

IDEAL SPACE

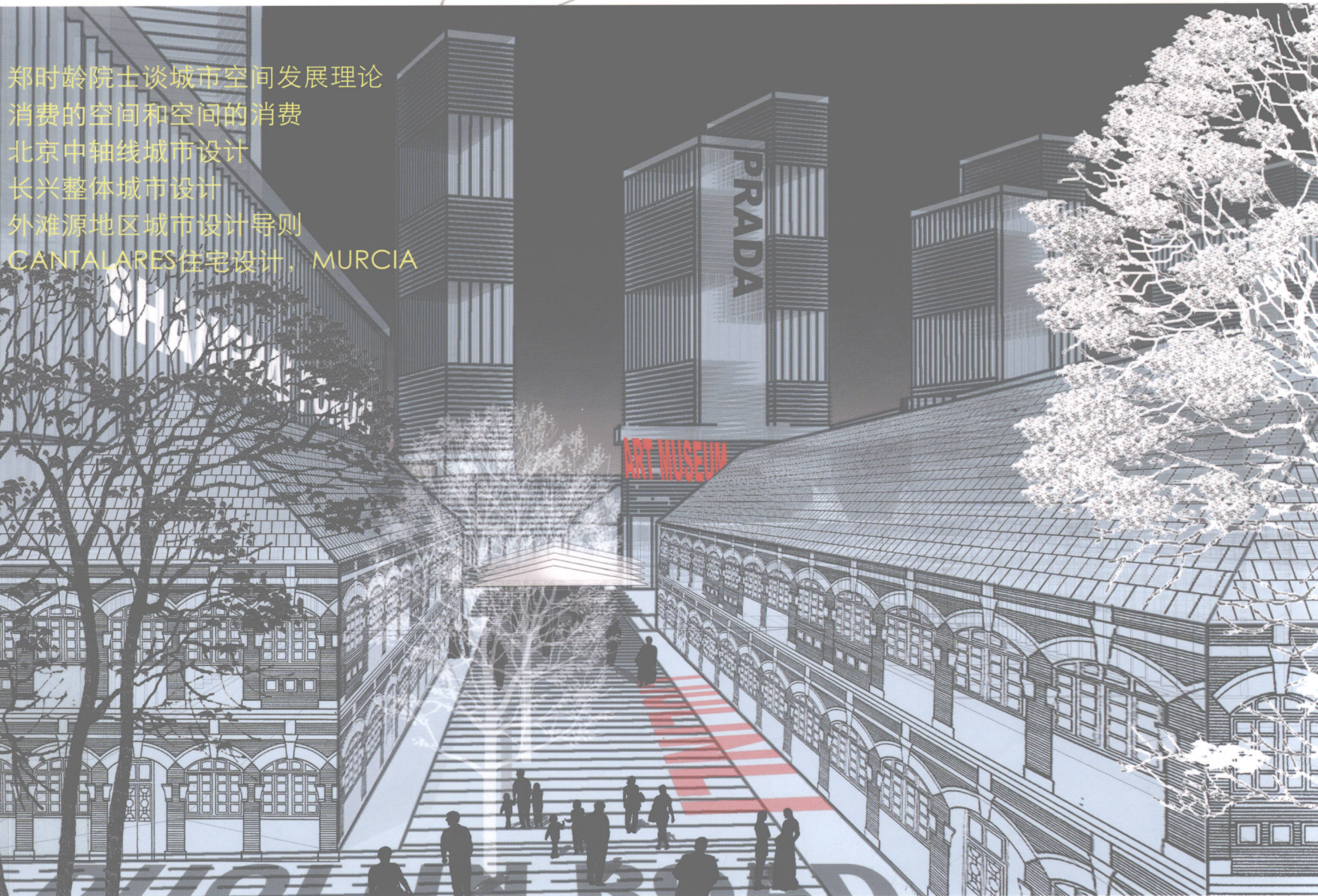
No. 18

# 理想空间

主编 王伟强  
WANG Weiqiang

## 文化 · 街区与城市更新 Culture Community and Urban Revitalization

郑时龄院士谈城市空间发展理论  
消费的空间和空间的消费  
北京中轴线城市设计  
长兴整体城市设计  
外滩源地区城市设计导则  
CANTALARES住宅设计, MURCIA



同济大学出版社



# IDEAL SPACE

# 理想空间

## 约稿函

尊敬的朋友们：

《理想空间》编辑部成立于2003年，由上海同济城市规划设计研究院主办。《理想空间》系列丛书主要介绍国内外先进的城市规划、建筑与景观设计实践成果，是目前国内城市规划、景观与建筑设计领域的新锐出版物。

2007年我们将倾力推出8本丛书（见下），以全新的视角介绍优秀的规划作品和实践经验，现诚挚邀请从事相关行业的教学、设计和管理工作人员对下列主题进行探讨并不吝赐稿。

《理想空间》愿意为您提供一个展现自我的平台。欢迎投稿，感谢支持！

## 已出书目

### 系列丛书：

- 第一辑：《创刊号》
- 第二、三合辑：上海沪东地区开发研究
- 第四辑：历史文化遗产研究与保护
- 第五辑：城市空间发展战略研究
- 第六辑：2010年上海世博会同济作品
- 第七辑：中国高校校园规划
- 第八辑：个性化校园规划
- 第九辑：上海郊区城镇发展研究
- 第十、十一合辑：中法建筑与城市发展论坛特辑
- 第十二辑：快速城市化地区中小城市发展——江阴城市规划
- 第十三辑：景观与旅游规划设计
- 第十四辑：自然与生态设计——德国SBA事务所理论与实践检验25年
- 第十五辑：历史城市保护规划与设计实践
- 第十六辑：城市规划中的文化策略与作为
- 第十七辑：城市道路交通规划
- 第十八辑：文化·街区与城市更新

### 教材：

控制性详细规划

### 策划丛书：

- 世博会特辑
- 2003上海市城市规划优秀作品集
- 农村住宅规划与建筑设计方案精选
- 制约下的实践——多样性城市特征下的规划务实研究
- 汉诺威的记忆
- 锦绣荷兰
- 爱知印象
- 新理想空间 III——同济规划设计年鉴

## 2007年将出书目

欢迎订购2007年《理想空间》系列丛书

### 系列丛书：

- 新形势下的城市总体规划编制
- 战略型城市设计
- 临港地区的规划设计与实践
- 大连城市规划创作与实践
- 圆融空间 和谐之美
- 住房制度与社区发展研究
- 小城镇规划实践
- 城市特色研究与风貌规划

### 联系方式：

投稿地址：上海市杨浦区国康路46弄3号楼403室《理想空间》编辑部  
邮编：200092  
联系电话：021-65988891-801 13801783330  
传真：021-65988891-811

联系人：周海波 桑劲  
电子邮箱：upc@tjupdi.com  
请在邮件主题中注明“城市规划投稿字样”



TU984.2

27

:18

2004

图书在版编目(CIP)数据

文化·街区与城市更新/王伟强编著. —上海:

同济大学出版社, 2006.12

(理想空间系列丛书:18)

ISBN 7-5608-3353-5

I. 文... II. 王... III. 城市规划—研究

IV. TU984

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第154365号

理想空间

2006.12(第十八辑)

编委会主任 夏南凯  
 编委会成员 李德华 董鉴泓 陶松龄 吴志强  
 赵民 唐子来 周俭 彭震伟  
 戴慎志 郑正 夏南凯

名誉主编 李德华  
 制作人 王耀武  
 主 编 王伟强  
 责任编辑 宋磊 高晓辉  
 编 辑 陈超 桑劲 周海波 鲁赛  
 刘凌云

平面设计 孙晓璐  
 征订电话 021-28643424; 65988891-805  
 网 址 www.ideal-space.com.cn

出版 同济大学出版社  
 发行 同济大学出版社  
 策划 《理想空间》编辑部  
 制作 上海建工印刷厂  
 印刷 上海建工印刷厂  
 开本 635mm x 1000mm 1/8  
 印张 18  
 字数 256千  
 印数 1—5000  
 版次 2006年12月第1版 2006年12月第1次印刷  
 书号 ISBN 7-5608-3353-5/TU·698  
 定价: 45.00元

协办单位(排名不分先后)

中元国际工程设计研究院上海分院  
 厦门市城市规划设计研究院  
 沈阳市规划设计研究院  
 上海市奉贤区规划管理局  
 杭州超越城市规划设计研究所有限公司  
 上海华都建筑规划设计有限公司

赞助单位

WHI五合国际

本书若有印装质量问题, 请向本社发行部调换

编者按:

受城市规划系之托, 我着手组织和筹办今年同济大学建筑与城市规划学院国际设计周活动, 主题为“文化·街区与城市更新”, 由此也萌生了这样的想法: 将它作为本期丛书编辑的主题。

文化是什么? 前一段时间在网上着实热闹了一番。尽管文化博大精深, 但街区确是实实在在的。它既是我们赖以生活的空间, 又反映了我们时代的社会存在。城市街区作为都市生活的物质载体, 经历了时间的洗礼, 如实地映照时代生活方式与都市文脉的流变, 发挥着传承都市文化发展与嬗变的职能。然而在政治权力与资本权力的双重作用下, 我们的城市正经历着彻底的涤荡, 曾经的口号仿佛余温未褪尚在耳畔: “一年一个样, 三年大变样”、“天翻地覆的变化”……这口号是褒, 抑或是贬? 摧枯拉朽式的大规模城市改造确为城市带来了经济效益, 也在一定程度上改善了城市环境和基础设施, 但另一方面, 却对城市文化的传承带来了不可估量的影响, 那些在简·雅各布斯的《美国大城市的死与生》一书中早已被批判与印证的现象, 却在今天的中国不停上演。芒福德说: “城市最好的经济模式是关心人和陶冶人”。以人为本, 落实到城市更新的过程当中, 应反映为: 在更新规模与节奏上的节制、在塑造城市街区尺度上的把握、在更新主体方面的多元化、在都市文化传承与发展中的平衡、在经济与社会发展上的和谐。因此, 我们期望将来“小规模、渐进式、多元化的城市更新模式”能够替代英雄主义式的冒进。

本期专辑所收录的内容正是以这样的思想贯穿成册, 试图探寻当下都市文化与都市空间发展策略的多样性。专题文章的作者具有宽泛的国际视野, 既有探讨了都市文化中的消费主义思潮及其影响下的历史保护与城市更新策略; 也有关注于在全球化背景中的城市品牌塑造; 有介绍香港的社区更新中公众参与的过程和经验; 还有对台湾以文化艺术为触媒的社区发展的思考。

在项目案例部分可以看到, 虽然囿于当前的发展模式, 但我们仍尽力将社会思考付诸于设计实践中。北京中轴线城市设计、长兴整体城市设计、上海多伦社区修建性详细规划等案例, 在城市街区与历史文脉方面做出了有力回应。此外, 澳大利亚BAU事务所的作品反映了小尺度的建筑对城市肌理的缝合, 而从西班牙S-M. A. O. 事务所的作品中则可看出其设计哲学在城市空间上的投射。

本期专辑从都市文化的视角审视思考我国城市更新的过程, 希望籍此唤起更多的讨论。本专辑的编写过程中, 葛丹、张目、邓小骅等同仁也倾注了大量心血, 项目案例中林运、苏炯、姜骏骅、黄普等人贡献良多, 由于参与者众不一一列举, 在此一并表示谢意!

