

空间生产视角下的历史街区自主复兴

——以广州华侨新村为例

王敏*, 赵美婷

(华南师范大学地理科学学院, 广州 510631)

摘要: 纵观以往历史街区的复兴,其振兴与保护难免走向对立,但在华侨新村中两者却“自然而然”地走向统一,该文对其走向统一的过程进行深入解读.基于空间生产的理论,对广州华侨新村柔性自主复兴过程中的城市形态及社会结构变化进行了探析.以空间生产“三元一体”为语境,从房屋产权变更、消费需求和绅士化进程三方面说明空间实践的变更,并通过空间实践与空间表征的冲突展现资本第三重循环的作用过程.华侨新村通过其“表征空间”培育了居住需求与消费需求,“空间表征”通过改变建筑形态的方式,与“空间实践”实现统一,完成了空间再生产的自主复兴过程.在此过程中,消费需求与投资需求催生的消费空间、资本流通催生的地价抬升与频繁的房产投资以及居民与店铺投资者/经营者、原住民与绅士化居民之间关系、政府权力的协调维持着资本的持续流通.正是在各方主体的互动与一系列资本的共同作用下,完成了历史街区的自主复兴.

关键词: 空间生产理论;三元辩证法;资本三重循环;华侨新村

中图分类号: J653 **文献标志码:** A **文章编号:** 1000-5463(2015)02-0124-10

The Historic Quarters Revitalization from the Perspective of Spatial Production Theory: Case Study of the Overseas Chinese Village in Guangzhou

Wang Min*, Zhao Meiting

(School of Geographical Sciences, South China Normal University, Guangzhou 510631, China)

Abstract: Throughout the history of the historic quarters' revitalization, promotion and protection which usually are incompatible, integrate naturally in the Overseas Chinese Village in Guangzhou. Therefore, the integration process is investigated as a paradigm. Based on the spatial production theory, the transformation of urban morphology and social structure during the soft revitalization of Guangzhou Overseas Chinese Village are analyzed. The change of spatial practice by the housing property rights alteration, consuming demand and gentrification process is explained and the third capital triple loop by the conflict between representation of space and spatial practice is shown. The Overseas Chinese Village in Guangzhou cultivates living demand and consuming demand through its space of representation. At the same time, in order to complete the reproduction of space, the demand's representation of space unifies with the space practice through the material-space change morphology. During this process, consuming demand and investing demand spawned consumer space. After that, the circulation of capital spawned living demand which raised land prices and made property transactions more frequently. The coordination of government's power, the cooperative relationship among the original residents, the investor/operator and resident of gentrification keep capital circling.

Key words: spatial production theory; spatial tri-dialectics; capital triple loop; Overseas Chinese Village in Guangzhou

收稿日期: 2014-11-10

《华南师范大学学报(自然科学版)》网址: <http://journal.scnu.edu.cn/n>

基金项目: 中国博士后科学基金面上项目(2013M542190); 国家自然科学基金项目(41401141); 广东省自然科学基金项目(S2013040014210)

* 通讯作者: 王敏, 博士后, Email: 43392445@qq.com.

1970年代以来,国外学者对城市历史街区的关注经历了3次针对不同对象的保护运动。而第3次保护运动更关注景观和建筑环境背后的保护政策,注重提高管理水平和促进投资及推动地方经济发展^[1]。

历史街区的保护和复兴是当前中国各大城市的热点,在众多保护与更新模式中,将不断侵蚀的历史遗存转化为有效资产的“柔性”复兴^[2],相对于传统的一刀切式的历史街区“更新”,这更能体现资本与空间的良性循环。当历史街区被塑造成消费者憧憬的空间,而同时又保留了原住民关注的集体记忆和文化认同,历史街区的商业化便以一种自生的趋势出现^[3]。然而,历史街区复兴过程中的城市形态与社会呈现何种变化?自主复兴又是如何运作的?本文以广州华侨新村的自主复兴为例,借助空间生产的视角,解读其中的资本、权力与空间的相互作用,试图探索这一过程中居民、私人投资人与消费者共同作用于空间的动力机制,以及这些影响所产生的社会分异、社会结构更替等现象的规律。

1 空间生产视角下的历史街区自主复兴

1.1 历史街区复兴的方式演变

城市历史文化街区更新的内涵随着西方城市规划实践的发展,经历了漫长的演变过程;在1950年代,城市更新的手段主要以大规模推倒重建为主;至1970年代,重建的方式逐步被包含多种功能的渐进式改造所替代;至近现代,更新的目的从单纯的改善建筑外貌、提供基础设施转变为使当地衰退的经济焕发新的活力为主。在这一过程中,城市更新的主导者,从初始的政府或私人投资者的单方主导,发展为如今广泛采用的公私伙伴关系,通过综合性的规划理念,全面地对历史街区进行保护和改造。其中,“以人为本”的规划理念越来越受到广泛的认同。通过自主更新这种更为柔和的方式对历史街区进行改造,被证实为推动地方经济发展的更行之有效、对当地发展具有长远效益的一种方法^[4]。

在复兴过程中,随着区域土地和房产价值的提升,往往产生居住在其中的大量中低收入人群被中高收入人群替代的现象,也就是所谓的“绅士化”^[5]。而“绅士化”过程是一个阶级转化的过程^[6],伴随着外来人群对原住民的居住空间的占领与争夺^[7]。中国的城市更新所产生的绅士化过程,可看

