

■ 北方民族大学学术文库

C 中心城市营销

Central Cities Marketing

——宁夏沿黄城市带中心城市定位与营销战略研究

杨保军 王金云◎著



黄河出版传媒集团
阳光出版社

杨保军

宁夏贺兰人，兰州商学院企业管理专业毕业，教授。现任北方民族大学商学院副院长。



多年来致力于市场营销、管理学等学科的教学与科研工作，提出的“竞争营销论”在学术界有一定影响。主持国家自然科学基金课题一项、省部级课题三项。出版学术著作《差距—市场导向的战略营销管理》（经济科学出版社）、《营销竞争力》（清华大学出版社）等五种。在《经济管理》《商业研究》等核心期刊发表论文三十余篇，作品多次获奖。



王金云

宁夏平罗人，1969年生，西安交通大学管理科学与工程专业硕士毕业，副教授。现任北方民族大学商学院实验室主任。多年来一

直从事电子商务专业的教学与科研工作，主要研究方向为电子商务及企业信息化。曾先后参与国家级科研项目两项、省部级科研项目两项，主持宁夏高等学校科研项目一项，校级科研项目两项。在专业学术期刊上发表论文十余篇，出版教材《采购管理》（电子工业出版社）一部。

■ 北方民族大学学术文库

C中心城市营销

Central Cities Marketing

——宁夏沿黄城市带中心城市定位与营销战略研究

杨保军 王金云◎著



黄河出版传媒集团
阳光出版社

图书在版编目(CIP)数据

中心城市营销：宁夏沿黄城市带中心城市定位与营销战略
研究 / 杨保军，王金云著.— 银川：阳光出版社，2011.11
ISBN 978-7-80620-981-3

I. ①中… II. ①杨… ②王… III. ①城市管理—市场
营销学—研究—宁夏 IV. ①F299.274.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 230491 号

中心城市营销——宁夏沿黄城市带中心城市定位与营销战略研究 杨宝军 王金云 著

责任编辑 景 岚 施 娜
装帧设计 关海涛
责任印制 郭迅生

黄河出版传媒集团 出版发行
阳光出版社

地 址 银川市北京东路 139 号出版大厦(750001)

网 址 <http://www.yrpubm.com>

网上书店 <http://www.hh-book.com>

电子信箱 yangguang@yrpubm.com

邮购电话 0951-5044614

经 销 全国新华书店

印刷装订 宁夏精捷彩色印务有限公司

印刷委托书号 (宁)0008523

开本 720mm × 980mm 1/16

印张 19.75

字数 340 千

版次 2011 年 11 月第 1 版

印次 2011 年 11 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-80620-981-3/F·15

定价 38.00 元

版权所有 翻印必究

序



Central Cities Marketing

社会发展总会给城市留下深深的烙印，从而在不同的时期表现出不同的内容和特点。农业时代的城市发展缓慢，规模相对较小，城市和农村存在着天然的联系。中国古代有田园诗歌、有边塞诗歌，却唯独没有城市诗歌，城市不能离开农村而独立存在，正如刘易斯·芒福德所言：“从生态上说，城市与农村是一个整体，谁也离不开谁。如果谁能离开而独立生存下来的话，那是农村，不是城市；是农民，不是自治城镇的公民。”工业革命改变了农业时代城市空间结构、生活方式和人口流动方向，小农经济社会的田园生活淹没在现代机器的轰鸣声中，城市飞速驶向了未知世界，但带来了一系列的城市问题。人们摸索前行，希冀找到一个有效的解决路径。但是，历史并不总是清晰的，城市总是一个问题叠着一个问题向前发展，工业化、城市化、全球化催生着一个又一个大城市、特大城市的诞生。

诗人郭沫若有一首诗叫《天上的街市》：“远远的街灯明



了，好像是闪着无数的明星。天上的明星现了，好像是点着无数的街灯。我想那缥缈的空中，定然有美丽的街市。街市上陈列的一些物品，定然是世上没有的珍奇……”诗歌反映了人们对美好城市的向往。在人们不断被卷入城市生活的时候，总是带着美丽的梦想，他们渴望着成功，渴望着美好生活，但是城市能提供吗？许多人在设想现代城市的发展方向，许多政府在规划现代城市的未来，他们希望城市留给人们的是美好的一面，更希望良好的城市形象能够带来更多的游客、更多的城市投资，于是一个新的理论便产生了，这就是城市营销。

