

# 空间生产视角下的风景名胜地区城乡空间发展 ——以溧阳市天目湖地区为例

Urban and Rural Spatial Development in Scenic Areas from the Perspective of Space Production:  
Tianmu Lake Area in Liyang City as the Case

罗震东 阮梦乔 高慧智

Luo Zhendong, Ruan Mengqiao, Gao Huizhi

**摘要：**空间生产为城市研究者提供了一个全新的解读空间发展和城市规划的视角。基于这一视角，以溧阳市天目湖地区为例对风景名胜地区的城乡空间发展进行了研究。发现以天目湖地区为代表的风景名胜地区带动城乡空间发展的过程是典型的中国式资本城市化过程。随着长江三角洲地区分权化、市场化与全球化程度的不断加深，地方政府的公司主义特征日益凸显，市场资本在政府的有效诱导下逐渐进入空间开发建设领域。在这一过程中，资本本身循环累积，进一步加速了城乡空间本身的分异，更多的空间类型被生产出来，更多的空间消费被引发出来，从而使得资本城市化的规模不断扩大、能级不断提升。

**Abstract:** Space production provides a new perspective for city researchers to analyze spatial development and urban planning. From this perspective, the study takes Tianmu Lake as an example to study the urban and rural spatial development of scenic area. We find that Tianmu Lake promotes urban and rural spatial development of Liyang, and it is a typical process of Chinese capital urbanization. With the deepening of decentralization, marketization and globalization in Yangtze River Delta area, the Local State Corporatism has become increasingly obvious. At the same time, under the government's effective induction, market capital has gradually become the subject of urban and rural space production. With the passage of time and the accumulation of capital, types of space produced increase, the connotations of space upgrade, spatial range expands, and eventually developing direction of Liyang is led and determined.

**关键词：**空间生产；资本城市化；风景名胜区；溧阳市天目湖地区

**Keywords:** Space Production; Capital Urbanization; Scenic Area;  
Tianmu Lake Area in Liyang City

国家自然科学基金 (51478216, 41171134)、江苏省“青蓝工程”  
共同资助

**作者：**罗震东，博士，南京大学建筑与城市规划学院，副教授；南京  
大学区域规划研究中心，副主任；国家注册规划师。

zhendongl@sina.com

阮梦乔，硕士，上海同济城市规划设计研究院，规划师

高慧智，南京大学建筑与城市规划学院，硕士研究生

## 引言

风景名胜地区尤其是高密度城市区域中的风景名胜地区正日益成为都市人群休闲度假的主要空间。远离城乡喧嚣的风景名胜地区在成为都市消费对象的过程中也在不断发生着演化与升级，一个典型的城乡空间生产过程悄然发生。目前国内关于风景名胜地区空间发展的研究主要集中于旅游领域<sup>[1-4]</sup>，总体呈现以下几个方面特征：(1)集中在广泛意义上的陈述，包括旅游产生的效用、旅游带动的城镇发展以及旅游造成的景区城市化等，基本针对“当下”时间点，缺乏对风景名胜地区城乡发展历史变迁的研究；(2)囿于“旅游经济”和“景区”空间，忽视旅游对城乡发展的带动作用，较多关注“旅游经济体系内”和“景区及景区周边”；(3)“功能”视角为主，“空间”研究较弱，基本缺乏对旅游在景区体系内及景区体系外的“空间效应”的详细陈述。由于研究领域和视角的限制，风景名胜地区与城乡空间的发展始终处于一种割裂的状态，各种要素无法在一个共同的框架中得到分析，从而妨碍了对于风景名胜地区城乡空间发展过程和规律的准确解读与总结。

