

大城市发展的新行动战略:消费城市

○ 吴 军

(中共北京市委党校 社会学教研部,北京 100044)

[摘要]城市优势随着城市形态的转变而发生着深刻变化。哈佛大学城市经济学家爱德华·格莱泽(Edward Glaeser)和芝加哥大学城市社会学家特里·克拉克(Terry Clark)分别对美国纽约、芝加哥、洛杉矶、费城、波士顿和底特律等大城市研究后发现,以制造业为代表的传统工业从城市中心撤离或衰竭,而以文化创意和休闲娱乐为主的新兴产业逐渐兴起。大都市的城市形态从生产导向型向消费导向型开始转变,一个新的城市时代已经悄然来临,即以消费为主的后工业城市形态;而这种城市形态的优势体现在:城市作为一种生活场域在吸引高素质人力资本方面的能力。

[关键词]大城市;新行动战略;消费城市

一、城市结构的转型:消费城市形态的出现

城市的优势和竞争力会随着城市形态的转变而发生变化。哈佛大学城市经济学家爱德华·格莱泽(Edward Glaeser)教授和芝加哥大学城市社会学领军人物特里·克拉克(Terry Clark)教授分别对美国纽约、芝加哥、洛杉矶、费城、波士顿、底特律等大都市研究后发现,以制造业为代表的传统工业从城市中心撤离或衰竭,而以文化创意和休闲娱乐为主的新兴产业逐渐兴起。^[1]大都市的城市形态从生产导向型向消费导向型开始转变,一个新的城市时代已经悄然来临——以消费为主的后工业城市形态。城市结构的转型触发了新城市形态的出现,在一个以消费为主的后工业城市形态下,大城市优势会发生哪些改变?大城市的

作者简介:吴军(1984—),中共北京市委党校社会学教研部讲师、博士,研究方向:城市社会学、城市政策和社会政策等。

竞争力又将如何体现?大城市发展的新动力何在?对这些议题的研究与探讨至关重要,而且它们已经开始被纳入到城市领导者的议程上来。

爱华德·格莱泽结合自己对纽约和波士顿的研究给出了自己的解释。他认为,传统的城市研究把城市优势锁定在生产方面,而非消费,同时,他还指出,现有的研究经常会忽视城市密度在促进消费方面的功能和角色。他坚信,随着城市结构的转型,类似公司和社团这样的组织会变得更加具有流动性(More Mobile),而大都市的增长会越来越依靠——作为消费中心的城市功能与定位。^[2]

事实上,把城市作为娱乐消费机器来探讨的学者,最早是特里·克拉克。从1983年开始,他领衔“财政紧缩与都市更新”(Fiscal Austerity and Urban Innovation, FAUI Project)研究项目,分别对纽约、伦敦、东京、巴黎、首尔、芝加哥等大城市进行了研究。结果发现,影响未来城市增长的关键因素已由传统的工业向都市休闲娱乐产业转变。^[3]为了系统阐述这个观点,他于2004年出版了《作为娱乐机器的城市》一书,把城市发展聚焦在都市休闲娱乐产业上来。同时,他还指出,城市的舒适性和便利性越高,城市的增长也就越快,相反,城市的舒适性和便利性越差,城市增长就越缓慢,甚至可能出现恶化和衰退现象,比如,美国的底特律市。

底特律衰败的原因在于:工业转型失败造成经济衰退,经济衰退导致犯罪激增和社会动荡,城市舒适性与便利性受到破坏,再加上,传统社会管理方式的失败进一步推动人口外迁,特别是高素质人才的外流加剧了底特律的衰败,^[4]最终,造成了底特律“鬼城”的现象。中国类似鬼城的现象也不在少数。一方面是规模宏大的城市扩张,另一方面是所造新城的房屋空置、商业凋敝和人气冷清。比如,内蒙古的鄂尔多斯和河南的鹤壁。鄂尔多斯的新区康巴什,前几年整个城市出现爆发式的增长,大部分资本投入到固定资产领域,然而,由于产业单一,只以煤炭业为主,城市无法转型升级,人丁稀少、房价跌至七成。有媒体报道称,由盖楼兴起的借贷行业几乎崩溃,现在的鄂尔多斯不仅是“鬼城”,也是债务之城。同样以煤炭化工为支柱产业的河南鹤壁,为了应对因煤炭开采而出现的采空问题,早在1992年便开始在老城区40公里之外建设新区,是河南省第一个建设新区的地级市。然而,这个建设历史已经长达20多年的新区,依然人烟稀少,被称为“睡城”。

