福布斯 Forbes | 豫園商城 YUYUAN TOURIST MART

2011福布斯 城市古典商业街区发展国际论坛

一座城市有一座城市的历史渊源；一个地区有一个地区的文化积淀。当步入21世纪的中国迈入更飞速的城市化进程之中，中国城市应该如何在提升硬件质量的同时提高自身的软实力，蕴含古典文化的旅游商业街区应该如何走出模式千篇一律、商业与文化分裂、传统与现代隔膜的困局？“2011福布斯城市古典商业街区发展国际论坛”诚邀余秋雨、滨野安宏、陈丹燕、葛剑雄、蒋琼耳等全球商旅文、艺、历史、建筑界大师，就古典商业街区能级提升，发展路径展开跨界碰撞，为豫园商城核心商圈的长足发展汇集智慧、出谋划策。

FUTURE FORESIGHTING 前瞻未来

主题|演讲

从缅怀历史到创造未来

著名艺术理论家、作家 余秋雨先生

一个误区：文化是什么？

——文化是一种具有流通性的元素，它能够在一个群体的血液当中扎根，而且生生不息地走向未来。

近年来，全国各地的古典商业街区正在如火如荼地发展，其中，豫园商城在城市商业街区的建设上一直起着高度的示范作用。但是，在忙忙碌碌一味追求文化与商业结合的思考过程中，许多筹划者与建设者对文化的定性却进入了一个误区。文化，不仅仅是指一件已经发生的事情，它还是一种精神价值和生活方式，包括过去、现在和未来。

关于文化的两个转变：

——对古典文化的认识要有更开阔的思维和眼界。

无论是开创古代人类商业交易历史制高点的长安城，还是由于宋朝国内战争迁都形成的经济新重心临安，商区都有很明显的文化标志，体现出很浓厚的时代特色。所以，古典商区的存在是为了穿越时空，向现代人投射出曾经存在过的、迥然不同的人文和风貌，糅合贯穿古今的文化，诠释出从未消逝的内涵。那绝非历史的简单复刻，而是文化的一脉相传。在急速的城市化进程中，我们所要向世界表达的是中国整体文化，而不仅仅是一座城市里那些不太重要的过去。

——文化要从对历史的缅怀过度转变到对未来创造上面来。

很多人在重塑古典商业街区时，往往怀有重温过去美好回忆的愿望，但任何回忆都带有删节功能和某种欺骗性，留下非常美味的一点点东西，忽视了曾经遭受的困难。尤其对于这去旧上海的生活，一些作家进行了浪漫主义的描述，而且“可能描述得有一点过分”。现在很多古典商业街区的修复、建设不能达到人们的预期，问题就在于建设者对于过去的“缅怀过度”。因此，在重塑中国古典商业街区时要警惕过度复古的“缅怀陷阱”，不能认为不是古代就没有文化、有现代的东西就失去了文化、有商业的东西就失去了文化。

对于豫园商城未来发展三条建议：

——大力提高商业品位

如今的豫园正逐渐发展成上海极具代表性的商圈之一，其商业品位也需要大力提高。介于顾客的排他性原理，豫园可以在原有基础上进行筛选，着力在两方面加大发展力度，即吸引世界游客的美食和以黄金为主的奢侈品。

——进一步提炼、重塑中国元素

重塑中国元素，关键就是要坚守简约的美学，保持朴实无华的传统。在这一点上可以学习一下陕西大同对于古建筑、古街区的恢复，不用水泥、不用钢筋，只用唐代之前的窑烧法，却让人叹为观止。

——发展更多吸引年轻人的创意产业

要将豫园商业街区打造成一个国际瞩目之所在，年轻人的聚合是至关重要的一点。而吸引年轻人的创意要与古典文化、中国元素组合在一起，抛却原始的禁锢，集国际著名设计大家的智慧，致力于将豫园打造成一个真正高端的商业街区。

