

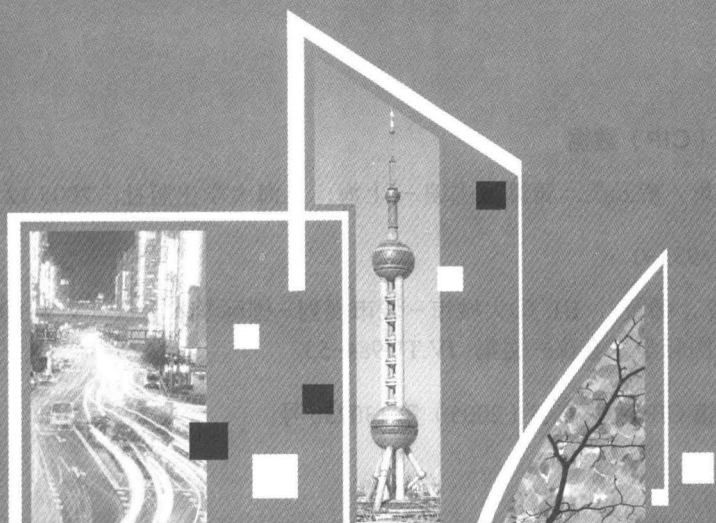
大都市形象文集

An Anthology of Metropolis Image



褚云茂 黄耀诚 主编

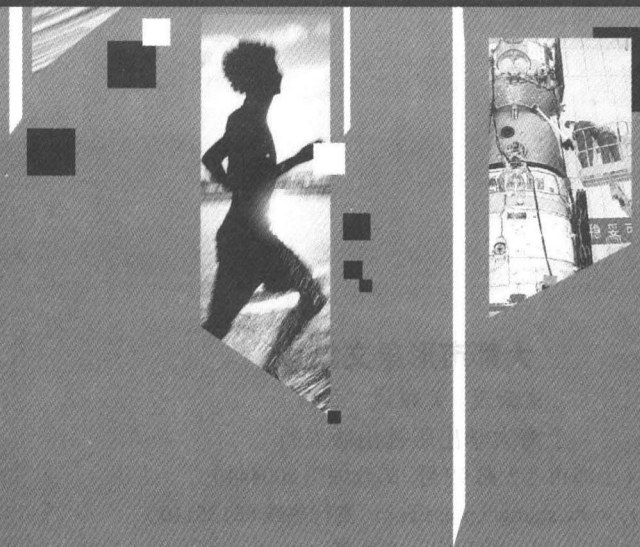
上海大学出版社



大都市形象文集

An Anthology of Metropolis Image

褚云茂 黄耀诚 主编



上海大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大都市形象文集 / 褚云茂, 黄耀诚主编. — 上海: 上海大学出版社, 2005.12

ISBN 7-81058-935-0

I.大... II. ①褚... ②黄... III. ①大城市 - 城市规划 - 国际学术会议 - 文集 ②大城市 - 城市建设 - 国际学术会议 - 文集 IV.TU984-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 130230 号

大都市形象文集

褚云茂 黄耀诚 主编

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线 66135110)

出版人: 姚铁军

*

上海华业装璜印刷厂印刷 各地新华书店经销

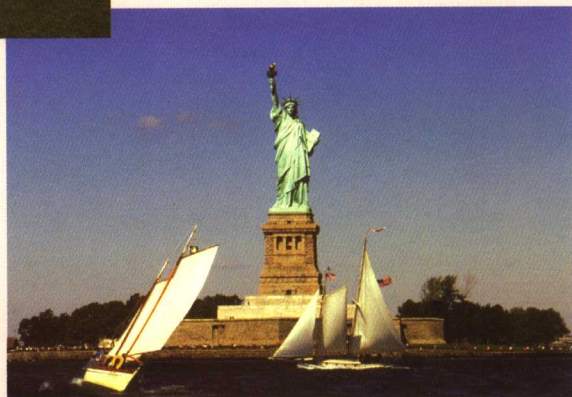
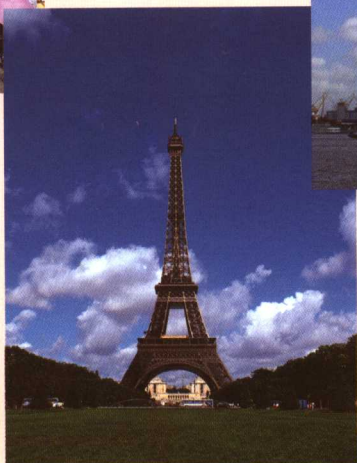
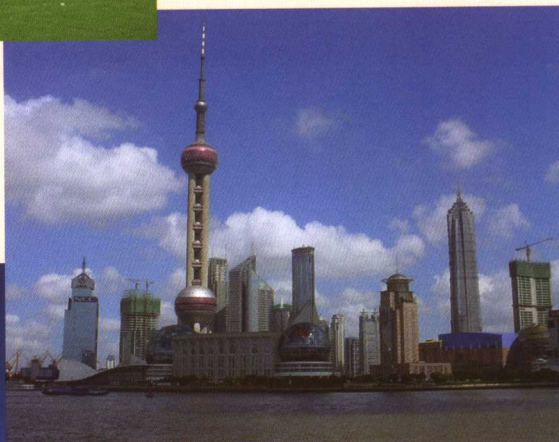
开本 787 × 1092 1/16 印张 9.75 插页 4 字数 141 000

