

从文化多样性到创意城市： 美食之都的理论逻辑与实践探索

侯兵, 杨磊, 陈倩

(扬州大学旅游烹饪学院, 江苏扬州 225127)

摘要: 创意城市建设是当前城市转型发展的重要选择,以联合国教科文组织创意城市网络“美食之都”为研究对象,分析了文化多样性对创意城市的影响。以创意城市的理论内涵、文化创意产业与创意城市的关系逻辑分析为基础,提出了“美食之都”建设的理论依据,从城市美食文化、创意社群、环境与氛围、投融资及知识产权保护等四方面构建城市美食创意体系。在此基础上,结合“美食之都”群体特征和扬州案例分析了创建“美食之都”的实践过程和关键事项,总结归纳“美食之都”到创意城市的经验启示。

关键词: 文化多样性;创意城市;美食之都;理论逻辑;实践探索

中图分类号: TS 971.2

文献标志码: A

文章编号: 2095-8730(2021)01-0011-07

美食对城市发展的推动作用,源于其对本地居民和外来人员的双重影响,既服务于城市生活品质的提升,也是衡量城市旅游发展水平的标志之一。美食本身也是基于传统文化基础上的发展要素,传统美食的兴衰对城市旅游形象有着重要的影响^[1]。从国际视野来看,美食作为引领城市发展的关键要素,肇端于联合国教科文组织于2004年10月成立的创意城市网络(UNESCO Creative Cities Network,下文简称UCCN)。作为全球创意领域最高级别的非政府组织,创意城市网络将文化创意视为推动城市可持续发展的主要动力,并将其作为加强城市之间合作的战略因素,美食是UCCN七大主题之一。

国际上关于文化的创新创意源自“文化多样性”的提出,20世纪60年代以来,全球范围内以文化作为核心手段或目的的新型殖民形式开始出现,文化交流过程中的不对称性和不平等现象不断出现,如何保持文化多样性成为全球文化安全领域的突出问题^[2]。以美国为代表的“文化帝国主义”趋势将使多元文化丧失多样性,从而造成不可挽回的损失^[3]。面对这一挑战,2001年联合

国教科文组织第31届大会上通过了《世界文化多样性宣言》及其《行动计划》,提出在承认文化多样性、认识到人类是一个统一的整体和在发展文化间交流的基础上开展更广泛的团结互助。2003年的第32届大会上通过了《保护非物质文化遗产公约》,文化多样性的影响进一步扩大。基于这一背景成立的UCCN,旨在倡导和维护文化多样性,成员城市之间开展创意发展思路的互动、交流与分享,是这一组织区别于其他“国际荣誉”的显著特征。然而,从文化多样性到创意城市,其中存在怎样的理论逻辑,如何对城市转型发展提供科学的理论指引,同时也为申请加入UCCN的城市提供借鉴,是亟待破解的科学问题。全球已有36座城市加入UCCN“美食之都”,扬州市于2019年获批成为其中一员。系统梳理这一城市群体和扬州个案的实践探索过程并与理论分析相互支撑,是重要的基础性工作。

1 文化多样性对创意城市建设的影响维度

文化多样性对创意城市建设的影响体现在两

收稿日期:2020-12-30

基金项目:国家自然科学基金面上项目(41771146);江苏省高校“青蓝工程”中青年学术带头人培养项目(2018-2021);文化和旅游部2019年专业研究生重点研究扶持项目(WLRCY2019-075);扬州“世界美食之都”建设规划(2020-2023年)编制项目(SWCGDLC-20200601)

作者简介:侯兵,男,扬州大学旅游烹饪学院教授,博士,主要从事旅游管理与文化旅游研究,E-mail:bhou@yzu.edu.cn;