1960年代，亨利·列斐伏尔(Henri Lefebvre)开启的“空间生产”研究为城市研究者提供了一个全新的解读空间发展和城市规划的视角<sup>[5]</sup>。列斐伏尔认为空间的生产就是空间被开发、设计、使用和改造的全过程，空间的形成不是一个自然而然的过程，而是各种利益角逐的产物，受到各种利益群体(stakeholder)的牵制<sup>[6]</sup>。哈维(Harvey)进一步传播和发展了列斐伏尔的理论<sup>[7]</sup>，他从资本的集中与循环角度指出资本主义城市化的最主要动因是资本积累，资本主义城市化是资本家受利益驱使形成的产物，城市化是资本主义生产在工业化过程中将产生的危机转入空间生产领域的产物，城市发展的过程就是生产、流通、交换和消费的物质基础设施的建设<sup>[8,9]</sup>。随着空间生产理论的不不断引介，国内学术界的相关研究日益增多<sup>[10]</sup>，空间生产研究正在由片段、

零散的认识向全面的理解和应用演化。虽然空间生产理论已经成为解释当今中国空间现象和空间过程的有效工具，但既有的研究仍然存在不足：(1) 重在对“当下”城市发展过程中的现象进行解析，对长期机制的实证探讨显得比较薄弱；

(2) 聚焦“城市”，认为城市才是阶级对立和资本运作的舞台，对乡村地区关注较少，对乡村空间生产的机制和特征的研究有待加强。事实上，空间生产的理论虽源于西方，但并不意味着其应用和发展必须囿于西方的范式，中国转型期特定的政治、经济与社会背景为其提供了丰富而鲜活的案例。广大乡村正在成为城市深刻影响的空间，城市消费文化的注入，资本逻辑的支配，使得乡村也已开始成为资本运作的舞台<sup>[11]</sup>。风景名胜地区及其影响范围中的乡村地区因优质景观和生态空间被纳入城市的消费范畴，正是上述乡村类型的典型代表。从资本城市化的角度对其空间演变进行解读，一方面对空间生产这一源于西方城市领域的理论的丰富和发展具有积极的意义，另一方面也有益于从社会—空间统一体角度全面地剖析风景名胜地区城乡空间发展的路径与机制。

## 1 分析框架与研究对象

### 1.1 分析框架

1980年代，大卫·哈维从资本循环的角度揭示了土地利用空间结构变化的根本动因<sup>[12]</sup>。哈维根据资本周转的时间和投资领域，区分了资本主义条件下资本的三个回路：第一个主要回路是资本向一般生产资料和消费资料的生产性投入。在这个回路中，“过度积累”的出现导致资本转向第二个回路，即向城乡空间（建成环境）发展的投入，包括生产性和消费性物质环境的投入。这一回路是哈维关于“资本城市化”理论的重要组成。第三个回路是资本向社会性花费（教育、卫生、福利等方面）的投入，为提高劳动力素质进而提高劳动生产率获取剩余价值<sup>[13]</sup>。

基于哈维的资本循环理论，本文认为中国当前大部分风景名胜区的空间发展主要经历了资本的原始积累、扩大化再生产以及资本的城市化三个阶段。其中前两个阶段对应于资本的第一回路，空间生产机制为旅游经济的起步和扩张，具体空间

表现为景区空间本身及与之关联的基础设施空间和联动产业空间的生产，第三个阶段对应资本的第二回路，空间生产机制为由前两阶段的资本积累催生的城市化和工业化，相应的空间表征为城乡建成空间的生产（图1）。当然随着城市化与工业化的不断深化，进一步发展的趋势将会向第三个回路演进。

### 1.2 研究对象与信息收集

研究选取的实证对象是溧阳市天目湖地区。它位于江苏省南部，是苏浙皖三省交界的山地丘陵和生态保育区，同时处于上海、南京和杭州三大中心城市的叠加影响范围，与长江三角洲主要城市的距离基本在200 km以内（图2），随着宁杭高速和高铁的开通，交通区位优势日益显著。从1992年溧阳沙河水库更名为天目湖开始，天目湖地区即走上了景区建设与城乡综合发展的道路，使得溧阳逐渐从农业小县、经济穷县转型成为旅游业、服务业以及生态、科技产业综合发展的全国百强县（市）。天目湖风景名胜地区在带动溧阳城乡发展方面起到了不可替代的龙头作用<sup>①</sup>，已经成为溧阳