与底特律这些城市的衰竭刚好相反,芝加哥作为工业城市转型成功的“优等生”,得益于城市舒适性和便利性的塑造。上世纪初到中期,作为工业时代的城市巨人,芝加哥大都市区是美国最重要的制造业带(Manufacturing Belt),是美国工业布局的心脏地带。有学者这样形容当时的芝加哥:“如果说有哪一个城市最具有工业化时代城市化的典型特征,那就是蒸蒸日上的芝加哥。”然而,工业城市发展到一定程度也会累积一些问题,比如,产能过剩、空气污染、能源浪费、交通拥挤、基础设施陈旧、犯罪率上升、人口流失和社区衰败等问题。芝加哥由美国第二大城市下滑到第三大城市。

针对这些问题,上世纪中后期,芝加哥市长推行了强有力的城市改造项目,兴建与更新大批的城市设施,以及开展多样性的文化交流,举办大型的国际赛事与活动。建设文化设施,鼓励市民活动,兴办公共教育,改善环境资源,发展旅游文化休闲,针对本土特色,发展足球运动联赛、爵士乐节……这些都是芝加哥政府为了改善城市面貌与提升城市魅力所采取的措施。再比如,2012年,芝加哥市长宣称2015年前,投资73亿美元用于市内基础设施建设,通过公私合营的方式建立信托基金,用于项目开发,包括破旧城市建筑整修项目。现在的芝加哥完全是一个以消费娱乐休闲为主的城市。

事实上,城市转型一旦成功,就会吸引大批高素质人才前来工作、生活和居住,从而带动城市的增长。传统的芝加哥号称“钢铁城市”和“工业时代巨人”,现代的芝加哥被称为“艺术城市”、“创新城市”和“花园城市”。工业城市转型成功很大程度得益于生活娱乐文化设施提供的舒适性与便利性,从而吸引大批高素质人力资本聚集,推动产业升级与城市更新。

让我们重新回到爱华德·格莱泽和特里·克拉克的核心观点:未来大城市的竞争力体现在都市作为一个整体性场景在吸引高素质人力资本的能力上。这方面的证据来源于格莱泽对美国纽约的定量数据分析和定性的实地观察。格莱泽认为,最近十几年,纽约城市租金的增长速度超过了工资的增长速度,这说明,城市作为生活场景的需求在不断增长。原因在于更多高素质人才聚集纽约,推高了租房刚性的需求,从而推高了租金价格。租金上涨速率大于收入上涨速率,意味着更多的人群迁入纽约,不是为了参与劳动生产,而是为了体验与消费。或者说,这些人群把纽约作为一种生活方式而消费。这就更加印证了后工业城市的消费形态,城市将作为一种生活方式而存在。因此,对生活质量的强调、对城市舒适性与便利性的塑造,将成为未来大城市建设的新行动战略。

二、消费城市的基础:都市设施提供的舒适性与便利性

格莱泽认为,城市的未来取决于其对密度的需要。如果大城市想继续维持现有的增长与繁荣,就必须有更多人持有生活在高密度城市里的意愿和冲动,而这种意愿与冲动的培养与塑造,城市舒适性和便利性起到很关键作用。

传统城市研究的最基本观点是:城市有利于生产,而非消费。大部分人来到城市是为了获得更好的就业机会和更高的工资。城市作为各种生产要素交换的场所,为企业和政府提供更多利润的同时,也推动着自身的发展。城市政策领导者、决策者和执行者按照上述逻辑完成了过去百年的工业城市发展。但是,这样的逻辑思维和制度惯性将对大城市的更新与转型产生负面影响。随着城市向更高形态发展,工人不得不面临着更高的租金和通勤的辛苦,城市不得不面临恶化的生态环境、拥挤的交通、更高的犯罪率和衰落的社区公共生活等问题。这些都与城市的舒适性与便利性息息相关。

也就是说,未来大城市的优势体现在城市作为消费机器的能力上,而舒适性

和便利性正是这种能力的重要体现。格莱泽和克拉克均表示,舒适性和便利性是由城市设施(urban amenities)提供,并对其进行了分类。前者把城市设施分为四类,更加注重城市硬件设施,后者把都市设施分为五个维度,更加偏向城市软件环境。首先,我们来看一看格莱泽的城市设施四分类法。^[5]

