

创意城市理论的演进及对当代发展的回应

吴汶莹

摘要：城市作为创意生产和消费的中心是后工业时代的新型聚落，全球知识创新和信息网络的关键节点。西方发达国家率先提出的创意城市理论经历了城市规划、创意经济、创意阶层和跨文化智慧城市等阶段。但是创意城市政策理念并未解决工业城市产业老化、环境污染、社会严重分化等痼疾。这促使创意城市理论在自我批判的视野中进入新的反思。文章提出，创意城市发展中的有些问题可能是具有普遍性的。我们需要吸取西方创意城市理论和政策的经验和教训，在实践中探索出一条建设中国特色的创意城市的新道路，着力解决好六大课题：一是避免创意城市软化虚化，要以硬核的科技竞争力在未来发展中获取先机；二是创意城市建设规划的重点从吸纳资本转向吸纳人才，将人才战略放在首位；三是坚持以人为本，重视创意阶层集聚，也要兼顾社会公平正义；四是坚持多元文化包容互鉴，以思想解放推动知识文化创新；五是全面降低社会的环境成本、投资成本、生活成本、交易成本和交际成本；六是构建更为广阔的协作空间、发展腹地和辐射区域。

关键词：创意经济；创意城市；创意阶层；可持续发展

中图分类号：F299.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1673-5706 (2021) 03-0105-08

从20世纪70年代起世界发达国家加快了从工业时代向后工业时代的转型，由知识和信息驱动的新经济形态依托创意人才、创意生产组织、创意地域空间，形成了创意经济。创意城市成为聚合所有创意经济要素的新型聚落。联合国教科文组织倡导建立世界创意城市网络（UCCN）以来，世界上已经有72个国家180多个城市申请到“创意城市”品牌，而参与这一网络交流活动的城市超过250个，将创意和文化产业有机结合以形成地区发展的核心引擎，促成多元文化的交流互鉴，跨越国际间的发展鸿沟，实现惠及所有人的可持

续城市发展，已经成为国际共识和共同行动纲领。

从观念到国际协调行动，在很大程度上是基于理论化建构，对全球治理的实践发生了深刻而广泛的引导作用，在一定程度上跨越意识形态和社会制度的区隔，体现了人类命运共同体的价值。这是理论的成功，也是理论应对时代挑战的结果。从观念和现实互为作用的角度来看，创意城市理论并非是不言自明的演进过程。在过去的30年中，创意城市作为一种文化政策叙述策略，被不同的国家和地方政府所采用。城市被当作人类创意和创新的主要聚合地成为吸纳人才和资本的发展焦

点。但是,人们对创意城市的理解和实践却是经历了一个演进过程,这一理论的前提以及它所回应的时代问题还需要进一步反思,为什么城市会成为创新的推动者?什么样的城市才能成为持续成功的创意城市?西方提出的创意城市标准是否符合我国实际?在今后的发展中我国创意城市要往何处去?这些都是我们通过梳理创意城市理论的演进过程需要加以思考的。

一、创意城市观念主导新城市规划

迄今为止,人类社会经历了三次产业革命,目前正在进入第四次产业革命。创意经济是第四次产业革命的先导和本质显现。不同经济形态促使人类在乡村、城市、郊区等聚落生活中选择,而创意经济选择城市作为主要的聚落形式。创意城市涵盖了三种类型的城市:其一是传统的工业城市利用原有的历史和文化遗产资源进行文化再造和转型升级,形成更新型城市;其二是在信息化和知识经济时代通过创意和文化产业的集群形成世界性或区域性创意生产和贸易重要节点,或者因其某些独特的文化标识形成特色型城市;其三是在高新科技和智能化经济结构中脱颖而出,协调经济、科技、文化、生态和社会,形成可持续发展的智慧型城市。目前世界上众多“创意城市”主要还是前两类。第三种类型的创意城市,是要在发展中培育涌现的未来理想城市。创意城市观念的提出,反映了后工业时代经济和文化的转型,体现了文化地理学意义上的城市社会的新结构化特征。

