

【区域创新发展】

文化的创新价值、全球城市建设与区域高质量发展*

胡彬

摘要:基于文化遗产的创新价值对于全球城市建设及其引领的区域高质量发展具有重要的实践意义。从文化的地域属性出发,探讨全球城市与地方文化之间的相互关系,从城市空间与城市关系的维度概括全球城市建设中文化创新的实现路径。同时,在依托文化创新推动城市战略转型的国际背景与政策演变趋势下,通过代表性案例与发展模式对中国全球城市建设框架下发展、提升与转化地方文化的创新价值给予了政策着力点方面的启示。在新时空背景下,江南文化的创新机遇在于上海的全球城市建设与长三角区域的更高质量一体化发展。

关键词:地方文化;创新价值;全球城市;城市转型;区域高质量发展

中图分类号:F069.9 文献标识码:A 文章编号:2095-5766(2023)02-0046-09 收稿日期:2023-01-05

*基金项目:教育部人文社会科学研究规划基金“新国家空间理论视角的长三角更高质量一体化与城市群体的协同转型研究”(22YJA790022)。

作者简介:胡彬,女,上海财经大学城市与区域科学学院、财经研究所副研究员,博士生导师,经济学博士(上海200433)。

一、引言

在2014年发布的《国家新型城镇化规划(2014—2020年)》中,多次提到文化在城市发展中的重要性,主要包括:注重文化遗产,突出城市发展个性,提升城市内在品质,体现区域差异性;依托文化旅游,培育专业特色城镇;营造创新文化氛围,增强城市创新能力。2019年,国家发展和改革委员会发布《2019年新型城镇化建设重点任务》,就上述内容进一步明确了国家与地方多部门合作的推进机制。2019年11月,习近平总书记在上海考察时指出,文化是城市的灵魂。在新时代中,文化遗产及再创新的问题反映了新的资源观,对催生新的生产方式、引导消费升级具有重要意义。由此,发展人文城市、活化创新资源、丰富创新空间、探索多样化创新路径等成为新型城镇化建设的重要课题。人文城市是一种以文化资源和

文化资本为主要生产资料、以服务经济和文化产业为主要生产方式,以人的知识、智慧、想象力、创造力等为主体条件,以提升人的生活质量和推动个体全面发展为社会发展目标的城市理念、形态与模式(刘士林,2020)。发展人文城市为区域创新开辟了新的实现路径,而深度开发地方文化资源的创新价值则是其出发点与政策制定的核心所在。2022年,党的二十大提出,坚持以推动高质量发展为主题,把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来,增强国内大循环内生动力和可靠性。这意味着,新时代的地方文化创新将在城市转型升级与区域高质量发展中发挥更大作用。

改革开放以来,中国以年均9.5%左右的高速度持续增长了40多年,而构建大口径外循环、较大规模利用国内国外两种资源、两个市场发挥了重要作用(江小涓、孟丽君,2021)。然而,鉴于区域优先发展战略的实施以及城市禀赋条件差异的影响,在嵌入全球价值链

分工体系的过程中,不同规模的城市所受外循环影响的深度与广度不尽相同,沿海地区的大城市正处在这一影响的前沿地带。全球过程与市场向大城市的植入意味着城市经济中的国际化部分得到迅速扩张,并带来了一套新的对于各种经济活动和结果的评估与定价标准(萨斯基娅·萨森,2011)。与此同时,地方文化的生存空间却遭遇了前所未有的挤压,其发展价值在高度流动的资本极化趋势下被严重低估,导致城市和区域面临历史延续性断裂与区域凝聚力弱化的双重危机,进而使得内外循环之间出现失衡并呈不断扩大态势。随着国内大循环战略重要性的凸显,基于内生动力的城市与区域高质量发展成为扩大内需和建立全国统一大市场的必然选择。当以人为核心的新型城镇化深入推进时,基于地方文化的创新策略将变得愈发重要,可以在城市多样化竞争合作和区域高质量发展方面与基于技术进步的创新道路形成互补之势。

联合国教科文组织(2016)发布的《文化:城市未来》(Culture: Urban Future)全球报告提出,以人为本的城市空间应以文化为中心、优质的城市环境应由文化来塑造,城市可持续发展需要基于文化的综合决策。在这场变革中,伦敦、纽约、东京与巴黎等顶级全球城市作为该论断的实践先行者,通过从微观到宏观的城市文化空间塑造来引导城市整体发展,以突出其在城市网络体系中的位置,体现出了一种创造性地利用地方文化资源实现可持续发展和有序竞争的区域创新思维。对于处在国家战略前沿的全球城市来说,文化向度的城市精神、城市风貌、城市意象可以赋予其独特的发展魅力,并且其影响力、渗透力、创造力都集中体现在大都市战略空间的文化规划与发展愿景中。鉴于全球城市是在社会、经济、文化或政治层面直接影响全球事务的城市(杨辰等,2015),其通过文化传承促进区域创新的功能与做法都具有极强的代表性和战略意义,从而有必要进行专门而深入的研究,以期为中国全球城市文化战略与创新驱动的区域高质量发展提供政策启示。