第一,丰富多样的服务与消费品(a rich variety of services and consumer goods)。20世纪80年代以来,随着互联网和电子商务的发展,服务和产品真正实现了跨越地区消费。一些具有地方特点的餐馆、剧院、酒吧以及文化活动等借助于新兴传播手段得到了前所未有的传播。研究表明,在伦敦和巴黎,城市发展的步伐与城市设施有着紧密联系,发展越快的城市,其拥有的设施越多。这些设施包括餐馆、剧院、影院、图书馆、博物馆、酒吧、大学、创意园以及各种市民组织与活动等。从20世纪70年代开始,大批受过高等教育的人群向城市聚集,接着,城市房屋租金的上涨速度迅速超过了工资的上涨速度。格莱泽认为,这样的事实说明,随着生产力的提高和高级人力资本的不断增加,更多人从传统工业中脱离出来,生产已经不再仅仅是为了温饱和抵御寒冷等基本需求,而是为了消费,为了生活质量。更重要的是,持这种观点的人数在不断增加。也就是说,个体选择一个城市,不仅仅是为了获得一份参与劳动生产的工资,而且还考虑到这个城市是否能够提供优质的生活和与兴趣匹配的消费体验。在这种情况下,城市租金的涨幅超越工资涨幅就成为了可能。

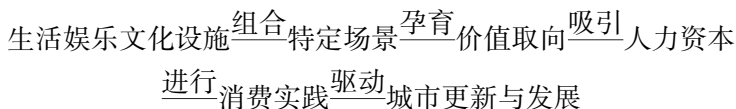
第二,美学与物理设置(aesthetics and physical setting)。毫无疑问,城市建筑能够增加城市魅力,这种魅力主要体现在它的外表与内在的便利上来(当然有的建筑也会追求舒适性)。除此之外,生态环境条件会影响城市的舒适性。比如,气候好坏、空气质量等影响着城市的人口流动和租金变化。

第三,好的公共服务(good public services)。好的学校与低犯罪率也与城市增长有关。Berry - Cullen 和 Levitt (1999) 研究显示,城市外围的犯罪率增加会导致城市人口的增速的减缓,同时,1970年到1990年间,在控制成年人教育水平和贫困率之后,青少年的辍学率与城市的增长呈负相关。据此,他们得出结论,好的教育资源和低犯罪率在吸引高素质人力资本方面发挥着重要作用。如果具有良好的教育资源,城市设施对于城市发展的好处将会呈几何效应。当然,好的公共服务不仅仅是指教育资源,还包括健全的医疗、社会保障和社区服务等。

第四,城市设施还包括速度(The fourth vital amenity is speed)。在某种意义上,在大都市区域,人群所到之处便会产生服务与就业,而人们选择一些都市区域或者不选择一些都市区域,交通成本和时间成本是他们考虑的重要因素。格莱泽对纽约和波士顿的研究表明,城市边缘运动(the movement to edge cities)和就业的去中心化(decentralization of employment)正在增加人们通勤的距离,但却减少通勤的时间。这种现象产生的关键因素就是速度。在传统城市中,一个根本性的转变正在发生,与速度紧密联系的时间价值增加。比如,与CBD靠近的

区域比较成功,经济和人口增长都比较快,相反,离 CBD 较远的边陲区域,经济与人口不但不会增长,而且还出现局部的衰退。格莱泽给出了纽约城的例子。从 1980 年开始,距离华尔街比较近的区域出奇的成功,经济与高素质人力群体的增长尤为抢眼。但是,离华尔街较远的区域(仍然属于纽约城),在过去几十年,其经济一直处于低迷状态,人口也在不断减少。

事实上,与格莱泽城市设施四分法相比,克拉克对城市设施的五分类法更加偏向于城市软件环境,尤其是生活娱乐文化设施上来。他认为,城市舒适性与便利性体现在生活娱乐文化设施的组合上,而且,他把这种都市设施的组合称为“城市场景”。用城市场景的更新与塑造,来推动后工业城市的发展,这是该研究团队提出的“场景理论”(The Theory of Scenes)的重要内容。场景是由各种消费实践所形成的具有符号意义的空间。^[6]正如“社区”(Community)这个概念的运用一样,揭示围绕着个体生老病所展开的各种实践活动组成的符号意义;同理,“场景”这个工具将会揭示各种消费实践活动的符号意义。场景理论揭示了生活娱乐文化设施组合形成特定场景,这种特定场景又彰显了不同的文化价值取向,这种文化价值取向吸引着不同群体前来居住、生活和工作,从而驱动区域经济社会转型与发展。这样的逻辑思维,可以用以下图示表示:



