

<<城市主题文化与名牌城市战略>>

图书基本信息

书名：<<城市主题文化与名牌城市战略>>

13位ISBN编号：9787501780884

10位ISBN编号：7501780889

出版时间：2008-7

出版时间：第1版(2008年7月1日)

作者：付宝华

页数：262

字数：247000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<城市主题文化与名牌城市战略>>

内容概要

一个城市没有城市主题文化，就会千城一面；一个城市没有城市主题文化，就会遭到批判；一个城市没有城市主题文化，就会产生特色危机；一个城市没有主题文化，就无法把世界名牌城市的目标实现

。一个政府书记不懂城市主题文化，城市发展就会没有理念；一个城市市长不懂城市主题文化，城市建设就会散乱；一个规划专家不懂城市主题文化，城市规划就没有章法；一个设计专家不懂城市主题文化，城市设计的灵魂就无法体现；一个市民不懂城市主题文化，就不能用思想捍卫自己的精神家园

<<城市主题文化与名牌城市战略>>

作者简介

付宝华院长——城市主题文化创始人。

付宝华院长历经十年时间系统研究，终于把数十门不同学科整合在一起。构建出了系统的城市主题文化理论体系和城市主题文化发展战略规划设计模式，被国际、国内多家权威机构的专家和学者誉为城市主题文化学科的创始人。

2003年，

<<城市主题文化与名牌城市战略>>

书籍目录

序言第一章 中国城市化发展进程中的缺失与误区 第一节 城市发展方向的迷失 第二节 城市文化建设的误区 第三节 缺乏城市主题文化战略发展观 第四节 缺乏城市规划体制变革和理论创新 第五节 缺乏对城市生命的尊重 第六节 城市文化的价值取向与价值观第二章 城市主题文化内涵与基本原理 第一节 城市主题文化的基本概念 第二节 城市主题文化的形态与属性 第三节 城市主题文化的特征第三章 对策与措施——构建现代城市主题文化 第一节 构建城市主题文化的核心理念 第二节 城市主题文化体系架构 第三节 城市主题文化构建形式 第四节 城市主题文化政府软科学技术设计系统创新理论依据 第五节 构建城市主题文化精神 第六节 城市主题文化所产生的精神力量是抵御城市化各种危机的最重要力量第四章 城市主题文化——城市发展史上的一场革命 第一节 用城市主题文化统领城市特色文化建设 第二节 城市建设亟待建立城市特色规划机制 第三节 城市主题文化发展战略规划——应成为城市规划的母规划 第四节 突破概念性规划——创新城市主题文化发展战略规划新概念 第五节 建立城市主题文化系统工程——是构建特色城市的重要保证 第六节 城市主题文化是城市特色文化建设中的最高逻辑环节 第七节 城市主题文化让城市特色产生战略意义上的独立量变第五章 用城市主题文化营销中国城市 第六章 城市主题文化是生产城市符号的载体和平台 第七章 城市主题文化——城市化发展的高级阶段附录 西安率先在中国城市中打造城市主题文化中国国际城市主题文化设计院简介后记

<<城市主题文化与名牌城市战略>>

媒体关注与评论

一部中国城市特色文化建设的行动纲领；一部中国城市进入世界名牌城市的导航书。

成功的城市规划要有一个主题，围绕主题进行规划建设。

目前的城市建设中缺乏这个主题，没有了主题的城市就没有了灵魂。

——日本著名建筑师山本显 主题就意味着要有一个共同的概念，这个共同概念就是一种理想，所谓的理想主义就是现在的世界中没有的东西，要去寻找。

而进入21世纪，人类已经具备了追求真正“乌托邦”的条件，所以这个时候去建主题化城市就有了理念上的依托和物质上的基础。

让一个城市有一个自己的理想，一个主题，这是新世纪城市规划设计的一个崭新的课题。

——日本著名建筑师矶崎新

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>