

YIGE SHENGHUO DE CHENGSHI

◆ 胡征宇 等著

浙江大學出版社

一个生活的城市

——
杭州发展特色研究



让我们生活得更好

(序)

杭州是一座生活的城市,拥有良好的生活环境、优越的生活条件、丰富的生活产品、浓厚的生活气息,充满着生气和活力,是我们生活的家园。杭州的自然环境是生活化的,自然山水与城市浑然一体,融入城市生活。杭州的文化是生活化的,杭州的文化艺术更多的存在于生活物产、生活环境中。杭州的经济是生活化的,是一种对生活的经营和创造。虽然杭州的山水自然景观、历史文化遗存、经济单项指标在全国并不是最优、最具有独占性的,然而杭州的优势和独特之处就在于自然环境、文化内涵和经济联系在生活中互为渗透、和谐创新,使这种环境、文化、经济成为可以亲近、可以体验、可以参与、可以享受、可以创造的生活,使杭州成为立体的、感性的、人性化的城市,成为永远属于现在、属于此时此地的家园。

杭州又是一座具有较高生活品质的城市。杭州的生活是有品质的生活,杭州的生活环境、生活产品,蕴涵了丰富多样的文化内涵和经营创业关系。生活中丰富的文化内涵,使杭州的生活方式时尚创新,生活内涵丰富多样。园林、餐饮、服装、住宅、食品、医药、装饰、软件、通讯、动漫、美容、工美等生活产品具有时尚性、创新性、文化性的特点。杭州的生活又是经营的生活、创业的生活,使杭州生活更具有协调性、整体性、可持续性,经济社会和谐、协调发展。杭

州的文化和经济既融于生活,又提升生活、引领生活、创新生活,这就是杭州生活中的品质,由环境品质、文化品质和创业品质所构成的、既属于现在又承载历史、面向未来的生活品质。

杭州是一座在环境、文化、经济和谐创新中,引领生活品质的城市。这种既贴近生活又提升生活,就在于杭州是一座和谐创新的城市,也就是经济社会在和谐中创新,以创新求和谐。正是这种以生活品质为主导的和谐创新,决定了杭州的人文精神和文化特色是“精致和谐”与“大气开放”相统一,是现代文化与历史文化、城市文化与景观文化、高雅文化与民俗文化、产品文化与艺术文化相统一;决定了杭州的经济特色和发展模式是“立足生活、和谐创新”,是“生活与创业、文化与经济、政府与企业、开放与内生、个人与整体、社会价值与经济效益相和谐”;决定了杭州的旅游特色和城市形象是时尚与传统、自然与人文、休闲与创业相和谐,是“休闲、文化、创业”三位一体的“生活杭州”;决定了杭州经济社会结构和运行特色是立足“我们更好的生活”,形成主动关联、特色互补、开放协同、动态稳定、多样选择、互利双赢、人性化的网络状结构。而从总体上讲,杭州是一座在环境、文化、经济和谐创新中,具有较高生活品质的城市,是一座让我们能更好地生活的城市。

胡征宇

2005 年 10 月

目 录

第一章 杭州城市特色与城市发展研究

关于杭州城市特色的思考	3
跨世纪杭州发展特色研究	11
杭州发展特色研究视角概述	22
杭州城市特色研究	25

第二章 杭州文化特色与人文精神研究

杭州城市性质与文化特色初探	33
杭州人文精神的继承与创新	45
塑造杭州人文精神,推进杭州现代创业	57
倡导杭州人文精神,谋划杭州战略发展	71

第三章 杭州经济结构与发展特色研究

杭州经济发展特色思考	87
杭州特色的经济运行方式初探	99
杭州“和谐创业”模式的基本内涵与实现途径	113
文化经济是杭州经济发展的战略制高点	130

第四章 杭州旅游特色与城市形象研究

杭州旅游文化特色资源创新整合研究	149
杭州旅游发展特色和优势研究	162
面向二十一世纪的杭州城市形象特色	168
杭州城市特色的评价和展示	179

杭州城市品牌与行业品牌、企业品牌互动研究	190
创新推出“西湖形象”,提升城市特色品牌	203
杭州“生活品质”特色点评概论	208

第五章 杭州社会结构和运行特色研究

杭州经济社会结构和运行若干特色的思考	215
杭州“十一五”发展特色和发展思路研究	224
有杭州特色的机关工作氛围研究	244
有杭州特色的机关创新服务机制研究	250
有杭州特色的机关创新服务途径研究	261
杭州网络状城市管理特色运行模式研究	275
杭州网络状城市空间特色功能布局研究	288