上辑封面:





# CONTENTS

# 目次

## 第一人系列

004 深研历史、触摸未来——郑时龄院士谈城市空间发展理论\王伟强

## 专题论文

008 消费的空间与空间的消费\王伟强 杨海

014 现象学的研究——关于城市品牌的诠释\〔西〕白德龙〔译〕姚蕾蓉

018 城市空间与消费的征服\包亚明

021 作为消费品的建筑——消费时代的当代时尚品牌专卖店研究\徐健

026 “以人为本”的社区规划：多赢方案缔造可持续发展的湾仔\〔港〕杜立基 李惠莹

030 文化艺术介入与社区发展共生之新思考——以台北宝藏岩与台南海安路为例\〔台〕苏瑛敏

036 激活历史 创意未来——对上海创意产生实践的思考\葛丹

039 大事件影响下的城市更新——以黄浦区半淞园、董家渡社区为例\王伟强 郭欣

044 永不落幕的盛会——世博会场馆的后续利用研究\吴俏瑶

## 项目案例

### 同济大学建筑与城市空间研究所作品

048 北京中轴线城市设计

056 上海十六铺地区城市设计

064 长兴整体城市设计

070 上海多伦社区修建性详细规划

076 上海静安别墅街坊保护与更新规划

082 外滩源地区城市设计导则

### 澳大利亚BAU建筑与城市设计事务所作品

088 虹桥公园

092 江阴市澄江福地街区规划

100 浦东新区洋泾地区中心规划设计

### 西班牙S-M.A.O.建筑设计事务所作品

106 CANTALARES住宅设计, MURCIA

110 奉贤的大学城校园设计

116 青浦南门地块规划设计

122 法国南特的LA CENSIVE大学图书馆设计——建筑与广场成为与城市相联系的极点

## 他山之石

128 从“微观整治”到“整体转型”——巴塞罗那城市公共空间发展策略研究\司徒娅

## 书评

136 内生型的城市化进程——约翰·弗里德曼《中国的城市转型》评介\宋庆 邓小骅

139 美国的城市开发与城市更新的理论与实践——读《美国都市建筑——城市设计触媒》\张目

## 菁菁校园

142 文化·街区·城市更新——记2006年同济大学建筑与城市规划学院研究生暑期国际设计周\王伟强 管娟



## Person

004 Interview with Professor—Zheng Shiling on the theory of Urban Space Development\Wang Weiqiang

## Topic Article

008 The Space of Urban Consumption and the Consumption of Urban Space\Wang Weiqiang Yang Hai

014 Research on Re-Contextualism—Notes on City Branding\Pedro Pablo Arroyo Alba Yao Leirong

018 Consumption Subdued and Urban Space\Bao Yaming

021 Architecture of Consumption—The Contemporary Retail Architecture of the Fashion Brands in the Age of Consumption\Xu Jian

026 A People-Oriented Approach: Planning a Sustainable Community in Wan Chai\Kenneth To Joanna Lee Wai-ying

030 New thinking about culture and arts intervention in community symbiosis—Take the Treasurehill,Taipei and Hai-an Road,Tainan as examples\Su Ying-ming

036 Activating the History Creating the Future—Rethinking the Practice of Creative Industries in Shanghai\Ge Dan

039 The Urban Renewal Influenced by Expo 2010—The Case study Of Bansongyuan & Dongjiadu Community\Wang Weiqiang Guo Xin

044 The Never Ending Festival—The Reuse of the Pavilion After EXPO\Wu Qiaoyao

## Subject Case

### Projects from Institute of Architecture and Urban Space,Tongji University

048 Urban Design of the Central Axis of Beijing

056 Urban Design of Shiliupu Areas Shanghai

064 Comprehensive Urban Design Study of ChangXing

070 Conservation Planning of Duolun Community, Shanghai

076 Conservation Planning of Jing An Villa community, Shanghai

082 Urban Design Guide Line of WaiTanYuan Area, Shanghai

### Projects from Brearley Architects and Urbanists,Australia

088 Design of Hong qiao Park, Shanghai

092 Urban Design of Cheng Jiang Fu Di Community, Jiang Ying

100 Urban Design of Center of Yang Jing Area, Pudong

### Projects from Sancho Madridejos Architecture Office,Spain

106 Residential Area in Cantalares,MURCIA

110 University Campus in Fengxian(BARS)

116 The Nanmen Block Area Qingpu Design

122 University Library on the LA CENSIVE Campus,Nantes,France—Building and Square as an Urban Connection Pole

## Voices form Abroad

128 From Micro-renovating to Macro-transforming—Study on the Development Strategy of Urban Public Spaces in Barcelona\Situ Ya

## Book Review

136 The Endogenous Process of Urban Transition—Book Review of China's Urban Transition\Song Qing Deng Xiaohua

139 The Theories and Practice of the United States in the Urban Development and Renewal—Introduction of "American Urban Architecture: Catalysts in the Design of Cities"\Zhang Mu

## Ideas of Young Scholars

142 Culture • Community • Urban Revitalization—A report on 2006's Summer School of CAUP of Tongji University\Wang Weiqiang Guan Juan



# 深研历史、触摸未来

## ——郑时龄院士谈城市空间发展理论

Interview with Professor

—Zheng Shiling on the theory of Urban Space Development

访谈：王伟强 整理：张目

Wang Weiqiang Zhang Mu

作为学者，郑时龄院士长期关注建筑与历史文化内涵的关系；作为一名建筑师，他积极投身于城市空间的塑造活动中；作为一名理论家，他又以批判的精神思考未来城市的发展与挑战。近年来，上海重大城市建设项目中都留下了他的身影：从浦江两岸的开发，到世博会的申办；从南浦大桥的建设，到北外滩规划；从历史建筑和历史文化风貌区的保护，到上海郊区的发展；从中国建筑师的社会生态，到中国建筑的国际化。为系统地整理郑时龄院士关于建筑与城市空间理论研究思想，2006年6月11日，郑时龄教授与王伟强教授展开了深入的讨论。（以下将郑时龄教授简称为“郑”，王伟强教授简称为“王”）

### 一、关于上海城市空间的战略思考——城市空间的精致化与城市精明增长

滨水空间是城市发展的重要组成部分，1998年，郑时龄院士极富远见地提出应从城市公共空间的高度来认识上海沿江区域发展的重要地位，这对后来的城市发展，如世博会的选址和上海城市空间的重组，起到了积极的引导作用。目前，黄浦江、苏州河作为城市公共开放空间的核心，以及对两岸的整治工作已初具成效。这次讨论就是从这个话题开始的。

**郑：**对滨水空间的认知始于1997年筹备第二年的上海科学技术论坛，这促使我开始了对于上海城市空间发展的思考。上海城市空间到底该何去何从？从20世纪60~70年代建设“见缝插针”，到80年代“全面开花”，“蘑菇型的建筑增长”使得上海城市空间已经拥挤不堪。城市肌理过于密实，缺乏“透气之处”。而此时正值浦东开发开放之际，上海城市已由浦江两岸单边的发展转变为双边协调发展，黄浦江成为上海难得的开放之所。我正是在这样的背景条件下将河道

作为城市的“透气之处”、“城市公共空间的核心”这样的地位加以考虑，进而提出了黄浦江和苏州河的发展战略思考——将黄浦江、苏州河与世纪大道等相结合的十字空间作为城市空间发展的核心来考虑。值得注意的是并不是我提出了滨水空间的发展它们就能发展起来，而是其发展的时机已经成熟，信息社会城市产业的重组也要求城市空间的重组。

而原来情况恰恰相反。以苏州河两岸的建设为例。上海实行的是两级政府、两级管理，而规划中的这种体制在带来了各个区发展的同时，也带来了一些问题。上海分区的划分多以自然边界为依据，而苏州河则是其中之一。作为城市发展的“背面”，我们缺乏对苏州河空间发展的长远打算。

而黄浦江的发展则属于另外一个问题。由于其在旧时产业结构和运输方面的地位，使得其岸线全被工厂、仓储、码头所占据。随着水运交通地位的下降，这一空间的活力逐渐消失。我曾提出将杨浦区的浦江岸线的仓储码头改造成设计艺术大学城，而不是将大学城置于城市生活之外。

**王：**郑老师常常谈到，未来影响到上海城市空间发展的三大因素是浦东的开发、世博会的建设以及郊区的发展。浦东开发带来的是上海城市的再城市化。上海目前的城市化程度已发展到一定阶段，城市化已从量的增长转化到追求质的提升。再城市化的过程就是更多的强调城市化的内涵形式，这一过程实质也是城市空间“精致化”的过程：发展高端的服务业、强调各种产业新的平衡……体现在空间上则是特色空间的塑造，其中黄浦江的开发则是浦东开发最直接的结果，进而带动了世博会的建设。这一过程是一连串的反应。

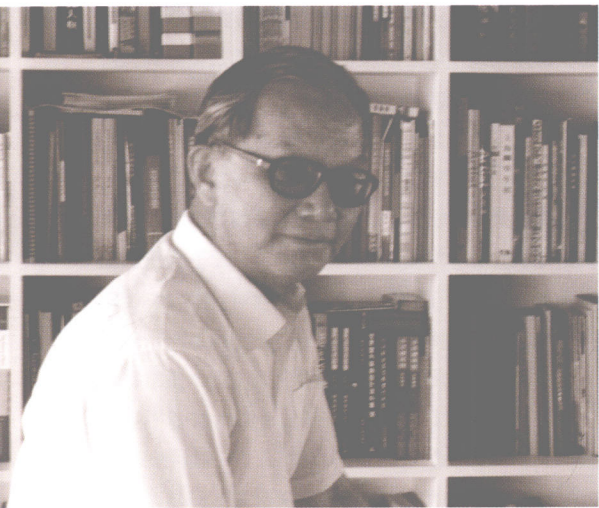
**郑：**这种理解是对的。结合亲身阅历的世界各地的滨水空间，与上海情况类似的地区还是有不少的。

例如2003年汉堡为准备2006年的欧洲园艺展，决定跨易北河两岸发展。我也有幸参加了方案设计。蒙特利尔世博会的举办也是在城市发展的上升期大力发展滨水空间，而法国里昂两河滨水空间的处理、芝加哥丰富的岸线处理等均是成功的案例。上海确实有许多可以借鉴的案例，不仅仅是形式上，更重要的是从内涵上需要有所突破。

关于浦东开发，我还有一点想法。2000年我曾提出浦东的陆家嘴商务区的发展缺乏人性化的设计。柏林波兹坦广场，其建设中，住宅占20%，办公占30%，其他占50%，街道空间尺度以人为参考，干道作边缘化处理，新老联合发展，尺度亲切，功能齐全。而我们的陆家嘴90%以上为办公建筑，且建筑与建筑之间被交通干道所割裂而缺乏必要的联系。我们中国的城市发展常常错过很多机会。陆家嘴的发展同样如此，它错过了与芝加哥、巴黎等国际大都市相媲美的发展机会。19世纪末的芝加哥大发展建设量很大，但从不缺乏对建筑学创作的要求。反观上海浦东20世纪90年代的快速发展，我们在建筑学上是否有所贡献呢？解放前，上海有4000多万m<sup>2</sup>的建筑，如今至少有2000多栋建筑被列为历史保护建筑，而解放后修建的8000多栋高层又有多少在将来能列为经典建筑呢？质量和数量完全不成正比。我们的关键在于过分注重操作性，忽视理想性，满足于现状，满足于比过去强，要求太低。若再这样发展下去，上海还会继续错失发展的机会。

**王：**对。上海要成为世界级的城市，城市公共空间的精致化必不可少。上海南京路步行街从设计理念到建设施工均达到了一定的水准，而对一些细节的设计（例如路障石球尺度的推敲）均较好地体现了对公共空间精致化的追求。当然，精致化还包含了许多方面，服务业、生活用品、个人素质、社会教育……





**郑：**空间的精致化要求我们不能孤立地对待建筑或景观本身，而应该有城市的思想，分析其在整个城市中的地位，研究其如何带动周边地区的开发。例如我们关于北京中轴线以及十六铺地区的研究都是从整个城市结构的高度进行思考的。

再谈到上海住宅开发的问题，现在的住区我们是一种以开发为导向的模式：一道道围墙、一片片小区、一个个庄园，这其实对城市很不合理。我小时候住在虹口，可以从四川路一直走到南京路、淮海路。一种网络状的、充满生活气息的交通体系完全贯通。现在很多国际大都市，如纽约、巴黎、伦敦仍然是这样的情况。但是，我们在开发的过程当中，超大的街区、巨大的街坊，恐龙般的巨型高楼将原有的城市空间结构都破坏掉了。北京更是这样，有时候几公里才是一个路口。这样的城市模式对我们的城市发展极为不利。因此，强调恢复城市的街道生活空间显得尤为重要。

