权力、资本与空间：历史街区改造背景下的城市消费空间生产——以成都远洋太古里为例

Power, Capital and Space—Production of Urban Consumption Space Based on the Transformation of Historical Street Area: A Case Study of Sino-Ocean Taikoo Li in Chengdu

刘彬 陈忠暖

Liu Bin, Chen Zhongnuan

摘要：随着消费主义和消费文化在城市的兴起，各种消费空间在城市中扩张，将历史空间打造成全新的消费空间成为很多大都市进行空间生产的重要手段。基于这一背景，以成都远洋太古里为例，运用新马克思主义城市相关理论，对基于历史文化街区改造而成的城市新型消费空间进行政治经济学分析。认为在城市新型消费空间的生产过程中，政府主要通过行政权力对制度空间进行规训，而开发商主要通过资本对物质与经济空间进行打造和控制，城市新型消费空间的生产由权力与资本共同作用下完成的；在此基础上，对此类空间的生产模式进行批判性反思，如空间打造和使用过程中存在本土文化的表面化、空间的排他性以及缺乏公众参与等问题。

Abstract: With the rise of consumerism and consumption culture, a variety of consumption spaces are expanding in cities, and making a historical block into a new type of consumption space has become an important means for the production of space in many metropolis. According to this background, this essay takes Sino-Ocean Taikoo Li in Chengdu as an example. Using the Neo-Marxism urban theory, a political economy approach is made to analyze the new consumption space transformed from historical block. It shows that in the production process of the new urban consumption space, the government disciplines the political space mainly through the use of administrative power, while the developers build and control the physical and economic space mainly by capital. In the end, the production of new urban consumption space is completed by the common action of administrative power and capital. Based on the above analysis, a critical reflection on the paradigm of production in this kind of space is made. In the process of creating and using the space, a few problems should be paid attention to, such as the superficializing of local culture, the exclusiveness of space, and the lack of public participation.

关键词：历史文化街区；消费空间；空间生产；远洋太古里

Keywords: Historical Block; Consumption Space; Production of Space; Sino-Ocean Taikoo Li

国家自然科学基金项目“城市流动与空间格局：城市轨道交通演变与商业空间的重构——广州为例”（41171141）

作者：刘彬（通信作者），四川大学旅游学院博士研究生，广东财经大学地理与旅游学院讲师。bin_liu2008@163.com
陈忠暖，博士，华南师范大学地理科学学院，教授。chenzhn@scnu.edu.cn

引言

经济全球化加速了城市由生产空间向消费空间的转型，以大众消费和符号消费为主要特征的消费文化日渐成为主流文化形态，一个充满商品、符号和消费的社会已成为许多城市发展的现实背景^[1]。当前，中国正经历着一场影响深远的消费革命，消费主义和消费文化的兴起又深刻影响了城市的空间形态，各种消费空间在城市中扩张，消费空间的生产与再生产自然也成为城市空间生产的一个重要环节^[2]。

另一方面，转型期特殊的制度环境也使中国城市化进程中表现出新城区建设和旧城区更新相交织的城市空间形态；快速城市化直接催生了旺盛的用地需求，而许多旧城区出现了人口过度密集、用地竞争、交通拥挤、人居环境恶化等问题，迫切需要进行更新改造^[3]。在消费空间“文化转向”的影响下，将传统的历史空间形塑成全新消费空间成为城市空间生产的重要手段。早在1960年代，一种由历史空间改造而成的全新消费空间形态在欧美国家出现并快速发展，如纽约的苏荷区、旧金山渔人码头的复兴以及伦敦道克兰地区的再生等，使得曾经面临衰败的历史空间变成代表前卫的商业消费空间^[4]。而在当前中国城市化进程中，传统的历史街区也在政府和开发商的投资建设下，被塑造成令人目眩的融地方传统与时尚消费于一体的全球地方化景观，这种基于历史街区的新型消费空间生产模式，已经成为一种强有力的消费空间生产模式并在全国范围内盛行；诸如上海新天地、南京1912、宁波老外滩等一系列历史风貌区在中国的许多城市中不断涌现^[5]。此类空间不仅为消费活动的开展提供了物理场所，其特有的历史文化积淀和特色建筑、空间符号也成为被消费的对象^[6]。

