

<<城市反思>>

图书基本信息

书名：<<城市反思>>

13位ISBN编号：9787802061248

10位ISBN编号：7802061245

出版时间：2005-9

出版时间：光明日报

作者：[美]苏珊[SusanPa

页数：372

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>

<<城市反思>>

内容概要

《城市反思》是中国城市问题专家和政府公务员的经营和管理指南，是全面阐述城市发展战略、城市总体定位、城市竞争力打造、城市品牌传播、城市整合营销、城市旅游资源开发、城市开发区的出路、城市家素质和城市成功招商引资通路的权威专著！

中国的城市管理者面临的问题实在是太多了，也许这一本书也无法全面给出所有的答案，本书里只是选择了一部分我感到有必要同朋友们分享的内容，例如：如何评估和分析自己城市的核心竞争力？

- ? 如何提升城市的综合竞争力？
- ? 高竞争力城市的主要特点？
- ? 为什么说现在已经进入了城市营销的时代？
- ? 城市究竟营销什么？
- 如何突破城市营销的传统思维障碍？
- 为什么城市营销的关键是价值营销？
- 什么是城市营销的关键要素？
- ? 如何来展示城市的综合实力？
- 城市营销和产业布局的关系？
- ? 城市旅游的经济发展和营销城市的关系？
- ? 如何把城市发展变为首选的世界加工基地？
- ? 如何定义文旅商一体化的问题？
- ? 为什么发展地区的服务业是城市营销的重要组成部分？
- ? 为什么发展第三产业是城市可持续发展的核动力？
- ? 营销城市如何影响城市的规划？
- ? 为什么城市营销的关键是思维定式的突破？
- ? 为什么城市必须提高其商业价值？
- 商业价值和城市营销的关系？
- ? 城市品牌定位的依据是什么？
- 城市品牌如何管理？
- ? 城市形象和市民素质如何影响到城市的成功营销？
- ? 为什么中国城市很难成功进行招商引资？
- ? 如何跳出招商等于等商的怪圈？
- 如何了解国外投资商的思维？
- ? 政府在招商引资中需要改变哪些做法？
- ? 城市营销的第一步是什么？
- 城市如何成为一个好的卖主？
- 如何理解走出去和跨国经营？
- 城市管理者需要什么样的素质？
- ? 机制和政策如何影响城市营销？
- ? 为什么解决城市的人才流失问题是当务之急？
- ? 如何面对釜底抽薪的外资企业人才策略的冲击？
- ? 如何推进城市信息化进程？
- 城市如何实现跨国资源整合？
- 如何打破封闭的山寨王式城市营销模式？
- ? 为什么没有边界的城市才最具有竞争力？
- ? 如何突破现有的开发区发展模式？
- 中国城市需要如何突破地域限制寻求买主？
- ? 为什么城市营销中最大的敌人是城市自己？

<<城市反思>>

? 知名企业和名人如何成为营销城市的核心力量？

<<城市反思>>

作者简介

苏姗博士美籍华人，华点通国际顾问咨询有限公司CEO兼总裁；世界华人协会副会长（香港）；世界华人投资基金会副主席（香港）；美国太平洋国际投资控股集团董事长（下设不同的产业基金和项目基金）；美国太平洋国际投资顾问公司董事长（拥有上百家投资银行和机构的网络）；新加坡大华银行中国投资委员会的执委；美国南卡州、北卡州、乔治亚州、佛罗里达州的中国投资委员会主席；南美洲贸易促进联盟东南亚地区投资发展委员会会长；世界华裔华人联谊会执委兼副秘书长；2008申奥专家团成员；“新北京、新奥运”最早的倡导者之一；曾为世界500强中近三分之一企业提供过顾问咨询的女策划咨询专家；对新经济、WTO、国际市场和企业家竞争力有着深刻认识及前瞻性的女经济学家；对如何营销城市和区域发展有独到见解和深入研究的权威专家；对成功招商引资和打通国际市场有特别通路的女活动家；在世界范围内演讲近二百余场拥有观众近20万人的女演讲家；出版的专著：《现代策划学》（2001）《企业家素质》（2002）《企业家的咖啡时间》（2003）策划、主编了《企业电子商务运作实务全书》（2001）。

<<城市反思>>

书籍目录

第一篇 城市竞争力城市的科学发展观中国城市经济圈的大现实关于城市竞争力的思考城市竞争力的表现要素有哪些高竞争力城市的6大特点评价城市竞争力的主要指标有哪些如何利用产业集群提升城市竞争力中国城市的竞争力比较全球化和城市竞争力再造美国高竞争力城市举例第二篇 营销城市营销的发展过程城市营销的内涵城市营销策划需要考虑哪些内容？
战略整合营销可挽救中国城市营销城市是城市的唯一出路城市营销战略框架中国城市营销的问题城市营销中的市场细分城市必须争取成为一个好卖主第三篇 城市品牌城市营销和城市品牌建设什么是城市品牌？
为什么需要品牌管理？
城市品牌管理和城市核心竞争力城市品牌的定位依据是什么？
关于城市形象的综合思考关于城市吸引力的思考城市品牌定位和传播综述城市品牌传播的成功关键如何成功地管理城市品牌？
大连城市品牌管理经验分享纽约城市品牌管理经验分享第四篇 城市旅游第五篇 城市战略和经营第六篇 城市招商引资第七篇 城市的人力资本作者苏珊博士和她的团队

