

<<成都城市国际营销战略>>

图书基本信息

书名：<<成都城市国际营销战略>>

13位ISBN编号：9787509714423

10位ISBN编号：7509714427

出版时间：2010-5

出版时间：社会科学文献出版社

作者：倪鹏飞 等著

页数：313

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>

## <<成都城市国际营销战略>>

### 前言

田园城市是人类长久以来的梦想，也可以说是永恒的梦想。

古代田园城市是在当时生产力不发达的条件下社会贤人规避纷扰的现实，追求身心愉悦的一种梦想；近代田园城市是在当时机械化和电气化条件下为了解决工业化和城市化带来的环境压力与社会不公，既希望享受城市文明，又体验自然之美的一种理想愿望；现代田园城市是在当今信息化与智能化条件下，人们既享受现代文明，又回归自然的一个现实追求。

一 内涵与特征外在表象：城乡交融，即“田在城中，城在田中”的景象。

中小市镇居民点农村既能够享受到城市完善的基础设施和公共服务，又掩映在优美的田园山水环境中；而在中心都市区中，则有摩天大楼等城市标志性建筑与周围的自然风光交相辉映。

所有居民，无论居住在都市中心还是小城镇或是乡村，其工作与生活的条件都是现代化的，都能够享受到现代城市文明与服务，但同时他们的工作与生活环境又像在田园之中。

实质内涵：知识型的经济、智能化的技术、网络化的结构、生态化的环境、多元性的文化、和谐性的社会。

基本特征：诗意般的城市意象、全球化的城市功能、知识型的城市产业、网络化的城市空间、巨型化的城市规模、低碳化的城市生态、多元化的城市文化、智能化的城市设施、和谐型的城市社会。

## <<成都城市国际营销战略>>

### 内容概要

从大熊猫到金沙遗址，从变脸到川菜美食，从悠闲自得的民众心态到休闲之都宜居城市……成都作为国家城乡一体化统筹试点城市，经过6年城乡一体化建设，为成都建设世界现代田园城市打下了坚实的基础。

本报告从成都城市形象的诊断入手，重点研究了成都的城市品牌识别和品牌精髓，设计了成都的城市品牌定位体系及主题口号，同时以城市总体品牌为战略中枢，分别就旅游、投资和人居的营销及其整合路径进行了分析和规划。

## <<成都城市国际营销战略>>

### 书籍目录

引言 一 营销及城市营销的概念简述 二 成都市城市营销战略规划的必要性和意义 三 关于成都城市营销的努力 四 本规划的研究框架 五 研究方法 六 报告创新与贡献 第一章 全球时空背景下的成都定位 一 理论假设和分析框架 二 全球产业价值、分布与要素环境现状与发展趋势 三 世界城市文明发展历史及特征 四 成都城市功能分析 第二章 成都城市国际营销目标与任务 一 成都市发展愿景与发展原则 二 成都市城市营销目标 三 成都城市营销的任务 第三章 成都城市形象分析与城市品牌化战略 一 成都城市形象分析 二 成都城市品牌识别——品牌基因确认 三 成都城市品牌核心提炼 四 成都城市品牌定位 五 成都城市品牌主题口号 六 成都城市品牌视觉识别系统设计 七 成都城市品牌结构 第四章 战略营销分析与整合策略 一 成都城市旅游目的地营销策略 二 成都投资目的地与出口营销策略 三 成都宜居城市建设与人才输入策略 第五章 成都城市营销组织与管理 一 城市营销治理：成都的选择 二 成都城市营销组织的架构与职能设计 三 关于成都城市营销组织的协同策略 四 成都城市营销的控制策略 五 关于成都城市品牌监测及管理方法 第六章 成都城市营销战略行动规划 一 五大创意活动 二 成都城市国际营销五年规划

## <<成都城市国际营销战略>>

### 章节摘录

插图：从上面的介绍和分析中，我们可以看到城市文明的发展漫长而曲折，世界科技、经济、政治、文化中心一直在不断转移。

但同时我们也看到，成功的城市有其个性的特点，更有其共同的原因。

区位、科技、资本、环境、文化制度等始终是影响城市繁荣发展的关键因素。

（1）自然区位是城市繁荣发展的重要条件各个时期最繁荣的城市都具有良好的自然区位条件，自然资源丰富、区位交通便利使城市更容易获取发展的战略物资和机会，也更容易吸引人才和资本进入。目前，尽管信息化使空间地理的概念逐渐模糊，但自然区位仍然是城市发展不可模仿和替代的重要条件。

（2）科学技术是城市繁荣发展的推动力量科学技术始终推动着城市的发展，尤其是近代以来，技术革命发生过的城市都是当时最先进的城市，而大力发展科技产业的城市也往往能够迅速崛起，成为世界城市的“新贵”。

（3）资本丰裕是城市繁荣发展的必要条件城市发展始终需要有保障的物质及人力资本的投入，尤其随着科技进步的步伐加快，人力资本作为高级生产要素，其推动城市发展的作用更加突出，一个拥有雄厚人力资源基础，能够留住人才、吸引人才安居创业的城市更容易在激烈的城市竞争中脱颖而出。

（4）生态环境是城市繁荣发展的重要保证生态环境好坏往往直接影响到城市的成长甚至存亡。实践证明，生态环境良好、人与自然和谐共生的城市能够带给城市居民更佳的生产生活环境，而污染严重、环境恶化的城市往往只获得短期的经济利益而透支了自身的发展潜力，缺乏可持续发展的后劲。

（5）文化制度是城市繁荣发展的思想基石文化制度属于意识范畴，与物质生产力一同推动着城市文明的发展。

制度先进、文化开明的城市一般都是其时代最发达的城市，能够不断创新、开放包容的城市也会获得迅速的发展。

而制度落后、封闭保守的城市则通常发展缓慢，即使由于特定的资源条件或历史机遇能够取得短期的繁荣，但终究会由于自身文化制度的消极性逐渐衰落甚至消亡。

<<成都城市国际营销战略>>

编辑推荐

《成都城市国际营销战略:创造田园城市的世界标杆》：中国城市竞争力课题组案例研究系列

<<成都城市国际营销战略>>

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>