

日本创意城市

战略研究

日本における

創造都市への戦略

赵敬

著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

日本创意城市 战略研究

日本における

創造都市への戦略



图书在版编目(CIP)数据

日本创意城市战略研究 / 赵敬著. -- 北京: 社会科学文献出版社, 2018. 5

ISBN 978 - 7 - 5201 - 2479 - 9

I. ①日… II. ①赵… III. ①城市规划 - 建筑设计 - 研究 - 日本 IV. ①TU984. 313

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 053459 号

日本创意城市战略研究

著 者 / 赵 敬

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 张晓莉 左美辰

责任编辑 / 叶 娟 李秉羲 左美辰

出 版 / 社会科学文献出版社 · 国别区域与全球治理出版中心 (010) 59367200

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 12.5 字 数: 212 千字

版 次 / 2018 年 5 月第 1 版 2018 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 2479 - 9

定 价 / 79.00 元

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

前言

日本，一个早就号称“经济大国”并一直努力成为“政治大国”的国家，在战后先后经历了“科技立国”“贸易立国”之后，为何会在21世纪初，提出了“文化立国”的口号，并立志成为一个“文化国家”？日本在“文化立国”方面又迈出了怎样的步伐？

要立足文化行政的视角研究日本的创意城市战略，就要解决以下课题。日本的中央文化行政和地方文化行政之间是怎样的关系？地方文化行政如何为创意城市战略、文化创意产业、可持续发展、宜居城市这些创新性发展助力？文化与行政、文化与经济之间到底有着怎样的密切关系？创意城市的光辉到底为城市发展带来了怎样的影响？文化行政在地方经济发展中究竟发挥着怎样的作用？

为了解决这些课题，本书的研究跨越公共行政学、文化行政学、文化经济学、文化管理学等视角，汲取了日本在上述领域的最新研究成果，首先从“创意城市”这一现代城市论的主流视角，考察创意城市论在日本的发展史，之后全面研究了日本中央和地方文化行政与创意城市战略之间的关系，并结合对日本代表性创意城市盛冈市、北九州市、札幌市、横滨市的考察，对日本地方文化行政的重要实践——创意城市战略在这些创意城市中的实践经验和战略效果进行了介绍、分析和评价。

麦圭根将文化政策话语分为三种：国家话语、市场话语和市民/交流话语。他论述了三种话语的关系：从国家话语向市场话语的变化趋势非常明显，在国家话语里，国家被视为文化政策里的关键动因，政府对文化事业进行补贴；市场话语的政策放手让市场发挥作用，市场力量被视为神圣不可侵犯的；市民/交流话语源于市民社会，它关注交流和文化的民主化，并构成上述两种话语的对立面。

如果借用麦圭根的观点考察日本创意城市的文化行政，就可以发现，近年来日本文化行政变迁的大体趋势正是从国家话语向市民/交流话语转

变的一个代表性案例，这从日本中央政府文化行政主导权的下放、创意城市的文化行政定位的变化、创意城市的文化行政的综合化、创意城市的文化行政主体的多元化等日本文化行政改革的大方向中都得到了验证。可以说，日本与西方国家的显著不同就是国家没有将文化权转交给市场，而是尽力交到普通国民手中。纵观二战后 70 年来日本文化行政的变迁史，我们能发现其过程是从中央政府集权型行政向地方自治体分权型行政转变，从听从中央指令的执行型行政向地方自治体主导的独立型行政转变，从以居民为客体的管理型行政向以居民为主体的协作自治型行政转变。其核心理念就是从“文化的行政化”向“行政的文化化”转变，从重视职责和效率的政令型行政向重视居民独立自主性的人文型行政转变，从以振兴地方文化为目标的单一型行政向重视文化与社会、经济、生态协调发展的综合型行政转变。

立足文化行政的角度研究一个城市的战略发展规划，就会发现具有合理性、前瞻性、可持续性的城市文化战略规划对一个城市的文化氛围的形成、创意环境的打造、社会经济的发展具有重大意义，明确指出这一点，正是本书研究和写作的目的所在。

本书是国家社科基金“一带一路”倡议研究专项项目“国外重点智库‘一带一路’舆情监测报告”（17VDL005）的研究成果之一。本书也是北京市社会科学基金一般项目“北京市试点建立失能老人社区看护服务体系研究”（15SHB020）的研究成果之一。