作是具有本土色彩的社会空间分异类型之一。传统建筑,如西关大屋等,其深厚文化底蕴对于高层次和高品位、高收入人群具有较大的吸引力,对传统建筑进行修缮改造并卖出能快速推动旧城和历史街区的绅士化进程^[8]。因此,在历史街区的保护规划中,往往受关注的是其深厚的文化内涵与保护方法^[9-10]。但更需要了解在历史街区复兴过程中的社会结构变化与其中政府、开发商、居民各主体的利益诉求支配下的空间改造构想及实践过程^[11-12]。不同利益群体对于同一空间所产生的空间构想往往是有差异的。同一空间中原住民、投资者和政府管制者,都按照自己特定的利益与目的去重塑所处的空间。因此,新型的空间物质形象和社会关系,都是通过不同的利益群体均衡博弈后所产生的结果^[13]。诚然,管制者在私人利益和资本流通的过程中,各方利益的平衡,深刻影响了空间塑造的结果。

1.2 空间生产视角下的自主复兴

20世纪后半叶以后,空间成为了哲学研究的一个重要议题。Lefebvre^[14]作为城市空间政治经济学派的重要代表,开创性地提出了对于空间生产过程的辩证思考,他认为空间包括自然空间和社会空间,都是社会实践的产物。空间生产理论的核心观点是:城市空间是资本生产和消费活动的产物和生产过程,两者相互冲突,交织演进^[15]。在资本生产的过程中,空间作为一种生产资料也参与到生产的过程中,将生产的分析从“在空间的生产”转向为“空间本身的生产”,丰富了空间的内涵^[16]。另一方面,空间本身也可作为一个整体在生产中被消费,是消费对象的一种。因此,空间的形成实际上是各种利益奋力角逐的产物,空间中的土地、建筑等,都可作为被角逐的对象。在以列斐伏尔为代表的马克思主义政治经济学家及其追随者的观点来看,城市空间同时受到社会经济活动和政治制度两种政治经济力量的影响和塑造^[17]。在此基础之上,Lefebvre^[14]构建了以空间实践、空间的表征、表征的空间为内涵的“三元一体”的理论,用以表述空间生产的过程。“空间实践”是通过物理意义上的方法去感知环境,具有较大的客观性,即“感知空间”;“空间的表征”指的是建构概念化的空间,很大程度来源自主体的构想,然后投射到经验中,具有较大的创造性和主观性,即“构想空间”。而“表征的空间”,则是在结合第一和第二空间的基础上,在试图揭示不停发生转换和改变的观念现象、意义等社会环境的过程中被升华而来的,

即“生活的空间”^[18]。空间实践受制于空间表征,再现通过社会互动建构出来的主流权力关系,同时表征空间的实现依赖于空间实践,表征空间从权力关系上颠覆表征空间^[19]。

从空间和资本循环的视角出发,哈维指出城市是为资本的流通而设立的,无论这些资本是关于人(劳动力)的、商品(货物和信息)的,还是关于抽象金融^[20],并始终坚持资本的力量塑造并重塑了城市空间^[21-22]。资本力量通过资本在空间生产过程中的循环塑造并重塑着城市空间。

Harvey^[23]在“相互关联的资本循环”理论的基础上进一步提出“资本三重循环理论”,并阐述如何解决资本过度积累产生的危机。资本第一重循环是资本向一般生产资料和消费资料的生产性投入,构建出了一个能引起消费者的想象加工和场景共鸣的概念化空间,即消费空间。第二重循环则注重城市建成环境的生产,例如居住空间、基础设施和社会事业的建设等。第三重循环主要是资本向社会性花费的投入,以达到提高劳动生产率获取剩余价值和保证再生产的目的,政府协调在其中尤为重要^[13]。在此循环中往往会涉及对于社会空间的利用的“空间正义”问题^[24]。

空间生产理论的研究显现商品已被大量的符号化,使其在被消费的同时也被展示,消费者在消费的过程中,同时体现一种文化的需求,即利用符号来炫耀这一地位。鲍德里亚^[25]认为,艺术品的拍卖就是一种财富夸耀的行为,显示了被消费商品的符号价值。周尚意等^[26]论述北京前门-大栅栏地区就是体验和消费“老北京、老字号”文化的地区,大栅栏地区也成为了符号化的消费空间。在消费空间创造需求的过程中,生产者提供了令人愉悦的感官体验和空间,将消费者裹挟进消费空间中,从而强化消费主义对生活空间的控制^[27]。如上海浦东的征地建设之初通过激变的都市空间投射出心理及文化上可供市民认同的理想世界、都会形象,让居民主动地认同都市改建,把自己当成城市使用者,把改造后的新城当作是自己的空间,从而将原住民裹挟进规划师们所想要构建的精英空间中,使原住民甘愿奉献原有的生活空间^[28]。投资者/所有者的空间表征通过改变空间实践实现并利用空间实践所创造的消费空间,得到消费者的认可,从而形成得以裹挟消费者、创造需求的表征空间。历史街区基于其特殊的文化传统和建筑街区环境,形成了小资、高雅的地缘文化空

间,通过投资商和所有者自发的改造^[29],形成了消费者文化认同的聚集之地。历史街区改造后的被消费行为,是符号化的行为方式,形成其表征的空间。空间生产理论为历史街区的复兴提供了地理学的视角,解释了城市形态演变的动力机制,“三元理论”和“三重资本循环”很好地揭示了历史街区自主复兴的资本权力关系。通过探究下列问题,可以探析城市演变动力机制下的资本权力关系。何种因素如何参与塑造目前的城市形态?复兴过程的再生产与资本循环如何维持?各主体为实现其利益诉求如何改变空间实践?本文的理论意义在于从空间生产角度揭示柔性自主复兴与政府规划引导的历史街区复兴方式的不同之处以及探究历史街区柔性自主复兴的根本——再生产过程中资本得以循环的动力机制。本文的实践意义在于为历史街区的复兴规划提供参考范例和依据,从而解决目前大部分历史街区复兴流失其本质内涵、“去地方化”问题以及平衡策划者、规划者、投资者和居民之间利益冲突。

