

大都市产业升级、创意产业区生长与创意城市构建

Constructing the Creative City Based on the Upgrade of Industrial Structure and Creative Industrial Districts Growth in Metropolis

马仁锋 沈玉芳 姜炎鹏

摘要：创意产业兴起于大都市，并重组大都市产业空间、文化与社会空间；创意产业的发展以创意产业集聚区为载体，产业区的空间效应及其空间运动，直接重组后工业大都市空间结构。研究发现“大都市产业升级—创意产业区形成与演化—大都市空间重构—创意都市建设”不仅是创意城市建设的实践范式，而且破解了“创意城市”假说，使其从空想走向大都市行动计划，从而有效推动 21 世纪中国创意城市的理论探索与建设实践。

Abstract: The creative industries emerge from metropolitan and rebuild the industrial, cultural and social spaces of metropolis; the development of creative industry is based on creative industrial districts (CIDs). Its spatial effect and movement directly reconstruct the post industrial metropolis spatial structure. The study shows that “the upgrade of industrial structure in metropolis—the formation and evolution of CIDs—reconstructing metropolis space—constructing the creative metropolis” is not only the practice paradigm of creative city construction, but also interpreting the creative city hypotheses, making it from fantasy to metropolis planning, so as to promote the theoretical research and practice of China’s creative city in 21st century.

关键词：大都市；创意产业区；空间透视与空间效应；大都市空间重构；创意城市建设路径

Keywords: Metropolis; Creative Industrial Districts(CIDs); Spatial Effects of CIDs Growth and a Geographical Perspective; Restructuring of the Metropolitan Space; the Construction of Creative City

教育部人文社会科学研究项目资助（编号：09YJA790071）；宁波大学博士科研启动基金、上海市生产力学会 2011 年青年学者研究项目联合资助。

作者：马仁锋，宁波大学建筑工程与环境学院，理学博士，讲师。marxf@126.com
沈玉芳，华东师范大学长江流域发展研究院，博士，教授，博士生导师
姜炎鹏，利兹大学地理学院，博士研究生

自澳大利亚 1994 年 10 月以“创意国度”（Creative Nation）为目标公布澳大利亚第一份文化政策报告《创意国度：国家文化政策》（Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy）以来，英国布莱尔政府创意产业特别工作组（Creative Industry Task Force）于 1997 年正式就文化创意产业的持续发展提出建议，并把创意产业作为英国振兴经济的聚焦点，在 1998 年出台《创意产业规划》（Creative Industries Mapping Document），明确提出了“创意产业”的概念。21 世纪以来，创意产业作为知识经济时代的新兴产业，迅速成长为发达国家和发展中国家大都市经济发展的普遍趋势^[1]；以创意（creativity）为核心的创意产业的发展规模与水平，正成为衡量一个城市或国家的创新能力与国际综合竞争力的重要标志。因此，21 世纪初东亚的新加坡、日本、韩国、中国台湾、中国香港、中国澳门、上海与北京等国家或大都市将创意产业作为地区支柱产业加速培育与发展。发展创意产业，不仅需要由创意人才、多样性文化、适宜城市环境等要素构成的创意环境（creative milieu），而且创意产业的发展有力推动了大都市产业结构升级、社会文化转型和城市空间重构^[2-4]。对创意产业和创意产业区演化并驱动大都市空间重构的作用与机理进行研究，不仅是大都市空间规划实践现实的迫切需要，更是探索创意城市形成机理与路径待解决的理论问题。

1 大都市产业升级与城市空间功能提升的协同

1.1 大都市产业升级的规律分析

区域产业结构演化过程的一般规律为：由一、二、三型过渡到二、一、三型再到二、三、一型，最后发展为三、二、一型的产业结构，同时（1）工业内部结构由轻工业主导演变为重工业主导；重化工业内部则由原材料、初级产品为主向以加工组装型工业、再进一步向高技术产业为主导的方向转变；（2）服务业内部结构^[5]由传统服务业向现代服务业，尤其是向生产性服务业转变。大都市的发展过程，是区域产业结构转换和主导产业部门升级的过程，如

表1所示, 纽约(1880—1996年)、伦敦(1951—1981年)、东京(1986—2001年)、香港(1980—1997年)四个大都市产业结构升级过程不仅符合产业结构演进的一般规律, 也具有独特性: (1) 产业演进过程都伴随着生产者服务业比重的大幅上升, 制造业的大幅下降, 其中降幅最大的是资金、土地密集型的规模效应显著的制造业; (2) 国际大都市, 特别是在全球经济中发挥重要作用的国际大都市, 其贸易、金融和航运三大产业发展呈鼎足之势; (3) 国际大都市的产业结构演进都是在该国由工业经济向服务经济转变的大背景下展开的, 这意味着在一个国家产业结构的演进过程中, 并不只是该国的全球性国际大都市参与其中, 而是几乎所有的城市都出现了这种产业结构的演进。