杨磊,女,扬州大学旅游烹饪学院硕士研究生,主要从事旅游管理研究。

个方面,一方面是联合国相关议程和公约对创意城市建设的引领;另一方面是创意城市目标导向对文化多样性的呼应。

1.1 联合国相关公约和议程对创意城市建设的引领

2005年的联合国教科文组织第33届大会上通过的《保护和促进文化表现形式多样性公约》,规定了缔约国保护文化多样性的权利和义务,强调要为发展中国家提供支持,构成了创意城市建设的核心思想。在该公约通过10周年之际,2015年的联合国大会第70届会议上发布了《2030年可持续发展议程》。这一议程涵盖了17项全球发展目标,文化的作用体现在涉及城市和人类居住、社会包容、创造就业、城市韧性和环境保护等多个目标中。这项议程最值得关注的一点,是“第一次在全球层面承认了文化、创意和文化多样性在应对可持续发展挑战中的关键角色”^①。这是申请加入以及成为UCCN成员城市需要对照和呼应的目标体系,充分理解和把握其中的要义,是创意城市建设的重要指导思想。

创意城市也是对可持续发展理念的践行,2016年在厄瓜多尔基多举行的联合国第三次住房和可持续城市发展会议上通过了《新城市议程》,这是推动全球可持续城市化进程的重要里程碑。《新城市议程》的“基多宣言”中明确了人人享有城市和人类住区的共同愿景,并上升到“城市的权利”的高度。“基多行动纲要”部分中则明确提出要致力于城市治理范式的转变,以促进持久、包容和可持续的城市发展,从另一个层面明确了创意城市的发展方向。

1.2 创意城市建设的目标导向及其对文化多样性的呼应

联合国教科文组织对创意城市网络提出了六方面的宗旨目标^②:一是加强城市之间的国际合作,城市将创意视为可持续发展的主导因素;二是促进并加强城市间的合作,使创意成为城市发展的重要组成部分,推进公私部门以及民间的相互合作;三是加强文化活动、商品和服务的创造、制作、分配和传播;四是建立创意创新中心,为民众创造更多的就业机会;五是提升民众对文化生活的获得感和参与感,让弱势群体也能感受到文化产品和服务带来的愉悦;六是将文化创意纳入地方发展战略和计划中,同时要惠及发展中国家和地区。由六方面的目标导向可以看出文化创意的

多方面影响及其对城市发展的重要价值,维护文化多样性是UCCN成员城市的共同准则。

2 “美食之都”的理论逻辑

2.1 创意城市发展中的内在规律

2.1.1 创意城市的理论内涵

全球化背景下,当城市增长主义逐步走向终结时,城市发展开始从增量开发转向城市更新为代表的存量开发^[4],继续沿用增量发展时期的城市建设方式显然无法解决城市发展中的可持续性问题。城市发展是新陈代谢的有机过程,传统的物质空间更新是基础的环节,重点是寻求社会、经济、文化等综合效益的发展与平衡,发挥文化在城市更新中的重要作用,进而推动以文化为导向的城市创意设计^[5]。从另一个角度看,创意产业所需的技术、知识与才能会随着人的流动而成为流动要素,能够吸引并成功留住人才的只有那些具有高度宽容性的“创意城市”^[6]。当然,“创意城市”并非静止的概念,而是一个随着时代变化而不断发展的过程,并无固定的模式,也没有终极的范畴^[7]。不同学者从不同视角切入,阐释了创意城市形成的基本要素条件^[8-12](表1)。

表1 关于创意城市构成要素的代表性理论

代表人物	理论概念	核 心 观 点
兰德利 (Landry, 2000)	7要素 理论	创意城市建立在人员特质、意志与领导力、人口多元化和获得各种人才的途径、组织文化、强烈的地方认同、城市空间与设施、网络与结构关系等七个要素上
霍斯珀斯 (Hospers, 2003)	3要素 理论	集中性(concentration)、多样性(diversity)和非稳定状态(instability)等三个要素能增加城市创意形成的机会
佛罗里达 (Florida, 2003)	3T理论	创意城市必须具备技术(technology)、人才(talent)和包容度(tolerance)等三个关键要素
格拉斯 (Glaeser, 2004)	3S理论	创意城市的构成因素由技能(skill)、阳光(sun)和城市蔓延(sprawl)三方面构成
卡特 (Carta, 2009)	3C理论	文化(culture)、沟通(communication)与合作(cooperation)是创意城市的必备特征