文化之美，古典和现代是紧紧融合在一起的，是用现代人的目光重新选择古代。其实，古典和现代，商业和文化可以同在。

古典街区融入当代元素

日本著名的策划大师
滨野综合研究所 滨野安宏先生

我多年前因工作原因曾来过豫园商城，那时的豫园给人的直观印象就是传统街区，而且商业文化等各方面都有很多可以改善或者发展的地方，也因此激发出我的工作欲望，觉得这才是一个可以发挥我能力和工作热情的地方。

首先阐述一个概念：都市文明。城市文明释放了人们的欲望，催化了都市文明建设。对于这种欲望，正确的做法是接纳它，并让它得到好的良性循环发展的形式，这才是好的都市文化的结构。十几年前我也曾参与过新天地这个地区的开发，可能谁都想象不到，如今很多商家都挤不进去的新天地，当初却没有商家愿意入住，而我当初也帮忙寻找愿意入住的商家。下面我先简单地介绍一下自己参与过的项目，同时大家从中也可以了解到我对于这些项目的一些基本看法。

案例一：大丸百货公司地区

大丸百货公司整个区域环境落差很大，百货大楼前方的这块区域看上去光鲜美丽，但是大楼背后的区域却是非常荒凉、混乱的地方。我的任务就是来整治这个地区，给它提供一套全面健康发展的规划。通过运用这种综合性的重新定位，大丸百货公司地区已经转变成一个高端的、富有生活气息的购物场所。这个项目改造的特点并不仅仅针对大丸百货公司这一栋楼执行的，而是通过某一个位置的局部点亮，形成对整个区域的生命力蔓延的良性循环结果。

案例二：日本原宿猫街

在开发之前，这个街道是很偏僻的，聚集在这条小路上的几乎都是不良青年，并且没有任何的商业设施，是一个被遗忘的角落。开发过后，这条小路的形象已大为转变，由原本的阴暗荒凉变成了阳光热闹的，聚集了日本很多创意性的商店，入驻了诸多时尚品牌，成为了闻名日本的时尚小街。

案例三：日本青山涉谷菜街区

这个街口是涉谷最繁忙的街区之一。当初在开发这个街区的时候，我觉得作为一个创意性的策划师必须有一个创意活跃的思维，所以我给这个街角的不仅仅是建筑方式，而是提供了一个概念，那就是要将这个街口的优势，即最大的人流量和信息量发挥到极致。而充分利用这种优势的方法就是做一块全世界最大的液晶显示屏，以玻璃幕墙的形式出现，同时，外界透过这个液晶显示屏可以看到内部商店工作的空间。经过一系列调整之后，这个思路也运用到了上海以及其它地方。

通过这个案例，我们可以看到，如何精确把握一个地方的最佳卖点和价值所在，如何就此最大化发挥，才是作为综合性策划师所做的重点工作。最后，这栋原本计划是做五六十亿日币规模的大楼，经过我们重新打造之后以超过三倍的价格被售出。

对于中国来说，应该充分发挥统筹性开发工作顺利进行的优势，而这个恰恰是在日本很难做到的，往往可能阻碍了日本古典街区的发展。所以，开发的前期工作是很重要的，一个成功的项目需要一个经过充分讨论和科学制定出来的发展理念。我希望以后有机会可以在这个方面与大家进行更深入的探讨，同时为豫园的开发和发展贡献一份力量。

全球商旅文成功案例

英国皇家特许设计师 阿特金斯城市设计总监 Anthony Mackay

今天我将分享一些欧洲、美国的案例，并与大家探讨一下如何将新商业街区的开发与古典传统元素、气氛有机结合起来。

开拓新型功能

在中国，我觉得大多数历史古迹都会最终演变为商业中心，比如西安临潼等。在豫园有很多具有混合功用的建筑群，既是购物的场所，又是购物的所在。如果要对这个区域进行改善，我建议可以增加新的功能，比如文化角、艺术角，或者再开设博物馆，对上海的历史演变作一个回顾。不能仅仅聚焦于对购物中心和餐饮中心的打造，要将人文功能有机地融合进去，开发者要在赢利之外作更缜密的思考，用额外功能使当地居民真正收益。除此之外，有了新功能，豫园才能留住本地游客的步伐，同时吸引国际游客的关注。