图2 溧阳市天目湖地区的区位  
资料来源：作者自绘

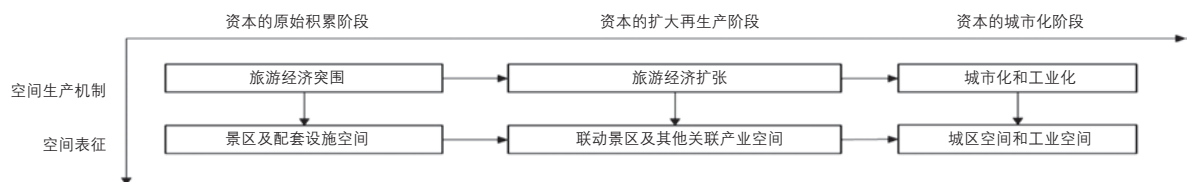


图1 风景名胜地区城乡空间演进的内在逻辑  
资料来源：作者自绘

① 据统计，在溧阳市的产业结构中，天目湖景区和以“天目湖”冠名的农副产品品牌系列对溧阳的税收贡献多年高达50%，旅游相关产业是溧阳市的支柱产业。

的城市名片，为城市赢得了诸多殊荣<sup>①</sup>。溧阳也因此被评价为“以旅游业突围”的苏南小城市，在长江三角洲众多中小城市发展模式中，溧阳天目湖的风景名胜地区带动发展道路是最为典型和成功的案例之一。分析天目湖地区的发展过程有益于总结风景名胜区带动城乡发展的成功经验和规律，同时可以深入地观察长江三角洲经济社会整体升级过程中，影响空间发展的利益格局与作用机制的变迁过程，为空间生产理论的中国化提供支撑。

关于溧阳市天目湖地区发展历程的信息，本文主要采用两种方法进行采集。第一种方法是通过对地方志、地方日报、政府工作报告的提炼。由于案例的时间跨度较长，在提取溧阳市天目湖地区城乡发展的重大事件方面，1991年以前的事件资料主要来自包括县志等地方文献的记录，1992—2002年事件资料主要来自《常州日报》对溧阳重大新闻的记录，2003年以来的事件资料主要来自溧阳市历年政府工作报告，部分网络资料作为补充。第二种方法是深度访谈与实地踏勘。由于研究涉及较广的区域，并且关系各方利益主体的行为，因此在案例实证阶段，主要通过一对一的深度访谈搜集关于溧阳城乡发展的宏观战略决策和微观主体的行为信息。访谈对象包括大量政府部门工作人员，如溧阳经济开发区管委会、经济开发区招商局、市规划局、市国税局、天目湖工业园管委会、李家园村<sup>②</sup>党委等部门，也包括溧阳各行业的相关人士，如银行业、工业企业、建筑地产开发企业主要负责人，地方名人、教授、个体私营企业老板、游客、普通市民、农民工等群体。对研究的重要地点进行实地踏勘调查，包括重要的景区、城市片区、工业园、乡镇、农业生态园和旅游农庄的发展现状。深度访谈和实地踏勘所获得的信息构成了实证研究的主体。

## 2 溧阳市天目湖地区的空间生产历程

天目湖的开发源于“鱼头现象”。天目湖的前身——沙河水库修建于“大跃进”年代，建成后由于库里只有细沙而无淤泥，水质达国家二级，湖中盛产的大头鳊鱼没有土腥味，经过水库招待所大厨朱顺才的探索，研制了远近闻名的地方名菜“砂锅鱼头”。1985年邓小平视察江苏，品尝了朱顺才以水库水烹制的砂锅鱼头后连声称赞，自此水库的砂锅鱼头名扬四海。“鱼头现象”是推进水库周边自发空间生产的主要力量，大大提升了水库的知名度，为后来的开发埋下伏笔。1992年溧阳市委坚定了旅游开发的决心和信心，同年将沙河水库正式更名为天目湖，开始着手天目湖景区的打造。可