表1是关于创意城市构成要素的代表性理论,尽管有观点上的分歧,但共性特征是创意元素

都指向城市的创意产业。创意产业是创意城市建设的基础,文化作为其驱动力,推动创意产业从“具有鲜明艺术内涵的产业”扩展到“以创意和知识资本为基本投入形成的产品和服务的创造、生产和销售循环过程”^[13],文化创意产业在价值、机制和表现上响应了创意城市建设的现实需求。

2.1.2 文化创意产业与创意城市的关系逻辑

首先,文化创意产业是发展创意城市的重要支撑。立足于区域文化资源的创意产业将为城市转型升级、城市空间重塑和城市治理创新提供更多可能^[14]。创意城市既需要经济规模的持续扩张,更需要以文化为基础、创意为核心、人才为保障的软实力的全面提升。文化创意产业不仅可以与城市转型有机结合,同时与高端产业和现代服务业实现跨界融合,在更深更高层次上提升城市的创新驱动动力,让城市摆脱对传统资源的过度依赖,加快城市转型和实现高质量发展^[15]。

其次,创意城市发展成效影响文化创意产业的发展水平。创意城市既为文化创意产业提供丰富的创意要素和发展空间,同时也为产业的高效发展提供根本保证,城市将在发展环境、发展机制以及资源整合上给文化创意产业以源源不断的支持。为此,文化创意产业必须进行系统谋划,把政府的规划与市场资源的配置有效结合起来^[16],统筹利用好城市的各方面资源。

第三,两者关系在城市创意要素集聚能力上形成一致。城市创新能力可以驱动城市经济的高水平发展,尤其在产品生产、产值创造和就业提供等层面^[17]。要素集聚在文化创意产业与城市经济发展的互动运行机理中具有重要作用^[18],集中体现在两个系统的互动关系,从要素的流动和配置、要素的成长和创新、要素的融合与创新方面,进而推动城市产业结构升级与经济转型发展。

2.2 “美食之都”发展的理论体系

2.2.1 创建“美食之都”的理论依据

作为创意城市类型之一,“美食之都”遵循创意城市发展的一般性规律,同时也体现出自身的特色。文化创意和科技进步将成为城市发展的重要要素,意味着城市将具有和谐的人文环境、发达的经济,以及放大的、完善的多元化美食产业体系^[19]。相关研究从美食创意产业定位、美食民间智慧、美食认证体系、美食遗产价值以及美食创意环境等方面探讨“美食之都”建设的相关思

路^[20]。UCCN对“美食之都”评定标准涵盖了美食传统、食材与技术、传统食品市场与产业、节庆赛事、教育教学等五大事项八个方面(表2)^②,构成“美食之都”申创的理论依据。

表2 UCCN关于“美食之都”的评价标准

评价事项	评价标准
美食传统	1. 拥有悠久的烹饪美食历史,且具有体现城市和区域性特征 2. 拥有数量众多的传统的餐厅和厨师,并具有一定吸引力的美食社区
食材与技术	3. 在传统烹饪中使用本国的烹饪原料 4. 具有本地传统的烹饪知识、方式和方法及由此发展起来的烹饪产业与技术 5. 重视环境,可持续利用本地物产
传统市场和产业	6. 具有传统的食品市场和食品产业
节庆比赛	7. 具有举办美食节、烹饪比赛或其他美食认定方法的传统
教育教学	8. 烹饪学校设置有关保护生物多样性的课程,教育机构开设促进食品营养和关于传统烹饪和保护烹饪方式的课程,积极推动公众美食意识的培养

2.2.2 “美食之都”申创依据的本土化转化

UCCN对“美食之都”的评价标准是基于一般意义上的操作指南,结合中国城市实际开展申创工作,必须要在理解相关议程的基础上进行本土化转化,具体包含两个步骤:

