北、浙江、安徽、江苏和上海各自发展的第一支柱产业无一例外,全是汽车!如果中国的城市都成了“沃尔夫斯堡”,那么将是一个什么样的结局呢?

城市产业发展定位,必须扬长避短、趋利避害。与周边地域、产业、竞争对手的差别往往就是消费空间和发展弹性,“人无我有、人有我无”讲的就是



产业的差别性,就是比较优势。现在城市产业同构,产业类型重叠,同质化产品泛滥成灾,造成的利润低、企业生存艰难、资源浪费现象已有目共睹,早已成为区域社会经济的公害。

以上情况说明,由于没有充分地体现各城市自身的特点进行合理布局,准确定位,从而形成了产业重叠、重复建设,热门行业大家都争着上,而能决定城市发展潜力的“独门法器”却无人问津,导致了产业结构不合理,潜力没有很好地挖掘,城市整体优势得不到很好的体现,均衡协调发展也就成了一句空话,虽然打着“国际牌”,却在国际上没有很强的竞争力和应有的知名度。由于城市定位雷同,形成了城市之间产业同质化,造成了区域与区域之间的恶性竞争,企业与企业之间的恶性竞争,城市与城市之间的恶性竞争,其结构不是双败就是群败,国家大量投资无法收回,在恶性竞争中的怪圈中难以自拔。这样的城市定位就是缺少城市科学发展观造成的。

从城市经济学角度讲,每个城市都要研究突出一两项强势产业,形成自己的优势。工业门类齐全的产业布局早就不提倡了,因为这很不科学,也不符合当今产业发展的实际。实践证明,样样都搞,样样都搞不好,还是从自己的具体条件出发,重点培育一两项强势产业,才能在当今产业调整的大潮中站稳脚跟,占有自己的一席之地。

所以,城市的发展,首先要用城市主题文化来解决城市定位问题,避免那种盲目定位、随意定位、独断定位、跟风定位的弊端。

城市要想科学发展,首先要解决城市的高端决策问题,而城市主题文化,就是城市高端决策的科学机制。也就是说,主题对了位,干啥啥都对,主题不对位,干啥啥白费。东西南北中,主题在其中,找不到主题,一切都是空。所以只有通过城市主题文化,才能彻底解决城市定位雷同问题,才能彻底解决产业同质化问题。

三、形象雷同

全球化与文化趋同的挑战,是建筑与文化必须面对的现实问题。特别



是国际式建筑风格的泛滥,使建筑领域面临世界性文化趋同,民族、地域个性丧失等问题。

遍布城市的高楼缺乏个性,兵营式住宅的排列,建筑的艺术性、文化性得不到显现;在乡村,兴建的钢筋混凝土楼房代替了传统的民居,新的现代的建筑不中不洋,造型和色彩很差,既破坏了原有民居的和谐,又没有形成新的风格。纵观我们的大城市高楼林立、面貌雷同,摩天大楼的泛滥,形成了新的危机。建筑文化走向了迷失。

20 世纪,经济环境影响了建筑师的创作理念,经济原则成为现代建筑的一个重要美学原则,它推动了建筑向预制化、标准化的方向发展。建筑开始了规模化生产,追求快速、低成本,使建筑失去了个性,建筑的面孔开始千篇一律。

有资料表明,我们国家近 600 多座大、中、小城市,一些城市形象大都有趋同之势。南方北方一个样,城里城外一个样,城市农村一个样,城市建设千城一面,城市广场千篇一律,城市绿地千地一景,城市雕塑千雕一塑,城市节庆千歌一调,城市论坛千论一题。城市形象如此趋同,将使城市特色被彻底淹没,600 多座没有特色的城市矗立在那里,将是一件多么可怕的事情!

建筑大师张开济老先生在《建筑应以人为本》的文章中指出:“我们不是曾经为一些城市新建筑总量相当于建了几个旧城而颇为自豪吗?某些较为优秀的建筑设计作品不是为人们津津乐道吗?但曾几何时,我们却惊讶地发现,我们的城市太缺乏特色了,有人说:‘南方北方一个样,城里城外一个样。’的确,过去浓郁的城市特色,给大量单调寡味的规划与建筑所冲淡。”

前英国皇家建筑学会会长帕金森说:“在我看来,全世界有一个很大的危险,我们的城镇正趋向同一个模样,这是很遗憾的,因为我们生活中很多乐趣来自多样化和地方特色。我希望你们研究中国城市文化的真正原有特色,并且保护、改善和提高它们。中国历史文化传统是太可珍贵了,不能允许它们被西方传来的这种虚伪的、肤浅的、标准的、概念的洪水所淹没。我确信你们遭到了这种危险,你们需要用你们的全部智慧、决心和洞察力去抵抗它。”



如果城市建筑一味地求新求同而无文化内涵,如果城市建筑一味模仿、搬造而无美的价值,反而夸大和制造丑陋,如果城市建筑不能震撼人的心灵,反而加剧人的精神分裂,城市建筑还有意义吗?