搭配和谐氛围

对于一个静谧动人的私家园林，周边的氛围对她的烘托作用尤为关键，决不能让不搭调的高层建筑破坏这种原生态的优雅气质。豫园在这点上处理得就非常好，尽管站在豫园的某些地方既可以俯视豫园的古典风貌，又可以仰视远处陆家嘴金融地块的现代时尚，但这并不会破坏前景中传统园林和老式建筑的风味，反而呈现出一种纵观上海发展五百年的气势。所以，在对古典街区的外围开发必须是高度相关的，周围的搭配建设要很好地贡献于主干区域的历史元素，进一步渲染历史美感，千万不能毁掉根本性的文化传承因素。

维持原有社区感

在上海老城区和老社区往往有非常强大的社区感，在对这些老城区进行重新开发和改造的过程中，必须要尊重原住居民，以为原住居民提供便利和服务为宗旨，把老的大楼转化成具有新设施功能的建筑，这不单单是造福于一方居民，同时也是出于商业考量。比如伦敦的某个社区，通过在原有基础上的增值改造，摇身一变成为一个内含公园、咖啡馆、美术展馆以及音乐场所的多业态中心，整体能级有所提升。既满足了原住居民的需求，又赚到了几十亿英镑的利润，无疑达到一箭双雕的效果。

增添创新元素

为了使新开发更具有商业功能，更加为人们所接受，街区筹划方面必须要做加法，要在尊重传统的前提下增加创新元素。如果能够在中国的历史名胜之地适当地融入一些另类、新颖、特殊的元素，使其在具有传统建筑韵味的前提下进行新旧的鲜明对比，就可以提供给游客一个古今对话的绝佳平台。

尊重使用需求

在任何一个城市的发展进程中，那些被开发建筑物的使用者都是最重要的主体，正是这个人群使建筑物充满了活力和生机。所以，绝对不要忽略这些真正主宰街区命运的、决定其价值所在的人群，在进行规划的时候应该就积极地与其进行沟通和商榷，保持良好的协调，否则强加意愿只会适得其反。

所以，在打造精致豫园的再设计和再规划过程中，我们要进一步关注以上问题，在传统与时尚的和谐交融中进一步塑造综合功能型街区，让人们真正寻找到一个购物休闲的天堂、探寻历史足迹的圣地。

商旅文发展的黄金结合点

中国商业街区工作委员会主任
韩健徽先生

我们知道在全球有很多著名的城市古典商业街区，像法国巴黎的香榭里舍大街、美国纽约的曼哈顿商业街、英国伦敦的牛筋街、俄罗斯莫斯科的阿尔巴特大街、新加坡的乌节路等等。下面借这个机会从商旅文相融合的角度作一下简单的案例分享。

众所周知，法国的巴黎香榭里舍大街被法国人称之为世界上最美的大街。近百年来香榭里舍品牌价值长久不衰的根本原因除了不断的创新以外，还在于她的功能符合性很高。她不仅仅是一条汇聚了众多奢侈品牌的商业大街，同时拥有很多独特的功能。毫无疑问，今天的香榭里舍已经成为了法国的一个国家符号，巴黎的城市符号，也成为了外国游客必到的地方。

而美国的纽约曼哈顿商业区、英国伦敦的牛津街等也是成功结合自身特色，引人了诸多艺术元素，从而成为城市的地标性街区。

近年来，中国的商业街也进入了一个前所未有的快速发展时期，特别是2008年国际金融危机以来，扩大消费、拉动内需被提升到了一个前所未有的高度，商业街建设成为重中之重。

在国内外商业街区的成功案例的分享中我们有所体会，那就是城市古典商业街区的共性化轮廓大体可以作如下的描述：城市古典商业街区一般都会具有悠久的历史和灿烂的文化，具有建筑的特色和商业的繁荣，具有旅游的价值和人文的感知，具有世界的品牌和不断的创新。城市古典商业街区已经成为一个城市的商业集聚地、旅游目的地、文化展示地。旅游和文化成为助推商业发展的横纵坐标，城市古典商业街区历史有根、文化有脉、商业有魂、旅游有景、品牌有名，已经成为商旅文发展的黄金结合点，成为复兴传统与振兴繁荣双轮驱动发展的重要载体，成为一个城市的重要窗口和名片。