二、文化因素之于全球城市的创新价值与实现路径

1. 文化的地域属性及其对全球城市发展的创新价值

全球化的本质是资源在世界范围内的重新配

置,地理位置、基础设施、政策扶持、商业氛围、公共文化、社会构成乃至历史传统共同影响着资源的流动和走向,决定了中心城市在全球资源争夺战中的成败得失(陈恒、李文硕,2017)。按照这一观点,地域的重要性不言而喻,并且不能简单地由禀赋条件和地理优势来代表,随着城市硬件设施水平的大幅度提升,地域因素的价值开始越来越依赖于知识和创新的生产条件、社会环境和制度基础等柔性基础设施的质量与能力。地域化概念强调在全球化趋势下,不同的国家有不同的历史背景和文化价值,国家需要发展“在地文化”来对抗全球同质化的冲击,从而掌握自身发展的主体性(周利敏,2011)。

围绕对地域的深入解析而引申出的地方文化创新价值,既可以对需求端的产品多样化提供支持,也影响着生产组织与商业模式的创新。不少学者在这些方面提出了自己的真知灼见。例如,理查德·佛罗里达(2010)认为,地域是当前时代最重要的经济和社会组织单元,地域提供了能够驾驭人类创意和将这种创意转化成经济价值的生态体系。贾斯廷·奥康纳等(2006)指出,文化部门通常是创新性的,通过一种直觉式的沉浸来对市场做出预期和反应,乐意打破规则,超越朝九晚五的生活,在风险和失败中茁壮成长,让工作和生活互相渗透,意义与金钱互相纠缠——这是一个前沿的部门,堪为其他部门的典范。卡斯特尔(2003)认为,在生产逻辑、变动的技术基础以及社会环境的制度性特色的互动中,文化与制度继续塑造新经济的组织性要求……全世界正在形成的企业网络,其结构与组成都受到该网络所在社会的民族特征左右。在审视地域根植性的环境和事物时,萨斯基娅·萨森(2011)认为,全球化的过程在多个层面得以建构,从超国家和全球,到次国家和地方;并且涉及从经济到文化、从正式到非正式的内容……物质条件、生产场所和地点边界,都是全球化和信息经济的一部分。虽然新经济是以“无重状态”和创新性为特征的,但还是为地方文化和企业带来了层出不穷的新机会(约翰·哈特利,2007)。这表明,具有根植性的地方文化恰恰是多样化创新活动的不竭源泉,而这些创新活动作为维持全球化与地方化之间平衡关系的重要力量,使得全球城市的区域化发展趋势愈发明显,从而对扩大本地市场规模、深化区域分工体系和提高全球竞争优势产生了积极影响。以

法国的“大巴黎计划”为例,巴黎东北部的庞坦(Pantin)地区作为贫困人口聚居和治安不佳的问题街区,自2000年以来通过对本地宗教、考古遗迹、社区历史、工业遗产的挖掘和整理,成功吸引了大量游客和知名企业入驻以及中心城区疏散的教育、行政、文化和交通设施等优质资源,成为利用文化资源平衡地区发展的经典案例(杨辰等,2015)。

这些观点都说明,以文化、制度为核心的地域性资产即便是在全球化时代,也具有强大的生命力,在适应生产方式变革与重组区域经济发展中发挥着重要作用。对于全球城市这样一个复杂的城市类型,无论何种类型与层次,在审视地域范畴的文化创新价值时,都可以依据城市化的发展程度来进行分析和比较。这是因为,完全的城市化只有当城市内部空间结构的逻辑真正开始起作用,并在更广的城市范围中出现多重涌现效应、交互效应与冲突时,才能得以实现(斯科特,2017)。这进一步印证了地域性文化在创新前提下的内生性作用。具体地,可从两个角度来分析:第一,在城市发展方面,内部的空间结构是强调的重点,地方文化的创新价值主要体现为知识生产、创意提供和效率增进;第二,在城市关系方面,开发地域性文化的创新价值,能够有效扩大城市功能的影响范围。斯科特(2017)认为,城市的功能范围是在一个当前已波及全球的各种关系构成的体系中渐进式地向外扩展。该观点也隐含了全球城市中地方文化的创新价值开发具有更大的难度,既可表现为一种现代的、引领潮流的生活方式,也存在于城市的对外经济、贸易、社会等各种关系中。

由此,可以解析出地方文化对于全球城市发挥创新价值的两个政策维度:(空间)结构维度和(关系)功能维度,它们是讨论如何在全球城市发展中体现地域根植性的主要方面。

2.全球城市建设中地方文化创新价值的实现路径

全球城市建设中地方文化价值的实现路径包括:城市空间的文化要素开发和城市关系的文化功能开发(见图1)。

第一,城市空间的文化要素开发。需要明确的是,地方文化归属地方空间的发展范畴,在城市空间结构上具有地域性的典型分布特征,与自然条件、历史变迁和人口结构等有着密切联系。共同的地方文化是区域融合与一体化发展的良好社会基础,对市

场规模扩大、产业分工深化、消费结构升级等都具有正向效应。所以,在城市空间结构方面,重点提炼和突出地方文化的区域特征,将城市文化的发展历史贯穿到旅游目的地的空间开发中去;运用现代技术手段创新传统文化,为大众提供新的产品与服务;通过新文化内涵的积累,鼓励发展新兴产业群落与创新生态体系。所有这些都关系到如何在城市和区域范围内有效开发和利用文化要素的问题。