<<城市反思>>

章节摘录

第一章城市竞争力之 城市的科学发展观 在中国共产党第十六次代表大会上提出城市需要有科学发展观，关于科学发展观的科研解释从如下几个方面理解：? 1?关于科学发展观? 科学发展观的本质：? 发展的本质是事物内在矛盾的转化。

以人为本的科学发展观就是人的素质的提高、人际关系的升华、人钱关系的和谐，人和地球生态的和谐等

-
- ? 实现正确的“破”与科学的“立”，争取破中求立，破立结合。
- ? 战略定位时需要考虑区域价值最大化。
- ? 区域经济正在成为中国经济发展的发动机；新格局正在形成，要考虑特色发展。
- ? 需要找到区域发展的价值支点：高附加值的人流、资金流、物流。
- ? 需要处理好结构性矛盾：消费结构、城乡结构、产品结构、产业结构等。
- ? 需要关注并解决好中国最要害的矛盾即最高层次的矛盾：工农两种生产方式、城乡二元结构的矛盾，解决好三农问题是关键。
- ? “以中为重”，中间是矛盾转化的关节点，发展中间经济，重视百姓经济，发展橄榄型的经济结构，解决经济发展中的各种矛盾。
- ? 处理好发展问题：发展的节奏需要很好地把握，快速发展不应该以牺牲环境和可持续发展为代价。
-
- ? 重视市场规律的作用：市场是发展的唯一杠杆，脱离了市场的规律就会走计划经济的老路。
- ? 市场经济的本质是劳动力变为商品、货币转化为资本；“市场经济是老百姓的经济”，竞争的本质是商业模式。

? 2?如何重新认识新城? 新城的出现：? 从19世纪末霍华德的“田园城市”，到20世纪初西方大城市的“卫星城”，再到20世纪中影响全球的“新城运动”，中国很多城市都在开展造城运动，很多新城应运而生。

20世纪，新城建设一直被认为是应对大城市快速增长，尤其是大城市蔓延增长的主要途径；经历了“卧城”、“卫星城”、“新城镇”阶段，但中国的新城建设有点赶时髦，很多不适合建新城的地区也在建设新城，结果是劳民伤财，无效而终。

? 新城建设的实践经验：? 不仅要考虑新城自身需要，还要考虑传统城市中心、乡村城镇化甚至农村村落的发展需求，加强相互之间在经济生产、城市功能、空间组织、交通运输等方面的联系。新城需要承载中心城市的很多功能，如果规划不好，会出现重复建设的问题，结果把新城变成了“死城”。

? 面对中国城市的实际问题，要不断以创造性思维谋求解答，构想新城的可能发展模式，要重视对前进中不断出现的新问题认真反思、发展研究，把新城的发展变成形成区域竞争力和提高区域价值的契机。

? 3?正确认识增长极理论? 增长极的影响：? 增长极主要通过极化效应和扩散效应影响区域经济；及对周围地区资源产生吸引力而使周围地区资源流向增长极。

北京，上海等大都市就具备了这样的影响力。

极化效应一方面迅速扩大极点的经济实力和人口规模，形成自我发展能力；另一方面会抑制周围地区经济的发展。

如果增长极推动过度，就会影响周围地区经济结构的合理布局，也会从某个方面限制临近地区的经济正常发展。

? 增长极实践：? 受增长极理论影响，许多地方政府采用“自上而下”发展增长极战略；希望通过发展主导产业带动地区发展，结果事与愿违。

增长极应该是由外向内，由下而上形成的，是市场规律发挥作用的结果。

如果完全依靠政府的强制推动，会造成扭曲和负作用。

政府大量投资并不必然实现增长极战略，尤其是主导产业的选择脱离本地比较优势和产业基础，出现与周围地区经济相割裂的“孤岛经济”或“飞地经济”后果。

<<城市反思>>

与此相反，一些地方出现了以中小企业为主的专业化企业“扎堆”现象，即产业集群，经济表现良好。

就是说区域发展应该是先有市后有场，如果先有场再生市就会违背市场的规律。

计划经济时代可以依靠场带市，但在市场经济主导的环境下，必须首先考虑市场再考虑发展规模，毕竟城市也需要买单的客户。

在中国，至少未来十年内，依靠政府力量与市场力量的有效结合是打通“通道”，实现增长极战略目标的重要保证。

? 4?关于提升城市价值? 城市价值的内涵:? 城市价值是城市在一定时期和一定区域范围内各种贡献的总和，大体为经济价值、政治价值、文化价值、社会价值，精神价值和生态价值。

