

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

 年度报告
Annual Report

China City Marketing Development Report (2017)
Cities' Responsibility in National Brand Strategy

中国城市营销发展报告

——国家品牌战略的城市担当

刘彦平 主 编

许 峰 钱明辉
赵 峥 何春晖 副主编

2017

中国社会科学出版社



中国社会科学院创新工程学术出版资助项目



年度报告
Annual Report

China City Marketing Development Report (2017)
Cities' Responsibility in National Brand Strategy

中国城市营销发展报告

——国家品牌战略的城市担当

刘彦平 主 编
许 峰 钱明辉
赵 峥 何春晖 副主编



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国城市营销发展报告. 2017: 国家品牌战略的城市担当 / 刘彦平主编.
—北京: 中国社会科学出版社, 2018. 1

(中国城市营销丛书)

ISBN 978 - 7 - 5203 - 1246 - 2

I. ①中… II. ①刘… III. ①城市市场—市场营销学—
研究报告—中国—2017 IV. ①F723. 81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 261018 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 喻 苗
责任校对 赵雪姣
责任印制 王 超

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2018 年 1 月第 1 版
印 次 2018 年 1 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 29.75
字 数 503 千字
定 价 118.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

中国城市营销发展报告（2017）课题组

顾问 杜志雄 何德旭 郭国庆 肖金成 倪鹏飞 丁俊杰
李校堃 应树德 皮·奥夫·伯格 金元浦 王诚庆
刘志明 张英伟 陈岱 范红 连漪 李峥嵘
泽波·瑞尼斯特

研究合作 温州大学产学融城战略研究院
中国人民大学中国市场营销研究中心
浙江大学经济与文化研究中心

数据支持 中国社会科学院城市与竞争力指数数据库
中青华云大数据平台

主编 刘彦平

副主编 许峰 钱明辉 赵峥 何春晖

核心成员（排名不分先后）

周凯 [瑞典] 艾玛 马聪玲 庄德林 郝胜宇
方涛 黄江松 王京红 易炜 谭昆智 徐振强
许峰 钱明辉 赵峥 何春晖 张巍巍 刘新鑫
沈涵 王恒 王林生 隋欣 牛天 李泽锋
项辉 [意] 诺韦尔托·穆尼斯·马丁内斯 王玉玺
胡纯 王明康 石俊 李帅帅 陈露丹 张刘卓
刘彦平 李玮珩 杨喻涵 徐志轩 林雪娇 牛文霞
罗欢

中国社会科学院财经战略研究院简介

中国社会科学院财经战略研究院（National Academy of Economic Strategy, CASS）简称“财经院”，成立于1978年6月。其前身为中国社会科学院经济研究所财政金融研究组和商业研究组。初称“中国社会科学院财贸物资经济研究所”。1994年，更名为“中国社会科学院财贸经济研究所”。2003年，更名为“中国社会科学院财政与贸易经济研究所”。2011年12月29日，作为中国社会科学院实施哲学社会科学创新工程的一个重大举措，也是在创新工程后成立的首批跨学科、综合性、创新型学术思想库和新型研究机构，以财政与贸易经济研究所为基础，组建综合性、创新型国家财经战略研究机构——财经战略研究院，并从此改用现名。

著名经济学家刘明夫、张卓元、杨圣明、刘溶沧、江小涓、裴长洪、高培勇、何德旭先后担任所长。现任院长为何德旭教授，党委书记为杜志雄教授。

作为中国社会科学院直属的研究机构，自成立以来，财经院与祖国的改革开放事业共同成长，始终以天下为己任，奋进在时代前列。几代财经院人，不辱使命，在中国经济社会发展进程中的几乎每一个环节，都留下了自己的印记。经过30多年的努力，今天的财经院已经发展成为拥有财政经济、贸易经济和服务经济等主干学科板块、覆盖多个经济学科领域的中国财经科学的学术重镇。

主要合作研究机构简介

中国社会科学院城市与竞争力研究中心

中国社会科学院城市与竞争力研究中心是 2010 年 4 月 26 日成立的院级非实体研究机构。中心组织国内外各界相关研究人员，开展城市竞争力、房地产等相关领域的学术研究，发表相关的研究论文，出版专著和研究报告；组织中心学者进行国际学术访问；组织国内外相关领域的专家、城市管理者及各界人士召开城市竞争力国际论坛及相关学术会议；接受研究生实习、学者学术访问、培养学以致用用的学术和管理人才。中心是中国城市百人论坛的秘书处，在协同国内城市与房地产学科的研究和交流方面发挥着重要的作用。

