



沈山 安宇 / 著

和谐社会的 城市文化战略

中国社会科学出版社

和谐社会的 城市文化战略

沈山 安宇 / 著

图书在版编目 (CIP) 数据

和谐社会的城市文化战略/沈山, 安宇著. —北京: 中国社会科学出版社, 2009. 3

ISBN 978-7-5004-7649-8

I. 和… II. ①沈… ②安… III. 城市—文化—研究—中国
IV. C912. 81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 025943 号

责任编辑 李炳青

责任校对 王雪梅

封面设计 毛国宣

技术编辑 张汉林

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010—84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂 装 订 广增装订厂

版 次 2009 年 3 月第 1 版 印 次 2009 年 3 月第 1 次印刷

开 本 787×1092 1/16

印 张 21.25 插 页 2

字 数 372 千字

定 价 42.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换

版权所有 侵权必究



目 录

序：文化价值的认知与城市文化创新	林炳耀 (1)
------------------------	---------

第一章 城市文化战略研究的时代背景	(13)
-------------------------	------

一 全球化：城市文化研究的知识语境	(15)
-------------------------	------

(一) 全球化：概念和发展	(15)
---------------------	------

(二) 全球化：内涵和语境	(20)
---------------------	------

二 产业化：城市文化价值的重新认知	(23)
-------------------------	------

(一) 文化产业化：城市竞争优势的源泉	(23)
---------------------------	------

(二) 文化产业化：文化战略的核心问题	(25)
---------------------------	------

三 发展观：城市新文化发展观的形成	(27)
-------------------------	------

(一) 发展观的形成：科学发展观内涵与城市新文化发展观	(27)
-----------------------------------	------

(二) 发展观的实践：城市文化发展战略规划的制定与实施	(29)
-----------------------------------	------

四 空间观：新文化地理学理论的阐释	(31)
-------------------------	------

(一) 传统文化地理学理论与研究	(31)
------------------------	------

(二) 新文化地理学与新文化现象	(32)
------------------------	------

第二章 概念界说与研究综述	(35)
---------------------	------

一 概念界说	(36)
--------------	------

(一) 城市文化与城市文化资源	(36)
-----------------------	------

(二) 城市文化战略与文化战略规划	(41)
-------------------------	------

二 理论基础	(45)
--------------	------

(一) 文化资本理论	(45)
------------------	------

(二) 文化产业理论	(46)
------------------	------



(三) 文化国力理论	(48)
(四) 战略规划理论	(50)
三 研究综述	(51)
(一) 多视角的城市文化研究	(51)
(二) 城市文化资源价值评价研究	(55)
(三) 战略管理与战略规划研究	(65)
(四) 城市文化战略相关研究	(69)
第三章 城市文化系统解析	(83)
一 城市文化构成要素	(84)
(一) 物质形态方面	(84)
(二) 非物质形态方面	(85)
二 城市文化结构系统	(86)
(一) 城市精神文化层：以人脑和文字为载体	(86)
(二) 城市组织文化层：以社会制度和社会组织为载体	(87)
(三) 城市商业文化层：以文化设施和文化产业为载体	(87)
(四) 城市人文景观文化层：以城市建筑和构筑物为载体	(89)
(五) 城市自然景观文化层：以城市自然环境为载体	(89)
三 城市文化特征与功能	(90)
(一) 基本特征	(90)
(二) 基本功能	(93)
四 城市文化空间系统	(99)
(一) 文化组织视角	(99)
(二) 文化区域视角	(100)
(三) 文化事件视角	(101)
五 现代城市文化类型	(104)
(一) 基于要素组织的类型划分	(105)
(二) 基于社会组织的类型划分	(107)
(三) 基于文化内容的类型划分	(109)
(四) 基于城市单元的类型划分	(112)



