

创意广州：高端定位与文化战略

李三虎¹ 刘 军²

(1、中共广州市委党校 马克思主义研究室,广东 广州 510070;

2、广州航海高等专科学校 外语系,广东 广州 510725)

[摘要] 以“创意广州”设想广州都市高端形象,既是落实科学发展观和建设广东“首善之区”的意识形态要求,也是提高城市发展自主创新能力的实践需要。这一定位解决了广州大都市形象的高端表达问题,它要求广州在技术经济、政治、社会、文化和生态等各个方面进行总体设计,把科学发展观的高端要求转换为自身的创意城市实践。

[关键词] 创意广州;自主创新;城市高端形象;创新文化自觉

[中图分类号] G127 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1003—8744(2010)01—0004—07

以“创意广州”设想广州都市高端形象,不仅是落实科学发展观和建设广东“首善之区”的意识形态要求,也是提高城市发展自主创新能力的实践需要。它作为一种城市规划理念,是以创新型市域、全民创业之都、知名品牌和技术标准产地的“四重域”模式来呈现广州和广州人自主创新的空间本土特色。为使这一高端形象塑造转变为一种自我创造的内生创新文化自觉实践,需要基于主流意识形态、现代文明和中国传统文化之间的相互诠释,从岭南文化传统和当代都市文明的结合中转换出激发政府、企业和科研机构创新故意行动的组织文化软实力,以推动广州进入以自治的创新扩散和再创新为历史导向的制度化城市发展路径建构过程。

一、创意城市概念 辨析与创意广州意向解释

在科学发展观指导下,伴随着我国创新型

国家建设,近年来广州将自主创新作为城市发展的第一推动力。特别是 2008 年初,以穗字[2008]1 号的形式颁布实施《关于大力推进自主创新加快高新技术产业发展的决定》,努力推进国家创新型城市建设。与此同时,广州(天河区)又以其带有国际色彩的 IT、广告、影视和媒体等创意行业,被赫然列在中国创意城市榜上。目前广州各区(特别是天河区、越秀区、荔湾区等)在“总部经济”的理念竞争下,推进创意产业的文化塑造。这样广州实际上便从“创新型城市”和“创意城市”两个不同角度来塑造广州城市的高端形象:前者着重于高新技术产业,后者则强调创意产业。这里的问题在于,如果仅仅限于这两个概念的狭窄含义,就很难将它们联系在一起对广州的城市形象进行整体塑造。但如果考虑到“创意城市”概念提出的“新经济”(高技术经济、知识经济和知识管理等)背景,那么以它来涵盖“创新型城市”内涵,^[1]可以对广州城市发展的高端形象进行较为广泛的文化塑造。

收稿日期:2009—12—2

作者简介:李三虎(1964—),男,哲学博士,中共广州市委党校马克思主义研究室主任、教授,主要研究方向为科技哲学;刘 军(1961—),男,广州航海高等专科学校外语系副教授,主要研究方向为科技伦理、科技文化等。