中心现任主任倪鹏飞教授（博士生导师，著名城市经济学家）关于中国城市竞争力的研究曾荣获“孙冶方经济科学奖”，主持中国住房发展的研究获得国家社科基金重大招标项目支持。中国城市竞争力报告、中国住房发展报告等研究成果，已成为中国社会科学院重要的学术品牌，在国内外产生了广泛的影响，也为中央和地方的政府相关决策提供了参考。

中心组织和联合全世界的城市竞争力研究专家，成立全球城市竞争力项目组，联合国人居署、世界银行集团及世界著名城市学者开展相关领域的科研合作，发表全球城市研究报告，举办城市竞争力国际论坛，扩大了中国社会科学院在相关学术领域的话语权和影响力。

中国人民大学中国市场营销研究中心

中国人民大学中国市场营销研究中心于 1995 年 6 月经原国家教委批准成立，是中国市场营销研究、推广、交流和应用的权威机构。现任主任是中国人民大学博士生导师郭国庆教授（中国市场营销学泰斗，全国政协第八、第九、第十届委员，第十一届全国人大代表）。中国人民大学中

国市场营销研究中心是中国商业史学会副会长单位、国际营销科学与信息技术大会主席单位。中国人民大学中国市场营销研究中心自成立以来一直在国家层面推动营销的发展，1995 年推动“营销”首次写入“九五”规划纲要；2016 年参与起草首个国家品牌战略文件并开展文件政策解读。中心已经与美国市场营销学会（AMA）、新加坡营销学会等国际著名学术机构达成了长期合作意向，与《亚洲营销学报》（*Asian Journal of Marketing*）、《管理世界》等多个国内外学术期刊建立战略伙伴关系，致力于打造能在多点和多层面上精准把握中国市场营销核心课题和中国品牌发展战略要素的专业公共智库。

温州大学产学融城战略研究院

温州大学产学融城战略研究院由温州大学、加拿大（温哥华）温州商会和世界温州人投资联盟有限公司共同发起，并于 2017 年 6 月 16 日正式成立。研究院围绕优化温州空间格局、提升温州产业能级和塑造温州城市形象展开研究，重点关注构建温州创新创业生态系统的路径，努力为推进温州产业、科教、金融与城市功能的深度融合，进而打造温州转型发展的新优势提供决策支持。研究院聚焦“引进来”战略，让世界关注温州，协助引进国际先进的科技、教育和文化资源，实施本土化融合创新，为温州的城市建设和转型发展提供助力；聚焦“走出去”战略，让温州走向世界。发挥“东方犹太人”的创业创新优势，把本地的资本、知识产权和商业模式，借由“一带一路”倡议及行动走向全球。研究院现任院长李校堃教授是教育部“长江学者”特聘教授、博士生导师，现任温州大学校长，国家基因工程药物工程研究中心首席科学家，教育部生物反应器与药物科学开发工程研究中心首席科学家，曾荣获国家科技进步奖一等奖、二等奖及其他奖项多项。研究院下设行政支持机构及学科研究中心若干，正在开展广泛的国际、国内合作，努力将自身建设成为具有较高学术影响力和社会影响力的新型智库。

中青华云大数据机构

中青华云系共青团中央批准成立，管理和技术团队以外企高管和清华博士组成，目前有员工 230 余名，拥有互联网、人工智能、大数据等领域的高端人才。公司以 SaaS 模式为客户提供服务，以大数据为底层分析平

台。拥有自主研发的云计算采集技术、网络信息智能分析技术以及基于深度学习的自然语义理解平台，配备了分布于国内外的 2000 余台服务器，结合深度人工服务和深度分析团队，打造了一支国内专业的互联网信息监测、大数据服务团队和资深分析师团队。多年来，为各级政府及企事业单位提供舆情、数据分析产品与服务，其全范围、高时效性的舆情监测能力和专业的舆情报告及建言，也多次得到高层领导的高度评价。中青华云服务客户包括中央网信办、国家卫计委、中央政法委、团中央、山西省人民政府、河北省人民政府、浙江省委宣传部、浙江省公安厅、浙江省政法委等，商业客户有奥美、蓝色光标、OMP 集团、中国石油、中国交建、中民投等。全资子公司宁波中青华云新媒体科技有限公司被列入浙江省大数据应用示范企业（第一批），承担共青团全团互联网信息综合平台（包括共青团中央 App）、卫计委健康中国平台、国家网信办互联网上报反馈平台等重大项目的建设。