第一步,深入理解领会《2030年可持续发展议程》和《新城市议程》的内容和精神,尤其是前者的17项目标,城市能在多大程度和多少范畴上与之相呼应,需要给出明晰说明,提出行动方案。这一步骤的重点任务是,城市严格遵循国际标准,用国际视野擘画城市美食创意图景、讲好城市美食故事。

第二步,对照评价标准构建城市美食创意体系,具体由四个方面构成:一是展现城市美食文化的鲜明性、多样性和开放性,包括城市业已存在的各类美食消费元素及多样性创意空间,具体包括创意企业、创意事项和机构场所;二是美食创意社群的培育,以专业院校与社会机构为依托,专业人士和文化创意爱好者构成美食创意产业的智力资源,一定规模的美食创意人才构成城市的创意阶层;三是城市美食文化创意环境与氛围,既包括城市美食创意产业发展的各类机构场所,也包括居

民和美食爱好者对美食城市创意产业的认同和参与,体现在创意氛围的引导政策和治理体制机制等;四是投融资状况及知识产权保护力度,前者反映美食产业对资本的吸引能力,后者旨在维护产

业合法利益和可持续发展能力。四个方面条件体现在七个指标中,共同构成城市美食文化创意体系(图1)。

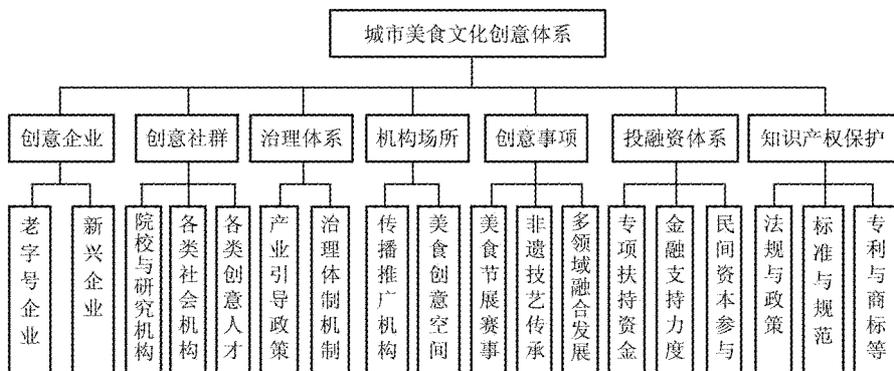


图1 城市美食文化创意体系构成

3 “美食之都”的实践探索

3.1 UCCN“美食之都”的总体特征

截至2019年底,全球共有246个城市加入创意城市网络,我国已经拥有除了“音乐之都”之外的六类主题的14个创意城市。其中,“美食之都”和“设计之都”均为4个城市,数量并列第一。2005年加入UCCN的哥伦比亚波帕扬(Popayan)系全球首个“美食之都”,目前UCCN已有36个“美食之都”,数量分布为:中国和巴西各4个,意大利3个,美国、哥伦比亚、土耳其、西班牙、墨西哥各2个,瑞典、韩国、南非、澳大利亚等15个国家各1个。

UCCN36个“美食之都”具有三方面的特征:一是尽管城市规模大小不一,但中小型城市占比过半。根据2019年数据,人口数量低于50万的城市共有18个,其中,意大利的阿尔巴(Alba)、墨西哥的梅里达(Mérida)、土耳其的阿菲永卡拉希萨尔(Afyonkarahisar)以及瑞典的厄斯特松德(Östersunds)人口规模均低于10万,可见城市规模大小与“美食之都”并无关联。二是城市拥有多元文化交融的美食传统、特色食材、传统食品等,波帕扬(Popayan)和澳门(Macao)的多国或地区交汇的美食传统、阿尔巴(Alba)的白松露、卑尔根(Bergen)的海洋美食、扎赫勒(Zahle)的葡萄与葡萄酒等是这方面的代表。三是美食在城市发展中具有重要的影响和作用。美食伴随着城市历