基于以上背景,本文选取位于成都大慈寺历史文化片区的远洋太古里购物中心作为研究案例,探讨在全球化与消费文化盛行的背景下,历史文化街区如何被塑造成为城市新型消费空间以及这种被塑造的空间背后的主导力量和生产机制。

1 城市消费文化转向与城市消费空间研究

城市空间是城市地理学研究的核心问题之一,自1960年代起,西方城市由工业生产转向消费,城市消费文化深刻影响了城市空间的生产,城市消费空间成为城市空间研究的重点^[7]。西方早期的城市消费空间研究强调城市实体空间,重视城市消费空间的空间分布及其影响因素,由此催生了基于地理学视角对消费空间等级结构和区位选择的相关研究^[8]。柏瑞在考虑消费者行为、地价、交通可达性等因素影响下提出三级商业活动理论^[9];以莱斯顿为代表的行为学派主要探讨消费者的行为、认知感受对消费空间的影响^[10]。随着商业空间模式走向动态化分析,关注消费空间的场所特征与文化景观,以及消费体验和消费情景感知的研究也逐渐增多^[11]。

20世纪六七十年代,随着以福柯、列斐伏尔等人为代表的新马克思主义学派的兴起,新城市地理学的出现意义重大的“空间转向”,与社会问题相结合成为空间研究的新思路,越来越多的西方学者开始关注消费空间生产过程中蕴藏的复杂的社会关系与利益博弈^[12]。乌伊萨尔以土耳其的苏鲁库勒地区罗马社区更新中商业项目所引发的城市社会运动为例,分析了在项目更新过程中,更新主体与当地社区居民之间的对抗与协商^[13]。道赛特分别以荷兰鹿特丹的某个商业项目和英国格拉斯哥港项目为例,论述了政府主导和开发商主导的城市商业文化空间生产在生产目标、任务和愿景等方面存在的显著差异,这种差异也导致空间生产过程中会遭遇不同的民众阻力^[14]。总之,西方学者对消费空间的研究从最初的地理学扩展到了社会学、文化符号学等领域,特别是新马克思主义的发展,为城市消费空间研究提供了新的研究视角和理论范式。

国内有关城市消费空间的研究伴随着中国城市的消费转型而逐步兴起,在吸收和借鉴西方理论的基础上对中国的城市消费空间进行分析^[15]。从现有的研究来看,国内关于城市消费空间的研究主要集中在三个方面:消费空间的特征与发展趋势^[16,17]、消费空间的建构过程与机制^[18,19],以及消费文化作用下的城市空间演变^[20,21]。值得一提的是,国内学者尤其注重在全球化背景下探讨中国城市消费空间独特的建构过程,中国城市中的星巴克、酒吧以及近现代风貌型消费空间成为诸多学者关注的焦点^[22,25]。

总之,从已有的研究来看,国内学者在城市消费空间研

究领域已取得一定成果;但对基于历史街区改建而成的全新消费空间的关注较少,对此类空间的内在生产机制的研究也相对欠缺。基于此,本文从权力和资本两个角度,分析此类空间生产的内在机制与背后逻辑,并在此基础上提出相应的批判性反思。

2 研究案例概况

成都远洋太古里大型购物中心位于成都最繁华的春熙商业圈,是由太古地产与远洋地产两大地产巨头联合打造的一座开放式、低密度的街区购物中心,总占地面积约为70 800 m²,于2014起分阶段开业,经过近两年的开业运营,逐渐成为成都市中心的商业文化地标,并日益成为城市商业空间的典范^[26]。从区位上看,远洋太古里位于成都最为繁华的春熙商圈;同时,远洋太古里也处于大慈寺历史文化保护区的核心保护区域,与大慈寺仅一墙之隔。作为一处基于历史文化街区改造而成的全新城市商业空间,远洋太古里的改造与开发过程具有很强的全球地方化特征;这种将地方性元素与全球化元素相整合的消费空间,已经成为当前城市消费空间塑造的一种全新的方式,而这种空间生产的背后有着深刻的权力与资本作用的烙印。本文在厘清远洋太古里空间生产脉络的基础之上,从权力与资本两个角度分析历史街区改造背景下的消费空间生产的背后机制及其内在逻辑。

