



定位 决定成败

D I N G W E I C H E N G B A I




NLIC2970827167

中国城市定位经济理论与实践

主 编◎李佐军

副主编◎杨晓东 魏云 张同升



 中共中央党校出版社
The Central Party School Publishing House

北京市社会科学界联合会重点出版资助

定位 决定成败

DINGWEIJUEDINGCHENGBAI

中国城市定位经济理论与实践

主 编◎李佐军

副主编◎杨晓东 魏云 张同升



NLIC2970827167

 中共中央党校出版社
The Central Party School Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

定位决定成败——中国城市定位经济理论与实践/
李佐军主编. —北京: 中共中央党校出版社, 2012. 7
ISBN 978-7-5035-4752-2

I. 定… II. 李… III. 城市经济—经济发展—研究—
中国 IV. F299. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 119298 号

定位决定成败——中国城市定位经济理论与实践

责任编辑 楚双志
版式设计 李 灵
责任校对 马 晶
责任印制 王洪霞

出版发行 中共中央党校出版社
(北京市海淀区大有庄 100 号)

邮 编 100091

网 址 www.dxcbs.net

电 话 (010) 62805800 (办公室) (010) 62805818 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 北京四季青印刷厂

字 数 320 千字

版 次 2012 年 7 月第 1 版 2012 年 7 月第 1 次印刷

开 本 700 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 18.25

定 价 38.00 元

版权所有·侵权必究

如有印装质量问题, 请与本社发行部联系

主 编：李佐军

副主编：杨晓东 魏 云 张同升

编委会成员（按姓氏笔画排序）：

王 炜 王茂军 田启宽

田惠敏 乔为国 刘英奎

李 佳 杨 凡 张佑林

张荣齐 张振宇 张晓锐

张新海 林 文 郑 国

郭红莲 赵 海 徐勤贤

梁洁波

序

李佐军

城市定位是一个紧迫的时代课题。改革开放以来,中国的城市化取得了长足的进展,城市化率从1978年的19.99%上升到2011年的51.27%,一大批大中小城市相继崛起。但是,在中国城市化快速推进的同时,由于缺乏科学的城市定位,许多城市陷入没有特色、重复建设、产业同构、恶性竞争的陷阱,由此造成了目前国内城市“千城一面”的状态。有的城市不是没有定位,关于城市定位的说法甚至很多,但往往存在如下问题:一是定位没有经过严格的论证和检验,随意性很大,换一个领导就换一种说法;二是定位逻辑混乱,层次不清,将各种不同类型和层面的定位混在一起,分不清主次;三是定位与规划中的重点任务和措施往往是“两张皮”,没有将定位贯彻落实到各项工作中。这种状况急需通过科学的城市定位予以解决。

“定位决定成败”。定位就是明确城市未来的发展方向和重点,它是城市走向未来的指路明灯;是发挥优势、避开劣势的手段;是抓住机遇、迎接挑战的抓手;是形成效率和效益的源泉;是推进科学发展的必然选择;是塑造区域品牌的利器;是实现错位发展、避免恶性竞争的途径;是提高城市领导力和执行力的关键。有的人喜欢强调“细节决定成败”,但细节决定成败是有前提的,只有在定位正确的情况下,细节才有可能部分地决定成败;如果定位错了,则细节做得越好,在错误的道路上就走得越远。所以,一定是先定位决定成败,然后才有可能细节决定成败。

邓小平说过,“科技是第一生产力”,人类历史上每一次重大的技术革命都会带来经济的巨大发展和社会的巨大进步。本书要说的是,定位也是第一生产力,因为好的定位能确定正确的发展方向,使人们少走弯路,减少浪费,能带来巨大的效益。反之,不好的定位,则会带来巨大的浪费和损失。从经济学理论来看,定位就是根据自身比较优势明确专业化分工,而按照斯密理论专业化分工是效率的源泉,效率提高是国民财富增长的源泉,故定位是第一生产力能经得起严格的理论检验。