第四章 城市文化战略原理	(115)
一 城市文化战略的内涵与特征	(116)
(一) 城市文化战略的定义	(116)
(二) 城市文化战略的本质特征	(119)
二 城市文化战略的基本内容与结构体系	(120)
(一) 城市文化战略的基本内容	(120)
(二) 城市文化战略的类型体系	(128)
三 城市文化战略的规范化生成过程	(130)
(一) 城市文化战略的制定原则	(130)
(二) 城市文化战略的生成过程	(131)
四 城市文化战略案例分析	(141)
(一) 历史文化名城保护规划	(141)
(二) 城市文化创意产业规划	(143)
第五章 城市文化战略制定	(145)
一 城市文化资源价值的评价	(146)
(一) 城市文化资源的内容与类型	(146)
(二) 城市文化资源的价值评判理论	(157)
(三) 城市文化资源价值的评估方法	(165)
(四) 城市文化发展的综合评价体系	(168)
二 城市文化产业发展战略的制定	(172)
(一) 文化产业的内涵与结构	(173)
(二) 经济发展阶段与城市文化产业的发展	(174)
(三) 城市文化产业战略重点	(179)
三 城市形象培育战略的制定	(192)
(一) 城市形象战略的理论基石	(193)
(二) 城市形象战略的系统构成	(197)
(三) 城市形象战略设计	(200)
(四) 案例：南京城市形象战略	(204)
四 城市品牌营销战略的制定	(209)
(一) 城市品牌战略理念	(210)



(二) 城市品牌营销战略路径	(212)
五 城市精神凝练战略的制定	(217)
(一) 城市精神战略内容	(217)
(二) 城市精神的凝练路径	(220)
六 文化中心城市的确立	(225)
(一) 文化中心城市的形成	(225)
(二) 文化中心城市的特征	(226)
(三) 文化中心城市的功能	(227)
(四) 文化中心城市的类型	(228)
(五) 文化中心城市的确立	(232)
第六章 城市文化空间战略	(239)
一 城市文化空间的内涵	(240)
(一) 文化空间的内涵与意义	(240)
(二) 文化空间的基本要素	(240)
(三) 城市文化空间的认同	(241)
二 城市文化空间理论	(242)
(一) 场所与场所理论	(242)
(二) 文脉与文脉主义	(243)
(三) 社区与社区理论	(244)
三 城市文化空间结构	(246)
(一) 城市文化需求的层次	(246)
(二) 城市文化空间的层次	(247)
(三) 城市文化空间的组织	(248)
(四) 城市文化虚拟空间与虚拟社区系统	(250)
四 城市文化战略空间组织模式	(251)
(一) 城市文化空间战略的基本模式	(251)
(二) 城市文化空间战略的布局形式	(252)
(三) 城市文化空间战略的表达	(252)
五 城市文化战略空间模式案例	(252)
(一) 文化中心城市与文化发展轴线	(253)



(二) 总体布局与组织结构	(260)
(三) 城市文化线路组织	(262)
(四) 文化产业布局与文化设施布局	(263)
第七章 城市文化创新战略	(267)
一 城市文化创新的基本导向	(268)
(一) 城市文化理念的转变	(269)
(二) 城市文化创新的导向	(270)
二 城市文化创新的基本内容	(272)
(一) 城市文化观念的创新	(272)
(二) 城市文化内容的创新	(273)
(三) 城市文化形式的创新	(273)
(四) 城市文化体制的创新	(274)
三 城市文化创新的实践模式	(275)
(一) 城市文化创新引导城市振兴：奥运城市战略	(275)
(二) 北京城市功能重组：从政治经济文化中心到 政治文化中心	(277)
(三) 城市文化创新引导城市更新：上海“新天地”现象	(280)
第八章 城市文化经济政策	(283)
一 城市文化政策功能与类型	(284)
(一) 基本内涵	(284)
(二) 基本功能	(285)
(三) 政策类型	(287)
二 城市文化经济政策	(289)
(一) 财政支持政策	(290)
(二) 税收优惠政策	(290)
(三) 投资融资政策	(291)
(四) 土地扶持政策	(292)
(五) 产业经营和资产管理政策	(293)
(六) 工商管理 and 价格调控政策	(293)