3 权力与资本主导下远洋太古里的空间生产及其内在逻辑

列斐伏尔运用马克思主义唯物辩证法和历史—地理唯物的观点来解释现代资本主义的生产和发展,提出了以“空间是产物和生产过程”为核心观点的“空间生产”理论,该理论的核心观点是构建了一个三元一体的空间生产过程理论框架,即空间实践、空间表征以及表征空间。其中,空间实践指外部的、物质的环境,包括了社会中的生产与再生产,以及其空间区位与配置组合^[27]。下文试图从权力和资本两个角度来分析政府和开发商在远洋太古里进行的空间实践以及两者的内在逻辑。

3.1 权力的规训:政府主导的制度空间实践

地方政府作为权力的拥有者和执行者,其对空间的实践主要是通过土地制度、规划文件来界定空间改造的方向,并调控资本的参与过程,以实现其权力的规训^①。政府主导的城市规划中对传统历史文化街区的定位直接影响空间的改造和开发策略;而规划对城市空间容量和建筑形态的控制则影

①“规训”一词来源于福柯的《规训与惩罚》,原指权力干预肉体的训练和监视手段,此处意为政府权力对空间进行的监管与控制。

响消费空间的外部形态。

地方政府正式介入大慈寺片区的空间生产始于1980年代，1981年成都市人民政府公布大慈寺周围80 m内为文物保护单位^[28]。1998年成都市规划设计研究院制定了《成都大慈寺历史文化保护区规划》，规划面积9.8 hm²。而政府对大慈寺的改造肇始于2002年成都市启动的最大低洼棚户区改造，由于大慈寺周边很多房屋年代久远，出现建筑老化、基础设施陈旧等状况，一度成为城市中心低收入者租赁用于居住和小本经营的聚集地，与毗邻的春熙路极不协调，因此，成都市建办计划拿出13亿元对除大慈寺及部分建筑之外，其余258.55亩建筑全部拆迁^[29]。2003年9月，成都市规划编制《成都市春熙路—大慈寺片区城市设计及历史街区保护整治规划》，提出将大慈寺片区打造为本土传统历史文化艺术商业聚集区，包括国际化、综合性现代休闲购物集群街区；原生、原真、原创的文化、旅游商业集群街区；具有强烈现代感和本土特色的城市中心商业区和风景展示区。2005年成都市出台的《大慈寺核心保护区规划》中确定修复现有古建筑，并新建具有明清建筑风格的低层建筑群，其中《成都大慈寺片区控制性详细规划》对片区建筑明确提出要求：“民国和清代风貌，限高12 m”。2008年，大慈寺片区改造一期工程结束；2009年5月，二期工程的改造拆迁工作启动。根据总体规划，将建成以大慈寺为中心，融合佛教文化、川西建筑文化、民俗文化和新商业文化的“寺市合一”新街区^[28]。2010年底，由远洋地产和太古地产各持股50%成立的乾林中国，以20亿元购入大慈寺地区的一幅土地，获得该片区土地的使用和开发权，计划开发为综合性项目，这标志着大慈寺街区的改造和建设从前期的权力主导转向资本主导。2011年3月，之前新建的大慈寺街区仿古建筑被连夜拆除，这些仿古建筑自2008年一期公布结束以来从未使用过。而官方给出的理由是“更新方案没有达到预想的要求”。

建出来的感觉跟政府对这个片区发展预想的要求，和这个片区自身发展的客观要求相比，还达不到这些要求和效果。当时在建设过程中，政府在推进过程中也感觉到，仅由政府为主体为主角，单一运作，政府各方面的资源很难实现最大价值：历史文化和商业发展的有机融合。我们觉得推向市场，政府把握总体规划要求，由市场来做，更为合适。这个模式，这个思维方式产生了以后，就没有再进行新的建设。

——成都锦江区危旧房改造中心副主任文劲^[30]

大慈寺历史文化片区从2002年被纳入政府的改造范围，由政府主导的空间实践主要是通过一系列的规划文件来实现对原有历史空间的规训与改造（表1），然而由于对城市更新的价值取向缺乏正确的判断，导致规划和改造建设出现严重失误，致使政府主导下的大慈寺历史文化片区出现“拆