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 7-81058-935-0/TU·003 定价: 28.00 元

大都市形象论坛





METROPOLIS IMAGE FORUM

写在前面

世界进入知识经济时代，城市已经成为 21 世纪世界政治家、经济学家和社会活动家关注的焦点。因为当前国际竞争的基本单位既不是企业也不是国家，而是城市，特别是大都市。城市形象是城市的无形资产，是一座城市综合竞争力的不可或缺的要害。良好的城市形象必将有力地提升城市综合竞争力和城市可持续发展能力。2010 年将在上海举办世界博览会，良好的城市形象是一届最成功的世界博览会的前提和必要条件。

2005 年 1 月 15 日，春天来临之际，在美丽的黄浦江畔的上海国际会议中心，“大都市形象论坛”顺利地开幕了。

“大都市形象论坛”是国内首次召开的关于 21 世纪大都市形象塑造的国际性学术会议。论坛由上海世博会事务协调局全程指导和支持；由东华大学主办、中国电信集团公司全程协办、东华大学城市形象研究所承办。

“大都市形象论坛”作为上海市“申博”成功两周年举行的重要系列庆祝活动之一，论坛研讨的内容涉及：21 世纪国际化大都市形象的建设并探讨如何打造上海的新形象、2010 年上海世博会前后期间如何宣传与展示上海的新形象。这次会议对于中国建设现代化国际大都市和 2010 年上海世博会的成功举办以及长三角大都市圈城市未来的发展有着积极的现实意义。

出席论坛的有来自美国、芬兰、新加坡、韩国等海外学者和国内清华大学、复旦大学、浙江大学、同济大学、四川大学等知名的城市形象和城市发展研究方面的专家、学者，上海世博会事务协调局的负责官员以及长三角地区的南京、杭州、嘉兴等城市的市长。同时论坛还特别邀请了一些社会和企业界负责组织形象宣传的人士。

东华大学校长徐明稚先生致欢迎词：他对与会的国内外的专家、学者、领导与嘉宾表示热烈的欢迎，对上海世博会事务协调局的指导和支持，对中国电信集团公司的大力协助表示衷心的感谢。并对美国马萨诸塞大学教授Piper Gaubatz女士，新加坡国立大学教授Han Sunsheng（韩笋生）先生，芬兰赫尔辛基理工大学教授、芬兰建筑师协会主席 Pekka Saimenin先生，韩国庆北国立大学教授 Park, Jong Hwa（朴钟和）先生的远程赴会致以特别的谢意。

浙江省杭州市副市长项勤先生对论坛顺利的召开表示热烈的祝贺，嘉兴市副市长王淳女士在论坛上作了演讲。

在论坛上，专家们阐述了各自独特的见解，并与听众进行了互动性探讨，会议气氛热烈融洽。30多家中外媒体对论坛进行了较为详尽的报道，《文汇报》、《中国改革报》等作了专版报道与综述。

作为国内首届“大都市形象论坛”，论坛探讨与研究的理论所具有的前瞻性及在实践上的现代性，将对中国大都市以及城市形象塑造的理论研究具一定的指导意义，并可能在不久的将来掀起一场城市形象理论探索、研究和应用的高潮。同时，论坛共收到演讲稿和提交的论文31份，我们从中选择了部分内容汇编成《大都市形象文集》正式出版，并转呈上海市人民政府。

首届“大都市形象论坛”在上海世博会事务协调局的全程指导和中国电信集团公司的大力协助下获得了成功，但也存在一些不足和遗憾，我们将在第二届以及以后的论坛中予以弥补和克服，努力为大都市与上海城市形象的塑造，为上海世博会的顺利举办贡献力量。

东华大学城市形象研究所所长 褚云茂

2005年9月于上海



“大都市形象论坛”开幕式致辞

东华大学校长 徐明稚

(2005年1月15日)