史文化的发展演化,也引领着城市不断创新品质、提升综合功能,如全州(Jeonju)始终以提供高品质传统韩国食品为己任、布尔戈斯(Burgos)提出的由美食演化全球实验室开展的“人类发动机”项目、图森(Tucson)推出的社区食物银行项目等。这些特征充分体现了UCCN的宗旨和使命,也是“美食之都”申创和建设的重要实践参照。

3.2 国内城市申创“美食之都”的实践探索

2019年10月31日,联合国教科文组织宣布扬州市入选“美食之都”,是继成都、顺德、澳门之后第四个“美食之都”。为进一步分析这一“城市荣誉”的创建思路,以扬州为例分析由美食创意产业到创意城市建设的实践转化路径。

扬州是国务院公布的首批24座国家历史文化名城之一,是淮扬菜的主要发源地,2001年被中国烹饪协会授予国内首个“淮扬菜之乡”,饮食文化底蕴深厚,以扬州炒饭、扬州包子等为代表的美食产品在海内外产生了广泛的影响。2013年该市开始酝酿申创“美食之都”,2019年正式向联合国教科文组织递交申请报告,经过系列评审程序后获得通过。回眸扬州“美食之都”的申报过程,集中体现出以美食创意产业为核心的创意城市建设路径。申报工作伊始以研究申报事项和要求为重要任务,其后经历了凝练申报共识、梳理城市“家底”、明确发展思路、形成多方合力的过程。对照城市美食文化创意体系,将其有机整合到创意城市建设的事项和任务中(表3)^③。

表3 扬州创建“美食之都”的事项和任务

评价事项	目标指向	评价标准	
创意企业	美食创意的历史文化要素	凸显美食历史文化在城市发展中的作用	老字号企业、饮食类非物质文化遗产赋存、新兴企业等
	美食创意领域的产业链条	从原材料种植、养殖到餐饮消费的产业体系	餐饮与食品企业产值、原材料供给、半成品及成品生产及控制体系
创意社群	美食创意的社区与群体	谋生群体(特殊人群的共享能力)、美食爱好者	教师、研发人员和厨师;美食爱好者;对特殊人群及女性的贡献;对老年人、青少年的影响
	美食创意的教育与培训资源	学校人才培养、各类培训机构(活跃度与长效机制等)	高等院校、职业院校、研发机构、社会培训机构的数量及培养规模
治理体系	美食创意产业治理体系	政府促进政策、方案和措施;治理机构及行业组织等	产业引导促进政策、与城市及乡村发展战略的政策呼应、行业协会
机构场所	美食创意的专业机构与场所	文化创意产业的推广与传播能力、典型方案与项目	国际化传播与推广机构数量、文博场馆的作用发挥、社区的作用
	美食创意节庆展会与赛事	针对专业与非专业人员、国际化程度、周期性状态	不同辐射范围的节庆节事、技能比赛及展会数量;定期举办及随机举办的数量
创意事项	美食非遗技艺传承利用	美食非物质文化遗产及其传承人的发展状态	美食非遗技艺的传承利用方式、餐饮企业非遗项目运作、非遗传承人的认定及作用
	与其他创意领域融合发展	与其他创意的交叉融合、策应能力、影响范围	以融合为特征的各类活动及项目数量、与相关领域融合的类型及空间
投融资	美食创意产业的投融资体系	城市对文化创意产业及美食创意产业的资金投入情况	城市文化创意产业规模的历时分析、美食创意产业占比的比较分析
知识产权	美食创意的知识产权保护	传统技艺传承保护、技艺标准化与规范化的研制与推广	饮食类非遗技艺保护举措;国家、省和地方关于美食制作的专利技术、标准与规范

表3既是扬州创意城市网络“美食之都”创建的主要任务,也是文化创意产业在创意城市发展建设层面的具体体现。创建的主要任务聚焦于创意城市的评价事项,对城市自身实际进行具体分析,同时按照评价标准进行衡量和表达,构成了由产业体系到创意城市的行动路线。