以说，天目湖水库修建初期，由于开发基础薄弱和国家政治经济体制的约束，并没有市场资本进入，也较少形成直接鲜明的空间效应。但“鱼头现象”作为一种品牌效应，形成了自身的社会感知，一定程度上影响了当地对“品牌”和“营销”的直观感受，间接地启发了后来的空间生产者对“营销”的重视和把握。

### 2.1 资本原始积累阶段（1991—1995）的城乡空间生产特征

1990年代一系列的体制机制改革为天目湖地区的发展创造了巨大发展机遇。1992年，溧阳市委书记杨大伟提出了奠定溧阳此后20年发展基调的“四大开发”战略，即天目湖风景名胜区、昆仑工业开发区、丘陵山区特色农业和苏浙皖边贸市场。1992年4月，天目湖旅游度假区开发领导小组成立，1993—1995年委托同济规划院、苏州城建环保学院和加拿大西风资源集团公司联合编制18 km<sup>2</sup>的《天目湖旅游度假区总体规划》。在地方政府的主导下，天目湖开发拉开帷幕，相应地，资本启动了原始积累。

在这一时期，景区及配套设施建设是核心工作，典型如1992年开始的以服务景区为核心的道路升级改造。这一工程历时7个月，总投资8000万元，建设了穿越14个乡村的60多km的水泥和黑色路面。在景区基础设施建设的同时，溧阳市委宣传部门对天目湖景区进行了多样化的营销。一方面在天目湖畔举办“中国溧阳茶叶节”，提高“天目湖”的知名度，同时邀请中央电视台、江苏电视台、上海东方电视台等多家国内知名电台录制和播出天目湖系列专题片，在《人民日报》、《解放日报》、《新华日报》等重要报纸媒体上发表记录天目湖变迁和赞美天目湖风光的系列文章。总体上，资本的原始积累阶段对景区周边城乡发展和空间塑造的影响均有限，其意义在于创造了天目湖这一旅游经济增长点，为后续的发展奠定了最初的资本基础。

### 2.2 资本的扩大再生产阶段（1996—2001）的城乡空间生产特征

随着天目湖景区建设的日益完善和知名度的日益提高，天目湖的品牌效应和带动效应逐渐增强。其一，在天目湖旅游业的带动下南部丘陵山区农业开始走上产业化、外向化、现代化道路。1996年市政府推动天目湖绿色食品带开发，在景区周边划地26.4万亩，建设了8个绿色食品生产基地，带动6个乡镇致富，1997年溧阳被列为全国山区综合开发示

① 溧阳赢得的称号有中国优秀旅游城市、中国特色魅力城市、福布斯中国大陆最佳商业城市、中国最具幸福感的休闲城市、中华最佳休闲度假旅游城市、中国最佳山水文化旅游城市和中国最佳魅力乡村旅游城市等。