## 二、上海郊区发展战略——城市集群

**王：**关于郊区发展方面，我们有两个问题想讨教您：一个方面就是我们做过的上海郊区发展战略课题如何落实到空间上，或者说上海郊区是不是应该有一个特殊政策及整体思考？另一个方面就是关于一城九镇的建设问题。

**郑：**先谈第一个方面。按照现在国内其他各个城市的建设，虽然没有明确的政策规定，但是都有一种就地平衡的感觉——粮食、蔬菜等都似乎要有自给自足的要求，这就涉及到必须要保持多少的蔬菜基地、保持多少的粮食基地等问题。这个对中国来说的确是很重要。但是对上海这样一个个案，它要建设“国际化大都市”，它是不是也要求这样？这就涉及到上海

6400km<sup>2</sup>的范围，它的整个土地利用的结构到底该如何处理？而现在很多世界上的国际化大都市第一产业的比例只是千分之七，几乎可以忽略。而对大都市而言，它的郊区农业这一块，更重要的不在于经济价值，而在于这种田园化的空间、森林化的空间，就是让你将高度压抑的城市生活得以释放的空间。即使是有一些农业，也是经济作物，也是精致化的农业，占用土地也不是很大。像伦敦或者纽约，它们这种农业的运作就是城市管城市、农业管农业，城市一定不会与农业发生关系。但我们现在是中国的城市特色，农业与工业等常常混为一谈。上海其实应该改变这种观念，有朝一日，总会走上这条道路。上海的土地价值其实是非常高的，而且作为一个“国际大都市”，肯定会有更多的集聚。

我常说我们的郊区发展没有经验可以借鉴，不能走西方城市化的道路，非完全自由也非绝对集权，而应走“第三种模式”，应该走第三条城市化的发展道路，即城市集群的发展道路。我们现在先不谈它的管理，也没办法谈论它的经济的、财政的问题，但希望可以从结构上来进行整合。将来的上海城市必将不只是中心城再加上这十八个区和一个县，它肯定是密集的、由几十个或近百个小的、集中的市镇组成的城市群。虽然它们的大小可能不会均匀，但各自的功能相对较为独立，有产业，又有居住的，生活服务设施各方面比较配套的。上海的城市发展应该是这样一种网络状城市结构。

以前是人才向企业流动，现在就有可能将来企业向人才流动。因为上海有这样的人才优势，它就会吸引很多这样的企业过来，也包括世界五百强。当然也有它的经济（市场）因素。将来城市的发展肯定跟现在是不一样的。上海就要通过完善的服务体系来吸引不同的人群。一个乐队指挥所要过的生活绝对不会同超市的经理一样；一位大学教授所需要的生活空间也肯定与一个派出所所长不一样。你要创造这样一个空间，来满足众多的人群。这其中还应包括城市的基本劳动者。关于基本劳动者，包括中小学的教师、政府的一般公务员，也包括医院的护士、基层的医生、公交公司的驾驶员……他们这一类人很难进入所谓的中产，或者是很难进入到一个收入很好的状态，但是恰恰是支撑一座城市所必需的。

**王：**是的，伦敦的房价这几年是飞涨的，但是伦敦马上就面临着短缺教师、短缺护士，因为他们承受不起这样的一个生活负担。伦敦认识到这是不行的，所以现在伦敦60%的住宅是做社会住宅，就是为了满足这些人群的需要。这值得我们去借鉴。我们的城市应该实行针对基本劳动者的城市政策，若你不解决的话，他到了城市周边去，你城市缺少这样一种活力。

上海将来的发展有这样一种可能与内地城市不一样，它不会有更多的社会弱势群体，但基本劳动者这个阶层是非常庞大的，是维持城市运转的必要条件。若这个问题没有引起我们足够关注的话，必将会对城市将来的活力带来一定影响。

**郑：**关于第二方面的问题。一城九镇，当时我最早参与是在2000年的下半年，大概9月份的时候。那个时候市政府的领导要发展郊区，规划局把我们找去，就是想由专家来论证这个事情该怎么做。当时就有领导提出“前十年看上海城区的发展，后十年应该是郊区的发展。”这个郊区的发展战略是对的。但是还有一条，“郊区的发展要把外国的风貌引进来，德国的、荷兰的、法国的，等等，以后就不要出国了”。当时好多专家都对这个有意见。生活方式、气候条件、经济环境、产业特点都不一样。而且所谓的风格样式也是针对不明。你说法国式，那是法国哪个时代？所以，当时在座的专家都反对，觉得这很荒唐。

那个时候我提了一个想法，我觉得郊区的发展现状是有问题，没有一种统一的规划，没有统一的思想。这个状况是应该要变，但要言之有理。若真是要坚持搞不同的风貌，那我们就请不同国家的建筑师来做。国际招标，引进先进的规划思想和建设理念。这样就可很好地化解矛盾。因为好的建筑师，他必定是把当地的状况跟他的理念结合在一起，他不会照搬。但如果你找中国建筑师来做，可能法国式就会把凡尔塞宫搬过来，那就会很荒唐。这不是说中国建筑师不好，而是因为他还很难形成独立的思想。后来实践证明这样做有很多积极的意义。

我主要参加了浦江镇和朱家角的工作，也参与过临港新城的工作，主张通过制定导则，从城市空间、建筑材料等方面进行整体上的控制，而非纯形式上的模仿。在做浦江镇时，意大利建筑师格里高蒂就做得不错，他把上海市城市规划设计研究院做的控制性详规进行了重新调整，既从土地开发的角度把握了大局，结合了现状，而且也具有新城的精神。他们也请了一些意大利设计师提出了一些理念，这些理念也是一种现代的，而非传统形式的东西，是很有特点的。而朱家角的设计则比较遵循中国传统的那种风貌，它的城市的结构也很新颖。这两个应该做得比较成功。总体而言，从2000年政府提出搞“一城九镇”到如今的实施情况来看，所取得的成绩也是走在全国的前列。

当然，从规划层面上讲，其他还有就是奉城镇。它是由两个相距5km的城镇组成，就采用了“线型城市”的概念，这也是符合实际需要的。还有临港新城。我认为GMP的这个方案结构非常完整，好多人是觉得只是看形式，但是我觉得这个形式很好，具有理想主义的色彩，又符合那个海岸的形状，而且它这



个结构与物流园区结合也很完美。但是后来到2003年又搞四个圆的方案，那我们觉得这样就有点过了。“罗马不是一天就能建成的”。城市建设绝非速溶咖啡，不可能在两三年内就能形成，城市的文化底蕴非一日可形成。城市需要50年、80年，甚至100年才能建成，你说谁会遵循这样一个圆？那就纯粹是形式主义了。

另外，还有一个问题，我们的概念其实没准备好。就是这个小镇的人口到底从哪里来？现在安亭新镇想吸引上海的有钱人过去，那是不可能的，可能几十年后可以。又没有服务设施，又没有必要的产业支撑。凭什么人家住进去呀？当然，这种城市的发展要与我们的轨道交通接轨。如果临港新城，有轨道交通过去了，那情况就大不一样了。

### 三、上海世博会——世博会建设与上海城市的发展

王：我还记得，关于世博会，最早是在2000年组织过一次欧洲大学的夏日工作室。从开始准备、策划到推进，郑老师都全程参与。请郑老师谈谈自己的体会。

郑：先谈谈关于世博会的选址。2000年的夏日工作室，曾经就世博会的选址做过一次探讨。最初是将世博会的地点放在外环线的黄楼，而在方案探讨的过程中，有些建筑师提出是否应该将选址散布在靠近市区的黄浦江两岸，以与城市发生更好的联系。当时规划局的同志认为这样的选址由于受现状条件的限制而无法实现，但是与黄浦江结合的观念渐渐为大家所接受。在2001年9月12日，我在法国参加了国际展览局的一次研讨会，会上，中国代表团明确提出世博会选址于黄浦江边的意见，这与我在1997年提出的“将黄浦江作为上海城市公共空间的核心发展轴”的见解不谋而合。从这一角度来讲，黄浦江两岸的发展需要更有张力、更有冲击力的城市项目支撑。从1988年的南浦大桥建设，到如今参与的十六铺、北外滩、东外滩等开发项目都促进了黄浦江的发展。而世博会的建设更是将浦江两岸进行了缝合，加强了其空间发展的特质。

关于世博会的发展，关键就是它的发展是与上海城市的发展结合在一起的。世博会作为上海未来三大影响要素之一，对整个城市的产业结构起到非常大的一个带动作用。因此，它的交通问题、城市景观问题、产业的重组问题都显得非常突出。世博会将成为公众的焦点，会对我们的生活方式、生活的质量起到积极的作用。

另外，世博会也带动了城市对历史建筑保护的认识。因为在其选址中有一些历史建筑。而且世博会

期间，人们不仅要去看世博会场馆中的展品，更会关心整个城市，关心城市中的生活和城市中的人。我们的主题是“城市，让生活更美好”。上海的城市是不是美好？上海的建筑是不是美好？上海人和上海人的生活是不是美好？那是大家非常关心的。通过这次世博会，对整个城市有个很大的带动。大家会看到上海市民的素质怎么样？上海到底用什么心态来迎接。2003年的时候搞过全市的大讨论，我是觉得这也是蛮好的。大家至少会来想一想，上海将来的方向是怎么样？我是觉得世博会的主题，对我们是很大的一个触动。因为中国的历史上没有这种“理想城市”。从来没有人想过，我们未来的城市应该是怎么样的？我讲上海的城市建设，就像过去“上海人吃泥萝卜，吃一段洗一段”，整个城市就这样慢慢洗出来的。没有理想，谁也不知道这个城市将来到底怎样。大家就是摸着石头，连城市建设也是摸着石头这样子过来的。通过世博会，至少要大家想一想我们的城市未来会怎样？什么才是“和谐城市”？中国长久以来都缺少城市理想，有的只是标准化的、程式化的城市建设型制。而欧洲城市从文艺复兴开始，就有理想城市，而且上千年来一直都在探讨。这个时候上海来探讨这个问题，我觉得非常有意义。而且我们自己也应该有这样的实验。所以说，世博会对上海城市发展的作用很大。

### 四、中国建筑师——对中国建筑师创作活动的思考

王：作为评委、建筑学会理事长、学者及建筑师，您对上海中外建筑师创作活动是如何评价的？

郑：我觉得世博会的举办对中国建筑业以及中国建筑师是一个走向世界的契机。应该通过世博会这样来推动中国建筑师的成长。在大阪世博会之前，日本建筑也是全盘的西化。但通过1960年的东京奥运会、1970年的大阪世博会，日本就推动自己的建筑师成长。目前，日本的建筑在世界上占有非常重要的地位，有三人拿到“普里茨克建筑奖”。中国的建筑现在是全世界的中心，但是中国的建筑师却被边缘化了。有没有可能通过奥运会和世博会，把中国建筑师推上世界历史的舞台？借助这个机会，我们要好好地反思我们的文化、反思我们的建筑，这就有个促进。所以我就提出来，那些主要的建筑，主题馆、中国馆、会议中心、演艺中心，等等，能不能由中国建筑师来设计？这是一个很好的机会。

我另外还提一个概念。最近上海市科协主办了科学与艺术论坛。论坛里有一个画展——“科学与艺术展”。其中我就提出了建筑艺术的问题，即建筑与艺术的关系。我提倡建筑，我们还要把它当作艺术作

品来对待。言外之意就是现在领导不会对跳芭蕾舞应该举右腿还是左腿来提意见，但却会对建筑师是否应当加个穹顶给你意见。其实，建筑也是一种艺术。不懂艺术，又要横加干涉，其实也是不对的。这是权力审美，弄到我们现在很多建筑艺术没有品味。就像北京的天子大酒店这种，完全形象的“福禄寿”三个人就是建筑主体，“寿星”手上托了一个桃子就是总统套房。还有那个“五粮液新城”。这是一种艳俗的东西，不是艺术。我们提倡建筑应该要有一定的品味。因为我们已经到了这种地步。就我们的建设量，虽然每年全国是20亿m<sup>2</sup>，我估计再过个5年也就差不多稳定了，这个建设量也趋近饱和。那么，在这种情况下，我们应该追求质的飞跃。一些有关生态的问题、可持续发展的问题、建筑艺术的问题以及我们到底追求一种什么样的建筑文化的问题，应与我们的文化根基联系起来。我本来是想通过世博会来促进这个事。