序

文化价值的认知与城市文化创新

南京大学 林炳耀

2005年10月20日，联合国教科文组织第33届大会在巴黎以绝对压倒性多数通过了《保护和促进文化表现形式多样性公约》（以下简称《公约》）。《公约》的通过是21世纪初经济全球化趋势与文化意识觉醒之间的一次碰撞；它表明，文化受到了更多的重视。《公约》首先承认并强调文化产品和服务的双重属性，在其“序言”中规定：“确信文化产品和服务具有经济和文化双重性质，因为它们含有一定的特性、价值观和意义，因而不应该被视为一般的商品或消费品。”“目标”中规定：“承认文化活动、产品和服务作为特性、价值观和意义的载体具有独特性质。”因此，我们必须认识到，文化价值的重新认知和城市文化创新发展，将是今后中国发展社会主义文化的两个极为重要的导向性词汇。

—

所谓文化，是人类价值观念的对象化，即人们创造的效用价值在传播中实现为财富的普遍过程；它既是一个社会的观念——符号体系，又是一个具有内在的观念和规则的系统。在这个系统中，有结构、形象和符号化的东西，也有由价值观、理念形成的基本规则。虽然文化受到社会的经济基础的决定和政治构架的制约，但是“文化的力量，深深熔铸在民族的生命力、创造力和凝聚力之中”（“十六大”报告）。先进文化对生产力发展的促进作用主要表现在：文化具有传递、积累与交流功能，即文化能够保存、吸纳人类一切的优秀文明成果包括科学技术、管理经



验、体制机制等，为生产力的进步创造条件；文化具有先导功能，为社会的发展指明方向，从而为生产力的发展开辟道路；更为重要的是，文化具有塑造和教化功能、娱乐和陶冶功能、认同和整合功能。作为一个社会的意识形态部门，文化不仅为经济和政治的决策及行为提供目标规划、精神动力、智力支持和理论构建，而且对于一个社会的发展和进步而言，具有终极的意义。

当代文化战略研究已经成为一个世界性关注的核心领域。联合国教科文组织在 20 世纪末期就策划了“世界文化发展十年”活动，并成立了世界文化与发展委员会，1995 年推出了题为“我们的创造的多样性”的报告，深入地论述了文化在人类发展中极其重要的作用，指出：“发展和经济是一个民族的文化的组成部分……发展不仅包括得到商品和服务，而且还包括过上充实的、满意的、有价值的和值得珍惜的共同生活，使整个人类的生活多姿多彩……所以对发展和现代化的各种问题的认识，说到底都集中在文化价值和社会科学两个方面。”

1998 年，联合国教科文组织在斯德哥尔摩召开“文化政策促进发展”的政府间会议，提出了《文化政策促进发展行动纲要》，指出：“文化的创造性是人类进步的源泉。文化的多样性是人类最宝贵的财富，对发展是至关重要的……发展可以最终以文化概念来定义，文化的繁荣是发展的最高目标。”因此，“文化政策和文化战略是发展政策的基本组成部分”。无疑，未来世界的竞争也是文化或者文化生产力的竞争，文化战略成为 21 世纪最核心的话题之一。

二

从国际上看，20 世纪 80 年代以来，伴随着全球化的浪潮，文化与发展日益引起世界各国的普遍关注。人们普遍认识到，经济的发展是一个民族的文化的一部分，而脱离人或文化的发展是一种没有灵魂的发展。文化作为发展的手段尽管很重要，但是它最终不能降到只作为经济发展的手段或促进者这样一个次要的地位。发展与经济是一个民族的文化的组成部分。而文化政策则是发展政策的基本组成部分，未来世纪的文化政策必须面向和更加适应新的飞速发展的需要。欧洲、日本和韩国



