



走向文化城市的规划创新之路

——《印象·哈尔滨规划》探索

The Creative Planning Road Towards A Cultural City—Research on <Impression—Harbin Planning>

主编 俞滨洋

黑龙江人民出版社



走向文化城市的规划创新之路

——《印象·哈尔滨规划》探索

The Creative Planning Road Towards A Cultural City—Research on <Impression—Harbin Planning>

主编 俞滨洋

黑龙江人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

走向文化城市的规划创新之路/俞滨洋, 杜立柱主编.
哈尔滨: 黑龙江人民出版社, 2009. 4
ISBN 978-7-207-08117-3

I. 走… II. ①俞…②杜… III. 城市规划-研究 IV.
TU984

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第051884号

责任编辑: 魏杰恒

走向文化城市的规划创新之路
——《印象·哈尔滨规划》探索
主编 俞滨洋

出版发行	黑龙江人民出版社
通讯地址	哈尔滨南岗区宣庆小区1号楼
邮 编	150008
网 址	www.longpress.com
电子邮箱	hljrmcbs@yeah.net
印 刷	哈尔滨润丰彩色印刷有限公司
开 本	889×1194
印 张	8
字 数	200千
版 次	2009年4月第1版 2009年4月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-207-08177-3/C·219
定 价	98.00元

(如发现本书有印制质量问题, 印刷厂负责调换)

本社常年法律顾问: 北京市大成律师事务所哈尔滨分所律师赵学利、赵景波

序

哈尔滨是一座美丽富饶、文脉悠远、魅力独特、充满活力的城市。她既古老又年轻。说她古老是因为在这里积淀了丰厚的历史文化，尤其是创造了璀璨的金源文化，距今有900多年历史；说她年轻是因为这座城市的主城区是随着中东铁路的修建而形成的，到现在不过一百多年。特殊的历史发展机遇使哈尔滨的城市风貌具有多元文化的色彩和浓郁的欧陆风情。哈尔滨以她丰富的自然资源、独特的冰雪文化、深厚的文化底蕴和浪漫的城市品格而闻名中外，被誉为“东方小巴黎”、“东方莫斯科”。时至今日，勤劳智慧的哈尔滨人民创造了闻名遐迩的“哈尔滨国际冰雪节”、“哈尔滨之夏音乐会”、“哈尔滨啤酒节”、“哈洽会”等一系列城市品牌，不断彰显她独有的魅力和风采。

进入新世纪以来，哈尔滨市委、市政府按照科学发展观的要求，确立了建设“三个适宜”现代文明城市的发展战略。在城市化进程不断加快，物质建设取得瞩目成就的同时，城市发展也面临着许多新的机遇和挑战。如何在加快城市化、工业化、市场化和城乡一体化进程中，传承城市记忆、凸显城市特色、张扬城市个性；如何进一步提高城市载体功能，增强城市的综合实力和竞争力；如何加强城市文化建设，提高城市的品质和吸引力；如何选准目标、抓住规律，统筹城市建设，实现科学发展、和谐发展、创新发展。这要求我们的每一个城市决策者和规划工作者都要进行不断的总结和反思，寻找全新的理念和方法，去应对和解决出现的问题。从传统的注重物质空间建设的“功能城市”逐步向注重品质和文化属性的“文化城市”转变，实现城市的“精明增长”。

21世纪，成功的城市将是文化城市，是具有自身品牌价值和鲜明城市形象的城市。城市品牌形象是市民、游客和外来投资者对城市的整体印象和评价，是一个城市文化的集中体现，反映了区别于其他城市的特质，是城市个性的表达，是城市的名片。有品牌价值和鲜明形象的城市具有独特的文化魅力，广泛的影响力，普遍的美誉度，强烈的吸引力和强大的竞争力，是城市软实力的体现。一种由品牌形象带来的人内在的文化需求，将吸引人才流、信息流、资金流和物资流，带来时尚消费和创意潮流，引领地区乃至世界的文化风尚，将提升一个城市的国际竞争力。这样，作为文化载体的品牌形象就转化为生产力。城市印象虽然是

序

客观的，但城市品牌形象的建立是一个在科学理念指导下不断营造的过程。因此，哈尔滨要把营造富有文化魅力、高度认同感并具有国际影响力的“冰城夏都”城市品牌形象，作为城市发展建设的战略性选择。

哈尔滨市城乡规划部门按照市政府的部署，积极响应这一主题，创新规划理念，在国内首次从城市意象的视角，以弘扬地域文化为灵魂，围绕打造“冰城夏都”城市品牌形象为目标，编制完成了《印象·哈尔滨规划》，通过规划编制和管理平台的搭建和项目库的制定统领城市规划和建设，全面提升城市功能、特色和品质。规划成果得到国内外专家的好评和社会各界的肯定。

