

<<城市定位论>>

图书基本信息

书名：<<城市定位论>>

13位ISBN编号：9787564113704

10位ISBN编号：7564113707

出版时间：2008-9

出版时间：东南大学出版社

作者：张鸿雁，张登国 著

页数：340

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>

<<城市定位论>>

前言

城市社会学家卡斯特尔在《网络社会的崛起》一书中曾说过，“空间是个时间的切面”。

城市是空间要素的整合体，城市的任何发展无不是对空间关系的整合。

城市空间整合的优劣与否，取决于社会整体空间理念的选择与整合能力，而这种选择与整合是社会群体主观价值的实践过程，社会精英群体在实现这一目标时的科学性选择行为、选择能力和遵循自然发展规律性、能动性及人文精神的指向性，决定了城市空间整合的优质性。

因此，也可说城市空间形态在表现地域性的同时，更表现为一种民族文化精神和哲学价值观。

在芒福德的眼中，宋代张择端的《清明上河图》“所显示的那种质量……是充满生气的城市”，是人类城市空间与自然和谐的理想类型；传统的棋盘型城市格局加之九脊歇山的建筑形态、四合院的空间组合加上天人合一的庭院式园林，构成一幅完整的中华文化城市形态的结构空间，具有强烈的识别性、民族性和天人合一的自然属性；以几何图形为特质的建筑、廊柱文化的运用、宗教建筑空间与向往天国的城市轮廓，构建了西方传统城市空间的体系和样态。

纵观世界各国，不同的国家和不同的民族有着不同的城市形态和空间组合，这种城市形态和城市空间组合，展示着包括国家政治、价值取向、民族传统、时代主张等各要素在内，形成了多样化的丰富多彩的世界城市体系。

但是，在经济与文化全球化的今天，“世界性城市”、“城市全球化”和“全球城市化”正在席卷世界各地的城市，城市形态和空间组合正在趋同化。

<<城市定位论>>

内容概要

我们研究城市定位，是因为城市产业与就业已经成为我们生活的负担，就业半径的不合理、生产空间与居住空间的矛盾，正在困扰着城市生活，我们有时不知道城市是以生产为主还是以居住为主。

本来曾是我们居住的城市，现在看来却不大适合人居。

因此，我们要重新定位城市，让城市能够更加适合人居，让城市人的居住更舒适……人类从自然中走来，人类每时每刻不仅在利用自然，而且还在大量地消耗自然，城市是人类群体性的生活样态，是人类以群体性的方式在共同消耗自然。

城市里的生活让人类的生命在延长，城市成为人类与自然共生的一种形态。

在自然界，燕子、喜鹊、蜜蜂等创造“窝”、“巢”是自然界的组成部分。

为什么属于自然界的人类，经过社会化以后，所创造的居住体——城市，却往往与自然的发展相悖谬？

为什么人类创造自己居住的城市却是不能够完全成为自然界有机的组成部分？

人类也是从自然中走出来的群体，应该有能力创造与自然和谐共处的居住地和居住空间。

这应该是我们给城市定位的最终目的之一。

在城市全球化和全球城市化发展中，我们必须创造中华民族的城市个性，寻找城市的差异化定位，创新个性化的城市形象与文化，只有这样才能在中国城市本土化的文化发展中，创造可持续发展的城市。

本书对城市定位论——城市社会学理论视野下的可持续发展战略做了深入的研究。

<<城市定位论>>

作者简介

张鸿雁，1954年生，教授，博士，博士生导师。

现任南京大学社会学院副院长，南京大学城市科学研究中心主任。

江苏省城市现代化研究基地主任和首席专家。

1985——1988年负笈游学江南，在华东师范大学攻读先秦史博士学位，并于1988年获得博士学位。

带博士生有三个方向：一是城市发展战略；二是城市社会学；三是城市与房地产。

长期以来主要研究城市经济学、城市社会学、城市发展战略、城市文化、城市管理、企业策划与企业战略运作、企业营销管理等方面的研究。

曾开设的课程有：城市发展史、中国古代史、城市经济史、城市社会学、城市管理学、东方学、国情学、史学理论、中西文化比较研究、城市管理学、经济思想史、先秦史、社区理论、城市化与城市现代化、企业策划与企业发展战略、CIS导入与企业差异化经营、企业危机处理、区域市场营销管理等。