赵 敬

2017 年 3 月于对外经济贸易大学

目 录

前 言	001
第一章 日本创意城市战略的发展历程	001
第一节 现代城市论的发展史	001
第二节 创意城市论及其在日本的发展	009
第三节 日本创意城市的衡量标准	017
第四节 日本创意城市战略的提出	027
第二章 日本创意城市战略的行政、财政、政策基础	034
第一节 日本创意城市战略的行政基础——文化行政概论	034
第二节 日本创意城市战略的财政基础——中央和地方文化财政	061
第三节 日本创意城市战略的政策基础——文化政策法规	089
第三章 日本创意城市战略与地方文化行政	109
第一节 日本地方文化行政概论	109
第二节 日本地方文化行政的发展和变迁	113
第三节 日本地方文化行政发展的新动向——创意城市	120
第四章 日本创意城市战略的案例分析	129
第一节 盛冈市——市民、文化、自然和谐共存的宜居生活 文化城市	129

第二节 北九州市——由传统制造业城市转型而来的新制造业城市 136

第三节 札幌市——充满文化艺术气息的开放性城市 144

第四节 横滨市——创意产业与城市规划完美结合的现代艺术城市 151

第五章 日本创意城市战略的经验与启示 160

第一节 日本创意城市战略的经验分析 160

第二节 日本创意城市战略对我国的启示 168

附 录 178

一 《文化艺术振兴基本法》（2001 年 12 月 7 日法律第 148 号） 178

二 文化艺术立国中期计划 183

参考文献 191

第一章 日本创意城市战略的发展历程

第一节 现代城市论的发展史

在经济全球化的冲击下，城市开始作为竞争主体登上世界舞台。保罗·克鲁格曼（Paul R. Krugman）认为，国家边界的作用和地位正在逐步减弱，而国家的下级主体、区域或城市在各个方面扮演着日益重要的角色。迈克尔·波特（Michael Porter）认为，在研究竞争力和竞争优势时，国家可能不是最理想的划分单位，各个城市为了获得大量投资而积极地推销自己，城市间的竞争更加激烈。

今天，现代城市论的研究热点已经从传统的城市农村论、城市社会论，向城市经济、城市行政财政、城市政治、城市工程和城市规划、城市史、城市环境等领域，乃至城市阶层论、空间论、文化论、象征论、传媒论等扩展，呈现前所未有、异彩纷呈的局面。各个领域的专家学者正在从各种各样的角度描绘多样化的城市形象，从感兴趣的切入口研究城市、描画城市，这种理性化的关注和研究正在发挥巨大作用。^①

近三四十年来，现代城市论的关键词的变化真是到了让人眼花缭乱的地步。20世纪70年代，在发达国家中，“城市衰退”（urban decline）一词泛滥。在纽约、伦敦等欧美大城市，人口减少、失业增加、财政危机等都在蔓延，工业革命以来持续的城市化浪潮出现了逆转，“逆城市化”的出现引起关注。进入20世纪80年代，在国际化金融热潮的背景下，纽约和伦敦的经济开始好转，“城市的复苏”乃至“城市的复活”（urban revitalization）成为新的热点词。^②而且，为了说明以纽约、伦敦为代表的

① 加茂利男：「世界都市と創造都市——現代都市の二つのイメージ」佐々木雅幸・総合研究開発機構編『創造都市への展望：都市の文化政策とまちづくり』学芸出版社、2007、14～29頁。

② R. B. Rosenthal ed., *Urban Revitalization*, Sage Publication, 1980.

国际金融中心城市的新繁荣,出现了“世界城市”(global city, world city)^①这一概念。^②随后,关注“世界城市”中出现的金融热潮和制造业衰退、中产阶级的繁荣及其与下层阶级的收入差距扩大等正、负面影响的学者,进一步提出了“分裂城市”(divided city)的概念。^③加之由于世界城市人口膨胀、地价暴涨、开发过度,有学者指出,只有“宜居城市”(liveable city)才应该是城市的本来面貌,才是城市的政策目标。此外,在人口和经济活动聚集的世界城市,极其庞大的能源消耗导致地球温室化等环境问题,因此,具备人类可持续生存条件的可持续城市(sustainable city)、欧洲化的拥有密集街道的“紧凑型城市”(compact city)和拥有稳定城市规模以及发展态势的“稳态城市”等城市概念,都曾相继成为现代城市论研究的关注热点。