② 在天目湖的后续开发中扮演了重要角色的村，在长三角名气很大的“御水温泉”、“南山竹海”就位于该村范围内。

范县。同时“天目湖啤酒公司”和茶叶龙头企业逐渐成长壮大。从2001年开始,农业企业家圈地建设规模化农业产业园的案例不甚枚举,迄今溧阳南部丘陵地区已经形成30万亩连片农业开发带。随着天目湖景区知名度的提升和招商引资的推进,外来资本也开始关注景区周边,并投资农业开发领域。其二,随着天目湖知名度的提高、游客量的增大,其周边相关旅游资源得到了陆续的开发。上世纪末南山竹海脚下李家园村党委看到了天目湖开发以后巨大的经济效益,开始斥资打造南山竹海公园。由于与市政府开发联动景区、疏解天目湖人流、做大旅游产业的意向不谋而合,获得了市政府的大力支持。为服务南部山区一些意向性联动景区的开发建设,市政府主持了南线道路拓宽工程等一批通景区道路的新建、改建工程。2002年溧阳民营企业陈建敏个人投资3千万元,在城区南郊燕山脚下建设现代化老幼康乐中心,拉开了燕山风景区的开发序幕。与此同时溧阳市域北部的瓦屋山及宝藏禅寺的开发陆续展开。以上均构成了“天目湖经济”的重要组成部分。品牌营销层面,形式和内容日益多元化,以天目湖宾馆、天目湖啤酒、天目湖茶叶等为典型代表的各类“天目湖”品牌企业开始进入自主营销的阶段,与政府主导的大型节庆赛事营销相得益彰<sup>①</sup>。总体上,这一阶段天目湖景区的扩散效应逐渐彰显,旅游经济上下游关联效应增强,天目湖联动景区和相关农业产业空间建设成为核心工作,相应地,资本进一步扩大循环累积。

## 2.3 资本的城市化阶段(2002年至今)的城乡空间生产特征

2002年以来的10余年是天目湖地区资本的城市化阶段。在国家发展战略转型与长江三角洲区域一体化不断深化的过程中,天目湖地区自身的生态价值与风景名胜区域城乡统筹道路的战略价值进一步凸显,围绕天目湖的空间生产活动不断丰富多元,开始超越简单的风景名胜带动发展格局,形成天目湖主导的溧阳城乡空间重构与转型格局。

(1) 天目湖主导的市域大旅游格局初步形成。2001年天目湖通过国家4A级旅游景区审批。2003年天目湖旅游开发有限公司成立,以其为领头羊,溧阳旅游业内出现一批中小型景区开发商。2004年320 km<sup>2</sup>的《天目湖旅游度假区总体规划(三期)》出台,其生态控制区域占溧阳市域总面积的1/5,涵盖南部丘陵地区绝大多数景点。2004年3月,南山竹海景区交由天目湖旅游有限公司控股,2006年成为溧阳第二个国家4A级景区。2008年天目湖旅游股份

有限公司投资3亿元兴建的御水温泉项目竣工,2011年升级为国家4A级景区。南山竹海和御水温泉成功地将溧阳的旅游留客时间从1日延长为2日,使“休闲度假游”、“商务会议游”比例大为增加,填补了观光游的淡季效应,促进了天目湖大景区由观光游览向休闲度假的进一步转型。

(2) 天目湖强势带动了南部丘陵的“一村一品”与新农村建设。2003年末以来,溧阳正式以“村村创一品,品品兴一村”为主题,大力发展特色农业,逐渐形成围绕“天目湖”这个“大品”,涉及34个商品大类,涵盖11个服务形态的格局,2008年末形成“一村一品”专业村105个、专业园各107个。“一村一品”在巩固和完善天目湖品牌的同时,对溧阳市域范围内的农业村庄进行了一次整合,拓展了天目湖景区体验式旅游的运作范围。而2005年后大规模出现的旅游农庄则进一步拓展了区域的体验式旅游,2005年十一黄金周,溧阳旅游直接收入中各大景区只占57%,其余43%都来自旅游农庄。溧阳旅游农庄被誉为江苏乡村旅游的两大典型代表之一。