2 研究对象与方法

2.1 研究对象

选择于1954年建设的广州华侨新村为研究对象。华侨新村是新中国大陆大城市中的第一个大型华侨居住区,作为建国初期安置归国华侨和侨眷而专门新建的低层花园式住宅区。无论从规划选址的区位,或者到建筑风格、庭院尺度,华侨新村都在一定程度上受到了海派文化的影响。2012年,《广州历史文化名城保护规划》正式将华侨新村列入广州第一批历史文化保护区。然而改革开放后,随着房屋产权的变更,本土上流阶层正式以一种全新的方式进驻华侨新村,在后续改革开放以及市场经济和全球化不断深化的时代转型中实现了形态和功能的历史转变。

2.2 研究方法

针对华侨新村建村的历史,本文通过历史文献法广泛收集含图片、地方志和口述史等相关历史资料。此外,结合实地考察和半结构深度访谈等研究方法,深刻考察华侨新村自主复兴后所形成的混合使用现状以及建筑形态的变更,并了解华侨新村各主体,包括原住民、新移民、私人投资者、消费者以及居委和政府部门等,对于实现用地功能转变后的华侨新村这一历史街区的生产过程中的参与、感知与作

用.笔者深度访谈居民7人、私人投资者4人、服务员2人、消费者5人、居委1人、政府部门1个、保安2人。

3 实证研究

3.1 自主复兴的空间实践

3.1.1 产权变更途径的空间实践 华侨新村的低层花园式住宅区在筹建时由设计团队统一规划和设计,具有统一的风格和相似的建筑形态.但经过50多年的变迁,不少住宅的建筑形态都有不同程度的改变。

由于文革时不少归侨迁出华侨新村以及文革的破坏,华侨新村曾一度陷入荒凉的境况.直至改革开放后,政府放宽对房产交易的限制,华侨新村内部分住宅开始转手交易.随着人气逐渐增多和区位条件的突出,交易次数亦相应上升.据居委会不完全统计,目前住在华侨新村的低层花园住宅的老归侨只有3户,住宅建筑形态与新建之初改动较小的有4户.在可查询交易记录的43个样本中,房产产权变更次数在2次以上的有17个(占39.5%),其中6个样本产权变更次数在3次以上。

华侨新村产权交易的频繁除因为其便利的区位条件和优越的教育资源外,还因为居住者对华侨新村的“海派文化”和“精英文化”的认同,从华侨新村内新修建的“文艺复兴风格”的别墅可见一斑.在形成“海派文化”和“精英文化”的表征空间后,其表征空间驱使更多的居住投资,使得房产交易频繁.每一次的交易都因屋主对居住空间的不同理解与构想而对建筑的形态以及使用功能作出不同程度的改变.因此,频繁的房产变更使华侨新村的“空间实践”不断进行.屋主通过改变建筑形态的“空间实践”表达自身的“空间表征”,并赋予其新的文化意义和表征空间.建筑在形态上的改变体现为建筑风格由原本的“统一朴实开放”变为如今的“封闭多样,或精致或奢华或威严”,在功能上的改变体现为部分建筑的住宅功能转变为商业或商务功能,建筑的使用功能的改变也影响了建筑形态。

“空间实践”的内涵包括物质空间的重塑与社会关系的演替.房产产权变更不仅改变了住宅的建筑形态,也改变了住宅的居住者和使用者,从而改变华侨新村的“社会结构”.国外曾经有房地产代理商将黑人家庭引入白人居住的街区中,使街区中白人住户快速以较低价格卖掉他们的房子,造成街区品质向

低层次的级变^[30].而华侨新村通过房产交易,不断攀升的交易价格反映了替代屋主的经济能力不断提高,中高阶层的新屋主置换了经济能力相对低的原住民,从而开启了华侨新村的“绅士化”进程。

30年期间,多个房产交易样本中有2个样本的产权变更次数达到4次、2个样本达到了5次(图1),在频繁交易下,许多住宅使用功能发生变化,消费空间得以形成.然后更多的消费者和投资者在华侨新村内聚集.于是,在不断被认可的房产价值与街区形象中,不仅华侨新村(以低层花园式住宅为主)本身产权变更活跃,也带动了地区内其他组团房产的交易^[31].日趋多元的使用功能、旺盛的人气和不断提升的房产价值与街区形象使华侨新村及其周边地区重新焕发活力,实现自主柔性复兴。

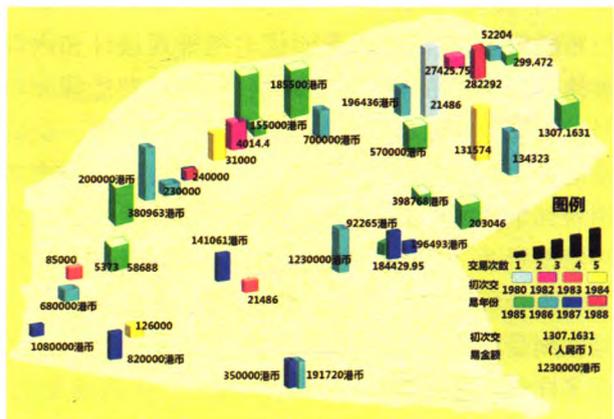


图1 华侨新村历年房地产交易次数、年份和价格示意图
Figure 1 The diagram of exchange times, years and prices of real-estate of Overseas Chinese Village in Guangzhou

3.1.2 消费需求主导的空间实践 广州华侨新村作为新中国第1个大型华侨居住区,也是广州第1个建于当代的历史文化保护区.位于广州环市东中心商务区的南面,区位条件便利,比邻传统金融服务和高档消费商圈,聚集了大量高端写字楼以及外籍工作人士.在成熟商务区消费空间的融入和影响下,华侨新村也陆续有商家出现.华侨新村内的建筑开始由住宅功能转变为商务功能和商业功能,建筑使用功能的改变使建筑的形态也随之发生改变,原本作为居住区的华侨新村转变为商住混合区,加之海派文化的地缘因素,华侨新村文化元素不断更新,消费的物质空间开始形成。