第二,城市关系的文化功能开发。城市是作为全球网络的节点来运作的,具有引导商品、思想和服务的国际性和地区性流动的潜力(约翰·哈特利,2007),所以需依托全球城市的中心功能来挖掘地方文化的创新价值。如图1所示,全球城市的主要功能通过高度开放的经贸往来与社会互动,可以“活化”地方文化固有的地域根植性,增强城市区位与关联空间对高端流动性要素的吸引力和集聚力。反过来,在保护、传承城市文化的地域精髓基础上,品牌化、成系列和有序地开发其创新价值,也有利于进一步增强全球城市的中心地位。目前,东京、纽约、洛杉矶、巴黎与伦敦等发达国家的城市是主要的认知——文化生产中心,许多发展中国家的城市甚至是那些不太受人关注的城市,都在朝着这一方向努力(斯科特,2017),由此带来的影响还将延伸至具有共同文化渊源与历史传统的周边地区。

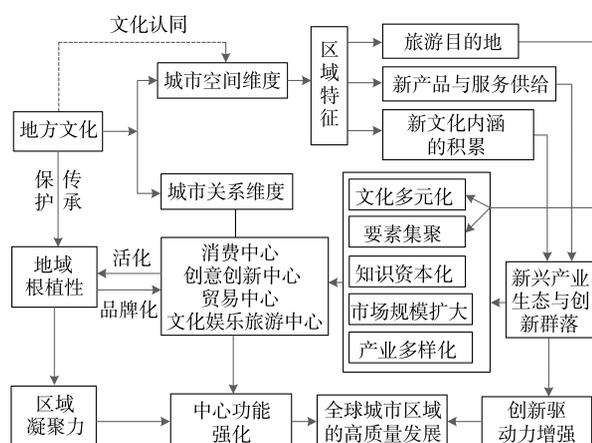


图1 地方文化之于全球城市的创新价值:实现路径及相互关系

资料来源:作者绘制。

在图1的分析框架中,通过地方文化的传承增强全球城市的地域根植性,有赖于在区域一体化发展的整体思维下,以特定空间为载体、以产业融合为重点促进传统文化向现代生产要素的转化,并在生产端与消费端之间建立起贯通多条产业链上下游的价

值循环体系。同时,地方文化作为全球城市地域根植性的内核元素,围绕文化要素的重点开发和新兴产业生态与创新群落的发展,可以赋予全球城市的功能建设以品牌化的差异竞争优势,并形成文化底蕴深厚、开放包容、特色彰显的多元功能体系(具有代表性的如消费中心、创新中心、贸易中心和旅游中心等),地方文化也藉此得以在全球化的城市网络平台上获得呈现、传播、发展和再创新的机会。不仅如此,由于当代全球城市的区域化特征,使其致力于文化创新的发展战略还将对整个城市区域的高质量发展产生积极影响,具体表现为围绕区域凝聚力提升的中心功能强化与创新驱动力增强之间的相互促进作用,在确保持续吸引高级生产要素的同时,也有利于在区域范围内共享具有鲜明特色的城市品牌与文化交流影响力。在这些方面能力卓越的全球城市都依托各自的文化资源优势规划了明确的发展方向。例如,伦敦坚持“今天以及未来全球创意强城”的愿景,纽约坚持“公平、增长、弹性、可持续性、多样包容”的价值观,巴黎的文化规划则将主题定为“遗产、创造和教育”,东京坚持“以文化开拓东京未来,建设世界上独一无二的文化都市”(魏伟等,2020)。

3. 城市发展政策的演变与全球城市的战略转型

对地方文化创新价值的重视始于20世纪80年代,原因是大都市为了应对全球竞争加剧而产生了结构转型的现实需求。围绕着对文化与城市发展之间关系认识的不断深入,从早期的倡导将文化创意纳入现代服务行业的市场行为到后来的地方政府对创新性知识经济的大力支持,在21世纪以后开始进入新的城市政策时代。

21世纪初,关于新经济条件下的城市定位与转型问题,成为城市政策关注的焦点。将城市看作是实现社会和经济复兴的一个可能场所,是当时的主流观点。建立创意环境(网络、企业和企业家)常被当作是实现发展目标的一个途径,一个走向繁荣的途径……创意城市突出了消费引导经济、文化生产以及城市规划的重要性(约翰·哈特利,2007)。这些内容作为一种发展导向,被不同程度地应用于城市转型的实践探索中,并成为国内外城市竞相效仿的发展模式。

