

文化，城市之魂

李建臣



李建臣，国家新闻出版广电总局规划发展司副司长，1983年考入清华大学。

说到城市，我们脑海中浮现的是高楼大厦、立体交通、霓虹闪烁、高等学府、高端医疗、优质教育、图书馆、博物馆、公园、剧院、银行、咖啡厅……

毫无疑问，在人类的各种生存形态中，城市生活是一种高级形式。它伴随着人类社会的进步而产生和发展，是人类走向成熟和文明的标志。

英国人 $1/8$ 生活在伦敦，法国人 $1/6$ 生活在巴黎，日本人 $1/10$ 生活在东京，美国人口密度较大的区域则是纽约、洛杉矶、芝加哥、休斯敦等一批大型城市。截至2017年，法国的城市化率是80%，美国82%，加拿大82%，英国83%，

日本94%。

我国城市化率还有一定差距：1949年是10.6%，1958年达到18.4%。经过20年的风风雨雨，到1978年又下降到了17.9%。改革开放之后有了较快发展，2017年达到58.5%。城市化道路虽然走得曲折，但大方向是前进的。

关于城市，人们从地理学、经济学、政治学、社会学等各个不同角度做出的阐述不尽相同。粗略理解，城市就是非农产业和非农人口集聚形成的大型居民区。它是由众多来自五湖四海的陌生人组成的群落。而农村则基本上是一个相对封闭、相对稳定的熟人社会。

城市是商业活动的产物，发轫于商品交换，成长于工业发展，成熟于法治文明。在农耕条件下，人类总体处于自然经济、自给自足状态，产品交换规模比较小，方式也比较简单和初级。所以那时候城市规模也很小。文艺复兴之后，资本主义逐渐发展，特别是工业革命后，人类创造财富的能力急剧增强，商品交换方式越来越高级、越来越复杂，规模也越来越大，股票、期货、版权、保险……，数以亿计的交易瞬间就可完成。所以，



根据《中国流动人口发展报告 2017》，2016 年我国流动人口规模为 2.45 亿人

客观上推动了城市的发展。如果说郡县制代表了封建制度的体制架构，那么城市化的助推器就是工业文明。随着法治的逐步健全，城市越来越走向健康和繁荣。

城市的功能属性，决定了城市拥有这样一些基本特点：

——**流动性**。为什么大都市人口高度密集？条件好，机会多，来去自由。我国改革开放序幕一经拉开，便有千千万万农民涌进城市。直到今天，仍有2亿农民工进城谋生。其中有些人像候鸟，有规律地在城市和农村之间流动；还有不少人在不同城市间流动，寻找发展机会。当然，人的流动是形式，背后是生产、资源、资本等各种要素及思想文化的流动。

——**开放性**。城市向一切有能力、想奋斗的人敞开胸怀。人们可以不断调整自己所从事的行业或工作，去适应环境、适应社会，尝试着使自己的才能得到更充分的发挥，使个性得以彰显，价值得以体现。农村则不然，人们被牢牢束缚在土地上，春种秋收，年复一年。

——**包容性**。城市发展既需要阳春白雪，也

需要下里巴人。只要有一技之长，为城市所需要，便可再城市生存下来。对不同的文化背景、文化印记，不会过于苛求。目前中国有 94% 的人口生活在胡焕庸线（编者注：即中国地理学家胡焕庸（1901-1998）在 1935 年提出的划分我国人口密度的对比线）右侧。如果把全国城市面积拼在一起，则有超过半数的中国人生活在 0.7% 的

国土上。近年来，涌入国门的外国人数以百万计，仅来广东闯荡的非洲人便超过 50 万。他们几乎全部生活在城市里。

——**竞争性**。在一个开放的大市场，竞争是常态，是基本规则，也是进步的动力。1980 年，义乌农民冯爱清取得了政府颁发的“鸡毛换糖”许可证，开启了义乌民营经济的发端。至 2013 年，义乌已成为全球最大的小商品集散中心，位列福布斯排行榜中国最富县级市第一名，被联合国及世界银行确定为世界第一大市场。

——**创新性**。创新是公平竞争的必然产物，在一个竞争激烈的大市场里，只有通过技术创新、产品创新、营销创新、理念创新、服务创新，才能求得生存和发展。城市的发展主要源自创新。

——**规则性**。在农村，你的土地在这里，你的根就在这里，甚至祖祖辈辈在这里。所以道德具有很强的约束力。城市不一样。陌生人的世界，必须要有明确的游戏规则，要有法律约束，法律面前人人平等。什么叫商业？两个独立的、平等的、拥有自主产权的主体进行商品交换。交易双方必须平等，并且按照规则来交换。所以商品交