所谓“创意”,体现的是人类创造力的凝结。这可以凝聚在物质形态产品、环境方面,也可以凝聚在生活方式和体验场景中;可以用特定创意人群的聚合度来衡量,也可以用品牌或知识产权价值来表征。将“创意”和“城市”两个元素嵌合起来,强烈表明了创意是城市的灵魂和风貌,而城市则是创意实践的资源 and 舞台。

概括而言,创意城市理论经历了城市规划、创意经济、创意阶层和跨文化城市等几个阶段。创意城市观念最早可以追溯到城市经济学和社会文化学家简·雅各布斯(Jane Jacobs)在20世纪60年代对美国大城市的兴盛和衰亡过程的审

视。^[1]最初说及的创意城市主要是指意大利佛罗伦萨这样以手工艺和艺术创造而闻名的欧洲小城,这是有悠久历史传统和传奇色彩的文明织锦上面镶嵌的珠宝。而创意城市作为一种城市规划政策概念首先是在1988年9月澳大利亚墨尔本的环境规划会议上被提出的。创意城市成为城市规划概念意味着人们要自觉地“设计”理想城市,而不是自然继承历史城市。该次会议提出“一个有创造力的城市不仅必须是有效率的、关注所有市民,特别是社会弱势群体的福利的城市,更应该同时是一个情感上得到认同的、能激发市民创造力的城市”。到20世纪90年代,创意城市的概念在欧洲得到进一步发展,主要得力于欧洲的一些研究咨询机构如英国的Comedia Group、德国的STADTart的倡导。查尔斯·兰德里(Charles Landry)带领Comedia对英国格拉斯哥等十几个城镇中心进行城市规划、城市经济和文化政策方面的实证研究,带着某种“理想主义和乌托邦动机”,以便在英国保守党政治霸权逐渐衰落的背景下寻找重振社会创造力的“替代性发展战略”。^[2]在学术理论方面,兰德里及Comedia接受了艾克·安德森(Ake Andersson)提出的区域发展与创造力经济的观念,吸收了意大利社会心理学家阿尔贝托·梅鲁奇(Alberto Melucci)的创造力理论,更重要的是借鉴了杰出的城市历史学和规划学家彼得·霍尔(Peter Hall)关于“创意城市”的研究成果。霍尔对历史上创意城市的研究集中在他在1998年出版的《文明中的城市》一书中。霍尔以“文化熔炉之城”“创意环境之城”“艺术与技术的联姻”“城市秩序的建立”和“艺术、技术和机构的结合”等五个范畴归纳了古往今来城市的创新发展史,以历史经验回答了与城市发展休戚关联的“文化、创新和秩序”三个核心问题。霍尔用1000多页的篇幅概述了历史上“美好时代”的城市典范,如古代雅典、文艺复兴时的佛罗伦萨、跨欧亚帝国时的维也纳、工业化时的伦敦和曼彻斯特、大制造业的底特律和洛杉矶、时尚的巴黎、北欧福利特色的斯德哥尔摩以及当代科技集聚的硅谷,说明每个时代每种特点的创意城市都有“点燃城市之火的创造性火花的本质”。城市的创造

