第 36 卷 第 5 期 财经研究 Vol. 36 No. 5
2010 年 5 月 Journal of Finance and Economics May. 2010

世博会与城市发展的互动演化关系及其当代价值

胡　彬
（上海财经大学 财经研究所，上海 200433）

摘　要：研究表明，世博会与城市发展之间的互动演化关系贯穿了整个世博会的举办历史。世博会作为交流、展示和传播城市文化科技成果的平台，关注的焦点总是追随着城市创新的演化轨迹。当代城市创新以技术与文化艺术的渗透融合为主要特征，为满足价值活动的创新需求，世博会也在积极酝酿新一轮的功能转变。反过来，世博会的功能演化同样深刻影响着城市发展的方向。特别是当全球竞争重心向城市和区域转移时，世博会的地方化色彩逐渐浓厚，并被视为区域开发和城市增长的"战略工具"。然而，由于城市追逐资本的传统竞争模式因其不可持续性而饱受诟病，从而要求人们在全新的背景下重新审视当代世博会对于城市转型的价值意义。现身说法地践行世博会主题倡导的内容，积极探索功能转变的新方向，是时代赋予 2010 年上海世博会的责任与使命。上海应以此为契机，通过提高地域竞争优势、探索区域合作的制度创新、发展文化创意经济和现代会展业，尽快融入全球城市网络体系。

关键词：世博会；城市发展；互动演化；城市转型；2010 年上海世博会

中图分类号：F290；F061.5　**文献标识码：**A　**文章编号：**1001-9952(2010)03-0078-13

一、引　言

世博会作为人类社会交流、展示和传播城市文化与科技创新成果的盛会，素有"科技、文化和经济领域的奥林匹克"之誉。其事件特征以大型、动态和介入性而著称。自从 1851 年英国伦敦举办第一届世博会开始，距今已有 150 多年的历史。世博会根据城市发展的演进阶段，不断更新主题内容，并以无可替代的功能与平台优势，使得技术创新成果的应用推广、消费文化的传播扩散、发展理念的提议倡导波及和影响到尽可能大的地理范围，进而产生辐射全球的跨文化交流外部性。

收稿日期：2010-01-12

基金项目：国家自然科学基金（70503019）；教育部人文社会科学课题（08JA790079）；上海财经大学"211 工程"三期重点学科建设项目

作者简介：胡　彬（1973－），女，上海人，上海财经大学财经研究所副研究员。

2010年上海世博会以“城市,让生活更美好”为主题,意在向全世界展示技术、文化、艺术等高级生产要素经由全球市场的一体化配置而促进地域多样化发展的实践成果。它重点关注科技进步、经济发展、社会文明、社区治理、消费文化和生态和谐等因素对城市发展的综合贡献。因此,研究世博会与城市发展之间的互动演化关系,对于准确把握世博会的当代价值与现实意义,无疑是一个有益的视角。

二、城市创新的主要阶段及其对世博会功能的影响

(一)城市发展与世博会之间的动态关系

地理学家彼德·霍尔在其著作《文明中的城市》中,将西方城市创新历史划分为技术生产创新阶段、文化智能创新阶段和文化技术创新阶段(吴缚龙等,2004)。不同历史时期举办的世博会通过切换主题内容,来体现服务于城市竞争和主导产业发展的宗旨,参见图1。

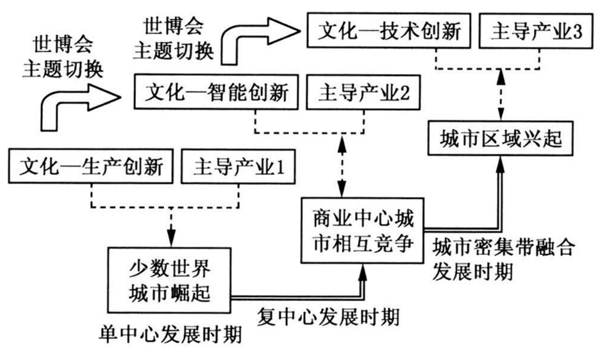

图1　城市创新、主导产业演替与世博会主题变化

城市发展的轨迹经历了单中心、多中心到密集带融合这几个历史时期。在单中心时期,城市以工业为主导产业,呈现出向心聚集的空间增长特点。先行工业化国家的首位城市凭借财富与实力的高度集中,赢得了世博会赋予的开放机会。受发展与技术条件的约束,这时有能力举办世博会的城市屈指可数。到了多中心时期,物质财富绝对集中在极少数城市的格局被逐步打破,不同城市的比较优势随着部门之间分工的发展而释放出来,加快了地区间要素、资本的流动和技术、产业的扩散。此时,为了满足资源配置、创新支持和开放交流等方面的需求,服务业特别是生产服务业开始成为城市发展的主导产业。同时,受分权化的激励影响,更多的城市加入到了竞争办博的行列中。在全球化环境中,城市出现了密集化和区域化的发展倾向,由服务业与制造业融合生成的新兴横向产业和根植地方社会资本的集群经济作为产业发展的主导力量,推动了城市发展与竞争方式的转型。这时,地域性要素开始凸显全球竞争效应,致使发展中国家也有机会赢得世博会的举办权。