除—重建—拆除”的荒诞历程，而这一失误也折射出转型期我国城市发展中以单一权力为主导的空间改造与建设面临的困境，项目的失败也使得政府认识到让市场资本介入城市空间生产的必要性与重要性。

3.2 资本的控制：开发商主导的经济空间实践

由政府单一主导的空间实践的失败使得作为城市管理者的地方政府退居二线，将土地交由开发商进行开发和使用，但在此过程中政府依然扮演着重要的角色，对项目的整体风格、历史建筑的保护以及融资政策仍产生重要影响。2011年4月，太古地产与远洋地产决定投资59亿元联合开发大慈寺文化商业综合体，且将项目的名称定为成都远洋太古里；这也意味着2002—2010年期间以政府主导的历史文化街区生产实践转向以开发商为主导的新型商业文化空间的生产。开发商为主体的资本对空间的作用既包括对物质空间的设计与打造，也包括其对内部经济空间的控制。

3.2.1 物质空间的设计与营造：被嵌入在空间中的本土文化符号

物质空间的设计与建造是资本介入空间生产的第一步，虽然政府在对外在的建筑风貌有一定的规定，但作为资本代表的开发商依然有很大的设计和表现空间。远洋太古里的空间设计主要由香港知名的设计公司欧华尔顾问有限公司（The Oval Partnership）完成，由于项目本身处于历史文化氛围浓郁的大慈寺片区，在对街区进行设计和建造过程中，尤其注重对于地方文化符号的运用。

首先，从项目的名称“远洋太古里”来看，其中“里”

表1 大慈寺片区在政府历次规划文件中的定位

年份	规划名称	规划定位
2003	《成都市春熙路—大慈寺片区城市设计及历史街区保护整治规划》	将大慈寺打造为本土传统步行文化艺术商业集聚区
2005	《成都大慈寺片区控制性详细规划》	再现宗教与市井生活的完整。再现大慈寺及其周边地区唯一集中了宗教寺院和传统“里坊制”市井居住形态的重要历史文化街区
2009	《大慈寺核心保护区规划》	建成以大慈寺为中心，融合佛教文化、川西建筑文化、民俗文化和新商业文化的“寺市合一”新街区，并与春熙路、红星路融为一体，共同构成成都市中央商务区核心
2012	《成都市文化产业发展“十二五”规划》	依托大慈寺片区宗教历史文化资源，引导社会力量投资打造集商业、酒店、服务式公寓为一体的文化商业综合体项目，形成集观光、体验、休闲、购物为一体的文化旅游聚集区
2015	《成都建设具有国际影响力购物天堂行动计划》	用5年时间建成“春熙路—大慈寺—水井坊—合江亭”国家5A级旅游景区、建成百亿级锦江国际新城商圈

在我国城市发展史中,代表着小街小巷;而在远洋太古里的语境中,“里”不仅意味着一种独特的低密度、开放式购物街区的理念,同时也传达出项目试图沿袭中国古老街巷制理念,以重现传统街巷文化与市井生活。

其次,从物质空间的设计和打造来看,不管内部的建筑样式还是景观小品都充分运用了中西方的文化元素。从建筑上来看,内部建筑采用以两层为主、局部三层的退台策略,同时采用了川西风格的青瓦坡屋顶和格栅配以大面积落地玻璃幕墙的设计手法,形成现代中式的建筑风格,使得每座独栋建筑兼具了传统与现代的特征。从内部的景观小品来看,远洋太古里既保留了历史悠久的字库塔以突显该空间的历史韵味,同时在街区各处放置了国内外知名艺术家创作的21件艺术品,这些作品都富有很强的后现代主义意味,从而营造出一种兼具中西风格的空间环境。

事实上,在全球化的语境中,中国城市空间的变迁中复杂地交织着全球化与本土化的各种因素,历史资源与地域知识往往在重建过程中结合在一起^[31]。尤其是在基于历史街区打造新型商业消费空间的过程中,地方文化成为一种非常重要的动力,且在此类消费空间的生产中,文化蜕变为一个个可视的符号,成为一种积极创造需求的媒介。在这种空间生产中,地方文化已经超越了其自身的意义和真实性,诸如建筑、雕塑等特定的文化载体表征了空间的文化性,空间也同时塑造了新的文化,文化成为一次传统的再发明。