2000—2010年,华侨新村内的消费空间不断发生改变,此时投资形式以开设酒吧为主.华侨新村的消费空间发展了一段时间后,其知名度也随之提高。

由于邻近环市东路商务区以及酒吧街的名气,华侨新村内的消费空间拥有了一批相对固定的客源,由当初依靠环市东商务圈消费空间的辐射到凭借自身形成消费空间吸引投资者,形成了聚集酒吧街、SOHO区和外贸商业的集中区的国际休闲商务区的雏形^[32]。正如喜马拉雅餐厅经理认为:华侨新村区位优势条件优厚,具有海派文化底蕴和包容性。

华侨新村的历史文化内涵和建筑风格所营造浪漫情怀和幽静环境形成小资符号,并引起消费者和投资者的文化认同,对其文化认同的核心是该空间能引发自身经历的想象和对精英阶层身份的认同,并由此形成华侨新村表征的空间的一部分。投资者取得产权后,与其空间表征结合,重塑建筑形态,塑造出新的空间实践并为建筑赋予新的意义和新的表征空间,实现空间再生产。正如2009年开业的喜马拉雅藏餐厅,整栋低层花园住宅的外观设计和内部装修都体现着浓厚的藏族风情。投资者塑造藏族符号的表征空间除塑造藏族文化符号外,更深一层的是通过引发消费者对藏族文化的认同,引导消费者消费其生产的产品,并将藏族文化作为附加价值出售给消费者。可见,作为历史文化街区的华侨新村在文化消费所推动的空间实践中,其文化内涵的定义是深刻受到资本力量的影响,而历史文化街区的文化多样性也逐渐增强,其文化内涵也产生联动变化。

2011—2014年,华侨新村的消费空间逐渐走向多元融合发展。文化餐厅经营状况逐渐变差,酒吧逐渐减少,投资方式以开设办公场所和餐吧、咖啡吧为主。

根据实地调研情况,华侨新村2014年的建筑功能现状如下:和平路组团的住宅用途变化最为明显,在41栋建筑内,有13栋为办公用途、12栋为餐吧或咖啡吧、2栋上居下铺、2栋为公共设施,仅余12栋住宅。咖啡吧、餐吧主要分布在距离华侨新村入口处较近的和平路和光明路,酒吧仅存位于光明路21号的枕木,而办公场所分布的范围扩大,以和平路和光明路较为集中,其余零散分布在华侨新村内的各个组团,之前只有住宅功能的团结路组团也出现了办公场所和托管,上居下铺和小商业也在逐渐增多。在华侨新村消费空间成熟阶段,功能改变的住宅的分布范围扩大、数量增多。华侨新村内建筑的功能转变实质是在环市东路商圈的辐射影响下,消费空间的融入和扩散。通过塑造消费空间引导消费者消费从而吸引更多的投资者,因此建筑功能转变的动力

机制是消费空间的形成过程,并通过消费空间促进华侨新村的自主复兴。在文化经营投资商为代表的资本力量、政府管制机构所代表的权力力量、居民的博弈之间,代表市场/经济的资本力量对于华侨新村空间重塑的影响更为突出。在华侨新村的空间塑造过程中,文化已进入消费领域成为社会与日常生活的一部分,文化消费挟带着资本的力量成为推动华侨新村空间再生产的重要动力。

3.1.3 绅士化推进下的空间实践 在房屋产权变更发生之前,华侨新村由于衰败的因素导致大量低收入者进驻,然而房屋产权交易放开后,华侨新村整体价值大幅提升,社会经济地位高的新进入者替代社会经济地位低的借住者,从而出现了绅士化现象^[33]。绅士化现象的本质是空间内中高收入阶层置换低收入阶层,居民阶层的变化必定会引起空间中社会关系的变化。

房屋产权变更引起的绅士化是华侨新村内人员组成的绅士化,而在华侨新村周边地区,即环市东路一带也随着时代的发展出现绅士化的现象。华侨新村一带由当初的城市边缘地带变为现今的市中心,公司总部、高档消费场所,友谊商店等涉外机构林立,华侨新村周边的人群也是公司的白领或者高收入消费者,他们构成了华侨新村内商铺的主要消费者。华侨新村外周边地区的绅士化进程的推进也在间接地影响华侨新村的空间实践。正如华侨小学校长Q所述:“那些商业做得比较高档,比较洋(气)、比较小资一点那种的,追求一种浪漫的情调啊。那他选址很清楚的,就与周边居住这个人员的素质,因为我们这里是一个高级商贸区嘛,也有很多外国人居住。这边住的有很多外籍的人员,这是第一个。第二个,华侨新村这里居住人员的素质,至少比较有钱,享受方面比较高,生活水平比较高。家长都住在别墅里面,经济条件都是比较好的,生活层次比较高、生活追求比较高,要求高雅一点的环境啊。选址肯定与他的受众相匹配嘛。”

空间实践包括物质空间(景物、建筑外观、使用功能等)的改变和社会关系的变化,物质空间上的改变即消费空间的形成,而社会关系的变化则表现为华侨新村内绅士化的过程。1954年华侨新村建设的初衷是推动华侨回国建设,并未过多考虑其选址与城市发展的关系。但历时58年,华侨新村地区却作为一种海派文化及小资精英的集中出现在人们的意识中,在上文提到的43个样本中,有58.1%的交

易涉及海外侨胞或港澳台同胞,因此成为城市中颇具吸引力的地区,积聚了大量的外籍人士及城市高收入白领,此过程完全是一种市场自主的绅士化过程^[34]。华侨新村所聚集的这些外籍人士和城市白领是推进华侨新村使用功能改变、消费空间出现的动力。华侨新村所塑造的消费空间是高档消费场所,而且华侨新村的房价和租金较高,必须由高经济收入的消费者和投资者来继续维持其消费空间的发展。绅士化进程为华侨新村内的消费空间提供了高消费的消费空间,促进了“消费空间”的形成并推动其继续发展,形成了一个“资本-景观-文化”的空间生产循环。