于20世纪90年代开始致力于文化的发展,并以推动文化产业的发展为引擎。日本于1990年成立了由专家学者和艺术权威组成的“文化政策推进会议”,作为文化厅长官的咨询机构,1995年7月,文化政策促进会议提出《新的文化立国目标——当前振兴文化的重点和对策》报告,开启了“文化立国”战略的初步设想。1996年7月,文化厅正式提出了《21世纪文化立国方案》,标志着日本“文化立国”战略的正式确立。1998年3月,文化政策促进会议提交了《文化振兴基本设想——为了实现文化立国》的报告,对文化立国战略进行阐释,并把21世纪作为日本依靠本国的文化资源与文化优势开始新一轮发展的世纪。韩国于1986年在第六个经济发展五年计划当中,提出“文化的发展与国家的发展同步化”这一重要的政策目标,为“文化立国”战略的提出奠定了基础。1990年政府颁布了《文化发展十年规划》,提出“文化要面向全体国民”的政策理念,并将此作为政策课题,提出了“加大国民享受文化的力度”、“扩大文化媒介功能”、“提高文化创造力”和“增进国际文化交流”等政策。1993年政府出台的“文化繁荣五年计划”将文化产业的开发作为重要目标之一。1994年,文化观光部设立文化产业政策局,并着手准备文化产业的法律体系;同时颁布各种文化政策综合计划,开始积极强调文化产业对经济发展的重要性。1998年,韩国政府正式提出“文化立国”的战略,将文化产业作为21世纪发展国家经济的战略性支柱产业予以大力推进。韩国是继日本1995年提出“文化立国方略”后,又一个通过实施国家战略发展文化产业的国家,先后颁布《国民政府的新文化政策》(1998)、《文化产业发展五年计划》(1999)、《文化产业发展推进计划》、《21世纪文化产业的设想》(2000)、《电影产业振兴综合计划》(2000)、《文化韩国21世纪设想》(2001)等计划和《文化产业振兴基本法》(1999)、《设立文化地区特别法》、《出版与印刷基本法》(2002)等法律保障政策。日韩的“文化立国”战略实施以后,日韩两国的文化产业得到迅速的发展,游戏软件、动漫画、日剧、韩剧等文化产业迅速成长为国民经济的支柱产业,而文化产业园区和文化产业基地的建设成为城市经济和城市发展的重要推动力以及城市文化战略的重要组成部分。



三

我国对文化产业和文化经济战略的关注和讨论也是自 20 世纪 90 年代开始的。1994 年《中国文化报》率先举办了中国文化产业发展的征文并展开讨论，为文化产业的发展作了理论上的探索。2001 年，我国加入 WTO，可以说是当代中国一次全面的国家体系创新，它不仅影响中国经济体制改革的历史过程和未来走向，制约中国经济结构的战略性调整和区域发展格局的重组，而且必将成为中国社会发展的时代诉求和存在依据，乃至当代中国政治、经济行为的一种文化生态，从而深刻影响和推动中国社会的全面转型、制度创新和价值重构。一方面，作为 WTO 的缔约国，为我国的文化产业参与世界文化产业的竞争创造了条件，也使得我国文化产业不得不进入国际大循环；另一方面，作为经济高速增长的中国，面对未来、面对世界，必须辅之以新的文化形象和文化策略，规划“文化大国”和“文化产业大国”，重建“中国产业形象”。再者，我国经济的高速增长，全面建设和谐社会的现实态势也为文化产业的发展提出了内在要求，网络社会的崛起引领文化产业的发展的科学基础并提供技术保障。文化发展需要技术保障和推动，技术创新也需要文化产业发展做支撑，因此，文化创新和技术创新将构筑我国经济持续增长的动力源。

1997 年，中共“十五大”报告第一次正式概括了我国社会主义初级阶段的文化纲领；2002 年，中共“十六大”报告明确指出：“我们全面建设小康，必须大力发展社会主义文化，建设社会主义精神文明”，为此，要“积极发展文化事业和文化产业”。在此把“大力发展文化产业”作为“进一步解决经济发展的结构性矛盾和体制性障碍”的相关政策提出，这其实就明确指出了文化产业的发展在国家战略目标中的具体定位：具有国家战略需求的政策价值。构建和谐社会理论事实上也赋予文化产业发展新的责任：参与国家经济结构战略调整、协调社会的稳定与发展、满足国家总体战略需求和推进国家文化创新发展。2005 年，在《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》中，进一步强调了“深化文化体制改革，建立党委领导、政府管理、行业自律、企事业单位依法运营的文化管理体制和富有活力的文化产品生产经营机



