

# 基于水文化视野中的滨水城市竞争力提升

曹国圣

( 河海大学商学院, 江苏 南京 210098 )

**摘要** 研究水文化建设的目的是为了能够更好地提升滨水城市的竞争力。研究表明水文化作为滨水城市文化的一个重要组成部分,更应在提升滨水城市竞争力方面发挥独特的作用。滨水城市通过水文化建设可以提升自身的产业力、环境力和文化力,进而提升滨水城市的竞争力。

**关键词** 水文化;滨水城市;竞争力;实现路径

中图分类号:F290 文献标识码:A 文章编号:1003-9511(2008)02-0065-03

城市的兴起和发展,不只是一种经济进步,还是一种文化扬弃。在知识经济时代和经济全球化潮流中,城市竞争力的强弱不仅体现于城市的经济实力,而且表现在城市文化的建设水平。在寻找人类城市竞争力提升之道的过程中,有一类城市相比其他城市有着得天独厚的优势,那就是滨水城市。水是生命之源,也是人类文明发展的摇篮。人类择水而聚、依水而生,在不断聚合与发展中形成今天的滨水城市。今天全球超过 100 万人口的 90 多个城市中有 60% 分布于沿江、沿河、沿湖和沿海地带,世界约有 70% 的人口傍水而居。<sup>[1]</sup>千百年来水对人类和城市的意义从未减弱过,在可预见的将来,它在城市生活中仍将扮演重要角色。滨水的城市主要是指濒临内陆江河的滨水城市,由于这类城市的形成与发展与水文化密切相关,笔者认为,水文化作为这些滨水城市文化的一个重要组成部分,如能得到加强和提高,则可大大增强此类滨水城市的竞争力。笔者试图从水文化视角对提升滨水城市竞争力的实现路径加以探讨。

## 1 水文化建设提升滨水城市产业力

产业是城市竞争力的核心。只有产业的发展 and 推动,才产生了建立城市和改善城市环境设施的内在需求,城市的规模效益和聚集效益才得以显现。也正是产业的存在和发展,才为改善城市环境和设施提供了足够的人力、物力、财力保证。可以说,产业尤其是优势产业是城市竞争力的物质保证,是城

市竞争力的核心内容。水是城市生存的血液,水也是城市经济社会发展的命脉。长期以来,由于我国许多城市包括滨水城市,水资源被无偿或低价使用,不仅刺激了水资源的盲目开发利用,而且缺乏有效的水资源保护措施,使得水资源短缺和污染、水环境恶化问题已经成为城市发展的桎梏,同时,我国城市经济发展又正处在结构调整的关键时期,因此,通过加强水文化建设,切实解决好城市的水资源和水环境问题,对于推动滨水城市产业结构的调整和升级,发展壮大滨水城市的优势产业,提升滨水城市的产业竞争力有着十分重要的作用。

水文化建设有利于科学合理地利用水资源和促进滨水区的发展,从而影响滨水城市的产业布局和产业集聚。从城市的产生来看,水资源起到了重要的作用,许多城市都分布在靠近江河湖等水资源相对丰富的地方,水也就成为城市发展的物质基础之一。根据城市所濒临的水体性质,可以把滨水城市分为滨海城市,如美国纽约、澳大利亚悉尼、中国青岛等;滨江城市,如重庆、武汉等;滨湖城市,如杭州、无锡等。根据水体与城市的关系,可以把滨水城市分为水体位于城市边缘的滨水城市,如郑州;水体贯穿整个城市的滨水城市,如法国巴黎、中国南京;水体环绕城市的滨水城市,如成都;水体渗透于城市之中的滨水城市,如意大利威尼斯等。目前,我国 12 个超大城市中有 8 个位于水资源量丰沛的长江、珠江和松花江畔,其中上海、南京、武汉、重庆 4 大城市