表1表明大都市发展的核心动力是产业结构升级。而第一产业规模报酬递减, 第三产业规模报酬递增, 第二产业规模报酬不确定, 或为不变或为规模报酬递减。一般来讲, 重工业的规模报酬递增特性比较显著, 如交通运输设备制造业、装备制造业、重化工业等; 而轻工业, 如食品加工、饮料制造业等则一般呈现规模报酬不变的特性。因此, 一定空间范围内的产业组成及发展状况构成了产业结构, 决定了区域空间结构的形成与发展。

1.2 大都市产业升级驱动产业空间组织演变

大都市产业结构升级与转换, 必然促使产业空间布局与集聚形态的演变。产业结构升级过程, 不仅包括大都市产业部门间的竞争优势连续不断地更迭和新兴产业的出现与生长, 而且还包括各产业部门空间区位的集聚与扩散、变迁与重构、直至移出大都市区, 甚至出现城市空间创新——服务经济主导和产业分工更为细化、更具创造力的“产业集聚区”取代大都市的“城市空间功能区”。大都市产业结构的升级过程, 重构成大都市内部产业空间的结构与形态, 进而重塑大都市交通—居住—办公的空间结构与形态, 使大都市内部空间结构不断地成长、进化与整合(图1); 此演化过程在大都市区螺旋式演进, 而且大都市产业结构升级与大都市空间结构演化间存在相互适应——协同性和互相促进作用^[6], 以推动大都市的国际竞争能力的提升。

1.3 大都市创意产业兴起及其空间效应

创意产业的迅速崛起是20世纪末至21世纪初以来全球发达国家和地区大都市产业发展的新趋势。不论是发展创意产业的先驱国家或大都市(如伦敦、伯明翰、曼彻斯特、巴黎、佛罗伦萨、东京、首尔、澳大利亚昆士兰省、新加坡等), 抑或是后起之秀(如开普敦、香港、台湾、上海、北京、广州, 里约热内卢等崛起中的全球城市), 都将发展创意产业

作为国家或城市战略加以实施^[7]。创意产业存在并发端于现代大都市并非偶然, 实现从“创意要素—创意产品—创意经济形态的基本单元”的转换, 需要在特定时空环境下才能完成; 创意产业的大都市选择性既是大都市产业升级的必然趋

表1 大都市产业结构升级过程

a 纽约主导产业就业比重的变动(%)

	1880	1909	1950	1996
制造业 主导产业	服装(22.5) 烟草(6.2) 冶金机械(5.0) 印刷出版(3.9)	服装(28.6) 印刷出版(11.3) 冶金机械(4.4) 烟草(4.1)	服装(7.4) 印刷(2.8) 食品(2.3) 化学(2.0)	服装、出版印刷、 其他小型产品制造
服务业 主导产业	贸易与运输(3.0)、 金融	贸易、运输、金融	批发零售(14.7) 金融(7.1) 运输(6.2) 商务服务(4.5)	批发零售(2.9) 金融保险房地 产(1.7) 保健服务(13.9) 商务服务(10.6)

资料来源: 尤尔斯基著, 张秋彤译. 大城市的未来: 柏林、伦敦、巴黎、纽约[M]. 北京: 对外经济贸易教育出版社, 1991: 60; 阿列克山德逊. 美国城市的经济结构[M]. 北京: 商务印书馆, 1963: 159; Saskia Sassen. The Global City: New York, London, Tokyo[M]. New Jersey: Princeton University Press, 2001: 208.

b 伦敦产业就业结构的变动(%)

	1951	1961	1971	1981
制造业 (比重前四位 的行业)	纺织(4.8) 电气工程(4.3) 造纸印刷(4.0) 机械工程(3.8)	电气工程(4.8) 造纸印刷(4.3) 机械工程(4.0) 纺织(3.4)	电气工程(4.1) 造纸印刷(3.9) 机械工程(3.4) 纺织(2.7)	电气工程(3.4) 造纸印刷(3.3) 机械工程(2.0) 食品饮料(2.0)
服务业	销售(14.4) 杂项服务(14.3) 运输(9.8) 专业服务(6.8) 银行保险(4.4)	销售(14.8) 杂项服务(14.4) 运输(9.7) 专业服务(8.2) 银行保险(5.3)	杂项服务(15.3) 销售(13.9) 专业服务(10.8) 运输(10.5) 银行保险(6.9)	专业服务(16.2) 银行保险(13.2) 销售(13.6) 杂项服务(12.8) 运输(10.6)

