

能源科技與環境 + 現代中國 + 全球化 + 今日香港

圖為北京798藝術區。設計圖片



常言道：中國現在是世界最大的建築工地。中國的主要城市都有建設熱潮，房地產價格亦以倍增長，主要因為中國的建築業大量採購來自世界各地的建築物料。大部分建設工程集中於城市基建、交通系統、工廠、住宅及商業樓宇，其中「文化導向」的城市更新，尤其對中國的社會文化帶來深遠影響。

■趙明德 浸大社會學系助理教授

文匯—浸大 通識合作計劃

香港浸會大學中國研究課程成立於1989年，至今已培養近兩千名本科生，為香港歷史最悠久的中國研究課程。香港文匯報與浸大中國研究課程合作推出通識專欄，以專業的角度，深入淺出地探究中國在社會民生、城市規劃、經濟轉型、外交政策等多方面的最新發展，為本港高中生提供具權威性的「現代中國」通識科單元學習材料。

文化刷新舊城

創造無限商機

何謂文化導向城市更新？

概念鏈接 文化導向城市更新意指興建或更新著名的藝術古蹟或創業工業空間，並利用這些空間去變更相鄰地區，令其成為高價格的物業、旅遊景點、中央商業區(Central Business District, CBD)、以及主要零售和娛樂區。1990年初，這種城市規劃方式在歐洲已很普遍，早期的成功例子包括愛爾蘭都柏林市的聖殿酒館區(Temple Bar, Dublin)，把一個中世紀城市轉變為一個文化區、西班牙的畢爾包市(因建設畢爾包古根漢美術館而為城市加添生氣)以及美國紐約市曼哈頓區的時代廣場。

商業與藝術達雙贏

文化導向的城市更新被決策者視為一個非常吸引的概念，因為這個理念考慮到城市更新過程中不同持份者的需要，並能把利益給予大部分人。這個概念可為城市增加旅遊相關行業的收入，並讓城市提供中心地段子文化界，及在一定程度上支持甚至提高原本屬於邊緣地區的物業價格，能為商業利益和藝術文化取得一個雙贏的局面。事實上，商業利益和藝術文化這兩個項目常在傳統的市區重建計劃中，處於互相對峙的狀態，因為陳舊而無利可圖的非商業樓房會被拆卸，以騰出空間來興建辦公大樓或新型住宅。

何謂迪士尼化？

迪士尼化(Disneyization)意指迪士尼樂園的運作原理被廣泛地運用在社會的各個領域。在《社會迪士尼化》(The Disneyization of Society)一書中，美國社會學者Alan Bryman指出，迪士尼的經營典範是由下列4項原理所構成：

- 主題化 (Theming)：以故事去裝飾空間，去統轄空間的規劃，創造新奇的體驗；
 - 混種消費 (Hybrid Consumption)：讓消費者可在同一個場域中進行多項不同的消費活動，如購物、參觀主題樂園和博物館、觀賞電影、上餐館及住旅館等；
 - 授權商品化 (Merchandising)：運用具有著作權的影像或商標，去促銷與販售商品；
 - 表演勞動力 (Performative Labour)：第一線的服務業工作被視為是一種表演工作，以劇場的方式提供消費服務。
- 香港文匯報記者 吳欣欣

創意業「油水」勁 拉動經濟增長

為何文化導向的城市更新成為一個受歡迎的方案？事實上，房地產發展商和商業利益能強烈影響城市規劃者或決策者，因此，以往的重建計劃基本上完全以利潤為主導，不顧古蹟保育、藝術及市民的利益；如今，商家和政府擁戴文化導向城市更新的方案，全因文化消費具有新的商業重要性。旅遊業被吹捧為上世紀90年代初第二個最賺錢的行業，只有軍火工業能與之相比；由此，一個地區的文化、古蹟、藝術和娛樂是吸引遊客的關鍵因素。相應地，城市被構思為一方面能迎合外地旅客作出文化消費，同時又能容納當地居民的生產活動和日常生活的空間。此外，在上世紀90年代，文化及創意工業被宣揚為未來經濟增長的主要引擎，文化商品不只直接貢獻國內生產總值，並建設工業鏈及為商品本身加值，例如一支印有哈利波特圖像的筆，銷量肯定比一支普通的筆多。

- ### 想一想
1. 根據上文，舉例解釋何謂文化導向城市更新。
 2. 解釋文化導向城市更新在中國興起的原因。
 3. 文化導向城市更新項目對公眾、中產、低收入者、大小商戶、地方政府和房地產發展商6類持份者有何影響？試分別加以討論。

■香港文匯報記者 吳欣欣

- ### 延伸閱讀
1. 《798歷史》，北京798藝術區網站 <http://798art.org/about.html>
 2. 《海外地方選定文化藝術設施的擁有權、管理及經費》，立法會文件 <http://www.legco.gov.hk/yr04-05/chinese/sec/library/0405in41c.pdf>
 3. 《麗江古城》，中國文化研究院網站 <http://www.chiculture.net/1201/html/1201c24.html>
 4. 《文化導向的城市發展和規劃》，孔子研究院網站 <http://www.confucius.gov.cn/Item/617.aspx>
 5. 《社會迪士尼化》，數位時代網站 <http://www.bnnext.com.tw/article/view/cid/0/id/3698>
- 香港文匯報記者 吳欣欣

娛樂零售美食——中國活化要素

西方的商人、決策者以至一般公眾皆相信，文化將成為21世紀經濟的大贏家。中國決策者亦察覺到這個全球商業趨勢，在上世紀90年代尾，他們非常進取地學習這個理念，並在2000年開始廣泛採用這方案。但是，中國實行的文化導向城市更新項目，有別於歐美的模式。中國的文化導向城市更新項目中，古蹟和高雅藝術並不如西方項目般被利用為特點，只有北京市的「798藝術區」和雲南省麗江市的麗江古城例外。