(二)城市创新的主要阶段与世博会的功能变化

1.工业化早中期的城市技术生产创新阶段。随着工业化的发展,交通运输和通信技术的创新对扩大国际分工产生了重要影响。19世纪50至60年

代，为克服宗主国和殖民地之间的分工局限和实施“世界性工厂”的国家战略，英国催生了最初的世博会。作为辐射全球的交流组织形式，世博会是英国在当时实践自由贸易政策的产物，是国家机器动员、协调和开拓国际市场的重要手段。国家力量的介入与支持，很大程度上确保了世博会展示内容的高端性、先进性；受众的规模性、国际性以及发展理念的前沿性与先导性。

早期的国际分工遵循比较优势原则，以原料、初级产品和工业制成品之间的交换为主。世博会的出现加快了国际分工与贸易的发展。数据表明，1820—1914 年间，全球出口产品占全球总收入的比重翻了两倍。19 世纪末期以后，美、德、法等国在电力时代迅速崛起为新的技术创新中心，英国不再独霸农业世界的大工业中心地位。这些国家之间开始建立基于产品差异化供给的水平分工关系，促使世博会在纯粹的技术展示之外，逐渐加入对外宣扬本土文化的功能。1893 年，美国城市芝加哥首次正式把娱乐活动引入世博会。世博会功能的这一转变，同时也标志与反映了城市创新重点的变化。

2. 工业化中后期的城市文化智能创新阶段。20 世纪 20 年代，美国好莱坞文化娱乐业的兴起开创了智能技术创新与应用的新时代。文化产业的发展拓宽了创新技术的应用领域，多样化的创新形式也迎合了消费者的多元化需求。当文化创造力被运用于建构一种新的全球创新范式之后，美国在整个 20 世纪中多次赢得了世博会的举办权。城市技术、智能创新在造就一座座伟大的世界城市之余（吴缚龙等，2004），也为世博会增添了“全球文化装置”的新功能。例如，1967 年由加拿大蒙特利尔世博会举办的“世界节”活动，以介绍世界一流歌剧、芭蕾、戏剧公司、交响乐团、流行歌手及室内音乐等而闻名。在世博会的影响下，文化产业逐步挣脱学术争议的束缚而迅速发展起来。它创造了可观的经济效益，并促成了价值观念与认知模式的跨国传播。在这一过程中，新的经济增长体通过吸收创新文化的精髓逐步实现了发展的赶超，改变了西方国家主导举办世博会的格局。

以日本为例，它在战后的成功赶超，主要归因于文化的“西方化”转向和为适应“全球标准”而进行的内部改革（Aoki-Okabe 等，2006）。当然，单纯的文化“接近”只完成了“重归国际社会”的阶段性任务，而并未从根本上解决创新的文化支撑问题。出于对这一问题的认识，日本的发展战略经历了文化意义上的反省与转折。一方面，日本仍然注重运用政策手段增进与国际社会的文化联系，包括中央政府的基金支持和由地方政府（如北海道、神奈川等）重点制定的一体化国际合作政策（Aoki-Okabe 等，2006）；另一方面，日本开始重视发扬本土文化的创新潜能。在 90 年代“失去的 10 年”中，为了转变经济结构和振兴经济，日本一直在探索发展文化产业的有效途径。1998 年出台的文化政策在《文化振兴基本设想——为了实现文化立国》的报告中，把 21 世纪定为日本依靠本国的文化资源与文化优势开始新一轮发展的世纪。与早期相比，日

本的文化产业偏重于挖掘文化内容的价值创造力和扩大对世界经济与社会的影响力。这一变化在日本举办的多届世博会中亦有所反映。为了实现经济发展的赶超,日本把开发导向型世博会的作用发挥到了淋漓尽致的程度。到了举办 2005 年爱知世博会时,日本开始尝试改变,由于思路与方向并不清晰,所以在实践中还带有过渡的色彩,参见表 1。