主要编著者简介

刘彦平 中国人民大学管理学博士，中国社会科学院金融学博士后，美国明尼苏达大学访问学者。中国社会科学院财经战略研究院城市与房地产经济研究室副主任、副研究员。兼中国人民大学中国市场营销研究中心副主任、教授，温州大学产学研城战略研究院副院长，中国社会科学院旅游研究中心特约研究员，首都科技发展战略研究院特约研究员，清华大学国家形象传播研究中心智库专家，中国城市经济学会理事，北京旅游学会理事，北京国信品牌评价科学研究院理事等。出版专著及研究报告十余部，主持、参与国家级科研课题及地方政府委托课题多项，发表学术论文40多篇。主要致力于城市营销、城市品牌及城市治理等方面的研究。

许 峰 北京大学经济学博士，芬兰赫尔辛基商学院博士后，加拿大政府研究专项奖获得者，美国南卡罗来纳大学访问学者，入选国家首批旅游业青年专家培养计划，获评山东省旅游业中青年专家。担任中国区域科学协会理事、山东省旅游行业协会会长助理、山东省服务业标准化技术委员会委员、山东省旅游商品专家委员会委员、山东省森林风景旅游资源评价委员会委员、山东省比较管理研究会理事，山东省旅游景区检查员。现为山东大学管理学院旅游管理系副主任、副教授，昌吉学院经济管理系副主任（第九批中央和国家机关、央企援疆干部）。主要研究领域为旅游开发与规划、城市与区域经济、战略管理与营销、品牌经济与管理等。承担和参与国家及省部级以上科研项目十余项，在《中国软科学》《财贸经济》《旅游学刊》《中国文化产业评论》《旅游科学》《体育学刊》等发表学术论著60余篇，完成近30项服务社会 and 地方的研究课题，获颁第11届孙冶方经济科学著作奖、第5届海峡两岸旅游观光研讨会优秀论文奖、山东大学优秀科研个人等荣誉。

赵 峥 经济学博士，现任北京师范大学绿色经济研究所副所长，亚太绿色发展中心副主任，首都科技发展战略研究院副院长。兼任中国社会科学院城市与竞争力研究中心特约研究员、旅游研究中心特约研究员。中国城市经济学会学科建设委员会专家委员。中欧政策对话支持项目中方专家。曾出版《中国城市化与金融支持》等著作，主编《亚太城市绿色发展报告》，参编《中国市场经济发展报告》《中国绿色发展指数报告》《首都科技创新发展报告》等研究报告十余部。主持及参与国务院发展研究中心、国家发改委、环保部、统计局、北京市等数十项研究课题，并为多地政府编制区域和城市发展战略规划或开展决策咨询。

钱明辉 中国人民大学管理学博士，中国人民大学信息资源管理方向博士后，现为中国人民大学信息资源管理学院副教授、博士生导师，信息资源管理教研室主任，中国人民大学中国市场营销研究中心常务副主任，中国人民大学智慧城市研究中心副主任，中国商业史学会品牌专业委员会副主任、秘书长，中华人民共和国农业部农产品加工业专家委员会委员，中国博士后科学基金评审专家，教育部学位中心评审专家。曾主持教育部人文社基金项目、国家自然科学基金重点项目子课题、交通运输部科学研究院、中华商标协会等课题项目 20 余项，出版专著 4 部，研究报告 8 部，教材 6 部，在国内外期刊发表论文 90 余篇。主要研究领域为品牌管理、智慧城市、信息资源产业。

何春晖 女，浙江大学传媒与国际文化学院副教授，策略传播系副主任。浙江大学经济与文化研究中心执行主任，中国公关学会副会长，中国国际公共关系协会学术委员。兼任复旦大学信息与传播研究中心特聘研究员，中国人民大学中国市场营销研究中心副主任，浙江省形象设计协会副会长，杭州市城市品牌促进会副会长。曾为意大利特伦特大学访问学者，编著有《中外公关经典案例解析》《公共关系通论》等。主持政府和企业的形象传播及文化传播战略规划项目 30 余项，发表论文数十篇。主要研究领域为公共关系学、品牌传播管理、城市形象（品牌）传播管理。

刘新鑫 女，英国莱斯特大学全球化与大众传播学硕士，中国传媒大学广告学博士，瑞典斯德哥尔摩大学商学院访问学者。中国传媒大学亚洲传媒研究中心副研究员。主要研究成果有编著《亚洲城市品牌塑造：战略与实践》《城市品牌与城市文化：对话中国九大名城》。参与主持省部

