

<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

图书基本信息

书名：<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

13位ISBN编号：9787563720033

10位ISBN编号：7563720030

出版时间：2010-8

出版时间：旅游教育出版社

作者：许豫宏，王晓娜 著

页数：265

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>

<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

前言

思考再三，还是决定亲自执笔写《靖宇蓝图与中国县域未来》的序。

之所以为自己的书做序，主要是因为《吉林省靖宇县县域空间发展战略规划》饱含了我太多的心血。

因此，想把内心深处的这些感受和话语清清楚楚、完完整整地展现给读者。

说到《吉林省靖宇县县域空间发展战略规划》，首先声明的是此规划并不是笔者凭空创造，而是基于新上任的县委书记陈毅民的远见卓识。

在北京首都机场三号航站楼不期而遇的上任伊始的陈毅民书记，急迫地邀请笔者为靖宇县做一个能够充分代表他战略发展思路的施政纲领，并且希望笔者能够成为他的专家顾问，为靖宇县政府工作人员做深入细致的全程培训，以增加规划的战斗力和执行力。

说心里话，全面并成功地完成《吉林省靖宇县县域空间发展战略规划》，并在强化战略高度的同时具备落地的可操作价值，笔者的专业技术与综合能力难以达到要求，但是陈毅民书记的诚恳和通过高速发展彻底摆脱国家贫困县帽子的施政目标，感染了笔者，触动了笔者，挑战县域综合发展规划是笔者面对靖宇项目的本能反应。

一年以后，当笔者面对圆满结题的成果，觉得能够向陈毅民书记提交一份完满答卷时，反复思索靖宇县域发展综合规划的成功之处，认为主要有以下六点：一是成功地对旅游资源进行整合规划，形成面对中远程游客的高品质旅游产品；二是成功地对综合产业进行核心设计并研究运用相应的扶持政策，形成主导县域经济发展的产业支撑力；三是成功地对城市（城镇）的未来发展模式进行空间布局与走向的规范，并对重点片区的开发编制控制导则，既发挥宏观理念的指导作用，又保证微观思路的具体落实，可行性与可操作性并用；四是成功地将旅游地产的开发模式融入城市开发进程中，形成集城市化功能、旅游化环境、品质化服务、区域化门户、品牌化价值等于一体的宜居、宜业、宜游的生活方式；五是成功地将国家扶贫政策、行业优惠政策、省市扶持政策、政府富民政策捆绑运用，使多方政策集成助推靖宇县域经济高速发展；六是成功地将县域综合资源进行提升与放大，寻求在更高层面的战略定位与区域价值。

比如让靖宇县融入长白山功能区来定位自己，让靖宇县融入松花江流域发展战略来定位自己，让靖宇县融入吉林省战略发展格局来定位自己，让靖宇县融入东北东部经济发展战略板块来定位自己。

<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

内容概要

本书主要阐述了中国县域城市在我国城市发展中的战略地位和县域城市的现状和发展契机，通过对靖宇县空间规划的设计理念、整体设想、具体实体实施措施和长远布局的介绍，为我国县域城市提供一种思路和借鉴。

<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

作者简介

许豫宏，男，河南省济源人。

著名旅游学者、教授，城市战略与市场运营专家。

先后主持《天津市旅游发展总体规划》、《天津市滨海新区旅游发展规划》、《大连市沿黄渤海经济圈旅游产业发展规划》、《泰山风景名胜区旅游产业发展规划》、《镜泊湖风景名胜区旅游发展规划》等旅游产业规划两百余部；先后任浙江万象控股集团、厦门象屿集团、广东利海集团、北京博大东方置地集团、联想控股融科置地、天津天房集团等百余家企业集团的旅游地产开发专家顾问；先后担任上海市旅游营销论坛、江苏苏州太湖投资论坛、天津市旅游产业发展讲座、太平洋论坛东陇海发展战略峰会、大连市旅游产业发展讲座等40余个论坛的特邀专家。