第六章 杭州发展特色的理性思考

杭州经济社会结构和运行特色理性透视	313
社会生活惯常心态和现象的反思	320
“让我们生活得更好”随想	334
从我们开始	350
“法”“礼”的规范与生活的情理	363

后 记	369
-----------	-----

第一章

杭州城市特色与城市发展研究

从总体上讲,杭州是一座在环境、文化、经济和谐创新中,具有较高生活品质的城市,是一座融于生活、引领生活、创新生活,让我们能更好地生活的城市。

关于杭州城市特色的思考

在杭州实施大都市发展战略,形成市区与县(市)域协调发展;长江三角洲城市群迅猛崛起,“上海国际大都市”和“浙江模式”同时引起世人关注;中国加入WTO,杭州参与国际城市间竞争合作的背景下,进一步明确杭州城市的发展特色,使杭州在国际国内城市和区域发展,尤其是在长江三角洲区域发展中占据制高点,凸现新优势,实现借位和互补发展,形成强大的综合竞争力,十分重要和紧迫。

围绕“让我们生活得更好”的城市主题、杭州城市的发展特色,我认为可以从“生活品质主导”的角度来考虑。

一、生活品质主导的城市发展特色的主要内涵

生活,是人们富有生气和活力的日常活动。而生活品质,表示这种活动的品位和质量,也就是人们日常活动中的文化内涵和经济关系。生活品质主导,则表示以提升生活品质来主导杭州的建设和发展,使杭州在提升生活品质方面发挥先导和示范作用。

1. 生活品质主导主要体现在生活观念、生活内涵、生活方式、生活环境等方面

生活观念先进。杭州城市和杭州人具有积极健康、科学务实、豁达平和的生活观念和心态,既注重品位,追求更好的生活目标,又注重现实,不盲目攀比;既坚毅刚强,发奋图强创业,又能灵活应变,用智慧和才能来充实、提升生活;既讲个人的首创性、主动性,又注重彼此和谐协作,共同发展;既注重创造生活,又能够在创造中享受生活。在生活观念上体现了精致和谐、大气开放的人文精神。

生活内涵丰富。杭州人善于把知识、创业与生活融合起来,让知

识、科技、艺术融入生活,注重以文化、科技来创新生活,使生活中充满知识创新、文化创作、科技创业,从而提升生活档次、品位和质量,丰富生活内涵,使杭州城市生活内容丰富多样,充实而精致。

生活方式新颖。杭州人善于经营运筹日常生活,注重把不同类型、特点的生活方式相融会,在和谐中创新生活,在生活休闲中创业发展。同时善于引领生活的潮流和时尚,以创新开放来赢得新的和谐。形成既创新开放,生机勃勃,又和谐融洽、安定有序的生活格局和社会结构。

生活环境优越。指杭州人善于通过文化创新和经营运作,来优化、美化日常生活环境。居住、餐饮、购物、学习、休闲、通讯等综合环境比较好,城市布局科学合理、城市功能发达完备、城市生态优越健康、城市形象优美秀丽。适合优秀人才创业发展和居住生活,适合中外游客旅游休闲。

2. 生活品质主导城市的主要特点

日常性与品位性的统一。杭州城市发展中既注重以人为本,关注民生,关注不同层次群体的生活,又注重让知识、科技、艺术进入市民日常生活,提高生活的档次和质量,杭州的旅游、餐饮、住宅、女装、软件通讯等许多直接为日常生活服务的特色产业,既是一种产业、一种经济;又是一种文化、一种品位,文化、经济融会于生活之中。