级课题多项,发表学术论文近30篇。主要致力于城市营销、品牌管理、形象传播、城市文化等方面的研究。

王 恒 北京师范大学管理学博士,现为北京联合大学旅游学院旅游管理系副教授,中国社会科学院城市与竞争力研究中心特约研究员。在CSSCI和中文核心期刊发表学术论文30余篇,参与撰写《中国旅游经济结构研究》《非物质文化遗产旅游发展战略研究——以北京为例》等学术著作。曾主持教育部重点课题、北京市自然科学与社会科学两界协同创新基地项目、北京市旅游发展委员会委托课题等课题多项。主要研究领域为城市旅游营销、社交媒体营销、旅游职业技术教育。

沈 涵 女,英国诺丁汉大学市场营销学硕士,中国社会科学院管理学博士,香港理工大学博士后。复旦大学旅游学系副教授,国际旅游学会常务副秘书长,中国社会科学院旅游研究中心特约研究员,中国旅游行为研究学术联盟共同创始人。主要学术研究领域是旅游目的地品牌,旅游消费者行为,新媒体营销。主持国家级、省部级课题十余项。入选复旦大学卓学人才计划,国家旅游局首批“旅游业青年专家”,论文多次获得国际会议最佳论文奖。

王林生 中国人民大学文学博士,北京社会科学院/北京大学艺术学博士后。现为北京社会科学院文化研究所副研究员,首都文化发展研究中心特聘研究员,中国人民大学文化创意产业研究所特聘研究员。主持及参与国家社科基金、国家社科基金重大项目及部委课题多项,主持及参与地方文化发展规划项目多项。在各类核心期刊发表论文20多篇,多篇文章被人大复印资料、《新华文摘》(网刊)等转载。主要研究领域为创意城市、文化产业、文化研究等。

李凌燕 女,同济大学建筑学博士。同济大学艺术与传媒学院助理教授,同济大学跨媒体艺术与传播研究中心副主任。主要研究领域为建筑与城市传播、跨媒体艺术与传播、文化艺术创意与策划等跨学科领域的传播实践与理论研究。

隋 欣 中国传媒大学亚洲传媒研究中心助理研究员。主要研究领域为区域品牌、听觉传播等。

牛 天 女,中国人民大学新闻学院博士,中国社会科学院新闻与传

播研究所助理研究员。主要研究领域为突发公共事件、网络舆情等。

李泽锋 宁波城市职业技术学院/宁波大学职教学院助教、专任教师。主要研究领域为全域旅游、区域旅游开发与城市营销。

胡 纯 中国社会科学院研究生院博士研究生。主要研究领域为城市营销、城市品牌化。

王明康 中国社会科学院研究生院博士研究生，主要研究领域为旅游经济与管理、旅游目的地营销。

石 俊 中国人民大学创意产业技术研究院助理研究员，主要研究领域为文化产业、创意经济与城市品牌。

李帅帅 北京大学政府管理学院博士研究生，主要研究领域为旅游者行为、城市与区域经济。

王玉玺 中国人民大学研究生院博士研究生，主要研究领域为营销模型、定价设计、消费行为分析及城市营销。

题 要

本书是课题组第四部城市营销专题研究报告。按照课题组提出的城市品牌发展指数（City Brand Development Index, CBDI）概念及指数模型，本书对中国内地 287 个地级以上城市的品牌发展进行了评估与测量。在此基础上，形成 2016—2017 年的中国城市品牌发展指数总报告、中国城市文化品牌发展指数报告、中国城市旅游品牌发展指数报告、中国城市投资品牌发展指数报告、中国城市宜居品牌发展指数报告以及中国城市品牌传播发展指数报告。

本书对“国家品牌战略的城市担当”进行了主题研究。报告对 2016 年以来中国城市营销在国家品牌战略背景下的发展态势进行了回顾和展望，考察了代表性企业品牌榜单与城市品牌经济发展状况的关系，研究了“一带一路”背景下丝路城市品牌联合营销策略，探讨了特色小镇热潮当中的特色小镇品牌建设，以及大众旅游时代基于城市品牌塑造的旅游公共服务创新。此外，报告还尝试探讨了城市更新政策热点背景下的标志性空间生产与文化品牌事件的互动，以及城市品牌危机管理创新的问题。

同时，结合中国城市营销与城市品牌化发展的实际需要，报告选取了墨尔本、深圳、北京、青岛、成都及杭州 6 个中外城市，分别作为城市品牌化、城市文化品牌、城市旅游品牌、城市投资品牌、城市宜居品牌以及城市品牌传播的典型案例进行了深入研究。

基于数据分析、发展考察、理论聚焦及案例研究，本书从多个角度对我国城市营销与品牌化发展提出对策建议。作为集体努力的成果，本书致力于推进中国城市营销与品牌化研究，并为城市营销实践提供有价值的理论指导与经验借鉴。

Abstract

This is the fourth city marketing research report in China. Trends and prospects of China city marketing development in recent years have been reviewed in the report. Based on the Chinese City Brand Development Index (CBDI) this study has formulated, we tested and ranked 287 cities in mainland China, and created the annual CBDI report (2016 – 2017) as well as five subject reports, including the city cultural brand development report, the city tourism brand development report, the city investment brand development report, the city livable brand development report, and the city brand communication report.