3.2.2 经济空间的打造与控制:主导空间生产的全球消费文化

如果说从物质空间的设计与营造上看,远洋太古里的空间兼具本土与全球特征;那么,在这种物质空间之下进行的商业经济活动就带有很强的全球消费文化的意味。从远洋太古里的内部经营业态来看,其业态定位为引领时代潮流的国际一流品牌旗舰店。远洋太古里商业街区共有约300个品牌,以零售业为主,约占店面总数的66%,主要汇集了古驰、卡地亚等国际一线奢侈品牌。餐饮占比约为20%,引入了兼有料理售卖区的无印良品“世界旗舰店”、中国第三家星巴克金质服务标准的“黑围裙”咖啡大师店铺,以及米其林星级餐厅正斗、鼎泰丰等品牌。生活休闲娱乐约占10%,主要包括负一层的方所、百丽宫影城等首次进入成都的品牌。为保证远洋太古里商业街区的内部统一性,开发商对入驻商家的选择有特定的策略和门槛,将没有能力、不够格的商家排挤在外,形成商业新贵顶级品牌齐聚的局面,而这种筛选机制实际上也是一种资本对空间的操控。

此外,开发商联合进驻商家在远洋太古里不定期举办各种主题活动,主要以艺术展演、时尚购物为主。一方面通过活动提升知名度;另一方面也尝试借活动来丰富远洋太古里

街区的文化,为消费者营造一种更加多元浪漫的空间氛围。总之,开发商通过精心设计和营造物质空间,将全球化的消费主义文化引入经济空间的打造之中,并最终将大慈寺历史文化街区纳入了资本的全球化生产,且这种两个中外开发商强强联合的方式也开创了资本的新的运作模式,通过内部明确分工来实现资本的最优化——境外的太古地产主要负责资金和商业地产管理,而国内的远洋地产负责市场定位、土地获取及工程施工等项目开发。事实上,在全球化的作用下,中国城市的发展日益融入全球城市体系的构建和发展进程,扩大了包括消费主义在内的西方文化在全球范围的传播;而对空间的征服与整合,已经成了消费主义赖以维持的主要手段,消费主义的逻辑正逐渐成为资本运用空间的逻辑^[32]。

3.3 合谋的城市:远洋太古里空间生产的内在逻辑

列斐伏尔指出,“空间”成为资本主义剩余价值创造的中介和手段,城市空间是统治阶级实施社会统治和权力运作的工具,既是利益角逐的场所,又是利益角逐的产物——空间本身就是生产的直接对象^[33]。全球化时期的生产方式从根本上决定了资本和权力是城市空间生产和演化的主要动力。

3.3.1 政府的企业化:空间生产背后的权力逻辑

在中国城市转型期,与西方国家政府进行的“企业化管治”不同,中国的地方政府更倾向于将行政资源直接移植到新的城市竞争体系中,表现出强烈的“政府企业化”特征,企业化的地方政府滋生了获取城市发展的利益冲动,而土地是地方政府直接垄断并能有效支配的重要资源^[34];另一方面,土地的有偿使用和出让制度使得区位较好的历史街区具有较大的土地价值,这使得日渐式微的历史街区成为地方政府热衷且主动更新和改造的区域,甚至不惜通过“大拆大建”的方式来换取土地的升值空间。并且,在此类街区的改造建设中政府主要通过一系列规划文件对空间的整体性质与外部形态进行制度规训,从而表现出政府主导、逐利色彩浓厚的特征。

此外,在中国快速城市化的进程中,城市的空间肌理也发生了重大变迁,原有的历史文化空间遭受较大破坏,很多历史文化街区在现代高楼大厦的挤压之下奄奄一息,“千城一面”被越来越多的人诟病。在这种背景之下,作为城市经营者的政府希望利用历史街区改造推动城市发展,提升空间品质,尝试借助地方文化的再造来完成一次城市的“有机更新”,并将历史空间升级为城市历史文化展示的舞台,甚至是城市文化地标。这种以文化的经济价值为导向的城市更新策略层出不穷,很多废弃的工业遗产地和没落的旧城街道在政府的大力推动和资本的作用下完成了空间的蜕变。