尊敬的各位领导、各位学者、各位嘉宾：

今天，由东华大学举办的国内首次关于21世纪大都市形象塑造的国际学术会议如期举行，首先请允许我代表东华大学，向出席论坛的各位领导、嘉宾，国内外各位专家、学者表示诚挚的欢迎，向全力支持本次论坛的上海世博会事务协调局、中国电信集团公司表示衷心的感谢！

城市是人类创造的社会空间结构，是特定地域生产力构成的集中表现，也是特定区域经济、政治和文化发展的中心与容器。随着现代社会的发展，城市已经成为参与国际竞争的基本单位和21世纪世界政治家和社会活动家关注的焦点。上海是中国乃至世界最大的城市之一，相对于中国五千年的文明史来说，她又是一座真正意义上年轻的城市，正因为年轻，她充满勃勃生机，正在向世人展示强劲的发展潜力和无穷的魅力。

城市形象是城市的无形资产，是城市自身极其重要的“注意力资源”，它是城市各种资源的整合器，在外在形式的最高层面上担负

着整合城市其他生产力要素的重要功能；城市形象也是城市历史文化个性的再现，是其不断走向现代化、国际化的一种昭示。总之，城市形象是一座城市综合竞争力不可或缺的要素。一个没有自身原创性形象的城市，就不可能体现它过去的历程、现在的追求和未来的发展方向。上海2010年将举办世界博览会，良好的城市形象更是一届最成功的世界博览会的前提和必要条件。今天，我们的论坛以21世纪大都市形象建设为主题，围绕世博会前后上海城市新形象的塑造展开研究和探讨，这对于中国建设现代化国际大都市和2010年上海世博会的成功举办，以及长三角大都市圈城市未来的发展有着积极的理论意义和现实意义。

大学是经济和社会发展的助推器，大学如何为经济和社会发展服务已经成为当今社会人们普遍关注的热点话题。大学通过人才培养、知识创新、成果转化服务和影响着社会，大学更应该以先进的文化导向来引领城市的发展，为城市的发展注入深沉的文化底蕴。东华大学是教育部直属的在上海的高校，55年来我们已将学校建设成为以纺织为特色，拥有纺织、服装、艺术、材料、信息、计算机、环境、机械、化工、管理、人文、理学、外语等多学科的国家“211工程”建设的全国重点大学。在过去的十年中，我们积极参与了一年一度的上海国际服装文化节，为演绎“海纳百川、追求卓越”的城市文化精神、打造上海时尚之都的形象和内涵做出了我们的努力。去年，我们又成功举办了被称为世界纺织界的奥林匹克大会的第83届世界纺织大会，为上海城市的形象增添了新的色彩。今天在上海世博会事务协调局的支持下，我们再来积极承办本次国际论坛，希望为这个城市的新形象的塑造做出新的贡献。我校城市形象研究所主要从事城市特别是大都市与城市发展之间联系的研究。我们相信，通过本次论坛的承办，城市形象研究所必将拥有一个更加宽广的实践舞台，这也将对我校的学科建设产生积极的促进。

本次论坛的嘉宾有来自美国、芬兰、新加坡、韩国等国内外知名的专家、学者，也有上海世博会事务协调局的负责官员以及南京、杭州、嘉兴等长三角地区城市的领导，还有一些社会和企业界负责组

织形象宣传的人士。我们期待着各位为世博会的成功举办，为城市文明形象的完善，为上海城市形象的塑造，为长三角地区的城市形象的建设，为中国大都市形象建设发表各自的真知与灼见。

最后，我衷心地预祝本次论坛取得丰硕成果，并顺祝所有与会人员新年愉快，万事如意！谢谢！

目 录

写在前面 / 褚云茂 1

“大都市形象论坛”开幕式致辞 / 徐明稚 1

城市品牌与城市竞争力 / 周汉民 1

Urban Image & Urban Form: Globalization, Glocalization and Chinese
world cities / Piper Gaubatz 5

世博会与上海城市形象 / 褚云茂 17

Globalization and Singapore's Urban Image / Sun Sheng Han 25

信息化让城市更美好 / 王玮 42

北京市民新形象研究——2008 北京奥运与北京市民形象

建设对策研究 / 刘庆龙 50

媒体发展与大都市形象 / 孟建 57

新闻媒体对提升城市形象的作用 / 赵庆国 61

Some Issues on Urban Image Building Busan Metropolitan City, Korea
/Park, Jong Hwa 66

