

城市公共空间整体性建构与提升旅游竞争力

——以南昌为例^{*1}

李枝秀 周潮

城市公共空间是人们感知城市的窗口，是展现城市历史文化、风土人情、自然风光、建筑艺术的载体。南昌作为我国重要的历史文化名城，旅游资源丰富，旅游竞争力亟待进一步提升，文章提出：完善多样性的公共空间是满足南昌旅游发展的基础，优化城市公共空间意象是塑造南昌旅游形象的关键，完善城市公共空间的管理机制是提升南昌旅游竞争力的核心，并重点从城市入口、城市广场、滨水空间、公共艺术、旅游标识等方面探讨了城市公共空间意象的打造，为提升南昌城市旅游竞争力提出了可行路径。

【关键词】：城市公共空间；整体性建构；旅游竞争力

【中图分类号】：TU984 【文献标识码】：A 【文章编号】：1004—518X（2017）02—0252-05

一、导言

城市公共空间是指城市建筑实体之间存在着开放空间，包含城市广场、城市入口、街道绿地、滨水空间等，是城市居民进行公共交往活动的开放性场所，也是游客感知城市的重要路径及场所，辅助游客完成愉悦的旅游体验，同时也展示城市的历史文化、风土人情、自然风光、建筑艺术，是城市的“窗口”。国外学者对于城市公共空间的研究基本从“建成空间”和“社会空间”两个视角展开，分别探讨了公共空间的视觉审美、认知意象和公共空间的社会心理及公共性。国内研究基于人类学、社会学的快速发展，逐渐由普遍引用国外理论转向对中国传统空间价值的研究，理念上将公共空间从纯粹的物质性界定转化为活态系统，更为关注空间形态与人类行为心理、行为方式的相互关系，更为强调公共空间的社会价值。近年，城市旅游竞争力研究是学界关注重点。^[1] 基于城市旅游发展需求的城市公共空间整体性建构问题引起学界的关注，作为历史文化名城的南昌，探讨城市公共空间建设策略以提升旅游竞争力就显得尤其重要。

作为旅游城市典范的芝加哥，位于市中心的千禧公园就是其城市公共空间优秀代表作之一。千禧公园以全开敞的姿态与城市融合，注重与周边设施建立便捷通道，横跨 Monroe 大街的步行天桥，连接公园与芝加哥艺术学院，游客可快捷进入艺术学院参加各种艺术活动。BP 天桥横跨哥伦布车道，与格兰特公园连接，游客可同时分享格兰特公园中的儿童游乐场、运动场等公共设施。除满足市民及游客休憩、娱乐、健身、展示等功能以外，千禧公园定位以“观演”作为其主要功能，以文化展演形式展示城市创造力，传播城市独特文化。^[2] 千禧公园由此深受市民和游客的认同与喜爱，每年吸引来自世界各地百万游客，为芝加哥城市旅游发展做出了突出贡献。

二、南昌城市公共空间建设存在的问题

1 基金项目：江西省社会科学规划项目“城市旅游竞争力与城市公共空间整体性建构研究——以南昌市为例”（15YS31）

李枝秀，南昌大学艺术与设计学院副教授；周潮，南昌大学艺术与设计学院。（江西南昌 330031）

南昌近年来旅游事业获得了大发展,然而在当前城市旅游井喷式发展的情境下,南昌城市旅游明显滞后于周边省会城市,具有城市展示功能的公共空间建设的匮乏、城市独特意象缺失、“重建轻管”现象严重等问题,都是城市旅游竞争力的提升遭遇障碍的原因。

(一) 城市公共空间匮乏

当前,地块划分式的城市开发,使建筑各自为政、互不关照,建筑和土地的使用权所有者在建筑单体上花费大量精力,在所属地块内最大限度优化和利用空间,而对于地块四周空间,多采用围墙、栏杆进行围合与阻隔,对于服务于大众的公共休憩娱乐空间的建设极为忽略。南昌在城市建设迅猛发展的进程中,同样面对这样的困境,建筑的设计过于以自我为中心,过于商业化,忽略建筑气韵与城市气质不可分割的关系,忽视众多民众对于城市公共空间的需求。我国目前实施的城市建设详细规划,对土地使用、建筑容量、建筑间距和高度都有明确的规范与控制,但是,对于城市公共活动空间的建设管理,详细规划最大程度能规范至公园、广场等中等尺度空间,对地块间、地块内小尺度公共空间缺乏发展指导和评价能力,更为缺少相关法规以保证城市公共空间的秩序感、整体性和品质特色。