3.3.2 资本的城市化：空间生产背后的资本逻辑

大卫·哈维基于列斐伏尔的空间生产理论，提出“资本的城市化”理论，认为城市建构环境的生产和创建实质上是资本控制和作用的结果^[35]。他进一步提出资本主义城市空间中资本的三重循环理论。哈维把马克思所讲的一般生产资料和生产资料的消费投入称为资本的第一重循环^[36]。在资本的第一循环中存在着一种内在矛盾，那就是资本过度积累所形成的过度积累危机。为了重启循环，资本转向对城市建成环境的投入，包括生产性和消费性物质空间的投入，此为资本的第二重循环。资本的第三重循环是资本向社会性花费的投入^[37]。大卫·哈维的资本三重循环理论揭示了资本的当代运转方式。在资本的运动过程中，它总是试图创造出与自己的生产方式和生产关系相适应的空间，所以资本对于城市空间的塑造成为其实现循环的重要一环；空间成为资本的转化形式，空间被纳入资本主义的生产模式之中。对于开发商而言，这种空间生产的背后驱动力归根到底就是资本在全球范围进行扩展和积累以实现资本循环和增值的需要；当资本随着消费社会的到来被一起整合进消费主义的逻辑之中，资本就会对空间进行重新塑造与生产。资本在远洋太古里项目的打造中，不管是对物质空间的设计还是对内部经济空间的打造，其背后的内在驱动力始终都是满足资本逐利的需要。

总之，从大慈寺历史文化保护区的设定到权力和资本主导的历史文化街区的开发，这一过程是典型的城市空间生产过程，而这一过程也是政府权力与资本合谋，将本土文化与全球消费文化全方位渗透空间的结果。企业化的政府的“经营城市”的方略与加快资本循环的开发商形成一致的需求耦合，政府需要开发商的资金和先期进入空间打造环节，开发商需要政府的宣传和政策支持，两者结成政府—开发商“城市增长联盟”^[38]，地方政府与开发商的合作，客观上也加快了中国城市空间发展、演化的进程。

4 总结

从城市空间演变的历程来看，空间本身是在长期的历史演变中自然生长的过程，然而在快速城市化的进程中，中国的城市空间的巨变有着深刻的政治和资本背景。基于这一背景，本文尝试从权力和资本的角度，探索历史文化空间转换为新型消费空间的内在机制。研究发现，作为城市经营与管理者的地方政府，更多地依靠自身权力对空间进行作用，形成一种制度空间实践，其背后的内在驱动力是满足城市经营和土地收益的需要。另一方面，拥有雄厚实力的开发商主要通过资本对物质空间进行设计与建造，并通过各种手段对经济空间进行打造和控制。最终，在权力与资本的合力之下完成城市新型消费空间的生产（图1）。

5 对城市消费空间生产的反思

成都远洋太古里的空间改造并非个案，在当前中国城市化深入发展的背景之下，将历史文化街区改造成融传统与现代的时尚消费场所已成为城市消费空间转型的重要特征之一，成都远洋太古里也有着很浓重的“新天地系列”的影子。事实上，城市消费空间的生产逐渐突破了时空的约束，带有地方传统与文化的历史街区形塑为富有“异托邦”性质的“第三空间”正成为城市中一种强有力的空间，形成独具特色的城市空间景象。当然，这种空间在政府和开发商的语境中是传统与现代完美契合的成功商业典范；然而，这种“成功的空间生产”的背后，依旧存在一些值得反思的问题。