生产性与消费性的统一。生活,包括生产性活动和消费性活动,生活品质,则把这两个方面统一起来。杭州这个城市,创业类型丰富多样,产业发达而完备,同时,杭州又是消费者的天堂,各种需求模式新潮叠出。随着生活品质的提升,生产性活动与消费性活动越来越相统一,如杭州的会议展览、休闲旅游、文化创作、服装设计、软件开发等,既体现了参与者知识、科技、艺术的创造和交流,是一种生产性过程,又包含了参与者情感表现、知识需求的满足,是一种消费性过程。

创造力与亲和力的统一。生活,作为一种日常生命力的表现,是一种和谐中的创造创新。生活品质,则表示城市创造力与亲和力的相关度。杭州这个城市,既有很强的创造创新力,讲新潮、讲时尚,重视个人相对独立的创新空间,又重视和谐、安定和可持续发展,重视团队亲和性和集群的协作配合。

城市品质与市民素质的统一。生活品质,既是指城市生活环境的档次和质量,也是指城市市民的综合素质。城市品质的提升,一方面靠的是市民思想观念、文化科技素质、经营理念和能力的提升,同时,又能丰富市民的生活、提升市民的素质,并能汇集优秀的创作、经营和管理人才来杭州创业生活,而这些人才本身,又构成城市较高的生活品质。

二、提出生活品质主导作为城市发展特色的考虑视角

提出以引领“生活品质”作为杭州城市发展特色,主要是考虑到杭州发展的战略高度、现实要求和实际可能。

1. 着眼于城市发展的战略制高点。十六大报告中,提出建立全面小康社会,把“幸福生活和美好未来”作为奋斗目标。将在2010年举办的上海世博会把“让城市生活更美好”作为主题口号。从国际国内城市发展的趋势看,城市发展的最高定位,应是城市的生活品质。**一是城市发展的目的,就是为了给市民创造优良的生活品质。**虽然不同城市、城市的不同阶层生活状态不同,但都有一个从低品质向高品质追求的过程。杭州作为浙江省的省会,理应在建设全面小康社会方面走在全国的前列,使生活在杭州的人,能不断地提高生活品质。**二是城市最吸引人的,也是城市的生活品质。**目前国际上文化科技素质比较高,又比较富有的人,居住和工作首选生活品质高的城市。如苏黎士、日内瓦、维也纳、京都、波士顿等,城市虽然不是最大,人口不是最多,但城市生活品质高,成为最具魅力的城市。**当今世界,一个城市汇聚到优秀的人才,这个城市也就占据了发展的制高点。杭州在以较高的生活品质吸引人才方面,可以而且应该发挥独特的优势。**

2. 着眼于经济和文化发展的最前沿。经济和文化发展,最根本的取决于生活方式和生活内涵的创新。现代经济社会发展一个很明显的**特点是,生活方式的创新和生活内涵的变化,引导、决定经济运作模式、经营机制和文化创作内涵的变化,并决定产业和产品的创新方向。**高明的文化人和经济人,都把创新生活方式和生活内涵,引领生活潮流和生活时尚,作为经济和文化发展的战略举措。抓住了生活品质的创新

方向,也就是抓住了经济和文化发展的牛鼻子。要打开一个国家的市场,首先是选择该国代表性的城市和区域,引导和改变当地居民的生活理念、生活内涵和生活方式,进而推销有关的经济、文化产品和服务,占领市场。