王晓娜，女，黑龙江大庆人，青年学者。

主要研究领域为区域经济、城市产业与城市空间、区域旅游发展战略，主持、参与了20余项区域空间发展与旅游产业发展规划项目。

<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

书籍目录

引言上篇 战略谋划篇第一章 靖宇背影：一个贫困县的足迹 第一节 靖宇县概况 第二节 发展历程 第三节 发展困惑第二章 战略破局：寻找新时期靖宇定位 第一节 战略机遇 第二节 重读靖宇 第三节 战略定位 第四节 发展路径第三章 产业谋势：构建县域发展核心竞争力 第一节 产业发展背景 第二节 发展思路与目标 第三节 县域产业布局 第四节 六大产业引导第四章 保障工程：四大举措保障战略实施 第一节 近期重点工程 第二节 城市经营策略 第三节 土地利用策略 第四节 招商引资策略 下篇 规划指导篇第五章 空间布阵：构筑高效有序的城乡空间格局 第一节 城市扩张模式 第二节 城市空间结构 第三节 城市品质提升 第四节 城乡发展格局第六章 城市指导：中心区城市设计导则 第一节 总体概述 第二节 建筑形态控制导则 第三节 滨水景观设计导则 第四节 开放空间设计导则 第五节 城市街道设计导则 第六节 城市色彩设计导则 第七节 城市公共标志设计导则第七章 乡村指导：新农村规划建设导则 第一节 总体概述 第二节 农村住宅规划导则 第三节 基础设施规划导则 第四节 公共设施规划导则 第五节 景观环境规划导则第八章 重点指导：西大街北片区控制导则 第一节 总体概述 第二节 现状条件 第三节 开发定位与策略 第四节 土地利用建议 第五节 建设开发控制导则 第六节 道路系统设计导则 第七节 景观组织设计导则

<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

章节摘录

(二) 树立靖宇品牌 城市品牌作为城市的一种无形资产,是城市经济社会发展的基础,是对内创造城市凝聚力,对外创造城市辐射力和内化优质结构的核心要素,是促进城市发展的积极力量和有效方式。

城市品牌塑造的效应具体表现在增强城市的管理效应、凝聚效应、吸引效应、辐射效应和乘数效应等多方面。

应考察城市品牌拥有哪些资源禀赋,通过资源禀赋的有机整合,提炼出品牌的核心价值。

所谓核心价值是指,城市品牌拥有的能够体现情感诉求的精神与灵魂的一切本质不变的资源要素之总和。

一个城市品牌的核心价值不仅反映了这座城市在商业竞争社会存在的理由,而且代表了这座城市能够为全体社会成员带来的最大利益。

对目标受众而言则包含了自身利益最大化,对投资者则意味着投资的最大回报,城市品牌的核心价值是一个城市的灵魂。

环境、资源、文化、历史、经济和人本身都是构成和决定一个城市品牌价值的要素,这些要素结合起来凝练成了品牌的核心价值。

在城市品牌建设雷同的今天,品牌的核心价值将像人生命力个体标志一样,成为城市品牌差异化的关键,而差异性就是竞争力。

对靖宇来说,靖宇的品牌具有多元复合的特征,既有靖宇英雄文化品牌,又有长白山和矿泉水的健康品牌,因此,以“亲水靖宇,长白山城”为品牌,加大宣传力度,拓展招商空间。

通过参加或举办各种节庆活动,精心包装、提升靖宇县的知名度和美誉度,塑造良好的城市形象。

(三) 建立市场准入、保护机制 为了吸引外国投资用于旅游开发,许多国家都采取了经济激励的办法。

有效的激励需要稳定的政治经济环境,需要营造良好的投资环境,并在多方面给投资商一定的优惠和激励,让有意向参与旅游项目开发投资的中外客商感到投资风险不大,有利可图。

只有这样,才能实现旅游项目与投资资本的有机结合,达到有效筹措旅游项目建设资金的目的。

<<靖宇蓝图与中国县域未来>>

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>