



芝加哥体育城市发展的经验与启示

陈林华,潘捷良

摘要: 体育城市是城市发展到高级阶段的产物,其萌芽和发展离不开特定的时代背景、文化基因和政策导向。主要采用文献资料法,对芝加哥体育城市建设的发展历程和基本经验进行分析。研究发现:芝加哥体育城市建设历程可以分为工业兴盛期、转型期和全球化时期3个阶段;发展的主要经验包括工业化奠定经济物质基础,移民社会催生心理需求,规划引导指明方向,政府支持给予发展保障。在此基础上,从物质基础、人力资源、文化环境和体制机制4个方面提出我国体育城市建设的对策建议。

关键词: 体育城市;工业化;职业体育俱乐部;芝加哥;创意阶层

中图分类号:G80-05 文献标志码:A 文章编号:1006-1207(2020)03-0055-07
DOI:10.12064/ssr.20200309

Experience and Implication of the Development of Chicago Sports City

CHEN Linhua, PAN Jieliang

(East China University of Science and Technology, Shanghai 200237, China)

Abstract: Sports city is the product of urban development in the advanced stage. The sprouting and development of sports cities can not be separated from the specific era background, cultural genes and policy orientation. The development process and the basic experience of Chicago sports city construction are analyzed in this paper by using the method of literature review. It's pointed out that the construction process of Chicago sports city can be divided into three stages: industrial prosperity, transformation and globalization. The experience of its development is mainly listed as follows: Industrialization has laid the economic and material foundation; Immigrant society has given birth to the psychological needs; Planning and guidance has pointed out the directions; And government support has ensured its development. Therefore, the study puts forward suggestions on the construction of sports cities in China from the four aspects of material foundation, human resources, cultural environment and institutional mechanisms.

Key Words: sports city; industrialization; professional sports clubs; Chicago; creative class

0 前言

在城市竞争时代,体育在打造城市核心竞争力和提升城市形象方面往往发挥着独特而又关键的作用^[1],于是越来越多的国内外城市开始将体育城市建设作为城市营销的重要选项之一。21世纪初期,北京、上海、广州等城市分别提出创建“国际化体育中心城市”(2003年)、“亚洲一流体育中心城市”(2001年)、“国际瞩目的体育强市”(2006年)等目标^[2],之后三亚、晋江、南京、成都、杭州等诸多城市也相继

加入到体育城市的创建中。关于体育城市建设的发展模式和具体路径,“仁者见仁,智者见智”,但总体而言都离不开城市特定的经济基础、社会背景和文化基因^[3]。体育城市的建设实践最早来自欧美城市^[2],如美国的印第安纳波利斯、西班牙的巴塞罗那、英国的谢菲尔德等,在其长期的城市发展过程中形成了有效的模式和机制。因此从国外成功的案例中吸取经验和总结教训,找到体育城市建设成功基因和一般规律,进而指导我国体育城市建设的实践,十分必要,也很有意义。

收稿日期:2019-08-24

基金项目:上海市哲学社会科学一般项目(2017BCK003)。

第一作者简介:陈林华,男,博士,副教授,硕士生导师。主要研究方向:体育城市、体育管理。E-mail:samc@ecust.edu.cn。

作者单位:华东理工大学 上海 200237。



作为世界级大都市的芝加哥,在众多领域享有盛名,如“摩天大楼的故乡”“国际化商务先锋”,以及世界著名的国家金融中心、世界旅游胜地和美国最重要的文化科教中心。在体育领域,芝加哥同样具有世界级的表现:拥有6支著名的职业体育俱乐部,该城市举办的篮球、橄榄球、曲棍球等职业体育赛事从未间断;拥有世界马拉松大满贯的最后一站——芝加哥马拉松,并以平坦宽阔的赛道、独特的沿途风光而著称;群众性体育活动热闹非凡,是一座名副其实的运动天堂。此外,芝加哥还曾是19世纪末自行车时尚的发源地^[4],如今已成为世界著名的自行车城市。总的来看,芝加哥已然是一座公认的国际著名体育城市,前后曾3次荣获“美国最佳体育城市”的称号^[5],享有“美国体育圣城”和“美国体育之都”的美誉,足以表明芝加哥体育的卓越及其在美国人心目中的重要地位。鉴于芝加哥“港口城市”“工业中心”“金融中心”“文化中心”等功能定位,与国内诸多城市如上海、武汉、广州、重庆、天津等存在一定的可比性,于是本文试图通过对芝加哥体育城市建设的历程回顾,分析每个发展阶段的社会背景和发展动因,以此分享其发展的主要经验及启示。

