



中國

城市个性

ZHONG GUO CHENG SHI GE XING

钟兰枫／著



中国对外文化出版社



中國 城市个性

ZHONG GUO CHENG SHI GE XING

钟兰枫 / 著



中国国际文化出版社

中国城市个性

著 者：钟兰枫

出版者：中国国际文化出版社

CHINA INTERNATIONAL CULTURE PRESS

社 址：FLAT/RM 606 6/F

SHEK PING HOUSE

LONG PING ESTATE

YUEN LONG NT

开 本：787 × 1092 1/16

印 张：11.5

字 数：209 千字

版 次：2011 年 3 月 第 1 版

印 次：2011 年 3 月 第 1 次印刷

印 数：10000 册

书 号：ISBN 978-988-19691-8-7

定 价：46.00 元

版权所有 · 侵权必究



多年来，阅城市无数……

在我看来，城市犹如一个生命体，她应该有着鲜活的灵魂，应该有着独特的个性……

一座美丽的城市，就是一首悠扬的歌，她有着自己的语言和符号，她随处激荡着自己的灵魂，散发着自己的独特的魅力，给人以遐想和情思……

海滨之恋·恋海居

我梦境中的魅力城市

水文化，是生活品质的再现、是精致生活的格调、是人情脉脉的深处、是一张柔美的诗笺……

居在水一方，是所有热爱生活的人一种希冀，我向往生活在那美丽的海滨城。城里有说不完的故事，故事本身自然就成了滨城人引以为豪的“城市文化资本”。古语云：“不能诗，无以言志”。生活的感悟告诉我说“依海·思归”……

恋海而居，是我梦境中的记忆和向往，记忆的浪花中曾多次被自己的记忆所感动。“上善若水”这是千年流淌的古训，也是对“在水一方”的品位生活的追求，智者的感悟，仁者的认同。梦境中的滨城以诗韵为尚，诗的美韵、诗的画意、诗的情感、诗的生活……

多年来，我一直都在默默的感悟，在寻寻觅觅中，梦想着依海而居的高雅，寻找着“柔美之风”的生活之居。海的无际是滨城的“诗风”，海浪的起伏是滨城的“诗雅”。伴着海风，我一路走来，淡居海岸边，诗风颂滨城……

每当能临海以思，便会从心底顿然感知那种已然的舒静伟岸，似可酿就淡而净、雅而幽、善而诚的诗意生活，观海而吟，伴浪而居，真可谓增加了生活的自然与韵致，添了人的风情，又显现了生活的价值，更可以在淡泊中飞扬思想，这就是我情寄滨城的缘由所在吧！

海，让我感知到平静的生活是灵魂的一种内在力量，因为心的居住，就是家的居处。

涓涓浪花，

我临海而居……

清风拂面，

我踏着海浪回家……



General Preface

总序

没有思想和个性的城市犹如没有灵魂的人。城市特色既是城市竞争力内涵的组成部分,又是城市竞争力外延的表现形式,在某种程度上决定着城市的兴衰。研究如何挖掘和营造城市特色、保护和培育城市特色、解决全球化对城市特色的冲击、强化城市特色对于城市现代化的良性影响作用,不但可以有效的解决当前我国地方政府经营城市过程中的种种“短视行为”,而且也是我国地方政府推动城市综合竞争力良性的、可持续发展的重要课题。

业界数年的调查和考证发现中国很多城市的一个共性:城市定位模糊不清,这可能是很多城市在发展中都会存在却又被忽视的问题。推介自己的城市时,大家都会谈经济发展如何、有什么工业区、有什么科技园……一大堆城市头衔,想在一瞬间向对方展示出所有的一切,特色太多,反而失去了特色。

城市就像原生物,从一个城市的历史中自然形成,都为一个城市所独有。尽管在全球化的过程中我们的城市正在变得同质化,一步步走向雷同,但是透过簇新的外表,仍能发现那些固有的特征还在城市的土壤中生长着,并顽强地活下去。

一个城市的形象,就是它的个性的外化,是它的精神气质的表现,是一个地域特质的审美,不是单纯的景观,或者一种文化,近年来在如火如荼的城市发展过程中,肆意的破坏荡平了城市的历史和记忆,我们忽视了城市的文化责任,忽视了城市的建筑风格,不顾城市的历史、文化、环境,直接从别的城市寻找现成的模板复制,就这样,越来越多的新兴城市成为了某些城市的复制品,完全没有了自己的风格和特性。