Cities' Responsibility in National Brand Strategy has been discussed as the theme of the China City Marketing Development Report. We focus on several hot topics related to China's city marketing, such as the development trend of China's city marketing in the national brand strategy background since 2016, the relationship between the influential enterprise brand rankings and the development of the city's brand economy, the joint branding strategy of the "Belt & Road" cities, the strategic branding of Chinese characteristic towns, city branding and tourism public service innovation in mass tourism era. In addition, this report also explores the interaction between public space production and cultural brand events in the context of urban renewal policies, as well as the crisis management in city branding.

At the same time, according to the needs of Chinese city marketing development, we have selected a number of cities and case studies with relevant and interesting experiences in terms of city marketing, such as Melbourne, Shenzhen, Beijing, Qingdao, Chengdu and Hangzhou, respectively, as holistic city brand, city culture brand, city tourism brand, city investment brand, the city

livable brand and the city brand communication case.

Based on data analysis, development study, theoretical focus and case study, China City Marketing Development Report is committed to promote research and practice of strategic city marketing development in China.

目 录

第 I 编 中国城市营销发展:总体报告

第一章	中国城市品牌发展指数 2016—2017 年排名	(3)
一	中国城市品牌发展指数(CBDI)2016—2017 年总体排名	(3)
二	中国城市文化品牌发展指数 2016—2017 年总体排名	(13)
三	中国城市旅游品牌发展指数 2016—2017 年总体排名	(23)
四	中国城市投资品牌发展指数 2016—2017 年总体排名	(32)
五	中国城市宜居品牌发展指数 2016—2017 年总体排名	(42)
六	中国城市品牌传播发展指数 2016—2017 年总体排名	(52)
第二章	中国城市品牌发展指数:2016—2017 年报告	(62)
一	总体发展态势	(62)
二	国家战略视野下的聚焦分析	(70)
三	CBDI 指数 10 强城市点评	(81)
四	中国城市品牌发展的问题与挑战	(91)
五	推进城市品牌发展的建议	(93)
第三章	中国城市品牌发展指数(2016—2017):省域观察	(95)
一	总体 CBDI 得分与排名的省域比较	(95)
二	各省、直辖市、自治区的观察	(97)
三	结论与展望	(141)

第 II 编 中国城市品牌发展:分项报告

第四章	中国城市文化品牌发展指数报告(2016—2017)	(145)
一	总体发展态势	(146)
二	数据聚焦分析	(150)

三	中国城市文化品牌发展指数 10 强点评	(153)
四	中国城市文化品牌发展的问题与挑战	(158)
五	城市文化品牌发展的对策建议	(160)
第五章	中国城市旅游品牌发展指数报告(2016—2017)	(162)
一	总体发展态势	(163)
二	数据聚焦分析	(166)
三	中国城市旅游品牌发展指数 10 强点评	(170)
四	中国城市旅游品牌发展的问题与挑战	(175)
五	塑造中国旅游品牌的对策建议	(177)
第六章	中国城市投资品牌发展指数报告(2016—2017)	(179)
一	总体发展态势	(179)
二	数据聚焦分析	(184)
三	中国城市投资品牌发展指数 10 强点评	(188)
四	中国城市投资品牌发展的问题与挑战	(194)
五	中国城市投资品牌发展的对策建议	(195)
第七章	中国城市宜居品牌发展指数报告(2016—2017)	(197)
一	总体发展态势	(198)
二	数据聚焦分析	(203)
三	中国城市宜居品牌发展指数 10 强点评	(207)
四	中国城市宜居品牌发展的问题与挑战	(212)
五	推进城市宜居品牌发展的对策建议	(213)
第八章	中国城市品牌传播发展指数报告(2016—2017)	(215)
一	总体发展态势	(216)
二	数据聚焦分析	(221)
三	中国城市品牌传播发展指数 10 强点评	(223)
四	中国城市品牌传播发展的问题与挑战	(228)
五	中国城市品牌传播发展的对策建议	(230)

第Ⅲ编 专题研究:国家品牌战略下的城市品牌担当

第九章	国家品牌战略的城市响应:年度述评(2016—2017)	(235)
一	总体发展特征及热点透视	(236)
二	中国城市营销发展的挑战与问题	(242)