1 芝加哥体育城市建设的发展历程

综合考量芝加哥经济发展与产业结构变迁历程,以及体育城市建设水平等因素,本研究将芝加哥体育城市建设划分为以下3个主要阶段。

1.1 工业的兴盛与体育城市的萌芽阶段(1900s—1960s)

1898年美西战争标志着美国进入世界经济大国的行列,1916年美国成为世界上最大的资本输出国,到20世纪60年代美国已成为现代化的超级大国。在此期间,美国的工业化、城市化持续推进,纽约、芝加哥、洛杉矶等城市的经济获得了长足的发展。

1.1.1 体育城市发展的总体状况

20世纪初,凭借优越的地理位置和丰富的自然资源,芝加哥逐渐成长为美国的工业中心城市,工商业发达,城市版图不断拓展。1909年,市政府主导了“芝加哥大规划”项目,对城市的产业体系、功能及形态进行了顶层设计,并推动了“城市美化运动”。在这一时期,芝加哥体育的发展也展现出强劲的生命力:一方面,市民对体育运动的热情开始逐渐高涨,每天都有数十万的体育爱好者活跃在棒球场、橄榄球场、高尔夫球场和湖滨地带;另一方面,工业的兴盛在一定程度上促进了职业体育的发展,一些商人或体育

组织开始陆续建立了体育场馆和商业性俱乐部。政府通过相关引导性政策吸引了职业体育投资,芝加哥逐渐成为众多职业体育俱乐部青睐的美国城市之一。1900年美国职业棒球大联盟(Major League Baseball, MLB)的白袜队几经周折搬迁到芝加哥南部,美国职业橄榄球大联盟(National Football League, NFL)的熊队于1921年迁入芝加哥,1926年芝加哥黑鹰队成立并成为北美职业冰球联盟(National Hockey League, NHL)的6个创始球队之一,以及1966年芝加哥公牛队成立并加入美国职业篮球联盟(National Basketball Association, NBA)。芝加哥成为拥有职业体育俱乐部最多的美国城市之一,为体育城市的发展奠定了声誉。另外在体育场馆建设方面,场馆的选址充分考虑了“芝加哥大规划”的建设目标,主要服务于城市版图的扩张和基础设施的改善。如科米斯基体育场位于芝加哥南区,唐人街往南约10 km,当时还是城乡接合部;瑞格利球场则位于芝加哥市中心往北约25 km,与科米斯基体育场(1991年重建为美国移动通讯球场)形成“一南一北”阵势,较好地定义了如今芝加哥主城区的南北边界;战士球场位于湖滨地区,紧靠芝加哥菲尔德博物馆、谢德水族馆、芝加哥天文馆以及北岛公园,这些场球项目是“城市美化运动”的具体实践。

1.1.2 促进体育城市发展的主要因素分析

1.1.2.1 工业的兴盛奠定了体育发展的物质基础

20世纪上半叶,芝加哥进入以重工业为主的近代工业化时期,并逐渐成为全美的工业和经济中心。工业的兴盛有力地促进了芝加哥城市化的进程,市政建设提速,工业卫星城纷纷出现,城市边界不断拓展。芝加哥经济社会的高速发展也为体育的发展创造了坚实的物质基础,为了满足市民体育与休闲的需求,一些商人开始筹资建设体育场馆,公共部门也开始投入建设公共体育休闲设施和空间。这一时期,芝加哥公共部门或私人投资建设的体育场馆主要有:1910年建成的白袜队原主场科米斯基体育场,1914年竣工的小熊队主场瑞格利球场,1922年始建的熊队主场战士球场,以及1929年建造的芝加哥体育馆。

1.1.2.2 移民的迅速增长为体育发展提供人口基数

20世纪初,芝加哥进入了大都市发展时期,市区和周边县的人口大幅度增长。来自欧洲的“新移民”和美国农村的国内移民,以及南方迁移来的黑人开始陆续涌入芝加哥,1900年人口规模已经达到170余万,20世纪30年代增长到340余万,20世纪50年代人口到达高峰值360余万^[6]。庞大的人口基数、相对较高的经济收入,以及空闲时间的增多使得