(二) 城市独特意象缺失

城市意象,是人脑中反映的“主观环境”,是离开城市环境后人们能够回忆出来的城市印象,是人们对城市文化与城市环境的直接或间接的经验认识。凯文·林奇认为城市的意象体现于城市的道路、区域、边界、节点和标志物,这些特定区域的特色、形态与内涵作为特征元素,构成一个鲜明独特的城市意象。^[3]在南昌目前的城市建设中,城市意象性元素明显不足,造成城市形象不突出、不鲜明。南昌有着悠久的发展历史、深厚的文化底蕴、丰富的自然资源和独特的风土人情,却没有更好地加以利用,无论是道路、标识,还是雕塑、绿化,其独特性都有不同程度的欠缺,难以形成具有独特魅力的、具有竞争力的城市品牌形象。

(三) “重建轻管”现象严重

“责任不清、分管不明”是我国许多城市公共空间的建设常常遭遇的尴尬局面,南昌也同样面对这样的情况。由于城市公共空间涉及多个行政管理系统,如路桥、市政、旅游、通信、园林绿化等各部门,在城市综合运行管理机制缺乏的情况下,就会出现公共环境建设时轰轰烈烈、环境使用后逐渐破坏却无人理睬的现象,公共空间环境质量由此难以保证,更难以期待空间品质的提升,最终沦为城市的“死角”,无可避免地造成人力、物力的浪费。

三、完善城市公共空间整体性建构是提升南昌城市旅游竞争力的可行路径

(一) 完善多样性的公共空间是满足南昌旅游发展的基础

城市公共空间依据功能的不同,基本可划分为四种类型:标志性城市公共空间(城市入口、城市中心广场、车站前广场等),生态性城市公共空间(中心公园、街旁绿地、滨水空间等),通道性城市公共空间(城市道路、步行道等),商业性城市公共空间(商业步行街、商业建筑前广场等)。^[4]虽然,南昌市政府在不遗余力建设完善城市公共空间,但是面对南昌逐年增长的城市居民及游客,尺度宜人、景观优美以及各种公共服务设施便利的公共空间依旧十分匮乏,导致绳金塔仿古街、秋水广场等仅有的几个较为完善的空间都已是人满为患、秩序混乱,不堪重负。

南昌应更大力度开发和利用现有资源,合理规划布局,完善南昌公共空间的品质及类型,以满足广大居民及游客的需求。例如,尝试开放滕王阁景区为市民广场,仅保留滕王阁主体部分加强保护,其他附属空间区域可融入城市环境,免费开放,作为市民健身、休闲、活动的场所,民间杂耍、传统手工艺都可以在此展示,自然形成一幅活态的“豫章风情图卷”。另外,榕门路作为游客抵达滕王阁的必经街道,应当重点打造,将南昌古城的文化、民俗、美食、民间艺术等融入其中,依靠商业与服务

拉动旅游经济，同时成为市民休闲的好去处。

（二）优化城市公共空间的意象是塑造南昌旅游形象的关键

城市意象包含物质性意象元素和非物质性意象元素。物质性意象元素包含城市入口、城市广场、滨水空间、街旁绿地、城市公园、公共艺术、旅游标识等；非物质性意象元素包含民风民俗、历史事件、传统技艺等。在城市公共空间的设计中，非物质性意象元素通常是以物质性意象元素为媒介来展示。

城市入口。城市入口是城市的“大门”，是游客对一个全新城市的“第一印象”，是展现城市独特形象魅力的门户，具体形态包括古城门、高速路入口、长途汽车站、火车站、航空港、水运码头等。不同于一般城市公共空间，城市入口空间的功能要求它必须要作为纪念物存在，以便外来游客能清晰地“阅读城市”。因而，城市入口空间应当成为城市的地标，其构筑目标应是表达独特的地域特征，反映本地区的地理气候条件、政治经济形态及历史文化脉络，应当具有独一无二、不可替代的可识别性。当前南昌城市入口的建设，并未以识别和记忆作为主要设计目标，明显缺乏地域文化特征，空间形态设计模式单一，视觉层次匮乏，难以实现文化性、功能性与艺术性的统一。城市入口空间是传递城市信息、塑造城市形象的媒介与载体，涉及美学、建筑学、历史学、旅游管理学、景观规划学、城市管理学等多个学科领域。对南昌城市入口进行系统的规划设计与品质提升，需要组建跨学科专家团队，借鉴国内外成功案例，结合南昌本土文化与经济特征，对城市入口空间进行重新定位，注重将南昌人文历史、风土人情、地域风貌与科学技术、景观环境相融合，同时，强调人性关怀和服务，符合大众的审美需求，让公路、港口、车站等入口空间真正成为南昌展现城市精神风貌的重要平台。