有別歐美 高雅藝術非賣點

在中國目前的經濟和社會文化處境下，古蹟和高雅藝術並不是文化消費種類；時裝零售業、夜生活娛樂場所、美食餐廳和咖啡室，反而被認為會對內外遊客和居民更吸引。因此，很多中國的文化導向城市更新項目都集中於當代普及文化，而不是以文化古蹟的高雅藝術為賣點。例如，有人批評，上海新天地的發展商只給古蹟一個邊緣化的位置。



上海新天地附近的石庫門式舊樓獲得保存。資料圖片

上述這種獨特的文化導向城市更新模式，在下城區逐漸成形，並可在部分沿海大城市看到。下城區的主要零售業街道被重新裝修為步行街，同時容納現代商場及傳統老店。鄰近地方會被建成的夜生活娛樂場所及餐廳，令小部分古蹟得以保存。另外，部分社區就會被規劃成多個高級住宅項目。事實上，這種模式對香港人並不陌生，香港的文化導向城市更新也是以當代普及文化為主導。其中旺角區的中央文化旅遊景點，現在常被用作街頭表演的行人專區，附近則是以酒店和商場為主的建築群。

成功例子 上海新天地 創新天

在中國，香港人最熟悉的文化導向城市更新例子，應該是上海市的「新天地」。新天地成功成為一個主要的遊客熱點，並令商場附近的樓價急升。因此，在其他城市也有相似的建築項目，當中更有不少都採用新天地這個名字。

今昔交織 樓價急升

除商場外，上海新天地附近也有歷史及文化旅遊熱點，包括民國時期共產黨會面的房子，另在同區不少石庫門式的舊住宅亦獲得保存，但主要部分已被拆卸以騰出空間作新發展。經改建後，上海新天地變成一個開放式商場，容納高檔餐廳、咖啡室、名牌時裝店、卡拉OK酒吧和跳舞會所等。當商場的發展模式成功後，同一個發展商在附近興建價格高昂的住宅和辦公大樓，而在附近街道的零售和娛樂場所亦變得高檔。

扼殺貧者居所 打造中產樂園

無可否認的是，相對單純以權力網絡或金錢掛帥的方式，透過文化導向去更新城市更為社會接納。正如上述所言，文化導向模式或多或少回應城市居民的多方面利益；但是，這並非一個完美的方式。部分學者認為，文化導向的城市更新，其實是城市空間的「縮紳化」。縮紳化意指轉化低收入群組棲居的低價城市空間，成為一個擁有優質飲食、高雅藝術和優美格調的中產樂園。

鄰里網絡遭解體 低收入者被逼遷

因此，有人批評，文化導向的城市更新是導致城市經濟失衡加劇的幫兇。低收入社群擁有或租用的樓宇，常在沒有足夠賠償下就被吞佔，低收入人士只能被迫遷至比以往更不合意的地區。換言之，那些原本住在重建地區的低收入住戶，並未在城市更新計劃中獲得公平的對待；至於中產階級、地方政府、商人以至舊樓被拆卸的業主，他們都獲利於文化主導的城市更新，但弱勢社群的處境卻變得更差。

另一組受困擾的持份者，就是遷居住在重建區或附近的當地社群。當地社區的鄰里網絡解體；小商戶網絡被大企業或政府控制的商業機構所取代。居住已久的住戶其實也為社區的培育及維持作出貢獻，但地方政府及房地產發展商，卻對這些成果不作賠償。

公眾也是得不到完全公平對待的一組持份者，容許文化為主導的城市規劃，對公眾而言是正面的。然而，文化、藝術

和古蹟是公眾利益，它們的發展不應一面倒局限於經濟發展的考慮中。以文化發展為背景的城市更新，最嚴重的威脅在於文化的「迪士尼化」和過度商業化。藝術和古蹟的市場，相比飲食業、零售業或普及藝術(如圖像藝術或廣告)而言，規模和獲利都較小。

蘇豪區租金飆 名店掃走畫廊

文化導向的城市更新經驗歐美不少地區中也展示這種嚴峻現況。如美國紐約市蘇豪區，原本由沒有名氣的藝術家進駐那些可負擔得起的舊倉庫，但當這些藝術家成名後，其他有名氣的藝術家及藝術畫廊相繼搬進蘇豪區，租金被逼上升，而沒有名氣的藝術家亦被擠出社區。當蘇豪區更出名時，連那班有名氣的藝術家及藝術畫廊最後也被迫遷出，這是因為有高級餐廳和大型商舖的出現，它們比那些藝術家和藝術畫廊，更有能力承擔更高的租金。到最後，蘇豪區「藝術區」的空間，竟然再也容納不到任何藝術家及相關生意。

出賣城市 居民慘變商品

另一個公眾面對的困難是，文化導向方式把城市居民的生活空間變成商品，而這些商品可在市場推銷給非居民的遊客。這種情況被稱為「出賣城市」，意指地方政府、發展商及旅行社把城市出賣給遊客，從而做生意賺錢。

總結

其實，最理想的情況是房地產發展商和城市決策者所做的事情，都能同時取悅遊客和城市居民。良好的公共交通系統正是一個好例子，不僅為遊客帶來便利，同時又改善居民的生活環境。但現實永遠是不完美的，噪音、空氣污染和交通擠塞這些情況，就未必得到居民和旅客的好感。

概念圖