体育发展有了扎实的群众基础,并且阶层的分化也催生了体育项目的多样化,传统的棒球、橄榄球与时新的水上运动都获得了大量体育爱好者的青睐。

1.1.2.3 移民社会的文化认同为体育发展提供心理需求

芝加哥作为典型的移民城市,来自不同文化背景的市民具有不一样的心理、习惯和观念,一定程度上造成了城市文化的隔阂,他们迫切需要找到城市的文化认同感。恰巧,西方近代体育的迅速发展以及现代奥林匹克运动的复兴,使得体育成为移民社会的“共同话题”。于是,现代体育蕴含的“公平竞争”“规则意识”和“团队精神”正好体现了当时芝加哥民众的心理诉求,市民们纷纷热衷参与各类体育运动,并从中渴望获得向往已久的平等、契约与自由。

1.1.2.4 “芝加哥大规划”将体育发展纳入整体规划体系

1909年,为了应对工业化发展的挑战,市政府委托著名建筑规划师丹尼尔·伯纳姆制定了“芝加哥大规划”^[7],该规划的目标是将芝加哥发展成为像罗马、伦敦及巴黎一样举世闻名的现代化城市。“芝加哥大规划”提出了6个方向的纲领性指导意见^[7],其中之一便是“建设市民文化生活中心和管理中心,以增加城市的凝聚和谐”,将体育休闲纳入到整体规划体系中,并实施建造了深入湖中的人工半岛,保留了湖滨沿线进深约1 km的用地作为公共绿地和文化、休闲设施的基地,规划了一系列沙滩、游艇俱乐部、游乐场、公园,建造了大型体育场馆。因此,“芝加哥大规划”为芝加哥体育的发展预留了空间,提供了政策保障。

1.2 转型期的体育城市发展阶段(1970s—1990s)

从20世纪70年代至90年代,美国虽然经历了经济滞胀和3次经济危机,但其总体经济始终保持着较良性的发展,至90年末代美国已然成为世界唯一的全球超级大国。

1.2.1 体育城市发展的总体状况

20世纪60年代中后期美国经济开始转型,重工业逐渐衰退,就业岗位急剧萎缩。这一时期的芝加哥,大量工厂开始搬到郊区或大都市区,1967—1982年约有1/4的工厂倒闭,46%的制造业岗位消失^[8]。经济的萧条也致使芝加哥社会治安混乱,犯罪率直线上升,居民普遍缺乏安全感。至80年代中期,芝加哥市区人口减少至336万人^[9]。为了应对郊区化挑战,芝加哥推出了一系列经济转型和城市振兴的举措,在体育方面则提出了建设“文化体育中心城市”的目标。在具体实施层面,当局主要在三方面作出努力:一是加强了与

职业联盟及本地俱乐部的联系,1997年芝加哥火焰队成立并开始征战美国职业足球大联盟(Major League Soccer,MLS),使得芝加哥成为美国同时拥有五大联盟球队的城市之一;二是加强了体育场馆设施的规划与建设,当时新建了美国移动通讯球场和联合中心球场等标志性场馆、湖滨地区的体育休闲设施,以及遍布社区的生活便利设施;三是加强了城市品牌赛事的打造,1977年重启了芝加哥马拉松,该项赛事得到了时任市长的大力支持,将湖畔5英里(约8.05 km)的马术路径改成跑道。芝加哥马拉松取得了巨大成功,参赛规模从1977年的4200名选手增长到1999年的24654名选手^[10],一度成为当时有史以来增长速度最快的马拉松赛事,也成就了芝加哥“世界跑步之都”的美誉。20世纪90年代,芝加哥公牛队在乔丹的带领下成功两度三连霸,长达6个赛季的“公牛王朝”奇迹给芝加哥带来了深刻的影响。

1.2.2 促进体育城市发展的主要因素分析

1.2.2.1 需求层面:城市功能转变催生体育休闲的消费需求

伴随着重工业的下降,芝加哥城市功能开始发生变化,生产功能逐渐减弱,作为消费空间和符号性生产空间的重要性开始增强,城市的审美、消费和娱乐功能逐渐强化^[4]。为了顺应这一变化,城市发展的衡量指标也开始由经济维度转向文化和社会维度,与市民文化参与紧密关联的剧院、图书馆、书店、咖啡馆,以及会展、艺术节、体育比赛等受到了重视,标志性的体育场馆和设施逐渐成为芝加哥典型的符号性消费空间,吸引了大量国内外游客。进入90年代后,芝加哥迈进了大规模消费和追求生活质量的发展阶段,体育休闲消费更是得到了快速发展。