换必然要求法治。特别是在一个流动性强、开放性强的陌生世界里，如果法治缺位，或者有法不依、执法不严，那市场秩序一定会出现混乱。这个时候道德力量将显得软弱无力。换句话说，没有强有力的法治作保障的市场，不是真正的市场。所以法治是社会公平正义的基础。

人是万物之灵，既有躯体又有思想。思想是人类的本质特征，文化是人类思想的成果。人存在的标志就是因为它有思想，可以创造文化。所以笛卡尔说，我思故我在。1651年，英国哲学家霍布斯出版了一本书叫《利维坦》。在书中，霍布斯把国家进行了人格化，对国家的本质做了深刻阐述。

人是如此，国家是如此，城市也是如此。

城市文化是城市人格的一种表现，包括物质文化和精神文化两个层面。物质文化是指形而下的文化成果，如城市建筑、园林、娱乐设施、交通工具等；精神文化是指形而上的文化成果，如社会心理、价值观念、道德、艺术、宗教、法律、制度、习俗等。

城市的魅力就在于它的文化。

文化是一种情趣，一种品位，一种境界；也是一种价值认同、生活方式和行为遵循。

城市文化的形成，需要一个长期积淀的过程。所以它和这个城市的历史传统有关，也与这个城市的人口结构、社会结构、组织制度以及市民素质等因素有关。文化一旦形成，就具有了惯性，深入了骨髓，形成了基因，像压舱石，对城市的长久发展起到稳定促进作用。

城市文化既是城市的灵魂，又体现在城市生活的每一个细枝末节中；其影响无时不在，无处不在，潜移默化，润物无声。如一个城市的建筑风格、服饰潮流、语言特点、思维模式、文化创造、饮食习惯等。它们在各个层次、各

个方面、各个角度体现着城市文化特点，并满足人们的文化需求。

近年来，数字文明席卷全球，深刻改变世界。首先接受洗礼的便是城市。在文明形态大迁徙的过程中，每个城市都面临着转型升级的问题。这个过程既对城市传统文化提出了挑战，又对城市塑造新文化提出了考验。城市的兴盛在于核心竞争力，竞争力的核心则在于文化，在于思想创新。城市的升级，本质上是一种文化的需求、文化的衍变和文化进步。因此，大力发展文化产业必然成为城市转型升级的首选。

文化产业首先是创造财富的一种手段，是城市重要的增长极。2017年我国GDP 82.7万亿元人民币，其中第三产业占比51.6%，文化产业占比4.3%；而美国GDP是19.4万亿美元，其中第三产业占比80%，文化产业占比20%强，依旧是美国的第一支柱产业，并且占全球文化产业产值40%以上。

美国文化产业主要依靠一些驰名品牌，好莱坞、迪士尼、百老汇等。好莱坞年产值近500亿美元；一个迪士尼年收入相当于3个万达。百老汇1810年建立第一家剧院，100年后达到鼎盛，形成了一个演艺集群，成为了音乐剧、歌舞艺术的代名词。有些剧目如《猫》《歌剧魅影》《狮子王》等连续演出十几年，经久不衰。美国国际数据集团、《纽约时报》等始终矗立在世界文化产业前茅。培生教育出版集团连续多年独占全球出版业鳌头。

美国文化产业产值为什么那么高？除了内容精益求精，艺术追求完美，形式不断创新，还有大IP产业链长，资源开发充分，靠知识产权挣钱。《阿凡达》成本2.8亿美元，票房达到十倍；《侠盗猎车手5》成本2亿美元，销售收入30倍；肯德基、麦当劳的IP几乎卖到了地球每一个角落；

迪士尼 IP 的生命力已接近百年；苹果手机在中国生产，物质资源、劳动力都出在中国，但它的利润 5% 在中国，55% 在美国，你还得想方设法留下它不要撤走。这就是知识产权的力量和价值，也是现代城市必须逐步完成的、从以传统制造业为主，向以思想成果、知识产权为主的转变。

英国、法国、德国、日本、韩国等发达国家也都类似，文化产业十分发达，占比很高。

我国文化产业近年来有了长足发展，涌现了一大批优质文化企业和品牌，如腾讯、百度、今日头条、掌阅、博纳影业、安乐影业、印象系列、猪八戒网、中文在线、宋城、开心麻花、喜洋洋与灰太狼……有的文化企业在独角兽排行榜中名列前茅。你可能不熟悉金华市，不了解东阳县，但却知道横店影视城，因为许多大片诞生在那里。2017 年他们的营收是 680 亿元。华强方特在全国开设 25 家游乐园，仅泰安一处年收入便超过泰山。2017 年，武汉、青岛、长沙三座城市和澳门特别行政区被联合国教科文组织授予了创意城市称号。两个月前，腾讯研究院发布了首个《中国城市新文创活力指数排行》，成都因在产业活力、政策活力、人才活力、资本活力、平台活力和传播活力等指标上表现优秀，在全国 100 个城市样本中脱颖而出，排名第一，显示出数字文化时代，成都城市文化的优势、发展活力和增长潜力。