第一，本土历史文化的表面化。基于历史街区的消费空间生产，只是一味利用本土文化的外壳对消费的实质进行包装，其本质还是对商业利益的追求，是一种资本的空间再生产过程，其高明之处在于将历史文化街区这一纯粹的物质空间赋予了特定的文化内涵，并以此作为商业消费的卖点符号，即文化只是外壳，而消费的本质没有变。事实上，在此类空间的营造过程中，具有地域特色的历史文化元素，往往沦为创建全球化消费空间和氛围的辅助材料，原本完整的地域文化和社会空间被片段化截取，嫁接到新的空间载体中，使得本地文化和传统社会空间被消费主义所占据，曾经丰富多元的生活方式和生存状态被商业活动和消费行为所取代。消费主义的逻辑不仅成为社会运用空间的逻辑，而且也成为主导日常生活的文化逻辑^[39]。事实上，在全球消费主义文化的裹挟之下，地方原有的日常生活空间被全新的消费空间所取代，正如处于远洋太古里中心区域的大慈寺，在现代消费文化的挤压之下奄奄一息，传统的宗教信仰空间被淹没在欲望横流的商业消费空间之中。

图1 政府与开发商作用下的空间生产机制

第二,塑造的空间具有很强的排他性。基于历史文化空间的消费空间再造,成功地推动了城市消费空间的重构,然而它通过划分和吸引特定消费群体,加剧了社会的不平等和文化层的断裂,违背了空间正义。从本质上看,这种全新的城市消费空间塑造迎合了城市精英阶层的消费需求,并将之成功地演绎为城市整体社会文化的追求。通过这种消费空间的塑造,不仅在物质形态上直接推动了旧城区的改造和贫困人口的外迁,而且通过特定地区的空间再生产,重新塑造了一个被置换的社会空间,并以马赛克的方式将它镶嵌在城市原有的空间肌理中。虽然在开发商和政府的语境中,全新打造的消费空间是开放式的,但实际上,内部统一的高端奢侈的品牌商店,让普通消费者望而却步。消费空间的公共性被进一步私有化,而这种空间隐喻实际上也是空间绅士化的过程,其后果就是一些属于“公共资源”和应为大众免费服务的空间被私营化和商业化。

第三,地方民众在城市消费空间规划建设中缺乏话语权,缺乏与地方的互动。当前,在中国的城市规划建设中,由于公众参与刚刚起步,大众对空间和建筑的知识较少;因此地方民众和消费者在空间的规划建设中缺乏应有的话语权,更多地成为空间的被动消费者^[40]。城市空间的生产与塑造更多是由地方政府、开发商及当地媒体组成的“增长的联盟”来完成,拥有雄厚资金的开发商通过与政府、设计师、媒体等结盟,强化空间符号的运作与生产,不断扩大消费需求并制造持续更替的商品时尚;而消费者容易被规训成空间符号的“解码者”,其消费的过程更易忽视空间的使用价值和自身真实的消费需求,最终陷入开发商的圈套之中,进而加剧了当代大众消费的异化。

总之,在快速城市化的进程中,将传统的历史文化街区打造成城市新型消费空间或许是一条复兴老街区的路子;然而,如何处理本土文化与外来消费文化,如何让新型的消费空间更加体现公平和正义,如何提升公众在城市空间规划建设中的参与度,这些问题在城市规划与建设的过程中都应该更多地思考。UPL