3.3 “美食之都”建设实践中的关键事项

创意城市建设既要关注城市发展的实际,更要重视对创意城市网络价值理念的理解与执行。创意城市建设遵循特色、多元、共享和包容的发展原则,既要对联国引领文化多样性和可持续城市发展行动做出响应和贯彻,也要处理好国际标准与本土化实践之间的具体转化。围绕“美食之都”的实践探索,其中的关键事项集中于产业地位、综合影响和国际化视野三个方面。

一是巩固创意产业地位,拓展创意产业格局,提升创意产业对城市经济的贡献。扬州以美食创意促进“三产”融合,由乡村到城市、从土地到餐桌,积极推动美食创意与设计、旅游、文创、环保等领域的融合与协同发展,以“主业”带动“多业”,

多元融合的发展思路为创意城市建设赋能,壮大城市创意经济。二是提升美食创意对城市不同社群的综合影响。具体表现在,美食创意要为市民提供城市饮食文化和健康饮食的教育体系,为老年人推出居家养老餐桌计划,面向市民、专业厨师、海内外美食爱好者等不同群体开展多元化培训,为包括贫困家庭在内的民众增加就业和创业机会。持续向公众普及和推广联合国教科文组织创意城市网络的目标和行动领域,让市民特别是青少年、女性、弱势群体充分参与,为民生福祉发挥积极作用。三是以国际化视野拓展城市对外开放格局。创意城市网络成员城市中,沟通、交流与合作是主要议事机制,成功、高效的做法要在成员城市中进行经验分享;同时,体现互帮互助的责任,积极承担有关国际义务,尤其要给予非洲、阿拉伯国家支持,在国际合作和人才培养方面密切协作,提升创意城市的国际影响力。

4 由“美食之都”到创意城市的经验启示

可以预见,以创意城市网络价值理念为导向

的文化创意产业和创意城市建设将成为国内若干城市努力的方向,而无论是否入选创意城市网络,城市在文化传承利用、创意产业的价值追求、可持续发展行动等方面与创意城市网络的宗旨是并行不悖的。扬州“美食之都”由申报到入选的过程表明,在当前城市寻求转型更新、形象重塑和拓展发展格局等发展诉求下,主题凝练和特色定位要始终贯穿其中,要为城市文化创意开辟更为广阔的空间,这是今后创意城市的发展方向。

4.1 明确文化创意产业在城市发展中的战略地位

近年来,不少城市在发展中为提升知名度和影响力,热衷于对各类名号和品牌的获取,重视申报、忽视建设的“城市荣誉”尤为多见,内涵建设和评估机制的欠缺是重要原因。理清这一思路,必须要认识创意城市是发展理念的更新而非发展成就的彰显。创意城市仅仅只是探索以文化经济为主要驱动和支撑的城市发展模式^[21],不能简单地从经济层面理解其意义。深刻把握城市发展规律和引领城市可持续发展,需要具备全球化的眼光,即城市必须要深刻认识到文化多样性的存在意义与巨大价值,如何在全球化浪潮下避免被同化和侵蚀,从而采取更加有效的保护和发展措施。创意城市建设是理念认知与价值认同的过程,即使是通过努力入选创意城市网络,也非“一劳永逸”的城市荣誉,而是一个持续重视、投入和发展的过程,是对联合国各类相关的章程、规章、公约等的贯彻过程,要为其他城市发展发挥示范引领作用。创意城市网络对成员城市的评估是每四年一个周期,以过程管理监控发展成效。因此,创意城市建设的战略地位需要在城市发展整体格局中予以强化和巩固。