力是对于时代发展机遇和自身独特优势的绝妙结合。创造力是可能从任何维度迸发出来的。他认为,历史上这些城市的成功证明了“创造力推动了重大的科技进步,由此产生了新事物、新产业以及新生产方式”。^[3]这些历史上的创意城市几乎都有一个共同特点,都是在开放和宽容的氛围中,包容了更多的人口和思想文化的多样性。文化创造力决定了这些城市在当时具有“前卫”特征,作为市场、交易和生产中心运作,大量聚集了富有创新精神和冒险精神的企业家、艺术家、知识分子、管理者和经纪人,成为活跃的多民族文化交融的地方,也是不断创造新思想、新艺术品和探索新制度的地方。这些地方让人们有空间去实现他们的需求、愿望、梦想、激情,去体验他们的迷恋、艰辛、失败和成功。霍尔在1989年与兰德利开始合作共同完成了《伦敦敦作为世界城市》的咨询报告。霍尔的学术声望和显著贡献促成了创意城市概念的合法化。与此同时,德国学者克劳斯·昆兹曼(Klaus R. Kunzmann)及文化咨询公司STADTart以德国鲁尔区从传统制造业和服务业向技术更先进的制造业和服务业的转变案例,探讨了“文化和环境产业对城市重组的影响”。在一系列国际学术活动中,英美的城市规划学家回溯一百年而复观20世纪之交的苏格兰城市学家兼生物学家吉德斯的城市规划思想。帕特里克·吉德斯(Patrick Geddes, 1854-1932)曾将进化论和生态学观念应用于城市规划和旧城改造,其生物学家背景使他倾向于将一个城市作为活的有机整体来看待。他在城市规划设计之初就首先尝试做公民调查,将“城市地理环境、气候气象数据、经济运行、生活方式和历史文化遗产”等综合加以考虑,这种全方位整体性的规划视角,统称为“文化测绘观念”,即便在今天的城市规划战略中,也还具有先进性。现代城市的“文化规划”的概念,是在吉德斯之后演变而来的。1990年代中期,在城市设计规划学科领域,以霍尔、兰德利和弗朗哥·比安契尼(Franco Bianchini)等为代表的创意城市理论学派为了积极应对资本主义后工业化城市所面临的挑战,如社会分化、地方认同感的衰微、传统工业化凋零以及国际化移民潮的兴

起而带来的社会疏离感等尖锐问题,明确意识到传统的单一化的自由市场经济发展政策已经不具备有效解决这些问题的能力。他们主张的创意城市理论试图通过城市开放政策,增加中心城市人口密度和多样性来激发和培育城市的创造性动能。这一观念在1994年的格拉斯哥城市规划研讨会上取得了共识,会议通过研讨英国和德国10个城市采用文化主导的复兴规划经验,提出创意城市战略从公共部门主导和干预主义转向市场主导和社会合作方式。

二、创意产业的集聚和城市发展政策导向

随着创意城市规划战略的兴起,城市势必将作为新兴的文化或创意产业的集聚地。后工业时代信息资源和知识创新同时刺激新消费主义生活方式成为今天城市得以迅速扩张的动力之源。至1990年代末,创意产业被当作连接文化和经济、政治和社会之间的桥梁。产品品牌、知识产权、市场定位,使得经济生活和符号意义之间的连接比以往任何时候都要深刻,经济越来越受到文化的支配,而文化也越来越受到经济的渗透。经济与文化不再作为两个各不相干的独立系统。

创意城市概念从城市规划向经济学、社会文化学的延伸,体现了理论范式的转变。导致这一转变的深刻背景无疑是由于西方国家在20世纪70年代至90年代初传统工业城市和港口城市经济基础的衰退。英国布莱尔工党政府在1997年赢得了大选,它奉行所谓“第三条道路”政策,试图寻求不同于旧式的社会民主主义及自由主义的替代选择,将自由市场经济嵌入国家主义结构中,标榜“机会、责任和共同体”价值观来适应以知识为基础、以市场为导向的新经济形态。创意城市概念恰好适应了政策制定者对文化产业这一新兴经济部门的兴趣。布莱尔政府上台当年就成立英国文化、媒体和体育部(DCMS)以及创意产业特别工作组(CITF),高度重视创意产业在英国和世界其他区域经济文化发展中的战略潜力。其特别强调“创意产业”而不是“文化产业”,着力扩大了创意的内涵,使之不再仅限于文化艺术范畴,而扩充到所有科技创新、数字化、信息化等知识经济形态,也着力于推动传统的文化艺术与

科技创新融合,与金融资本融合。CITF使人们更加深刻认识到文化创意产业对就业和产出的经济影响,对城市更新改造的决定作用,推动了后工业经济的发展。创意产业被视为重要的经济部门,在后工业化的象征性经济中提供新的就业岗位和创收途径,改变传统工业的荒芜地带,并为地方身份增加新的符号意义。文化艺术从传统的财政补贴部门一变为创造财富和经济绩效的部门;进而扩大了文化贸易、教育输出和城市文化基础设施建设和新的投资;在以美国为首的全球化文化帝国主义总体结构中也为英国和欧洲发达国家的创意产业发展提供了海外市场。