到了20世纪90年代后期,“创意城市”(creative city)^④的概念开始备受瞩目。作为现代的城市概念,“世界城市”是指在经济上具有世界性影响力,在世界城市排名中位居前列的城市。而“创意城市”一般规模不大,但具有产业、文化、技术等方面的创新力,与带有国际化性质的世界级大城市相比,更具有普遍的发展性。近年来,知识社会、信息社会、后工业社会等,比起物质生产更重视知识生产的附加价值生产机能的经济学理论异彩纷呈,现在将这种基于“无形”生产力的经济统称为“创意经济”(creative economy),“创意城市”就是与这种变化相关的城市概念。

这样,随着现代城市概念的关键词不断转变,现代城市论也在不断发生着变化,这都表明城市形象本身也在发生着巨大变化。下面,本书将围绕当代城市论中的诸多关键词,以“世界城市”和“创意城市”为主,研究一下现代城市论的变迁。

① Twentieth Century Fund, New York: World City, 1980 etc..

② 全球城市(global city),又称世界级城市,指在社会、经济、文化或政治层面直接影响全球事务的城市。全球城市一词由沙森(Saskia Sassen)在1991年首次提出,与巨型城市(又称超级城市, megacity)相对应。在西方人眼里,英国伦敦、美国纽约、法国巴黎和日本东京是公认的“四大世界级城市”。同时,它们也被视为全球资本主义的象征。当然,近些年亚洲部分城市高速发展,有学者也将中国香港地区、新加坡市等列为全球城市。

③ S. S. Fainstein, I. Goudon and M. Harloe, eds., *Divided Cities*, Blackwell, 1992.

④ 根据麦圭根(Jim McGuigan)对文化产业和创意产业概念的梳理,“如今,在官方的话语中,‘文化产业’这一术语已经被‘创意产业’取代,包括广告和信息技术”,因此本书中提及的“创意产业”与中国通称的“文化创意产业”是同一概念,本书中的“创意城市”与“文化创意城市”是同一概念。

一 世界城市的光和影

如上所述,世界城市论是在20世纪70年代,在城市由衰退到复苏的背景下出现的。二战后,作为“美国世纪”的象征,纽约无疑是世界上最大、最繁荣的城市,但这个资本主义世界的经济首都却在20世纪70年代却有45万人失业,人口也减少了60万。结果,具有与意大利全国同等财政规模的纽约市,在1975年5月却无法偿还债务,城市财政面临破产危机,这被认为是在当时英、美等发达国家的大城市中不断发生的“城市衰退”的象征性现象。

但是,1976年以后,纽约却以并不引人注目的形式逐渐开始了城市经济的复苏。纽约市与纽约州合作向国内外推出“我爱纽约”活动,宣传纽约的城市魅力,成功实现了纽约城市形象的转型。媒体也以“城市复兴”“城市重生”“城市回归”等词语描绘纽约市的复苏。根据哥伦比亚大学、纽约大学的研究团队进行的纽约经济活动聚集度动向的调查,以国际航空、证券公司、保险公司、法律事务所、广告公司、会计师事务所等为代表的全球化金融、保险、法人服务的聚集度的确在提高,这些“大公司总部”聚集的结果,就是纽约从“美国首都”变成了“世界首都”,城市再次恢复了活力。随着大公司总部的进一步聚集,在这些领域工作的中产阶级,例如股票外汇操盘手、医生、律师、咨询师、撰稿人、设计师、艺术家等不断增加,城市居民结构也越来越中产阶级化。“绅士”们创造了新的城市生活方式,创造了对时尚、艺术、美食、观光、文化等方面的需求。这样的“新经济”相关产业促进了经济复苏和就业形势好转。就这样,“世界城市”成为20世纪末现代城市论的热点词。

世界城市的概念是与纽约等发达国家的大城市的衰退和复苏同步产生的城市形象概念,在现代城市论中,“世界城市”这一概念描述的是一种正面形象,因此有很多城市提出将“世界城市”作为城市发展的战略目标。先是纽约,之后是伦敦和东京在20世纪80年代中期提出了“世界城市——伦敦”“世界城市——东京”的目标,日本大阪也提出了向世界城市发展的目标。中国在20世纪90年代后半期也有很多城市提出要建成世界城市的目标,这些标榜要成为“世界城市”的城市,都希望在由“国际知名度、跨国企业数量、金融资本市场规模、外国游客数量、国际盛事举办次数”等指标组成的“世界城市排行榜”中提升排名。