表 1　世博会的类型、发展目标与长短期效应

	时期	会址选择	目标产业	世博会类型	短期侧重点	长期效应
芝加哥(全球商业中心城市)	1893 年	南部的沼泽地	—	开发导向型	城市美化	不明显,并因此受到批评
芝加哥(全球商业中心城市)	1933—1934 年	密歇根河畔的公园区	文化娱乐业	主流导向型	世博会的文化影响力	产业的长期发展潜力
蒙特利尔(全球商业中心城市)	1967 年	城市旧有港区的再开发	文化娱乐业、旅游业	主流导向型	世博会的文化影响力	产业的长期发展潜力
大阪(全球商业中心城市)	1970 年	发展相对滞后的地区	现代服务业	开发导向型	城市转型;产业结构调整	关西区域经济一体化
筑波	1985 年	郊区的专业化产业新城(归属东京圈)	高科技产业	开发导向型	打造世界级的创新基地	提升东京圈的区域整体竞争力
塞利维亚	1992 年	南部不发达的落后地区	旅游业	开发导向型	交通基础设施建设;城市形象提升	中部与南部地区的协调发展
大田(制造业中心)	1993 年	落后地区	旅游业;研发创新产业	开发导向型	完善城市内外部的基础设施体系建设	建设全球创新基地
里斯本(首都城市)	1998 年	郊区废弃区域的重建	旅游业	开发导向型	城市重建及整体改造;环境品质提升	向商务中心的城市转型
汉诺威(区域性中心城市)	2000 年	原会展中心与新市镇	会展产业	产业增强型	增强并释放主导产业的前后向关联效应;导入居住功能	城市整体功能开发与可持续发展
爱知(制造业中心)	2005 年	中京圈	高科技产业、物流、信息、文化产业	经济振兴型,同时向价值创造型探索与过渡	产业转型;城市能级提升	中部地带作为全球交流中心的崛起
上海	2010 年	城市中心区边缘的老工业基地	高科技产业、现代服务业、文化产业	价值创造型	城区再开发、结构转型和环境改善	全球城市区域的崛起

3. 后工业化时期的城市文化技术创新阶段。21 世纪以后,新一轮城市创新以互联网技术为物质基础,以新的含附加值的服务业为支撑,表现为技术与艺术的结合(吴缚龙等,2004)。为了满足市场对娱乐、休闲和网络创意内容的庞大需求,一些在艺术和商业领域拥有传统优势的城市,依托技术创新的“软力量”得以回归增长中心的角色,诸如曼哈顿、旧金山、波士顿、洛杉矶、芝加哥等都成为知识经济的先驱城市(Kotkin 和 DeVol,2001)。它们的经验表明,

有必要在新的技术、制度与竞争环境中重新评估地方性社会资本和文化遗存的当代价值,特别是媒介融合透过文化产业的超越式发展给城市转型带来的机遇。这意味着,在持续加深的全球化背景下,增强地方文化认同意识是非常必要的。首先是因为,全球范围的资本大规模流动势必会引起日益频繁的跨文化交流,从中产生的知识需求也是相当庞大的。文化认同由于可以有效提高知识转化与交易的效率,从而备受关注;其次,在网络化的生产体系中,产业的升级过程需要动员社会资本的合作与规范功能,进而对提高现代社会的文化生产力提出了需求。[①] 充分开放的城市作为联结全球与地方经济的网络枢纽,如果能够满足这些需求,就可以获得更多的发展机会。为此,不少国家开始将基于文化创意产业的城市转型视为一项国家战略。例如,澳大利亚提出要建立“知识国家”,新加坡目标建成“艺术之城”及亚洲的创新中心,英国提出要将伦敦建成“世界卓越的创意和文化中心”等。

三、世博会对城市发展的影响效应与功能演化

(一)世博会对城市发展的影响效应

1. 早期以巩固城市的生产与贸易中心地位为主。尽管早期的世博会功能比较单一,以展示工业生产技术的创新成果为主,但它仍然给城市发展带来了巨大转机。哈特利(2007)指出,世博会标志着城市空间的结构性发展和贸易、消费、创新增长的历史时刻。通过博览会,“民众”成为“消费者”。世博会的国际面向性决定了它拥有超越一般博览会的市场开拓能力。对英、法等工业化和城市化先行国家而言,世博会通过开拓市场推动了进一步的技术创新,承办展会的城市则因此发展成为国际性的生产、贸易与信息中心。

2. 解决城市发展中的突出问题。进入20世纪以后,世博会强调解决城市发展中的现实问题。首先,年久失修和被战乱破坏的基础设施不利于城市竞争,特别是沿海港口城市在开辟海外市场和争夺贸易份额中承受着更大的压力。这时举办世博会,也是为了帮助它们摆脱困境;其次,外部负效应对城市发展的制约开始显现。以1920—1930年间的纽约和芝加哥为例,中心区受过度开发、劳动力流失和环境恶化的困扰,逐渐丧失了集聚优势。特别是滨水地区的衰退与环境恶化,一度成为政府治理的焦点。以芝加哥为例,它在两次世界大战期间花费10亿美元用以改造湖滨区,把密执安湖边20英里长的地带变成了公园和海滩式风景点。1933—1934年的芝加哥世博会,也被纳入了这一庞大的城市改造计划。