我国城市建设的任务还很艰巨，要走的路还很长，我们需要认真的总结和反思，历史给了我们一个千载难逢的良好机遇，让我们认真整理一下城市文化和城市形象，建设一个有我们自己文化、习俗特色的城市，假使我们抓住了这些城市个性的基本元素，即使我们的城市建设既成的雷同和平庸已经难以彻底改变，但是我们应该吸取教训，改正错误，千方百计地守住与发扬城市的独有个性与形象。

城市应该靠特色创造差异，也靠个性创造自身的竞争优势，我们在抱怨自己城市大同小异的同时，却忽略了城市的差异性是可以发掘的，城市的魅力也是可以再造的。我们可以进行系统而周密的城市策划，挖掘出城市的差异性，从而找到城市之间不同的市场细分，从而制定行之有效的城市建设及其发展方案，从而推动城市的现代化进程。囿于时间和水平，本书的瑕疵和错误在所难免，诚请各位读者雅正，以便在今后再版过程中改进。

钟兰枫 2010 年 10 月

Preface

前言

城市定位是城市的性质、历史、功能、声誉的无形总和，同时也是目标受众对城市产生的清晰、明确的印象和美好的联想，从而在观众的心目中占领一个独特的位置。城市定位最根本的是要抓住城市本身所独具的特性，例如：城市的产业特点、城市的自然资源特点、历史文化特点等方面，赋予城市最深刻的内涵，对城市的未来发展方向、目标市场进行确定的过程。

所谓城市定位，就是城市核心价值观的提炼，使其具有区别于其他城市品牌的不可替代的个性和特色，它是建设整个城市品牌的基础。城市定位准确与否，直接决定了城市品牌能否有效的执行品牌功能，向消费者传递出正确的信息，最终获得品牌溢价。在目前，我国城市品牌的初创阶段，有些城市品牌定位不当，致使与最终目标相偏离，所以，正确的城市定位对城市的发展起着至关重要的作用。

城市定位强调以最终能够提高城市的竞争能力、促进城市的快速发展为目的。是城市为了实现最大化的收益，根据自身条件、竞争环境、消费需求等的动态变化，确定自身各方面发展的目标、占有的空间、扮演的角色、竞争的位置等。涉及的方面非常宽泛和综合，从城市主导产业、区域功能、城市职能的选择，到城市形象（外在和内在）、城市规模（人口、用地等）、经济地位和水平等的确定，是对城市发展的各方面系统的、全方位的定位，力求从整体的角度提高城市“综合竞争力”。所谓城市的个性，就是本城市所具有的别的城市无法替代性模仿、或者模仿成本极高的品牌资源，可以是独特的自然资源，历史沉淀的遗产，独具

特色的文化、态度与价值观，产业结构优势等，即强调形成城市“核心竞争力”。城市的“综合竞争力”和“核心竞争力”是对城市竞争力不同层面的解释。综合竞争力强调“整体”的竞争能力；核心竞争力强调“不可替代”的竞争能力，要围绕几项具有独特优势的、又能适应外部竞争的核心能力团结协作，这样才能扬长避短、使城市与其他竞争者形成差异。而具有“核心竞争力”的城市必然会形成更强的“综合竞争力”。

钟兰枫 2010 年 10 月

Content

目录

第一章 中国城市个性危机

现代国际城市网络体系是一个以大吃小、以快吃慢的竞争场域，只有不断发展壮大、快速蜕变的城市才能赢得竞争的胜利。

第一节 中国城市时代的来临	2
第二节 竞争下的城市危机	7
第三节 全球化进程中的“我是谁”	12
第四节 综合与特色竞争力的双重战略	14

第二章 香港——亚洲国际都会

香港成了华人社会中最富足、最繁荣和最自由的城市，她通过不断打拼和奋斗，终于成为一颗耀眼的东方之珠。同为中国的土地和中国人，东方之珠何以呈现另类的斑斓与绚丽，这正是值得我们所深思的问题。

第一节 个性香港	24
第二节 亚洲国际都会	36
第三节 营销香港	40
第四节 案例点评	44

第三章 澳门——博彩之都

由于澳门独特的地理位置和历史背景，所以澳门文化是有深厚传统内涵的中华文化和以葡萄牙文化为特质的西方文化共存的并行文化，是一种以中华文化为主、兼容葡萄牙文化的具有多元化色彩的共融文化。

第一节 个性澳门	50
第二节 博彩之都	57
第三节 案例点评	65

第四章 青岛——帆船之都

尽管青岛是一个典型的移民城市，但地处齐鲁大地，或多或少融入了齐鲁文化的一些特性，充分体现了山东人的优秀品格：忠厚、认真、直率、诚实、热情，这种性格贯注到城市中，就变成了最珍贵的道德力量，青岛人正是以这种精神创造了许多奇迹，包括青岛的名牌现象。