制。”2007年,“十七大”报告首次提出,要“运用高新技术创新文化生产方式,培育新的文化业态”。因此,可以说,在当前文化和经济、政治相互交融的时代,文化已经成为具有时代性、全局性的课题,成为关系到民族精神取向、社会事业兴衰的关键性问题。

在我国,“科教兴国”战略已经成为全民共识,而艺术、文学以及狭义文化(社区文化、城市文化、乡村文化、校园文化、军营文化、企业文化等的集合,或者哲学社会科学、道德伦理、新闻出版、广播影视、互联网络等的统称,但是不包括科技、教育等)的意义和价值尚未得到全社会应有的认识和重视,面临着以信息技术为主导、以网络为支撑、以全球化为标识的新的知识型经济形态的兴起,因此可以说仅仅有“科教兴国”是不够的,还应该“艺文兴邦”与之相呼应。未来的发展是文化的发展,文化的经济化和经济的文化化,已经成为世界的总体趋势。其影响到社会发展,影响到社会总体结构。文化艺术领域蕴藏着巨大的经济潜能,在信息产业的带动下,这种潜能正在释放,通过不断地满足人们的文化需求和消费,创造和积累了大量的社会财富,起到了增加就业、创造价值、刺激消费、涵养税源等重大作用,正在并将继续成为经济发展的支柱产业和新的经济增长点,这就是文化产业的全面崛起。

文化与经济越来越呈现出彼此渗透、相互促进、共同发展的态势,与科技的结合日益紧密,与政治相互交融,与社会发展相辅相成,文化生产力已成为社会生产力的重要方面,文化是衡量综合实力的重要标志,是团结人民、推动发展的精神支撑。当前,我国的文化建设正面临着五大历史性的变革:一是文化价值观的转变,从传统的文化从属论转向文化核心论。多元化、多层次的精神文化需求将成为社会的主导需求,文化环境状况成为决定区域和城市经济的关键因素。二是文化资源配置方式的转变,从传统的计划配置型转向市场导向型。一方面我国的文化产品和文化生产单位,正在以公益性和经营性为标准进行划分,实现分类改革和分类管理;另一方面,国有文化单位正在不断地深化内部体制改革和资源的全面重组。三是文化管理体制的转变,从政府办管一体转向多元发展政府调控。计划经济时期的实行政府办文化、政府管文化的“统包统管”体制,走向了经营性文化产业和公益性文化事业分类发展,政府调控的体制。四是文化发展战略的全面实施,从“文化立国论”、



“文化立省论”到“文化立市论”多个层面，全面启动。五是文化产品性质的转化，从文化事业论转向文化产业论。当文化产品从纯粹的公益性公共产品逐步转化成为可以创造附加价值的商品的时候，文化事业论走向文化产业论，用产业方式运作经营性文化发展（娱乐业、演出业、影视业、出版业、网络业等），用事业方式推动公益性文化发展（学术基础性研究、文化馆、图书馆、博物馆等）。与文化建设热潮相应的文化产业的发展也呈现出新的特征：一是城市文化产业竞争全面展开，全国范围内的城市文化产业呈现不平衡发展的态势；二是城市文化产业的竞争从最初的媒体产业的竞争逐步演变和扩大到全领域的竞争；三是以信息产业为导向带动了城市文化产业结构的战略性调整，形成新的城市文化产业构架；四是城市文化产业与城市其他产业的逐步融合，特别是与高科技、信息业的融合，使得城市文化产业的综合竞争力全面提升；如金融资本与产业资本的融合、软件开发与信息服务业的融合、休闲旅游与生态农业的融合；五是国际资本和社会资本逐步地进入到城市文化产业的核心领域，出现了跨地区、跨行业的综合性文化集团快速发展的趋势。