资料来源: 尤尔斯基著, 张秋彤译. 大城市的未来: 柏林、伦敦、巴黎、纽约[M]. 北京: 对外经济贸易教育出版社, 1991: 298.

c 东京都的经济结构状况(亿日元)

财政年度	1986	1991	1996	2001	2006		
					东京	全国	占比%
农林渔业	250	233	308	310	343	19756	1.74
采矿	126	127	82	79	81	3024	2.68
建筑业	48 068	49 466	52 357	46 698	43 167	548 799	7.87
制造业	115 255	107 342	93 463	75 564	63 007	547 888	11.50
电力、煤气、 供热、供水	230	220	233	225	244	3147	7.75
服务业	621 490	608 194	613 074	588 145	571 935	4 600 001	12.43
总计	785 419	765 582	759 517	711 021	678 777	5 722 615	11.86

资料来源: 东京都历年统计年鉴.

d 香港产业就业结构的变动(%)

年份	GDP 份额		就业份额	
	服务业	制造业	服务业	制造业
1980	67.5	23.7	42.1	45.9
1985	69.6	22.1	54.0	36.1
1990	74.5	17.6	62.7	27.8
1997	85.2	6.5	79.3	9.8

资料来源: Tao Zhigang, Wong, Y C R. Hong Kong: From an Industrialised City to a Centre of Manufacturing-related Services[J]. Urban Studies, 2002, 39(12): 2345-2358.

势，又是大都市空间创新和空间生产的客观现状^[3, 8-10]。创意产业的兴起，符合了当前全球大都市发展模式的转变——从由要素驱动转向由创新驱动；大都市产业结构与大都市发展模式选择、大都市功能及国际竞争力提升、大都市空间结构优化紧密相联，加快大都市产业结构向创意产业升级，形成以创新和创意驱动为特征的大都市产业体系，是促进大都市经济发展方式转变、国际功能提升与空间结构优化的重要途径。大都市良好的产业基础、显著的区位优势、强大的要素配置能力、持续稳定的市场需求、高效与独特的创意环境孕育了创意产业（创意经济），而创意产业（创意经济）在优化大都市产业结构、提升国际竞争力和创新城市功能的同时，也生产着大都市创意空间基质——创意空间（creative space）和创意空间体系——创意节点（creative node）、创意枢纽（creative hub）、创意城市空间（creative urban spatial）、创意都市空间（creative metropolis spatial）、创意都市区域空间（creative urban-region spatial）等，它们是构成创意城市与创意城市体系的基本要素^[11]。大都市产业结构发展到创意产业主导阶段，将会对都市空间结构和大都市区域镇空间组织模式提出新的要求和挑战；由创意产业主导的大都市产业结构必须有相适宜的创意城市体系和创意都市空间组织模式予以协同和支撑，即只有大都市产业升级为创意产业的发展过程与大都市空间功能提升—空间结构优化—空间组织模式最优过程产生协同和耦合，才能促进大都市创意产业和创意都市区的健康、可持续发展。

2 产业区、城市空间的演进与融合

2.1 产业集聚与城市的出现

城市形成的直接原因往往不是经济因素，而是与当时的政治和军事有关；时至今日虽仍有少数军政功能的城市，但

多数城市的形成与发展是与经济或文化因素密切相关的^[12]。可见，早期城市的形成、发展与产业区没有关联。然而，现代城市的形成、发展一般都与“（1）为满足广大农村物资集散和综合服务，（2）为满足区际贸易和交通运输需要，（3）为满足某种专门需要，须达到集聚经济和规模经济门槛”三者之一或以上密切相关，詹姆斯·伯德（James Bird, 1963）曾以三角形表示此三者和城市形成与发展的关联机制^[13]（图2）。图2表明单一的职能只能形成采矿基地、集镇、渡口等，唯有身兼两种及以上职能的才有条件形成高级的聚落，即发展成为城市、都市、大都市、全球城市等。城市是各种生产要素通过企业经济活动和产业空间组织得以集聚而形成的（图3），因此，企业或产业的空间组织（现实世界常以“开发区/高新区、保税区、出口加工区、科技园、产业园等形式出现）在现代城市发展过程中发挥着重要作用，即产业空间是城市空间的主体之一。