进一步分析与解构文化导向的城市政策,主要包括三个方面的发展目标:第一,追求城市的个性化发展。从充分认识城市的自身优势(如发展历史、地

理区位、制造业基础等)出发,依托本地化的新要素投入(文化、创意及相关人力资本),激发城市的创造力,实现城市发展个性化,为城市之间合作创造更多的可能性。第二,通过引导消费需求变化和稳步促进消费升级,提高城市创新的市场效率。随着城市开放度的不断提高,消费者群体的结构会更加多元化,市场规模扩大的同时,消费层次的差异性也将凸显,从而激励着城市的创新动能。第三,通过发展支持性产业及其组织模式与社会基础,营造有利于向知识型、创新型城市转型的环境氛围。Leadbeater和Oakley(1999)提到了创意环境的概念,认为作为一个共享的空间和传统,人们能在其中学习、比较、竞争和合作,思想和见解能通过它得以产生、发展、传播和摒弃。约翰·哈特利(2007)认为,创意环境包括社会和日常网络的确立,这些网络促进技术的发展、人际交流的进行以及利用中介来促进思想和见解的形成,通过这样的创意环境,地方文化产品的独特性得到承认,并加以传播。

图2概括了全球化环境下城市转型的核心内容:资源基础、功能再定位、空间表达。其中,在资源方面,大量的创意企业实践所涉领域相当广泛,以文化、服务和知识为主要投入。斯图安特·坎宁安(2007)认为,这三个领域的创意企业分别受到的是文化政策、产业政策、创新和研发政策的影响……当文化领域对社区文化的重视走向终结时,它也非常合理地趋向了社会政策的终结……创意产业模式是在全球和本土的关系维度上新兴的部门,旨在为广泛的服务经济提供投入……知识型企业作为新兴的部门,与数字内容和应用有关。可见,创意产业概念的提出,在指导现实中的企业实践时并不具有明确的对应性,行业边界的不清晰、政策类型差别较大是主要的原因,故它更像是为了倡导一种新的、以普遍的创造力而非文化的特定性为驱动力的城市发展范式。

在以创造力为中心的发展框架中,既关照新经济中的生产(ICT和基于研发的产业部门的高度发展)和具有文化身份与社会权利的“体验”经济(斯图安特·坎宁安,2007),同时还涉及如何富有创造力地处理城市面对的各种问题的综合能力。显然,文化作为城市资源投入的价值,在产业结构升级的直接经济影响之外,还包括一些潜在的和隐性的影响效应。特别是对于全球城市来说,查尔斯·兰德里

(2007)认为,它们需要不断应对各种利益目标冲突,因而就需要有不同类型的创造力来解决城市的复杂局面……这些方面可以来自任何地方,不论是公共领域、私人领域、民间自发的领域,还是代表自身来经营业务的个人,关键问题是要让城市提供繁荣创造力的条件和土壤。这种对创造力更具包容性的理解契合了全球城市在激烈竞争中彰显个性、突出韧性、灵活应变的现实诉求,在更深层次上是如何积极有效治理全球城市的问题,而不是简单地追求空间表达上的城市更新,后者只是城市转型目标体系中的显性部分。提高生活质量和城市竞争力,打造一个更好的、整体机能完善的、更全面综合的和更具战略意义的城市发展形态(唐燕、克劳斯·昆兹曼,2018)是对当代全球城市提出的更高要求,地方文化在其中发挥的作用也应该是战略性和渗透性的。

不同的文化导向城市转型发展模式。在此,举几个代表性案例来加以说明。

第一,以文化旗舰项目为触媒带动产业转型与城市更新的发展模式。该模式以“毕尔巴鄂效应”为典型代表。毕尔巴鄂是西班牙北部地区重要的经济和文化中心,1997年开馆的古根海姆博物馆作为城市更新的标志,有效地将一系列的政府重大项目贯穿其间,为私营创意活动的后续兴起与活跃创造了城市整体和持续复兴的长期环境,并最终在城市中形成了创意生产与消费的循环体系。其成功经验在于,由政府驱动的城市更新实践在创意集群的形成中发挥了引导和支持作用。

第二,在国家、区域和城市层面共同推动城市转型与创意经济的兴起。英国是这种模式的唯一代表,主要原因是英国的城市普遍具有较高的城市化水平,各城市之间存在着差异化转型与互补发展的需求。在发展创意产业时,国家从产业政策出发,逐步形成了完善的城市和区域政策,这是英国最突出的特点。大规模的城市转型潮充当着英国持续发展创意产业的动力源,是创意产业得以迅速和规模化发展,它对于英国经济的整体贡献甚至超过了伦敦的金融服务业。当然,以吸引创意阶层为宗旨的发展策略也在无形中加剧了城市之间对稀缺要素的竞争,如何错位竞争和可持续发展的问题并未在早期的创意城市浪潮中被充分意识到,以至于政府干预和公共投资积累的风险成为英国创意城市发展面临的通病。2000年,由英国文化传媒与体育部门出版的创意产业图示,在发展创意产业中引入城市治理的思维,政策的焦点也从狭义的创意阶层扩展为广义的城市创造力。绘制地图文件背后的首要目标是在政策制定者、城市领导者、实践者和地方社团之间形成对于地方独特创意资源的共识,从而使城市能够变得更具创造性(唐燕、克劳斯·昆兹曼,2018)。2008年,英国文化传媒与体育部门联合商务、企业和规范改革部、创新大学与技能部共同撰写“创意英国”的战略文件,提出了一个针对创意部门的广泛支撑框架,涉及技能、教育、创新和知识产权。与此同时,在地方空间规划中,为地方开发框架的核心策略、基础设施履行、地方行动协调、补充规划等方面的政策建设预留地方艺术、文化和创意部门的发展空间。从单纯的产业政策到一揽子的城市政策,英国创意城市进入了产业