3. 宣传创新文化、推动城市竞争和区域一体化发展。二战以后,电子、宇航、高分子合成和原子能等技术取得了突破性进展,发达国家之间日益扩大的贸易需求,催生了以资本相向流动和组织创新为特点的产业内分工,世界经济的原有发展格局随之被打破。20世纪60年代,日本的精益生产模式对美国

的福特制生产模式造成了巨大的冲击,技术、组织和管理的创新因素开始取代资本积累成为经济增长的驱动力。为了满足城市竞争的需求,世博会开始充当向全球传播新型创新文化的重要平台。其中,1970年的日本大阪世博会就是不遗余力宣传企业生产文化的典型。企业主题馆几乎成为世博会的主角,日立馆、三洋馆、三得利馆、IBM馆、住友馆、松下馆、东芝馆、华歌尔馆、三井馆、富士馆、理光馆、三菱馆等,加上钢铁主题馆、汽车主题馆和电器通信主题馆等的全力参与,为日本经济持续20多年的发展打下了坚实的基础(陈信康,2003)。通过举办世博会,大阪不仅提高了国际知名度,城市功能和产业结构也成功实现了转型。以大阪为中心的关西经济带在政府发展战略的支持下,区域一体化进程明显加快,并由原先的重工业中心转变为集中发展高科技、信息、物流、商贸、会展、金融服务、环保和中介咨询等产业的服务功能中枢,成为日本经济增长的重要引擎。

(二)世博会的类型特征与功能演化

1. 专业世博会为中小城市赢得了发展机遇。20世纪70年代中期,围绕城市持续发展的资源开发和环境保护问题,诞生了以讨论特定议题为主的专业世博会。它的出现符合城市发展的趋势特点。为了赢得竞争优势,大国经济中的中小城市通常趋向于高度的专业化(Henderson,2007),这使得中小城市也有机会举办世博会并从中获得发展。以1974年美国斯波坎世博会为例,它在当时人口尚不足20万的城市举办,堪称世界历史之最。当时正值能源工业的繁荣期,斯波坎世博会却以小见大、未雨绸缪,结合自身存在的环境治理问题,前瞻地提出了“无污染的进步”的主题。世博会对于斯波坎的发展具有里程碑意义。目前,它已经成为美国华盛顿州的第二大城市和重要的旅游中心。

2. 开发导向型世博会的“工具化”倾向及主要矛盾。受经济增长重心转移和政治体制变革的影响,城市管理的重点也发生了变化。处在迥异经济社会与政治文化背景下的世博会开始承载一些新的政策目标,表现出较明显的“工具化”倾向。联合国1995年的人类发展报告显示,1970—1993年期间流入发展中国家的私人投资从50亿美元增加到近1 600亿美元,其中有四分之三的资金流入了主要位于东亚和拉丁美洲的10个国家。特别是东亚新兴工业化国家的崛起为全球所瞩目。对它们而言,配合城市化的发展推动功能新区和新产业空间的开发,具有重要的意义。这一动机促使它们热衷于举办世博会,期望以此提升城市的国际形象和打造外向型经济赖以发展的增长极。

政府行为是世博会“工具化”的主要推手。20世纪80年代掀起的一场重塑与再造政府的运动,倡导建立企业家城市。运用企业家精神改革公共管理部门,实施外向型的、鼓励地方经济增长的行动和政策,是企业家城市的发展主旨。事件营销是这种增长范式下普遍采取的策略。在具体实施中,城市的政治与经济精英经过博弈,在投资吸引、就业创造、城市品牌与企业文化宣传、

地区复兴等方面结成了增长的利益联盟,并将关注焦点放在如何促使城市吸引外部资本和培育产业竞争优势等方面。以 1985 年日本筑波世博会和 1993 年韩国大田世博会为例,它们分别以建设筑波科技城和大德科学研究城为重点。在战略上,为了促进日本由“贸易立国”向“技术立国”的转变,筑波研究学园城市在 1986 年的第四次首都圈基本计划中,被安置在了业务核心城市之一的位置(三宅博史,2007)。

当然,事件营销的实施效果还有待全面检视与评估,对此学术界也不乏质疑之声。出于追逐投资利益的目的,城市对大事件举办权的竞争也愈演愈烈。例如,伦敦和巴黎为争取 2012 年奥运会主办权,几乎动用了包括中央政府在内的所有营销资源。这意味着,事件营销的介入会加剧城市增长与有限资源之间的矛盾。如何避免这一矛盾激化引起的负面影响,以及对城市增长实施有效的管理,也是世博会要重点考虑的内容。

