

<<区位决定成败>>

图书基本信息

书名：<<区位决定成败>>

13位ISBN编号：9787508357102

10位ISBN编号：7508357108

出版时间：2007-8

出版时间：中国电力

作者：刘芳

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>

## <<区位决定成败>>

### 内容概要

中国人对于幸福与未来生活的憧憬一直都与居住密不可分。

伴随着社会经济的全面转型和住房体制改革，我国绝大多数城市中都发生了或正在发生着一场“居住革命”。

城市住区空间的区位变化成为“革命成果”的突出表现之一，区位几乎成为大多数居民购房时首要考虑的因素，“地段、地段，还是地段”这一地产名言由此不断得到验证。

城市住区空间的区位直接关乎城市整体空间结构的优化、城市住区开发的成败和百姓的安居乐业。

本书集中关注我国城市住区空间的区位问题，深刻探讨其内在动力机制及其与空间结果的对应关系，试图从中寻求实现城市住区空间的区位优势及未来良性发展之路。

## <<区位决定成败>>

### 作者简介

刘芳，1971年生于沈阳。

1993年获学士学位。

1993～1997年就职于沈阳规划设计研究院，其间作为主要设计人参与数项大型规划项目的设计工作。

1997年考入同济大学建筑与城市规划学院攻读硕士、博士学位。

2006年获博士学位。

现就职于上海柯斯帕尔建筑咨询有限公司。

曾编撰图书2本，发表学术论文数篇。

## &lt;&lt;区位决定成败&gt;&gt;

## 书籍目录

《地产研究系列》丛书序前言绪论 一、住区空间区位概念凸显 二、本书写作的目的——由“板块”引发的机制探讨 三、本书写作的意义——几个“有助于” 第一部分 第一章 城市住区空间区位的相关理论基础 第一节 从不同角度出发的研究 一、从需求角度出发的相关理论研究 二、从制度角度出发的相关理论研究 第二节 相关概念的界定与辨析 一、基本概念——区位 二、关于“板块” 三、关于城市住区和住区空间 四、关于市场力和行政力 五、城市住区空间区位的概念界定与内涵 六、区位选择的基本规律——区位择优律 本章小结 第二章 当前我国城市住区空间区位演化特征及其机制 第一节 当前我国城市住区发展的社会经济背景 一、全球的城市化时代与城市的全球化时代 二、社会经济全面转型与两个重要的制度背景 三、居住观念的变化与房地产业的崛起 四、“板块”现象与“板块”时代 第二节 当前我国城市住区空间区位的演化特征 一、集聚与扩散趋势并存——住区空间区位演化基本动态 二、分离与混合模式并存——功能空间构成的多元化 三、空间重构与分异并存——住区类型与人口的区位化分布 四、空间联动——住区与城市整体空间的互动演进 第三节 当前我国城市住区空间区位演化的机制 一、当前住区空间区位生成与演化的动力机制 二、当前住区空间区位演化的运作机制——行为主体的空间博弈 本章小结 第二部分 第三章 市场力与城市住区空间区位 第一节 城市住区空间区位演化中市场力的基本分析 一、市场机制的一些基本概念 二、房地产市场运行机制的基本内涵和特点 三、城市住区空间区位演化中市场力的本质涵义及其特征 四、驱动住区空间区位演化的市场力构成要素 第二节 市场力客观构成要素及其区位空间结果分析 一、价格机制 二、聚集经济 三、交通条件 四、环境状况 五、公共设施 第三节 从供给角度出发的区位决策及其空间结果分析 一、经济学的分析——追求利润最大化 二、社会学的分析——“市场势力”对住区空间的重组 三、行为学的分析——开发理念和开发模式的体现 四、生态学分析——空房链与过滤机制 五、整合性分析 第四节 从需求角度出发的区位决策及其空间结果分析 一、经济学的分析——综合费用最小化的“经济人” 二、社会学的分析——“阶级（阶层）斗争”与社会文化认同 三、行为学的分析——最大满足化的“满意人” 四、生态学分析——“生态价”与“生态场势”的相互匹配 五、投资者的区位决策分析——对资本升值潜力的预期 六、整合性分析 本章小结 第四章 行政力与城市住区空间区位 第五章 合力作用表现及其在上海的实证解析 第三部分 第六章 城市住区空间区位优化策略结语附录 附录一 STP战略——现代房地产营销的核心 附录二 调查问卷 附录三 上海市外来人口分区县分布位序 附录四（上海市）建筑密度和建筑容积率控制指标表 附录五 上海国际化社区（高档住宅区）区位分布 附录六 博弈论中经典的囚徒困境 附录七 城市居住用地政策的借鉴——以香港为例参考文献

<<区位决定成败>>

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>