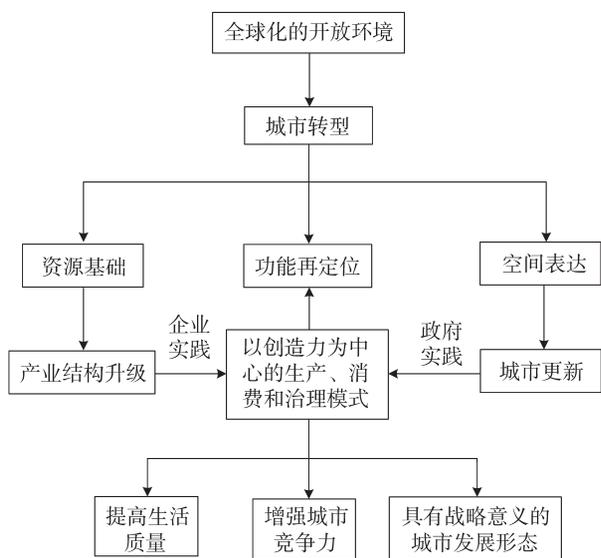


图2 开放环境下城市转型的核心内容与目标体系
资料来源:作者绘制。

三、文化创新的价值开发与城市转型发展的国际经验

目前,文化创新驱动的城市转型已是全球范围内的普遍现象,并被广泛运用于区域复兴、新技术增长极培育、提高区域整体竞争力与一体化发展水平等政策领域。

1. 国外文化创新驱动城市战略转型的主要模式

文化与创意产业较为宽泛的政策空间赋予城市政府以较大的自主性,加之地理区位、禀赋条件、发展基础、规划与行政管理等方面的差异,形成了

与空间协同发展的新阶段。更确切地说,以治理为导向的发展策略,契合了城市在文化设施连接、供应链共享、人才网络等方面的联盟与合作需求,使得场所性质的文化遗产、艺术基础设施、创意活动等在城市区域的范围内具备了某种流动性,并上升为助益区域竞争力持续提升的集体战略资产。

第三,以知识型经济为指向的文化空间与产业空间融合发展模式。以韩国弘大地区为代表。为成为具有世界文化意义的亚洲城市,首尔在纵向和横向上划分为6个区域,每个区域都有不同的文化内涵,分别为“生态/统一文化”“国际文化和艺术”“现代文化和艺术”“大众文化”“历史文化”“汉江文化”。弘大地区所在的首尔西部是媒体和数字产业集中的地带,通过文化规划提升独立文化以及按照产业区划提升媒体和数字产业是该地区的主要发展任务。弘大地区被视为超越了地域亚文化(beyond a place of subculture)的文化内容和产业相联系的节点……这种现象与韩国社会对文化理解的范式转变以及与变化中的文化和社会趋势保持一致(赵美惠,2016)。然而,作为新兴的经济空间,学者认为弘大地区的发展并不稳定,如何维护好由各种力量创造城市文化经济的错综复杂的本地特征、确保地方内在的文化丰富性是促进新经济内生性发展的基础。为此,政府应着力解决各种法律和政策、公共基础设施、开放性沟通等制度的连贯性问题以及考虑当地的生态(赵美惠,2016)。

2.对政策着力点的若干启示

上述案例表明,以文化价值的开发来促进城市转型的路径可以是多种多样的。但是不同的发展模式面临的共同问题也是在中国全球城市建设框架下发展、提升与转化地方文化的创新价值时需要克服的若干难点,从而要求政策设计者能够通盘考虑并给予有效支持。

第一,以文化产业为发展主体的创意经济,存在范围界定不确定、发展不稳定的认知不足,需要政府在空间规划、社会融资、土地供应、功能配置、产业发展基金、产业链体系完善等方面进行综合考虑与全面规划。经历了一些并不成功的实践后,学术界开始重新审视文化产业与创意产业的关系。约翰·哈特利(2007)认为,创意产业是由一些规模存在巨大差异的实体构成,有些企业处在时代的前沿,另一些企业则还在依靠社区艺术部门的资金补

助,并认为这是一个缺乏组织结构的霍布斯式(Hobbesian)的世界,没有更高意义上的组织与目的。所以,在实践中的一个普遍现象是,小规模创意企业在市场竞争中会受到成本上升的冲击,对其持续的生存与发展构成了威胁。这一问题在中国的创意产业发展实践中也经常碰到,说明单凭市场力量在维持地方文化价值与创造力的持续开发中是远远不够的,尤其需要政府自上而下的统一规划、协调动员以及持续的制度供给。特别是在文化规划的编制中,需要协调文化部门与发展规划、国土、经济、遗产保护、旅游、教育等横向部门,以及文化机构、社区组织、相关公众团体之间的积极合作,达成文化塑造城市发展的共识(魏伟等,2020)。