人们总是渴望诗意地栖居在大地上，城市营销同样期望城市顾客诗意地栖居在城市中。在此基础上，探索城市化背景下城市营销概念、规律、研究框架，并以战略营销的视角来分析当前城市定位、城市营销战略模型成为本书要解决的首要问题。其次，城市群是现代城市发展的重要现象，深入探索城市群背景下城市营销的规律和特点，并结合实际进行分析是本书的第二大任务。宁夏沿黄城市带是新兴的城市群，沿黄城市带战略规划的提出为宁夏在新一轮西部大开发的发展重点指明了方向，深入宁夏沿黄城市实践，以第一手资料分析宁夏沿黄城市带战略模式成为本书的重点内容，其主要创新价值在以下五个方面。

一是对城市营销理论进行梳理，主要解决以下重要的理论问题：立足城市化的背景，清楚界定城市营销与营销城市的内涵，分析城市营销与企业营销的区别；分析城市营销理论的背景；深入阐释城市营销核心概念和内涵。

二是对城市营销理论导向进行较为全面的分析，提出了市场导向下城市营销的研究思路。从城市营销管理理论发展来



看，城市营销管理基于竞争导向和顾客导向，并实现了超越，形成以市场为导向的营销新理念。

三是城市群是现代城市发展的重要趋势，建构在城市群基础上的城市营销必须走合作营销的道路。宁夏沿黄城市带是新兴的城市群，从历史、文化以及经济发展的角度考察沿黄城市带发展的特点，深入分析城市群定位，对于宁夏沿黄城市带的战略发展方向具有重要的指导意义。

四是提出城市营销管理研究框架。我们认为，城市营销就是在城市营销竞争情报的支持下，不断培育企业的城市营销资源、城市营销能力与城市营销执行力的管理过程。由此，城市营销资源、城市营销能力、城市营销情报和城市营销执行构成城市营销分析框架，由此形成城市营销组合理论。我们提出的城市营销组合理论，将会成为城市营销者分析城市顾客信息，制定城市营销战略的重要分析工具。

五是在今天的竞争时代，每一个城市都希望通过城市营销找出自己的发展思路，展示自己的城市形象，但是，欠缺系统的城市营销体系总是使城市营销工作走不出自我宣传的窠臼。本书通过对宁夏沿黄城市带中心城市的系统深入的分析，利用已经构建的城市营销分析模式，试图找出宁夏沿黄城市带中心城市的城市营销战略思路，构建城市品牌，推广城市形象，为相关城市政府的决策者提供系统的城市营销政策思路。

城市化对于中国来说是如此迅猛，每一个城市都抵挡不住城市化大潮的冲击。城市化背景下我们要做些什么，城市营销也许是重要的一环。对于日益全球化的中国和世界市场来说，城市营销仅仅是开始，正如丘吉尔的一句名言所说，“现在还远未结束，甚至连结束的开始都不是，只是初始阶段暂告一段落”。对



于大量尚处于二三线的中国城市来说，渴望发展，渴望成功，渴望为人所知。虽然有着丰富的城市营销资源，但是没有前沿的城市营销思维和理念指导城市的品牌建设、城市形象的传播、城市资源的推广。作为研究城市营销的我们，有责任去推广、传播城市营销理论，以期为城市政府的决策提供一些有用的参考。今天，城市营销面临着许多问题，但无论问题有多复杂，有一些规律性的东西是我们必须了解的，也许这就是本书的宗旨吧。