随着文化和经济的相互关联性越来越强,城市作为创意生产和消费的中心开始发挥关键作用。在网络化社会中城市成为全球知识和信息网络中的节点。创意和城市两者嵌合于知识经济基础,由此开辟出资本主义生产方式和空间布局的一种新模式:通过开发传统城市原有的历史文化资源,使之转化为传媒、影视、旅游等文化产品形式;利用大城市人口、教育、贸易、消费市场等优势,聚合总部经济体、知识经济体和创意产业链;刺激大规模的城市再造或城市化运动,带动新一轮投资、基础设施建设、服务体系建设以及房地产和金融市场活跃。旨在刺激和支持创意产业发展的政策,在城市发展战略中占据了重要地位。创意城市的理想模式是通过激活和聚集创意产业的途径,试图解决资本主义发达国家面临的发展瓶颈、主要工业城市的产业老化、环境污染、社会严重分化等痼疾。

诚如兰德利在《创意城市:城市创新者工具包》一书中所提示的,创意城市的概念偏重于“坚定地认为文化产业的潜力是巨大的,因为它似乎是一个很好的选择。城市需要专注于使其成为独特的东西”。^[4]他在1989年为英国格拉斯哥市进行的一项实证战略研究,提出必须使整个行政体系充分意识到城市更新需要重新聚焦创意生产,将产业结构转型升级与文创增值创新以及提高城市品质形象三者有机结合起来。这不是用标准化或法典化的产业管理旧方法来管理,也不是仅仅专注于利润和效率提升,而是将重心转向鼓励实

验和创造,以取得发展先机,保障未来的经济和社会总体收益。兰德利提出,一座城市要想成为真正的创意城市,需要一些前提条件,将创造力融入到组织结构中去。他根据欧洲文化制度环境和创意城市经验,归纳出八个基础因素,包括:个人创造力素质、意志和领导力、人才的多样性、不同人才的获取、开放包容的组织文化、地方文化特色、有利于创新的城市空间和设施以及网络动能。^[5]地理学家艾伦·斯科特(Allen J. Scott)探讨了创意经济的集聚趋势和好处。创意产业趋向于集聚,不仅因为这样可以提高知名度,降低风险,而且因为文化创意生产的性质要求学习、共享、匹配、合作。^[6]文化或创意生产是高度网络化的,城市提供了创意产业网络化生产的地理条件,也激发了竞争和资本投入。创意城市能够建立和培育一个场域,使复杂的社会空间互动成为可能,而这正是文化或创意经济繁荣的基础。人们越来越多地看到,集群化的创意生产吸引了越来越多的寻求城市体验的游客和定居劳动者。

由兰德利等学者所倡导的“创意城市政策工具包”在21世纪的第一个10年内被概括为八个关联要点:充分调动文化艺术对新经济的引导带动作用,其中包括激活利用传统文化资源,吸纳外来文化资源;创造更加宜居的环境吸引创意阶层人群集聚落户城市;打造具有文化身份和特色的城市品牌,形成传播效益和认同;协调城市规划、建筑、绿化、道路、水系、人文景观等形成服务于人的空间营造和城市设计;利用体育赛事、国际博览、传统节庆等重大事件,构筑具有标识性意义的活动城市;规划布局文化经济或创意产业集群,建构创意产业链,拓展文化贸易网络;将传统制造业、服务业改造成由文化、艺术、娱乐、消费主导的再生型创意产业;以全方位协调统一的文化政策引导城市建设,包括建立培育创意人才的高等教育体系、国民教育体系,培育文化市场和社会时尚等。

创意城市概念源于西方发达国家城市遇到的发展的危机,由创意产业的经济增长潜力和城市内部更新动力遇合而适时提出,成为城市发展政策和创意产业政策的“综合体”,在演化过程中,