定位是一个完整的体系,是分层次的。第一个层次的定位是总体定

位。一个城市的总体定位往往可以用一个词来概括，如北京的总体定位为“中国特色世界城市”，成都的总体定位为“世界现代田园城市”等；第二个层次的定位为功能定位。一个城市的功能定位可分为经济功能定位、政治功能定位、文化功能定位、生态环境功能定位和制度创新功能定位等几个方面；第三个层次的定位为主导产业定位。它是经济功能定位的具体化，一个城市一定要明确几个鲜明的主导产业，其他产业可作为支撑产业和配套产业等；第四个层次的定位是重大项目定位。它是主导产业定位的具体化，重大项目往往是带动性强、辐射力大的龙头性项目；第五个层次的定位是空间布局定位。上述五个层次的定位一定要落实到一个城市的各个区县、乡镇和功能区，明确每个区域的特色定位，以形成分工协作、错位发展的格局；第六个层次的定位是品牌形象定位。一个城市要有自己独特的品牌形象，如城市精神、宣传口号、标识和节庆活动等；第七个层次的定位是发展模式定位。发展模式一方面要体现本地的特色和优势，另一方面要尽可能反映一些规律性特征；第八个层次的定位是运行机制定位。通过运行机制设计将一个城市各个主体的责权利关系理清楚，让每个主体各得其所、分工协作，朝着前面的定位方向前进。

定位需要做全方位的研究。要做好一个城市的定位并不简单，不是随便找几个概念就可以的，而是需要利用“外脑”，站在云端俯瞰这个城市，站在全球分工协作体系中寻找城市的最佳方向。搞好城市定位至少需要做以下方面的研究：研究这个城市的历史、现状和问题；研究其比较优势和劣势；研究其面临的外部机遇和挑战；研究其面临的竞争格局；研究其发展阶段；研究与其相似地区的发展经验教训；研究全球产业分工协作状态；研究其主导产业的演变趋势；研究相关国家政策的状况等。

定位需要理论支撑。城市定位研究一方面需要分工理论、区位理论、区域经济理论、博弈论、信息经济学、新制度经济学等的指导，另一方面需要“人本发展理论”的分析方法的指导。在上述理论的指导下，本书尝试性地提出了“定位经济理论”。这是一个全新的理论领域，需要我们运用经济学基本分析方法，对城市定位所涉及的基本问题进行深入的理论探讨，本书只是开了一个头。

定位需要实践检验。一个好的城市定位需要体现城市特色、发挥城市比较优势，需要着眼未来、面向全球，需要简洁实用、操作性强。唯一性、统领性、国际性、长远性和可操作性是评价城市定位好坏的标准，要同时符合这些标准并非易事。城市定位应避免陷入如下误区：千篇一律、毫无特色；过于超前、不切实际；目光短浅、摇摆不定；模糊不清、空洞

无物；缺乏层次、相互冲突等。城市定位落到实处还需要组织、社会发展等方面的一系列措施来保障。

本书旨在揭示城市定位的内涵，分析城市定位的重大意义，提出城市定位经济理论，剖析城市定位的框架内容，提出城市定位的评价标准，指出城市定位的误区，明确城市定位的依据和保障措施，分析城市定位的案例，提出城市定位的操作性对策，为各级城市做好定位规划提供切实的参考和指导。

本书酝酿了好几年，是一群对城市定位和城乡创新发展具有浓厚兴趣的中青年博士向城市定位决策者献出的一份厚礼。本书由北京城乡创新发展博士研究会组织编写，作者队伍来自各部委、各高校、各科研院所，其特点是：学历高，大多具有博士学位；专业广，横跨经济学、管理学、社会学、法学等多个专业；经验多，大多参加了多年实际工作，在城市规划、政策研究等领域积累了丰富的经验。

本书得到国务院发展研究中心研究员刘锋博士，北京市委社会工委书记宋贵伦，北京市社会科学界联合会党组书记史秋秋，学会管理部主任王彦京等专家、领导的大力支持和帮助，在此表示谢意。

同时，在本书的编写过程中，李佳、梁洁波、张晓锐也进行了大量工作，在此一并表示感谢！

本书只是我们对城市定位的初步探讨，错误之处在所难免，敬请读者批评指正。

本书由北京市社会科学界联合会资助出版，特此致谢！

2012年4月5日

(本序作者系国务院发展研究中心资源与环境政策研究所副所长、
人本发展理论创立者)

目

录

上篇 定位经济理论

1

第一章 定位是什么

- 一 城市定位就是挖掘城市的主题灵魂，确定城市的发展方向 / 6
- 二 城市定位具有独特性 / 10
- 三 城市定位需要六个方面的结合 / 15
- 四 城市定位在现实中具有不同的表现 / 19