在《历史研究》、《史学理论研究》、《中国史研究》、《管理科学》、《史学月刊》、《城市问题》、《南方经济》、《民族研究》、《哲学与文化》（台湾）、《社会科学》、《社会科学辑刊》、《江海学刊》、《社会科学报》、《人文杂志》、《中国软科学》、《学术季刊》、《光明日报》、《学术月刊》等几十家学术刊物上发表学术研究论文150余篇，出版各种学术专著16部。

在其相关的城市研究中提出的很多新的观点与概念，如首次提出了“城市文化资本”的概念、“循环社会型城市发展模式”的概念、“中国本土化城市形态”的概念、“中国多梯度城市社会结构”的概念、“大上海国际化都市圈的差序化格局”的概念、“城市文化基因与城市文化动力因”的概念、“中国大沿海城市空间结构空洞”的概念、“中国沿海城市与内地城市的嵌入性结构关系”的概念、“制度型城市化发展模式”的概念、“中国城市社会来临与中国农民的终结”的概念等。

社会兼职：中国城市社会学学会副会长、江苏城市经济学会副会长、江苏省首批注册咨询专家。南京创意产业协会会长。

《中国名城》杂志主编。

南京城市研究院副院长、扬州历史文化名城研究院学术研究院院长。

江苏省世博会首席专家（由张鸿雁教授创意设计的江苏展馆主题《花好月圆》，经专家投票获得江苏省参展上海世博会的主题概念）。

<<城市定位论>>

书籍目录

第一章 城市本质与定位——城市重新找回自己 一、人类社会城市的存在与个性——自然属性下的多样性 (一)城市的作用在于改造人——社会加速度的“文化动力因” (二)城市作为国家机器的主体构成——是人民生活角色化的舞台 (三)城市空间的价值性与创新性定位——“去阶层化空间”的建构 二、城市社会群体理性与个人理性——真正的“风格历史” (一)城市定位理性——传统“固化型文化模式”的破解 (二)城市时尚“策源区域”——“开放适应性城市文化模式” (三)中国城市传统文化的守望者——城市“根”与“魂”的寻找与呼唤 三、城市现实价值与终极价值取向——重构人类的集体记忆 (一)城市价值与个人价值——心灵的家园 (二)城市文化积累性选择与替代性选择——城市与“蜂房” (三)从建筑物中提取经济生命来产生资本——再造人文区位的内涵与价值 第二章 城市定位的创新路径——城市原生态文化与地方性主义 一、定位的“三新主义”——城市智慧 (一)城市形态本土化的主张——新思维、新视角、新方法 (二)全球化视角下的城市定位——“城市文化资本”建构 (三)城市定位的认知与实践——“地方性主义文化”的推广 二、中国的、世界的、原生态的——城市文化意象 (一)中国城市元素与世界文化价值链高端对接——北京、上海城市如何定位 (二)梳理城市文脉——城市定位的前提：分类与创新 (三)重塑城市原生态文化——感恩与回报 三、历史、现实与未来——穿越历史时空的价值再造 (一)定位在民生为先——创造、开发社会责任型城市运营体系 (二)城市个性美与价值——“一个好的城市理论，不能代替一个城市的好理论” (三)给城市以新的生命——从“有机城市秩序”到“中式后都市主义” 第三章 嵌入性的城市定位——现实需求与理想类型 一、人是自然的造物，城市是人的造物——“城市应该是自然中的一棵树” (一)城市自然文化属性的重塑——人与城市的再自然化 (二)“拔根”与“扎根”——“城市终极人本”追求 (三)“嵌人性”的“中国式后都市主义”——“在城市中建立一种如在家中的感觉” 二、城市定位回归的困境与创新——“找回失去100年的自我” (一)寻找城市的过去——新的100年在给我们机会 (二)中国本土化城市理论体系与方法的建构——真理性探索的挑战 (三)“习古”与“赋新”——中国古典“七善文化”的城市重塑——“三、“循环社会型城市发展模式”——理想类型的永恒追求 (一)减少中国城市化的耗能——复杂城市定位的终极化解 (二)“城市哲学”——城市的创新土壤比创新能力更重要 (三)“中国式城市文艺复兴”——中国第六次“城市革命” 第四章 城市定位认知的社会前提——一个群体机遇的创造 一、中国城市时代的来临——人类史上最为壮观的历史场景 (一)城市化高速发展——城市个性的某种丧失 (二)“城市带”——在“群”的生长中创造个性 (三)大城市——人类发展史上的一个伟大奇迹 (四)准确的城市定位——创造消减城市问题的“文化动力因” 二、城市全球化的挑战——多元化地方性文化价值与多样性 (一)城市全球化理论认知——一个批判的视角 (二)全球体系结构中的城市——再造与重生 (三)全球化的城市网络——空间与城市等级 三、城市竞争的“春秋战国时代”——全球范围的“合纵”与“连横” (一)城市竞争——一个合法化的危机 (二)当代城市竞争的背景——市场性取向的需求 (三)城市竞争需要什么?——或许是定位、定位再定位 第五章 定位的文化密码解读——市场定位的借鉴 一、城市定位的理论渊源——定位论的发起 (一)城市定位的理论背景——经济与社会学的双重视角 (二)城市定位——全球化进程中的“我是谁?” (三)城市定位的核心要素与节点——服务对象、差异点和竞争者 二、城市定位的内容——多方位复合型立体创新 (一)城市空间定位——找寻空间的坐标价值 (二)城市特色定位——差异化的优势建构 (三)城市形象定位——城市美学的哲学价值 (四)城市功能定位——自己寻找的历史价值 (五)城市产业定位——世界产业价值链高端的“一环” (六)城市文化定位——“城市文化资本”的张扬 (七)城市属性定位——“自知者明，胜人者力，自胜者强” (八)城市精神定位——一个永续的动力创新 (九)城市定位内容案例——精彩纷呈 三、城市定位的原则与理论意向——灵活与智慧 (一)原则与社会事实——导向引领未来 (二)城市定位的理论基点——站在伟人的肩上，而不是跪在地上 (三)城市定位的影响基因——“城市是一种社会关系” 四、城市定位的构建战略与战术——智慧与“智典” (一)城市定位的模式——文化与基因认知 (二)城市定位的方法——一个可操作的智慧与行为 (三)城市定位的程式——科学的决策取决于科学的决策过程 第六章 城市定位的战略实施——由创意走向现实 一、城市定位与城市

<<城市定位论>>

发展战略——绘制宏伟蓝图 (一)城市定位的市民认知——走向世界的第一步 (二)城市定位的物化构想——符号与象征 (三)城市定位与营销——不能把城市完全等同于商品 二、城市定位的实践与问题——前车之鉴后事之师 (一)城市定位的实践——从全球到中国 (二)城市定位中的问题——实践与初衷的背离 (三)城市定位问题的规避——“知者见于未萌” 三、城市定位构建“城市文化资本”——一种取之不尽的资源 (一)城市定位打造城市品牌——专业与精英文化再认知 (二)城市定位构筑城市核心竞争力——“综合与特色竞争力的双重战略” (三)城市定位构建“城市文化资本”——城市永续动力因的塑造

第七章 城市定位的再认识——可持续的终极目标 一、城市定位促进城市可持续发展——自然与人文原生态的世代传承 (一)城市可持续发展的内涵——创造永续发展的动力 (二)城市可持续发展的特征——公正+美丽的城市 (三)城市定位促进城市社会发展——人与自然和谐为本 二、城市定位促进城市产业发展——城市发展命脉的把握 (一)城市定位可以明确城市主导产业——优化主次产业分配 (二)城市定位可以创造高端价值产业链——乘法效应的发挥 (三)城市定位可以提升产业集聚引力——弥合产业结构空洞 三、城市定位促进城市文化发展——塑造城市文化个性 (一)城市定位可以促进城市文化的发展——历史积淀的再辉煌 (二)城市定位可以树立城市精神——凝聚市民社会的力量 (三)城市定位可以加强城市精神文明建设——营造社会健康的精神环境