2.2 产业区与城市形态的时代演进

从历史进程看，农业经济时代产业区尚未出现，直到19世纪初期手工业作坊出现，才形成了手工业作坊集聚而成的产业区。产业区（Industrial district）是为创造群体竞争优势和聚集规模效应而形成的一种产业空间组织形式，指“地方企业群落”（local clusters of enterprises）或产业集群（industrial clusters）在空间的聚集现象。它通常是基于地理环境、资源禀赋、历史文化所形成，如法国波尔多的葡萄酒业聚集区、瑞士的钟表业聚集区、中国景德镇的陶瓷业聚集区等^[14]。此时的手工业作坊产业区中已存有艾尔弗雷德·马歇尔（Alfred Marshall）所说的“创新的气氛”，初步形成明确的劳动分工。但到了工业化中期的大机器时代和大规模的工业化浪潮中，此种以中小企业为主的产业区逐渐萎缩，而

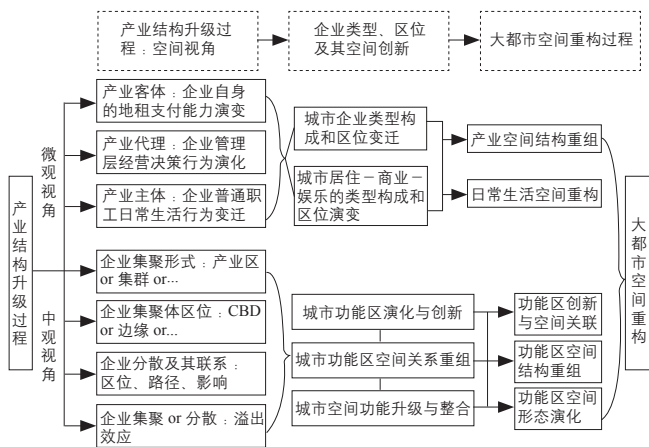


图1 大都市产业升级驱动大都市空间重构
资料来源：作者绘制

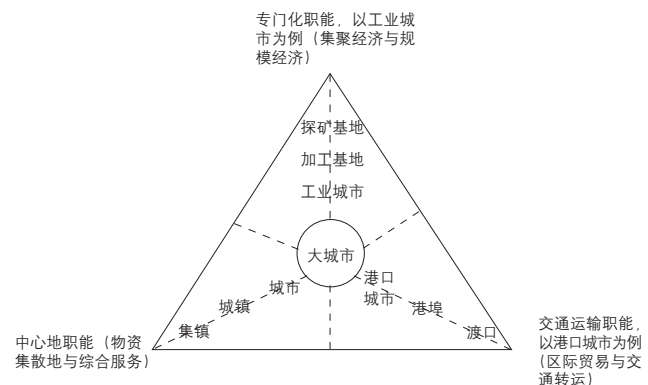


图2 城市形成与发展的区位三角形
资料来源：见参考文献[13]

福特制的以大企业为核心的工业区则开始发展壮大并占据了主流地位，涌现出了以大企业为核心的工业产业区，如美国底特律的汽车制造业、匹兹堡的钢铁工业、英国伯明翰的纺织工业、鲁尔区采矿—炼钢等。在工业化后期的信息与网络时代，为适应经济全球化趋势和日益激烈的竞争，生产方式的弹性专业化、本土化、地方根植性、竞争优势、技术创新系统和地方网络等寻求产业空间的组织变革，随即出现了新兴产业区（new-industrial district）或产业集群（industrial clusters）^[15]。

产业区的产业构成和产业组织方式演化伴随着人类社会生产体系及其社会生产体制变迁而演进，而与此耦合的是伴随城市的形成、城市化、郊区的城市化、逆城市化等城市化推进过程而出现的城市、都市、大都市、城镇密集区/城市群/大都市带等。在这个漫长的“产业—产业空间组织（产业区）—城市规模与形态”耦合演化过程中，产业区在城市内的相对空间位置发生复杂而有规律的空间移动：（1）工业区尤其是制造业产业区沿着“城市中心—城市边缘—城市郊区—城市外部”进行区位选择^[16-22]，（2）服务业产业区尤其是生产性服务业产业区循着“城市中心—城市边缘—城市CBD或亚CBD”予以空间区位决策^[23]。当然产业区的产业类型决定了产业区与城市中心的相对位置，而且产业区的功能与结构演变也决定了城市整体功能与结构，即产业区演化决定了城市功能和城市空间类型及其空间组织模式（图4）。市场经济条件下，产业区的一个普遍基本特征是企业生产活动功能空间和员工日常生活空间的分离，也即城市土地功能分区制（zoning），它反映了以土地收益最大化为原则的价格机制的内在要求，符合城市经济效应最大化的需要。城市内部土地功能分区制尽管充分发挥了土地利用的经济效益，但对城市土地与空间的集约利用、城市能源消耗以及城市居民日常生活带来显著的负面影响^[24]：（1）为实现各功能区间人流、物流的有效连通，需要进行大量的交通基础设施建设而占有大量城市土地，且随着城市快速扩张各功能区间交通基建对土地需求也会随之增长，这有违城市土地集约利用原则和紧凑城市发展目标；（2）分区制的初衷是试图减少工业、商业活动的环境污染对居住用地带来的负外部性，但分