无论是格莱泽对城市消费品、物理设置、城市美学、公共服务和交通速度的强调,还是克拉克对城市场景的研究,二者均指出了后工业城市增长的新动力,或者说政府如何推进城市更新与转型。

这个问题的答案就是:培育和吸引高素质人力资本。这就意味着生活娱乐文化设施组合形成的城市场景的重要性,因为城市场景与舒适性、便利性直接相关,同时,它也影响着高级人力资本的迁入或撤离,比如优质的空气、干净的街道、好的学校、好的医院、友善的邻里关系以及丰富的市民组织与社区活动等。总之,以消费为导向的城市设施,和以此为基础开展的城市场景,对于吸引高级人力群体扮演着重要角色。^[7]

三、消费城市的动力来源:收入提高、技术变革与创意阶层

克拉克和格莱泽深入研究纽约、洛杉矶、芝加哥和波士顿等城市之后指出,有三种基本的力量催生着城市形态的转变,并且这种转变是根本性的。这三种力量分别为:^[8](1)收入增加,个体变得越来越富足;(2)技术变革,传播与交通技术的改善对人力、物力和观念的传播;(3)创意性阶层的形成,超越党派、宗族和意识形态等元素的新力量。

第一,个体变得越来越富足是一种历史趋势。格莱泽认为,从中世纪至今,欧洲振兴的经济史上,有个显著的特征,即收入的持续增长。这一过程中,尽管部分国家或区域曾出现过经济衰退和大萧条,但是,从总体趋势来看,人均 GDP 的增加是一个不争的事实。格莱泽认为,这种事实对于未来欧洲与美国的发展,依然存在。收入的增加包括两方面因素:收入与价格影响。首先,收入的增加意味着人们对日常生活品的需求增加,以及特殊奢侈品需求增加。当城市在提供这些消费品方面变得有很大优势时,社会对城市的需求也就会增加。其次,收入增加意味着时间的价值更加珍贵。比如,时间密集的活动(通勤时间比较长)将会变得更加珍贵,人们有时候不得不取消一些特别耗费时间的活动。

第二个力量就是传播与运输技术的大幅提升,尤其是互联网为主的电子商务与现代物流速度。托马斯·弗里德曼提出“地球是平的”这一概念,他相信世界已经被新技术与跨国资本碾成一块没有边界的平地,在一个因信息技术而紧密、方便的互联世界里,全球市场、劳动力和产品可以被整个世界所共享,一切都可能以最有效率和最低成本的方式实现。这些结论也说明了信息与传播技术的发展将会促成下一个十年城市的转变。

一百多年前,交通技术开始出现变革,货物运输和人口流动的速度与能力得到大幅改善。在这一时期,小汽车和飞机逐渐成了人们出行的重要交通工具。二战后,随着工业技术革命的推进,更加舒适、快速的汽车成了人们最主要的通勤工具,大大节省了成本,提高效率。汽车也改变了人们的生活方式,使个体的活动范围与能力得到前所未有的增长。我们有理由相信,在未来,汽车作为交通工具的重要性还会增强,其对人们的工作与居住产生更深远的影响,而随之而来的则是产业布局调整和社区生活的变迁,最终,带来城市形态的转变。

在这里,尤其要指出的是,新观念与信息的传播借助于新兴媒介变得更加“唾手可得”。比如 Facebook、twitter(类似中国的微博、微信等自媒体)等,每个节点都是一个信息源。互联网使得信息的传统方式发生了颠覆性的改变。人们借助于互联网,实现了成本低、速度快且信息量大的交换。这种趋势在未来几十年中,还会得到不断的加强,尤其是现代许多传统行业与互联网结合将会带来的翻天覆地的变化。

第三,一批受过高等教育、掌握专业技术、依靠脑力赚钱、具有强烈社会正义感与责任感的人群,作为一个阶层开始出现,他们将超越传统的政党、阶级、种族和家族等因素,借助新兴媒体,成为一种新的社会变革力量;他们的活动范围和方式对城市形态的影响会越来越明显,他们的价值观与言行对城市政策的影响也会越来越明显。多伦多大学教授佛罗里达在《创造性阶层的崛起》一书中指出,美国社会已经分化成四个主要的职业群体:农业阶层、工业阶层、服务业阶层和创意阶层。创意阶层与服务阶层二者共同形成了第三产业人口,而第三产业人口占整个就业人口的 80%。同时,他还指出,创意阶层的崛起是基于高品质工作和生活的要求,吸引创意人才的关键在于建设满足他们所偏好的都市