现在《走向文化城市的规划创新之路——印象·哈尔滨规划探索》即将出版了，它不仅是对《印象·哈尔滨规划》成果的全面总结，而且是对哈尔滨城市规划建设的深入思考与探索，也是城市规划工作者心血和智慧的结晶，将为哈尔滨打造“冰城夏都、滨水丽都、魅力之都”的城市品牌形象提供强有力的支撑，也为哈尔滨人口有序聚集、产业融合发展提供有益的参考和借鉴。从哈尔滨城市规划建设与时俱进这个意义上说，本书具有重要的理念创新和实践创新价值。

城市品牌形象的塑造不可能一蹴而就，它是一个不断规划、设计、构建、创新、经营和推广的过程，是一个巨大文化系统工程。因此，《印象·哈尔滨规划》要不断深化、完善和拓展，更重要的是要结合实际有力推进规划的实施，把美好的愿景化作现实的发展建设成果。从这一点上看，我们还任重道远。

城市是物质的，也是有“生命”和“灵魂”的。“冰城夏都”哈尔滨不仅应是一个充满经济活力的城市，更应是有文化、有特色、有魅力的“三个适宜”现代文明城市。

张效廉

2009年2月16日

（作者系中共哈尔滨市委副书记 市长）

目 录

关于《印象·哈尔滨规划》的思考与探索（俞滨洋 杜立柱）	09
印象·哈尔滨——塑造北方文化魅力之都的城市品牌（俞滨洋）	15
《印象·哈尔滨规划》纲要	26
《印象·哈尔滨规划》国际研讨会综述	71
开幕式领导及专家致辞	75
专家发言要点	80
1.陈晓丽	80
2.宋春华	82
3.邹德慈	85
4.吕 斌	87
5.孙成仁	89
6.范 涛	91
7.周 畅	93
8.郭恩章	95
9.张相汉	97
10.陈明竺	98
11.曹 曙（法）	100
12.迪特·哈森普鲁格（德）	102
13.叶雷舍娃 E.A（俄）	104
14.乔全生（美）	105
15.伊夫·盖西托（法）	108
16.张庭伟（美）	110
大会闭幕式领导讲话	112
参观考察	113
《印象·哈尔滨规划》国际研讨会纪念品	116
《印象·哈尔滨规划》成果展	117
新闻媒体采访与会专家	120
哈尔滨日报上发表的宣传专刊	121
《印象·哈尔滨规划》国际研讨会媒体报道一览表	122
《印象·哈尔滨规划》大事记	124



《印象·哈尔滨规划》荣获“最佳创意奖”



哈尔滨市城乡规划局编制《印象·哈尔滨规划》，在市委、市政府组织的2008年度“振兴哈尔滨优秀创意奖”评选中，荣获“最佳创意奖”



张效廉市长在2008年度“振兴哈尔滨优秀创意奖”颁奖仪式上为《印象·哈尔滨规划》颁发最佳创意奖



哈尔滨市城乡规划委员会审查《印象·哈尔滨规划》



张效廉市长听取《印象·哈尔滨规划》阶段性成果汇报



参加《印象·哈尔滨规划》国际研讨会领导及专家







建设部原副部长、中国建筑学会理事长 宋春华



中国城市规划学会常务副理事长 邹德慈院士



黑龙江省人民政府副省长 于莎燕



哈尔滨市委副书记、市长 张效廉



哈尔滨市委常委、副市长 王世华



哈尔滨市人大副主任 姚建亭



哈尔滨市政协副主席 魏伟



哈尔滨市城市规划局局长 俞滨洋



建设部原总规划师、全国雕塑指导委员会主任 陈晓丽



国际中国规划学会主席 张庭伟



法国建筑师事务所首席建筑师
伊夫·盖西托



俄罗斯远东国立工业大学建筑艺术教育中心主任 叶雷舍娃



德国鲍豪斯学院院长
迪特·哈森普鲁



美国易道公司亚洲区总裁 乔全生



中国建筑学会秘书长 周畅



北京新的都市整体城市规划设计院
院长 孙成仁



同济大学城市规划学院教授 曹曙



哈尔滨市城市规划局原局长 张相汉



哈尔滨工业大学建筑学院教授
郭恩章



北京大学环境学院城市与区域规划
系主任 吕斌



中国文化大学(台湾)市政暨环境
规划学系主任 陈明竺



加拿大普迪国际设计机构执行董事
范涛



走向文化城市的规划创新之路——《印象·哈尔滨规划》探索

The Creative Planning Road Towards A Cultural City—Research on <Impression—Harbin Planning>