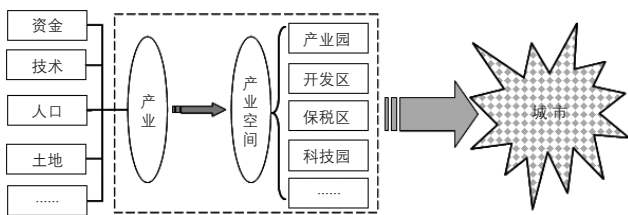


图3 生产要素通过产业或企业空间组织在城市集聚
资料来源：作者绘制

区制却增加了市民出行需求，推动了小汽车在日常通勤中的普及，导致城市交通能源消耗和环境污染显著增加；（3）分区制影响了城市居民日常生活方式，导致职住分离，引起城市弱势群体居住和就业机会等的空间错位，居住空间与就业、消费等日常生活空间的割裂甚至空间障碍，主城老龄化和郊区社区衰败等问题。

2.3 创意产业区的出现与大都市空间重组

产业区不仅是专业化生产、规模和集聚经济的必然产物，更是城市土地利用功能分区制的现实产出。从农业经济时代村庄外围的种植业专业化产业区，发展到后工业经济时代的适应生产的制造业或生产性服务业产业区，不仅助推了城市空间功能分区制，而且也无法避免地带来了诸如城市交通拥挤、城市能源消耗快速增长、居住与日常生活空间割裂、社区衰败等问题，与此同时产业区的产业构成的快速变化引起了产业区对城市空间的新诉求，如互联网和知识经济影响下的城市边界模糊化，城市土地利用混合化，城市内部空间结构趋向网络化与多功能社区化^[25-28]。而创意经济的发展和创意产业区的兴起与演化，将重塑城市经济与文化空间、大都市老城区日常生活空间，同时使大都市创意产业集聚区域逐步形成功能混合，形成集创意阶层生产与生活、基于互联网的虚拟空间、创意阶层交流的社会文化空间于一体的城市创意空间和由各类创意空间构成的创意城市空间^[8, 11, 29-32]，也就是说，创意产业区的演化重构了大都市空间并生长出了创意空间和创意城市空间系统，它们是创意城市的核心与根基。

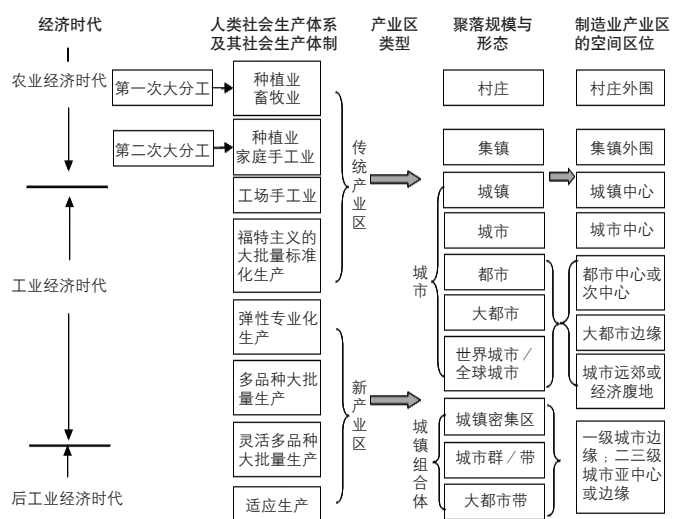


图4 产业区的产业构成、城市类型与产业区相对城市中心空间区位耦合
资料来源：作者绘制

3 创意产业区演化驱动大都市空间重构与创意都市建设

3.1 反思“创意城市假说”