城市广场。城市广场通常是城市公共空间中最有活力、最具有标志性的部分，具有良好的可达性与可参与性。从旅游功能的角度，城市广场主要包含作为主要旅游景点的广场和作为旅游线路或交通节点的广场。南昌八一广场，是国内外知名的旅游景点广场的典型代表，设计上注重创造开阔的视觉空间，注重道路、地面铺装、灯光、水体、雕塑等硬件设施建设，但是，广场周围休憩空间及设施的匮乏，导致游客难以长时间逗留，旅游纪念品及旅游相关商业空间的缺失，使得旅游所能发挥的带动作用大打折扣。作为旅游线路或交通节点的广场，包含火车站广场、商业区中心空地等，游客不会将此类广场作为游览的重点，只是作为临时休息的空间。但是，此类空间一般位于城市的重要地段，人流量和车流量都很大，正是体现城市独特意象的重要展示场所，其设计应当展现城市独有的历史人文、民俗风情，充分展现城市的精神面貌与气质。然而，当前南昌此类广场文化性、艺术性及个性化的缺失，严重影响游客的旅游满意度。

根据以上分析，政府应当从城市旅游的视角对八一广场周边区域进行重新规划，增加游客、市民的休憩空间，加强旅游配套产业及空间的设计与规划。对于火车站广场等旅游线路或交通节点的广场，进行统一规划，通过各种艺术表现手法将南昌历史文脉、非物质文化遗产进行充分展示，增强城市独特意象，展现城市独有魅力。

滨水空间。南昌水资源丰富，除了主要河流赣江、抚河以外，还有多个城内湖泊，全市湖泊水域面积 1239 平方公里，天然湖岸线约 260 公里，自然形成较大范围的城市滨水景观空间，具有宣传城市历史文脉、展现独特城市风貌的优势条件。然而，目前南昌对于滨水空间的设计与管理，并未满足城市滨水景观应当具有的生态、审美、交通、历史文脉等功能性需求。

南昌应从以下几个方面思考滨水景观建设问题。首先，中部地区气候特征形成水域的枯水期、涨水期，不同季节水域形态的变化对景观的影响，应当被考虑到整体性设计方案之中；其次，南昌部分湖泊及人工水系的水质问题，需要运用科学理念、实施生态化措施加以改善，比如建设湿地发挥其天然净化水质的功能；最后，加大力度开发高品质水上活动项目，成为市民休闲、城市旅游的新亮点，充分利用好南昌得天独厚的水资源条件。

公共艺术。公共艺术具体指的是分布于城市广场、街道、公园等系列公共空间中的雕塑、壁画、霓虹灯艺术展示等。与西方国家一些城市的公共艺术相比，南昌的公共艺术与中国许多城市一样，存在对当代公共艺术概念与内涵的理解滞后。公共艺

术是一个带有浓厚社会学与文化学的概念，而非纯艺术的概念。优秀的公共艺术作品，追求的不仅仅是作品的艺术效果，而是社会效果。他们要解决的问题不仅是美化城市的问题，而是展现对社会问题的关注，关注当代现实，引起大众的注意与关注。公共艺术应当与公众形成良好的交融，这种思想上、心灵上的交融使得这些艺术作品，对于市民来讲是亲切的，不是陌生的、强制的。

在南昌的城市建设和发展的过程中，数量众多的公共艺术作品分布在街头巷尾、社区、公园，以及单位的门前，它们的设计、实施以及资金大多来源于单位团体、开发商或者社会和个人捐助，呈现随意性大、缺乏规划与设计不佳的现象，存在与周围环境和建筑不协调、尺寸过大或过小而影响区域景观环境、设计与施工质量较差而成为城市视觉垃圾等严重问题。因此，一方面应在规划社区、街道、城市广场等与市民日常生活联系紧密的区域，将艺术作品如何贴近居民、公众的具体策略充分考虑进来。另一方面，加强城市公共艺术的整体性规划与设计，完善公众参与机制，加强政府管理与监督职能。