3.2 空间表征与空间实践的冲突

华侨新村作为广州市第一批历史文化保护区,在其消费空间的发展过程中政府的管制力量发挥重要作用。根据《广州市历史建筑和历史风貌区保护办法》,历史建筑改建或修缮需经过相关程序,对于不同价值的历史建筑的保护力度不同,但对于违章改建的具体惩罚措施仍在制定中,尚未出台具体规定,不是重点保护的历史建筑只要能办理“临商”就可以营业。从上述“住改商”的相关法例可以看出政府部门对于“住改商”的管理机制和建筑的违章改建惩罚机制并不完善,政府权力对历史保护区的管制效力并不严格。除相关法例外,街道一级和居委会对于华侨新村内住宅用途改变为商业用途也是有采取一定的管制措施的。正如华侨新村居委会主任C所述:“现在一般都不批餐饮类,因为它只是临商,临时商用那种,基本上做餐饮都不批的。现在开了的那些都不是我们批的。有一些是住宅不是商业的呢就只能办理一个临商,但现在街道一级基本申请餐饮都不会批的。如果要申请临商,只要不是做餐饮我们都会让他填表与公示,先了解周边的居民有没有意见。”

同时,高收入消费者的空间表征,即在生活追求和享受方面对空间的要求,通过市场的作用影响使用建筑的投资者的空间表征,从而影响其空间实践。同时由于华侨新村新一轮的居住者素质高、收入高、对生活有要求,他们对于清静、无打扰的环境的要求高、维权意识也比较强,所以部分居住者对商铺持反对意见,而他们的反对意见也会影响到投资者对于建筑的改造,参与到商铺的空间实践。亦正如华侨新村居委会主任C所述:“我们的居民很多意见,我们居民的素质、普遍来讲收入也不算太差那类,所以要

求也有点不同。”

即使居委会现在不再批准餐饮类的临商,仍有餐吧钻空子,在办理“临商”之时是申请公司,开业之时是私房菜。以政府管制的权力而言,政府的空间表征并不能通过其制定的法律法规得以实现,华侨新村目前的空间实践与其空间表征之间存在冲突。华侨新村营造的海派文化和外来文化的表征空间所吸引的中上阶层出于隐私和个人艺术追求的考虑,其空间表征必然与住宅原貌有所不同。因此,绅士化阶层的空间实践与政府希望保存的历史建筑原貌的空间表征冲突。在绅士化阶层的空间实践与居民和政府的空间表征冲突中,华侨新村空间再生产进入了资本的第三重循环,政府、居民和居委会的调节有助于维护居民与经营者、原住民与新进入居民之间的融洽关系,从而保证华侨新村自主复兴过程中的生产关系得以再生产。在绅士化的推进以及居民力量和行政权力的平衡下,华侨新村的商住混合区会更加稳定发展,以继续实现历史街区的“自主柔性复兴”(如图2所示)。

4 基于三级循环的探讨

华侨新村城市形态和社会结构的变更源于用地功能的置换。华侨新村通过用地功能的置换使独具风格的空间实现消费的可能,完成从居住空间走向居住与消费空间混合的转型。华侨新村独特的建筑风格与海派景观以及最初以服务外宾为主的友谊商店、作为广交会配套的花园酒店、白云宾馆,使华侨新村周边地区形成了一种以西方主流价值观为主的社会、文化、商业氛围。华侨新村内众多的西餐厅、酒吧、咖啡厅,成为了“小资”生活的符号,引发消费者与居住者对海派文化和精英文化的认同感,进而形成“表征空间”。众多具有西方文化心理特征的人能得到强烈的社会归属感,以与相似的人交往而愉悦,进而更加喜欢在该地生活、消费、定居。华侨新村的小资生活符号形成的消费空间就通过认同感和归属感将消费者裹挟进消费社会的资本体系中,给予了消费者的享受生活、舒适的空间想象,完成了小资生活符号和消费主义对空间的控制,以生产控制消费,使消费者消费商品的同时亦消费其附加价值。在形成了能控制消费者的消费空间后,华侨新村通过培育消费需求进而刺激投资需求,使得更多酒吧、SOHO区和咖啡店出现,通过对华侨新村空间的“征服