王：刚提到奥运会和世博会，我看奥运会已经定案了，没有产生任何一个知名的、有创造性的中国建筑师。所有的几个有轰动的，都是知名的外国人的。但是世博会呢？

郑：其实我也很担心。我们常常听到领导讲“我们要世界一流的建筑，所以要搞国际招标。”那么为什么中国建筑师就不可以世界一流？这个观念在某些领导的头脑里已是根深蒂固。要搞世界一流的就要找外国人，对自己的没有自信，而在中国建筑师那里就可以乱改一气。在中国缺少对建筑师的尊重，更缺少有勇气有修养的建筑师。

### 五、城市历史文化的保护与更新——创意产业与生活精致化

王：郑老师从事历史建筑的保护已多年，面对中国的发展现状，您一定感触颇深。

郑：我从事历史建筑的保护，其实从1994年开始，那时正好在党校学习。当时我们几个人搞的课题，就是针对上海的两级政府、两级管理的体制。而且正好那个时候上海就提出了开始修编总体规划，我也参与了一些讨论。从那时起就开始介入对历史建筑的保护。而在1996年的时候上海市图书馆的馆长，也是我在党校的同学找到我，因为他们有一些关于近代建筑的资料，但是不知道怎么用。当时我就集中注意力搞了3年的研究，编著了一本《上海近代建筑风格》，算有点收获。而后2002年又出了本《世界大城市——上海》，英文版的。现在针对又出现的新的情况，我又想写一本《上海建筑史》，从古到今，就想把它整合起来。

王：近些年，我也先后参加了上海历史文化风



貌区的保护规划工作，像山阴路风貌区、多伦路历史街区、静安别墅历史街区等规划，感触良多。城市历史文化的保护常常与地方的利益、本位利益、开发商的利益相冲突，就像郑老师您说的：保护工作好比是学者的巷战，一幢幢房子在打。去年我指导研究生研究了历史文化风貌区保护的政策分析，今年刚完成消费的空间与空间的消费研究，我想我们有必要从更深的层次去思考保护什么和如何保护。

**郑：**是的，但仅靠个别学者无论是人力还是物力都远远不够。有些我们失败的例子，像武定路203号，原来有一个老当铺（元利当铺），保不下来。但有些我们也成功了，像昌平路136号，结果通过努力，包括文管会、规划局、房地局的领导和工作人员都很支持，已经是批租要拆掉了，终于保下来了。总体来说，上海的历史建筑保护工作就全国来说还是不错的，例如划分12个风貌保护区等都在积极推动城市历史文化的保护工作的进行。虽然由于种种原因很多设想没能实现，但对保护工作在一定程度上提供了一种新的思路。希望你们年轻人今后还要多努力。

**王：**对待城市历史文化的保护与更新的态度。也常有人说“规划搞到哪儿，哪儿就遭殃。”这也一定程度上反映了我们保护与更新工作的不足。

我们就拿上海的“田子坊”、“建国路八号桥”和“新天地”进行比较。“田子坊”品质不是很高，它也缺少一个整体的规划，都是市场自发的形成。店铺、家庭等混合在一起的。回过头来看“八号桥”，是整体规划的，但标准较低；“新天地”整体规划的，标准很高，非常小资的。这样一看，结果会很明显。“田子坊”感觉更原生态，更加具有上海的城市空间多样性的特质，也更具有城市的活力。因此，对设计的价值不仅是以美与否来评判，而应以对城市活力的塑造和影响为标准。

**郑：**在对城市活动的保护中，创意产业是很重要的一块。我们对历史的保护并不是想要一个博物馆，而是想要一个新的生活、新的活力。创意产业中心应该在上海，大量中产阶层的聚集，众多的国际交流的机会，等等，都为上海提供这个条件。创意产业的发展就可与城市历史文化的保护与更新结合起来。“田子坊”就在这样思想的指导下艰难地被保护了下来，成为创意产业的生活与工作的场所。这样的做法实际上是国际级的，韩国的明洞、巴黎的蒙马特山等地区均是如此，城市努力培养未来产业，与它们共同成长，城市也因此充满了活力。

新天地、八号桥、田子坊，这三个实际上有它的共性。田子坊是自发的、原生态的；新天地是很强势资本的；八号桥是在当中的。田子坊，那个时候我们是花过力气保护的，那个时候已经要把它拆掉了，

现在总算是保下来了。我记得2004年的时候，有些部门一定要把它给拆掉。当时泰康路街道的党委书记郑荣发坚持要将这个保留下来，我们支持他，而且通过媒体、通过《人民日报》，然后我们也写了提案。后来韩正市长召集大家开会，把这个关系给理清楚了，认为上海应该是走创意产业的发展道路。这一块因为上海目前发展非常需要。上海还没有成为服装业的中心、还没有成为艺术创意产业的中心，是很可笑的。尽管现在还没有收到它所带来的税收，但是它为你这个城市所带来的活力，这是无可估量的。所以说，上海的部门有的时候眼光太浅，包括像莫干山路，起初用低租金吸引艺术家来，现在它把地价抬上去了，艺术家就得支出高的租金，这其实是不对的。政府不要光看到这个钱。我觉得泰康路这个例子说明，我们那个时候也花了一点力气，就是希望促进这种事情。现在一下子上海有36个这种创意产业基地。现在上海有许多废弃的工业用地，而上海又有这个规定——工业用地不能转成居住用地，这个政策对创意产业的发展是十分有利的。所以我觉得上海的活力就是在这一块。与老的建筑、与老的产业建筑很好的结合在一起。

**王：**谈到城市历史文化的保护与更新的具体方法，郑老师是不是不赞成纯粹的模仿？

**郑：**对。抽掉了灵魂，你只是追求一种形式。今天去模仿欧洲风的东西，其实就是一个没有灵魂的空壳。建筑这东西是与文化、与环境结合得最紧密的。它是反映当时、当地的文化、技术水平、生活方式的。所以，历史建筑的保护与当代建筑的发展其实也是密切结合在一起的。所以，我们反对造假古董。我一直在批评，上海是形式追随利润的一个结果。城市的发展不关注功能的综合，只是多考虑交通，最后城市变成了一座汽车的城市。毁了历史建筑，毁了我们整个城市的环境，空气污染又比较厉害。所以总体上讲，就是保护历史建筑与未来的发展是应该连带在一起的。包括像新天地那种，我的态度是一直这样讲，它既是带了个好头，又带了个恶劣的头。那恶劣的带头除了说是“保护四公顷，毁了五十公顷”；还是带来一种换血，一种劫贫济富，最后出了一批赝品。

## 六、中国建筑教育——对中国建筑教育的评析

**王：**我们很钦佩郑老师以您这样的年龄、这样的威望还坚持每周给本科生和硕士研究生上课，我看到选您的课的学生特多。我们想听听从教和学的角度，您对中国建筑教育现状有什么看法？

**郑：**我们对建筑未来的希望应该是在年轻的设

计师身上。但我是觉得我们年轻的建筑师的教育背景有不足之处。我们曾经统计过，现在的学生在读初中的时候，他可能读的语文和外语的时间差不多，语文略多一点；到了高中呢，读外语的时间超过读语文的时间；在大学里，读外语的时间远远超过语文。那么，这样培养的学生，缺乏一个自己文化的背景。即使还在学习语文，但伦理或者人文的东西又都被抽掉了，语文成了纯粹的认字工具；学外语呢，又把人家的外国的人文精神抽掉，也变成了一种纯粹工具。这样一来，中国建筑师的教育实际上是很工具化的。因此，我从1992年开始，就开设了建筑评论课，希望大家对建筑有一种宏观的、批判的眼光。当然，光靠这个建筑批评学是补不过来的。但是我试图从建筑批评学里面会把一些艺术的东西、人文的东西再把它补进去，使学生的知识面更广。我有时候还上艺术史的课，也是出于这样的目的。所以，建筑学的教育不能是一种工具，建筑师、规划师更不能是工匠，建筑师和规划师要具有更高的职业精神和职业道德，还要有对弱势群体、公众利益和社会具有关爱精神。

郑时龄，中国科学院院士，同济大学建筑与城市空间研究所所长、教授、博士生导师、法国建筑科学院院士、美国建筑师学会荣誉资深会员。

王伟强，同济大学建筑与城市空间研究所副所长、同济大学建筑与城市规划学院教授、博士生导师。

张目，同济大学建筑与城市规划学院博士研究生。



# 消费的空间与空间的消费

## The Space of Urban Consumption and the Consumption of Urban Space

王伟强 杨海  
Wang Weiqiang Yang Hai

**[摘要]** 进入新世纪后,以全球城市为目标的上海,在走统筹、协调、可持续发展之路的同时也必须正确处理开发与保护的关系。伴随全球化进程的消费主义思潮也逐渐影响到风貌区的保护工作。本文从消费主义的角度分析了上海城市消费的空间布局和特征,同时运用这一视点分析了城市空间的消费状况,并结合外滩、衡山路—复兴路、山阴路历史文化风貌区的空间效应演进探讨了历史文化风貌区与城市总体发展的关系,以及政府推力和社会推力对风貌区保护与发展的影响,进而提出保护是消费的一种方式,属于更高层次——精神消费,消费也赋予保护以充实的内容和动力。

**[关键词]** 消费与消费主义 上海历史文化风貌区 消费的空间 空间的消费 保护与发展

**[Abstract]** Shanghai should consider the sustainable development with the balance between urban conservation as its goal to become a global city. However, under the rapid globalization, consumerism has great impact upon the process of urban conservation for historical and cultural areas in Shanghai today.

With the perspective of consumerism, this paper will analyse the special pattern of Shanghai urban consumption conducted with three case studies which are located at the historical and cultural areas of the Bund, Hengshan Road & Fuxing Road, and Shanyin Road as well to reveal the driven forces of social and political behind. Hence, it will address that the conservation is also one way of consumption, which belongs to the ideology—the consumption of the spirit and in turn enhance the vitalities and contents of the conservation program.

**[Keywords]** Consume & Consumerism Shanghai historical & cultural areas Consumption space Consumption of urban space Protection and Development

### 一、引言

上海是国家级历史文化名城,历史文化遗产底蕴丰厚。自2003年起,在全市确立了12片历史文化风貌区,先后分4批审定了628处市级优秀历史建筑,历史风貌保护已进入一个新阶段,开始逐渐形成“最严格保护”和“保护也是发展”的新观念。

进入新世纪后,以全球城市为目标的上海,在走统筹、协调、可持续发展之路的同时,必须正确处理开发与保护的关系。伴随全球化进程的消费主义思潮逐渐影响到风貌区的保护工作,一方面,保护是消费的一种方式,属于更高层次——精神消费,另一方面,消费也赋予保护以充实的内容和动力。在上海迈向全球城市、逐步迈入“消费型社会”的进程中,如何保护好城市历史文化遗产,是上海社会、经济、文化发展的重要课题。

空间效应的演进是空间消费的重要方式,因此,从消费主义的视角分析空间效应的演进有助于理解空间作为市场资源是如何被消费的,从而在与城市总体结构相协调的基础上平衡政府与社会推力,促进风貌区空间的合理消费,避免盲目消费城市空间的行为威胁风貌区的保护工作。

### 二、消费与消费主义

消费作为一种经济现象、通过再生产过程反作用于生产,到工业社会后期,消费开始显现出经济、社会转型的特征,并逐渐形成“消费主义”思潮,进而对生产提出新要求,城市空间的生产也不例外。

托斯丹·凡勃伦(Thorstein Bunde Veblen)较早地涉及了消费的社会性动机与功能。并详细描述了当时特定的社会群体——新贵阶层(暴发户)的“炫耀性消费”。在格奥尔格·齐美尔(Georg Simmel)看来,由于其特异的的天性和社会地位,中产阶级更易于与时尚产生互动,在时尚潮流中发现与认同自我。时尚是一种社会再生产的区分机制,它以自身的方式和逻辑重构社会。时尚正是通过“分化与同化”这双重作用完成其社会区分功能的。