第二,在关乎地方文化支持城市转型的着力点方面,如何确定政策实施的有效范围,避免不当或过多的政策干预,也是地方政府需重点考虑的问题。由于城市转型综合了地域、空间、产业等多领域的复杂内容,所以地方政府的介入程度也往往较为宽泛,从而导致对政府干预过多的质疑。欧洲的城市认识到,将城市空间指定给创意产业是没有道理的,除非地方上已经出现了创意潜力和积极的自下而上运动,呼吁公众支持改善当地的居住和工作空间(唐燕、克劳斯·昆兹曼,2018)。在亚洲,创意产业的发展背景显著不同于西方国家,城市化未达到后者的高度,文化驱动的阶层力量也不如后者强大。在这种背景下,国家打造创意城市的举措难免带有激进色彩,并且往往与国家层面的文化认同与文化意识觉醒有着密切的关系。然而,文化有其自身的发展规律,高度城市化的社会构成、经济成果、开放互动等都会使本地的文化活动趋于活跃,发展政策应充分关注这些变化,吸收社会力量积极参与到城市的转型之中。与此同时,对城市转型的理解也不宜仅局限于经济增长的单一目标,引入地区之间文化资源的共享与合理分配、文化资源的保护式开发和低门槛获取保障、合理规划与供给公共空间、生态文化空间营造等关注社会公平与生态平衡的目标及相关制度建设也应成为全球城市率先探索与重点突破的方面。

第三,从全球与地方的关系维度,如何审视城市转型的过渡性并有序地加以推进的问题。在某些情况下,亚洲城市创意产业的增长只是传统生产形式的延伸,但是在其他情况下,它又打破了过去

的传统,或者说与基础文化和惯例有冲突(彼得·W·丹尼尔斯、何康中、托马斯·W·赫顿,2016)。其中的原因是,城市转型具有过渡性,新的技术—产业文化既对旧有体制具有一定的依存性,又无时不在寻求着新的突破,此时的文化变迁是潜在的,但总体方向都是赋予传统文化以现代性。对于发展中国家来说,城市转型的过渡性还体现为当创意产业重塑城市景观时,传统意义的中心与外围空间将产生更强的二元化倾向,使得不同的城市区位因文化资源与价值的地方差异而面对悬殊的发展机会。解决这一问题是中国发展的全球城市需要重点考虑的。因此,秉持城市总体空间发展战略、并根据城市文化空间的层次将总体目标细化分解、实施空间尺度多样的文化发展策略、围绕文化资源共享引入市域和产业协调机制、营造“尊重差异、鼓励创造”的区域文化氛围等都将是非常必要的。

在不断积累问题和解决问题的过程中,城市政策也在发生变化,从主要在文化产业的框架下寻求创意经济的发展之路转变为在知识经济的目标下由地域根植的文化价值衍生出城市竞争与合作的核心要素——创意和创造力。所以,城市的整体性及其与区域融合发展的趋势,都在新一轮的城市政策中被注重和强调。这意味着,创意城市的概念在实践中也经历了逐步深化的认识过程,在偏宏观的政策视野里创意产业被赋予了更加重要的作用,包括有效获取外部资源、促进知识流动和提升区域一体化水平。所以,对创意城市的理解从单纯的创意产业发展的空间载体,转变为具有空间特质的创新系统。具体地,主要表现为:在开放的区域环境中,创意与创新活动经由国际性的影响力,加深了文化的多样化程度;由文化与创造力带来的更好的生活质量,则成为城市竞争和吸引创意阶层的重要条件;通过城市民众、企业、社会团体、政府部门在文化项目和活动中的共同参与,增强城市治理的制度厚度和实施效能,同时公众的广泛参与又对引导消费文化和消费升级提供了社会氛围。

四、上海全球城市建设和 长三角区域一体化中的江南文化创新

1. 新时空背景下江南文化的创新机遇

随着长三角区域一体化进程的加快,江南文化

的重要性及其当代价值开始引起学术界越来越多的关注和重视。相关研究主要从文化互通、地缘相近、人缘相亲的角度来分析江南文化对长三角城市体系演化的长期影响。例如,刘士林(2010)认为,从历史上看,长三角有着共同的江南文化传统,在现代化进程中,江南地区特有的人文地理、社会结构、文化传统与精神范式,不仅直接参与并始终影响着长三角城市群的历史、现在与未来,同时也是其城市发展在当下必须倚重、利用与借鉴的最重要、最直接的传统精神文化资源。

现实证明,无论是上海的城市发展,还是长三角的区域融合,江南文化都具有贯穿性的作用。然而,对这一作用的认识不应该仅局限于历史角度的路径依赖影响上。为了发挥开放引领的全球资源配置作用,上海明确了全球城市的战略目标,长三角则以世界级城市群为发展取向,这些都意味着江南文化将依托更加开放的功能平台和区域一体化优势,进入全球经济文化交流的舞台。在新的历史起点上,江南文化也将迎来新的发展机遇,而这恰恰需要对全球化影响下的文化发展趋势及其与城市转型的关系有足够的认识。