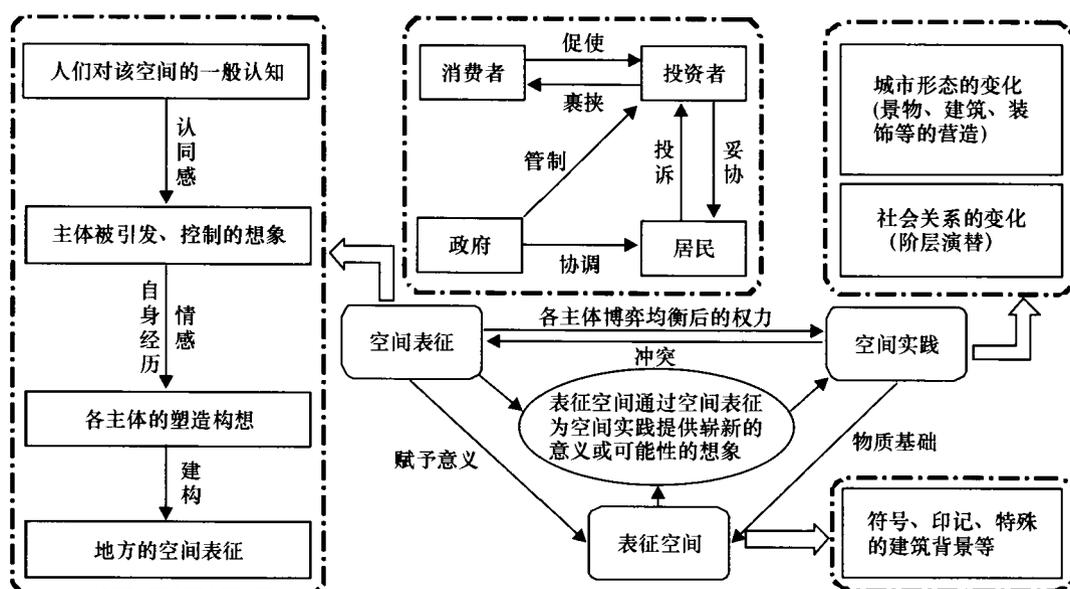


图2 空间生产过程——三元关系框图

Figure 2 The process of space reproduction—the relation graph of three elements

和整合”完成资本的第一循环。同时,在此过程中,华侨新村的社会阶层发生置换。华侨新村便利的区位及商业集聚使其消费空间快速发展,而由消费需求激发的投资需求也推动了产权的变更,推动华侨新村物质和文化环境的再生。

绅士化的社区结构演变是华侨新村空间生产的重要表现。初期的产权变更为部分居住空间变为消费空间提供可能,在消费空间开始出现后,房产价值、街区小资形象认可度不断提升。中上阶层对华侨新村形象认可实质是中上阶层的表征空间和华侨新村的空间实践不谋而合,从而引发其对空间实践塑造的小资形象和文化符号的认同感。在认同感形成的表征空间的驱使下,中上阶层在无意识中增长了自身在华侨新村的投资和居住需求。居住需求增长的突出表现和实现途径就是频繁的产权变更。通过产权变更激发社区的活力,不仅使华侨新村的房产在中后期的频繁变更中升值还带动了周边的房产交易,使华侨新村的地价提升,重新连接在文革后断裂的资本循环链条,使再生产得以继续进行,实现自主复兴过程中资本的第二重循环。产权变更为消费空间的出现提供地域上可能,是华侨新村实现资本第一重循环的基础,同时也是加速资本实现第二重循环的因素,因此产权变更是华侨新村通过空间生产实现“柔性自主复兴”的基础驱动力。在空间生产的

过程中,产权变更和空间功能置换催生的居住阶层绅士化,引入了消费能力更强的居民并影响了原住民的生活方式,从而培养相似的消费习惯,为华侨新村的消费空间增加原住民类的消费者。

在资本的第二重循环中,华侨新村自主复兴过程中,地价上涨,空间作为“商品”在房地产市场上为资本赚取新的利润,同时由于城市化进程刺激了市场对于城市中心建筑产品的需求,于是在华侨新村出现“房地产热”。借此华侨新村地区原本的工厂用地已几乎全部被房地产开发占用,完成了城市化过程中的土地功能置换,实现资本第二重循环。华侨新村通过其“柔性自主复兴”过程中资本的第一重和第二重循环,进而实现空间的再生产。

在完成了资本的两重循环后,居民通过政府行政权力和政府对建筑形态进行管制。从惩罚制度等来看,对建筑形态的管制能起到的作用不大。然而,据粗略统计,对比2014年和2010年的建筑使用功能,2010—2014年,公司增加了5家,酒吧减少了3家,其中不乏由酒吧转变为公司的。酒吧的减少和公司的增多是居民的空间表征与投资者的空间表征平衡的结果。通过资本的三重循环,华侨新村的地价提升、使用功能多元以及人气旺盛,重新焕发活力,在居民利益与投资者利益平衡中实现“柔性自主复兴”(如图3)。

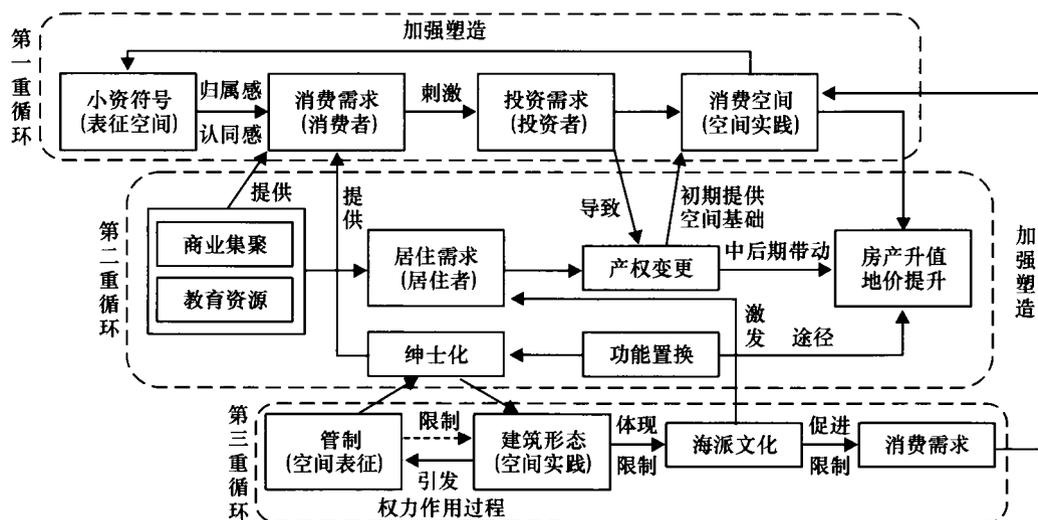


图3 资本与权力关系结构框图

Figure 3 The relationship between capital and power

5 结论与建议

华侨新村的空间实践通过进一步表现的海派文化和外来文化塑造培育居住需求和消费需求的表征空间,使华侨新村蜕变为房产交易频繁、人气旺盛、充满活力的商住混合空间,实现自主复兴。影响其自主复兴的因素为:房屋产权变更、消费空间形成以及绅士化进程。首先,产权变更不仅是用地功能置换的充分条件,还是居住需求的表现与实现途径,置换中低收入阶层的中高收入的居住者通过产权变更使表征空间得以与空间实践统一。其次,消费空间的形成得益于其小资符号所塑造的表征空间与其独特的区位为商业发展提供充足客源;消费空间形成后,反作用于空间,使空间直接作为商品,进入资本第二重循环,带动地价提升。再者,华侨新村的绅士化进程既为其消费空间提供了高消费的消费需求,亦推动了其地价的提升,为空间生产循环注入资本。