20世纪末期以来,随着日益融合的信息、生物、纳米和材料技术发展对全球经济社会的深度变革,世界各国越来越将“创造力”作为公共领域和私人领域成功发展的核心理念。正如经济和商业领域一样,城市发展也不断融入全球性的“创造力博弈”之中。“创意城市”作为以高新技术为依托的创意活动(如设计、技术、制造、商业、文化和艺术等)、创意产业(如微电子技术、生物技术、时装业、电影产业或商业服务业等)、创意组织(研发部门、广告公司、中介服务的企业等)和创意个人(如科学家、工程师、建筑师、设计家、企业家和艺术家)的集聚空间,就是这样被用来在战略规划上促进高新技术产业和各种文化产业发展,不断推动城市获得经济社会发展的区域竞争优势。于是全球范围内的各国城市纷纷打出“创意城市”的牌子来体现其创造力的空间形象:英国有20多个城市称自己为创意城市,如创意爱丁堡、创意曼彻斯特、创意布里斯托尔和创意伦敦等;与英国情形相同,加拿大多伦多实施了创意城市文化规划,温哥华和安大略采取了创意城市特别行动,渥太华也计划成为创意城市;美国有创意辛辛那提和创意坦帕湾,还有诸多所谓创意区域,如创意新英格兰等,华盛顿发起创意城市草案等;澳大利亚有布里斯班创意城市战略、新西兰有创意奥克兰等,日本大阪成立创意城市研究院(2003年)和发起建立日本创意城市交流协会(2005年)。联合国教科文组织通过其多元文化全球联盟,于2004年成立了创意城市交流协会。如果算上诸如美国加州硅谷、印度班加罗尔等高新技术云集城市或区域,那么全世界创意城市或创意区域就成为一道追求创造力和卓越空间品格的全球性现象。这一全球性趋势使我国越来越多的地方政府对创意城市和创意产业重视有加,广州也是在这种背景下以局部区域之名被纳入创意城市范畴。但整体上的“创意广州”进入城市规划概念中来,显然与城市发展的主流意识形态背景要求密切相关。

尽管目前世界上赋予自身以创意导向的城市并不一定全部具备高新技术产业优势,但

以“创意广州”这一术语来确立广州大都市形象,显然应该包含自主技术创新的具体考虑。这一方面来自贯彻落实科学发展观的国内发展要求:从第一要义的发展主题来看,破解诸如技术短板、资源短缺、生态破坏等“发展难题”,“实现又快又好发展”,必须要提高城市整体的自主创新能力,着力突破制约城市经济社会发展的关键技术(如汽车核心技术研发、特色农业技术研发等),以赢得城市国际竞争力;从以人为本的核心原则来看,为发挥广大市民的首创精神,需要实施创新人才强市战略,形成全民学习和创业的创新文化氛围,激发各个产业领域中与自主创新理念相一致的“想象力”和“创造力”,把行业、组织和个人创意引导到科学发展上来;从全面协调可持续的基本要求来看,要从转变城市发展方式出发,把增强自主创新能力贯彻到城市经济社会发展各个方面,由主要依靠物质资源消耗向主要依靠科技进步、劳动者素质提高和管理创新转变,使技术、人和自然得以协调和谐发展;从统筹兼顾的根本方法来看,要以战略思维和世界眼光,把握发展机遇,加快建设城市创新体系,以应对世界科技经济发展各种压力、风险和挑战(如围绕知识产权存在的国际贸易摩擦等)。

以上科学发展观根本要求落到广州建设全省“首善之区”的实践发展上来,便构成了“创意广州”设想的另一因素:“广州要坚持走全面、协调、可持续的城市化发展路子,努力成为我省建立现代产业体系和建设宜居城市的‘首善之区’。”^[2]《史记·儒林列传》曾说:“教化之行也,建首善自京师始,由内及外”。这里是把京师作为实施全国教化的模范和榜样,因此后来的人们便以“首善”来指称一国之都或一区之首府。如果赋予其不同于传统教化之意的现代意义,广州建设全省“首善之区”就是以科学发展的城市化理念来重塑全省第一和全省最好的区域高端形象:广州作为广东省经济、科技、教育和政治中心城市,为了起到科学发展和社会和谐的表率 and 窗口作用,要以世界先进城市为标杆,推动广州城市高品位的产业和生态空间发展。这一定位解决了广州大都

市形象的高端表达问题,它要求广州在技术经济、政治、社会、文化和生态等各个方面进行总体设计,把科学发展观的高端要求转换为自身的创意城市实践。当将以人为本的科学发展观来观照这一定位时,建设全省“首善之区”突出的关键资源就是“创意城市”概念强调的人的“创造力”因素:“创意城市”不再单纯“强调地点、自然资源和市场准入等因素,而是将人的智慧、愿景、动机、想象力和创造力激发作为城市资源或要素,城市未来取决于城市居住者和城市管理者的创造力发挥。”^[3]因此建设“首善之区”包含的“创意广州”旨趣在于,以激发全市人民的创造力或创新文化自觉,来建构广州自主创新能力和高端化城市功能(包括产业结构高级化),推动其加快步伐迈入国际先进的创意城市行列。