全球化的一个突出特点是最大限度地利用可达的比较优势,在消解国家边界壁垒影响的同时,激励了城市和区域之间的竞争与合作。在市场力量的驱动下,文化多样性的价值冲突问题由此下移到了城市和区域的尺度上,文化认同的重要性日益凸显,如何行销地域特点的文化内核,减少城市竞争中的多余摩擦,增强城市的文化吸引力和区域合作的质量,都关系到全球范围内的包容性增长。由此兴起的一个现象是,在文化领域中,我们正目睹一场创意生产与消费在形态、趣味和模式方面的大繁荣(布拉德·黑斯曼,2007),这种消费模式由全球化打造,又促进全球化发展(约翰·哈特利,2007)。由此,文化对经济的影响从潜在的、隐性的历史影响,转变为象征性的、创造性的消费引导和显性的城市形象传播。由于更加强调文化的创新价值,致使文化超越自身产业局限的动机不断增强,以文化渗透为驱动力的产业融合和城市品牌营销越来越普遍。

综上分析,新的时空背景也将改变江南文化与城市发展之间的传统关系,江南文化可以成为上海全球城市建设的动态比较优势和城市发展的内生动力。有效开发江南文化的创新价值应与如何创

造性地发展城市和区域紧密地结合在一起。上海在早期阶段将文化与创意产业联系起来的发展模式显然不能适应这一要求。随着全球城市开始迭代到3.0版,经济、文化、科技等方面开启融合发展(周振华,2020),需要跳出产业发展范畴的局限,从地方文化的创新价值与功能实现入手,使其服务于上海的全球城市建设及其升级的动态过程中。

2.影响江南文化发展的时空因素与实践议题

在时间方面,开放与技术进步是对地方文化产生深刻影响的两个重要因素。江南文化在开放中不断延续的生命力主要体现为其强大的包容性及在此基础上的融合、丰富和创新的综合能力。南宋以后,江南文化成为中国文化的一个高地……并在明末起源了海派文化,这可以看成是江南文化的3.0版本(王战,2019)。这一演化路径,贯穿于江南地区从国内到国际开放的开放历程,同时江南文化也在多元文化的交汇与融合中得以不断地丰富,并始终处在经济社会发展的前沿和引领地位。

工业化开启了城市化,城市则因为人口的聚集而成为了文化碰撞、融合与再发展的主要场所,并加强了文化与生产力之间的内在联系。某种生产技术的盛行,会形成对应的商业文化、组织文化、制度文化等,不断扩大着原有的文化基础和影响力。工业化到后工业化的重要标志是城市时代的来临,信息技术的广泛应用造就了以城市为节点、以网络为特征的流量经济系统,这一过程非但没有削弱文化的影响力,反而为文化交融式发展提供了更大的平台。开放网络关系的新形式得到了进一步发展,能将合作创作人联系起来,并有助于形成更为宽泛的创意投入的社会基础(约翰·哈特利,2007)。在高度城市化的背景下,人们对高质量生活的追求转化为了消费升级的内生动力,加速促使文化向产业领域的渗透,产业融合发展则成为了文化创意和创造力释放的新领域,也吸引了更多的社会资本参与其中。在互联网时代,新消费模式的出现使定制化、个性化和多样化消费成为主流(石明明、江舟、周晓焱,2018),意味着城市居民和大众成为文化创新和创造力投入的主要服务对象,通过符号性和服务性消费比重的提升,消费社会和社区生态对文化传播的作用逐渐增强。这对于传统文化而言,是机遇更是一种挑战,以历史底蕴见著的江南文化需要在当代消费社会的发展中体现其贴近时代和契合

人口多元集聚特点的创造力。

在空间方面,中国新一轮的开放格局强调对内与对外开放的相互促进,可以预期不同形式、尺度不一的区域合作作为一种发展常态将大量兴起,带来更广泛的经济互惠和文化互通影响。在这种趋势下,上海的全球城市建设和长三角推进更高质量的区域一体化,围绕着江南文化在空间上的开放与融合,提出了两个具体的实践议题。

第一,从上海建设全球城市的角度来看,在其融入世界城市体系并成为重要节点的过程中,如何在上海的城市功能提升中体现江南文化的创造力,需要做出系统的思考与规划。之前对于全球城市的认识更多地侧重于经济方面的能力与贡献,确切地说,在经济增长的全球运行中所表现出的卓越性,是全球城市评价的基准。然而,更应看到的是,全球城市是一个开放度极高的复杂系统,维持其高效运行的能力也必然是超常规和综合性的。查尔斯·兰德里(2007)认为,世界性城市不断需要应对各种利益目标冲突,因而就需要有不同类型的创造力来解决城市的复杂局面,涉及污染治理、城市规划与政策制定、地方认同和想象力激发、新产品与新服务开发、社会治理等诸多方面的内容。他进一步指出,对城市特别是世界性城市而言,要在21世纪取得繁荣与发展,就需要形成一种创造性文化,远大的目标、创业之道、机遇、美好的事物以及对高质量的城市规划的敏锐感觉,所有这一切,形成了城市的物质和社会环境。对于上海建设全球城市的实践需求,江南文化的创新价值在于从源头上提炼出能够体现上海独有都市文化和城市精神的核心内容,梳理其价值转化的聚焦点,并将其融入城市建设、经济发展、社会治理、创新激励、环境保护的方方面面,突出上海全球城市根植于江南文化的地域优势与独特魅力。