融山水于现代人心——初论杭州都市形象建设 / 郁建兴 68

城市重大活动与城市绿色形象 / 诸大建 71

EXOP 2010 SHANGHAI

城市形象的定位与传播——兼谈成都城市形象 / 侯苹 73

城市形象与神韵 / 张振丰 韩狄明 78

试论城市精神的特点及其培育 / 张继强 83

图书馆事业与城市文化形象建设 / 黄秀文 91

融入全球化：当今城市文化发展的必然趋势 / 贺善侃 98

城市发展的基本价值取向和方法 / 黄德良 107

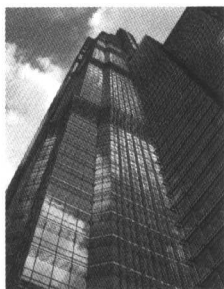
数字城市与城市发展 / 尹艳华 113

附录：海外专家文章译文

中国世界城市形象塑造与全球化 / Piper Gaubatz 122

全球化及新加坡的城市形象 / Sun Sheng Han 130

城市形象塑造所面临的问题 / Park, Jong Hwa 145



城市品牌与城市竞争力

周汉民

城市形象，在某种意义上讲是社会公众对某个城市的总印象，是一个城市的文化资产。一个城市也体现了城市的品牌，它是一个城市区别于其他城市的重要部分，反映了一个城市的独特性和价值观。城市形象可以看成是城市品牌形成的要素之一，以下我将就城市品牌与城市竞争力以及城市品牌与上海世博会的关系谈谈个人的观点。

一、国家形象与城市品牌

一个国家的形象在很大程度上是由其城市品牌来体现的。改善或提升一个国家的形象并不是靠做表面文章而成功的，必须向国际社会展示和表现出具有实质性的内容作为支持。例如，最近东南亚地区的海啸灾难的救助，中国政府在力所能及的范围内给予受灾国的真诚的援助，体现出了中国作为一个负责任的大国所应该有的形象。

又譬如，瑞士是具有成功品牌的国家中一个典型的例子，它为世界提供了3个“中心”：政治中心——日内瓦，金融中心——苏黎世和体育中心——洛桑。这些国际性的城市形象与品牌效应共同构成了瑞士

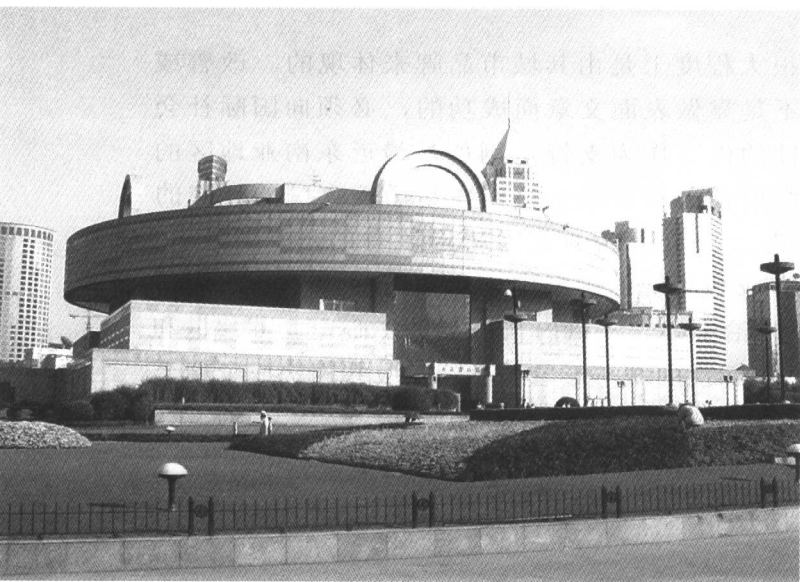
这一成功品牌的国家。

上海作为中国的大都市，其形象品牌在中国有其特别的要素，我以为，首先它包括了明确的根源性，即对国家民族的认同；其次是创业精神，即不满足于已经取得的成就，经常思考怎样才能做得更经济更有效，不断地延伸自己，并发现自己的边界和局限。第三是上海的发展道路，从700年前的渔村发展为众商云集的国际大都市，形成了品牌的内在部分。如同植物从阳光和空气中吸收营养，阳光对于生活在上海的民众像一种精神——卓立于世界的精神，而空气就像我们可以从世界吸收任何好的东西。

二、城市品牌与城市竞争力

新世纪的城市化进程是一个必然的趋势。国家之间的竞争共存与共同发展，很大程度上体现在一个国家资源高度集中的城市之间的竞争共存与可持续发展。城市的可持续发展要基于一个城市的综合竞争力的形成与发展，而城市形象与城市品牌是城市综合竞争力的重要要素。中国社会经济的发展特别是大城市的发展，已经到了我们必须更多地关注和推进城市软环境的改善、提升与竞争的阶段。城市软环境包括了城市的管理、城市的法制建设、社会时尚演变以及公民素质的提高等，这些因素直接影响到城市的品牌，并由此在长远意义上影响到城市的可持续发展能力及城市综合竞争力。