可以说，新经济时代，文化与互联网的结合，解决了工业经济时代以传统方式无法处理的问题，人文工作者适应了数字时代的创作方式，极大地推动了文化及文化产业在全球的发展。诸多区域和城市对传统文化的鼎力扶持和对新兴文化产业的就业政策导向，使文化产业与就业及其相关政策已经演化为一项区域策略和城市战略，其发展趋势主要表现在两个方面：“区域文化”战略与“文化城市”建设。

四

文化，是非常重要的现象，一种非正式的制度。城市特有的精神文化作为一种无形的、内在的要素资源，是城市和谐发展的主要来源，它对城市价值体系的状况及其变化有着重要影响。

文化对城市的价值体系和发展目标形成指引，城市决策者把握住文化的发展动向，在城市发展中关注不同的重点和选择不同的方法，最后将城市文化的进步反映、融会和固化于城市景观、产业传统、社会网络、个人技能等方面。文化的精神价值品质的获得，不应该急功近利和过多



干预，而必须经过潜移默化、日积月累、自然而然的人文演进过程和量变积累过程。世界城市的文化水准，并不单靠文娱活动的多寡、标志景观的好坏来衡量的。对一个具体城市而言，最易获得的是物质壮举、形态塑造及时尚流转，但最难以完成的就是精神培育、品质锤炼和境界的提升，因为文化的意蕴作为一种无形的力量始终施加着城市灵魂的作用。文化需要内省、需要自重，它从来不是装扮出来的、强求出来的，也并非能够以形代神的，可以言不达意的。因此，我们必须注重城市文化精神的凝练和文化形象的塑造，锤炼城市品牌，这需要全面的城市文化规划。

五

“城市以文化论输赢”，“城市以文化取胜”。“21 世纪的成功城市将是文化城市。文化不仅仅代表着各种文化产品，更意味着生活、表达、思考和学习的方式。文化已成为城市发展战略的主轴，经济、社会、技术和教育战略与文化的关联越来越密切。在未来的竞争中，信息与知识是地方经济可持续发展的关键，只有那些学会了如何战胜文化挑战的城市才能得到最佳的发展。”^① 在政治多极化、经济全球化、文化多样化的世界环境下，文化创新具有时代性和战略性，时代要求和战略思考是共生的，同时它又具有理论性和实践性，理论研究和实践探索是同步的。2008 年 6 月 23 日，胡锦涛总书记在两院院士大会上的讲话中，强调了“走中国特色自主创新道路，必须以创新文化激励科技进步和创新”。由此可见，认识创新文化，建设创新文化，是一项综合性基础层面的课题，事关创新型国家、创新型城市建设的策略和全局。何为创新文化？其核心内容是什么？一般理解，即在推进科技评价制度、科技奖励制度和科技人才管理制度改革的过程中，在优化科研学术环境和科技人才成长环境的过程中，营造一种鼓励探索、宽容失败、敢为人先的社会氛围。一方面，创新文化是从观念、制度层面上提升社会创新能力的基础。文化是从最深层次上