第二,从长三角更高质量区域一体化的角度来看,如何看待江南文化与其他地域文化之间的关系,既发挥文化交流经由非正式制度的区域融合作用,又通过文化多样化程度的提升,增厚区域性文化资源,并将其转化区域高质量发展的投入要素。在江南文化的现代转换与当代形态建构的意义上,长三角城市群已成为传统江南文化的主要载体与最新形态(刘士林,2009),随着区域一体化的持续深入,江南文化也将泛化为一种具备区域共性的精神要素。

传统江南文化的生命力与影响力都将与长三角区域和城市群的发展紧密相关,并成为当代江南文化不断推陈出新的新起点。与历史上江南文化的发展和影响主要以自发、无序为主不同,依托于长三角区域发展,国家战略对当代江南文化的发展产生了持续的影响,赋予了江南文化以“新国家空间”的战略框架,自觉、有序、开放是其主要的特点。文化因素作为非正式制度的存在形式,在正式制度系统化供给的框架下,将会发挥更广泛和更深远的作用,产生超越地域空间的影响力。在长三角区域内部,大规模、高频度的人员往来与产业链合作,也势必会形成更高层次的区域文化认同和凝聚力;在区域外部,长三角区域一体化的制度示范与引领作用,有利于赋予江南文化的都市性与现代性以典型的区域内涵。所以,江南文化创新价值的开发还需要与长三角区域的高质量一体化结合在一起。

参考文献

- [1] Justin O'Connor, Gu Xin. A New Modernity? The Arrival of "Creative Industries" in China[J]. International Journal of Cultural Studies, 2006, 9(3): 271—283.
- [2] Leadbeater, C, Oakley, K. The Independents: Britain's New Cultural Entrepreneurs[M]. London: Demos, 1999.
- [3] UNESCO. Culture: Urban Future[R/OL]. <http://openarchive.icomos.org/1816/1/245999e.pdf>.
- [4] 约翰·哈特利.创意产业读本[M].曹书乐,包建女,李慧,译.北京:清华大学出版社,2007.
- [5] 艾伦·J.斯科特.浮现的世界:21世纪的城市与区域[M].王周杨,译.南京:江苏凤凰教育出版社,2017.
- [6] 理查德·佛罗里达.创意阶层的崛起[M].司徒爱勤,译.北京:中信出版社,2010.
- [7] 萨斯基娅·萨森,寇永霞.导言[J].国际城市规划,2011(2).
- [8] 萨斯基娅·萨森,王磊.全球城市:战略场所,新前沿[J].国际城市规划,2011(2).
- [9] 陈恒,李文硕.全球化时代的中心城市转型及其路径[J].中国社会科学,2017(12).
- [10] 江小涓,孟丽君.内循环为主、外循环赋能与更高水平双循环[J].管理世界,2021(1).
- [11] 刘士林.“十四五”城镇化:现代化主题与文化引领发展观[J].中国建设信息化,2020(1).
- [12] 刘士林.江南文化的当代内涵及价值阐释[J].学术研究,2010(7).
- [13] 刘士林.江南与江南文化的界定及当代形态[J].江苏社会科学,2009(5).
- [14] 曼纽尔·卡斯特尔.网络社会的崛起[M].夏铸九,王志弘,等译.北京:社会科学文献出版社,2003.
- [15] 石明明,江舟,周晓焱.消费升级还是消费降级[J].中国工业经济,2019(7).
- [16] 唐燕,[德]克劳斯·昆兹曼,等.创意城市实践[M].北京:清华大学出版社,2018.
- [17] 王战.江南崛起的文化密码[J].探索与争鸣,2019(2).
- [18] 魏伟,刘畅,张帅权,等.城市文化空间塑造的国际经验与启示:以伦敦、纽约、巴黎、东京为例[J].国际城市规划,2020(3).
- [19] 杨辰,周俭,弗朗索瓦丝·兰德.巴黎全球城市战略中的文化维度[J].国际城市规划,2015(4).
- [20] 赵美惠.首尔弘大地区的蓝图:不稳定的新经济空间[M]//彼得·W·丹尼尔斯,何康中,托马斯·W·赫顿.亚洲城市的新经济空间:面向文化的产业转型.上海:上海财经大学出版社,2016.
- [21] 周利敏.“全球地域化”思想及对区域发展的意义[J].人文地理,2011(1).
- [22] 周振华.全球城市的理论涵义及实践性[J].上海经济研究,2020(4).

Innovative Value of Culture, Construction of Global City and Regional High Quality Development

Hu Bin

Abstract: The innovative value based on cultural heritage has important practical significance for global urban construction and regional high quality development led by it. Starting from the territorial nature of culture, the author discusses the relationship between global cities and local culture, and summarizes the realization path of cultural innovation in global urban construction from the dimension of urban space and urban relationship. At the same time, under the international background and policy evolution trends of relying on cultural innovation to promote the strategic transformation of cities, the representative cases and development models have given the enlightenment of policy focus on developing, promoting and transforming the innovative value of local culture under the framework of global urban construction in China. Under the new time and space background, the innovation opportunity of Jiangnan culture lies in the global urban construction of Shanghai and the higher quality integrated development of Yangtze River Delta region.

Key Words: Local Culture; Innovation Value; Global City; Urban Transformation; Regional High Quality Development

(责任编辑:张子)