逐渐融合了欧盟委员会 1985 年发起的“欧洲文化之都 (ECOC)”计划、旅游城市、活动城市等经验。现在很多创意城市都曾举办过重大活动和节庆,如威尼斯“艺术/建筑双年展”、上海“世博会”等。哥本哈根、利物浦、格拉斯哥、爱丁堡等城市,都利用举办文化活动来制定创意城市政策,以维持居民和游客的兴趣,并带动更多公共和私人资金投入文化设施和创意园区的发展。伦敦利用 2012 年奥运会启动伦敦东部再生计划。伊斯坦布尔提出以“文化清单”形式将创意城市的定义、项目、规格标准量化,使城市的创意经济以社会可见的“资产”形式进行评估。以园区为基础的大型再开发支撑着城市复兴项目和经济发展。有的则以新建和扩建大学校园和研发设施为中心,重点是将高科技、艺术、媒体和设计融合成创意产业集群,通过产学研一体化联动发展,从园区化的创意产业发展为集中融合型的创意城市。在后工业时代高科技研发中心通常都有高水平大学、领先的研究机构和高科技产业集群三者之间融合,这是确保高水平创新转移和企业增长的规律。这种模式现在也出现在创意城市战略和随之而来的公共投资中。

三、决定创意城市质量的创意阶层和 3T 测评指数

创意城市发展最根本的问题是人的问题。创造力是产生新事物的能力。它是指个人或集体产生的原创的想法和发明。它是一种天赋,也是一种习得的能力。1999 年肯·罗宾逊 (Ken Robinson) 就曾代表英国国家创意和文化教育咨询委员会发表了题为《我们的未来:创意、文化和教育》报告。报告非常强调“创造力教育”,特别是加强青年一代的人文艺术教育。英国工党政府内部对于是否采纳刺激创造力学习的政策建议产生了分歧。遗憾的是维持传统教育模式的观点占了上风。随后,美国发生互联网经济动荡,使工党政府对以中小型创意企业为重点的经济发展战略失去了信心,由此英国的创意产业战略方向发生了变化,削弱了区域化文化战略,加强了中央集权和传统主义倾向。2001 年约翰·霍金斯 (John Howkins) 的《创意经济》一书出版。霍金

斯试图“把创意、知识产权、管理、资本、财富——整合到一个综合框架中”,他准确地预见到“日益激烈的竞争、变幻莫测的技术和互联网的到来,要求所有的企业在经营方式上要有想象力,并警惕地用知识产权的方式保护自己的产品。在每个组织中,只要有新奇和发明,就有可能产生创造力。”在此意义上他扩大了创意经济的含义,明确了“版权、专利、商标和设计”构成创意经济的四大组成部分,不再局限于将文化艺术作为主要创意源泉。他还明智地提出,创意经济是由信息和通信技术推动的。新的数字技术为内容生产创造了新的机会。低成本的数字技术越来越普遍地渗透到更大的企业市场中,创造了新型的内容和新型的受众。创意经济最大的影响或许不仅仅是在传统创意产业内部,而是其技能和商业模式被用在生活的其他领域。“有创意的人和组织正变得更加商业化;而商业正变得更加依赖创意。两者都产生更多的版权,注册更多的专利,并往往推动原来公共的价值经由知识产权保护而市场化。”^[7]有趣的是,当霍金斯将创意整合到资本主义经济体系和市场结构之中,并尖锐地批评英国政府在陈旧的观念之下将创意产业概念局限于狭窄的文化艺术范畴中,而在兰德利等人看来霍金斯却是将创意城市的辩论进一步推向狭隘的文化经济议题而忽略了人文城市的更普遍的价值。

2002 年,理查德·佛罗里达 (Richard Florida) 的《创意阶层的崛起》^[8]的出版产生重要影响。佛罗里达认为,城市的成功是由具有创造性的人力资本 (人才) 带来的。创意经济的特点不是人随工作岗位而动,而是工作岗位跟着人走。创意人才不是根据某地是否有工作机会来决定在哪里生活和工作,而是根据某地是否符合创意阶层的生活方式偏好来主动选择地方。创意型企业都会根据是否靠近创意劳动力资源来决定选址。他批评先前的创意城市建设规划重点放在建设大型场馆设施、提供税收优惠等方面是错位和低效的,因为这些诱惑性的经济政策目标是吸纳资本而非吸纳人才。而真正决定创意城市的根本动因在于吸纳创意阶层。资本和企业是根据创意阶层的动向而非政策优惠来决定自己的投资动向。