借助这个论坛的宝贵契机，我对城市古典商业街区未来的发展提出三点建议：

一、要高度重视对古典商业街区的保护，把它作为商业遗产一样进行保护性的开发。真正的古典商业街区是不可再生的商业资源、旅游资源、文化资源和历史资源，它是历史的活化石和教科书，是一城市的历史记忆和符号，是一个城市区别于另一个城市的鲜明特色，它具有唯一性，不可复制性和不可再生性。

二、在古典商业街区的发展过程中，我不反对修旧如旧式的复古，但是我反对粗制滥造，生产出大量毫无价值的假古董。毕竟，并不是穿上古装就能成为古人的。

三、旅游文化的发展不应该忽视商业的繁荣，商旅文共同发展的目标不应当是打造一个历史文化的免费公园。

今天，来自世界各地的各界精英运用国际化的视野对豫园提出了很多真知灼见，碰撞出了很多思想火花。我认为这个论坛极具历史和现实的意义，也具有典型和普遍的意义，更具有未来和发展的意义。我衷心希望我们《福布斯》中文版能够就城市古典商业街区这个议题继续深入地研讨下去。我也将和社会各界一道为促进我们城市古典商业街区的健康发展贡献自己的力量。

再现中国传统元素

爱玛仕上下品牌项目
总负责人 蒋琼耳女士

作为属于70、80年代的年轻人，我们都有一个理想，就是通过“上下”这个平台承上启下，可以把中国的上下五千年的精湛手工艺、好的传统以及一些中国文化相关的灵感传承下去。手工艺要达到真正的承上启下就需要传统和当代设计的对话，就需要有设计师和手工艺人的对话。我们希望通过“上下”这个平台来创造这样的对话可能性。

“上下”最关注的是什么？

如果我们想象“上下”是一个孩子，那么孩子的父亲来自于法国著名的奢侈品集团爱马仕，而她的母亲就是我们中国五千年的文化。其实“上下”最关注的，就是文化价值、历史的传承和社会责任。商业上的成功不是我们的最终目标，只是对我们关注文化、历史和社会责任的一种结果和回报。

“上下”想表达什么？

我们致力于表达出中国人对于奢侈品的理解，那就是时间和情感。所谓的时间，就是从手工艺人到设计者、构思者到传播者，直到最后使用者都要花时间去构思、去创造、去制作，直到最后去享用，这就是我们常说的寄情于物。享用者就是情由物生。就像外婆把一些好的东西给母亲，母亲再传给女儿。

“上下”演绎的中国特色手工艺是什么？

紫檀 我们跟中国有名的紫檀老师合作，完全保留了紫檀家具物品工艺的传统结构、精制的打磨结构，以及对这种材质的气质演绎，最后设计出了大天地系列的家具，共有八件，整套家具的风格是外方内圆。我们认为，好的手工艺东西要被抚摸、使用和享用，表面要像丝绸一样。而这个水平需要用比我们刷牙的牙膏还细腻的沙皮才打造得出来。

竹编 我们通过与工艺老师的研究、合作，经过两年多的时间，最后把竹编工艺和高温白瓷的工艺结合在一起做了茶具，惟妙惟肖地体现出喝茶这种联系人和人感情的功能。作品用了0.5毫米竹丝编制而成，手工艺人编织一个茶壶要整整花费一个星期到十天，即使是一个茶叶罐也要花费三、四天的时间。

薄胎瓷 传统的中国的薄胎瓷都是白色的。我们用两年多和老师研究，把它做成非常现代的颜色，嫩绿色和粉色。听说方面，我们请了著名当代音乐作曲家窦唯为我们用“上下”的薄胎瓷做了一曲属于“上下”的现代音乐，如同天籁之声。这就等同于让薄胎瓷的声音和当代电子音乐对话。