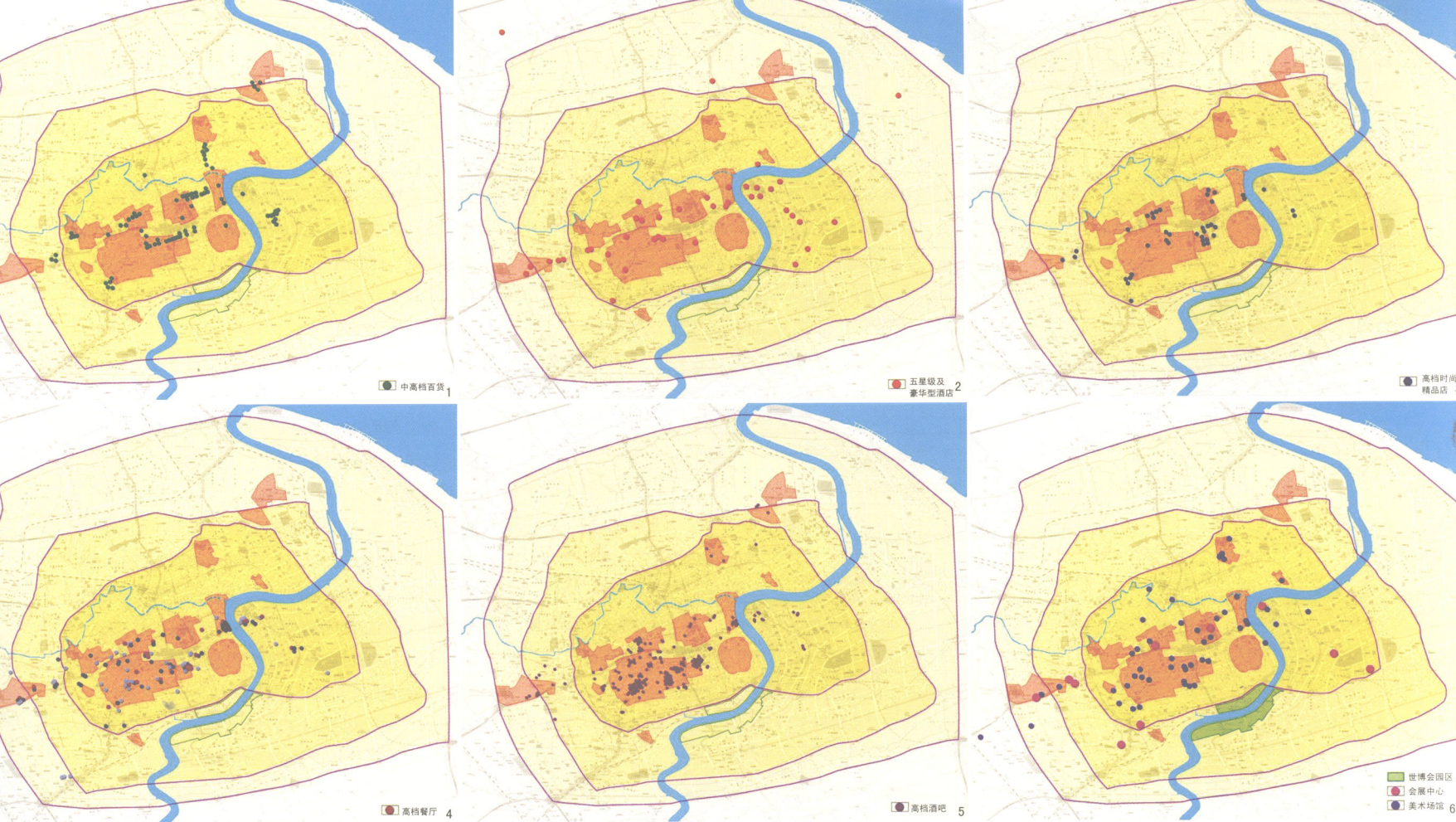
二战后,随着社会、经济与科技的巨大进步,人类越来越步入一个与传统社会相去甚远、大相径庭的社会,即贝尔所说的“后工业社会”。从消费的角度,让·鲍德里亚(Jean Baudrillard)称其为“消费社会”。

消费社会中物质丰裕、消费多样,“人们对未来的担忧不再是物质的匮乏,而是物质的过剩,是对每

一个人都表现出来的过剩……”。消费取代生产成为社会导向,消费的重要性前所未有突出。消费的不同之处在于符号消费。“为了构成消费的对象,物必须成为符号”。“有意义的消费乃是一种系统化的符号操作行为”,体现着其存在价值和社会功能。追逐品味的“游戏”使得中产阶层的消费特征以及阶层消费形成的社会效应对城市空间的消费产生区隔作用。

如今,“炫耀性消费、符号消费”思想在城市建设中也随处可见,对大规模改建的偏好,对宏伟的城市形态的追求,古城改造成为纯粹的旅游项目投资,建假古董、造假文化,这些都使得风貌区的保护与发展面临严峻的挑战。由于风貌区积淀的历史、文化底蕴在符号消费中更显时尚性,从而一方面成为城市高品质消费空间聚集的场所,另一方面,在城市空间的消费过程中也成为影响产业布局、空间生产的重要因素。认识消费主义及其所特有的“符号”特征,有助于我们理解当前社会转型中消费现象及与社会、经济、文化的相互作用,从而对处于这一背景下的历史文化风貌区的发展趋势作出合理判断,同时,外表光鲜的“消费社会”背后潜在的隐忧也值得我们关注。





1. 百货店
2. 高级酒店
3. 时尚精品店
4. 高档餐饮
5. 酒吧
6. 会展中心、美术场馆
7. 上海历史文化风貌区的城市空间布局新图景



### 三、城市消费的空间

“现代社会几乎不再需要大批的工业劳动力和应征军队，而需要它的成员有能力去作消费者”。“城市空间萎缩，传统的公众场所渐渐为消费场所代替”。

产业结构的加快调整，为经济增长提供了坚实的供给基础；消费结构的不断升级，也为经济增长创造了巨大需求。2004年上海的消费品零售总额为2454.61亿元，约占全国总量的4.55%，市场规模列全国各大城市之首，增速达到10.5%，是自1999年以来首次实现两位数的增长，新增量达到234亿元，首次突破200亿元。庞大的新增市场空间必将导致上海消费品市场竞争更趋向于“白热化”。

而消费行为总是在特定的空间内完成的。特定的消费空间和其中的消费主体产生全方位的互动关系，这种互动丰富和创新了城市人的消费行为模式，改变了传统的消费行为，尤其是新兴中产阶层在消费方面更强调精品化、个性化，消费能力巨大，他们在对消费空间的要求上，不仅要讲效率，还要充分施展消费的个性，更加注重消费过程中所体现的符号性和体验性。在城市中，音乐会、画展、博览会和高档商业中心等成了中产阶层的主要消费场所。



表 1 业态类别及选择标准

行业类别	研究样本	选择标准
百货店	中高档百货	市级、区域商业中心内以中高层次消费群为目标的百货
酒店	五星级及豪华型酒店	五星级或条件等同的酒店（参照携程旅行网的分类）
时尚精品店	高档时尚精品店	入选《福布斯》2005 时尚排行榜的零售品牌店
餐厅、酒吧	高档餐厅、高档酒吧	入选“全城全搜索-上海”TOP100, 最低人均消费 100 元以上的餐饮、酒吧
影剧院、体育赛事中心	影剧院、体育赛事中心	入选“全城全搜索-上海”最时尚的影剧院、重大体育赛事中心
会展中心、美术场馆	会展中心、美术场馆	入选“全城全搜索-上海”最时尚的会展中心、美术场馆
汽车展示厅	豪华车展示厅	入选 2005 上海国际汽车工业展览会“我心仪的豪华车”评选的豪华车品牌

表 2 1996 年外滩房屋置换一览表

地址	原大楼名称	置换前单位	置换后单位	置换性质	置换日期
中山东一路 1 号	亚细亚大楼	上海冶金设计研究院等	中国太平洋保险公司	租赁	1996.10.24
中山东一路 4 号	有利银行大楼	上海建筑设计研究院等	新加坡佳通公司	转让	1996.10.29
中山东一路 5 号	日清大楼	上海海运局	上海分行	租赁	1996.10.30
中山东一路 12 号	汇丰银行大楼	上海市人民政府	上海市人民政府	租赁	1996.10.12
中山东一路 17 号	字林西报大楼	上海丝绸进出口公司等	美国友邦保险公司上海分公司	租赁	1996.10.19
中山东一路 24 号	正金银行大楼	上海市纺织局等	工商银行上海市分行	转让	1996.9.10
四川中路 220 号	小汇丰大楼	上海市档案局等	上海大众保险公司、上海国际航运中心等	租赁	1996.8

表 3 衡山路—复兴路历史文化风貌区内公共功能引导区

区域	描述
商业功能引导区	主要位于淮海中路东段、乌鲁木齐中路（北段）、襄阳南路、永嘉路（中段）以及淮海中路与武康路交叉口、永嘉路与乌鲁木齐南路交叉口地段、黄陂南路、陕西南路、重庆南路沿线
餐饮休闲服务功能引导区	主要位于衡山路、华山路-巨鹿路、茂名路两侧
餐饮休闲服务功能引导区	主要位于上海图书馆复兴公园、文化广场周边以及安福路、汾阳路和岳阳路、绍兴路两侧
办公、科研、咨询复合功能引导区	主要位于肇家浜路沿线

表 4 多伦路两侧公共服务设施分类及数量统计（2006）

公共设施	数量
酒吧、咖啡厅	6
酒店	3
游艺设施	2
画廊、美术馆、博物馆	65
创作工作室	4
学校	2
医院	2

## 1. 城市消费的空间区隔

现代城市“并不是一个充满社会学意义的空间实体，而是一个在空间上形成的社会学实体”。社会空间是空间等级或规模的支架，不同的消费空间本身从一开始就具有社会区隔与空间分化的功能。在消费的分化中，消费空间的分化是一个直接而明显的方面，不同经济水平、社会地位和消费观念的人在日常生活中形成了不同的消费主体。同时，由于不同的消费场所、环境给人的感觉不同，因此，在很大程度上，消费空间也成为人们消费的内容。也就是说，消费空间本身也成为商品的一种附加符号，甚至有时消费空间本身就是一个消费符号，这样就出现了“在什么地方

消费”有基于“消费什么”的情况。当消费空间本身成为符号后，消费空间本身就更加显现出分层的功能。

与性别、年龄、家庭等因素相比，社会阶层是消费空间中更具社会意义的社会关系。作为未来社会阶层的主体——中产阶级是一个重要且影响力不断增加的群体，由于具有较强的消费能力和消费欲望，在越来越多的中产阶级消费场所不断提升中产阶级的消费需求时，中产阶级及其消费本身也在不断建构新的消费空间——区隔的空间。

事实上，虽然城市消费空间的形态多样，这种由于消费行为所导致的消费区隔会在不同的空间上表现出这样那样的特殊性，但其特征与逻辑有一定的共

通性。通过对上海城市消费的空间布局进行实证研究，有助于我们进一步理解消费空间在历史文化风貌区的分布特征，同时进一步理解风貌区城市空间被消费的过程，从而为风貌区保护与发展提供提出相应对策。

## 2. 上海城市消费的空间布局

为实现对历史文化风貌区内消费空间的表象特征的解读，本研究选取以下业态类别，并从每一类中选取特定的对象作为研究样本。在标准设定上选取位于每一类最顶端、最能在现实生活中反映出消费主义趋势、有风向标作用的业态对象（表 1）。

在对主要的城市消费空间分布的实证基础上，对每一类进行排序整理再叠加，呈现出的上海历史文化风貌区内空间布局新图景（图 1~图 7）：

（1）在城市层面上形成了浦东世纪公园—虹桥地区、徐家汇的消费产业发展轴。

（2）在衡山路—复兴路、愚园路、南京西路和人民广场历史文化风貌区之间形成环状发展带，辐射能力巨大。

（3）外滩地区正在成为高端消费产业聚集的新地点。

（4）江湾、提篮桥、豫园和龙华历史文化风貌区在消费产业吸聚方面有待增强。

新图景中显示出以“服务半径”为标准的“中心地模式”出现衰败，“重心模式”崛起。而风貌区所具有的历史文化信息在消费主义思潮的作用下转化为“符号”，正在成为影响重心分布的重要因素。