但是，世界城市很快就成为具有巨大负面形象的代名词。比如，由于国内外企业和人才聚集，地价和房租大幅上涨，办公用房租金高涨，世界城市成为普通市民难以居住和工作，一般的商店、工厂难以立足的城市。而且，城市功能向城市中心过度集中，随之引发交通堵塞、公共设施不足、自然环境破坏，并逐渐使在大公司总部中工作的精英们与因制造业衰退导致的失业者、无家可归者之间形成两极分化，中产阶级精英们与下层劳动者在工作、生活环境中形成巨大差距并日益扩大。而且，从20世纪80年代后期到90年代初，纽约、伦敦、东京都经历了由金融房地产市场泡沫崩溃引发的经济衰退，使世界城市面临巨大的不稳定性和风险。

这样，世界城市的概念逐渐褪去了光环，不再是受追捧的概念。时至今日，世界城市论作为城市发展的战略理念也日益失去了光泽，逐渐被各种新的城市概念所替代。但是，纽约、伦敦、东京等在21世纪初仍在继续坚持着世界城市战略。随着冷战体制的瓦解、欧洲统一和金融全球化进程，20世纪90年代，纽约和伦敦迎来了世界城市经济的热潮，东京为了努力达到日本政府提出的全球化标准，也在进行金融和市场体制改革，实施世界城市的发展战略。中国香港地区、新加坡市、首尔、上海、吉隆坡、曼谷等亚洲城市，也在建设着像曼哈顿那样高楼林立的钢筋丛林般的高密度城市，这也是世界城市概念有着巨大冲击力、影响力的表现。

二 创意城市的渊源

20世纪末，继“世界城市”概念在世界各国的城市发展战略中产生巨大影响之后，很多看似另类的城市论概念依次登场。其中，从影响力来看，表现最为出色的就是“创意城市”。由于少数几个世界城市获得了对全球经济的强大支配力，影响了其他城市的发展，所以带有这种效应的世界城市概念的普遍性遭到了质疑。这样，在开始远离“世界城市”目标的各个城市面前，就出现了更有说服力、更有希望的“创意城市”概念。

创意城市概念形成的过程中，中小规模城市即便想以世界城市的形象为目标，也不具备纽约、伦敦、东京那样的城市规模、经济实力、核心性。因此，这些不具有立足于世界城市之林优势的中小规模城市就相继提出了宜居城市、可持续城市、紧凑型城市等独辟蹊径的概念。

例如，“宜居城市”一词就是美国的中小城市研究者们创造出来的。以美国的圣弗朗西斯科、西雅图、匹兹堡、波士顿、波特兰等城市为例，

一方面这些城市虽然人口大多不到 100 万人，但都历史悠久，传统与现代的城市设施交融，城市规模不大但人口和办公场所也不太密集，地价、租金便宜，社会比较稳定，犯罪率不高，可以放心居住；另一方面，也都具有一定的城市规模，因此拥有就业机会和商机活力，并得益于优美的自然景观，拥有知名大学和美术馆、剧场、体育设施，具备生活环境上的吸引力。综合这些指标，这样的城市成为最有魅力、最宜居的城市。

宜居城市的衡量标准，不是经济实力和竞争力，而是“生活质量”。作为世界城市主体人群的精英层并不仅仅出现在世界城市中，中小城市的精英人才，向纽约、洛杉矶等大城市转移的意愿虽然也很强，但中等规模城市也已形成了相应的知识层社会、精英层社会。他们取代普通劳动者成为新的城市主人，要求自己居住的城市具有较高的生活品质，反对无序的城市开发，希望保护环境、维护所居住的城市和社区的稳定和谐。中等规模的宜居城市，也是以知识、经济为基础，是工作上的创造力与城市开发上的成长性并存的城市。这些城市，即便不是第一流的国际金融中心，也能让 IT 业和大型服务企业立足，能抑制城市的衰退。

而创意城市的概念不是宜居城市论和可持续城市论的简单延伸。代表性的创意城市论学者理查德·佛罗里达（Richard Florida）认为，宜居城市论所重视的自然环境与安全、物价等指标，都不是大多数城市所必有的条件，因此应该将城市发展目标的重点放在可持续发展（viability）和活力（vitality）上。与美国城市相比，欧洲城市一般都具有悠久的历史，与乡村相比有着明显的差异化特征，城市即便规模不大也应强调作为城市性、地域性特征的“创意性”。