第一节 青岛特色	68
第二节 世界帆船之都	75
第三节 青岛城市营销	85
第四节 案例观点	91

第五章 哈尔滨——冰城

哈尔滨是一个既古老又年轻的浪漫都市，有着与松花江一样源远流长的历史，也有着许多美丽的传说、迷人的风景、浪漫的情怀和多元的文化。她是黑土与白雪的结合，冰与火的交响，诗与画的凝聚，情与景的交融，是

欧陆风情与地域文化碰撞出来的一个崭新的城市文明。一座城市应当有活的灵魂，应当给人以活力、激情、发展和创新。

第一节 特色哈尔滨	94
第二节 冰城	99
第三节 案例点评	104

第六章 拉萨——高原圣城

拉萨是西藏自治区的首府，是这个世界上最具特色、最富魅力的城市之一。这不仅因为它海拔 3650 米的高度令初来者感到晕眩，还因为它 1300 多年的历史留下的文化遗迹以及宗教氛围所带给人们的震撼。

第一节 圣城拉萨	106
第二节 高原圣城	113
第三节 案例观点	119

第七章 烟台——葡萄酒城

比起青岛，烟台不够繁华、不够前卫、不够都市化。但青岛因太具魅力而吸引了太多的异乡人，她的海岸路比烟台更长、更美、也更拥挤，夹在操着各地方言的人群中，再好的风光也无法观赏，再悦耳的涛声也无法倾听。而烟台是恰到好处的，旅游大巴载着南方的客人来，不会将街道挤得不堪。游人象回归大海的鱼，不但能快速地融入环境，不必费力就能品出差异和情趣。烟台是温和的男性城市。

第一节 特色烟台	122
第二节 葡萄酒城	128
第三节 案例点评	134

第八章 大连——浪漫之都

大连是个名副其实的移民城市，各种文化的交流与交融在这里都有着直接的体现，这赋予了大连更多的、生动的人文气息。

从某种角度上看，如今的大连可以说是辽宁乃至东北地区极具包容性的城市之一。

第一节 大连魅力	138
第二节 浪漫之都	142
第三节 大连城市营销——旅游业持续高速发展奥秘	148
第四节 案例观点	157

第九章 杭州——世界休闲之都

人们慢慢地在杭州的发展中，通过一个个新生的美学符号，读懂了一种充满张力之美的城市。

第一节 美丽杭州	160
第二节 世界休闲之都	164
第三节 杭州城市营销	170
第四节 案例观点	174

第一章

中国城市个性危机

内容导读

现代国际城市网络体系是一个以大吃小、以快吃慢的竞争场域，只有不断发展壮大、快速蜕变的城市才能赢得竞争的胜利。

第一节 中国城市时代的来临

中国正在走进城市时代，正在面临着城市社会的来临。可以毫不夸张地说，中国城市社会的来临是人类历史上最为壮观的历史场景，整个国家的结构将会发生巨大的变迁，一个全新的社会将会诞生。

从茫茫的荒野中走进城市，人类社会掀开了崭新的一页，这就是人类社会最伟大的进步。城市是一个有机复合体，是人类所创造的最美妙、最复杂、最高级、最丰富多彩的产物，城市可以被看做是一个故事，一个反映人群关系的图示，一个整体分散并存的空间，一个物质作用的领域，一个相关决策的系列或者一个充满矛盾的领域。而这些暗喻包括很多有价值的内容：历史的延续、稳定的平衡、运行的效率、有能力的决策和管理与最大限度的相互作用，甚至政治斗争的过程。某些角色会从不同的角度成为这个运转过程的决定性因素，如政治领导人、家庭和种族、主要投资者、交通技术人员、决策精英、革命阶层等等。

也有人说，城市是一个坐落在有限空间地区内的各种经济市场——住房、劳动力、土地、运输等等——相互交织在一起的网状系统；城市既是一个景观、一片经济空间、一种人口密度、也是一个生活中心和劳动中心，更具体点说，也是一种气氛、一种特征或者一个灵魂。美国哈佛大学的马丁·梅尔森教授认为：“自有史以来，不同的观察家会从不同的角度来观察都市——有的视之为权威的地方，有的则视之为一个市场；有的视之为邪恶的地方，有的则视之为人类文化真正的基础；有的视之为价值和安定的瓦解者，有的则视之为人类精神和其他价值永存