注:文中图表均为作者绘制。

参考文献

- [1] 季松.空间的消费:消费文化视野下的城市发展新图景[M].南京:东南大学出版社,2012:26.
- [2] 季松.消费时代城市空间的生产与消费[J].城市规划,2010,34(7):17-22.
- [3] 赵丹,张京祥.消费空间与城市发展的耦合互动关系研究——以南京市德基广场为例[J].国际城市规划,2012,30(3):53-58.
- [4] 王欣.伦敦道克兰城市更新实践[J].城市问题,2004(5):72-75.
- [5] 李翔宇,梅洪元.消费文化视角下的城市商业空间建构[J].华中建筑,2010(2):182-185.
- [6] 包亚明.后现代性和地理学的政治[M].上海:上海教育出版社,2001:60.
- [7] 顾朝林.转型发展未来城市的思考[J].城市规划,2011,35(11):23-34.
- [8] 刘润.资本、权力与地方:成都市文化空间生产研究[D].兰州大学,2015:32.
- [9] BERRY B J L, GARRISON W. Recent development of central place theory[J]. Papers in Regional Science, 1958, 4(1): 107-120.
- [10] RUSHTON G. Analysis of spatial behavior by revealed space preference[J]. Annals of the Association of American Geographers, 1969, 59: 291-400.
- [11] 杨璞.20年代以来西方国家商业空间学理论研究进展[J].热带地理,2000,20(1):62-66.
- [12] ZYGUNT B. Legislators and interpreters: on modernity[M]. Postmodernity and Intellectuals, Cambridge: Polity, 1987: 24-32.
- [13] UYSAL U E. An urban social movement challenging urban regeneration: the case of Sulukule, Istanbul[J]. Cities, 2012, 29(1): 12-22.
- [14] DOUCET B. Variations of the entrepreneurial city: goals, roles and visions in Rotterdam's Kop van Zuid and Glasgow Harbour Megaprojects[J]. International Journal of Urban and Regional Research, 2013, 37(6): 2035-2051.
- [15] 包亚明.消费文化与城市空间的生产[J].学术月刊,2006(5):11-13,16.
- [16] 季松.消费社会时空观视角下的城市空间发展特征[J].城市规划,2011(7):36-42.
- [17] 陈映芳.都市大开发——空间生产的政治经济学[M].上海:上海古籍出版社,2009,488-508.
- [18] 张艳华,卫明.“体验经济”与历史街区(建筑)再利用[J].城市规划汇刊,2002(3):72-74,80.
- [19] 黄惠康.解读星巴克消费现象[J].城市观察,2010(1):180-187.
- [20] 武前波,黄杉,崔万珍.零售业态演变视角下的城市消费空间发展趋势[J].现代城市研究,2013(5):114-120.
- [21] 牟宇峰,孙伟,吴加伟.南京商业中心演化与布局研究[J].世界地理,2014(2):112-122.
- [22] 林耿,王炼辉.全球化背景下酒吧的地方性与空间性——以广州为例[J].地理科学,2011(7):794-801.
- [23] 邓化媛,张京祥.消费文化转向下的近代历史风貌区更新改造再解读[C]//中国城市规划学会.生态文明视角下的城乡规划——2008中国城市规划年会论文集.北京:中国城市规划学会,2008.
- [24] 张京祥,邓化媛.解读城市近现代风貌型消费空间的塑造——基于空间生产理论的分析视角[J].国际城市规划,2009(1):43-47.
- [25] 吴晓庆,张京祥.从新天地到老东门——城市更新中历史文化价值的异化与回归[J].现代城市研究,2015(3):86-92.
- [26] 郝琳.面向永续都市的实践——成都远洋太古里的设计[EB/OL].谷德设计网.(2015-05-10)[2017-07-26].http://www.gooood.hk/sino-ocean-taikoo-li-chengdu.htm.
- [27] 殷洁,罗小龙.资本、权力与空间:“空间的生产”解析[J].人文地理,2012,27(2):11-16.
- [28] 金秋平.成都大慈寺片区更新中传统民居群体空间营造的传承与创新[J].建筑设计管理,2015(7):51-54.
- [29] 陈国忠,彭永生.13亿启动成都最大低洼棚户区大慈寺片区改造工程[EB/OL].新浪网.(2002-06-23)[2017-07-26].http://news.sina.com.cn/c/2002-06-23/0321613824.html.
- [30] 王晓易.效果不好 仿古建筑未用即拆[EB/OL].新浪网.(2011-06-14)[2017-07-26].http://news.sina.com.cn/o/2011-06-14/124622638201.shtml.
- [31] 宋捷.浅析历史街区更新型RBD与城市CBD的有机互动——以成都大慈寺历史街区更新规划为例[J].现代城市研究,2011,26(1):39-43.
- [32] 王婷婷,张京祥.文化导向的城市复兴:一个批判的视角[J].城市发展研究,2009,16(6):113-118.
- [33] LEFEBVRE H. The production of space[M]. Oxford: Blackwell, 1992: 348-349.
- [34] 张京祥,殷洁,罗小龙.地方政府企业化主导下的城市空间发展与演化研究[J].人文地理,2006,21(4):1-6.
- [35] 任政.资本、空间与正义批判——大卫·哈维的空间正义思想研究[J].马克思主义研究,2014(6):120-129.

(下转 118 页)