是为序。

目 录

Central Cities Marketing



第一章 导论

001

第一节 聚落与城市起源/001

第二节 城市化的历史考察/004

第三节 城市化进程的新阶段——城市群(带)/009

第四节 城市化的困境与城市营销/015

第五节 本书的结构安排/023

第二章 城市化背景下的城市营销研究视角

026

第一节 城市营销发展历程/026

第二节 城市营销的概念辨析/028

第三节 城市营销理论研究的视角/031

第四节 城市营销理论研究的启示与不足/036



第三章 宁夏沿黄城市带中心城市历史与发展现状

042

第一节 中心城市在城市化中的作用/042

第二节 宁夏沿黄城市带发展的区域背景/045

第三节 宁夏沿黄城市带中心城市地理与历史背景分析/050

第四节 宁夏沿黄城市带中心城市当前发展现状分析/056

第四章 宁夏沿黄城市带中心城市定位分析

066

第一节 城市定位：从一个城市案例说起/066

第二节 城市定位的理论内涵/069

第三节 城市定位的核心要素/071

第四节 城市定位方法/076

第五节 城市带背景下的中心城市定位原则/080

第六节 宁夏沿黄城市带发展的差距与优势/083

第七节 宁夏沿黄城市带中心城市定位分析/091

第五章 市场导向的城市营销战略模型的构建与应用

100

第一节 从城市自我导向到市场导向的价值演变/100

第二节 城市营销的目标分析/104

第三节 影响城市营销的主导因素/106

第四节 市场导向的城市营销模型/113

第五节 第三方城市营销模型的构建与应用/116

**第六章 中心城市营销资源体系构建与整合**

126

第一节 城市营销资源分析/126

第二节 城市产品资源/130

第三节 城市文化资源/132

第四节 城市形象资源/137

第五节 城市品牌资源/147

第六节 宁夏沿黄城市带营销资源体系的构建：以银川市为例/154

第七章 动态环境下城市营销能力体系的构建与应用

160

第一节 城市营销能力理论起源与演进/160

第二节 城市营销能力结构模型的建构/163

第三节 城市营销能力结构模型的运用/168

第四节 宁夏沿黄城市带中心城市营销能力的培育/176

第八章 中心城市营销情报系统的价值与应用

183

第一节 城市营销情报的理论溯源/183

第二节 城市营销情报系统构建/189

第三节 宁夏沿黄城市带中心城市营销情报系统的应用/196

第九章 中心城市营销执行体系与应用

200

第一节 城市营销执行的理论溯源/200

第二节 城市营销执行：经典案例分析/204

第三节 城市营销执行的价值分析/207



第四节 城市营销执行存在的问题及原因分析/210

第五节 城市营销执行体系的构建/211

第六节 宁夏沿黄城市带中心城市营销执行体系的应用/219

第十章 宁夏沿黄城市带中心城市营销战略分析

226

第一节 银川市城市营销战略分析/226

第二节 石嘴山市城市营销战略分析/245

第三节 吴忠市城市营销战略分析/259

第四节 中卫市城市营销战略分析/269

第十一章 宁夏沿黄城市带品牌构建与传播

278

第一节 宁夏沿黄城市带品牌的构建/278

第二节 宁夏沿黄城市带品牌体系设计/289

第三节 宁夏沿黄城市带品牌传播策略/294

参考文献/301

后记/306

第一章 导论

在中国文人时不时表现出对田园牧歌式生活向往的时候，作为西方文明重要标志的大都市正在迅速向我们走来。城市化、都市化正在以难以估量的影响力主导着我们的生活。鸡犬之声相闻，老死不相往来的初民社会景象早已离我们远去，现代人正生活在这样的图景中：他们簇拥在拥挤的中心城市里，导演着一场又一场盛大的文明聚会，周边的次级城市和乡村正在源源不断地接受着来自中心城市的现代文明和习惯。城市化正在以不可阻挡的趋势自西而东席卷世界的同时，也衍生出一个个问题，这些问题也就成为我们必须解决的课题。

第一节 聚落与城市起源

城市的发展和世界的城市化是现代文明的重要现象，深刻地影响着现代人的生活。但我们对城市生活的性质和城市化的过程知之甚少。尽管在当代已经有众多领域的学者试图给城市下一个定义，并用自己学科的理论来解释，但似乎很难找到一个大家共同接受的定义。美国城市学理论家刘易斯·芒福德指出：“人类用了5000多年的时间，才对城市的本质和演变过程获得了一个局部的认识，也许要用更长的时间才能完全弄清它那些尚未被认识的潜在特性。”^①

由于城市融合着历史、社会、文化等众多因素，国内外学者从不同角度对此作出了几十种不同的释义，至今难以统一。因此，必须从考古学的

^①[美]刘易斯·芒福德：《城市发展史——起源、演变和前景》，倪文彦、宋俊岭译，中国建筑工业出版社，1989。



“聚落形态”角度来寻找城市的起源，来理解城市的定义。

聚落是人类各种形式的聚居地的总称。它不单是房屋建筑的集合体，还包括与居住直接有关的其他生活设施和生产设施。“聚落形态”一词来自于考古学，是指“一群人的文化活动与社会机构在地面上的分布方式。这个形态包含了所有三个系统，文化的、社会的与生态的，并提供了它们之间关系的记录”^①。在这里，生态系统反映了人们对环境的适应和资源的利用，文化系统指人们的日常行为，社会系统则是指各类组织性的群体、机构和制度。聚落形态的概念最早在美国应用于考古遗存的研究，进入20世纪80年代，受到西方考古学理论的影响，聚落形态理论在中国理论界开始大量使用。中国社会科学院王巍认为，考古学的聚落形态研究就是为了解过去人们的社会关系等问题，而对考古发掘获得的与过去人类的居住有关的遗存进行的研究^②。从已有的文献看出，聚落形态对揭示城市起源有重要价值。