由此，在全球化和消费主义的影响下，随着城市经济持续高速发展，到后工业社会，一种全新的城市形态开始出现。和近代工业城市相比，在形式、土地价值模式和社会地理学等方面都有着明显的不同。后工业时代城市形态展现出非集中化和再集中化——城市中心的边缘化和边缘地区的中心化的结合。城市同时表现出离心扩散和向心集中的发展趋势。城市不再是单中心的同心圆结构，而成为多核心的网络格局。

## 四、城市空间的消费

对于空间的征服和整合，已经成为了消费主义赖以维持的主要手段，而空间也把消费主义关系（如个人主义、商品化等）的形式投射到全部的日常生活之中。控制生产的群体也控制着空间的生产，并进而控制着社会关系的再生产。高涨的消费需求促使新一轮的城市空间重新分配、布局。

本文采用消费主义视角，实证研究外滩、衡山路—复兴路和山阴路历史文化风貌区的演变，分析其不同时期内城市发展定位、产业调整、文化发展与



空间消费（使用）的结构关系，探索风貌区的保护、发展与城市总体结构的相互关系（图8）。

### 1. 实证一：外滩历史文化风貌区

早在20世纪30年代，上海就是中国乃至亚洲的国际商业金融中心、亚洲最主要的金融中心和远东国际金融中心，被誉为“东方华尔街”。而外滩地区作为当时上海的金融聚集区，成为外资金融机构、官办银行的首选地。

#### (1) 政府的推力

中国要在新世纪崛起实现更高的金融目标，必须复兴上海这一传统资源。而外滩乃至整个上海的高起点定位，是与中央在经济发展战略上将上海放在先锋位置并给予政策支持密不可分的。国家区域发展战略造成的政策先发优势成为外滩发展的推力。

1991年2月，邓小平在考察上海时说：“上海过去是金融中心，是货币自由兑换的地方，今后也要这样搞，中国在金融方面取得国际地位，首先要靠上海”。1992年在党的十四大报告中明确提出“尽快把上海建设成为国际经济、金融、贸易中心”。

1994年2月，上海市十届人大第二次会议通过的《政府工作报告》明确提出形成外滩金融一条街。

1994年11月上海外滩房屋置换工作进入实质性阶段。而市政府带头迁出外滩12号，将产权转入浦东发展银行的行动更是传达了上海重建“中国华尔街”的强烈信号。外滩金融街的快速形成，并不仅是对昔日银行街的简单回归，更重要的，是对上海的综合经济素质和远大发展前景进行了一次证明。通过外滩房屋置换使原有金融大楼的固有功能得以恢复，原大楼使用性质不符合外滩地区规划要求和产业布局的状况初步得到调整，为海内外金融机构、跨国公司入驻并参与经济建设提供了良好的条件和环境（表2）。

“十五”时期外滩的定位进一步得到强化，“完善与强化中心城区信息、金融、商贸功能，集聚发展现代服务业和都市型工业。以陆家嘴和外滩地区为核心，提升中央商务区的功能”。2001年，国务院在批准上海城市总体规划中，再次明确要把上海建设成为国际金融中心。

#### (2) 定位之争——“华尔街”亦或“香榭丽舍大道”

然而，近年随着浦江两岸综合开发启动，外滩“变脸”的报道时常见诸报端：今天的外滩似乎正在担纲起上海高端商业的领军角色。外滩的定位问题又一次成为争论焦点。无休止的资本积累的空间实践，目前已经成为整个世界的发展框架。同时，空间根据市场供求关系不断调整功能使用，以使其适应全球化发展和消费主义兴起的需要。在消费主义的作用下，外滩古老的历史文化底蕴恰好适应了时尚行业在全球转移

中对空间符号性的追求，掀开外滩空间消费新的一页——顶级时尚圈的定位初具雏形，从外滩3号到外滩18号再到外滩6号，延续的是门牌号码，不变的是经营模式：顶级品牌旗舰店+高档餐饮及会所。在历史建筑保护的基础上注入商业、时尚、文化的操作手法，也将成为外滩历史文化风貌区保护的可循之策。

“现在上海市有关部门已属意于将外滩打造成上海的香榭丽舍大道，外滩老大楼的置换改造还将继续下去”。上海珩意公司总经理张瓊玲说。“现在几乎每幢老楼都有改建的消息传出，紧邻我们的17号据说要开酒店”，上海珩意公司市场经营总监李永年说。外滩银行受到的压力正日益增长。外滩的变身只不过是上海国际金融中心建设困境的一种表象而已，但其中更深层的原因则是：

在中国当前经济金融体制下，中央银行、四大商业银行总部、金融决策、监管部门都不在上海，客观限制了上海金融自行发展的资源和空间。而且政策上的限制，使得上海建立人民币产品中心困难重重。

受全球经济放缓、国内以及上海金融市场萎缩等不利因素所拖累，外滩的金融产业发展进入低谷，同时，陆家嘴金融贸易区对金融机构的分流效应日渐明显。

在建设国际金融中心的12年中，上海的处境可谓尴尬。在继续争取中央支持、发展民营金融实体、疏通法律体制瓶颈、建设长三角金融安全区等仍停留在建议阶段。

证券交易所是最能成为上海金融业增长的动力。但其监管能力，与金融中心的水平还相当的不匹配。

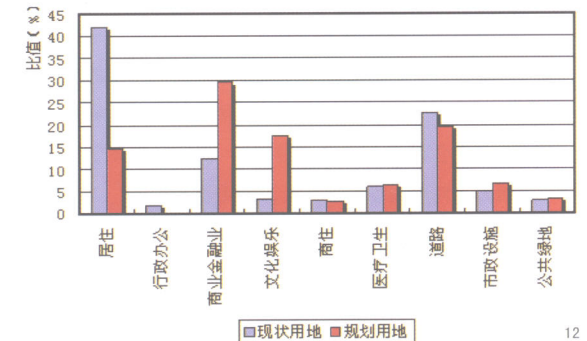
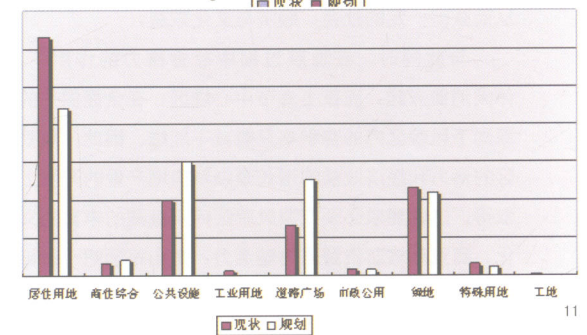
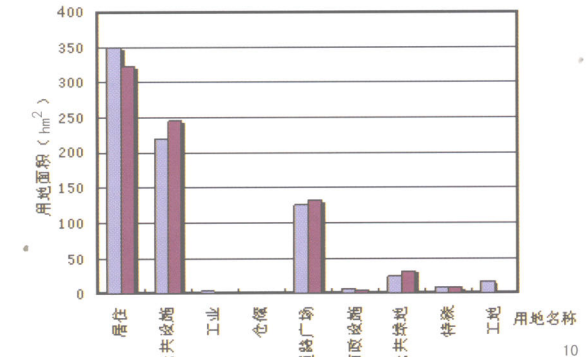
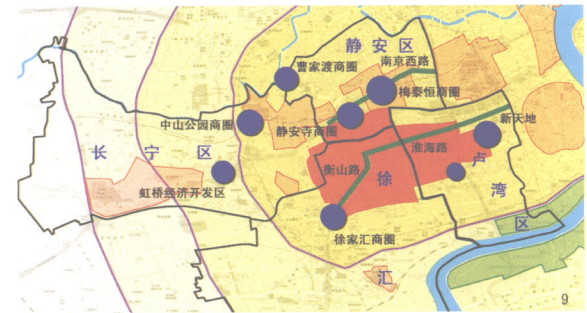
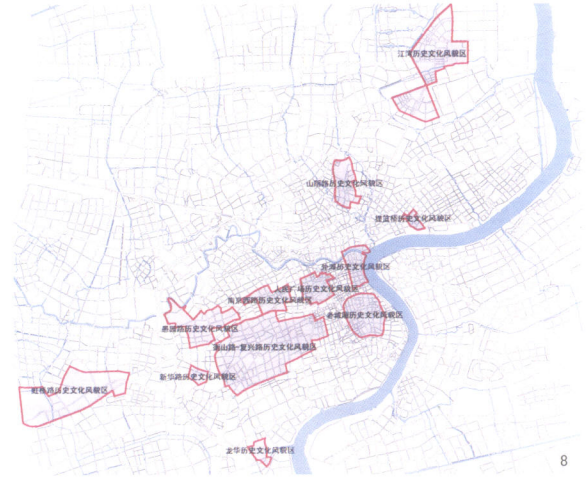
近年来上海地价等商务成本的飙升在体现上海受欢迎程度的同时，也加重了上海快速前行的步伐。与周边地区相比，对外国直接投资的吸引力有所降低。

(3) 风貌区的空间效应演进与城市总体结构的协调

外滩地区金融事业发达的历史状况，正是上海成为远东金融中心的基础，体现了区域与城市总体结构之间互相依存的关系。如今外滩的功能定位问题依然与上海未来建设休戚相关。

外滩的时尚消费有助于与金融业形成互补，但会多大程度撼动其目前的金融地位也不尽然。而目前黄浦区在金融服务业方面仍占突出的优势，且大部分集聚在外滩金融贸易区内，金融机构总量仅次于浦东。因此，在深厚的基础上继续发展金融业依旧是外滩未来发展定位的重要选择。今后的外滩将是一个金融办公、顶级消费兼有的商业区，前者正好成了后者最近的客源。

重塑外滩金融功能，有利于实现与陆家嘴联动、各取所需、优势互补、错位发展，形成上海建设金融





中心的重要支撑。陆家嘴金融业发展以分行级以上中资银行、大的外资银行、保险机构和证券公司为主。外滩地区可借鉴伦敦城重塑金融功能的经验,以中资银行、保险机构、中小外资银行、基金管理公司、黄金交易机构为主,积极引进大的中外资银行的资金营运中心和客户理财中心。

上海在建设国际金融中心的过程中,房地产价格的上涨也不可避免。但需要借鉴国际上其他金融中心发展的经验,制订有效的公共政策控制地产价格增速,减少地产泡沫形成的概率,继续凸现成本优势。

按照“上海国际金融中心建设国家战略研究”,成为金融中心的阶段性标志是集中“国内半数商业银行管理总部;大多数非银行金融机构总部、世界排名前200位的金融机构的分支机构和代表处、跨国金融机构和投资机构中国区总部;中国证券登记结算业务运作中心”。这就要求以外滩、陆家嘴为核心的中央商务区必须在现有基础上整合,使各种金融要素在空间上产生聚集,以适应建设国际金融中心的需要。

## 2. 实证二:衡山路—复兴路历史文化风貌区

衡山路—复兴路历史文化风貌区历史上为法租界内的高级住宅区,历史文化遗产极为丰富,是市中心城优秀历史建筑数量最多、规模最大的风貌区,集中反映了上海近代居住和公共活动形态的优雅时尚、中西合璧、兼收并蓄的特征。

近年来,在政府推力作用下,确立了文化休闲、旅游观光、中高档商业定位,通过“双增双减”政策,并率先进行历史文化风貌区保护试点。由于该风貌区现状以居住功能为主,因此需要通过对该地区功能进行挖掘与再开发,才能重新激起活力,重现其价值,从而获得一定的社会、经济与文化效益。

与此同时,在发展过程中社会推力的作用下,休闲消费兴起。而在上海市中心城区,在全面保护的原则下风貌区内的容积率只能减不能增,因此,风貌区的活力和经济效益的增长难以从地产量的开发上取得,这就要求必须挖掘风貌区内所蕴藏的丰富的文化、商业和旅游资源来再塑活力。衡山路酒吧一条街和“新天地”的相继崛起已使昔日的历史街区成为上海又一个“标志性”的文化景观,地区经济在休闲消费的引领下快速增长。休闲消费为该地区带来大量的商业机会和不菲的经济效益,形成了一种新的经济形态——休闲经济、体验经济。休闲产业的发展使得该地区不仅没成为一个“卧城”,相反却激发了社区的活力,对周边地区形成巨大的吸引力。