因此,城市经济成功的关键是吸引和培养人才、技术创新、开放和文化多样性、包容各类生活方式以及不同偏好的能力。创意阶层在一个国家劳动人口中所占的比例决定了这一国家的发达水平,以及对经济运行的牵引力。据佛罗里达及团队调查估计,美国创意阶层的规模约占整个劳动力的三分之一;而北欧国家创意阶层的比例甚至达到总劳动力的40%到46%之间。^[9]他将创意阶层分为两部分:一类是超级创意核心阶层,由“创造有意义的新形式职业的人”组成,如艺术家、设计师、工程师、科学家、教师和研究人員;另一类是“从事创造性问题解决”的专业创意人员,他们通常具有实践性的知识能力,如从事管理、商业、金融、法律和医疗的人员。重要的不是创意人才的高学历,而是他所从事的创意生产职业。创意阶层的生活实践并不局限于经济行为,而是两种价值伦理的结合:既有辛勤工作和追求功绩的价值观(即所谓“布尔乔亚工作伦理”),又有游戏娱乐和自我表达的价值观(即所谓“波西米亚伦理”),两者组合为一种新的“创意伦理”。在创意阶层的生活方式中,工作和休闲之间没有清晰分界,更不会形成对立。游戏、实验、乐趣等同样表现在工作实践中,而生产逻辑(如绩效、效率)也融入休闲的私人领域,他们可以将喝咖啡、郊游的场合瞬间转变为脑力激荡创意构思的场合。以至于很多创意型企业为了适应这类人才的体验而将工作场地布置得跟家庭、咖啡馆或游乐场差不多。这些有创造力的阶层重视培养他们创造力的环境氛围和社交活动,他们喜欢真实和积极的个性化体验。因此,创意城市成为聚集和激荡创意能量的地方。它的吸引力体现在具有创意美感的先进设施和更多无形的文化特征的混合。显然,决定创意城市质量的是创意阶层的尺度。创意城市中除了居于支配地位的创意阶层,还有两个较弱势的阶层,一个是规模较大、收入较低的服务阶层,另一个是从事建筑、制造、运输等蓝领工人。这两个弱势阶层的就业动荡幅度远远大于创意阶层,其存在价值也都依存于创意阶层。

佛罗里达进一步认为,经济上最成功的城市和大都市地区,是在所谓“3T”(技术

Technology、人才Talent和宽容Tolerance)方面表现突出的。藉此佛罗里达提出了衡量创意城市的3T指数。

就技术而言,马克思和熊彼特都曾经谈到技术的进步是人类社会赖以生存和发展的动力。今天电子、生物、材料、能源等新技术新发明更加迅速深刻地改变了人类社会的进程和结构。创意城市的技术指数采纳了衡量高科技产业指标的米尔肯研究所的科技指数(The Milken Institute's Tech-Pole Index),加上人均专利和年均专利增长这两个衡量地区创新的指标综合而成。用于衡量全球各国城市技术指数则是采用了三个指标——全球研发投入指数(基于研发支出占GDP的百分比)、研究人员指数(衡量从事研发的专业人员与实际控制人口之比)和全球创新指数(人均专利数)。

人才指数结合了创意阶层和传统的人力资本衡量标准,基本上是指大学毕业生的数量、创意阶层的职业分布。扩至全球人才指数是包括创意阶层人数和获得高等教育人口(普高、职业技术教育和高等继续教育)的综合指数。