1.2.2.2 政策层面:经济多样化目标为体育产业发展提供机遇

1980年芝加哥开始推进经济结构的转型,确立了“以服务业为主导的多元化经济”发展目标^[11],重点发展金属加工、食品、印刷等工业,以及现代服务业和旅游业。1983年芝加哥制定了为产业调整提供空间政策的专项规划,重点考虑市中心的商业规划以及湖滨地区的文化娱乐旅游中心的开发。这一时期,以体育联盟制为主导的美国体育产业已经形成一定的规模和影响力,芝加哥当局认识到发展体育产业的重要意义,积极与各大联盟接洽,并为本土球队的成立和运营提供支持。于是,体育产业的发展在一定程度上促进了芝加哥城市经济的多样化,也使其成为90年代美国中西部地区少数几个经济还保持增长的大城市之一。



1.2.2.3 社会层面:人文回归风潮促进体育便利设施建设

20世纪80年代起,一股人文回归的风潮开始席卷欧美城市,人们开始反思城市精神性的缺失^[7]。这时,城市居民对环境质量的要求也越来越高,对城市基础设施和生活便利设施的需求逐渐上升。芝加哥规划委员会开始重视文化体育休闲设施的“标志性”和“便利性”,并将便利性设施融入到社区规划与建设中。20世纪90年代,芝加哥湖畔大多数设施全部建设完成,包括游艇码头、游艇海港、户外喷泉、自行车道、慢跑道、人行道和滑冰场等。如今,芝加哥拥有30个历史保护街区,150多个特色标志性建筑,10余座标志性体育场馆^[12]。

1.2.2.4 城市建设层面:市中心复兴加速场馆设施的建设

进入20世纪80年代后,为了应对郊区化导致的市中心衰落,芝加哥当局先后制定了两次规划^[9],即1973年的“芝加哥21:中心区委员会规划”以及1983年的“芝加哥中心区规划:规划城市之心”,目标是致力于打造一个旅游发达和基础设施服务完善的中心区域,“提供一个高质量的城市环境”。1989年,当时的新任市长小戴利大力推动城市环境治理,进一步推进了芝加哥大型体育场馆的建设,1991年白袜队主场美国移动通讯球场建成;1994年公牛队主场联合中心球场正式落成,成为美国最大的室内球场。这些位于市中心的标志性场馆造就了芝加哥体育发展的高度,其中不乏世界体育迷终生向往的体育朝圣之地。

1.3 全球化时代的体育城市发展阶段(2000s至今)

20世纪90年代以来,伴随着经济全球化深入推进,城市及其大都市区逐渐成为全球经济重构的基本单元。这时期芝加哥城市发展的重心也逐渐转移到城市全球化,开始通过城市环境和基础设施的优化来促进城市品位和国际形象的提升,以此吸引全球资金、技术和人才等要素的聚集,进而提升全球竞争力。

1.3.1 体育城市建设的总体状况

进入21世纪,芝加哥经济延续了之前的良好发展态势,产业转型战略成效显著。2000年娱乐业逐渐成为城市的主要产业之一,芝加哥基本形成了以服务业为主的多元经济结构。2000年成为芝加哥经济全球化发展中的一个重要节点,当时芝加哥当局非常重视体育在提升城市国际形象、环境治理、缓解城市病,以及促进社区健康方面的积极作用,在城市建设上突出了以公共文化为导向的理念,将更多的

文化体育资源纳入到社区开发中,利用财政、税率、土地等优惠政策确保留住本地职业体育俱乐部,并鼓励与支持职业体育俱乐部与社区间的互动。在确立“全球城市”目标后,2007年芝加哥成为2016年奥运会的申办城市之一,并制定了建造五座奥运场馆的计划,虽然最终落选,但在一定程度上也促进了城市体育的国际化水平和声誉。2010年芝加哥黑鹰队夺得了象征着冰球届最高荣誉的“斯坦利杯”,2016年芝加哥小熊队获得世界大赛冠军,并于2017年获得劳伦斯世界体育奖最佳团队奖,这些成绩都为芝加哥这座著名的国际体育城市带来了声誉。