大都市是一个复杂的适应性系统，其重要特征在于它的开放性，开放性的结果是：它与外部环境及系统内各组成要素之间的相互关系，在每个组成要素或系统整体内都可能产生各种有意义的变化，而其中某一个要素或都市的变化对相互关联的所有要素或都将产生影响。通常在适应性系统内相互联系都是通过各种流态（flows）的集聚与扩散形式关联起来的，各种流通过大都市内部结构和大都市间的流的变化达到自组织和自适应的目的。大都市空间结构演变是各种驱动因子共同作用的结果，21世纪以来的全球化—本土化博弈和创意经济在世界主要大都市的兴起与快速发展，成为重组大都市空间结构的新动力之源^[33-36]，以至西方学界直接提出“创意城市”的假说^[37-42]。然而，现有国内外研究要么处于理念与假说探索，要么沉浸在政府主导的创意城市战略营销宣传或城市文化创意产业园规划实践，不仅缺乏从理论的系统性和实践的科学性视角探索“创意、创意产业（创意经济）、创意空间、创意城市”之间的关联机理和各自内涵、构成要素与形成机制^[43-47]，而且仍未能突破西方“创意时代的‘创意经济（创意产业）’或‘创意城市’”研究方法论和技术路线^[3, 11]。创意产业、创意产业（企业）集聚、创意城市三者间存在密切的逻辑关联，大都市创意产业的集聚和创意产业的发展与城市（城市空间）演化之间是否存在必然的逻辑关系，国内外学界尚未进行相关理论假说或检验，更没哪个城市敢向全球宣称自己就是“创意城市”。这不仅源于“创意城市”概念的模糊不清和难以测度，而且现实世界中学术探讨更是存在争议。当然这并不影响联合国教科文组织建设全球创意城市网络（Creative Cities Network）^①，支持和鼓励入选城市间的实践交流和理论发掘，为世界提供创意城市建设经验。但事实上在国内外诸多学者看来这些入选的“创意城市”可能只能代表创意城市的某一侧面，而非理论意义上的完整的创意城市^[1, 49, 50]。

3.2 “创意产业区演化—大都市空间重构—创意都市建设”逻辑勾联

最为重要的是，创意产业区形成、发展和演化需要一定的条件，而它一旦形成将伴随着整个演化过程产生经济—空间—社会效应，也就是说创意产业区演化过程对城市的自然环境与文脉、景观、空间结构与形态，乃至生产关系产生正负面影响，且呈现出集聚效应和扩散效应两种作用模式。创意产业区演化产生的空间效应，将直接重构或塑造城市景观，延续或创造城市文脉，切换或提升城市产业空间，重构或优化城市空间结构与形态，当然也会造成全球城市“无地方性空间”的蔓延，逐渐丧失“地方性”。市场经济条件下的城市空间生产的基本要素是资金（政府资本、商业资本、FID等）、生产者（政府、开发商）、市场和营销（国内市场——市民与境内游客、国际市场——游客与资本家；营销主体仍为开发商）、市场规则（具有“公共产品”特性的社会性与文化性的多元主体博弈规则）及产品（配备了较好的基础设施和社会设施的空间），而创意产业区演化过程中的微观层面的建设项目行为一般由上述要素组成才能顺利实施，而且必然经历资金筹集、产品设计、产品营销和售后服务这一空间生产的基本流程。正是由微观层面的系列建设项目，促使创意产业区演化得以推进，也正是产业区演化过程中的微观层面建设项目活动对城市产业建筑、历史或文化地段、局部空间（CBD/内城产业区/边缘区科技园）、甚至城市整体空间等进行着空间生产。总之，创意产业区演化重构大都市空间的过程就是创意产业在微观层面的一系列项目及其实施的经济—社会文化—空间等的空间生产，且它既有“自组织模式”，又有类似“空间抗争”的它组织模式，正是通过微观层面的系列项目的（经济—社会文化—空间）空间生产，沟通创意产业区的演化和创意都市建设，以促使大都市空间的可持续发展。因此，作为创意产业或创意企业与创意阶层集聚的创意产业区，其微观层面建设项目的城市空间响应（urban spatial response）与空间生产（production of space）沟通了创意产业区演化与大都市空间重构和创意都市建设的目标取向（图5）；其中，创意产业区自身生命周期和大都市空间结构及其外部关系的变化，将影响创意城市建设目标的实现程度，进而影响创意产业的可持续发展、大都市空间结构的合理性与创新发展，乃至创意城市目标的实现等

① 全球创意城市网络是联合国教科文组织于2004年推出的一个项目，旨在通过对成员城市促进当地文化发展的经验进行认可和交流，从而达到在全球化环境下倡导和维护文化多样性（手工业和民间艺术、设计、美食、文学、音乐、媒体艺术、电影7类之都）的目标。被列入全球创意城市网络，意味着对该城市在国际化中保持和发扬自身特色的工作表示承认。成员城市加入时需要得到联合国教科文组织认可，可以自由退出，联合国教科文组织也可以在其失去代表性后建议其退出。截止2010年5月全球共有16个城市（手工业和民间艺术之都：埃及阿斯旺、美国圣塔菲；设计之都：德国柏林、阿根廷布宜诺斯艾利斯、加拿大蒙特利尔、日本名古屋、日本神户、中国深圳、中国上海；美食之都：哥伦比亚波帕扬、中国成都；文学之都：英国爱丁堡、澳大利亚墨尔本、美国艾奥瓦城；音乐之都：意大利博洛尼亚、西班牙塞维利亚、英国格拉斯哥；媒体艺术之都：法国里昂；电影之都：英国布拉德福德）得到其认可。