二、提高自主创新能力 期待创意城市形象塑造

“创意广州”不仅来自意识形态的要求,而且也是针对目前广州的自主创新能力状况而设。在30多年的改革开放历程中,广州维持了高速的经济增长:从1979年到2006年,地区生产总值年均增长速度达到14.14%。广州经济总量已连续18年居全国大城市第三位,它作为全国三大中心城市之一的稳固地位短时间内仍不太可能被同一行政级别的其他城市撼动。但这并不意味着广州不存在问题和挑战,广州的发展与发展起来后的问题已经更多、更复杂地交织在一起,诸如商务成本高、产业升级难、就业压力大、老龄城市早、旧区改造慢、能源约束紧、可用土地少、环保任务重等。仅仅依靠要素拉动、资本拉动和消费拉动,经济发展再续“排头兵”的发展话题举步维艰。尤其是产业结构低端化、经济增长缺乏后劲、人口资源环境压力、大气和水污染、收入分配差距拉大等,更是构成目前挑战广州城市发展的战略问题。这些战略问题,从根本上说源自自主创新能力不足。2007年,广州研发投入占GDP比重仅为1.7%,北京、上海和深圳则分别

为5.5%、2.5%和3.4%;广州每万人只有501名科技人员,北京、深圳和南京则分别为900多名、900多名和800多名。广州自主创新能力远落后于深圳,2007年规模以上工业总产值在全国大城市中仅排名第七,落后于京津沪和深圳等地,与第八位的佛山也仅相差501.84亿元。中共广州市委书记朱小丹为此指出:“去年[2007年]广州专利申请是12286件,深圳是26000多件,比我们多一倍;上海是我们的三倍!”“要是过了八年十年,自主创新还赶不上去,广州就会遇上大麻烦!”^[4]

从城市发展的批判角度来看,广州因自主创新能力不足会使自身城市形象受到严峻挑战。尽管判断广州城市形象是“好”还是“坏”远比自主创新问题要复杂得多,但广州人对自己所居城市形象和国内外异地人对广州城市形象的印象和认知,还是能够反映出广州作为一个大都市是否具有创新活力。广州一直以中国改革开放的“南大门”形象,给人以深刻印象,它的象征意义在于广州敢闯敢冒的创新活力(诸如市场价格体制形成等)。但与此同时,在长期改革开放中,广州在优势资源利用(便利的招商引资条件、便宜的劳动力、容易获得的原材料等)与自主创新之间徘徊。每走出一大步总会伴随诸多问题,创新总赶不上问题出现快,而这些问题反过来又直接影响到人们对城市形象的判断和认知。近年来与内地朋友接触,他们在谈到广州时大体的印象不外是:GDP值高,高楼大厦多,每个人似乎都有钱,但城市空间压抑,居住环境没有缝隙,交通狭窄,人口拥挤,总担心被人偷东西。广州人自身目前则总会将自己的“低工资”与城市发展联系在一起,发展为了谁始终是市民关心的利益问题。在这种背景下,广州人一改以往绝不与别的城市(如深圳)比高下的说不清是高傲还是自卑的风格和传统,开始不仅拿国际先进城市(洛杉矶、新加坡、汉城、东京、大阪、香港等)和国内上海和北京说事,而且直接比照同一行政级别的杭州、南京、武汉、成都等城市,对广州城市形象作出多方面评判。这是一种对广州未来经济社会发展后劲的忧虑,因为如果自主