1.3.2 促进体育城市建设的主要因素分析

1.3.2.1 全球城市建设为体育发展提供强大动力

21世纪初,为应对全球化机遇与挑战,芝加哥提出了全球城市定位^[9],将发展目标定为“第二层次的全球城市”,并致力于发展成为“世界领先的金融中心”和“全国的交通中心”。为此,芝加哥表达了对世界级的体育活动和文化遗产的渴望,2007年芝加哥正式决定申办2016年奥运会。2011年颁布的“芝加哥2040综合区域规划”将芝加哥定位为全球的可持续和创新中心^[9],在城市建设上芝加哥注重聚焦公共文化主题,如汇集更多文化体育等设施资源融入社区开发。同年,作为Choose Chicago[®]的一部分,芝加哥体育委员会成立,其愿景是以申办或支持能推动经济发展、创造就业机会并为芝加哥带来正面媒体曝光的大型体育赛事为目标,将芝加哥打造成美国体育赛事的第一目的地。

1.3.2.2 对健康生态的关注促进“绿色体育”的发展

20世纪90年代以来,大城市治理和城市可持续发展成为世界性主题。为了应对挑战,芝加哥在新城建设和旧城改造方面将绿色生态作为核心理念之一,建立了城市绿地、公园与生态敏感区有机联系的生态保护体系,同时鼓励步行与公共交通为主的出行方式。20世纪初,芝加哥发起了“自行车振兴计划”,尝试以自行车运动为契机来推行低碳出行理念,从而治理城市病并提高市民健康水平和城市形象。2000年成立的市长自行车顾问委员会制定并实施了《芝加哥2000年自行车计划》,年内建设了1万个多功能自行车架及150英里(约241.4 km)长的骑行道,自行车人口超过100万^[13],2001年芝加哥被美国《自行车杂志》评选为北美地区最大的“自行车城市”。2005年时任市长小戴利向国会提交了《芝加哥2015年自行车振兴计划》^[13],目标是将芝加哥建设成为“美国最爱骑自行车的城市”;2009年以申办奥运会为契机,芝加哥当局提出了“自行车与城市发展



共生共荣”的口号,旨在建设集休闲、健身、旅游、文化为一体的世界级自行车城市。由此可以看出,“绿色体育”“低碳体育”已经成为引导芝加哥市民健康生活方式的重要途径。

1.3.2.3 新一轮城市规划与建设促进体育休闲大投资

20世纪末以来,芝加哥相继制定了新一轮的城市发展规划,开始关注金融、文化、旅游与全球化的关系^[9]。2005年颁布的“芝加哥2040框架规划”明确提出了将可持续、多样化等作为城市规划的核心议题,致力于打造“最绿色的城市”。这一轮规划推动了芝加哥政府职能的转变,由提供就业转变为提供生活设施和服务。1998年时任市长小戴利提出了修建千禧公园的计划^[14]。千禧公园一经面世就成为了芝加哥湖滨的文化娱乐中心,一系列的广场、游乐场、运动场、步道和园林路径,以及开放的草坪等设施空间实现了休闲娱乐和运动健身的功能,很好地诠释了城市广场空间的公共性。2016年芝加哥推出“公园与滨水开发计划”(Building on Burnham),引导公共或私人部门围绕芝加哥湖畔、芝加哥河、娱乐资产和规划、自然区域4个关键领域进行投资,建设了包括湖滨骑行道、港湾游泳池、俄亥俄街湖滩铁人三项训练场、德文凯兹体育场、盖特利室内田径馆、大沼泽自行车公园等多项体育设施项目。

2 芝加哥体育城市建设的主要经验

2.1 工业化完成城市积累,为体育发展奠定物质基础

工业化、城市化与现代体育发展存在着密不可分的内在逻辑。工业化是城市化的“发动机”,在带来大量人口的同时,也带来了科学的运动医学知识、完善的体育设施和大众传播技术,以及公民社会的组织沟通协商制度等现代性的产物^[15],这也是现代体育得以孕育、萌芽和发展的基础。19世纪30年代初,芝加哥还是一个人迹罕至的农业小镇,到19世纪中叶其工业化进程开始加速,20世纪30年代芝加哥的制造业经济达到鼎盛,50年代时芝加哥工业化达到鼎盛时期,基本奠定了全美工业中心的地位。工业化的推进为芝加哥城市建设与发展积累了充足的资金和物质基础,工业卫星城蓬勃兴起,大都市区版图不断拓展,交通、通讯等城市基础设施得到了大幅提升。湖滨地区基本建筑形态逐渐成型,科米斯基体育场、瑞格利球场、战士球场以及芝加哥体育馆相继建成。可见,芝加哥的工业化进程有力地促进了城市化进程,而工业化和城市化为体育的发展奠定了