文化不仅自身创造财富，而且可以从里到外、从软件到硬件、从精神到物质全面助推实体经济发展，有时甚至可以化腐朽为神奇，点石成金。许多物质产品，一旦注入文化内涵，便身价倍增。江西鹰潭生产的樟木箱，涂上油漆画上图案，价格就翻了好多倍。日本人买去，在家里供奉先人。成都的非遗竹节杯，就是在瓷杯外面编上竹节，价格就上涨十多倍。环顾我们周围各种器具，如果精心设计，注入文化内涵，都会令人眼前一亮，

给人带来更高层次的感受，给产品带来超越物质层面的价值。不仅如此，新经济的本质特征就是智能化，既包括生产过程的智能化，更包含服务用户的智能化。智能化的终极目标便是人性。所以说，文化内涵和文化意义贯穿了智能化的始终。也可以说，文化含量的大小，是实体经济实现转型升级程度的标志。特别是在“一带一路”、构建人类命运共同体的征程中，打造出的中国模式、中国样本，如果没有深厚的文化内涵做支撑，那不仅是苍白的，而且行之不远。

城市必须有特色。特色即文化。它是城市的名片标识，就像每个人都一样。提到世界浪漫之都，我们马上就会想到巴黎；提到世界音乐之都，马上会想到维也纳、金色大厅；提到世界娱乐之都，就会想到洛杉矶、好莱坞；提到世界科技创新高地，就会想到旧金山、硅谷。到了雅典，我们就仿佛触摸到了古希腊文明史，就会想起苏格拉底、柏拉图、亚里士多德，想起“吾爱吾师，吾更爱真理”“人不能两次踏入同一条河”“人生最大的智慧就是认识到自己的无知”等无数的古希腊名言；到了罗马，我们就感受到了浓郁的宗教气氛，天主教在这里统治欧洲思想一千多年；到了开罗，就会想到金字塔、狮身人面像、石棺木乃伊、亚历山大图书馆……

国内也一样。提到哈尔滨，我们就会想到那里的俄罗斯风情，“小伙子背上六弦琴，姑娘们换好了游泳装”，哈尔滨也是音乐之都，我国第一家音乐学院、第一支交响乐队都诞生在那里；提到西安，就会想到九宫格的城市布局、1300 年的古都、历经 13 个封建王朝，传统文化底蕴深厚；提到苏州，就会想到江南水乡园林独有的风韵，吴语依依曲径通幽；提到澳门，就会想到那里的博彩业；拉萨，藏传佛教的圣地……

什么样的特色，就昭示了什么样的品质，决

定了什么样的发展方向。腾讯诞生在深圳不奇怪，因为那是一座创新城市，外来人口占到96%；阿里巴巴诞生在杭州也不奇怪。马云最初在上海创业做淘宝，发展不起来。到了杭州，发展迅速，就好像找到了情投意合的好媳妇，用宋小宝的话说就是“星座特别合”。这也是一种缘分。他们为什么不能诞生在东北？西北？这便是文化的巨大差异。

网络时代，跨越时空

无问西东。贵阳建大数据中心，真是神来之笔。有了大数据中心，便招来了马化腾，招来了千万亿的数字企业投资，招来了数不胜数的高端人才，便驶入了建设智慧城市快车道。

我国城市的主要问题是同质化，千城一面，缺少文化内涵，缺乏辨识度，缺少个性，缺少文化地标。主要原因是缺乏想象力、创造力和文化追求。

从根本上说，人所追求的不外两点：一是生活质量，二是精神环境。一个健康向上的城市，不管它是什么特色，一定会同时在这两个方面提供优质服务。

人是文化创造的主体。离开了人，这个世界就失去了意义。发展是第一要务，创新是第一动力，人才是第一资源。所以人的问题，是根本问题。

城市建设必须以人为本，鼓励思想文化创造。一个城市的创新能力，在很大程度上取决于这个城市的开放水平，取决于这个城市对人的创造力的激发和保护。所谓大力发展战略性新兴产业，就是因为它是一种思想创新的产业。新的思想成