3. 着眼于杭州城市发展的现实特点和综合优势。人们讲到杭州这个城市,首先想到的,最被认可的特点,就是生活品质比较高,是最适合生活的城市。杭州的文化和经济,是生活化的文化经济,如杭州的餐饮、住宅、服装、丝绸、中药、装饰、景观、网络等特色产品。文化内涵和经济关系融于生活,又提升生活的品质,这既是杭州城市的现实特点,又构成了杭州的综合优势。单纯文化创作和欣赏,杭州不如北京、上海等;单纯经济创业发展,杭州不如广州、深圳等;单纯历史遗存,杭州不如西安、开封、南京等;单纯自然山水环境,杭州不如桂林、黄山等。但杭州的特点是,文化、经济、历史遗存和山水环境通过人们的日常生活创新融合,构成城市整体的生活品质。我们也只有从生活品质的角度,才能概括杭州的综合优势。过去的丝绸之府、茶叶之都、旅游胜地等,现在的文化名城、天堂硅谷、休闲之都、爱情之都等,都是概括杭州城市某一方面的特点,人间天堂则是一种形象的比喻,很难用来明确表示城市的发展特色。但从这些不同侧面的概括中,我们可以发现一个共性的方面,这就是生活品质。

4. 着眼于杭州在国内外区域发展中的战略格局。在杭州城市发展的区域关系中,有三个层次的定位很重要,一是在浙江省范围,二是在长江三角洲城市群,三是在国内国际城市体系中。杭州城市性质和定位的三句话:省会城市、长江三角洲南翼中心城市,国际风景旅游城市,分别表示了在这三个层次上的侧重定位,但杭州缺乏一个统一、核心的、具有战略制高点的发展特色定位。以生活品质为主导,则可以使杭州在城市发展格局中,形成统一、独特而有高度的发展特色定位。无论是在全省、长江三角洲,还是国际国内城市间的合作和竞争中,都能以这个发展特色作为制高点,来谋划发挥优势,实现错位互补发展。尤其是长江三角洲区域城市群,正在成为全国乃至世界瞩目的发展带,文化、经济的交流越来越广,交通、通信联系越来越紧密,人才和企业的流

动越来越频繁。上海作为国际大都市,对长江三角洲城市群的影响力越来越大,江苏的苏州、无锡、常州以及浙江的嘉兴、湖州等城市,正在紧密依托上海 跨海大桥的建设,使宁波、台州、温州等也将进一步向上海靠拢。在此背景下,接轨上海,是杭州的必然选择。但接轨上海,而不是单向地“融入”上海,杭州必须形成自己城市发展的制高点,才能以特色和优势来与上海互补错位发展,形成双赢局面。同时,“浙江模式”作为一种最具活力的文化和经济发展模式,已经成为全国关注的热点。而浙江模式,现在往往主要是指温州、台州等地民营经济、内生型发展模式。杭州作为浙江省的省会,也需要以高起点的发展特色来进一步明确和强化在“浙江模式”中的地位和作用,以此引领浙江的发展。

三、打好引领生活品质这张牌的主要思路和举措

1. 正确认识引领“生活品质”在城市发展中重要意义。城市发展的最终目的是提高市民的生活品质,这一点一般人比较容易理解和认同,但以引领城市生活品质作为城市发展特色,作为城市发展的主要途径和手段,这方面,就需要进一步转变观念,统一思想。过去,把杭州城市性质定为旅游城市,就经过了长期的、反复的思想震荡和冲击。第一,树立生活的根本涵义就是创造创业的观念。要改变生活就是单纯消费和享受的观念,看到生活的根本涵义就是一种人的生存和发展的活动,就是生命力和创造力的表现,是生产性与消费性的统一。创造并享受更好生活与发扬艰苦奋斗、开拓创新精神是完全一致的。第二,树立提升生活品质是城市发展的落脚点的观念。提出生活品质主导,就是从人们日常的、又是根本的需求的角度来审视城市的发展,这样,就把城市发展放到了现实而又是终极意义上,使城市与市民紧紧地贴在一起,使生产发展与市民日常活动紧紧贴在一起。第三,树立生活品质主导就是城市高起点发展战略的观念。要认识到以知识、科技、艺术来丰富生活内涵,创新生活方式,改善生活环境在引领城市产业发展、强化城市服务功能中的重要作用,在形成城市之间分工格局中的战略制高点意义。同时,认识到现代城市发展的根本就是吸引和留住人才,就