2

第二章 定位经济理论

- 一 定位经济理论简介 / 24
- 二 定位经济的概念模型 / 25
- 三 定位经济的性质特点 / 27
- 四 定位的多重效用 / 29
- 五 定位经济理论的相关理论渊源述评 / 30

3

第三章 定位的评价

- 一 定位的原则 / 54
- 二 定位的评价标准 / 56
- 三 定位的评价指标体系 / 58
- 四 定位的误区 / 60
- 五 对若干定位案例的评价 / 63

4

第四章 定位的依据

- 一 历史现状是定位的依据 / 70
- 二 外部环境是定位的依据 / 73
- 三 内部条件是定位的依据 / 75
- 四 竞争格局是定位的依据 / 77
- 五 他处经验是定位的依据 / 79

5

第五章 定位的保障

- 一 思想和制度保障措施 / 84
- 二 资源和要素保障措施 / 86
- 三 社会发展保障措施 / 96
- 四 外部保障措施 / 100

下篇 八大定位体系

6

第六章 总体定位

- 一 我国一些区域和城市正在纷纷确定适合自身发展的总体定位 / 111
- 二 国内外一些总体定位做得好的城市的经验值得借鉴 / 113
- 三 需要吸取一些城市总体定位没确定好的教训 / 116
- 四 需要理解总体定位的意义、内涵和外延 / 118
- 五 确定一个符合城市发展需求的总体定位需要解决的若干问题 / 120

7

第七章 功能定位

- 一 功能定位的作用 / 126
- 二 功能定位的内容 / 127
- 三 功能定位的确定：以京津冀都市经济区为例 / 134
- 四 做好城市功能定位应该注意的几个问题 / 136

8

第八章 产业定位

- 一 认识产业定位 / 141
- 二 产业定位的经典案例 / 150
- 三 产业定位的确定方法 / 152

9

第九章 项目定位

- 一 认识项目定位 / 169
- 二 项目定位的经典案例 / 174
- 三 项目定位的确定方法 / 178
- 四 定位项目的管理 / 185

10

第十章 空间定位

- 一 空间定位的含义及意义 / 190
- 二 空间定位的经典案例 / 192
- 三 空间定位的内容和方法 / 194

11

第十一章 品牌形象定位

- 一 品牌形象定位的意义 / 213
- 二 基于地方文脉的城市总体形象定位（案例） / 215
- 三 构建城市形象识别系统 / 224
- 四 城市品牌形象定位应注意的几个问题 / 237

12

第十二章 发展模式定位

- 一 探讨发展模式的思路 / 241
- 二 城市经济发展的典型模式 / 245
- 三 发展模式定位的依据 / 251
- 四 确定发展模式需要注意的几个问题 / 254