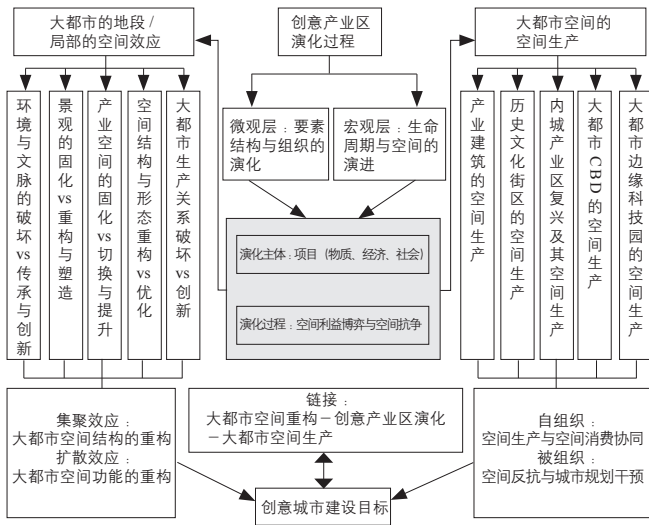


图5 “创意产业区演化—都市空间重构—创意都市建设”勾联
资料来源：马仁锋. 创意产业区演化与都市空间重构机理研究[D]. 上海: 华东师范大学博士学位论文, 2011

重大战略问题, 尚有待通过理论探索和解析予以论证和阐明。

4 结论与讨论

城市发展已经走过了农业城市、工业城市阶段, 目前世界大多数城市处在工业化城市阶段或后工业城市阶段, 当然已经有少数城市进入创意城市阶段。大都市的创意产业发展和创意社区、创意产业园区的快速形成, 必将加速创意城市的建设进程。创意城市的形成与发展, 虽依赖于后工业时代的大都市生产性服务业和信息化、知识化与智能化的都市基础设施和管理系统, 然而当前对“创意城市”理性认识的模糊不清和实践中的“求急求效”建设方式, 必将造成城市发展既无科学根据又缺乏合理的逻辑。因此, 从理论上演绎梳理出自城市产生以来的城市发展观、城市规划观、城市空间观等的演进过程, 并且深入剖析创意经济和创意城市的本质内涵, 凭借对城市空间演进规律和创意城市本质内涵的理性和充分把握, 解构和建构“创意城市、创意城市空间”, 为大都市转型发展、创新发展和创意城市建设奠定坚实的理论基础, 具有重大的现实意义。UPI

参考文献

[1] Evans G. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy[J]. Urban studies, 2009, 46(5&6): 1003-1040.
[2] O'Connor J. The Cultural and Creative Industries: a review of the literature[R/OL]. London: Creative Partnerships, 2007.
[3] 马仁锋, 沈玉芳, 姜炎鹏. 我国创意产业研究的进展与问题: 基于城市与区域发展的视角[J]. 中国区域经济, 2009, 1(3): 31-42.
[4] Flew T. Toward a Cultural Economic Geography of Creative Industries