“上下”的店铺设计是怎么样的？

我们想做中国的文化，做中国的手工艺，做中国当代的设计，但是我们希望不直接运用中国这些传统符号和传统元素，只是保留这种气质和精神。所以第一家“上下”的店铺设计运用了一种以中国传统的竹编为灵感，但是属于高科技的纤维材料，整个空间设计得像云一样，暗合中国的祥云可以把五千年沉重的文化轻盈地托起来。

我们作为承上启下的这一代人，希望可以和在座的各位一起可以把中国这份厚重文化、悠久历史还有会让全世界人惊叹的这一切用和时代对话的方式重新请到今天的生活里面来。我们希冀明年在巴黎与大家相遇，并且在北京逐步发展，希望最终，“上下”这一份理想可以和大家共享。

圆桌|讨论

豫园商城副总裁 吴仲庆先生

主持人（周建工）：之前就我们关注的古典商业街区发展的未来做了比较深入的阐述，下面这个环节我们邀请来自学界、商界、文化界还有设计界不同的嘉宾继续就这个问题话题展开更为热烈的互动和交锋。同时也欢迎在座所有嘉宾能够珍惜此次机会，把你们关于城市古典商业街区发展方面的想法和台上嘉宾进行互动。

周建工：首先我想请问吴仲庆先生，其实这个论坛的源起是因为豫园，最后引出了古典商业街区的话题。对于前面几位嘉宾的精彩演讲，你觉得他们讲得怎么样？你感触最深的几点是什么？

吴仲庆：这些嘉宾的演讲确实很精彩、很有水平，是一场思想的盛宴。我也想到了几个主题词，一个是“思索”，大家都在思索古典商业街如何发展，经典与时尚、现代与传统，以及中国的传统文化和西方文化的一种融合。另一个是“碰撞”，我觉得这种观点的碰撞实际上能够引发我们更深入的思索，从辨证法角度来说意味着相悖与相存。

嘉宾们都有对文化的苦苦思索。比如著名学者余秋雨先生，他是一个文化的苦旅者，我觉得他讲的主题充满了一种扬弃和创新。他还在跋涉，他很辛苦，给我的印象他杜春拐杖还在沙漠上面走，还没有到达绿洲，我们也希望他尽快到达绿洲，让我们一起分享。托尼的演讲让我们开阔了视野，深得启发。他是一位建筑设计师，有一句话叫做建筑是凝固的音乐，他的演讲让我们感觉到他在演奏一首美妙动听的音乐。谈及文脉如何传承，规划当中新旧如何融合、平衡，这对我们豫园确实很有启发，因为豫园不完全是新造的商业街，她已经有五六百年历史了，新旧之间到底如何融合的确是大家关注的问题。蒋琼耳小姐的发言就是把“上下”美丽的一面都展示给大家看。而韩健徽作为我们的业界领导提出了一些高屋建瓴的意见。这些对于我们这些来自古典商业街的代表很有启发和帮助。

实际上我们今天讨论的未来商业街如何发展，其灵魂和核心一定是在于文化。到底如何做文化呢？我觉得概括而言是三句话。

“我们一定是自己优秀文化的坚守者”。即使是在新的历史条件下，我们还是要想方设法把文脉继承下去。好比最近温家宝总理在记者招待会所讲的，“文化传统是一个国家的灵魂”。我觉得在商旅文的结合当中，文化也是我们的灵魂。

“我们要做多元文化的包容者”。我们也不能故步自封，当代人的思想理念、生活方式、消费观念都发生了转变，我们要博采众长，积极吸收这些多元文化以求丰富自己商业街。

“我们应该是未来新文化的探索者和实践者”。这是我们责无旁贷的责任。

周建工：接下来想请问一下葛剑雄教授。我们知道，中国城市的发展一直在走古典与现代共融、文化价值和商业价值并重之路，但是实践当中却出现了很大的问题，能否请您在这个方面给我们做一个简短的分析？