是发挥人才的作用,而一个城市的生活品质是集聚人才的重要因素,也是人才施展才华的重要条件。生活品质战略,从根本上说,就是人才战略。**第四,树立引领生活品质是相对的、变化中的观念。**杭州引领生活品质的**发展特色**,是在一定比较范围中的,是分层次的,不同城市、城市不同群体,对生活有不同的要求。同时,生活品质本身是一个不断创造、不断提高的过程,既是一种已有的基础,又是一种相对的现实,也是一种努力的目标。

2. 围绕提升生活品质来增强城市综合竞争力和凝聚力。提升生活品质包含了城市以市民为本的观念,也把握了城市文化和经济发展的战略制高点,充分体现了“三个代表”的重要思想。我们可以实施生活品质主导战略来强化城市特色,提升城市的品位、凝聚力和综合竞争力。如产业发展中,注重产业与日常生活的贴近性,以日用产品为主导,形成相关产业链,并努力使高新技术、文化艺术融于大众日用生活产品、产业之中,提升产业、产品的文化和科技含量。在城市建设中,立足于市民日常生活要求,在工作、居住、购物、交通、求赏、康乐、生态等方面形成互相配套的组团式设施和环境,并逐步提高档次和质量。总之,无论是产业发展、城市建设、城市管理、文化建设、环境建设等,都要注重人们日常的、不同层次和范围的活动和要求,注重可持续性、和谐性,并在此基础上不断充实、丰富文化和科技内涵,提高品位和档次,使杭州经济社会发展多样和谐、持续创新,尽显生机和活力。尤其是要以提升城市生活品质来吸引管理、经营、艺术、科技等各类人才来杭创业发展和居住,吸引科研、文化单位和大企业总部来杭州,并注重发挥现有各类人才的作用,为发挥他们的创造才能提供良好机制和环境。

3. 以统一鲜明的城市发展特色来确定、提升杭州城市形象。生活品质主导作为杭州城市的一张特色牌,起点高,包容性强,特色鲜明。无论在经济文化发展战略上,还是在对内对外的形象宣传上;无论是对广大市民群众,还是对文化知识界、企业界;无论是在大杭州范围内,还是在全省、长三角和国际的不同区域层面,都具有很强的针对性和很大的适用性。**形成统一鲜明的形象定位,才能使杭州的发展导向更明确,使杭州市民和外地人对杭州城市的印象更清晰,更利于形成城市的凝**

聚力、向心力,更利于推出杭州的特色优势,更利于杭州的对外宣传。当然,生活品质作为一个立体的、综合的概念,本身包含多样统一的含义,我们在对不同群体,不同区域,宣传的侧重点应有所不同,以加强针对性。如对上海,侧重强调文化经济互相融合于日常生活中、体现在生活环境中,针对浙江地区,可以侧重强调杭州生活中的文化品位、科技优势,面对西方社会,则可以侧重于东西方生活方式相融合的特点。

4. 注重在与上海以及浙中南地区错位互补发展中确立独特地位。城市之间,只有错位发展,才能实现互补、双赢,共同发展。而错位发展的前提,是不同的城市要有自己的特色优势。上海经济社会发展中多样竞争海派文化、外向型经济、大企业模式、政府主导机制等优势很突出,而浙江、尤其是浙中南地区,作为中国文化沉淀较深的地区,其崇尚务实、和谐文化、内生型发展、小企业集群、民间推动机制的特色也很鲜明。作为浙江省省会、上海近邻的杭州,要突出以生活品质为轴心,开放多样与和谐协作、精尖与务实、大企业模式与小企业集群、开放型与内生型、政府主导与民间推动相结合的特色,在长江三角洲城市格局中形成发展的制高点和独特优势。这样,杭州才能很从容开放地与上海接轨,错位和互补发展,才能在浙江模式中起领头、示范作用。