3. 功能过渡期的世博会开辟了跨文化知识交流的新方向。1994 年,国际展览局(BIE)决议将 21 世纪世博会的举办意义归纳为:(1)全面贯彻主题的普及,重视参与、学习、体验;(2)在促进人类知识进步的同时成为国际交流的舞台;(3)不破坏环境,而是置身于环境之中;(4)创造文化、艺术的舞台;(5)促进全球社会的各种主体的参与。2005 年爱知世博会承担了 1994 年 BIE 决议后首次举办世博会的殊荣(福井昌平,2007),标志着世博会功能进入一个新的过渡转变期。日本在 1995 年制定的《新文化立国:关于振兴文化的几个策略》和 1998 年出台的“新的全国综合开发计划”中,将中京圈定位为世界级的产业中枢和“以全世界为对象进行丰富多彩的交流活动的地区”。为了推动中京圈的崛起,爱知世博会以发展第三产业和高新技术产业为结构升级目标,通过加强与全球经济、社会和文化的联系,逐步确立这些产业的领先地位。

进一步而言,爱知世博会为日本搭建了实现国家战略的重要平台。自从经济体系遭受房地产投机泡沫的重创以来,日本就一直尝试探索一条基于比较优势和内生增长的复苏之路。亚洲时报(2007)指出,考虑到老龄化、雇佣惯例改变和生活方式选择权扩大等问题的综合影响,日本加大了文化生产的投入与激励力度,以满足不断增长的精神消费需求。在国家战略和世博会全球交流功能的共同作用下,日本的文化产业发展迅猛,其“酷文化(Cool Culture)”更是成为风靡全球的文化标识。福田昌平(2007)在归纳爱知世博会的战略意义时指出,日本透过世博会向世界和未来传递信息的价值定位,除了依托于对全球环境和能源问题具有普遍治理需求的领域开展技术创新以外,日本人在历史和传统中孕育起来的“与自然共生存”的各种生活方式和传统技术,也形成“创造可持续性社会”的一股巨大力量。可见,爱知世博会旨在向全世界表达日本对于国家软实力的独到理解与高度关注。

(三)全球化环境中以城市转型为指向的世博会功能变化

历史过程表明,利益格局与发展诉求的变化是诱导世博会功能演化的主要原因。目前,全球化引起的空间重组,造就了新的经济发展不平衡现象。对区域经济发展而言,面临着两种截然不同的选择。第一种,在被动竞争中,受资本“去地域化(De-territorialization)”的影响而逐步被边缘化,[②]乃至丧失竞争优势。第二种代表了城市转型的方向,即通过涵盖商业模式创新、文化资源开发和治理制度变革等内容的“再地域化(Re-territorialization)”,[③]重塑城市与国家的发展关系。经过一个半世纪以后,世博会再度回归国家关注的视域,其目标、内容和重点都迥异于从前,对城市发展的要求也将明显不同。首先,国家利益关注的焦点发生了变化。为了抵御全球竞争的威胁,各国开始高度重视增强包括制度、价值观、文化和政策等在内的软实力。城市因集中了这些方面的大量资源,从而在国家利益的争取中发挥着先锋作用;其次,国家实力的比拼与较量通常在区域之间展开,以城市为中心的合作网络以及互惠关系作为区域崛起的重要条件,要求城市加强彼此之间在产业分工、创新学习和知识交流等方面的联系;第三,城市作为创意环境的功能日渐突出。通过创意环境,地方文化产品的独特性可以得到承认和加以传播(哈特利,2007),全球文化、娱乐以及创新活动则将因此变得更加丰富。这些变化都表明了,当代城市正在国家利益的主导下经历一场新的转型革命,它将对世博会的功能演化产生非常深刻的影响。

四、当代的城市转型需求与世博会功能表现

(一)城市转型的特点与机遇

20 世纪 90 年代早期至 21 世纪早期的 10 年间,城市艺术、营销和设计等技术革命中“软”的一面,开始扮演重要角色(Kotkin 和 DeVol,2001),在发达国家掀起了一场回归城市中心的再城市化浪潮。在经历了网络经济泡沫之后,人们逐渐意识到以因特网技术为基础的商业模式本身并不代表着新经济,真正的新经济是一种以智力资本(包括知识、技能、经验和创新能力)为主要投入、城市同步转型的发展模式。发达国家的城市转型表现出强烈的知识经济转向特征。对此,哈特利(2007)指出,信息技术的影响经由基础设施→连接性→内容→创意的变化趋势,恰好与经济活动中从面向产品到面向服务、从面向生产者到面向消费者的大规模转变一致。前者代表了城市转型由表及里的深化发展过程。

与发达国家不同,发展中国家的城市化和外部资本的大规模流入与集聚发展密切相关,产业发展的结构性矛盾比较突出,要素与资源的空间配置不甚合理。目前,大量的文献偏重于强调产业升级的重要性,却忽略了空间发展的战略意义。实际上,当创新模式发生变化时,空间层级的变化也会日趋活跃。一些空间层级较低的区位有可能通过文化中介的作用,促使全球流动的符号、图像、文字、设计、声音等与地方要素联系在一起(贾斯廷·奥康纳,2004)。对