and Urban Development[J]. The Information Society, 2010, 26(2): 1-7.
[5] 王海文. 服务业地理空间研究进展与文献述评[J]. 地理科学进展, 2010, 29(2): 199-207.
[6] 沈玉芳. 产业结构升级与城镇空间模式协同性研究[M]. 北京: 科学出版社, 2009.
[7] United Nations. The Creative Economy Report 2008[R]. New York: UN, 2009.
[8] Hutton T. The New Economy of the Inner City[M]. London: Routledge, 2008.
[9] Cooke P, Lazzaretti L. Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development[M]. Cheltenham: Edward Elgar, 2008.
[10] 尹宏. 现代城市创意经济发展研究[M]. 北京: 中国经济出版社, 2009, 48.
[11] 马仁锋, 沈玉芳. 中国创意产业区理论研究的进展与问题[J]. 世界地理研究, 2010, 19(2): 91-101.
[12] 许学强, 周一星, 宁越敏. 城市地理学[M]. 北京: 高等教育出版社, 1997, 9.
[13] Bird J. The Major Seaports of the United Kingdom[M]. London: The Hutchinson Press, 1963.
[14] 周维群. 新产业区演进的经济分析[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004, 294-299.
[15] 苗长虹. “产业区”研究的主要学派与整合框架[J]. 人文地理, 2006(6): 97-103.
[16] 杨万钟. 经济地理学导论(1版)[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 1982.
[17] 魏心镇, 王缉慈. 新的产业空间: 高技术产业开发区发展与布局[M]. 北京: 北京大学出版社, 1993.
[18] 杨吾扬, 梁进社. 高等经济地理学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2000, 285.
[19] 王兴平. 中国城市新产业空间[M]. 北京: 科学出版社, 2005.
[20] 陈雯, 向俊波, 汪劲松. 二级城市新经济[M]. 上海: 同济大学出版社, 2006.
[21] Malmborg A. Industrial Geography: Agglomeration and Local Milieu[J]. Progress in Human Geography, 1996, 20(3): 392-403.
[22] Fujita M, Krugman P, Venables A J. The Spatial Economy[M]. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1999.
[23] 申玉铭, 吴康, 任旺兵. 国内外生产性服务业空间集聚的研究进展[J]. 地理研究, 2009, 28(6): 1494-1507.
[24] 柴彦威, 张艳. 应对全球气候变化 重新审视中国城市单位社区[J]. 国际城市规划, 2010, 25(1): 20-24.
[25] 孙世界, 刘博敏. 信息化城市: 信息技术发展与城市空间结构的互动[M]. 天津: 天津大学出版社, 2007.
[26] 郭力君. 知识经济时代的城市空间结构研究[M]. 天津: 天津大学出版社, 2008.
[27] 吕拉昌. 中国大都市的空间创新[M]. 北京: 科学出版社, 2009.
[28] 沈丽珍. 流动空间[M]. 南京: 东南大学出版社, 2010.
[29] Landry C. The Creative City: A toolkit for urban innovators[M]. London: Earthscan, 2000.
[30] Scott A. Social Economy of the Metropolis[M]. Oxford: Oxford University Press, 2008.
[31] 孙萌. 后工业时代城市空间的生产[J]. 国际城市规划, 2009, 24(6): 60-65.
[32] 汪毅, 徐昀, 朱喜钢. 南京创意产业集聚区分布特征及空间效应研究[J]. 热带地理, 2010, 30(1): 79-85.
[33] Montgomery J. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration Part1[J]. Planning, Practices Research, 2003, 18(4): 293-306.
[34] Montgomery J. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part2[J]. Planning, Practic Research, 2004, 19(1): 3-31.
[35] Hans M. Cultural Clusters and the Post-industrial City[J]. Urban Studies, 2004, 41(3): 507-532.
[36] 刘云, 王德. 基于创意产业园区的创意城市空间构建[J]. 国际城市规

- 划, 2009, 24(1): 72-78.
- [37] Landry C, Bianchini F. The Creative City[M]. London: Comedia, 1995.
- [38] Hospers G. Creative Cities: Breeding Places in the Knowledge Economy[J]. Knowledge Technology&Policy, 2003(3).
- [39] Gertler M. Creative Cities: what are they for, how do they work, and how do we build them?[R/OL]. CPRN No. 31348, 2004.
- [40] Richard F. Cities and the Creative Class[M]. NewYork: Rouledge, 2005.
- [41] Scott A. Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions [R]. 北京: 第五届产业集群与区域发展国际学术会议, 2006.
- [42] 塩沢由典, 小長谷一之. 造都市への戦略[M]. 京都: 晃洋書房, 2007.
- [43] Hutton T. Spatiality, Built Form, and Creative Industry Development in the Inner City[J]. Environment and planning A, 2006, 38: 1819-1841.
- [44] Krueger R, Buckingham S. Creative-city Scripts, Economic Development, and Sustainability[J]. The geographical review, 2009, 99(1): 3-12.
- [45] Baum S, O'Connor K, Yigitcanlar T. The Implications of Creative Industries for Regional Outcomes[J]. IJFIP, 2009, 5(1-3): 44 -64.
- [46] Jarvis D, Lambie H, Berkeley N. Creative Industries and Urban Regeneration[J]. Journal of urban regeneration and renewal, 2009, 2(4): 364-374.
- [47] Ponzini D, Rossi U. Becoming a Creative City[J]. Urban studies, 2010(1): 1-2.
- [48] Banks M, O'Connor J. After the Creative Industries[J]. International Journal of Cultural Policy, 2009, 15(4): 365-373.
- [49] 郑晓东. 创意城市的路径选择 [D]. 上海社会科学院政治经济学博士学位论文, 2008.
- [50] 马仁锋. 城市观嬗变与创意城市空间构建 [J]. 城市规划学刊, 2010 (6): 109-118.