作者简介:曹国圣(1970—),男,江苏东台人,讲师,博士,从事城市水文化研究。

均居于长江边。由于多年来我国许多滨水城市集中发展高耗水型的冶金、化工、电力、造纸、印染等产业,因而造成了水污染和水资源短缺,这在一定程度上束缚了滨水城市经济的可持续发展。为此,加强滨水城市的水文化建设,促进对水资源的合理开发利用,使城市从发展的可能与市场需要出发,立足于各地的优势,扬长避短,充分考虑水资源条件和承载能力,制定合理的产业结构与布局,同时也要通过资源优化配置合理安排不同产业部门和区域的用水,改进供水用水方式,促进产业结构调整,提升产业竞争力。另外,城市优势产业或城市职能决定了城市在全球的分工地位,从一定程度上说,也决定了城市的竞争力。随着时代背景和国内外环境的变化,城市的产业结构总是在调整和优化升级的实践中,不同城市有着不同的策略选择,但每个城市都应从本地的实际出发,确定和选择具有本地特点和竞争优势的主导或支柱产业。滨水城市的水文化建设可以促进滨水区的发展,而滨水区发展的行业涉及商业、运输仓储业、通信业、金融保险不动产业及工商服务业等,这些行业的服务品质将直接或间接影响制造业的生产效率、品质与成本。有不少滨水城市,尽管港口功能降到次要位置,但随着滨水区发展而产生的行业不断壮大,新的城市中心功能凸显。世界著名的城市如阿姆斯特丹成为金融中心,斯特拉斯堡、海牙、波恩等成为行政中心,科隆成为著名商都,埃森、多特蒙德、卡尔斯鲁厄、弗莱堡、康斯坦茨成为大学城等。由此,在水文化的引领下,滨水区开发活动延伸出的相关产业可以增强城市在更多市场上的竞争地位,形成经济增长点,刺激并推动市场生产的核心动力,这对提升滨水城市的竞争力具有深远的意义。

可见,水是人类生存与发展的命脉,是地球上所有生物的生存之源,是生态环境中最活跃、影响最广泛的因素,是人类社会进步和城市经济发展过程中所无法替代的资源。加强滨水城市的水文化建设,突出人水和谐发展理念,树立科学的水资源利用观,可以切实保护和改善滨水城市的水资源和水环境,将进一步培育城市功能,美化城市,使城市土地和空间升值,形成强大吸引力,创造更大的需求,进而不断促进市场主体发育,有效地聚集产业,全面提高城市吸引力,提升城市竞争力。

## 2 水文化建设提升滨水城市环境力

“水为万物之源”作为城市的命脉,水维护着城市生命的延续,不仅承载着水体循环、水土保持、贮水调洪、水质涵养、维护大气成分稳定等运作功能,而且能调节温湿度、净化空气、吸尘减噪,从而改善城市小气候,有效调节城市的生态环境,增加自然环境容量,促使城市持续健康地发展。尊重自然、回归自然是当前水文化的主流,优秀的水文化可以促进人水关系的改善与和谐。当前,城市水污染影响了人类正常生活,并直接危及城市的竞争力。为此,滨水城市的水文化建设应当继承和发挥其水文化传统,为城市居民创造清洁、舒适、有文化气息的水域空间,使城市拥有良好的生态环境,进而使城市用“环境力”赢得更多竞争的资本,对资金、人才、技术等要素的集聚能力也将大为提高。

水文化建设改善城市生态环境,生态环境直接或间接提升城市竞争力。良好的生态环境质量能够提高劳动力的工作效率,减少生态环境破坏所造成的经济损失,优美舒适的生态环境使得劳动力的生理和心理都得到了很好的满足,其素质水平得到了较好的发挥,生产效率自然也会得到提高。此外,生态环境的改善可以减少经济损失,间接提高城市竞争力。生态环境污染所造成的经济损失是十分可观的,在发达国家占到GDP的1.2%,而在新兴工业化国家和那些严重依赖本地资源发展经济的国家,其损失占到GDP的4%,甚至更多。因此,生态环境保护是城市经济发展避免遭受损失,以间接的方式极大地提高城市的生产力和竞争力。<sup>[2]</sup>另外,城市通过保护和改善生态环境,提供相关生态产品以满足人们日益增长的生态需求,可以吸引外资、吸引跨国公司、大企业和国内外人才到本城市落户,从而达到增强城市的国际影响力和竞争力,尤其在吸引人才方面,优美的生态环境将显示出特有的优势。这是因为,优良的生态环境不仅意味着优质的空气、灿烂的阳光等,它往往意味着特色和文化内涵,例如杭州的西湖、悉尼的滨海风光及其所映衬着的歌剧院、新加坡花园式的城市环境等,对于大多数人来说,这不仅仅意味一种生态享受,更是意味着一种文化享受。优良的生态环境对高素质人才的吸引具有较大的优势,这与高素质人才的高收入需求特点及其工作压力等情况有关,因此生态环境优美的城市在吸引高素质的劳动力方面,显示出极大的竞争优势。高素质劳动力等优质流动生产要素的流入,直接的结果增强了城市的生产效益,提高了城市竞争力。

可见,城市生态环境的优化可以使城市资产大

幅增值,可以增强对外开放和招商引资的吸引力,可以增强所在城市对高新技术项目的承载力。好的生态环境就好像弹性良好的跳板,比较容易实现城市经济的跳跃发展,是推动城市竞争力提升的一个新的动力和巨大的新的增长点,而水文化建设对滨水城市生态环境的优化起着不可替代的引领和指导作用。