城市而言，不仅得以提升在网络体系中的位置，而且还能为地方产业及集群的升级补充必要的外部知识。因此，发展中国家尽管技术创新的能力相对薄弱，但是如果它们注重在竞争激励、制度建构、政策支持和人才储备等方面，加大对软资源的开发力度，将文化与创意等活化资源转化为产业升级的主导要素投入，就能推动城市增长方式的转型。

（二）当代世博会的主要功能

1. 关注价值创造的核心功能。

在创造力充当增长引擎的今天，世博会关注价值创造的核心功能值得开发与重视。作为重要的转折点，爱知世博会开启了价值创造型世博会的探索先河（参见表 1），成为倡导全球与地方协调发展的良好范本。正如福田昌平（2007）所指出的，爱知世博会的举办明确了在面向“可持续发展的地球社会的创造”中在国际社会中所必须承担的责任和义务的同时，也为主办地的爱知县和日本中部地区提供了从日本制造业的中心地带向可持续发展的地球社会的中心地带转型的跳板。爱知世博会的经验表明，当城市转型和国家战略的预期目标被加载于世博会之上时，其功能也将同时发生变化。在产业方面，为“产业文化化”和“文化产业化”开辟取材于全球内容资源的沟通渠道；促进跨国文化资本流动与文化企业的集团化发展；打造从创意生成、资本融通、产品制作到市场开拓的文化产业链等与地区生产活动的创造性密切相关的方面，都应为世博会所重视；在城市方面，如何满足新的创新需求，形成跨国联结的网络优势，提高知识生产、服务、流动与转化的效率，在全球竞争中发现新的商业机会和培育难以复制的地区竞争优势等则是世博会应重点考虑的内容。

2. 基于现代会展业的合作促进与集体学习功能。

现代会展业将带动以全球专业信息搜集与知识交换为主业的“MEC（Meetings，Conventions and Exhibitions）”产业的迅猛发展。无论是在垂直维度的供应商与客户之间还是在水平维度的竞争者之间，MEC 产业都会产生积极的知识交流效应。会展业和博览会作为临时性集群（temporary clusters）或临时性的节点网络（temporary nodal networks），是一种有别于网络、项目和持久性集群的特定的企业间组织类型，具有识别、获取远距离外部知识源的功能。现代会展业除了发布、筛选、匹配和传播市场前沿信息以外，还可通过汇集国际范围的专家群体和加强他们之间的知识交流，帮助企业就产品与服务的未来发展形成新的创新思维（Maskell、Bathelt 和 Malmberg，2005）。这些效应对营造城市的创新功能、推进企业之间的跨地区合作和产业集群的升级都十分有利。此外，作为由社会分工形成的学习型组织，现代会展业通过将企业、政府、社会精英及其他民间组织纳入统一协作体系所产生的集体学习效应，能够弱化全球流动资本与地方凝结资本（包括基础设施、制度规范、本地劳动力市场等）之间的文化冲突与交易成本，对提高全球“流量经济”的运行效率和吸引高端资本与要素的流入都极为有

利。可以说,发展现代会展业本身就是城市转型的一项重要内容,其发展状况同时也是评估与衡量世博会成效的重要标准之一。

3. 显性与隐性的媒介功能。国际博览会作为除报纸、杂志、广播和电视之外最大的“第五媒介”,具有不可替代的“生活文化提示”作用(新藤健一郎,2007)。与其他媒介相比,世博会有两个主要的特点。第一,集中性、前瞻性和现场互动性,对会展业、旅游业、娱乐业和文化产业具有明显的带动作用;第二,通过事件的运营,城市组织协调、沟通协作、政策执行和制度创新的管理能力将有所增进,有利于城市积极参与全球竞争。