5. 与国际先进城市交流合作来增强城市的国际影响力。杭州在生活品质方面的特色,具有东、西方生活文化相融合的特点,体现现代经济社会和国际城市发展趋势,在长江三角洲乃至全国城市中具有独特优势。杭州应立足于这独特的优势,与国际上同类先进城市,如与日本京都、美国波士顿、瑞士苏黎士、日内瓦以及亚洲的相关城市进行交流,建立合作关系,成为国际性的生活品质城市,打响杭州在国际上的品牌,树立杭州城市的国际形象。通过这种国际交流,既使杭州成为国际性城市,同时又反过来,以杭州在国际上的影响力来进一步确立城市发展的制高点,并以此引领长江三角洲乃至中国城市发展,强化杭州在长江三角洲地区的独特地位。

6. 以重大活动为载体宣传并强化“生活品质主导”发展特色。打好生活品质城市这张牌,在实施上,要有重大活动为载体和先导。这方面,可考虑明确以引领生活品质为西博会的主题和特色定位,通过西博

会的重要活动,来倡导新的生活理念和生活方式,推广相关生活产品。作为生活品质展示、交流和创新的重要载体,可以考虑在西博会期间,围绕“生活品质”主题召开相关会议,交流探讨现代生活观念,生活方式、生活环境与现代城市建设、经济、文化发展的关系等,并逐步使之成为标志性的会议论坛。同时,在体现杭州城市生活品质的园林、服装、饮食、居住、工艺、软件通讯等方面,形成相应的会议交流、艺术表演、展示展览活动,并与 2006 年世界休闲博览会接轨。

7. 进一步创新、提升和打响“西湖”品牌。西湖品牌,是历史留给我们的宝贵财富。同时,又随时代发展在不断地丰富内涵,拓展外延。西湖在杭州的城市中,在杭州人的生活中,杭州每一历史时期的重大文化创新和经济繁荣,都会体现和凝聚在西湖的品质和形象中。可以说,西湖品质,象征了杭州的生活品质。西湖园林和谐、开放、大气的空间结构,丰富、深厚的文化内涵体现了精致和谐、大气开放的杭州人文精神。在杭州城市建设由西湖时代走向钱塘江时代过程中,杭州城市文化和城市形象,则是西湖文化吸收钱塘江文化和运河文化的因素,形成新的西湖文化。建议可由党政机关、艺术知识界、新闻界和相关行业、相关企业共同成立“西湖形象评价和展示中心”,以展示和引导杭州生活品质为主线,以旅游休闲和知识创业的结合为特色,以宣传西湖品牌和形象为重点,系统地、集中地评价、展示、宣传代表西湖品质的相关活动,如西博会 相关景点,如西湖园林 相关物产,如女装、餐饮、居住、工艺、茶叶、软件 相关艺术,如西湖歌舞等,把西湖形象为象征的杭州形象和相关品牌推向国内外。

跨世纪杭州发展特色研究

为进一步明确杭州发展方向,理清杭州发展思路,开拓杭州发展途径,推进杭州更快更好地发展,有必要对杭州跨世纪发展特色作一初步研究。

一、研究杭州发展特色的背景及视角

1. 背景

在趋同化、粗放型扩张逐步向多样化、高级态互补发展转变的背景下,研究杭州发展特色很有必要。

——在世界经济、文化多极化发展、一体化联系的过程中,以城市(群)为中心的区域发展。区域之间的联系和竞争成为 21 世纪全球发展的主线。作为经济、文化有机联系的整体,区域在发展中的主体地位越来越突出。

——随着我国人民生活水平的提高,生活质量型发展时期正在到来,人们对生活内涵丰富化、生活方式多样化的需求日益突出。适应生活内涵和生活方式的变化趋势,在经济社会发展上,更注重发展的多样性、专业化和特色。

——进入新的发展阶段,经济、文化的互相联系和渗透,交通、通讯联系日益密切,以城市(群)为中心的区域之间的分工和协作,以及区域内部各个方面协调发展,形成了有机联系的整体。而任何有机联系的整体,必须以区域发展特色作为支撑。

——随着国家宏观调控体制的改革,财政、金融、价格等调控权限逐步集中到国家、大区及省一级,杭州作为区域性地方政府,其中观调控的作用,更多地转向引导形成有地方特色的区域发展战略和重点,为