### 3 水文化建设提升滨水城市文化力

文化资源是城市发展和城市竞争的重要资源,通过文化建设来塑造城市形象,是提升城市竞争力的一个重要途径。水文化是滨水城市文化的特色和优势。国外一些滨水城市,如新加坡等早已着手实施“文化造城”的工程,他们提出,一个城市经济发展是形,文化内涵是神,营造富有个性的“文化力”是一个城市发展的基石。为此,在当今城市竞争日趋激烈的背景下,滨水城市提升竞争力的重点应放在城市水文化形象的构建上。

水文化与城市形象的巧妙结合是滨水城市竞争的取胜之道。例如,西湖与杭州相依为命 2000 余年,可以说,西湖就是杭州,西湖文化也即杭州文化。同样,上海的“外滩形象”就是“上海形象”,上海的“外滩文化”就是“上海文化”。杭州西湖和上海外滩对这两座城市竞争力的提升起着难以估计的作用。另外,我国香港是亚太地区集贸易、服务、信息和转运功能为一体的无可争议的枢纽,其壮观清洁的港口、风光迷人的海港以及依山傍水的海景吸引了大批游客和住户。澳大利亚著名城市悉尼滨水区建设的成功经验与我国香港非常相似。悉尼海滩与歌剧院的相互映衬,是悉尼留在世人脑海中一个独具魅力的文化形象,法国巴黎以塞纳河为城市建设的中心,形成呈放射状沟通环城的公路与铁路干线,宫殿古建筑与现代建筑融合,层次错落地沿河分布,流动不息的塞纳河孕育着时代相继的文化精华。一些城市虽然缺乏如香港和悉尼那样得天独厚的滨水景观,但是它们也在努力创造出自己的独特城市水文化形象。例如,新加坡努力整治环境,树立了世人皆知的“花园城市”的形象;日本东京市内的皇宫保留着大片绿野园林,四周围以人工河道,同时利用天然环境创造了海港性的城市形象。美国西雅图突出以优美的滨水环境制胜;马来西亚的古晋、澳大利亚的

墨尔本以及印尼的巴厘岛等,则致力于创造出更“柔”、更绿的水城形象。中国的上海虽然在设计风格上较国际著名城市有所落后,但其黄浦江两岸的风景相得益彰,也具有较大魅力;云南丽江的小桥流水与坊、店、酒肆相互映衬,溪水流畅、空气清新、民俗文化浓郁上佳;福建厦门以海岛为核心、以海湾为背景,形成了独特的城市空间结构;而青岛的“红瓦绿树、碧海蓝天”,其鲜明的特色象征着独有的文化底蕴。这些都是滨水城市参与国际城市竞争的独特优势,也是适应当今城市竞争潮流的文化资本。

由此可见,一个良好的城市形象,对城市自身及所在地区甚至国家,都是一种宝贵的资源,一笔巨大的无形资产。它不仅能反映出城市魅力与吸引力之所在,同时形成了一种强大的凝聚力、吸引力、辐射力,成为扩大对外交往、吸引投资与游人的“金字招牌”,对城市发展起着不可低估的作用。然而,在全球化的影响下,太多城市因为缺乏其独有的特色而无法树立起鲜明的城市形象。水资源和水文化是滨水城市的独特优势,在水文化建设中塑造滨水城市独特的城市形象是提升其竞争力的有效途径。

总之,城市文化已成为新时代城市竞争力的动力之源与动向之源。从建设水文化视角来提升滨水城市的竞争力,其实现路径远不止以上几条,有许多相互关联、相互制约的工作需要展开,诸如:水文化设施的建设,水文化历史遗产的保护,水文化节庆典礼活动的开展等,这些本文都没有详涉。面对城市间激烈的竞争,面对提高竞争力的严峻课题,滨水城市水文化建设需要从各方面加以推进。

#### 参考文献:

- [1] 张庭伟. 城市滨水区开发与设计[M]. 上海: 同济大学出版社, 2002: 7-8.
- [2] 倪鹏飞. 中国城市竞争力报告[M]. 北京: 北京社会科学文献出版社, 2005: 76-81.
- [3] 高汝熹, 罗守贵. 城区核心竞争力: 都市功能空间实现的根本途径[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2004: 103-107.
- [4] 汪德华. 中国山水文化与城市规划[M]. 南京: 东南大学出版社, 2002: 121-126.
- [5] 傅礼铭. “山水城市”研究[M]. 武汉: 湖北科学技术出版社, 2004: 43-51.

(收稿日期 2007-11-06 编辑 徐广生)