复旦大学图书馆馆长 葛剑雄教授

葛剑雄：其实我们的祖先早已经指出这一点了，那就是《史记》作者司马迁，他讲过一句非常有名的话，是引用一句古话，“百里不同风、千里不同俗”。就是说“风”跟“俗”是具有一定的地气的，你走出一百里“风”就变了，这个“风”相当于我们今天的一种时尚。但是要“俗”发生改变，范围就大了，就要走出一千里了。因为时间的流逝，古代流行的诸多事物中，只有其中一部分可以形成俗。所以，当初的时尚有一部分现在就变成古典了，并且在相当长的时间里延续下来了。另一方面，流行一旦变成了俗以后，其影响范围就更大了，也就是空间上的差异。

中国正处在一个很大的变化过程中，在这个变化中很多新的风出来了，但还没有形成俗的阶段。国门打开了，各种各样的风俗都进驻了，但我们往往不能区别什么是发展中应该学习和借鉴的。

这个问题要从历史上看，也要从空间上看。具体怎么解决呢？关键还是要落实到人身上。如果一味的只是考虑眼前的、局部的情况，甚至一些官员只考虑在任时取得多少利益、政绩，或者一个建筑师只是满足当前自己拿到多少钱，这样的话，这一切都只能是纸上谈兵。

周建工：请教一下陈丹燕女士，作为一位女作家，您观察的东西一定是很细腻的，您写过很多老上海时代的东西，让人非常的怀念。刚才余秋雨先生引用了爱因斯坦的一段话，就提出了一个很有意思的话题，不要过于沉湎于过去的东西。您怎么看待古典的东西、过去的东西，尤其在中国这个大环境下，古典能变成时尚的东西吗？

陈丹燕：我觉得，这恰好是写作时经常遇见的问题。如果你在上海居住了很久，你就会很怕这个城市突然就没有了。其实在中国，非常多的城市都在经历这个过程，大家忽略了这个城市的居民在城市发展进程中所付出的心理代价。当你发现小时候生活的地方，比如学校，结婚时办过喜酒的那家酒店突然消失了，这个心理代价是非常沉重的。我觉得这是对个人意识的抹煞。

现在很多人都会讲中国人是非常浮躁的，有时候也非常的狂妄。从我个人而言，我会觉得这都是由于个人历史的消失带来的。如果我的历史消失了，我不知道是从哪里来的，这个城市发展迅捷得我不知何去何从时，就会一直处在焦虑的状态下。所以，我们应该在现在的生活环境中适当地保留历史，把它收藏起来，把它糅合在现在的生活当中。

阿尔巴特街最后保留了那些街头画家，这就是处理好了以后发生的历史和过去的历史之间有机的联系。所以我觉得对历史的态度不可以这么功利，我们要开拓眼界。急功近利、眼界狭窄也是中国在城市改造，包括老街区的改造方面所碰到的一个非常大的问题。

周建工：我想请教张婷女士一个问题，您觉得宽窄巷应不应该成为我们今天谈论的城市古典商业街区发展的一个模式？您觉得它存在不足吗？

著名作家 陈丹燕女士

张婷：宽窄巷这个项目作为古典商业街区的案例来讲，它的规模是很小的，只有三条街，每条街只有400米长，总共也只有108亩。我们在这样小的范围里构筑出了历史文化名城成都市的支撑体系。

从08年开街到现在的三年左右时间里，无论从社会效益，从整个业界的口碑，还是从政府的效益各方面情况来看，目前来说宽窄巷 项目应该是成功的，它的人气、商气、城市名片的效益，以及对于古典街区开发的模式来说，它是成功的。但是刚才葛老师谈到的，对于文化保护价值是否达到了成功的程度呢？我觉得还有待时间的检验。但在这个项目的开发上面，我们始终还是坚持了一些理念，始终坚持了三态或者四态合一的方式。首先把文态作为灵魂牢牢地把握住。另外在形态、业态、生态方面对文化进行深层次表达。如何把文化成功地转化为形态语言、业态语言以及生态语言，这个就要对文化有充分的研究。最终达到的效果就是人们在感知环境的时候，觉得它无一处不融合、无一处不自然，这可能就是对文化传承较好的感知态度。