(3) 天目湖景区最显著的空间影响体现在城市发展重心的转移、新兴产业空间的兴起以及两次行政区划调整上。自1998年市政府跳出老城中心,在建成区南缘以南约1 km处选址新建办公楼,并带动规划局、财政局、法院等的整体南迁后,2001年市政府斥资约2亿元将苏浙皖边界市场整体南移到城区南端燕山风景区脚下、新行政中心南约1 km处,南片区商贸物流开始兴盛;2002年溧阳市客运中心建成并交付使用,同样位于新行政中心南侧约1 km、边界市场东约800 m处,进一步南拓城市空间。2004年溧阳最好的高中——江苏省溧阳中学搬迁至新市政府西侧约1.5 km的新校区。继溧阳中学搬迁后,市体育馆、外国语学院、人民医院等重大公共服务设施纷纷制定南迁方案。在重大公共服务设施南移过程中,城区向南拓展的框架基本明确,并逐渐向通往天目湖景区的交通要道S241靠近。行政中心的南迁带来大量港资、外资进入,为溧阳市级第一商圈的形成奠定了坚实的基础。另外,天目湖以其品牌和人气对城区造成的空间拉动作用还体现在重大基础设施的建设规划层面,从S241省道溧阳段(天目湖路)的升级改造到2010年城区交通规划为跨越宁杭高速与高铁对接天目湖预留10条通道可见一斑。

在新兴产业空间的带动方面,2003年位于城区与景区交界地带的天目湖工业园起步建设。2006年以来,溧阳经济开发区开始调整产业发展方向,旨在充分发挥天目湖的品

<sup>①</sup> 1998年4月24日天目湖系列产品进军上海,大打绿色健康牌,吸引了上海商界的强烈关注。与此同步,天目湖开发总公司在沪宁线各大城市发布了30万张广告传单和40万张游玩优惠券,造就了天目湖开发以来最为火爆的旅游热潮。同年4月28日,“正昌杯”中美滑水明星对抗赛在天目湖景区拉开帷幕,此次旅游与运动结合的营销获得巨大成功以后,天目湖几乎每年承办国际水上运动赛事。

牌效应。2012年3月由中关村科技园区和常州市政府共同投资的江苏中关村科技园在经开区开园,规划面积40 km<sup>2</sup>,投资500亿。天目湖工业园和溧阳经济开发区的集中发展与升级改造路径,均与天目湖品牌的崛起及其对溧阳的深远影响不可分割。中关村科技园落户溧阳,与溧阳成功运作天目湖和维护生态环境密切相关。

在功能布局调整的同时,溧阳市于2000年和2007年进行的两次大范围的乡镇行政区划调整均与“天目湖效应”密不可分。2001年1月,溧阳将原有36个乡镇调整为18个,大幅拓展了中心城区和天目湖镇的行政范围。新的溧城镇(中心城区)由原有6个乡镇合并而成,行政范围向四周略有扩张,而天目湖镇则兼并了原先的茶亭镇,管辖范围向北大拓展,与主城区实现了行政范围的对接。2002年南郊燕山风景名胜区的打造,成为衔接城区板块和天目湖板块的生态绿核,天目湖景区发展对溧阳城区空间发展方向的引导已逐渐显现。2007年,溧阳实施了第二次行政区划调整,核心依然是溧城镇和天目湖镇的辖区范围。区划将原溧城镇与原新昌镇的大部分空间合并,设立新的溧城镇,调整后溧城镇管辖范围向西大幅拓展;将原天目湖镇和周城镇合并,设立新的天目湖镇,调整后天目湖镇向西北发展,管辖范围直接对接城区。

(4) 天目湖的营销模式与影响不断升级,从狭义的天目湖旅游营销和相关产品营销拓展到城市营销。传统的天目湖营销,如始于2005年延续至今的“双节”(中国溧阳茶叶节、天目湖旅游节)合璧,在营销的广度、深度、持续性和影响力方面都在不断加强。城市营销方面,则一方面利用新兴的网络媒体,如举办“全国知名网络媒体看溧阳”活动提高城市知名度;另一方面则通过会议营销提高城市能级。2004年,在省、市政府共同支持下,溧阳市、亚洲资本论坛、中国跨国公司研究会、上海前沿控股集团共同举办的亚洲资本论坛中国开发区高峰会在天目湖畔开幕。2006年,由“欧洲论坛”、“亚洲资本”、上海前沿控股等共同投资10亿元的“中欧论坛”永久性会址在天目湖畔竣工,2009年10月中欧经济论坛在天目湖畔开幕。2008年11月,由江苏省人民政府、国家农业部等单位主办,溧阳市政府承办的第五届一村一品国际研讨会在天目湖召开,也是史无前例地在县级城市举办。