创新能力不足,那就只能保有一种产业低端形象。过去“广货”曾风行一时,后来采取“走出去”战略,但到现在广州产品仍被看作是“劳动密集型”、“高能耗”、“低品牌”、“低技术”和“低附加值”的东西。2008年春运风雪灾难,高峰期有50万以上旅客滞留广州火车站,它显现出来的是包括广州在内的珠江三角洲的劳动密集型低端产业形象。这种来自工业领域的低端产业形象,也很容易让人联想到广州城市生态状况。近年来广州挥之不去的“灰霾”,已经越来越成为人们诟病广州发展战略的重要线索。产业低端形象也来自第三产业或服务业和农业,低端服务业(诸如城市中心地带的布匹和服装批发市场等)会造成人口拥挤和交通堵塞,低端农业则无法使有限的耕地资源得到规模利用。其结果是,在人们的印象中,广州整个市域看来就是:“城市不像城市,农村不像农村”。

以上批判性陈述的建构向度在于:伴随着2010年广州亚运会的临近,广州自主创新问题决在战略上需要从城市形象着手。纵向看待广州城市发展历程,大体上进行了四次转变:从计划封闭到市场开放、从乡村到城镇、从工业经济到信息经济和从环境敏感型发展模式到集约型科学发展模式。但转入全面协调可持续发展的科学发展轨道需要按照1小时都市圈,基于基础设施、公共服务和自然生态的基本格局,设计包括内圈(天河、越秀、荔湾和海珠4区)、中圈(白云、花都、黄埔、番禺和南沙5区)和外圈(增城和从化2县级市)的市域产业分布整体形态:内圈主要发展高端化现代服务业(金融、会计等)以对中圈和外圈起到人才、技术、信息和资本的辐射和集聚作用,中圈基于功能区域规划做好高端服务业布局 and 配合,推动工业结构高端化发展,逐步向高新技术产业看齐(尤其是萝岗和南沙的国家级开发区),外圈则进行充分的功能区规划,严格区分重点、优化、限制和禁止发展区进行农业和工业的高端化融合发展,同时要在生态、产业和基础设施方面进行良好的空间链接。这与其说是提高自主创新能力的城市发展要求,毋宁说是一

种创意城市文化期待:“1小时(车行)都市圈”、“24小时(活动)中心城区”、“电子商务区”、“社区舒适感”、“高新技术投资”、“企业经营升级”、“知识溢出价值捕获”和“人力资本投资”等。这种期待源于发展模式转变的强制要求或经济命令,但满足这种期待需要将技术经济与文化心理两个方面结合起来进行通盘考虑。

三、创意广州作为 城市发展高端形象定位

有人从城市形象识别方面认为创新型城市应当具有如下显著特征:形成全民学习和终身学习的城市风气,健康的民主政治生态和完善的法律制度(包括知识产权制度),拥有一批有自主知识产权、知名品牌和国际竞争力强的优势企业。^[5]但这种概括在城市形象方面定位创意城市显得有些狭窄,而且在整体上缺乏城市空间的本土个性。这里把“创意广州”作为广州城市发展的规划概念,主要强调以“四重域”模式来呈现广州和广州人自主创新的空间本土特色。

首先是“市域形象”,突出的是创新或创意市域或区域。按照《关于大力推进自主创新加快高新技术产业发展的决定》,广州要强化其科技中心城市的功能和作用,显著提高自主创新能力,实现高新技术产业跨越式发展,大幅提升科技进步对经济增长的贡献率,力争使科技综合实力位居国内大城市前列,率先成为国家创新型城市 and 全国重要的高新技术产业基地、高新技术产品出口基地。重点发展电子信息制造和软件产业、生物产业、信息服务和创意产业、数控装备制造业;着力发展新材料产业、环保和新能源产业,大力推进数字家庭建设;以高新技术和先进适用技术改造和提升传统产业,鼓励重点产业加快高新技术的引进消化吸收再创新。其空间形态是以广州科学城、天河软件园、广州国际生物岛为中心,以电子信息 and 生物产业为龙头的高新技术产业核心区;城市中心区信息服务产业集聚区、南部临港高新技术产业集聚区、北部空港与物流相关