为充分利用该风貌区在所属行政辖区中处于发展核心的区位条件,对休闲经济潜力的挖掘成为风貌区未来发展的重点之一,在规划中该风貌区被确定为

以居住功能为主体,文化休闲、旅游观光、中高档商业与服务有机结合的多功能城市复合地区(图9、图10)。

结合风貌区内所蕴藏的丰富的文化、商业和旅游资源发展休闲经济,有助于保护以居住为主导的风貌特色,通过对该地区功能进行挖掘与再开发,重新激起活力,重现其价值,获得一定的社会、经济与文化效益。一方面,通过划定公共功能引导区发挥聚集作用,在某些地段强化公共属性的功能,鼓励公共设施发展,引导功能的调整和设施的布局,最终达到突出风貌区功能特色的目的;另一方面,运用扩散效应将风貌区内的工业、仓储用地应予以置换,从而协调历史文化风貌区与城市总体结构的关系(表3)。

由此案例可见,当政府推力与社会推力高度统一时,各方利益得到协调,该地区的发展就会高度和谐而统一。

## 3. 实证三:山阴路历史文化风貌区

山阴路历史文化风貌区曾一度是海派文化的集聚地,文化底蕴深厚。中国近代文化名人鲁迅、茅盾、瞿秋白、丁玲、成仿吾、冯雪峰、夏衍和沈从文等均在此居住、生活和工作过,闻名中外的“左翼文艺运动”也肇始于此。鲁迅公园、虹口足球场及多伦路、溧阳路,形成了融名人遗迹、艺术博览和文化、体育、旅游为一体的“雅文化圈”,不仅记载着上海及虹口的历史,也反映着上海及虹口的人文气息和海纳百川的城市情怀。同时以商业和中、高档居住为主导功能,区域内生活气息浓郁,具有独特的生活和文化氛围。

### (1) 山阴路历史文化风貌区的空间效应演进

解放前的山阴路地区名人济济,文化气息浓重,建国后文化教育事业也有较大发展,进一步强化了资源的集聚和辐射效应。至2004年底,本风貌区在用地布局和功能上以居住功能为主,占风貌区总用地近一半,拥有市级商业区(四川北路商业街区),文化体育与休闲娱乐区(虹口足球场与鲁迅公园)。

随着城市的发展,部分土地的使用已不适应城市未来发展的要求,需要进行功能调整和置换;社会服务设施配套不足,市政基础设施标准较低,且普遍存在陈旧老化的现象;而功能多样混杂,商业、办公、文化等设施分布零散,在一定程度上存在干扰和影响,同时设施布局分散也影响了聚集效应的产生,需要进一步地整合和引导。

### (2) 政府的推力

2005年初,随着各风貌区的保护规划的编制和立法工作陆续展开,“上海市山阴路历史文化风貌区控制性详细规划”也在保护其历史风貌特色的同时,重点强调其功能发展的需求,明确功能分区引导,更

新区域功能、完善土地使用和功能配套,以功能上的有效发展推进风貌保护工作的开展(图11)。

①进行用地调整,降低居住用地比例,提高商业、服务业及文化用地比例,强化商业商务职能,打造文化虹口形象。

②强化城市职能,积极打造文化虹口、商务虹口职能,实现城市功能的跨越式发展。

位于山阴路历史文化风貌区西南片的多伦路历史街区是虹口区政府实施“文化虹口”、“历史虹口”战略的重点发展区域。近年来国内外机构与学者对多伦路历史街区保护与更新开展了一系列研究实践,如1998年多伦路改造一期(郑时龄教授主持),2001年多伦路规划国际咨询(虹口区规划局与文化局共同主办),2002年“多伦路地区城市设计”(郑时龄教授、王伟强教授),“上海老虹口北部地区规划研究——风貌保护与发展”(罗小未教授、郑正教授等),2003年“上海市虹口区多伦社区修建性详细规划”(郑时龄教授、王伟强教授),这些研究为多伦路历史街区未来发展奠定了坚实的基础。

### (3) 社会的推力

以多伦路为核心的地段在20世纪90年代中期便已成功地改造为多伦路文化名人街,名噪一时。但也存在诸多问题:

①虽然有着深厚的人文内容和具有特色的历史建筑,但目前在商业方面,商业设施功能单一,服务对象局限,缺乏吸引力。

\*在对多伦路两侧公共服务设施分类及数量统计中可以看出,多数是小型画廊,缺乏文化创意的核心企业和多样的消费场所,这种构成方式对于整个地区的文化创意产业和商业发展十分不利(见表4)。

②缺乏总体、长期的功能与配套规划,在建设后的管理上也存在诸多问题。

③多伦路文化名人街虽为公共开敞空间系统奠定了一定的基础,但它只组织了街道两侧的浅层空间,并未影响到地块内部,未能综合其他要素以构成完整的空间系统。地块内部的营业单位难以相互沟通或利用各自的资源达到相互促进的效果。这在一定程度上既阻碍了其自身发展,也可能是促成当前萧条局面的一个原因。

除了多伦路文化企业呈低端单一化;在实际发展过程中,房价高涨导致住宅开发优先;区内文化娱乐业尚未成规模效应也都影响了“文化虹口”目标的实现。

### (4) 未来的山阴路历史文化风貌区

“深厚的文化底蕴为虹口的现代商贸旅游休闲业的发展构筑了良好的基础”,决定了其保护与更新应该发扬地区的文化优势,走功能开发、提升形象之路,



未来应着重文化功能的品质提升,居住功能的延续,商业服务功能的优化拓展,旅游休闲功能的强化,体现出“文化虹口”、“历史虹口”的城市风貌。

而文化优势只有在转化为文化资本后,才能对区域的发展产生基础作用。文化资本正通过消费文化的逻辑被转化成经济资本,被用作城市改革过程的资源。山阴路历史文化风貌区在文化定位的同时,更需要集合市场的力量、按照消费文化的逻辑开发“现代商贸旅游休闲”区,使文化和经济资本之间产生互动,实现文化优势对区域发展的基础作用。

在未来规划中,沿明珠3号线东侧打造文化虹口轴;在风貌区北侧形成综合文化娱乐区;在多伦路历史街区集聚文化创意产业,打造核心产业;保存、发掘与完善,以激发风貌区历史、文化附加值。从而,达到如下效果:

- ①降低居住用地比例;
- ②提高商业、商务用地比例,强化商业商务职能
- ③增加文化娱乐用地,打造文化虹口形象。

通过城市空间的合理消费,强化城市职能,积极打造文化虹口、商务虹口职能,实现城市功能的跨越式发展(图12、图13)。

## 五、消费主义视角下的城市更新

20世纪80年代以来,中国经济迅速增长,部分沿海发达地区开始快速迈入大规模消费(大众消费)时代,居民的日常生活方式和消费观念发生了巨变。与西方消费社会相比,中国的经济能力致使消费方式仍应处于“生产型社会”阶段,但由于受到消费文化的影响,居民的消费观念与消费行为又在追随消费社会而出现明显的消费主义倾向。不管我们是否承认消费主义在我国的存在,但它却实实在在影响和改变着我们的生活方式和城市空间结构。

党的十六届三中全会进一步明确提出了科学发展观,在新时期,必须正确认识发展与消费的辩证关系。发展是为了更好的满足日益增长的消费需求,消费需求反过来也是刺激进一步的发展。中国正从“生产社会”向“消费社会”转型,20世纪末开始的重点论述消费负面效应的结论明显不适应当前“新业态”社会和消费结构升级的背景,消费的正功能越来越强。在消费主义思潮的影响下,城市更新尤其是风貌区的发展正逐渐从单纯等待政府的保护向在政府保护政策框架下自主寻求市场需求过渡。如何加强政策保护与市场运作的合力效应,更好地促进历史文化风貌区的健康发展,是一项新课题。

首先,特定地区的发展必须服从城市总体的结构。由于市场作用带有一定程度的盲目性,在外滩、衡山路—复兴路和山阴路等地区都存在重复建设现象,出于利益追求,盲目对某一成功案例不断简单拷贝,有时甚至威胁到地区长远的定位。为了保持城市整体健康发展,需要对市场行为加以适当引导,合理利用市场资源。

其次,特定地区的发展应该跟随社会观念、意识的发展。在当前市场经济条件下,应避免单一由政府指令操作,风貌区的发展需要政府的推力,但同时保护政策框架内的规划工作不应该忽视社会推力的作用,需要更好地顺应社会观念、意识的发展。只有当政府推力与社会推力相统一时,发展才会高效而和谐。

再次,在城市建设中,需要正视符号消费对城市空间的影响,避免风貌区的历史、文化信息淹没在娱乐性符号中。过度追求符号消费的就会陷入对“仿像”文化痴迷。鲍德里亚把迪斯尼看作典型“超现实”的仿像文化。在迪斯尼乐园,真实与拟真之间的界限在我们的意识形态深处已经分不清了,真实被模仿到极度“真实”它就是一种超现实。虽然这种“仿像式”文化因极具娱乐性而充满吸引力,然而也正是它忽视

任何“现实”的特质有悖于历史风貌保护对历史信息原真性的尊重,对于历史文化风貌区保护有严重的负面影响。许多古城如今花大笔的钱投资旅游项目,实际上是在建假古董,造假文化。这不是保护,结果只能是中国版的“迪斯尼”。

最后,在风貌区的保护与发展中,避免大拆大建,提倡小规模、渐进式的开发模式,可以避免历史、文化信息在大规模建设中被浪费,是一种建立在节约基础上的消费。

发展是消费,保护同样也是消费,是更高层次——精神的消费。因此,合理地保护能够有效地促进风貌区的未来发展。

### 参考文献

- [1] Saskia Sassen. The Global City: New York, London, Tokyo, 1991.
- [2] Baudrillard J. Symbolic Exchange and Death, London: Sage, 1993.
- [3] [法] 让·鲍德里亚著. 消费社会 [M]. 刘成富、全志钢译. 南京: 南京大学出版社, 2000.
- [4] [英] 西莉亚·卢瑞著. 消费文化 [M]. 张萍译. 南京: 南京大学出版社, 2003.
- [5] 王伟强. 和谐城市的塑造——关于城市空间形态演变的政治经济学实证分析 [M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2005.
- [6] 包亚明. 游荡者的权力: 消费社会与都市文化研究 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.
- [7] 杨海. 消费主义思潮下上海历史文化风貌区的空间效应演进研究 [D]. 同济大学硕士论文, 2006.3.
- [8] 杨汝万. 全球化背景下的亚太城市 [M]. 北京: 科学出版社, 2004.
- [9] 周晓虹主编. 中国中产阶级调查 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004.
- [10] 姜骏骅. 信息化进程中的城市空间结构二元分异 [D]. 同济大学硕士论文, 2004.6.

### 作者简介

王伟强, 同济大学建筑与城市规划学院教授, 博士生导师。

杨海, 同济大学城市规划系硕士。



8. 上海历史文化风貌区
9. 衡山路—复兴路历史文化风貌区的区位发展
10. 衡山路—复兴路历史文化风貌区规划土地使用构成图(2003)
11. 山阴路历史文化风貌区现状与规划用地比较图(2005)
12. 多伦路历史街区现状和规划用地构成图
13. 多伦路历史街区规划总平面和方案体量模型研究



# 现象学的研究

## ——关于城市品牌的诠释

### Research on Re-Contextualism

### —Notes on City Branding

[西]白德龙 著 姚蕾蓉 译

Pedro Pablo Arroyo Alba Yao Leirong

[摘要] 运输和通讯技术的发展使得全球城市化成为了一个不可避免、不可撤销的普遍事实，它所产生的综合效应就是城市不断的均质化以在这种演变中求得生存，城市不得不进入到全球性互相竞争的时代。本文阐述的是品牌这个概念如何被专家和政客应用到城市中来吸引市民及资金。“创意阶层”的出现成为了一个城市成功的主要因素。建筑作为这个阶层的潜在产品，依旧在建设城市特性中扮演着重要的角色。这些策略的应用也许会渗透到整个城市并将城市引导至另一种无差异的状态中。在理论论述之后，本文将通过对 Torovision 的案例分析作为总结，这是一个关于图解现象、特性和城市营销的可能性的双重研究项目。

[关键词] 全球化 城市品牌 图解 建筑学 生活方式

[Abstract] Transportation and communications technologies are making the global-urban-ization of our environment an inevitable, irreversible and universal fact. This process has as combined result the increasing homogenization of our cities. In order to survive in the evolution, cities necessarily entered an era of global competition with each other. The paper describes how the novel concept of Branding applied to the city is being used by professionals and is helping politicians to seduce and attract citizens and capital. The emerging "creative class" emerges as one of the main factors for the success of a city. Architecture, as a sub-product from this class, still plays an important role in building identity. The application of these strategies might saturate urban context and will lead cities to another undifferentiated scenario. After the theoretical dissertation, the paper finalizes with the presentation of Torovision, a double research project on the possibilities of iconographic re-contextualism, identity and city marketing.