关于《印象·哈尔滨规划》的思考与探索

俞滨洋 杜立柱

城市不仅是人们日常生活的家园，更是人类文明的成果和标志。城市与文化从城市诞生之日起就注定了二者如影相随的关系。唯有完整地保留和体现不同历史时期（也包括当代）的文化和科技水平的规划建设，“才会使一个城市的历史绵延不绝，才会使今日人类发展的需求不断得到满足，也才会使一个城市永远焕发出诱人的魅力和时代的光彩”。然而，自改革开放以来，随着城市化进程的不断加快，我国的城市在物质建设取得举世瞩目成就的同时，对城市文化建设方面却重视不够。大量代表着城市文化的历史记忆不断地在大规模的所谓“旧城改造”中抹去，而代表着新时期现代科技与文化的规划与建筑，也往往在不断地抄袭模仿中变得特色模糊，导致“南方北方一个样，大城小城一个样，城里城外一个样”和“千城一面”特色危机。这些现象的出现，要求我们每一个城市决策者和规划师都要进行不断总结和反思，并寻找全新的规划理念和方法，去应对和解决不断出现的实际问题。从传统的注重物质空间建设的“功能城市”逐步向注重公共政策和文化属性的“文化城市”转变，这已经成为新时期城市发展与建设的方向和重点。

一、对法定规划体系下文化城市建设的思考

在全面落实科学发展观，统筹城乡发展的宏观背景下，和谐发展，以人为本，关注民生成为新时期城市规划工作的宗旨和目标。新颁布实施的《城乡规划法》，突出了城乡规划的公共政策属性，建立了事权清晰、责任明确、空间衔接、过程完整的城乡规划体系，城市总体规划、控制性详细规划作为指导城市建设的法定规划地位进一步加强，成为依法行政的准则和依据，使城乡规划工作逐步走向法制化、规范化轨道。但法定规划作为城市建设的宏观指导和法律依据，虽然对城市发展建设起到了积极的推动作用，但单纯依靠法定规划并不能完全解决城市发展过程中存在的一切问题，特别是如何对城市文化的发展模式、发展途径、发展步骤进行科学评估，使城市文化建设能够健康有序进行等方面。这些问题在法定规划体系中虽有提及，但还未给出明确的规定，这使得文化城市建设缺少相应的和必要的法定依据，使其不得不在经济利益面前不断让步，从而导致当代城市的特色危机和文化缺失。法定规划与城市文化建设之间这种固有的矛盾，是这些问题出现的症结所在。

（一）城市文化的感性与法定规划的理性之间的矛盾

城市文化建设是创造城市特色的重要环节，城市文化是多元的、感性的，它依赖于人们的生活感受和意识解读；而法定规划是保持城市有序发展的重要手段，是城市建设的法律依据，是理性的，强制性的，它依赖于已建立起来的城市秩序和行为规范。二者之间的基础不同，目标也不同，这使得法定规划与文化城市建设之间需要一个协调的过程，需要将二者结合起来，互相促进、补充和完善，使文化建设更具法律依据，使法定规划更加全面完善，法定规划解决建什么和怎么建的问题，城市文化建设解决如何建好，如何建出特色的问题。



（二）城市文化的弹性与法定规划的刚性的矛盾

城市文化的多元属性决定了它在城市建设中的表达方式不是唯一的，是具有极强的可塑性和弹性的。这种弹性很难在法定规划中给与确切体现，因为法定规划作为依法行政、依法审批的依据，强调的是规划的刚性和确定性。用刚性的法定规划解决弹性的不断变化的文化问题，它们仍然需要一个桥梁和纽带。

（三）城市文化的复杂性与法定规划的概括性的矛盾

城市文化可以渗透到城市建设的各个领域，大到城市的特色结构、整体布局、风貌体系，小到建筑的色彩体量、雕塑小品、街道家具，它们都可成为城市文化的载体。而具有高度概括性的法定规划，注定了它不能也不可能解决文化城市建设涉及的一切实际问题，它还需要一个不断深化细化，与人们的实际需求相互衔接的过程。

从以上矛盾分析中可以看出，在法定规划体系下的文化城市建设，需要不断创新规划方式，调整规划视角，拓展规划思路，将文化城市规划建设与法定规划有机衔接，不断充实和完善法定规划体系。《印象·哈尔滨规划》就是基于这样的思考，为适应新时期城市发展建设的需求，应运而生的。

二、《印象·哈尔滨规划》与法定规划的衔接

《印象·哈尔滨规划》的灵感来源于著名导演张艺谋的《印象·刘三姐》、《印象·丽江》等“印象”系列舞台剧，张艺谋利用全新概念的“山水实景演出”展现了不同地域的自然风光和民俗文化，对树立城市品牌，促进旅游发展起到了积极的推动作用。《印象·哈尔滨规划》借鉴了“印象”系列演出的理念，并将之拓展到城市规划建设领域，通过规划手段展现城市形象，弘扬城市文化，作为指导城市建设的纲领。规划不仅注重城市文化的宣传，更重要的是确定文化城市建设的目标和规划实施方略，对城市发展具有重要的现实意义。从这个意义上说，这是单纯的舞台歌舞剧所不能达到的目的。