在复兴过程中,各主体的利益必然会发生冲突。投资者通过塑造消费空间裹挟消费需求,消费者的消费偏好影响投资者对空间的塑造;居民通过空间改造实现其空间表征以及通过投诉维护其权益,投资者亦作出相应的改善;政府与居委的管制在投资者、消费者和居民三者间的博弈中起协调平衡作用,实现空间生产过程中的资本第三重循环,保证再生产。以上就是华侨新村实现用地功能混合、地价上涨、活力恢复、整体价值上涨的历史街区复兴的过程与动力机制。

如今在土地紧缺、“存量规划”的背景下,对历史街区复兴和旧城改造更显必须。首先,自主柔性复兴的过程中没有政府和开发商的参与,其空间置换是在市场机制的作用下完成的,是私人投资者与原住民在没有权力的影响下博弈后的结果,各主体的利益的市场调节和政府协调下更能达到均衡。再者,相比起大规模的空间重塑和迁走原住民,规划者更应关注逐步渐进的柔性自主复兴的过程,尽管其中商业的部分会造成对历史文化和邻里关系的影响,然而随着时间的推移,新的表征将融入历史街区,成为其文化内涵的一部分,商住混合亦有助于激发社区活力。最后,政府主导的空间重塑是立足于历史街区的历史文化的,但在此过程中毕竟加入设计者的主观因素,重塑后难以避免空间文化内涵的改变,出现“去地方化”现象,而柔性自主复兴正如前文所述能避免这个问题。政府在筹划历史街区的复兴之时,不妨先关注街区的资本与权力关系,以市场为主,再创造政策条件加以引导,在发展之余保持街区的原生性。诚然,自主柔性复兴值得提倡,但存在对居民生活造成的影响,同时个别商家缺乏历史保护意识、知识的问题也需引起重视,需要注意和加以引导。

参考文献:

- [1] Tiesdell S, Heath T, Oc T. 城市历史街区的复兴[M]. 张玫英,董卫,译. 北京:中国建筑工业出版社,2006.
- [2] 于立, Alden J. 城市复兴——英国卡迪夫的经验及借鉴意义[J]. 国外城市规划,2006,21(2):23-28.

- Yu L, Alden J. Urban renaissance and experience from Cardiff, UK [J]. *Urban Planning International*, 2006, 21 (2): 23 - 28.
- [3] Teo P, Yeoh B S A. Remaking local heritage for tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1997, 24 (1): 192 - 213.
- [4] 何森. 城市更新中的空间生产: 南京市南捕厅历史街区的社会空间变迁 [D]. 南京: 南京大学, 2012.
He M. The production of space in urban renewal: A study on socio-spatial transformation of Nanbuting historic district in Nanjing [D]. Nanjing: Nanjing University, 2012.
- [5] 朱喜钢, 周强, 金俭. 城市绅士化与城市更新——以南京为例 [J]. *城市发展研究*, 2004 (4): 33 - 37.
Zhu X G, Zhou Q, Jin J. The gentrification and urban renew—In case of Nanjing [J]. *Urban Studies*, 2004 (4): 33 - 37.
- [6] 何深静, 钱俊希, 吴敏华. “学生化”的城中村社区——基于广州下渡村的实证分析 [J]. *地理研究*, 2011, 30 (8): 1508 - 1519.
He S J, Qian J X, Wu M H. Studentification in urban village: A case study of Xiaodu Village, Guangzhou [J]. *Geographical Research*, 2011, 30 (8): 1508 - 1519.
- [7] 何深静, 钱俊希, 邓尚昆. 转型期大城市多类绅士化现象探讨——基于广州市六个社区的案例分析 [J]. *人文地理*, 2011, 26 (1): 44 - 49.
He S J, Qian J X, Deng S K. Various forms of gentrification in transitional period in China—A case study of six communities in Guangzhou [J]. *Human Geography*, 2011, 26 (1): 44 - 49.
- [8] 陈嘉平, 何深静. 广州旧城区传统绅士化现象及其机制研究——以荔湾区逢源街道耀华社区为例 [J]. *人文地理*, 2012, 27 (4): 37 - 43.
Chen J P, He S J. Classical gentrification and its mechanism in Guangzhou old town—A case study of Yaohua Street, Liwan District [J]. *Human Geography*, 2012, 27 (4): 37 - 43.
- [9] 阮仪三, 蔡晓丰, 杨华文. 修复肌理重塑风貌——南浔镇东大街“传统商业街区”风貌整治探析 [J]. *城市规划学刊*, 2005 (4): 53 - 55.
Ruan Y S, Cai X F, Yang H W. Rehabilitating texture, reshaping style and feature—Study of style and feature of east traditional commercial street block of Nanxun [J]. *Urban Planning Forum*, 2005 (4): 53 - 55.
- [10] 阮仪三, 顾晓伟. 对于我国历史街区保护实践模式的剖析 [J]. *同济大学学报: 社会科学版*, 2004, 15 (5): 1 - 6.
Ruan Y S, Gu X W. An analysis about the practical patterns to conserve the historic districts in China [J]. *Tongji University Journal: Social Science Section*, 2004, 15 (5): 1 - 6.
- [11] 蒋文, 李和平. 文化诉求推动下的历史街区绅士化更新 [J]. *城市发展研究*, 2013, 20 (9): 1 - 7.
Jiang W, Li H P. The influence of culture on gentrification in the historical block renovation [J]. *Urban Development Studies*, 2013, 20 (9): 1 - 7.
- [12] 姜文锦, 陈可石, 马学广. 我国旧城改造的空间生产研究——以上海新天地为例 [J]. *城市发展研究*, 2011, 18 (10): 84 - 89.
Jiang W J, Chen K S, Ma X G. Study on the spatial production of urban renewal in China: A case of Shanghai Xintiandi Square [J]. *Urban Development Studies*, 2011, 18 (10): 84 - 89.
- [13] 杨宇振. 巴黎的神话: 作为当代中国城市镜像——读大卫·哈维的《巴黎: 现代性之都》 [J]. *国际城市规划*, 2011, 2: 111 - 115.
Yang Z Y. The myth of Paris as mirror of contemporary Chinese cities: Book review on “Paris: Capital of Modernity” by David Harvey [J]. *Urban Planning International*, 2011, 2: 111 - 115.
- [14] Lefebvre H. *The production of space* [M]. Oxford: Blackwell, 1991.
- [15] 叶超, 柴彦威. 城市空间的生产方法论探析 [J]. *城市发展研究*, 2012, 18 (12): 86 - 89.
Ye C, Chai Y W. Exploring the methodology on production of space [J]. *Urban Studies*, 2012, 18 (12): 86 - 89.
- [16] 庄友刚. 空间生产与资本逻辑 [J]. *学习与探索*, 2010, 1: 14 - 18.
- [17] 殷洁, 罗小龙. 资本, 权力与空间: “空间的生产”解析 [J]. *人文地理*, 2012, 27 (2): 12 - 16.
Yin J, Luo X L. Capital, power and space: Decoding “production of space” [J]. *Human Geography*, 2012, 27 (2): 12 - 16.
- [18] 杨有庆. 空间转向与新马克思主义都市研究 [J]. *长江师范学院学报*, 2009, 25 (3): 13 - 18.
Yang Y Q. Spatial veer and urban study of neo - marxism [J]. *Journal of Yangtze Normal University*, 2009, 25 (3): 13 - 18.
- [19] 钱俊希. 后结构主义语境下的社会理论: 米歇尔·福柯与亨利·列斐伏尔 [J]. *人文地理*, 2013, 28 (2): 45 - 52.
Qian J X. Post-structuralist discourses and social theories; Michel Foucault and Henri Lefebvre [J]. *Human Ge-*