静态的展示也是对文化的保护，将传统样本融入现代人现在生活的精神样本之中，将现代的精神样本在古典的系统里面继续传承，这种保护方式可能会成为我们在这种历史文化街区中可借鉴的模式。

周建工：杨晓春先生是做规划的，您在对古典商业街区的实际规划中有没有遇到过去与未来的平衡问题？您是如何看待这个问题的？

杨晓春：实际上，如果商业街区很成功，那么这个城市的运作和城市规划也是很成功的。我们举个西方例子，无论是香榭里舍，还是柏林波斯坦广场，这么多年保存下来，它们都有一个内在的共性，就是每个人都对这个城市的文脉保存富有自豪感，自觉有义务不能去破坏。

豫园本身有五六百年的历史，能在这么多高楼大厦的林立包围当中还能保留中国的园林之美，其实还是有一些个人感情在里面的。很多时候大家看惯了国内城市现代化的进程，到最后都会发展成千篇一律的，难得能在喧嚣的城市当中找到一隅安静的角落，所以大家也会自觉参与到保存文脉的队伍中来。

那我们如何让豫园进一步发展得更为成功，要涉及的问题一定会延伸到文化。从国外的成功案例我们可以看出，解决方式大致有两种，一种是在原有的城市文脉关系当中进行和谐对比。要把整个街区的形式感，包括人流量给表达出来，进行适度的对比。另一种是安排一些高水准、国际化的文化活动，以求吸引客流量。比如法国南部的小镇每年都会举办水准非常高的文化节目，包括话剧节。这样就可以注入真正的文化内核，一方面是吸引客流，另一方面也是打造品牌。同时文化节日对城市及其居民生活的素质，实际上也有很好的提升。

这一点，对豫园商城本身，或者对上海这个城市来说都是非常重要的。

成都文化旅游公司副总经理 张婷女士

周建工：豫园的未来会是怎么样的，这是我们众所关注的问题。请问吴总，您能否阐述以下豫园将来会成为什么样的地方？

吴仲庆：现在各地都有一些应运而生的古典商业街，以文兴商、以庙兴市，依托当地的社会、政治、文化、环境发展商业。我觉得古典商业街都有一个共性，那就是传统文化。尽管都是以中国的传统文化作为主干，但是它也会有一些分支。比如重庆反映的就是巴蜀文化，丽江古城反映的就是纳西族的文化。各地都有这样一些文化枝干，所以业态和商业模式也具有这样的共性，而不是单纯就商业而论商业、就文化而论文化、就旅游而论旅游。商旅文的结合一定是我们共同的特性，也是我们共同坚持的。

我觉得商旅文的有机组合不仅仅是我们豫园，也是我们整个古典商业街所普遍应该遵循的发展之路。

除了共性之外，豫园又有自己的个性，大概反映了这样几个地方。首先是依托于上海这个大都市，国内外游客纷至沓来看改革开放以后的新上海，给我们带来源源不断的客源，这是一个优势。第二，几百年来豫园能够经久不衰，一年接待3700万游客和60-70位国家元首，这种吸引力还是源自豫园的文化，这是我们的差异性。如果豫园哪天变得同新天地没有什么区别了，同外滩也没有区别了，同推海路也没有什么区别了，同陆家嘴也没有什么区别了，那么我觉得豫园肯定也走进死胡同了。文化因它的差异性而渊源流长。所以我们要坚持自己的个性和差异化，坚持我们自己的特色。

如何丰富业态，注重体验消费，让游客在体验中产生冲动并带动消费，这就是下一步我们所要解决的问题。我们构想可以开办一些艺术会展、博物馆等适合年轻人的，把豫园传统经典同这一部分时尚消费和文化体验有机结合起来。但是我们绝不能妄自菲薄，由于过度调整和盲目追求时尚，而抛却自己的优势。时尚最大的本质是什么？是差异化。时尚因差异化而站在生活的前沿，经过岁月的洗礼，一部分时尚会被淘汰，只有经过岁月锤炼变成经典的东西才是有生命力的，才能不断被传承、被铭记。