第八章 国外城市定位的经典案例分析——他山之石 可以攻玉 一、维也纳——音乐之都 (一)维也纳城市定位——音乐与品牌 (二)维也纳城市定位的支持系统——大师、金色大厅与市民素养 (三)维也纳城市定位的营销——新年春之声 (四)文化推动维也纳城市发展——文化软实力 二、威尼斯——水上之城 (一)威尼斯城市定位——浪漫与品位 (二)威尼斯城市定位的支持系统——“贡多拉”、岛与桥 (三)威尼斯城市定位的营销——明星与船会 三、戛纳——电影城市 (一)戛纳城市定位——电影艺术与度假 (二)戛纳城市定位的支持系统——滨海文化与欧洲艺术传统 (三)戛纳城市定位的营销——星光大道的价值 (四)电影城市促进城市发展——影视产业价值链 四、日内瓦——国际会议城市 (一)日内瓦城市定位——国际化特色都市 (二)日内瓦城市定位的支持系统——钟表、花园与国际机构 (三)日内瓦城市定位的营销——国际化会展产业价值链 (四)会展促进城市发展——城市特色竞争力参考书目

<<城市定位论>>

章节摘录

城市本身既区分出发展水平、规模，也表现出城市的地位与等级，在这个等级内，既说明着城市管理者阶层地位，也说明着城市在国家发展中的不同地位，更说明着城市本身的地域性价值与功能。

所谓城市作为一种机能型的结构空间，其关键点是城市在明确的区域内形成典型的地域格局和地域文化，或者说是“城市文化”和城市人文精神，这里强调的城市文化具有典型的意义上的人文指向，如“京派文化”、“海派文化”、“金陵文化”、“港派文化”等，在其鲜明的城市区域界线内，形成城市自身的生产体系、就业体系，特别是典型的文化体系，城市必然表现为某种政治文化特性的区域经济体的功能，如上海的政治与文化在其行政区域内，形成外部与内部共同认同的、有某种区域界线的“海派文化”，这种“海派文化”渗透到各个领域，如学术界的“海派文化”、艺术界的“海派文化”、生活方式与价值观念的“海派文化”等，这种文化伴随着时间的推移和上海城市经济的发展，正在以其跨地域的形式，构成一定的“海派文化”影响区，但是，无论其影响有多大，无论世界一体化程度有多深，海派文化的地域性还是有显性化界线和地域性的。

在中国还有一个比较典型的例证，就成都和重庆来讲，城市的成长都发生在“巴蜀文化”区域，但是重庆与成都在各自的城市区划内演绎着不同的文化形式，不仅有着相对差异的语言文化，即使在城市人文性格方面也有比较大的差异，每每去成都都会听到成都人述说成都与重庆的不同，而重庆人也以其特有的语言描绘成都文化与重庆的差异及文化特质。

在江苏的苏南，人们常常把苏锡常并列而谈，而熟知苏南文化的人都知道，这三个城市虽然同属苏南文化，但是在语言、习俗、行为方式、思想观念等方面还是有着明显的差异。

由此可以看出，城市作为文化载体，也是文化的模式表现。

进一步说，在明确的城市区域界线范围内，城市文化更显得具有地域性和个性，正是这样，才使城市世界的文化丰富多彩，这也是城市化在世界一体化前提下的多样性区域与城市文化的必然表现。

不同的城市在自己的范围内，演绎着不同的文化，而有的时候，区域行政界线更加强了这种显性化的区别。

但是，不同的城市所演绎的文化能力、水平和影响度是不同的。

这就需要对城市加以定位，创造城市自身发展的文化机制和“动力因”。

<<城市定位论>>

编辑推荐

《城市定位论：城市社会学理论视野下的可持续发展战略》从城市环境、城市资源、城市文化、城市历史、城市经济和城市人等的差异化形塑，寻找城市定位的策略、方法及影响因子等方面对城市进行定位。

<<城市定位论>>

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>