下面谈一下关于上海城市品牌与城市竞争力的个人观点。上海作为有自己独特性格和气质的城市，正在不断地吸取世界各国的经验，努力提升和不断完善自己的城市形象和品牌，提



高本身的可持续发展的综合竞争力，并加入到国际经济文化发展的竞争中，以其特有的开拓和自由精神在国际上体现出上海的城市品牌的核心价值。

上海城市品牌的形成、成长与提升，伴随着上海经济社会文化的发展，相辅相成，互为推动。它的发展里程也是与长三角地区的发展紧密相连的。它承载着昔日的繁华，演绎着今日的成就，更是梦想着未来的美好。

上海城市品牌的不断完善，无疑会进一步提升上海这个城市的整体竞争力，而上海社会经济文化的发展，也是对上海城市品牌的价值提升。上海面对着的是浩瀚的太平洋，广阔的胸怀与自由的精神，务实的作风与法制的意识，梦想的未来与脚踏实地的实干，将引领着上海城市综合竞争力的发展进入新的世纪，托举起上海城市品牌的辉煌。



三、城市品牌的发展与完善

上海经济社会文化的发展，需要面对国际国内的竞争，如何进一步提升上海这个城市品牌，特别是国际竞争环境下的品牌提升，需要大家共同来探讨。城市品牌是社会诸多要素的综合体现，城市建设的硬环境是短时间内可以看得见、可以比较容易衡量的方面，而城市发展的软环境，包括了城市管理、市民素质、法制意识、人文精神的体现等，需要长时间的培育、引导和完善。

城市品牌发展与完善涉及诸多因素，我这里谈一下关键因素之一，即人的因素。人是天然的品牌大使，不管你去哪里，不管你做什么，你是独特的个体，代表着某些你所在城市特有的观点和想法，

不自觉地成为了你所在城市的大使。不管你是什么样的人，你只能反映有关你的来源地的某些特征，剩下的就留给与你交流的人去想像、预料和估计了。由此，我们可以看到，人的素质的提高是城市品牌的重要过程，而这又是与城市的整体发展，特别是与社会人文精神的发展分不开的。中国悠久的历史文化遗产，给予我们人文精神力量的基础；而现代科学文化的发展，给予我们人文精神的动力。我们相信，经过每一个人努力，我们可以在不久的将来，进一步提升每个公民的社会意识和人文素质，从而促进城市整体素质的提高，促进城市形象和城市品牌向更高层次发展。

四、上海世博会与城市品牌

中国2010年上海世博会的召开，无疑会极大地提升上海城市形象和城市品牌，提高上海这座城市在国内外的综合竞争力。上海2010年世博会的主题“城市，让生活更美好”，作为首次被世博会所采用的关于城市的主题，将激发来自全球的人们共同关心和讨论在城市发展过程



中遇到的问题 and 解决之道，其中城市品牌和城市综合竞争力也是人们所关心和探讨的问题之一。上海世博会秉承以人为本、科技创新、文化多元、合作共赢、面向未来的精神，举全国之力，集世界之智慧，经过大家的努力，必将成为一届成功、难忘、精彩的世博会。它所带来的一系列影响和效应，将会推进上海、长三

角地区、乃至全国各城市发展，并将中国城市发展的各个方面提升到新的高度，其中包括了城市品牌的发展、传播和管理。

（作者系上海世博会事务协调局副局长）



Urban Image & Urban Form: Globalization, Glocalization and Chinese world cities

Piper Gaubatz
University of Massachusetts

Introduction

One of the most visually striking aspects of China's contemporary urban transformation is the large number of ultra-modern skyscrapers which tower above the surviving remnants of earlier eras of Chinese urbanism. These new urban landscapes embody the new interactions between China and the world in the reform era and are radically altering the form of the cities and the image of Chinese urbanization at home and abroad.

As an urban geographer I have been studying the changing form of cities for the past two decades. Today I would like to present some observations concerning the connections between the changing form of Chinese cities and the creation of new urban images and urban identities. I will discuss the significance of processes of globalization and "glocalization" (by which I mean the integration of global and local characteristics), and comment upon aspects of urban image development for China including the creation of "world cities", the development of new "central business districts", new concerns with "environmental quality", new kinds of signature landscapes, the new role of foreign architectural firms in urban design, and the creation of city "brands".

EXOP 2010 SHANGHAI