的高新技术产业集聚区三个增长极;多个以各类国家省市高新技术产业基地为依托的高新技术产业特色功能区域。把“高新技术”作为广州产业的高端定位,其象征意义在于要以此来重估广州城市资产:一是广州未来经济发展将不再单纯是传统的制造中心,而是包括任何以创造力或创意实现的经济或行业领域,诸如以信息技术为支撑的服务业、以生物技术为主导的现代农业^[6]等;二是广州需要以技术创新和吸收的卓越本领来决定城市未来竞争优势,注重高新技术与传统产业之间的互动影响和空间配合,发挥当代信息、生物、纳米和材料技术对于经济活动的城市空间分配的渗透性作用,最终确立广州的区域或地域创新形象。

其次是“市民形象”,强调的是全民创业、“创业之都”和创新或创意人才高地。高端化产业要求高质量劳动,需要将劳动因素转换为人力资本,使其成为城市的重要或关键资产。目前广州关注的人力资本焦点是:重点培养和引进高新技术产业重点领域发展需要的工程技术人员和综合型管理人才(包括创新型企业企业家)两类创新人才,为高新技术企业引进高层次人才或重点新技术领域紧缺人才提供多重支助或便利条件;采取知识资本入股参与分配、科技人员设立科技型企业分期缴付注册资本、设立专利发明奖和提高科技奖励,鼓励各种科技人才将自己的聪明才智投向广州高新技术产业发展中。这种人力资本机制之所以非常迫切,是因为制造业高级化、高新技术产业和信息服务部门需要更高水平的智力、知识、技能和柔性,要求劳动力具备更好的专业化训练以及诸如创造力和应对挑战能力等的无形资产。所谓全民创业不再是强调人在流水线上的工作知识、技能和劳动习惯,而是在工作中突出创意、创造和应付各种变革,因此必须要强调全民科学素养、工作流动和终身学习,逐步显现出广州人的首创精神和创造活力形象。

再次是“独立形象”,强化的是当地知识产权和知名品牌意识。知识产权虽然是源自对

个人发明和创造的法律尊重而设定,但在现代社会中企业无疑已经成为技术和产品的创新或创意主体。创新型市域内的企业应以布局合理、核心竞争力强的高新技术产业集群而存在,其突出标志是拥有自主知识产权、有较强国际竞争力和影响力。广州已按照创新型市域要求,对2010年和2015年全市专利授权量、科技进步对工业经济增长的贡献率、高新技术产品产值及其占工业总产值比重等设定了达标议程,强调要掌握一批具有自主知识产权的关键技术,打造一批具有自主创新能力的创新型企业,形成一批具有核心竞争力的产业集群,使创新成为推动经济社会持续快速协调健康发展的内在动力和主导力量。这里名牌和专利拥有自然成为最受关注的两大战略,因为创新型市域的存在很大程度上依赖于拥有自身的技术和品牌,从而摆脱对外技术依赖(尽管这也是必要的)或改变技术和文化上的“殖民化地位”,确立起自身的城市自治技术形象。这种城市自治技术形象要求并意味着要忽视国际技术合作,只是强调要依托自身的产学研创新体系实施引进消化吸收再创新统筹,鼓励企业对引进技术进行开发和创新形成自主知识产权,重视引进消化吸收再创新与自主品牌建设联动形成自主品牌,以便在激烈的国际贸易竞争中加强有利于广州城市发展的知识产权保护与管理。

最后是“地方形象”,表明的是带有本土特色的技术规范和技术标准。广州强调实施技术标准战略主要包括以下内容:制定实施标准建设引导资助政策,设立标准化创新奖励,支持鼓励企业、高校、科研机构、检验检测机构和行业协会牵头或参与制定行业标准、国家标准和国际标准;鼓励企业吸收、采用国际标准和国外先进标准,建立企业标准联盟,通过消化吸收和再创新,形成有自主知识产权的技术和标准;等等。这种技术标准战略强调的制定、参与制定和吸收消化再创新技术标准,大致可以反映广州产业的地方特色:广州要花更大力气,着重通过利用广州独特的语言,利用电政商务以及毗邻港澳和与东南亚乃至世界往来