资本的城市化阶段是天目湖强势主导市域空间格局重构的阶段。在“天目湖效应”潜移默化的作用下,溧阳的城市空间不断向天目湖靠拢,一系列重大空间行动彻底改变了溧阳千百年来的择平原地区建城,远离南部丘陵山区的大格局。随着“不到天目湖等于没有来过溧阳”理念的深入人心,天目湖已经成为影响溧阳城乡空间塑造的核心力量之一。

### 3 溧阳市天目湖地区空间生产的演化特征与趋势

通过对溧阳市天目湖地区城乡空间生产历程的研究,可以看到随着资本的积累,空间生产呈现出明显的扩张态势,空间生产的类型和范围均获得不同程度的扩展,从风景名胜区起步,逐渐主导了溧阳整个城乡的空间生产方向和内容。

(1) 带动生产的空间类型随着时间的推移不断增加。带动空间生产的顺序遵循景区空间→农业空间和道路设施空间→工业空间(集中区)与城区空间(南部新城)的规律。其内在逻辑基本遵循“旅游经济突围→农业产业化→城市化和工业化”的路径,由于符合并有效发挥了地方发展的比较优势,所以形成了较为持续的资本积累与经济升级道路。

(2) 带动生产的空间随着时间推移其自身内涵不断演化升级。在天目湖案例中,景区空间的内涵从“天目湖景区空间”拓展到“天目湖大景区及联动景区空间”;农业空间的内涵从“普通农地空间”拓展到“规模化农业产业园空间”,再到“依托农业产业园的农庄空间和村镇空间”;工业空间的内涵从“散点传统工业空间”拓展到“规模化传统工业空间”,再到“规模化高新技术工业空间”;城区空间的内涵则从“城区原有空间更新”演化为“新城空间开拓”。

(3) 带动生产的空间范围由近及远,大大扩展。由景区及周边拓展到景区所在南部丘陵自然区域,再拓展到溧阳城区和市域两大工业集中区,最后拓展到北部山区的旅游片区和整个市域。

### 4 结论与讨论

溧阳市天目湖地区的风景名胜地区带动城乡空间发展的过程是典型的中国式资本城市化过程。由于开发基础薄弱和国家政治经济体制的约束,风景名胜区的最初开发基本是没有市场资本进入的,地方政府以及各种“开发单位”的开发行为基本可以视为国家资本的空间化。1992年后,随着长江三角洲地区分权化、市场化与全球化程度的不断加深<sup>[4]</sup>,地方政府的公司主义特征<sup>[5]</sup>日益凸显,市场资本在各级政府尤其是地方政府的有效诱导下逐渐进入空间生产领域,迅速释放出巨大的活力。在这一过程中,资本本身循环累积,同时加速着城乡空间本身的分异,更多的空间类型被生产出来,更多的空间消费被引致出来,从而使得资本城市化的规模不断扩大、能级不断提升。不可否认,资本城市化的经济与空间绩效是显著的,但也是有选择的,随着空间分异的加深,更大范围的空间不均衡也在进一步地加深,而这将是下一阶段城乡区域规划与政策研究的重点和难点。UPI

(下转 118 页)