4.2 文化传承利用与文化环境营造是发展创意城市的重要前提

文化是创意城市的核心要素,“这些城市分布在全球各地,以各自的方式使文化成为其城市发展战略的支柱,而不仅仅是补充。”这是2019年联合国教科文组织总干事奥德蕾·阿祖莱(Audrey Azoulay)在发布新一批全球创意城市网络新成员公告中的表述。城市在发展过程中既积淀了丰富的历史文化,同时也是文化生产与再生产的过程。传统历史文化重在科学传承和创新利用,尊重文化形成演变及影响的区域范围,避免过于强调某类文化专属于某个行政区的观念,“美食

之都”不必受到菜系或者菜肴风味流派的桎梏,任何文化的发展和壮大都不会局限于特定行政区。在城市文化环境建设上,既包括以系列文博场馆和传统技艺研习场所等为载体的物态文化要素,也包括以非物质文化遗产传承利用的文化空间保护,这也是创意城市建设的重要素材。传统文化和文化环境既是城市转型更新的文化基因,也是发展文化创意产业、形成人才资源和创新要素集聚的吸引要素,有助于为城市发展不断注入新的活力,提升城市创意产业发展的水平和质感。

4.3 文化创意产业和创意城市发展以成效和影响为评价标准

基于对创意领域的历时性评估和产业发展水平的相对影响力评价,创意城市不以城市面积大小和人口规模为前提,追求城市规模也非创意城市建设的条件和目标。这充分表明,创意城市更多依靠的是自身的文化个性魅力,即使不是繁华的大都市,只要能展现出独特的文化魅力,并在文化传承和可持续发展等方面有好的探索尝试,中小城市也可以成为具有全球影响力和示范作用的创意之都^[22]。而不同规模的城市尽管有发展模式和路径的差别,但其核心要义是一致的,即文化创意产业对创意城市发挥的关键性作用,与其他创意领域相互促进、协同发展,创意产业事关城市发展的全局和民生福祉。

4.4 提升文化创意产业对城市可持续发展的多重效用

文化创意产业是创意城市建设的主要抓手,但不能仅仅关注产业本身的发展水平,创意产业对城市发展的多维效用更应引起重视。文化影响重在城市特色文化与优势文化的创新利用。城市是多元文化的聚合体,文化势能有差异,但多元文化共生是城市彰显文化优势的根本所在。实施创意城市战略要求城市立足于自身文化优势,与其他城市进行横向比较,寻找差异化空间,让特色文化带动城市产业发展。其中,经济影响旨在衡量文化创意产业链的建设与完善是否形成体系,及其对城市发展的综合影响效应、城市对各环节的可控性和可追溯能力等,欧洲很多创意城市强调产业链中的食材本地化,便是出于这一衡量标准。产业链建设成效是衡量产业对城市发展到底能发挥多大的带动效应、是否具备可持续发展要求的生产标准与规范。社会影响体现在创意产业

对于促进就业尤其是特殊人群就业和创业发挥的作用,对于消除性别歧视、服务老年人和青少年精神文化生活和身心发展能够提供的支持等,这既是体现文化创意产业的社会责任和现实担当,也是创意城市建设的出发点和落脚点。

4.5 知识分享和多元合作是创意城市建设的价值导向

分享与合作是创意城市网络的重要职能之一,也为国内创意城市建设指明了出路。创意城市建设本身也是多元、开放、包容的系统,分享发展经验是城市间互通有无、取长补短的有益举措。在这一过程中,创意城市发展主题的差异化于一定区域范围内是推进文化多样性、共促发展的必要举措,也是打造创意城市品牌的必然选择。“特色创意”是建设创意城市要秉持的基本原则,如我国入选 UCCN 的四个“美食之都”(成都、顺德、澳门和扬州),在地域上体现差异性,体现了文化多样性的特点。创意城市建设应立足于自身文化特色,着重从非物质文化遗产赋存、文化创意产业规模等方面突出重点创意领域,汇集创新要素和创意资产。当然,无论是否入选创意城市网络,城市都应充分发挥自身文化创意产业创造力,加强合作交流、促进知识分享,以多元化合作培育各城市自己的特色创意经济,进而带动城市社会、文化、经济等各项事业的全面进步。