只有建筑与人性的完美结合才是城市建筑的最高境界,才是人心灵的最大慰藉。

城市的个性和特性取决于城市的体形结构和社会特征。而城市的个性和特性取决于城市文化特色。有什么样的城市特色文化,就有什么样的城市特征,城市形体和特征是靠城市文化积累起来的,它不是凭空建造出来的。当城市文化一旦在新的历史发展阶段产生迷茫,城市建设就会找不到自己的历史源头和未来,城市建筑就会走向歧途。

今天的城市规划正陷入一种谬误之中,认为城市是非理性的,不可理喻和不可预测的,这种信息背后是一种长期的,关于城市、城市与人、城市与自然关系的扭曲。

城市化正摧毁着性格脆弱的城市文化体系,城市化也迫切地使城市在发展中进行着城市文化转基因培养,用干预的手段来培养城市的个性和特征。历史遗存和原生态都是一次性的,一次毁灭,无法再生。

长期以来,建筑学在城市中居尊居首,由于建筑学对城市研究的统领,使我们的城市研究僵硬和呆板,只见建筑而不见人,见人而不见生活的思想,重物质轻精神,缺乏“人本”意识。

与僵硬死板的建筑学同时对城市文化造成最大危害的是现代工业主义。资本主义非人性化,现代商业文化或刺激性感官文化,正在影响着城市的可持续发展,改变着城市存续了几千年的文明生态。现代工业主义体系下的一些城市显示出一种形象上的同化,城市的个性在轰鸣的推土机中消失,取而代之的是一座座西方工业城市或商业城市的劣质翻版。

而真正的城市形象设计应该是城市规划、建筑设计、城市设计与城市特质文化的统一。城市规划、建筑设计、城市设计是三个不同的层面,城市规划是手法处理问题,建筑设计是功能问题,城市设计是宏观问题。城市发展首先要依托特质资源和特质文化搞好城市设计,其次才是按照城市设计搞



好城市规划,建筑设计是城市设计、城市规划的具体落实。这就需要城市设计要有一个鲜明的主题。首先要找到城市的特质资源与特质文化,从特质文化里找到特色,从特质文化里找到主题。充分应用逻辑思维和形象思维,通过逻辑思维找出城市的规律和特质,通过形象思维发挥空间的想象力,找出城市独特的文化,找出对城市的独特认知。通过城市主题来构建城市的特色景观。城市设计不光要讲设计标准、设计质量、环境质量问题,还要找到城市的灵魂,要让城市设计有主题、有特色,否则城市设计就变成机械的画图,而无人文内涵。城市设计要把理工和人文的东西结合起来,重新构建特色人文景观。

在人文与机械、规划与设计、同质化与个性化之间,今天的城市学界已经开始反思。如何对待现代化过程中积极和消极的一面?在千年文明被破坏的影响与全球化的融合中,如何全新地构建特色人文主义景观,这是摆在我们面前迫切需要研究的新课题,这是 21 世纪的重大新课题。

城市文化学者饶会林指出:“目前,世界上众多国家的城市开始转向自己的历史和传统,寻找自己的文化特色或文化个性,试图在文化上重新自我定位,这是非常重要而显见的现实,在这样的背景下,越是民族的,越是具有独特个性的,就越受到世界尊重和瞩目。

一座伟大的城市不是靠机械的设计来决定的,而是靠城市主题文化来决定的,这是城市经历无数教训得出来的结果。”

从上面大师们的惊呼中可以看出,城市建设“千城一面”的问题,已经到了非常严重的程度。大楼建高了,但城市灵魂消失了;广场建大了,但城市特色不见了;马路修宽了,但城市文脉不再流淌了;城市建新了,但文化不见了踪影,城市灵魂变成了一个空壳。城市建设无特色,就意味着城市审美资源的消失,就意味着城市魅力的消失。城市魅力的消失就意味着人们对一个城市感情淡漠,就意味着人们对城市失去记忆,一座谁都记不起来的城市,还有生命质感吗?一座没有生命质感的城市,面对的是个性的自杀。