历史与考古学文献证明，人类社会是从自治村落向集中城市发展的，社会结构也经历了从游群向城市发展的聚落形态演变。在史前时代，人类经济生活简单，居住地大多是非定居的，聚落形态是非固定的、流动的，考古学家称为“游群”。在农业社会，为了维护有限和局部资源造成相邻群体的竞争，形成了早期以近亲氏族为核心的农业村落形态，形成了“聚”。美国考古学家肯特·弗兰纳利确立了两种居住类型：圆形房屋住宅和较大的方形房屋组成的真正的村落^③。随着一个区域里社会的复杂化，村落逐渐由小村落过渡到大村落，若干近亲氏族集合为部落，这是母系氏族社会组织最大的血缘集团。部落由若干近亲氏族组成，他们的聚居体便是由若干“聚”组成的综合体，称之为“邑”。经济和社会的发展，村落逐步集聚，使一些起管辖和再分配作用的聚落“邑”成为重要的政治和经济中心，由此形成酋邦阶段。弗兰纳利指出，近东的酋邦一般表现为二到三个聚落层

^①[美]欧文·劳斯(Irving Rouse)著：《考古学中的聚落形态》，潘艳、陈洪波译，陈淳校，《南方文物》，2007年第3期。

^②王巍：《聚落形态研究与中华文明探源》，《文物》，2006年第5期。

^③陈淳：《聚落形态与城市起源研究》，《阅读城市：作为一种生活方式的都市生活》，上海三联出版社，2007年，第196~213页。



次的等级，而早期国家的聚落层次至少有四个等级：城市、镇、大村落和小村落^①。由此，城市聚落形态在人类社会逐步形成。

《史记·五帝纪》：“舜一年而所居成聚，二年成邑，三年成都。”这句话暗含了中国城市起源的线索。纵观城市发展史，“城”和“市”最早是两个不同的概念，而且也是先后产生于不同时期的经济范畴。“城”先于“市”产生，最早的城是在原始社会末期氏族部落聚居的基础上发展起来的。城在中国古汉语中是指一定地域内的居民用作防卫而围起的墙垣，是一种防御性的堡垒，也可称城垣、城堡、城池、城郭。1980年出版的《辞海》(缩印本)释“城”云：“旧时在都邑四周用作防御的墙垣。一般有两重：里面的称城，外面的称郭。”城最早的功能是军事和政治方面的，即军事中心与政治中心。《墨子·七患》曰：“食者，国之宝也。兵者，国之爪也。城者，所以自守也。此三者国之具也。”这反映出当时对城池政治作用的重视。中国古代城的起源和产生，据文献记载始于夏禹的父亲鲧，“鲧筑城以卫君，造郭以守民，此城郭之始也”。“市”属于经济范畴。根据现有的材料可知，其起源相对于“城”要晚一些。所谓最早的“市”是聚集货物进行以物换物的买卖交易和集中做买卖交易的场所。《说文》云：“市者，买卖所之也。”《易·系辞》云：“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所。”从城市的发展和市场的经济功能来看，市是为了节约交易费用而产生的，由于城市的集聚使交易成本下降，商品买卖便产生了可能。

现代考古学研究表明，我国“城”的起源最早可以追溯到仰韶文化时期^②。伴随着经济和社会的发展，在与市的结合中出现了古代城市。张全明认为，城市，作为社会生产力发展到一定历史阶段的产物，它从萌芽到形成，即城与市有机地结合为真正意义上的城市诞生，在历史上主要经历了三个阶段：第一，乡村式城堡阶段；第二，城、市分离阶段；第三，城、市结合一体化阶段。比较准确的概括了古代城市的起源^③。以上我们探讨了城市的