环境。对于他们,人文环境比商业环境更为重要。

这三种力量一旦与人口密度相结合,城市增长的效用就会显现。或者说,当观念的传播涉及到最新的资讯,城市密度的优势就会凸显出来。比如,华尔街的成功经常会与获得最新资讯的及时性和有效性有关。在华尔街的城市场景中,空间的接近性为信息传播提供了极大便利。也许一次喝咖啡的机会,或下午茶的场合,人们会促成一笔生意。格莱泽认为,硅谷的出色表现在于低密度的城市布局,而华尔街的优势体现在高密度集结的城市空间。无论是硅谷,还是华尔街,他们相似之处在于经济行动者的空间聚集带来企业组织生产与消费集群效应,从而推动城市的增长。

另外,即使技术不变的情况下,城市密度也能创造出工人的生产率溢价。阿尔弗雷德·马歇尔(Alfred Marshall)曾经指出,城市使雇佣人员能够轻易地更换工作。如果某个企业组织生产率低,雇员们可以很快找到新的工作,因为城市提供这种机会要比远郊地区多得多,比如,在芝加哥找到同样一份工作要比宾夕法尼亚容易得多。对于年轻群体来说,找到一份合适的工作、开启自己的职业生涯,尤为重要。这就是城市的优势所在。在一个高密度的城市区域,年轻人获取一份职业所付出的成本要远远低于在低密度的区域。重要的是,一个密集劳动力市场的优势归功于生活在大都市区域的个体,但是,他们并不需要高密度的生产中心。

城市的未来取决于以上讨论的三种力量和城市的功能。格莱泽认为,收入的增加意味着人们到具有吸引力地方生活的能力就会提高。这种假设成立的话,令人舒适与愉悦的、能给人带来便利的城市就会兴旺,令人不舒适的城市将会枯竭。消费者对于未来城市的成功变得越来越重要。无独有偶,克拉克指出,一些城市的消费价值在于它们拥有的古典和漂亮的建筑,因为这些能给人们带来美学的享受,比如,巴黎作为一个消费城市的出现,得益于服务业、依靠规模经济的消费品以及带来美学愉悦的建筑群。这种美学愉悦不但来自于建筑,而且还来自于城市作为一种生活方式的本身。

四、大城市的未来:作为消费娱乐机器而存在

格莱泽把美国的城市划分为三类。^[9]第一种类型是复苏的密集城市。这些城市包括纽约、芝加哥、旧金山、波士顿等。他们拥有相对较成功的工业,这些工业在信息经济中运行得也不错。他们拥有丰富的高级人力资本和便利舒适的生活娱乐设施。更重要的是,他们能够提供一系列的与消费有关的活动与实践。对于这些城市,当人口增长的速度放慢时,人口结构的转型对未来城市的发展至关重要。在这里,现有的住房密度和监管结构意味着,对居住密度的需求来自于该地区平均工资的增加,以及人口结构转型,比如,从事制造业的低技术工人向从事新兴产业的高素质人才转变。许多欧洲城市与美国城市的情况大致相似。比如,伦敦和巴黎,高级人力资本比较丰富的城市能够提供消费优势。他们在消

费方面的优势能够缓冲当下在生产力方面的低迷状态。

第二类城市是停滞增长的密度旧城。这些城市的消费产业远远落后于传统的制造业和房地产业。随着全球化和信息化的挑战,大部分传统产业出现衰竭,新兴产业无法培育,造成城市增长停滞。这些城市包括底特律、费城和圣路易斯。一般情况下,从低迷城市向兴旺城市搬移,高级人力资本群体要比低技术工人容易得多。也就是说,这里的人口外流,多数为高级人力群体,具有强大消费能力。这些人群的流失,意味着城市将失去潜在的消费优势,城市增长的动力将慢慢枯竭。

第三类城市是指边缘城市(the edge cities)。他们是典型的低密度人口的汽车城市,比如洛杉矶。在没有政府干预的情况下,洛杉矶能够兴旺,并且保持持续增长。在这样的一个低密度人口的大都市区域,汽车交通似乎是比较有效率且受到美国大众的青睐。由于就业的“去中心化”,通勤成本被缩减。同样为边缘城市,欧洲和美国的情况差异就比较明显。欧洲汽油税比较高,且公共交通发达,这意味着边缘城市并没有像洛杉矶那样有吸引力。或者说,欧洲没有一个城市像洛杉矶那样,一方面是没有那么多的土地,另一方面是尽管城市都很富裕,但是政府政策导向却是公共交通。