[Keywords] Globalization City Branding Iconography Architecture Lifestyle

## 一、现象

品牌效应可以被定义为一个提升事物价值的方法，它赋予事物一个确保品质的名称，同时满足了顾客的期望值。我们必须明确的是，品牌并非广告也非行销手段，它们仅仅是一些商业贸易手段。

运输业和品牌间的关系早在很久以前就已建立起来。19世纪，由于产品从遥远的加工地及原产地运至消费者手中，火车运输对货物标识提出需求，以便从批发商那里挑选出首选产品。20世纪90年代期间，品牌概念从产品延伸到了零售商店或零售区域，成为了某种品质的象征。

现在，我们进一步扩充了品牌概念，将它运用到完整的城市中。确实存在这样的事实：战略家和规划师都纷纷将资金投入城市品牌的塑造中。虽然不同的管理人员对什么是城市品牌以及如何树立城市品牌持有不同的观点，但是事实上，城市正越来越多地将资源投入到城市空间的品牌塑造和市场营销中。

## 二、历史背景

建筑符号往往更多地被用作标志人类历史发展的里程碑。建筑常常被用作强有力的行销工具，而且不仅仅停留在结构方面。

20世纪70年代，法国认为需要采取一些行动

来巩固其世界舞台的主导地位，需要提出一个策略来应对法国与美国的经济竞争，巴黎与纽约间的文化竞争。这一切直接促成了蓬皮杜文化艺术中心的诞生。80年代，随着制造业和造船业的萎缩，苏格兰城市格拉斯哥提出了一个新的城市发展计划，试图通过这个计划使其发展成为文化中心。城市的新职能将包含商业服务、高等教育、媒体产业以及艺术产业。英国的其他一些城市（所有以往的工业城市：曼彻斯特、谢菲尔德、利物浦等）也都相继走上了这条道路。

西班牙城市毕尔巴鄂建造了国际知名的文化巨作——古根汉姆博物馆。这个激动人心的文化标记令毕尔巴鄂拥有了国际知名度。就目前而言，它是这个城市唯一的品牌标志。在过去的7年里，它吸引了720万游客来到这里（其中60%为海外游客），增加了总额高达11.7亿欧元的旅游消费收入，是博物馆公共消费额的15倍以上，还创造了约5000个必要的就业岗位。

自90年代中叶以来，毕尔巴鄂的经济现代化不仅依靠文化事业和旅游事业的增长，也包括了地区汽车工业和机床加工产业的增长。现今该城市拥有了更现代化的钢铁工业，为提高效率城市对码头作了重新选址，同时显著地改善了城市的公共运输基础设施。整个城市展开了一项多样化的经济复兴计划。固然，博物馆一直是一个有效地使城市获得国际知名度的旗舰，但更多的是世界性的经济投资帮助了毕尔巴鄂商

业的复兴。“许多国外游客来到毕尔巴鄂，看到了我们的博物馆，然后将这个城市的信息传递出去，这样便鼓励投资者们开始注意我们。”比斯开地区巴斯克省的总理约瑟·贝卡拉这样说道。

一个城市的成功当然还取决于其他许多因素，其中建筑依旧扮演着非常重要的角色。然而，所谓的“毕尔巴鄂效应”令决策者们清楚地认识到要适当地运用标识作为有效的行销手段。全世界许多城市当局和城市发展机构正越来越多地运用文化相关活动作为促进经济再发展或城市复兴的手段。这一策略被用来提升城市形象，令城市走上国际市场，特别是推动了那些正经历着工业衰落的城市的经济发展。

## 三、全球城市化

19世纪以前，那些关于文化创新的消息往往要花数周或数月才能通过图像传达至遥远的地区。今天，这些创新通过飞机、卫星及因特网以极高的速度被传递着。

运输和信息技术不但增长了城市动力，还使城市化水平上升。1800年前后，只有2.5%的世界人口生活在城市中，1950年达到了21%，1990年则是43%。预期到2030年，将有2/3的人类生活在城市中。世界将演化成一个大的“城市”，一个在信息社会中人的迁移率上升的城市。鉴于现在选择不同的地区生



活和工作已成为了可能，媒体向世界人民和商业活动展示着临时迁移地或定居点。2000年，国际移民数已达到世界人口总数的2.9%。在过去的25年中，这个百分比一直在稳步增长。

城市化发展将成为未来的一个主要挑战，随着城市全球化和人口不断增长产生新的特征，取代了历史文明。这个过程在任何方面都给人们带来了无法预见的价值。

## 四、城市全球化的影响

### 1. 城市：普通城市 (The Generic City)

雷姆·库哈斯 (Rem Koolhaas) 或许是把全球化所衍生的物质演变解释的相对更清晰的一位。对他而言，无情地吞噬着历史城市的城市扩张正在制造着一种“无品牌城市”，这是一类无法控制，可无限重复的合成物，是当代城市趋同的势态。

库哈斯提议城市发展应当采取非中心化的方法，这样可以使城市从历史界定的相互关联的空间关系中解脱出来。因而，当城市中心消失的那一刻，城市外围空间随之消失。无处（或者说到处）都成了外围空间。普通城市拒绝城市空间，城市形态和城市特征之间的相互联系。普通城市不是依靠公共空间联系在一起，而是通过剩余空间。

普通城市的特征变得飘忽不定，非常的注重实效性，它可以为适应新的要求而改变。通过建造活动我们创造城市和它的潜在特征，因此这些物体有意图地传递着不同的涵义和特征。通过不断建造新的建筑物，我们要创造的不是新的地区而是城市新的潜在特性。

### 2. 建筑学的典型设计

正如库哈斯在《S,M,L,XL》一书中指出的——“大”有两个主要优点（以办公塔楼为例）：第一，可适应商务办公中的不确定需求；第二，由于这种适应性，办公楼的功能变得模糊化。这种典型设计的中立性和不确定性武装了建筑并且为新的设计方法提供了新的角度。

由于典型设计为未知活动提供了空间，它可以在整个城市（指：普通城市）中无限蔓延开。既然这种设计形式是不确定的，那么就不再有必要保持建筑内部与建筑外表面的一致性，也就没有理由遵循形式跟随功能的现代主义风格（因为没有功能可以跟随），或者是通过形式表达建筑独特型的历史规则（因为没有独特型要表达）。建筑的意义变得漂浮不定，既失去了有计划的内容，又脱离了历史。

### 3. 经济学：建立在文化基础上的后福特主义经济时代

城市是经济和经济发展的主要动力。由于

全球贸易的开展，城市彼此间变得更相互依赖。工业国和发展中国家之间的差距正在逐渐缩小，而城市和乡村间的差距却在不断地增大。我们已经从工业社会步入了消费社会，更多地关注生活方式和生活环境而不是产值。城市经济焦点从科技向文化的转移暗示了城市经济由工业向服务业的转型。

城市旅游业是世界上发展最迅速的旅游业之一。2000年，它几乎占了全球GDP的12%。传统的吸引“更多游客，更多行程，为了赚更多钱”的案例已经被“寻求合作伙伴、价值的情感链接、以城市和景点为舞台的体验和感受”这样的新观念所取代。都市质量的生活方式已经成为旅游业经营、策划、工作指标和风险评估的新范本。这种改变的原因是旅游业冲击着城市社会和当地居民生活的方方面面。在城市中，居民和游客是互动的。如果互动不通过经营，这种张力可能会扩大并破坏产业和城市系统。

全球化给全世界的城市带来了移民，这使城市处在一个两难的境地：是否必须将自己开放与其他城市和文化自由交流，还是应该保护当地居民免受这一自由流动的冲击。一方面，开放会加剧多样性。更多意象与信息的使用同样丰富了城市的世界主义文化，鼓励城市居民成为多元文化的消费者，同时潜在地使他们变得更宽容。另一方面，城市中存在着两极分化与种族隔离的危机。如果城市的一大力量是对陌生人实现的经济功能的敞开，那么，它的一大弱点就是吸纳他们进入日常生活这一微观政治环境的进程缓慢，无论是在公共场合还是私人机构，这就造成了城市种族间隔的形成。

## 五、同化过程

全球一体化是不断增长的城市和全球现象。飞速进行的城市发展将城市用同一个项目和时间链连接起来，城市间变得更相互依赖。库哈斯坚决肯定：全球经济的同化作用与英勇的现代主义者的花言巧语如出一辙，但是，相同点不在于一致性或标准化、最优化或互动能力，而在于全世界城市之间可识别差异的缺失。文化的交互关联和物质过剩已经造成了一定程度的无差别性。这是现代主义者特别钟爱的工业进程所造成的，但是，过于庞大和活跃，以至于无法用他们的秩序准则来构建。

由柯林·罗和阿德·罗西提出的后现代城市主义，企图利用形式脱离历史和文脉，来创造或保留城市地域个性。相反，库哈斯的观点是过剩抹煞了历史和文脉的丢失，我们需要寻找新的策略来制造个性。

在当代建筑的冲击下，传统空间类别的历史层次和积累的意义消失在空间模糊的城市中，同时，其特性也随之消失了。新建筑物无情地淹没、抹煞并颠

覆了形成地域个性的历史建筑。对库哈斯来说，城市是复杂的、快速变异的实体，它违背了已制定的个性分类。城市曾经打下地域个性的基础，但是在如今的世界里，“历史共同孕育的个性形式已经成为亏本生意……”

## 六、城市规划危机

库哈斯正确地宣称，这种无差别性阻碍了城市规划中的传统手段，规划将因为缺少解析全球后福特主义和消费主义世界产生的城市的工具而过时，如今大都市的新兴城市状态需要新的城市化方式，使之可以被理解阅读。他成功地推翻了早期建立在历史、类型学、文脉主义或理性主义基础上的城市理论。取而代之的是他提出的假想城市化，并且用全新的方法完成全球消费主义社会认可并响应的规划。

## 七、竞争

在全球一体化的时代，城市是为了成为全球范围的中心和获得人力资源而竞争：引进外资、旅游消费、贸易、消费和财富创造能力。竞争围绕目标城市创造和整合增值产品的能力，来保持资源并维持竞争者相应的市场地位。目标城市发展的主要准绳就是可持续发展，不仅是经济上和社会生态学上的，还包括社会、文化、政治上的。因此，竞争目标城市的关键品质是：工业水平和目标城市的吸引力。

文化产业所在地在全球范围的城市经济竞争中有着至关重要的作用。全球一体化让文化产品有机会进入更广阔的市场，文化经济在全球交易浪潮的节点上重新变得地方化。城市为了成为向未来忠实消费者（游客、居民）提供“生活方式”的目标城市而展开竞争，这使得城市更能吸引人们参观居住。

目标是创造鲜明的个性和明朗的意象来吸引外部投资、游客和人才，同时也表达当地社会的渴望。个性是在情感上绑定当地居民和商业并使之留在城市中吸引更多投资的实质。城市意象和个性是城市管理者、规划者和经营者的首要任务，无论城市大小，这样的活动和项目已经成为地方经济发展策略中心要素。

## 八、城市品牌化

贝尔西·弗罗里昂 (Berci Florian) 在他的文章《城市品牌》(City Branding) 中提到当我们的全球化时代让城市越来越接近并造成越来越多的竞争时，“城市必须找到并着重发展它们的特长来使之变得独一无二、适应市场并因此在未来取得成功。”品牌提升和