宽容指数则是根据西方发达国家城市的特点而定。佛罗里达发现,地方的开放性、多样性和宽容度有关,而宽容度既包括多种族融合,也包括多元生活方式和性取向包容。一个地方的宽容度和高质量的创意经济有很强的相关性。宽容指数最初由三个关键的衡量标准构成:同性恋指数(衡量同性恋人群集中度和公开化程度的指标)、波西米亚指数(衡量艺术家以及绿道、咖啡馆、书店和自由娱乐空间集中度的指标)和外国出生人口的指数,后来又增加了融合指数(衡量城市中种族融合与分离的程度)。在2010年佛罗里达团队对宽容指数进行修改,将波西米亚指数从中删除,是因为他们认为波西米亚指数已经包含在对创意阶层的衡量中。宽容指数如放大到全球城市就会因为各国的社会政治制度和社会文化传统不同而难以取得统一数据。但是佛罗里达团队依然坚持他们的关于同性恋和移民融合的指标,采取社会抽样访问主观评价的方法来加以统计测定。在西方发达国家范围内,3T指数及各个指数内所

包含的变量与创意经济的发展有明显的相关性，因而被用以衡量创意城市的发展水平。不过依据3T标准推出全球创意城市的排名，可能只有前两项指数具有公认的客观性。

四、西方创意城市危机和中国创意城市的新道路

创意经济和创意城市相同构。世界上最大的50个城市人口总和只占全球人口的7%，却创造了全球40%的经济活动，贡献了超过85%的创新活动。创意城市作为一项新经济政策和城市发展政策，和世界经济形态的深刻转变紧密相关。但是，这一表面的事实不能仅仅从发达国家和发达城市的孤立的观点来认识。创意城市的崛起同时伴随的是工业城市的衰落以及城市内部社会结构的分裂。创意阶层和其他劳动阶层之间、知识新移民和蓝领原住民之间发生深刻的隔阂，只有少数城市和都市区真正在知识经济中取得了成功，更多的城市却未能走上发展的快车道。^[10]以美国为例，2008年的金融危机爆发以来，创意阶层的平均失业率为5%，而其他劳动阶层的失业率为25%-30%。这是被创意城市政策光环所遮蔽的现实阴影。美国大选所激起的民粹主义浪潮和政治争斗根本源于经济和地理结构的倾斜。当今资本主义经济社会矛盾的典型表现之一就是西方创意城市陷入新的城市危机：少数超级城市（如纽约、伦敦、香港、洛杉矶和巴黎）及高科技区（如美国旧金山湾区、华盛顿、波士顿和西雅图）与其他城市和社区之间的经济差距不断扩大；“赢者通吃”的背后是更多城市受到全球化和去工业化的冲击，丧失了稳定的经济基础；超级城市的成功给自身也带来了更大的压力，人口密集、空间逼促、房价高企、通勤艰辛、环境恶化，蓝领工人、服务业从业者、穷人和其他弱势群体无法落户城市，而中产阶级也深受房贷等债务压力；城市日益圈层化、拼图化，显赫的中央商务区、小片富人社区和大量贫民社区斑驳交织。片面的创意经济和创意城市政策造成发达国家的产业空心化，中下层社会抵御经济风险的能力迅速下降。在很多发展中国家，城市化进程吸引人们涌入高速发展的城市，但是实际生活水平并没有显著提

高。世界城市人口的增长，同时带来城市新穷人的人数增长，相对贫困的数字还在继续扩大。现在回过头去看，以往创意经济和创意城市的主张，仅仅看到新技术和新经济形态带来的发展机会，将创意经济与经济整体结构、少数发达国家发达城市和广大产业腹地、城市和乡村、创意阶层利益和社会普惠公平等关系简单割裂开来，不能不说是受到新自由主义价值观和经济理论的影响。近年来西方国家的左翼社会理论对于创意经济和创意城市的批评日益尖锐，这促使兰德利、佛罗里达等代表性学者也转向对以前的创意城市和创意阶层理论的反思。联合国创意城市网络在对创意城市的新的界定中强调可持续性和更大的包容性，是这一反思的结果。