注释:

① 源自“文化多样性十年评估报告”序言,时任联合国教科文组织总干事伊琳娜·博科娃(Irina Bokova)做出这一论述。文中多次提到文化多样性、文化与创意,并承诺“培养跨文化的理解和宽容,相互尊重,以及对全球公民的道德和共同责任。我们承认世界自然和文化的多样性,承认各种文化和文明不仅贡献于可持续发展,而且还是其重要推动者”。

② 由创意城市网络官方网站(<https://zh.unesco.org/creative-cities/>)上的资料整理和调整而得。

③ 由扬州申报联合国教科文组织创意城市网络“美食之都”的申报文本及规划方案整理而来。

参考文献:

- [1] 钱凤德,管婷婷. 传统美食对城市旅游形象的影响及发展对策——以南京“秦淮八绝”为例[J]. 美食研究, 2017, 34(1): 29-34.
- [2] 胡惠林. 文化生态安全: 国家文化安全现代性的新认知系统[J]. 国际安全研究, 2017(3): 36-56.
- [3] 于沛. 反“文化全球化”——经济全球化背景下对文

化多样性的思考[J]. 史学理论研究, 2004(4): 26-37.

- [4] 陈易. 转型期中国城市更新的治理研究: 机制与模式[D]. 南京: 南京大学, 2016.
- [5] 方田红, 曾刚. 上海创意产业园区空间分布特征及空间影响[J]. 社会科学家, 2011(8): 59-63.
- [6] 黄阳, 吕庆华. 西方城市公共空间发展对我国创意城市营造的启示[J]. 经济地理, 2011(8): 1283-1288.
- [7] 甘霖, 唐燕. 创意城市的国际经验与本土化建构[J]. 国际城市规划, 2012, 27(3): 53-58.
- [8] HOLPERS G J. Creative cities: breeding places in the knowledge economy[J]. Knowledge, Technology and Policy, 2003, 16(3): 143-162.
- [9] LANDRY C. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators[M]. London: Earthscan Publications, 2000.
- [10] FLORIDA R. The Rise of Creative Class[M]. New York: Basic Books, 2002.
- [11] GLAESER E L, KAHN M E. Sprawl and urban growth[J]. Handbook of Regional and Urban Economics, 2004, 4: 2481-2527.
- [12] CARTA M. Culture, communication and cooperation: the three Cs for a proactive creative city[J]. International Journal of Sustainable Development, 2009, 12(2-4): 124-133.
- [13] 韩宝华. 文化创意产业的创意实践系统演化本质[J]. 上海财经大学学报, 2016(1): 25-34.
- [14] 陆恒, 冯诗琪. 基于创意产业和创意集群的创意城市发展研究[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2015(4): 83-86.
- [15] 周蜀秦, 李程骅. 文化创意产业驱动城市转型的作用机制[J]. 社会科学, 2014(2): 66-75.
- [16] 赵景来. 城市转型发展与文化创意产业研究述略[J]. 学术界, 2014(11): 221-228.
- [17] 杨秀云, 郭永. 文化创意产业提升城市创新能力的演化机理及其政策启示[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2013(3): 5-12.
- [18] 李建军, 万翠琳. 文化创意产业与城市经济发展互动机制研究[J]. 上海经济研究, 2018(1): 45-53.
- [19] 厉无畏. 创意城市之发展转型中的美食成都[J]. 团结, 2010(6): 27-29.
- [20] 詹一虹, 程小敏. 全球创意城市网络“美食之都”: 国际标准与本土化实践[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2016, 55(6): 76-86.
- [21] 王林生. 文化多样性: 创意城市的价值理念、测度与启示[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2016(12): 167-174.
- [22] 李晓天. 突出差异化, 提升软实力——全球创意城市各具特色[EB/OL]. [2015-01-15] http://www.cssn.cn/hqxx/201501/t20150115_1479827.shtml?COLLCC=2223273558&, 2015-01-15.

(下转第 54 页)