在经济学视野里，创意即科技，即文化，或科技与文化的融合。罗伯特·索洛（Robert Solow）认为，要用技术和传统投入以及两者之间的相互作用来解决经济增长问题，技术创新创造了 80% 的经济增长。保罗·罗默（Paul Romer）在 1986 年就指出，“新创意才是推动一国经济成长的原动力”。20 世纪的欧美，在工业经济高速增长过程中遇到了资源瓶颈与“环境病”，提出了“增长极限”的警示，从而驱动欧美各发达国家转向创新发展、可持续发展的经济增长路径和模式。近 20 年来，强调科技应用、知识投入的新经济、创意经济在这些地区被置于国家战略的高度。事实证明，欧美近年的创新引领、创意驱动的国家战略效果明显。据英国学者约翰·霍金斯（John Howkins）统计，近几年全世界创意经济每天创造 220

亿美元的高附加值，并以每年 5% 的速度递增，在美国增幅达到 14%，在英国达到 12%。此外，在韩国、新加坡、日本、瑞典、意大利等国，创意产业对 GDP 增长的贡献率均已超过传统工业。在科技研发、文化增值的双重动力下，这些国家在全球软件、影视、新闻出版、设计、展览等新兴创意产业中拥有占绝对优势的市场份额。^①

2001 年在美国亚特兰大召开的城市竞争力会议上，众多学者认为，在人才、知识、技术、信息、投资等生产要素为竞争对象的背景下，如何吸引这些要素是获得新的竞争优势的重点。格特·霍斯珀斯（Gert Hospers）等的研究认为，要解决全球化和地方化的矛盾，在全球化过程中，城市必须更加依靠自身独特的个性。

要想彰显城市个性，只有通过创意途径才能在竞争中获胜。默瑞克·格特勒（Meric Gertler）也指出，对加拿大而言，创意城市的发展可以增强国民经济的竞争力和适应力，还可以提高人民的生活质量。兰德里认为，当代大都市发展面临严峻的结构性问题，如传统经济产业衰退、归属感缺乏、生活品质恶化、全球化的挑战等，而这些问题往往需要超越传统的创意思维方法才能解决。城市要实现复兴，只有通过城市整体性的创新，而其中的关键就在于城市的创意基础、创意环境和创意文化因素。因此，任何城市都可以成为创意城市，或者在某一方面具有创意性。创意城市是推动文化经济、知识经济发展的关键，打造创意城市，能吸引文化创意人才与群体，通过创意产业的兴起赋予城市新的生命力和竞争力，以创意方法解决城市发展的实质性问题。可见，以知识经济为基础的创意经济时代即将来临，而创意城市的建设则是未来城市发展的必然趋势。

总而言之，很难用世界城市概念表现出城市发展特性的中小规模城市，在知识社会、后工业社会中，创造了“创意城市”这个理念性的城市形象。

三 创意城市与世界城市的比较

创意城市是与世界城市不同的另类概念，甚至可以说是对立性的概念。当使用创意城市这一概念时，我们往往是站在对世界城市概念的批判性立场上，甚至可以说在很多情况下是为了摆脱世界城市的概念。但是，创意城市和世界城市的概念也有重合之处。

^① 张建：《创意产业发展要完善激励机制》，《经济参考报》2012 年 4 月 27 日，第 9 版。

例如，日本金泽市自1995年以来推出了“世界城市金泽蓝图”，旨在全球化大潮中，在超越国境的城市、地区层次上将金泽市建设成为大放异彩的城市。^① 同样，在日本的中等规模地方城市中，带有国际化色彩、经济核心性特色的城市其实不少。与很多城市规模很大却不太为世人所知的城市相比，像京都、金泽、长崎等这样国际知名度相对较高的城市，都是和国外交流频繁，国外游客也很多的城市。京都和金泽与一些欧美创意城市一样，具有悠久的历史，城市景观、建筑、工艺、饮食等城市文化都有特别之处，在这样的土壤上产生了新的制造业和观光业，从事文化创意活动的居民也很多。

在后工业化和全球化背景下产生的创意城市和世界城市这两个现代城市论最具代表性的概念，有区别也有共性，其区别主要是强调的发展重点不同，但两者并非完全对立的观念，也有共同要素（见表1-1）。