现在，我们豫园需要的正是这种具有生命力的时尚，并且坚持经典文化，这就是我们所要做的。

葛剑雄：如果上海商业街都是一个模式，它的生命力就有限了。豫园如果变成新天地，反过来新天地变成豫园，就没有什么意思了，而且起不到效果。但是有一点很重要，豫园文化中哪些是值得你去弘扬的，或者值得你把它跟商业、旅游结合起来的，这一点，也许你是明确的，但不是所有人都明确的。

文化并非一定要跟名人联系起来，当然能跟名人联系起来最好，但是普通人长期积累的也是一种文化，甚至成为一种经典。打开清明上河图，有哪个历史学家能够找出里面的名人？一个都没有。但是我们应该承认这幅清明上河图是非常经典的，它代表了宋代的城市文化、商业文化，而它就是由无数普通人组成的。

豫园，一个园、一个庙、一个商场，

知名高端酒店专家 杨晓春先生

恰恰就代表了上海不同类型的文化。豫园这个花园代表了中国古代的精英文化、江南的精英文化。而很多人到现在为止都没有了解城隍庙的意义，城隍老爷是一个地方的保护神，是有名有姓的，上海的城隍是秦裕伯，因为他对当地做出贡献，死了以后当地人把他作为保护神，这本身就是城市生活的一部分，也是吸引游客蜂拥而至豫园商城的一大因素。

吴仲庆：春节时拜太岁的时候，排队的人绕商城5.3公顷一圈，香火确实很旺。

葛剑雄：无论是豫园还是宽窄巷，如果真正能够把时尚变成经典的话，那么它也肯定是历史的一个部分，这要靠我们自己争取，我很赞成吴总的说法，要有明确的定位，不能包罗万象，这样发展才真正能够把今天的时尚变成将来的经典。

周建工：我觉得刚才陈丹燕女士给我们讲的是作为一个普通人的感受，而不仅仅像葛剑雄教授讲的，学者、专家说这个是文化，这个该保护你就要保护。我想更深地挖掘一下陈丹燕女士的感受，为什么一个城市的文化对于普通人这么重要？

陈丹燕：城市由普通人组成的，一百万人里面有一个名人就已经很好，不可能人人都是名人的。所以普通人的力量有的时候是大过了名人的力量。并且城市是为普通人服务的，而城市的气质是由老百姓建立的。比如说上海这个城市比其他地方多商人，这个城市就有完全不能够回避的商业气息。所以人是塑造街区的重要元素，反之，不同的街区定位也会激发出人群不同的特质。同一个人在不同的街区里会表现出截然不同的气质，这也就是街区的独特魅力。

所以，如果没有普通人，城市基本上是不存在的，更枉论街区了。

周建工：下面还想问一下杨先生。毫不讳言，城市的规划更多的是体现政府和开发商的意图。您在实际做规划的时候想把它规划成理想中的，您有多大空间，多大把握？

杨晓春：这个问题其实是在问实际操作范畴。为什么我们的规划特别成功的很少。成都宽窄巷相对来讲是比较罕见的成功案例，但是真正对比国际上成功的城市、街区来看，实际上特别成功的案例并不是太多。

我们作为一个策划机构，在跟很多政府的合作过程中首先要了解这个城市以及它的历史。同时，我们要找出一个最大公约数，也就是说，在政府和开发商当中一定有一个共同的诉求，也就是一个最大公约数，然后双方形成一个共识，那就是在理想和现实中要寻求一个平衡点。但是关键还是要保持传统内涵，宁可少吸引点人流量，而全力去吸引我真正想要吸引的那部分有素质、有文化视野，希望探求文化独特性的这一部分高端旅行者。

实际上，这个思路对商业街区怎么样转型也是一个非常好的成功思路。不管怎么样都是事在人为，虽然现在有不尽如人意的地方，但我对中国这些城市的未来发展走向依然很乐观。