坚实的物质基础。

2.2 移民社会的文化心理需求推动体育城市的发展

美国是典型的移民社会,芝加哥是彻头彻尾的移民城市,20%的芝加哥市民为非美国本土出生的外国移民,城市居民日常使用的语言多达百余种。起初芝加哥地区是伯塔瓦托米印第安部落的领地,第一个定居者是来自海地的黑人商人。1837年立市以来,芝加哥成为世界上人口增长最快的城市之一,1870—1900年芝加哥人口从29.9万增长到170万,1950年更是达到362万^[6]。芝加哥的移民来自不同的民族和地区,他们大都文化水平比较低,这在一定程度上造成了城市文化的隔阂,于是他们迫切需要通过找到城市的认同感,确认自我的身份、地位和文化。恰好此时,以英国户外运动、德国体操和瑞典体操为代表的西方近代体育迅速发展,以及现代奥林匹克运动的复兴(1894年国际奥林匹克运动委员会成立),使得体育成为这些来自不同文化背景移民的“通用语言”和“共同话题”。现代体育中的“公平竞争”“规则意识”和“团队精神”正好体现了当时芝加哥民众的心理诉求。尤其是对于芝加哥的体育迷来讲,6支职业俱乐部所拥有的辉煌战绩,充满灵感和统治力的球星,地标性的体育场馆在为这个城市带来荣耀和声誉的同时,也支撑着每一位球迷的信念及归属感。位于联合中心球场的乔丹铜像、盘踞于芝加哥艺术博物馆大门两侧的青铜狮子塑像,也成为芝加哥城市的精神象征,每一位行至此处的体育迷都会莫名地激动。因此,体育的发展恰好迎合了当时芝加哥民众渴求文化认同的心理需求。

2.3 持续的规划引导为体育城市的发展明确了方向

芝加哥早在1909年就成立了规划委员会,该机构的任务是审核由公共机构提出的规划方案和开发商的各种项目。自1909年的“芝加哥大规划”以来,芝加哥先后一共制定了9项延续性的城市规划,分别是1958年的“中心区发展规划”、1966年的“芝加哥综合规划”、1973年的“芝加哥21:中心区委员会规划”、1983年的“芝加哥中心区规划:规划城市之心”、1999年的“2020芝加哥大都市”、2003年的“芝加哥2003年中心区发展规划”和“大都市区规划:芝加哥区域的选择”、2005年的“芝加哥2040框架规划”,以及2011年的“芝加哥2040综合区域规划”。丹尼尔·伯纳姆亲自主导的“芝加哥大规划”,实质上



成为了一场“城市美化运动”，他重点规划了芝加哥基础设施、区域交通和公园系统，非常注重城市天际线的开发，寄希望通过物质环境的提升和大空间尺度的规划，激发市民精神。后续一系列的规划基本保留了“芝加哥大规划”的主导思想和基本原则，均延续了其基本理念，并且历次芝加哥城市规划都十分重视文化体育休闲设施建设。因此，持续性的规划引导也为芝加哥体育城市的发展指明了方向。

2.4 公共部门投资与支持为体育城市发展提供保障

20世纪初以来，芝加哥始终重视文化休闲设施的“标志性”和“便利性”^[12]。“标志性”是指体育场馆、博物馆、艺术馆等大型文化体育设施，能吸引居住人群，提升城市的品位，增强市民荣誉感；“便利性”是指道路、商店、学校、咖啡馆、公共交通等与居民生活息息相关的公用设施，能促进居民幸福感和满意度。在具体实践层面，芝加哥一方面积极动用公共部门的投资进行“便利性”运动休闲设施建设，将便利性文化休闲设施融入社区规划与建设。比如政府实施的公园和学校改革振兴计划，就是为了吸引高收入阶层而进行的公共投资。其中由公园委员会主导的公园振兴计划，公共投资主要集中在休闲娱乐和景观两大核心功能建设上，并将投资比例由14%提高到29%^[13]，这就促进了芝加哥市区的运动休闲设施建设。另一方面，芝加哥政府还积极利用公共资金吸引和支持职业体育俱乐部，为了留住现有俱乐部和吸引新的俱乐部入驻，政府表达了足够的诚意，常常主动与俱乐部及联盟进行接洽并签订优惠协议，在场馆建设和基础设施配套方面也为俱乐部提供了必要的资金资助和政策保障。