- [4] Tzonis Alexander, Santiago Calatrava. The Athens Olympics[M]. Rizzoli International Publications, 2006.
- [5] Mango Ho. 2008 北京奥运场馆介绍之国家体育场（鸟巢）[EB/OL]. 88dbHK. (2008-08-01). [http://hk.88db.com/hk/Knowledge/Knowledge\\_Detail.page/Sport\\_Fitness/?kid=12945](http://hk.88db.com/hk/Knowledge/Knowledge_Detail.page/Sport_Fitness/?kid=12945).
- [6] 林显鹏. 现代奥运会体育场馆建设及赛后利用研究[J]. 北京体育大学学报, 2005, 11: 1442.
- [7] 王亮. 中外奥林匹克公园赛后利用比较研究[R/OL]. [2013-03-06]. [http://www.360doc.com/content/12/0102/13/4292237\\_176647850.shtml](http://www.360doc.com/content/12/0102/13/4292237_176647850.shtml).
- [8] Hansard. London 2012 Olympic Bid[Z]. House of Commons Debates, 2005-07-06.
- [9] Department for Culture, Media and Sport. Our Promise for 2012[EB/OL]. June 2007: 15. [http://www.culture.gov.uk/reference\\_library/publications/3660.aspx](http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/3660.aspx)
- [10] Major of London. Lower Lea Valley—Opportunity Area Planning Framework[R]. 2007, 01.
- [11] Populous. A Decade of Designing London's Olympic Legacy London 2012 Summer Olympic & Paralympic Games[EB/OL]. Populous. [2013-03-06]. <http://populous.com/project/london-2012/>.
- [12] London 2012. The Olympic Park Masterplan—Building Venues and Dreams for the Next Generation[R]. London 2012 Organising Committee, 2006-06-06.
- [13] Atkins. London 2012—Creating a Sustainable Legacy[Z]. Plan Design Enable, 2011-11-01.
- [14] London 2012 (London Organising Committee of the Olympic Games and Paralympic Games Ltd). Towards a One Planet 2012—London 2012 Sustainability Plan[R]. 2007, 11.
- [15] DesignBoom. Olympic Stadium for London 2012 by Populous[EB/OL]. Waaaat? Powered by welovead. (2012-07-27). <http://waaaat.welovead.com/cn/top/detail/706AispC.html>.

(本文编辑：王枫)

(上接 99 页)

## 参考文献

- [1] 黄振方, 等. 关于旅游城市化问题的初步探讨——以长江三角洲都市连绵区为例[J]. 长江流域资源与环境, 2000, 9(2): 160-165.
- [2] 陆林. 旅游城市化: 旅游研究的重要课题[J]. 旅游学刊, 2005, 20(4): 10.
- [3] 陆林, 葛敬炳. 旅游城市化研究进展及启示[J]. 地理研究, 2006, 25(4): 741-750.
- [4] 陈志钢, 保继刚. 典型风景名胜城市土地利用动态变化及影响机制研究——以广西壮族自治区阳朔县为例[J]. 地理科学, 2010, 30(4): 544-551.
- [5] Lefebvre Henri. The Production of Space[M]. Oxford: Blackwell Publishing, 1991.
- [6] 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.
- [7] Harvey D. The Urbanization of Capital[M]. Oxford: Blackwell, 1985.
- [8] 夏建中. 新城市社会学的主要理论[J]. 社会学研究, 1998, 4: 47-53.
- [9] 高鉴国. 新马克思主义城市理论[M]. 北京: 商务印书馆, 2006.
- [10] 叶超, 柴彦威. 城市空间生产的方法论探析[J]. 城市社会学, 2011, 12: 86-90.
- [11] 高慧智, 张京祥, 罗震东. 复兴还是异化? 消费文化驱动下的大都市边缘乡村空间转型——对高淳国际慢城大山村的实证观察[J]. 国际城市规划, 2014, 1: 68-73.
- [12] Harvey D. The Urban Process Under Capitalism [J]. International Journal of Urban and Regional Research, 1978, 1.
- [13] 杨宇振. 权力、资本与空间: 中国城市化 1908—2008 年——写在《城镇乡地方自治章程》颁布百年[J]. 城市规划学刊, 2009, 1: 62-73.
- [14] 罗震东. 中国都市区发展: 从分权化到多中心治理[M]. 北京: 中国建筑工业出版社, 2007.
- [15] 温铁军, 等. 解读苏南[M]. 苏州: 苏州大学出版社, 2011.

(本文编辑：许玫)