5. 旅游标识。旅游标识，以图形语言的方式传达城市精神内涵，是体现旅游城市文化的浓缩载体。相对于其它行业的标识来说，南昌目前的旅游标识系统还处在不成熟的初步阶段，远落后于国内其他一些旅游发达城市，制约着南昌旅游竞争力。政府有关部门可以组建专家设计团队，结合南昌独特的地域文化，借鉴国内外优秀旅游城市的成功案例，开展南昌旅游标识系统化设计工作，设计内容包括交通路牌指示、景点景区图标、门票样式、旅游宣传册等。设计方案应以现代视觉设计表现形式，强调城市旅游传播的时代性特征，力争以准确、新颖的视觉形象向旅游者传达南昌城的整体形象和旅游特色。

（三）完善城市公共空间的管理机制是提升南昌旅游竞争力的核心

1. 加强政府公共服务功能。城市旅游竞争力的提升，需要城市多个部门的配合与协调才能实现。当前旅游行业管理的主体——旅游局，在履行职能方面具有较大局限性，人们对旅游局的工作要求往往超过旅游局职能的设定范围，实际上难以做到对整个行业的全面管理。例如，与城市旅游息息相关的城市公共空间的规划建设与管理工作，通常情况下政府认为必然归属规划局、城建局、园林局，较少听取旅游管理部门的意见，因此缺乏从旅游发展与管理的视角思考城市建设方案的科学性与合理性。城市旅游的迅猛发展对城市管理观念的创新与转型提出了新的挑战，解决当前城市管理出现的机构重叠、职责交叉、政出多门等问题，建议尝试推行大部门制。将政府机构中业务相似、职能相近的多个部门进行整合，集中由一个大部门进行统一协调管理，使政府部门形成无缝隙组织，提升政府效率效能，以满足现代城市发展的需要。^[5]

2. 建立公共空间法治管理体系。在决策开发阶段，建议参考日本《城市建设指南》和法国里昂《城市公共空间设计指南》的管理经验，制定针对城市公共空间，包括城市空地、城市空间、空间效果、景观设计等建设的管理规章与管理标准，在项目建设中组织专门机构负责公共空间的设计与管理，明确公共空间的设计理念、公共空间与整体系统的关系、空间的创意设计等。^[6]同时，借鉴英国建筑与都市环境委员会的做法，设立城市公共空间的专门评估机构，该机构的评估结果作为政府部门审批项目的参考，这样可使建设项目在设计阶段就比较完善，促进形成好的建设方案。同时，通过项目评估这种第三方参与方式激励城市建设管理的多元化参与，群策群力，听取更多意见，争取形成更好的建设方案。在后期管理阶段，建议引入市场机制，整合公共空间管理管辖权与公共空间经营权，建立公共空间管理与商业、服务业的有机联系，制定相应的制度，建立明确的责权体系，规范社会自然人、企业部门在城市公共空间领域的行为，使城市公共空间管理进入法治化管理模式。

3. 完善公众参与管理城市公共空间的相关机制。随着城市居民对于城市环境要求的逐步提高，公共空间建设逐渐成为人们关注的热点，公众对城市公共空间建设的参与权、知情权和决策权的要求日益强烈。由此，南昌可以参照以上策略，对于所有市级重大公共空间建设项目，一方面组织市民代表团参与有关的审议和评审会议，直接听取市民的意见；另一方面发挥网络及媒体舆论引导公众思维的重要力量，向市民宣传、解释城市公共空间建设的思想、原则、目标等，鼓励全体市民参与提供建议和意见，并开通网络热线服务，及时反馈意见的处理情况。这些举措不仅可以增强市民对城市公共空间建设在城市建设中所处地位的认知，也能够增强市民参与监督城市规划实施与城市管理的积极性，同时可以培养市民热爱城市的自豪感。

参考文献:

- [1] 毛峰. 滨海城市旅游竞争力测评及提升策略 [J]. 企业经济, 2016, (3).
- [2] 岳华. 城市公共空间之市民性的思考——以美国芝加哥千禧公园为例 [J]. 城乡规划·园林景观, 2014, (3).
- [3] (美) 凯文·林奇. 城市意象 [M]. 方益萍, 何晓军, 译. 北京: 华夏出版社, 2011.
- [4] 余柏椿. 非常城市设计——思想·系统·细节 [M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2008.
- [5] 竺乾威. “大部制”刍议 [J]. 中国行政管理, 2008, (3).
- [6] 春燕. 聚焦城市公共空间建设的新城市形态建设——国际城市建设管理发展新趋势 [J]. 城市发展研究, 2015, (2).