无论是像纽约和芝加哥这样的密集城市,还是如底特律和费城这样的衰落城市,以及如洛杉矶这类的边缘城市,在芝加哥大学克拉克教授那里,它们都已经进入消费时代,城市作为消费娱乐机器而存在。比如,克拉克在《城市作为娱乐机器》一书中,探讨了消费与娱乐如何改变城市,即消费和娱乐如何驱动着城市的生长。这种观点颠覆了传统的认知(城市促进了娱乐与消费)。人们生活和工作在城市里,他们选择在哪里生活改变着他们在哪里工作以及如何工作。城市设施作为一种重要的力量吸引着新的居民和旅游人群。这就是为什么美国和欧洲的许多城市领导者都非常重视城市设施以及由其形成的舒适性与便利性问题。

克拉克认为,传统的城市研究范式过于简单,不能很好解释消费城市的形态。比如,传统城市研究者认为,区位、土地、劳动、资本和管理技术等能够推动经济增长与城市发展。^[10]随后是人力资本驱动着城市发展。在这些传统理论的基础上,克拉克增加了新的维度——生活娱乐文化设施组合形成的城市场景如何吸引高素质人力群体,催生产业聚集效应,推动城市更新与发展。

这个议题对于城市政策制定者来说尤为重要。政府官员、商业领袖和非营利性组织领导将要面临,如何利用文化、娱乐和城市设施来增加本地区的价值与吸引力,尤其是对现在与未来的居住者、旅游者、会议代表和购物者等。

事实上,城市作为消费娱乐机器,揭示了剧院、图书馆、影院、艺术馆、餐馆、酒吧、书店、便利店、咖啡馆、艺术节、球赛、街头表演、会展以及市民组织与社区活动等作为一个整体性元素(场景)对城市发展的影响。因为这些元素的布局与设置能够影响就业、人口流动、发明创新以及其他更多方面。《城市作为娱乐

机器》这本书选取了全美的样本城市,系统且深入地分析了消费、设施与文化吸引着不同地区和国家的高素质人力群体,从而推动着城市更新与转型。

最后,根据克拉克和格莱泽的研究成果,我们有理由相信,大城市的未来优势或竞争力取决于城市作为一种场景,在吸引消费者前来生活与工作的能力。随着全球化和信息化的来临,物流的发达和信息技术的普及,无论是实体货物,还是无形的信息科技,将削弱城市作为生产机器的优势,而作为消费娱乐机器的城市。这将是下一个十年的城市形态。在这样的情况,如果城市想维持强大和兴旺,吸引高素质人力群体,不但要基于提供高的收入(工资),而且生活质量的建设也发挥着越来越重要的作用。事实上,一些城市已经很成功地把自已塑造成消费天堂,如纽约、芝加哥和拉斯维加斯等,而一些城市却刚好相反,忽视消费城市的建设,仍然把城市看作是生产的机器而不是娱乐机器,如底特律和费城等。很显然,这些城市之间的差距已经显现,而且在不断扩大。

注释:

[1] Clark, Terry. "The City as an Entertainment Machine", Amsterdam, Netherlands; Boston, MA: Jai/Elsevier, 2010.

[2] [美]爱德华·格莱泽:《城市的胜利》,刘润泉译,上海社会科学院出版社,2012年。

[3] 吴军:《场景理论与城市发展》,《中国名城》2013年第12期。

[4] 根据美国人口普查,1950年,底特律人口达到历史峰值,为185万;2005年,底特律人口已经缩减到88万,比2000年减少了6.8%;2010年底特律人口萎缩到71万,相比鼎盛时期的185万,减少了114万,降幅为62%;这是美国60年来人口减少最多的城市之一。

[5] Glaeser, Edward, "Consumers and Cities", (joint with Jed Kolko and Albert Saiz) in The City as an Entertainment Machine (Terry Nichols Clark, ed.) Lanham, MD: Lexington Books, 2011.

[6] 吴军:《场景理论与城市公共政策》,《社会科学战线》2014年第1期。

[7] 吴军:《城市社会学研究前沿:场景理论述评》,《社会学评论》2014年第2期。

[8] Glaeser, Edward, "The Urban Innovation Model", Boston Globe, January 10, 2013.

[9] Edward L. Glaeser, Jed kolko, Albert Saiz, Consumer City, National Bureau of Economic Research, NBER Working Paper No. 7790, July 2000.

[10] Clark, Terry, "Amenities Drive Urban Growth", Journal of Urban Affairs, 2002.

[责任编辑:书缘]