密切的独特商贸环境,利用广州独特的生物遗产、中医药制造以及其他产业优势,在诸如制造技术(汽车、数控装备制造技术等)、生物技术(特别是生物医药研发和制造、岭南水果蔬菜的优质培育和保鲜、食品加工等)、通讯和信息技术(如电子信息制造和软件、数字家庭建设、信息服务和创意产业)以及新材料、环保和新能源技术等领域开发广州特色的技术标准,形成广州技术的地方或本土形象。

四、以都市文化战略 推进创意广州的实现

按照以上对“创意广州”的高端形象定位,从政策上需要加大地方财政科技投入^[7]、落实税收激励政策、加强金融支持服务、加快完善创业投资体系、建立和完善信用担保体系和优先支持高新技术企业上市和发行债券、政府采购和行政体制改革等政策措施。这些政策措施无疑是为激励创造力而设计,但任何有关自主创新的政策措施要在实践上得到执行,均需要一种能够渗透于市民社会的创新文化自觉。

从都市文化策略上推进创意广州的实现,要从现代文化、主流意识形态与传统文化等方面对创造力、自主创新或创意作出同一解释。“创造”和“创新”两词分别来自拉丁语“creatio”(意指制造、创作等)和“innovare”(意指使事物变新),两者在现代意义上分别指独立创造和创造性技术首次应用,其含义虽有侧重,但由于后者实际上包含前者之意,因此目前人们使用“创新”一词远比“创造”更为流行。就创新来说,中国儒学传统鼻祖孔子在《大学》一书开篇就说“大学之道,在明明德,在新民,在止于至善”,还说“苟日新,日日新,又日新”,“作新民”。其直接含义是指鼓励做有道德的不断创造或创新的人,最终达到“至善”。儒家经典著作《周易》说的“富有之谓之大业,日新之谓之盛德”,更是强调了民族自强不息的创新精神。正是这种鼓励创新或创造的文化传统,才使中华民族曾经一直走在世界文明前列。现代意义的“创新理论”当然应归功于奥地利经

济学家熊彼特,他至迟从1921年开始在微观意义上把“创新”看作技术发明应用于产业发展的经济活动。但一旦将创新概念置于宏观视角来看待,就会发现马克思乃是创新理论传统的重要源头。与熊彼特主要强调企业家作用不同,马克思不仅关注工人、企业家和科学家以及技术人员等微观创新主体因素,更为重要的是把国家纳入创新主体视野,这成了目前我国建设创新型国家的正统思想来源。正是吸收综合现代西方文明和中国传统文化,中国共产党赋予马克思主义以时代内涵和中国特色,在社会主义核心价值体系中把“创新文化”作为“先进文化的重要组成部分”,主张“创新是一个民族进步的灵魂,是一个国家兴旺发达的不竭动力”。如果在民族层面上把创新看作是“国民之魂,文以化之”或“国家之神,文以铸之”的话,那么在创意广州建设方面也同样可以把创新看作是“市民之魂,文以化之”或“城市之神,文以铸之”。

具体到作为岭南文化重镇或建设全省“首善之区”的广州,则需要从传统岭南文化中转换出激发创造或创新的文化软实力。尽管重塑岭南文化需要从多方面考虑,但在创意广州意义上,必须要把自主创新看作一个依赖于决策者和社会建构的变量,同时要追问如下问题:什么是最好的技术创意?最好的技术创意为了什么人和什么区域?最好的技术创意为了什么价值而开发?最好的技术创意按照什么或谁的标准和价值来确定?也就是说,岭南文化应以“自立、创新、开放、公平”为特征,力改“见物不见人”和“见外观不见内美”的务实主义、工业主义和形象工程主义以及“一本经”和“一条路”的封闭主义、拿来主义和执行主义,本着自强不息、宽容失败、追求意义和敢于质疑的精神,着眼于人的全面发展,强化最大限度的自由和平等创造,用最有价值 and 意义的创造和劳动取代呆板的机械劳作,以智力、创新和创造力实现公平和谐发展。