^① 王琳：《新趋势：文化城市的确立及其发展模式》，《南方论丛》2005 年第 2 期，第 96—105 页。



影响着社会组织价值取向和行为方式。创新文化是与创新活动密切关联的文化形态。它是社会成员对创新活动的基本态度，是社会制度安排的理念基础。价值观念是制度的灵魂，制度则是核心价值的法规性体现。持有积极进取的价值取向，必然会做出有利于开拓前进的制度设置。反之亦然。因此，体制的创新、科技的创新，都可回归于观念的创新，即文化的创新。要实现体制、科技上的创新，必须从基础层面上重视文化的创新。当然，体制、科技方面的创新活动，又会从根本上促进、带动文化观念的进一步更新。另一方面，创新文化是在基本价值和精神层面上提升人的创新能力的前提。人是创新活动的主体。创新是人的能动性、创造性的最高体现。从某种意义上讲，创新文化建设都是围绕人这个核心，服务于人这个创新主体而展开的。创新文化主要是从两个方面影响创新主体的。一是从价值观念上。创新是人的各种高级能力与活动方式有机协调、综合运用过程，是对创新现象及所涉社会因素进行解读、组合、集成的过程，因此，一个创新的个人或团队要将创新活动坚持到底，必须有强烈的创新激情驱动，有开拓进取的人生观、价值观，还要有对国家民族的使命感、责任感引领，有科学理念、科学精神的导航。二是从文化氛围上。一个好的有利于创新的社会文化氛围，能让人思想解放，精神振奋，不断追求创新，即使在创新失败时，获得的也是鼓励和支持。创新文化是创新者的精神家园，并嵌入在组织、体系之中显示出的力量，发挥着导向、激励的功能，它与制度相辅相成，相得益彰。

知识化和全球化成为新世纪的最重要特征之一，全球经济一体化和新技术革命正在改变一切。城市发展应建立一种具有弹性、张力和创新性的机制，使城市具有较强的资源转换能力。这就是文化创新发展，文化创新发展理应包括理论与方法创新、战略与管理创新、内容与形式的创新、环境与体制的创新等系列内容，而其核心是培植城市精神和发展城市文化的竞争力。

六

城市是什么呢？城市现象其实很难定义，它既是一个景观、一片经济空间、一种人口密度，也是一个生活中心和工作中心，甚至还是一种



气氛、特征或者一个灵魂。在美国学者丹尼尔·贝尔眼里，“一个城市不仅仅是一块地方，而且是一种心理状态，一种主要属性为多样化和兴奋的独特生活方式的象征；一个城市也表现出一种使想囊括它的意义的任何努力相形见绌的规模感”。在另一美国学者凯文·林奇眼中，“城市可以被看做是一个故事，一个反映人群关系的图示、一个整体和分散并存的空间、一个物质作用的领域、一个相关决策的系列或者一个充满矛盾的领域。而这些暗喻中包括有很多价值内容：历史的延续，稳定的平衡，运行的效率，有能力的决策和管理，最大限度的相互作用，甚至政治斗争的过程。某些角色会从不同的角度成为这个运转过程中的决定性因素，如：政治领导人、家庭和种族、主要的投资者、交通技术人员、决策精英、革命阶层，等等”。百说归一，城市是一种独特的文化现象，城市是现代文化的源地和集聚场。

对于“城市文化战略”这一课题的探讨目前学术界虽然不多，但是诸多学者开始投入。对于江苏这样一个经济发展和文化建设以及城市化水平都走在全国前列的省份，对其“城市文化战略”的“率先”研究的“导向”、“示范”和对其他地区城市的“借鉴”、“辐射”意义更为突出，也希望能够读到更多的学者从不同的视角下对此问题的探讨。

沈山、安宇合作撰写的这部《和谐社会的城市文化战略》著作，体系宏大结构合理，论证充分，援引繁复而自如，文风求真朴实，理论探索颇多创新之处，反映了作者深厚的学识功底和对当前重大理论问题的关注和探求。作者试图在以下几个方面进行探索和创新：第一，构建了城市文化战略系统，并且突出了城市文化空间战略组织的研究。确立了以城市文化资源价值的评价、城市文化产业发展战略、城市形象培育战略、城市品牌营销战略、城市精神凝练战略、文化中心城市的确立战略和城市文化空间组织战略等为核心的城市文化战略系统。对城市文化战略空间组织的研究，融合文化组织和区域文化两种视角，对城市文化空间系统进行了全面的分析，提出了城市文化空间的格局（文脉）—街区（社区）—邻里（场所）—轴线—建筑五大层次；又指出城市文化整体格局、文化分区、文化片区、文化线路和具体文化设施的空间系统组织；同时又结合文化功能学说，对文化中心城市的城市战略的确立和建设，以及不同城市经济的发展阶段，文化产业中主导产业部门的演