不朽的地方；有的视之为混乱的地方，有的则视之为有活力的地方；在当今世界工业国家里，有的人视都市为趋于没落的地方——交通堵塞、财政的缺乏、人口及经济流向市郊；而别的人，包括我自己，则视之为永远具有吸引力的地方。”

城市的重要性毋庸置疑，城市的出现是区域社会发展中最关键的一步。在这个发展过程中，区域的各种资源，不光是经济和政治方面，而且还有社会和文化方面的，都成倍地增加，更有效地得到开发利用，效率也越来越高。列宁也说过：

“在现代各个国家甚至在俄国，城市的发展要比乡村迅速的多，城市是经济、政治和人民的精神生活中心，是前进的主动动力。”

在未来的社会里，城市将决定整个地球的命运。1996年联合国伊斯坦布尔宣言指出：“城镇是文明的中心，他们带来了经济的发展和社、文化、精神及科学的进步。”芒福德也曾指出：“城市最早是作为一个神祇的家园，一个代表永恒的价值和显示神力的地方。城市最终的任务是促进人们自觉地参加宇宙和历史的进程。城市，通过它自身发杂和持久的结构，城市大大地扩大了人们解释这些进程的能力，并积极参加来发展这些进程，以便城市舞台上演的每台戏剧，都具有最高程度的思想上的光辉，明确的目标和爱的色彩。体内各种感情上的交流，理性上的传递和技术上的精通熟练，尤其是通过激动人心的表演，从而扩大生活的各个方面的范围，这一直是历史上城市的最高职责。它将成为城市连续存在的主要理由。”在可预见的未来社会，城市将会发挥更大的功能，城市将成为世界发展的载体，发达国家离不开城市，发展中国家更需要依靠城市。据估测，当城市化发展到相应的高度时，中国的城市数量会向美国一样多，将达到两万多个。未来的时代必将是一个城市的时代，是一个城市占主角的时代。

新的城市时代，我们将面对一个变化多端、丰富多彩的世界、全球经济一体化进程加速；城市网络化、信息化迅速发展，改变着城市社会的组织，重构着城市人的生活观念，对社会经济活动产生广泛而深刻的影响；人与自然的关系到重新审视，开始重视人与自然的和谐，和谐共生的理念为城市发展的核心价值诉求。伴随着城市时代的来临，将会出现新的城市观、新的和谐观、新的技术观、

新的生活观和新的文化观。

面对城市时代的来临，我们需要树立新的城市理念。需要新的时空延展体系和背景下重新审视城市，并对城市的功能、定位进行重新界定。城市不再是建筑物和简单的堆积与聚合，而是世界发展的一个载体，是社会生活的舞台，是一个以人为主体的社会有机体，具有自己的城市精神和城市意识。中国的城市将朝着市民社会的方向发展，市民将成为国民的主体，当然中国距离真正意义上的市民社会还很遥远，还有很漫长的路要走。

城市时代的来临，将进一步加剧城市之间的竞争，城市的可持续发展已成为各城市发展战略的核心内容。如何确立准确的城市定位、如何构建城市的核心竞争力、如何挖掘城市精神内涵、如何营销城市个性形象是摆在所有城市面前的重大课题。

城市化是一个具体的历史过程，它是由经济活动和精神活动在城市中心集中和一体化的客观必然性引起的。美国学者沃特·赫希在《城市经济学》中指出：“城市化是指从以人口稀疏并相当均匀遍布空间、劳动强度很大且个人分散为特征的农村经济，转变成为具有基本对立特征的城市经济的变化过程。城市经济的特征是密度大，商品和服务生产专业化，在家庭、企业和政府之间以及每种群体内部存在着紧密的相互依赖性，以及高水平的技术、革新和企业管理。”国际学术界一般接受的是霍普·提斯代尔·埃尔迪吉在1942年提出的概念：“城市化是一个人口集中的过程。包括两个方面：一是集中地点数量的增加，二是集中规模的扩大。这个过程是在一定时间范围内将分散的人口重新组合为集中居住一种模式。”

城市化进程的加速发展可以从城市化增长率和城市化率看出。“从城市化增长率来看，1800年时，世界城市化水平为3%，经过50年，增至7%，平均每年增长0.08%；而在1850-1900年期间，平均每年增长0.14%，增速开始加快；从1900-1950年，增速升为年均0.29%；从1950-1970年，增速再升为年均0.46%；而从1970-1990年，增速进一步上升到年均0.63%；到本世纪末，世界城市化发展速度可达每年增长一个百分点的大关。从城市化率来看，1950年，全世界城市