当然所谓创新文化自觉,必须要把相应的价值观嵌入创新制度尤其是组织机制中。其基本要求是组织领导者参与克服旧的行为方

式的稳定、保守和对抗,提出创新战略和组织结构的原始任务,激励组织成员忠诚创新事业,创造支持创新的文化氛围,通过组织实施将未来的创新愿景、使命或任务和文化支持变成个人的价值目标、创新目的和行为规范;为避免专业化、形式化、标准化和集权化扼杀个人创意,组织领导者要按照愿景和目标设计以扁平化、自觉和团队为特征的组织结构,为潜在的创新实践活动提供结构价值支持,包括交流或交往、柔性管理、团队精神和民主决策等,由此来影响组织内的创造和创新激励。在这里创新文化在组织机制中表现为诸如愿景指南、权力授予、创意鉴别、风险承受、个人交往、激励创新和共同决策等各种价值因素的相互作用,具体体现到创新过程中各种实践活动(如研究开发、吸收消化再创新、管理和销售等)中。也就是说,广州市域内的地方政府、企业和科研机构要致力于推动各种组织因素走向鼓励创新的管理体制变革,从而产生一种创新环境,使创意形成和实现成为组织内部各个部门的行为规范,使创新文化体现于企业技术创新体系和城市创新体系中。就此而言,广州最近出台的《广州市区(县级市)局级党政领导班子和领导干部落实科学发展观评价指标体系年度考核评价办法》,实际上已把创新意向包含于地方组织制度秩序中:如果说针对中心城区设计的“现代服务业增加值占第三产业增加值的比重”和对新城区和县级市设计的“第二、三产业增加值占GDP的比重”等指标,旨在引导整个市域产业结构高端化提升的话,那么“人均GDP发展速度与GDP发展速度之比”、“行政运行成本占财政一般预算支出的比重”、“民营经济增加值发展速度”和“R&D经费占GDP比重”,以及“人均本级地方财政一般预算收入发展速度”、“单位建设用地产出率”和“高新技术产品增加值占GDP比重”这些指标,则直接是为了推动创意广州的自主技术创新水平提高。这意味着广州正在从组织文化方面谋求把路径依赖的历史过程和路径创造的故意行动相结合的、由不同创新主体故意行动的历史方向(自主创新)和连续性阶段设计(创

生、延伸和再生)组成的“路径建构”。随着创新意识(或创意)的组织文化强化或政府、企业和科研机构的创新故意行动加强,广州必将通过优化科技资源配置,完善技术创新和科技成果产业化的法制保障、政策体系、激励机制和市场环境,使自主技术创新的“路径建构”成为一个“制度化过程”,从而使创意广州的高端形象塑造真正成为一种自我创造的内生文化实践。

[注 释]

[1]尽管“创意城市”理念出现于1980年代,但它正式被兰德里(Charles Landry)等人清晰地引入城市规划和学术领域则是在1990年代以后。这一概念在城市战略和规划上主要限于艺术和文化方面,但其含义实指一切需要个人创造、智力、技能和才能的产业和行业,诸如广告、建筑、艺术、手工艺、设计、电视、电影和录像、动漫、音乐、表演、出版、软件制造、工业制造设计和高新技术产业等。也就是说,“创意城市”包含了“创新型城市”的基本含义。

[2]这是中共中央政治局委员、中共广东省委书记汪洋于2008年4月18日至19日到广州进行专题调研时,对广州落实科学发展观、破解城市发展难题提出的新定位和新要求。

[3]Charles Landry. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovator*. London, United Kingdom: Earthscan Publications Ltd., 2000: xiii.

[4]朱小丹.自主创新十年赶不上广州将遇大麻烦[N].羊城晚报,2008—2—19.

[5]张冬绯.创新型城市的形象辨识[J].哈尔滨职业技术学院学报,2007,(5):104—105.