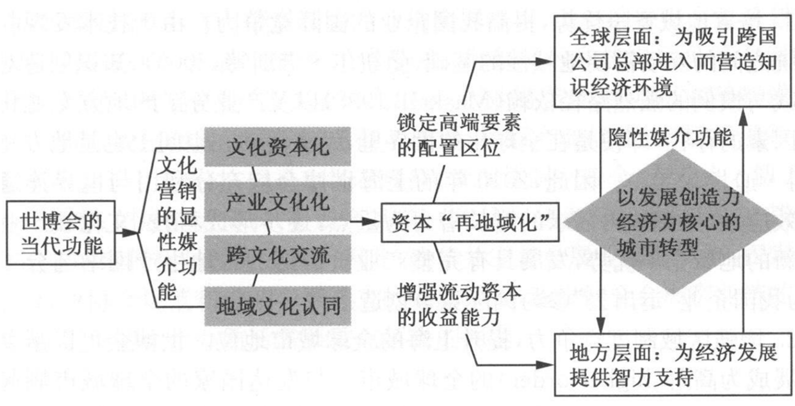

图 2　世博会的显性与隐性媒介功能

在此,可将世博会的媒介功能区分为显性和隐性两类(参见图 2)。文化营销是世博会最主要的显性媒介功能,包括文化资本化、产业文化化、跨文化交流和地方文化认同等内容。除此以外,世博会还具有隐性的媒介功能,即通过国家的战略导向、价值链分工的空间优化和城市管理制度的创新变革,为城市发展找到一条通过融入全球生产网络实现地方产业升级的、经济与社会协调互动的转型之路。

五、进一步的讨论与若干政策建议

(一)我国城市转型的特殊性与问题所在

与西方国家相比,我国的城市转型任务更加艰巨。第一,在增强城市创新能力的同时,还须逐步逾越服务经济发展中的障碍,特别是功能性的生产服务业应优先得到发展。否则,城市转型就极有可能面临创新产业基础与市场条件的双重缺失;第二,如何缩小与国外文化产业发展之间的综合差距至关重要。这关系到城市能否吸引跨越式发展所必需的高端资本和有效地开发地域性无形资源的潜在价值;第三,亟须解决城市发展和扩张缺乏制度约束的问题。我国的城市发展主要依赖外部资本的推动,呈现出“快餐式”的激进特征,

存在基础设施供给不足、整体环境质量下降、传统风貌保护意识薄弱、城市形象雷同、土地开发失控等问题。为了解决这些问题,首先应改变僵化与低效的城市管理模式,通过引入社会资本与公众参与机制以及设立公共资助项目的方式,吸引和集聚各方创造力资源,为城市发展注入活力。其次,应通过改革和创新文化产业的发展体制,培育城市品牌的资本积聚能力,增强城市对文化娱乐、展览会议、商务旅游和创意展示等活动的长久吸引力。这些关系到城市高质量发展的内容,也是我们预期通过2010年上海世博会要达到的中长期目标。

(二)政策建议

1. 培育地域竞争优势,提高我国企业的国际竞争力。由于技术发现与应用系统之间的互动需要地域性的基础(曼纽尔·卡斯特,2003)、知识创造对地方实践与惯例的强烈路径依赖(Maskell,1998)以及产业分工的地方专业化趋势等因素的存在,即便是在全球化的世界里,经济活动在空间上也是地方化的(彼得·迪肯,2007)。因此,2010年的上海世博会应充分利用与世界连通的窗口效应,以挖掘国内需求的增长潜力为重点,逐步形成科技、文化和产业融合创新的地域竞争优势,发展具有完整产业价值链的本地生产网络与分工体系,为我国企业"走出去"参与国际竞争创造条件与机会。

2. 增强区域制度竞争力,提升上海的全球城市地位。世博会可以帮助上海发展成为高阶(higher-order)的全球城市。与发达国家的全球城市崛起于福特主义的大工业时代不同,上海所处的经济环境发生了巨大变化,主要特点有资本高度分散、产业分工细化、生产组织弹性和信息适时传输等。在这种环境下,单凭城市自身的实力将难以支撑全球城市的宏大战略。加强区域内部合作,增强地方经济响应全球化的综合能力(诸如各种形式的产业升级、形成区域创新体系等),都是全球城市掌握价值链纵向治理的网络权力进而提升层级的必要条件。这表明,上海的全球城市战略应充分依靠长三角区域的一体化发展,从消除各地方政府之间在权力、政策和执行力等方面的冲突入手,建立由政府、私人资本和社会团体等共同参与的区域管治体系,逐步增强区域制度竞争力。作为这一过程中的介入性事件,2010年上海世博会可以尝试从区域信息交流、知识创造、项目合作的平台搭建;主导产业的合作创新体系建设;公共事务的联合诊断与协同治理等方面,逐步推动区域制度能力的建设。

3. 依托文化创意产业发展,推动城市转型。国际经验表明,全球化时代的城市或区域竞争潜能,取决于国际文化中心的角色定位。在经济重建与城市更新过程中,文化充当着"资本引诱物"的特殊角色。城市在将消费需求转化为财富创造源泉的同时,也开启了社会、经济和政治全面复兴的浪潮,原先依靠资本驱动的增长模式将发生根本性的转变。城市和区域可通过提高产业链系统的增值能力、产品质量的阶梯式改进、良好人居与创业环境的营造等方式,减轻对可耗竭资源的过度依赖。文化创意产业以开发主体资源为目标,对应于个人全