《印象·哈尔滨规划》是针对哈尔滨目前城市功能完善和品质提升不同步，城市建设无序分散，缺少统领，城市特色不突出，城市形象品牌不明确等实际问题提出的，规划以凯文·林奇的城市意象论为理论基础，以建设文化城市为目标，从独特的规划视角出发，利用全新的规划手段，从宏观到微观，从规划到实施进行统筹考虑。该规划是对法定规划体系的拓展与完善，是统领城市规划建设，规划编制和规划管理的平台，这主要体现在以下几个方面：

一是在宏观上，以城市总体规划确定的城市规模结构与用地布局为基础，通过“冰城夏都”规划目标的确定，从城市文化角度，进一步解读和诠释总体规划确定的城市发展战略，并丰富总体规划的内涵。

二是在中观上，以城市文化为主线，确定包括文化城市、形象识别、功能提升、区域协调、城市营销在内的五大发展策略，进而确定不同城市文化展示区域、路径、节点的空间布局。在保持与总体规划、控制性详细规划一致的前提下，增加规划用地的内涵，提出文化和形象展示的方向和重点，为规划实施过程中的特色创造和文化体现提供基础。

三是在微观上，以城市近期建设规划为基础，搭建能够提升哈尔滨城市印象的规划项目库，并



通过特色项目的策划,丰富规划的内涵,突破了单纯的空间规划概念,加强了规划的可操作性。

从以上各方面可以看出,该规划在不同层次上与各阶段的法定规划相衔接,突出城市文化在规划中的地位,很好地协调了文化城市建设与法定规划之间的矛盾,是城市规划工作向公共政策转变的一次具有重要意义的探索,是对创新型城市建设的一次积极有益的尝试,规划对哈尔滨的城市发展特别是近期建设具有重要的指导意义。

三、规划确定的城市文化取向与文化定位

在城市这个复杂体系的诸多要素中,文化是核心资源,是城市的灵魂,是城市的形象体现。城市的魅力和吸引力,主要来自于文化。但文化城市的建设,仅仅关注城市文化是不够的,城市特色的创造,不仅要选择适合于城市发展的文化取向,还要合理定位自身城市文化内涵。特别是在全球化进程中,要避免以西方文化为主体的强势文化,对地域文化的控制与统治,并不是一件容易的事情。因此文化城市的建设首先要建立属于城市自己的自主规划理论,寻找自身的文化基础和底蕴。一方面要顺应强势文化的发展,另一方面又要从强势文化中独立出来,形成城市自己的个性。

《印象·哈尔滨规划》在规划之初就以建立自主文化基础为目标,旨在寻找哈尔滨的城市本质与精神,将弘扬本土文化、地域文化、寒地文化作为哈尔滨城市的文化取向,从城市的历史文脉和自身特征入手,挖掘并发挥城市的本性特征,在顺应全球文化潮流的前提下,减少对外来文化的抄袭和模仿,在合理的继承与借鉴的同时,更加注重继承与借鉴后的创新,并以此作为形成自己的城市风格,构筑自主文化的基础。

规划从哈尔滨的城市印象解读入手,通过对哈尔滨昨天和今天城市印象的详细分析,可以看出哈尔滨的城市发展史是一部多元文化融合发展的历史,她创造了在中国北方城市中最具多样性、包容性的地域文化,融汇了以地域文化特色为主体的冰雪文化、滨水文化、建筑艺术文化、时尚文化、地方工业文化和金源历史文化等诸多城市印象,共同绘制了哈尔滨这座具有多元文化色彩的都市。规划在尊重和继承这些文化积累的同时,更加注重立足现在,着眼未来,提出不仅要继续保持和发扬现有的城市文化,寻找和继承失落的城市记忆,更重要的是在此基础上打造城市新印象,只有在传承中创新,才能加强城市文化的延续和发扬。规划通过进一步升华冰雪文化,弘扬建筑文化,积累地域文化,提升艺术文化,开发工业文化,在越来越激烈的文化竞争中,形成具有竞争优势的城市文化,把哈尔滨建设成为“北方文化魅力之都”。

规划以此为依据,确定哈尔滨城市的文化定位和发展目标,即以地域文化为灵魂,以冰雪和滨水特质为核心,打造印象哈尔滨规划总目标——“冰城夏都”。围绕总目标,在地域文化的主旋律指导下,统领城市建设,重点打造十二个城市印象。

四、规划的主要内容与创新

(一) 规划的主要内容

《印象·哈尔滨规划》主要包括印象解读、规划目标、规划策略、空间结构与布局体系、近期建设重点五部分内容。