①陈淳：《聚落形态与城市起源研究》，《阅读城市：作为一种生活方式的都市生活》，上海三联出版社，2007年，第196~213页。

②徐丽珍：《论中国古代城市的起源与形成》，《吉林广播电视大学学报》，2006年第1期。

③张全明：《论中国古代城市形成的三个阶段》，《华中师范大学学报》(人文社会科学版)，1998年第1期。



起源。显然，作为一种重要的经济社会现象，无论是古代还是现代城市都对人们产生了重要影响。

由此，我们认为，城市是一种依一定的生产方式和生活方式组合起来的聚落形态。伴随着市场的发展，不断增长的人口将在市场的推动下向城市集中，从而形成了不同层次的政治、经济、文化、交通中心，推动了人类文明的进步和现代社会的发展。

第二节 城市化的历史考察

对现代城市的研究必然要与城市化联系在一起。一般认为，城市化是指人口向城市地区集中，城市规模扩大，城市数量增加，城市生活方式、组织体制和价值观念向农村地区传播的过程。城市化既是人们生活方式变化的原因，又是其变化的结果^①。从人口学意义上说城市化是指居住在一个特定规模的地区的居民在总人口中的比例。而从社会学意义上说城市化则是人们生活方式变迁的原因，也是其结果。要分析城市化的内涵必须考察中西方城市化的历史。

西方城市化的历史开始于公元前3000年美索不达米亚河谷地带发展起来的城邦，包括意瑞都、厄尔等城市。由于近东地区一系列的农业发展使城市发展成为可能。这些城市一般都具有防卫或宗教性特征。随着历史的发展，雅典王国、罗马帝国推进了西方城市的繁荣与衰落。公元11世纪和12世纪，地中海贸易增长，促进了威尼斯、热那亚和比萨等城市的发展。此后，欧洲兴起了一系列城市，如公元1000年的君士坦丁堡，人口为45万人；公元1400年的巴黎，人口为27.5万人；公元1700年的伦敦，人口为55万人。随着18世纪欧洲产业革命的开始，工业化的兴起和发展，城市化进程速度迅速加快。在公元2世纪还只有3万人的伦敦，随着产业革命的发展，其人口猛增至100万人；1700年，只有不到百分之二的英国居民在城市里生活，到1900年，大多数英国人都成了城里人。农业和交通的发展、新大陆的发现和新商路的开通，最重要的是生产力的提高，都为这一时期城市化

^①袁方：《社会学百科辞典》，中国广播电视出版社，1990年，第331页。



的发展奠定了基础。吴良镛教授认为,城市人口是随着城市的发展而逐步增长的,直到1800年,世界城市人口仅占总人口的5.1%(另一说法是说3%)^①,如表 1-1所示。

表 1-1 世界人口城市化率的推移

年份	先进工业国(%)	发展中国家(%)	全世界(%)
1800	7.3	4.3	5.1(或 3)
1825	8.2	4.3	5.4
1850	11.4	4.4	6.3
1875	17.2	5.0	8.8
1900	26.1	6.5	13.3
1925	39.9	9.3	20.5
1950	52.5	16.7	29.0
1975	67.5	28.0	39.3
2000	78.5	43.5	51.3

注:以城市人口占总人口的百分率计算。

当西欧城市化进程发展了很长时间之后,美国还是一个乡村国家。在1860年~1920年间,美国城市化进程发展迅速,实现了高度城市化。1860年,其城市人口不到20%,到2000年其城市人口占总人口的比重达到77%。从时间来划分,美国的城市化大致可以分成3个阶段。第一阶段在19世纪之前。这段时期,美国的城市基本上是大西洋沿岸的一些港口城市,它们都是由宗主国和其他欧洲殖民者建立的,比如波士顿这样的城市。第二阶段是在整个19世纪。这段时期,主要是东北部城市化的加速和西部、南部城市化的开始。内战的结束使南方也走上了工业化的道路,进一步加快了南方城市化的步伐。第三阶段是指城市化较早的地区向郊区拓展,郊区化使城市发展步入了新时期。美国的城市化是随着工业化的开始而开始的,并适应了工业化发展的需要。工业化的高度发展带来了农业生产技术的革命。促使农业剩余劳动力大量向城市迁移,从而促进了美国城市的发展。

美国著名学者诺瑟姆针对世界城市化的发展趋势,提出了诺瑟姆曲线(见图 1-1)^②。他把一个国家和地区的城镇人口占总人口比重的变化过程概

^①吴良镛:《城乡建设若干问题的思考》,北京城市学院学报,2007年第3期。

^②周一星:《城市地理学》,商务印书馆,1995年。