表1-1 世界城市与创意城市概念的区别

	经济核心	城市主力	城市间的关系	城市规模	内部/外部循环
世界城市	金融、公司服务	跨国企业 金融系精英	上下级	大	国际中心 →地区内循环
创意城市	文化、艺术	文化、信息、技术产业的创意阶层	网络化	中、小	地区内循环 →国际中心
共同要素	企业总部、IT	企业家	排行、竞争	—	—

注：（1）城市规模的大、中、小虽然没有明确指标，但被称作世界城市的纽约、伦敦、东京、中国香港地区等，都拥有数百万人以上的人口，而创意城市的人口一般在100万人以下，大多在50万人左右。（2）地区内循环与国际中心职能之间的关系是，在世界城市中，作为全球化经济中心的活动带动着地区内的经济活动循环。相反，在创意城市中，从进口替代型地区经济环境下发展起来的地区内经济活动和收入循环中，产生了带有全球化影响力的经济活动和文化、艺术等，这是两种不同的机制。

资料来源：佐々木雅幸・総合研究開発機構編『創造都市への展望：都市の文化政策とまちづくり』学芸出版社、2007、24頁。

创意城市论能对城市发展战略产生决定性影响力，是源于理查德·佛罗里达提出的“创意阶层”论的出现。其在著作中展现了创意阶层的出现和扩大给现代社会带来的巨大变化，这个观点吸引了很多在城市发展战略

① 中村剛治郎：『地域政治経済学』有斐閣、2004。

方面陷入迷局的政策家们。今天，社会面貌发生巨大变化的最大推动力是人类的创意性，是带有创意性的新阶层的繁荣。佛罗里达提出了利用创意性指数对城市的创意性进行排位，居于前列的是美国的圣弗朗西斯科、硅谷、圣地亚哥、波士顿、西雅图等，这和前面提到的宜居城市中位居前列的城市有很多是重合的。纽约在全美位列第九，是居于前列的创意城市，但从城市整体的创意性来看，并不比中等规模的城市更高。与世界城市的概念相比，佛罗里达的创意阶层论是以城市的整体活力、发展动力为标准进行讨论和比较的，是即便中小规模城市也可以采用的城市战略，因此具有比世界城市的概念更广泛的影响力。

城市本来就是“创造”和“革新”的场所，它打破了血缘和地缘的自然性，使互不相识的市民共同携手打造一个崭新的世界。农村是在传统支配下的世界，而城市则是形形色色的人相遇，不同文化接触和碰撞，创造出新文化的空间。城市的特性决定了其本身就是一个发挥创意的场所，城市本身就应该创意城市。但是，在今天这个时代，创意城市的定义被放大化，具有了特殊的含义。在20世纪，由于大量生产、大量消费引起了前所未有的城市化，如果没有每个人的参与和城市、地区的创意性活动，经济就会停滞不前，城市发展也没有前景。价值是由劳动创造的，但是，比起肉体劳动创造出的物质价值，知识、技术等非物质劳动创造出的价值更大。在20世纪，在作为生产基地的城市中，每个人的创意性、价值生产力并没有占太大的比重。但是，在21世纪的城市中，个人的自由创造活动将得以解放，而且这种创造活动会在全球化的城市间、地区间进行。将这样的活动投入到投机性强的金融、资本交易中，还是投入到文化性、知识性活动中，将是世界城市道路和创意城市道路的主要分歧点。

但是，换个角度来看，两种城市概念中也有着重合的部分。纽约、伦敦的金融、服务、信息机能是无形的知识活动，因而这些城市在广义上也可以说是创意城市的一种。这些知识性创意活动，主要是面向国际化的金融、信息服务，因此这些城市被称作世界城市。而像日本的金泽市这样的以创意城市为战略发展起来的都市，在全球化时代中，要追求新的发展道路，就要将其生产的商品、文化、艺术和城市自身的价值，传播到全球化的商品、文化、观光市场中，形成国际化的品牌。这样，金泽市追求的是文化、艺术的国际性中心和知名度。与纽约、伦敦是世界市场中的金融、