[6]广州目前在产业发展方面强调“321”的产业结构,把作为第一产业的农业排在作为第三、二产业的工业和服务业之后。但这绝不意味着农业已经退出历史舞台,相反农业领域不仅保留了当代都市居民热切向往的田园空间,而且在全球粮食价格看涨的经济形势下正受到重新重视,日益融入工业领域或现代服务业乃至高新技术产业中,因此必须要推动农业走向高端发展,把农业作为高新技术产业做强做高。

[7]按照《关于大力推进自主创新加快(转第26页)

[参考文献]

- [1]胡锦涛.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为夺取全面建设小康社会新胜利而奋斗——在中国共产党第十七次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2007.24.
- [2]林德宏.从自然生存到技术生存[J].科学技术与辩证法,2001,(4):2.
- [3]曹孟勤.人与自然:从主奴关系走向本质统一[J].科学技术与辩证法,2007,(6):4.
- [4]吴文新.论科学技术的“人本”走向[J].科学技术哲学,2001,(9):15.
- [5]舒红跃.技术与生活世界[M].北京:中国社会科学出版,2006.153.
- [6]马克思恩格斯全集(第1卷)[M].北京:人民出版社,1972.448—449.
- [7]宋祖良.拯救地球和人类未来[M].北京:中国社会科学出版社,1993.78—79.
- [8](美)大卫·格里芬等.后现代科学——科学魅力的再现[M].北京:中央编译出版社,1995.86.
- [9]胡锦涛.在中央人口资源环境工作座谈会上的讲话[N].人民日报,2004—4—5.

责任编辑:李三虎

内在需要,一方面要以低资源消耗、高消费质量的适度消费去限制物欲的过度膨胀,减少挥霍性物质享受,把人的消费水平切实控制在自然生态系统的承载范围之内;另一方面要在与自然亲和、友善的相处中,提升人的精神境界。大自然不仅是人的生存家园,也是人的心灵家园。让我们的灵魂回归大自然,倾听大自然的声音,感受蕴含质朴生命的自然美,由此启迪人的心智,开发人的潜能,促使人的心理更健康、情感更丰富、人格更完善,在全面发展中实现对更加有意义的生活的追求。

第四,培养和提高全民的生态伦理意识,为构建环境友好型社会提供文化支持。“自然界是包括人类在内的一切生物的摇篮,是人类赖以生存和发展的基本条件。保护自然就是保护人类,建设自然就是造福人类。要倍加爱护和保护自然,尊重自然规律。”^[9]为此,要在全社会普及生态环境知识,宣讲尊重自然、善待自然,维护自然生态系统稳定、和谐与美丽的重大意义,使每个社会成员都确立与自然和谐相处的生态伦理意识,并把保护生态环境作为自己义不容辞的道德责任,建设环境友好型社会才能成为全社会的自觉行动。

(接第10页)高新技术产业发展的决定》,广州市和区(县级市)政府要把科技投入作为预算保障重点,确保财政科技投入稳定增长,全市财政科技投入占财政总支出比例逐年提高。自2008年起连续3年,广州市本级财政每年投入10亿元以上,用于推进自主创新和加快高新技术产业发展,以财政资金引导和带动全社会对科技的投入,力争到2010年全社会研究发展投入占地区生产总值比例超过2%。以这种投入强度推算,这一指标到2015年预计可以达到或超过国际上公认的创新型国家标准值2.5%。

[8]路径依赖理论由阿瑟和大卫于1980年代提出,后经多希和罗森堡等人发展,其大意是:技术市场扩散受到起始条件(如最初市场、管理、制度、规则、消费者

预期等历史因素)影响,造成以后技术创新依赖于既有技术发展。这种路径依赖实际上是一种“进化涌现”,常常造成阻止新技术采用而使技术创新“锁定”于既有的非优低效率技术。所以茄儒德和卡茂坚持战略意识提出了路径创造理论,其意为:创新主体(企业、公司、个人等)以积极主动的故意态度,动员一切必要资源,包括发挥制度程序和社会认知作用来进行创新行动,路径构造的收益递增和锁定隶属于创新主体态度或与广泛的社会背景相关,其中历史因素虽有影响但不起决定作用。

责任编辑:温朝霞