3 芝加哥体育城市建设对我国城市的启示

3.1 加快经济转型，提升发展质量，夯实体育城市建设的物质基础

体育城市是城市的一种特殊形态，它是城市经济社会文化发展到一定程度的产物。在体育城市里，各种体育元素被大量地生产和消费，因此体育城市的发展离不开丰裕的物质基础，以及较高级的经济形态和质量。20世纪60年代，芝加哥体育城市的建设便初具雏形。当时，工业化的蓬勃发展促使芝加哥完成了资本的原始积累，较高的经济物质基础必然对城市发展提出了更高的要求。同时，财富的增长使一部分居民进入高收入阶层，他们的健身需求日益

凸显。到20世纪80年代，芝加哥人均GDP突破1万美元，恩格尔系数为20%以下，体育产业占GDP比重超过1%时^[12]，居民对体育的需求更加旺盛，开始追求体育参与所带来形体美，以及精神层面的享受和愉悦，此时体育城市就进入更高的发展阶段。可见，体育城市的创建必须以较高的经济物质基础为前提，城市的原始积累不足，就满足不了大量的体育场馆和运动休闲设施的建设；居民生活达不到富足水平，就没有充足的盈余用于体育消费，体育城市的建设也便成为空中楼阁。当前，我国城市发展取得了令人瞩目的成就，北京、上海、广州、深圳等城市2018年人均GDP全部超过2万美元，达到了国际组织规定的初等发达国家水平，可以说已经初步具备了建设“体育城市”的基础，但是在产业结构和人均可支配收入方面与芝加哥等欧美体育城市的差距还比较大，这无疑会对体育城市建设的质量产生制约。因此，加快经济转型，提升发展质量，提高居民收入水平是我国体育城市建设的当务之急。

3.2 加强体育设施建设，优化环境，培育和吸引更高层次的人力资源

高层次人才，尤其是创意阶层对城市生活的舒适条件需求较高，他们往往能够引领自主性、参与性和体验式休闲娱乐方式，并将左右未来城市和社区的发展方向^[16]。因此，创意阶层对体育休闲城市建设具有较大的助推作用，主要表现在两个方面：一是创意阶层对运动休闲生活方式充满了向往与需求，其较高的收入水平、宽裕的空闲时间又是支撑运动休闲消费的保障；二是创意阶层本身又是创意资源产生的源泉，具备完善城市创新体系的能力，而创新能力又是体育城市发展的主要约束条件之一。芝加哥体育休闲城市建设成功印证了“场景理论”所强调的文化力、创意阶层与区域发展的内在关系，即通过对文化体育娱乐设施和生活便利设施进行特定组合，营造出一种“地方消费主义”的城市气质，以此来吸引高素质的创意阶层来城市居住、工作、休闲和消费，创意阶层的崛起反过来又促进了芝加哥经济的转型和民众生活方式的变迁。随着经济的发展和人民收入水平的提高，我国逐渐拥有了世界上最大规模的中产阶级，他们成为了社会生产和消费的主力，并对城市软硬件环境、消费品的层次和品质非常敏感。因此，在体育城市的创建过程中，要加强体育文化设施和生活便利设施的建设，养成开放、包容、自由的城市气质，努力培育与吸引高层次的人力资源。



3.3 大力挖潜城市体育文化资源,营造多元、包容的体育文化环境

体育文化本身就是“生于斯,长于斯”的人与人所创造的体育生活景观,因此体育城市的建设离不开城市传统文化的基因,体育城市的建设应该充分利用城市自身文化特点和自然风光特色,开发出具有传统文化烙印、鲜明地域特征的体育产品或服务,使城市居民通过体育参与真正“扎根”下去。芝加哥是体育与城市互动发展的典范,浓郁的人文气息和移民社会的民众心理是体育城市发展的内在动力。芝加哥非常重视文化在城市发展中的重要作用,以“标志性”和“便利性”基础设施和体育文化休闲设施建设为抓手,通过符号化的设施组合塑造出独特的价值观和人文气息,以此吸引高素质的创意阶层居住、工作、休闲和消费,以此推动城市的转型和发展。如今,芝加哥拥有众多历史文化街区和特色标志性建筑,音乐节、艺术节、电影节、美食节和体育赛事活动精彩不断,“全民阅读”蔚然成风,处处散发着浓郁的人文气息。长期以来,我国城市体育发展基本采取的是自上而下的模式,导致竞技体育成为少数人的“游戏”,赛事多为中高端的精英赛事,主要财政资金用于专业场馆建设,严重忽视了普通大众的体育需求,这对于营造城市的体育文化氛围非常不利。因此,应该转变我国体育城市发展的思路,充分发挥广大民众体育参与的积极性和创造性,通过体育参与形塑市民的文化认同,进而形成多元、包容的城市人文环境,这也是体育助力城市发展的可选路径。