13

第十三章 运行机制定位

- 一 运行机制的特点 / 259
- 二 四类运行机制缺一不可 / 259

附：写作团队主要成员主持的有关城市定位规划
课题目录 / 271

参考文献 / 272

上 篇

定位经济理论

第一章 定位是什么

从明确定位的角度理解，城市定位是确定城市在区域发展中的位置、明确城市发展方向、挖掘城市主题灵魂、塑造城市品牌形象，最终实现区域专业化分工的过程。

本章重点：

- ☞ 什么是城市定位
- ☞ 城市定位有哪些鲜明特征
- ☞ 如何进行城市定位
- ☞ 为什么各类主体都要进行定位
- ☞ 城市定位在现实中有哪些表现

□所谓定位，就是令你的企业和产品与众不同，形成核心竞争力；对受众而言，即鲜明地建立品牌，即要让你的品牌在顾客大脑中占据一个有价值的位置。

——〔美〕阿尔·里斯和杰克·特劳特

□定位就是对公司的供应品和形象进行设计，从而使其在目标顾客心目中占有一个独特的位置的行动。

——〔美〕菲利普·科特勒

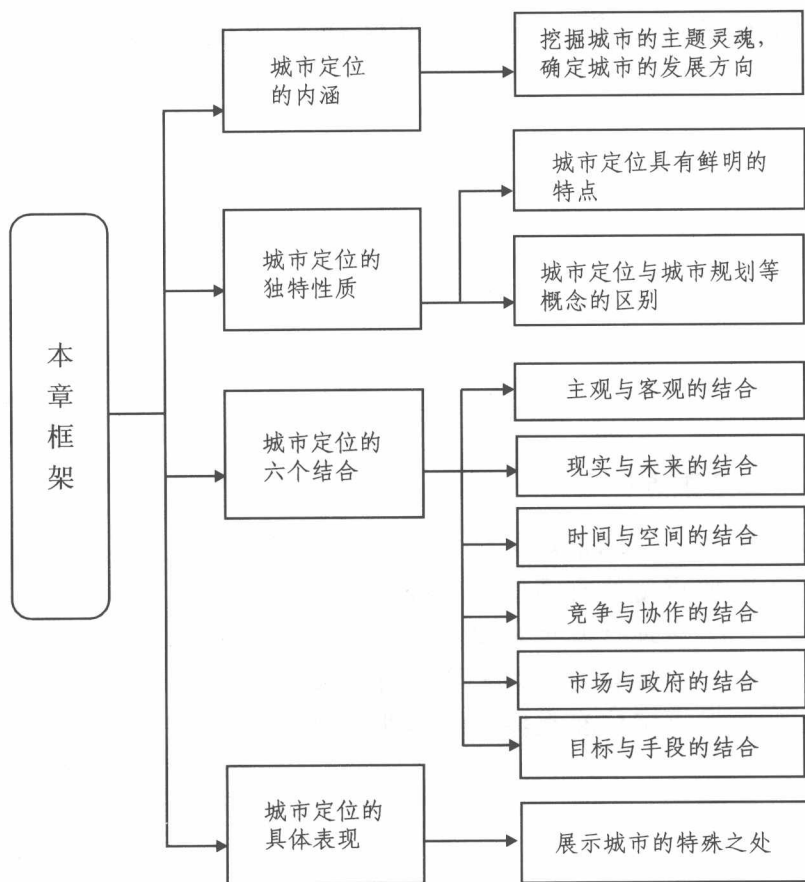


图 1—1 本章框架图

“定位”(Positioning)这一概念源于广告学,是由著名的美国营销专家阿尔·里斯(AlRies)与杰克·特劳特(Jack Trout)于20世纪70年代早期提出来的。他们认为:“定位从产品开始,可以是一件商品、一项服务、一家公司、一个机构,甚至于是一个人,也许可能是你自己。但定位并不是要你对产品做什么事。定位是你对未来的潜在顾客心智所下的功夫,也就是把产品定位在你未来潜在顾客的心中。”

本书认为,定位是为群体中的特定对象确定最佳的专业化角色、发展方向和行动路径。

然而,本书中所讲的“定位”,并非是指企业或产品的市场定位,而是专门针对特定区域(大到一个国家、一个城市,小到一个乡镇、一个园区)如何进行发展定位的问题。

自20世纪90年代以来,经济的一体化和全球化突飞猛进,使城市的作用变得日益突出。与此同时,随着中国城镇化发展战略的确立,中国的城镇化进程显著加快,城镇化水平不断提高,城镇数量和规模日益增加。

背景资料

中国城镇化进入快速发展阶段

自1996年中国城镇化率突破30%以后,城镇化水平呈现快速增长趋势。2007年底,我国城镇人口5.94亿人,城镇化水平44.9%,比1982年的21.1%提高了23.8个百分点,25年间年均提高0.95个百分点。2000—2007年年均提高1.24个百分点,明显高于1979—2000年年均提高0.82个百分点的水平。预计未来10—15年,随着城市人口基数扩大,增速会略有下降,但仍将保持年均提高约1.0个百分点的增长速度。从世界城市化进程看,一个国家的城市化水平超过30%,年均递增超过0.4%,即可认为进入快速发展阶段,由此可判断中国已经进入了城市化的“快车道”。

根据建设部门统计,从1978—2005年,在全国城市总数从193个增加到661个同时,城市等级规模也发生了巨大变化。特大城市从13个增加到54个,大城市从27个增加到85个,中等城市从59个增加到226个,小城市从115个发展到296个。建制镇的数量也从1993年的12948个增加到2002年的20601个,之后则逐步稳定在2万个左右,2006年为19369个。

——张同升:《快速城镇化发展过程中的城镇规划问题》,《城市发展研究》2009,16(8)。