当西方发达国家面临创意城市的深刻危机的时候，我们需要清醒意识到，有些问题在创意城市发展中可能是具有普遍性的，也是我们应该警觉而加以克服的。中国作为最大的发展中国家，坚持走中国特色社会主义的道路，既要尊重客观规律着力发展创意经济和创意城市，又要吸取西方发达国家的经验和教训，力避新自由主义城市政策的弊端，在实践中探索出一条建设中国特色的创意城市的新道路。

第一，创意经济和创意城市的发展是由社会生产力发展的客观规律决定的必然趋势，科技创新带领产业革命决定了人类社会生存的基本形态和文化形态的演变。创意城市需要突破以往仅仅注重文化软环境的局限，要以硬核的科技竞争力在未来发展中获取先机。

第二，创意城市作为集聚创意智慧和创意资源的空间集合体，必须将建设规划的重点从吸纳资本转向吸纳人才，不是以资本吸纳人才，而是以人才吸纳资本，从而通过优秀人才聚合效应来引导资本切实服务于社会良性循环，而不是片面地短期地谋取利润；人才战略应该放在创意城市建设的战略首位，特别是将高水平教育体系、创业体系作为人才战略关键支撑。

第三，在社会主义基本制度的条件下，以人为本的城市建设，不能孤立地强调满足某一类阶层需求（如“创意阶层”），而是要兼顾社会公

平正义,人类的社会生存发展也有自己的生态均衡系统,基础建设、服务人群和创意阶层和谐共处,各得其所,是创意城市可持续发展之道,这也是在本质上区别于西方资本主义国家的制度选择。

第四,创意城市不只是经济发达、科技先进的城市,更是多元文化包容互鉴、充分激活社会文化资源、充满文化创造活力的人文城市。在保证基本社会安全和政治稳定的条件下,充分解放思想,形成宽松和谐的人文思想环境,对于形成万众创新的社会氛围是十分必要的。以思想解放推动知识探索,以知识探索推动文化创新,才能使社会富有活力。

第五,创意城市需要从社会各方面协调发展的利益格局统筹制度改革,全面降低社会的环境成本、投资成本、生活成本、交易成本、交际成本,以良好的制度环境配合创意经济的蓬勃发展。

第六,创意城市需要良好的生存网络,不可能沙中建塔、一花独放。创意城市需要更为广阔的协作空间、发展腹地和辐射区域。例如粤港澳大湾区建设,未来能否超越世界上最大的创意城市群,最终要看我们如何发挥中国特色的制度优势和文化优势,走出自己的创意城市道路。

参考文献:

- [1] [加] 简·雅各布斯. 美国大城市的死与生[M]. 金衡山, 译. 南京: 译林出版社, 2006: 5.
- [2] Comedia (1991). London World City: The Position of Culture. London: London Planning Advisory Committee. In Graeme Evans (2017), 'Creative Cities: An International Perspective', In John Hannigan and Greg Richards (eds), The SAGE Handbook of New Urban Studies [M]. London: SAGE Publications. p.326.
- [3] [英] 彼得·霍尔. 文明中的城市(第一册)[M]. 王志章等, 译. 北京: 商务印书馆, 2017: 7.
- [4] Charles Landry (2008). Introduction to 2nd Edition. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators[M]. London: Earthscan Press. p.xxii.

[5] Charles Landry (2008). The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators[M]. London: Earthscan Press. p.105.

[6] Scott, A. (2006). Creative cities: conceptual issues and policy questions[J]. Journal of Urban Affairs, 28(1): pp.1-17.

[7] John Howkins (2002). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas[M]. London: Penguin Press. pp.9-13.

[8] [美] 理查德·佛罗里达. 创意阶层的崛起: 关于一个新阶层和城市的未来[M]. 司徒爱勤, 译. 北京: 中信出版社, 2010.

[9] Richard Florida (2012). The Rise of The Creative Class, Revisited[M]. New York: Basic Books Press. p.45; pp.268-269.

[10] Richard Florida (2017). The New Urban Crisis[M]. New York: Basic Books. p.4.

作者: 吴汶莹, 深圳大学传播学院讲师, 美国麻省理工学院访问学者

责任编辑: 周修琦