载满义乌小商品的“义乌—布拉格”中欧班列。义乌已成为全球最大的小商品集散中心。

果会带来巨大红利。

1989年，24岁的罗琳坐火车去伦敦。途中，一个瘦弱、戴着眼镜、打扮成小巫师模样的小男孩，在车窗外盯着她微笑。这个画面触发了罗琳的创作灵感。由此，一个红遍全球的“哈利波特”诞生了，一个靠政府救济过活的单身母亲，很快创造出了数千亿美元产值的超级IP。而爱丁堡的一间小小的、很不起眼的咖啡馆也因此名扬天下。因为《哈利波特》前两部都诞生在这里。可见，人的思维能力没有边际，创造力不可估量。

刚才与中国网络作家村沈总交流，深感我国文化创造力还需要提升。近20年来，我国网络文学作者1400万人，作品1600万部。其中产生纸质出版物近7000部，改编电影或电视剧2400多部，改编游戏600多部，改编动漫700多部，成就可谓不小。但是总感到有高原没高峰，能踢出临门一脚的人确实不多。

重视城市文化，就是要重视人。近一时期，许多城市出台新政，开始了一场旋风式的“抢人大战”。应该说这些城市是有长远眼光的。他们

抢的是人才，是创造力，更是未来。海绵城市不应仅仅是生态的需求，更应该是人文的追求。

习近平总书记深刻指出，思想文化是一个国家、一个民族的灵魂，要健全现代文化产业体系和市场体系，推动各类文化市场主体发展壮大，不断激发文化创新创造活力，建设创新驱动国家，为我们指明了方向。

城市文化是一种客观存在，就像一个人从小到大，无论成为好人坏人，总要成长。

人的成长不能放任自流，建设健康的、优秀的城市文化，也必须以法治为基础。法律是全民公约，是大家共同遵守的规则。有了法治，社会就有了稳定性，人们才能有预期，知道我该做什么、不能做什么，朝哪个方向努力，可以达到什么目标。所以健全的法治，是最大的发展导向，也是一个城市走向成熟的标志。当一个城市不成熟时，时常会变化，你方唱罢我登场，都想彰显政绩。

吉林省有个县级市叫梅河口，搞得非常好。不仅连续多年GDP全省第一，举办大型国际赛事，而且大街小巷十分干净整洁；厕所里没有异味，清洁工就在那里吃住；夜里下雪，第二天早上马路就打扫得干干净净；停车入位整整齐齐；马路上汽车礼让行人，彼此彬彬有礼，黄发垂髫怡然自乐。久而久之，市民素质明显提高，而且具有强烈的家乡自豪感。我了解了一下，答案非常简单：一是领导带头遵纪守法，无人例外；二是问责机制健全，出现任何问题都可以追责到人。他们的经验值得研究。

IP的概念，自2015年与“双创”结伴而行，短短三年间便风行社会，成为时代热词。IP实际上是个古老的概念，本意是指知识产权，Intellectual Property。立法保护知识产权的第一个国家是英国，1623年颁布了《垄断权条例》，1709年又颁布了《安娜法令》。对知识产权的保

护，不仅催生了工业技术革命，也把英国推向了世界舞台的中央。

近些年来，随着数字技术及互联网传播能力的裂变，文化产业的发展方式花样翻新、五彩纷呈。特别是随着《超人》《蝙蝠侠》《蜘蛛侠》《钢铁侠》《X战警》等一批老牌动漫产品走上银幕，成功跨界，喜获丰收，便很快引发了IP授权跨界开发的潮流，并且在不同文化土壤上绽放出了不同的花朵。

在我国，随着近年来数字经济的持续升温，IP逐渐从其原始意义，演化为知识产权的范畴，并进一步被人格化，赋予了文化属性，突出了它拥有强大品牌基因、可以跨媒介蜕变更新、重新焕发青春的生命价值。

数字经济时代，平台借助网络的力量，不但像一匹黑马，从天而降，直入经济和社会舞台的中央，而且正在成为整个社会经济活动和文明形态的支撑。而IP，则正是平台生态的发动机和主角，并且借助平台实现腾飞。

著名科幻作家威廉·吉布森有句名言：未来已来，只是不均匀地分布在现在。展望未来，IP正在朝两个方向迅速发展。一是走向纵深，形成复杂的IP系统或体系，为用户提供更深、更细、更智能化的服务；二是横向浸润，从文化领域漫溢到整个文明生态的各个领域，成为一种新的社会化生存方式，即IP化生存，或曰IP 2.0。这种漫溢之所以能够完成，是因为文化属性越来越成为人类文明生态各领域普遍拥有的价值追求，而网络为之插上了翅膀。

在此过程中，城市就是一个超级大IP，具有人格化，成为了“利维坦”。因而城市之转型，从某个角度看，就是一种IP的开放及运营。

最后，我想说：文化是人的思想成果；城市化的核心是人的城市化；城市现代化的根本是人的现代化。■