3.4 正确处理好政府、市场和社会的关系,构建三者同向协同的推进机制

在我国体育城市建设实践中,政府往往既是规划的制定者,也是具体的实践主体,因此举办国际重大体育赛事成为大多数城市的主要选择。通过分析芝加哥大型体育赛事举办的资料,笔者发现芝加哥举办过的国际重大体育赛事其实非常有限,仅在1994年承办过足球世界杯的小组赛和1/8决赛。虽然2007年芝加哥曾申办2016年奥运会,2017年成为2026年美国足球世界杯举办的候选城市,但最终要么落选要么主动退出。芝加哥体育最具世界影响力的品牌是多家世界知名的职业体育俱乐部和芝加哥马拉松,因此芝加哥体育城市的建设是非常精明的,市场和社会成为芝加哥推动体育城市发展的基础和主体力量。如职业体育俱乐部的运营主要由商业财团自负盈亏,政府只需提供一定的公共资金支持和政策保障;马拉松赛事本身也是由非营利组织

运营,通过冠名和报名费等形式筹集资金,政府公共资金的投入并不大。因此,在我国体育城市创建过程中,建议政府量力而为,切不可为了达成体育城市建设目标而造成过重的财政负担和负债。建议:一是在职业体育俱乐部建设方面,要求做到产权清晰,经营主体自负盈亏,政府公共财政只为俱乐部承担公共服务功能的价值补偿;二是大型体育赛事活动举办应采取政府引导、社会组织运作的发展模式,利用市场化、社会化的手段去解决主要运作经费,政府只提供基本的保障。

参考文献:

- [1] 鲍明晓.北京建设国际体育中心城市的相关理论问题研究[J].上海体育学院学报,2010,34(02):4-10.
- [2] 陈林华,王跃,李荣日,等.国际体育城市评价指标体系的构建研究[J].体育科学,2014,34(06):34-41.
- [3] 王成,张鸿雁.美国体育城市的类型特征、创建成因与本土启示[J].体育科学,2015,35(10):82-89.
- [4] 吴军.大城市发展的新行动战略:消费城市[J].学术界,2014(02):82-90+307-308.
- [5] 陈林华,薛南,王跃.欧美体育城市的评价指标体系探讨[J].体育与科学,2011,32(02):18-22+37.
- [6] 王旭.芝加哥:从传统城市化典型到新型城市化典型[J].史学集刊,2009(06):84-90.
- [7] 曾葆.芝加哥公共文化建设的经验借鉴[J].特区实践与理论,2016(05):95-99.
- [8] 黄玮.空间转型和经济转型——二战后芝加哥中心区再开发[J].国外城市规划,2006(04):53-60.
- [9] 王兰,叶启明,蒋希冀.迈向全球城市区域发展的芝加哥战略规划[J].国际城市规划,2015,30(04):34-40.
- [10] 严文刚,刘志民.芝加哥马拉松赛事特征及启示[J].体育文化导刊,2018(01):52-56+121.
- [11] 钱维.美国城市转型经验及其启示[J].中国行政管理,2011(05):96-99.
- [12] [美]特里·N·克拉克,[美]理查德·劳埃德,吴军(译).生活文化设施驱动城市增长发展:一种新的范式和关联政策[J].中国名城,2016(12):4-19.
- [13] 郑志强,李向前.芝加哥公共自行车运动发展实践与启示[J].体育成人教育学报,2016,32(02):1-4.
- [14] 高畅.芝加哥千禧公园——开启芝加哥城市转型的新篇章[J].城市环境设计,2016(04):438-441.
- [15] 王成,张鸿雁.英国体育城市创建的实践、成因与启示[J].武汉体育学院学报,2015,49(06):24-30.
- [16] [美]理查德·佛罗里达.创意阶层的崛起[M].司徒爱勤,译.北京:中信出版社,2010:39-53.

(责任编辑:晏慧)