公司服务中心城市一样，金泽市就能成为世界市场中的文化、艺术知名城市。无论如何，价值生产既包括物质生产，也包括美、知识、技术性的生产，产品虽有一定的差别，但都能在国际化市场中受到欢迎、进行交易。因而，世界城市在某种程度上也是创意城市，成功的创意城市在某种程度上也是世界城市。唯有创意活动投入的领域不同，才是划分两种城市发展道路的区别之所在。

第二节 创意城市论及其在日本的发展

一 创意城市论提出的背景

21 世纪创意城市论的领军人物是英国创意城市研究机构 Comedia 的创始人查尔斯·兰德里（Charles Landry）和美国城市研究学者理查德·佛罗里达（Richard Florida）。查尔斯·兰德里的著作《创意城市》（*Creative City*）、理查德·佛罗里达的著作《创意阶层的崛起》（*The Rise of Creative Class*）都在世界范围内引起了巨大反响，也给日本的城市政策学研究学者们指引了方向。

主要活跃在英国的查尔斯·兰德里提出创意城市论的背景，是欧洲比日本更早进入产业衰退期，年轻劳动者的失业率增加，过去的福利国家体系面临巨大的财政危机——产业空心化、政府财政破产，这种形势要求城市不得不从国家的财政支持中独立出来，探索新的发展方向。^① 兰德里分析了欧盟从 1985 年开始的“欧洲文化城市”的成功事例，关注如何发挥文化艺术带有的创意性力量，挖掘社会的巨大潜力，将创意性实践融于知识和革新中，将其作为“连接文化艺术和产业经济的媒介”，定位于最重要的地位。

兰德里的创意城市论指出，为了创意性地解决城市问题，应该如何营造“创意性环境”（创意场所），如何运营并使其过程持续下去，他通过自身实践得出了“打造创意城市所需的政府手段”，提供了概念上的创意城市政策论。兰德里基于自身作为城市规划者的经验，指出自己

① 佐々木雅幸・総合研究開発機構編『創造都市への展望：都市の文化政策とまちづくり』学芸出版社、2007、36 頁。

重视文化艺术所具有的创意性的理由如下。第一，在后工业化城市中，大众传媒和影像、电影、音乐、戏剧等创意产业取代了制造业，产生了高速增长和促进就业的良好效果。第二，文化艺术在激发市民产生解决问题的创意性想法等诸多方面带来了冲击，“对于城市创意性来说，最重要的是在经济、文化、组织、金融等所有领域中创意性地解决问题，以及陆续发生的连锁反应能使现有体系发生变化”。第三，全球化背景下，文化遗产和文化传统能唤醒市民对城市历史的记忆，能强化市民的城市认同感，也是提升对未来的洞察力的土壤。创意不仅仅是不断有新发明，还要由“与过去对话”组成，因为传统与创造是相互影响的过程。第四，为了打造与地球环境相协调的可持续发展城市，文化将发挥重要的作用。^①

兰德里列举了若干值得关注的创意城市，例如博洛尼亚、布鲁塞尔以及2000年被指定为欧洲文化城市的赫尔辛基。兰德里以“光”为主题，根据其特有的自然环境和文化传统，为赫尔辛基设计营造了新媒体艺术家云集的创意环境——“电缆工厂”（原诺基亚工厂）等多个项目，制定了独特的城市振兴战略，从策划阶段开始就提出了各种有效的建议，实现了赫尔辛基作为创意城市的巨大成功。之后，兰德里在澳大利亚的阿德莱德，长期作为州政府和城市自治体的政策顾问，对其行政组织文化进行了创意性改造，帮助其向创意城市成功转型。

理查德·佛罗里达关注的是作为现代经济新主力的创意阶层的登场和崛起，对其个性特征、工作特点、生活方式以及交流特征进行分析，通过具体的指标证明了创意阶层喜欢居住的城市和地区的经济都会表现出色。佛罗里达研究的出发点也是地区经济危机，其分析企业选址行为的研究结果表明，当城市面临大型工厂搬走、失业者增加的深刻危机时，显著增长的高科技产业在选址时则在追踪创意人才。因而，城市和地区振兴的关键不是吸引企业，而是如何能吸引来创意人才。由此，佛罗里达的政策建议是，为了实现创意性交流和创意性社会结构，尤其要重视社会性、文化性的地理环境，比起近年来罗伯特·帕特南（Robert D. Putnam）主张的社会关系资本，重视创意资本更有效。

① C. Landry, *The Creative City*, Comedia, 2000, pp. 31 - 32.