? 城市价值的本质是城市作为一种特殊社会组织形态所具有的效率优势(静态角度：空间容纳效率，资源配置效率；动态角度：资源代替利用的公平性、稳定性，即可可持续发展的能力)。

? 城市价值具有战略性、长期性。

城市发展的当前状况对城市未来效率影响很大，如城市基础设施几十年都起作用、城市制度和文化的的影响更为深远。

因此，一个城市的总价值是它当前的价值和在未来各期创造价值的总和。

? 城市功能优化是提升城市价值的主要途径：一是关系结构优化，二是空间结构优化。

(如由二产主导型向三产主导型发生转变时，生产方式也会相应地向资本、技术密集型过渡)。

城市功能空间结构的优化，实际上也是城市用地结构的优化。

? 城市的运营模式：提高城市价值的关键是必须有一套独特的城市运营模式，特别是产业互动和集群发展模式，关键是商业模式的形成。

商业模式中的核心是盈利模式。

城市做为一个服务主体同时在中国也有某种经营主体的功能，就必须考虑谁来买单的大现实，就需要考虑让城市可以持续发展，持续获利的问题。

? 5?区域的商业价值的重要性? 区域发展中商业占有重要地位，商业的聚集效应，带来其他产业的升级和聚集效应，也带动了比较大型商业设施的发展。

商业是城市物质和精神文明的窗口，是提高城市的形象、品位以及表现城市文化底蕴的一个载体。

很多城市是跟城市文化联系在一起，把整个城市的物质文明、精神文明联系在一起，很多文化是通过商业窗口来表现的。

城市化不断推进的过程中，商业是提高城市竞争力的重要载体。

城市的功能有很多，但是最基本和最重要的功能是商业，有了商业这个城市才会繁荣和发展。

一个城市对整个区域经济的带动靠辐射而辐射靠商业。

从大的商贸流通业的角度来看，现在特别是商流、物流对整个城市的辐射范围是非常大的，聚集与辐射是城市功能最高表现，也是城市生命力和竞争力的集中表现。

? 随着中国加入WTO，中国的商业及零售业市场已不可避免地对外开放。

国际知名的零售巨头几乎无一例外的进入了全力跑马圈地的进程，纷纷在各大城市选择有利地形设立分场。

这些大型零售机构的进入，在对我国本土的零售业带来巨大冲击的同时，也给中国商业房地产的开发带来了诸多的利好，由于他们的介入，可以将新型社区开发中所存在的商气不足的问题得到较好的解决，从而使新型社区加速走向成熟。

麦当劳在全国抢滩设点，赚取商业经营利润的同时，其实也在将自己的企业帝国向着另一个同样丰厚的领域发展，那就是投资商业不动产，靠自己的经营能力去将这些本来就极具潜质的商业地产做活，从而分享商业增值所带来的超额价值。

商业物业走俏的同时，其实也给房地产的开发商提出了新的挑战和难题。

因为商业物业的开发，其重心早已不再是建筑结构的范畴，而更多的是涉及到了对商业的认识。也正因为如此，一些以商业地产为主攻对象的开发商也就应运而生。

<<城市反思>>

媒体关注与评论

丁海中 马鞍山市市委书记：? 在北京认识了苏珊博士并保持良好的沟通，深深为她的独特思考模式所震撼。

这本《城市反思》是浓缩的城市管理者的百科全书，我建议朋友们一定认真修读。

王庆龙 保定市委副书记： 城市的发展需要有理论思想的指导，《城市反思》就是最好的城市可持续发展指南。

? 王国刚 中国社会科学院金融研究所研究员：? 祝贺苏珊博士的新书《城市反思》出版，确实是本好书。

? 王国栋 台州市副市长： 苏珊的人品和智慧是楷模，我确实可以这样说。

《城市反思》应该是她给中国城市管理者的一份鸡年大礼，我们都应该珍惜并好好学习和思索。

王建民 永城市市委书记： 作为一个城市的领导者我非常期待有这样的一本可以启迪思维和指南的书，《城市反思》恰好是我梦寐以求的。

苏珊博士来永城后用她广博的视野和到位的见解开启了我们的心志，同时也加快了整个城市领导班子思考和变革的步伐。

? 王建鸣 湖北天门市市委书记： 苏珊博士是我们称为先生的城市专家，这本《城市反思》融入了她实践的精华内容。

? 王忠明 国务院国资委研究中心主任： 苏珊博士是个走在时代前列的智者和引路人，她的思想和见解是她多年亲身经历和思考的精炼和总结，这本《城市反思》应该成为所有公务员和干部的教科书。

?

<<城市反思>>

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>