球化的发展倾向,符合全球化的演变趋势。当代世博会可以充当调动每个富有想象力的个体释放创造力的公共参与机制,依托事件的文化营销功能,吸引海外创意精英、跨国文化资本和本地创意人才、文化企业之间开展“零距离”的交流与学习,在他们之间建立起跨国界的网络联系。为此,应调动政府、企业、行业协会和劳动力市场等各方利益的能动作用,为文化资源的积累和资本化开发营造良好的社会氛围与市场环境,将上海建设成为未来的世界创意之都。

4.规范会展业市场竞争,提高产业发展的整体质量。通常而言,世博会结束以后,会展业都将得到快速发展。然而,只有少数发展基础较好的城市(如德国汉诺威),才可能成长为专业的会展城市,更多的城市主要是利用现代会展业在信息发布、商业服务、市场开拓、形象展示和技术预见等方面的知识汇集、处理和传播功能,为企业研发创新、产业链整合、市场开拓等提供综合服务。当前,我国会展业的发展还很不成熟,尽管产业规模、市场需求和硬件设施等具备了一定条件,但是市场不规范、管理体制不健全、专业人才匮乏、产业外延狭窄、招展能力薄弱、会展产品单一和品牌缺失等问题的存在,都制约了会展业的现代化与健康发展。因此,改革并完善会展业管理体制,探索政府规划、行业协会规范和市场主导分工的发展模式,逐步健全会展产业链的生态体系,也是世博会举办前后需要重点解决的问题。

注释:

①美国学者弗朗西斯·福山(2003)认为,社会资本对现代经济的有效运行起着重要作用……它们组成了现代社会的文化部分。

②“去地域化”概括的是全球性的“流”使得社会关系从根本上脱离了地方和地域政治的一种现象(Brenner,1999)。

③Brenner(1999)认为,“再地域化”作为全球化的固有现象,是各类地域组织(如城市与国家)的结构重整与尺度重组。在此过程中,城市空间和国家机器等地域组织与全球化互为因果。它们既是全球化的前提,也是全球化作用于地方的载体与结果。本文引入“再地域化”的概念,旨在说明世博会能够使城市和国家在全球化中的角色变得更加积极,竞争与合作的行动也更为有效。

参考文献:

[1]吴缚龙,李志刚,何深静.打造城市的黄金时代[J].国外城市规划,2004,(4):1-3.

[2]曼纽尔·卡斯特.网络社会的崛起[M].北京:社会科学文献出版社,2003:41.

[3]约翰·哈特利.创意产业读本[M].北京:清华大学出版社,2007:16,184.

[4]郭定平.世博会与国际大都市的发展[M].上海:复旦大学出版社,2007:6,52,269.

[5]陈信康.世博会作为社会经济发展助推器的思考[J].上海财经大学学报,2003,(4):38-45.

[6][英]彼得·迪肯.全球性转变[M].商务印书馆,2007:19.

[7]J.Vernon Henderson.中国的城市化:面临的政策问题与选择[M].城市发展研究,2007,(4):32-41.

[8]弗朗西斯·福山.社会资本、公民社会与发展[J].马克思主义与现实,2003,(2):36-45.

[9]Brenner. Globalisation as reterritorialisation: The re-scaling of urban governance in the European Union[J].Urban Studies,1999:431—451.
[10]Kotkin,DeVol. Knowledge-Value cities in the digital age[R].Milken Institute Report,2001.
[11]Scott A J. Global city-regions: Trends,Theory,Policy[M]. Oxford University Press,2001:156—158.

Interactive Evolution of Expo and Urban Development and Expo's Contemporary Significance

HU Bin

(*Institute of Finance and Economics Research*, *Shanghai University of Finance and Economics*, *Shanghai* 200433, *China*)

Abstract: Interactive evolution of Expo and urban development runs through the whole history of Expo. As a platform for the communication, exhibition and spread of urban cultural and technological achievements, Expo always focuses on the evolution trajectories of urban innovation. Contemporary urban innovation is characterized by penetration and amalgamation of technology, culture and art. In order to meet innovation needs of value activities, Expo is facing a new round of functional change. In turn, functional evolution of Expo also deeply influences the direction of urban development. In particular, when the competition turns on cities and regions, localization trend of Expo is more and more clear and is regarded as a strategic tool of regional exploitation and urban growth. However, owing to the un-sustainability of traditional urban competition patterns characterized by chasing capital, it suffers serious criticism. It needs to study again the significance of Expo upon urban transformation under a new background. The main tasks of Shanghai Expo 2010 are to follow the topics of Expo in practice and actively explore the new direction of functional change. Shanghai should make full use of this opportunity and rapidly integrate into the global urban network by improving territorial competitiveness, exploring institutional innovation of regional cooperation and developing culture and creative economy and modern convention and exhibition industry.

Key words: Expo; urban development; interactive evolution; urban transformation; Shanghai Expo 2010

(责任编辑　许　柏)