- ography, 2013, 28(2): 45 - 52.
- [20] Zukin S. David Harvey on cities[M]. London: Blackwell Publishing, 2006.
- [21] Sheppard E. David Harvey and Dialectical space-time [M]. London: Blackwell Publishing, 2006.
- [22] 李健, 宁越敏. 西方城市社会地理学主要理论及研究的意义——基于空间思想的分析[J]. 城市问题, 2006(6): 84 - 89.
- [23] Harvey D. The limits to Capital[M]. Oxford: Blackwell, 1982.
- [24] 宋伟轩, 朱喜钢, 吴启焰. 城市滨水空间生产的效益与公平——以南京为例[J]. 国际城市规划, 2009, 24(6): 66 - 71.
Song W X, Zhu X G, Wu Q Y. The efficiency and equity of space production in urban waterfront: A case study in Nanjing[J]. Urban Planning International, 2009, 24(6): 66 - 71.
- [25] 鲍德里亚. 符号政治经济学批判[M]. 夏莹, 译. 南京: 南京大学出版社, 2009.
- [26] 周尚意, 吴莉萍, 苑伟超. 景观表征权力与地方文化演替的关系——以北京前门一大栅栏商业区景观改造为例[J]. 人文地理, 2010, 25(5): 1 - 5.
Zhou S Y, Wu L P, Yuan W C. The relation of landscape representation power and local culture succession—A case study of landscape changing in an old commercial district of Beijing[J]. Human Geography, 2010, 25(5): 1 - 5.
- [27] 张京祥, 邓化媛. 解读城市近现代风貌型消费空间的塑造——基于空间生产理论的分析视角[J]. 国际城市规划, 2009, 24(1): 43 - 47.
Zhang J X, Deng H Y. On the forming of consumer space in modern urban historical & cultural areas——An analysis from the perspective of spatial production theory[J]. Urban Planning International, 2009, 24(1): 43 - 47.
- [28] 黄宗仪. 都市空间的生产; 全球化的上海[J]. 台湾社会研究季刊, 2004, 53: 61 - 83.
Huang Z Y. The production of urban spaces: Shanghai as a global city in the making[J]. Taiwan: A Radical Quarterly in Social Studies, 2004, 53: 61 - 83.
- [29] 袁媛, 朱竑, 王玉. 当代型历史文化保护区的保护与更新——以广州市华侨新村为例[J]. 建筑学报, 2010(6): 28 - 31.
- [30] 保罗·诺克斯, 史蒂文·平奇. 城市社会地理学导论[M]. 柴彦威, 张景秋, 译. 北京: 商务印书馆, 2005: 215 - 217.
- [31] 王敏, 田银生, 袁媛, 等. 从房屋产权变更的角度对本土化的英国花园郊区住宅研究——以广州市华侨新村为例[J]. 建筑师, 2012(2): 15 - 22.
- [32] 王敏, 田银生, 袁媛. 基于“混合使用”理念的历史街区柔性复兴探讨[J]. 中国园林, 2010(4): 57 - 60.
Wang M, Tian Y S, Yuan Y. Historic quarters soft revitalization base on mixed uses[J]. Chinese Landscape Architecture, 2010(4): 57 - 60.
- [33] 薛德升. 西方绅士化研究对我国城市社会空间研究的启示[J]. 规划师, 1999, 15(3): 109 - 112.
- [34] 王敏. 广州市华侨新村地区城市形态演变及动因研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2012.
Wang M. Research on urban morphology and driven motivation of Oversea's Chinese Village area in Guangzhou [D]. Guangzhou: South China University of Technology, 2012.

【中文责编: 庄晓琼 英文责编: 肖菁】