

# 2022-2028年中国城市经营 市场深度评估与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国城市经营市场深度评估与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202204/283336.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

所谓城市经营，就是拥有城市产权的城市政府运用价值规律，把城市资源、城市设施作为资本运作，使城市资源得到合理配置，城市设施得到有效使用，使城市资源和城市设施所产生的效益最大化的过程。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国城市经营市场深度评估与市场运营趋势报告》共三章。首先介绍了城市经营行业市场发展环境、城市经营整体运行态势等，接着分析了城市经营行业市场运行的现状，然后介绍了城市经营市场竞争格局。随后，报告对城市经营做了重点企业经营状况分析，最后分析了城市经营行业发展趋势与投资预测。您若想对城市经营产业有个系统的了解或者想投资城市经营行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 城市经营

#### 1.1 城市经营三大要素综述

##### 1.1.1 城市经营与城市经营模式的概念

##### 1.1.2 城市经营主体

###### （1）城市经营主体类型

###### 1) 国有资本型经营主体

###### 1、主体职能构成

###### 2、主体组建

###### 3、主体优势及特点

###### 4、主体种类

###### 2) 非国有资本型经营主体

###### 3) 外资型城市经营主体

###### （2）核心城市经营主体概念及地位

###### 1) 核心城市经营主体概念

###### 2) 核心城市经营主体特点

###### 3) 核心城市经营主体种类

4) 政府在城市经营中的职能作用

5) 政府在城市经营中的注意事项

### 1.1.3 城市经营客体

(1) 城市经营客体种类

1) 自然资源

2) 人文资源

(2) 城市经营客体特征

(3) 研究城市经营客体意义

### 1.1.4 城市经营过程

(1) 梳理城市资源

(2) 确定城市经营主体

(3) 进行市场调研

(4) SWOT分析

(5) 城市CIS体系的建立

(6) 制定城市经营战略

(7) 制定城市发展规划

(8) 制定城市推广方案

## 1.2 城市战略经营

### 1.2.1 城市战略经营概念及特征

(1) 城市战略经营是整体经营

(2) 城市战略经营整合城市总体价值

(3) 城市战略经营以政府为主体

(4) 城市战略经营以空间为依托

### 1.2.2 城市战略经营与城市规划的关系

(1) 城市规划是城市战略经营的前提和依据

(2) 城市经营是城市规划的实施手段

(3) 城市战略经营与城市战略规划存在互动关系

### 1.2.3 我国城市战略经营发展概况

### 1.2.4 城市战略经营的内容构成

### 1.2.5 城市总体战略经营

(1) 城市发展战略经营

(2) 城市空间战略经营

### (3) 城市战略经营策略

#### 1.3 城市空间运营

##### 1.3.1 城市地域空间运营

###### (1) 旧城改造运营

- 1) 旧城改造类型与方式
- 2) 我国旧城改造存在问题与矛盾
- 3) 国际旧城改造运营经验
  - 1、英国
  - 2、美国
  - 3、德国
  - 4、香港
- 4) 我国旧城改造经营策略

###### (2) 新城开发运营

- 1) 新城发展类型
- 2) 国际新城运营模式与经验
  - 1、英国
  - 2、法国
  - 3、美国
  - 4、日本
  - 5、新加坡
  - 6、国际新城运营模式经验启示
- 3) 我国新城运营模式与机制
  - 1、青岛
  - 2、深圳
  - 3、香港
  - 4、广州
  - 5、上海浦东新区
- 4) 我国新城开发运营策略

##### 1.3.2 城市功能空间运营

###### (1) 中央商务区运营

- 1) 我国中央商务区现状与问题
  - 1、发展中央商务区是当前城市发展新战略

## 2、我国中央商务区发展中的问题

### 2) 中央商务区发展运营机制

### 3) 中央商务区发展运营策略

### 4) 南京中央商务区运营策略与建议

#### 1、南京CBD发展历程

#### 2、南京CBD运营策略

#### 3、南京CBD运营建议

#### (2) 住区运营

##### 1) 我国住区开发运营中的问题

##### 2) 我国住区开发运营策略

##### 3) 江宁“三山板块”住区运营策略与建议

###### 1、三山板块住区运营策略

###### 2、三山板块住区运营建议

#### (3) 开发区运营

##### 1) 开发区发展历程

##### 2) 我国开发区运营存在问题

##### 3) 我国开发区运营机制

##### 4) 南京高新技术开发区运营策略与建议

###### 1、南京高新技术开发区运营策略

###### 2、南京高新技术开发区未来运营策略建议

## 1.4 城市土地经营

### 1.4.1 城市土地经营

#### (1) 土地经营的概念

#### (2) 我国土地经营发展历程

#### (3) 我国土地经营基本模式

##### 1) 土地交易许可

##### 2) 土地储备制度

#### (4) 土地储备经营的空间效应

##### 1) 土地经营释放了土地增值的潜力

##### 2) 旧城改造土地经营及空间效应

##### 3) 新城开发土地经营及空间效应

##### 4) 土地储备空间运营策略

## (5) 完善土地储备制度建议

- 1) 土地经营新形势与新目标
- 2) 国外土地储备制度经验借鉴
- 3) 建立城市土地经营的主体平衡机制

### 1.4.2 地产与城市的关系

- (1) 地产的概念
- (2) 地产是城市经济的基本载体
- (3) 地产是城市建设的重要物质基础
- (4) 地产是城市环境改革的动力
- (5) 地产提高城市聚集效益

### 1.5 城市营销现状及策略分析

#### 1.5.1 城市品牌营销及案例分析

- (1) 城市品牌概念
- (2) 城市品牌营销国际实例
  - 1) 香港城市品牌营销
  - 2) 阿姆斯特丹城市品牌营销
- (3) 我国内地城市品牌营销
  - 1) 我国城市品牌研究和评比
  - 2) 构建我国城市品牌价值体系
- (4) 我国城市品牌策略的模式与实践
  - 1) 我国城市品牌策略的模式
  - 2) 我国城市品牌策略的实践
- (5) 青岛城市品牌营销案例分析
  - 1) 青岛城市品牌营销背景
  - 2) 青岛城市品牌营销成功因素
  - 3) 青岛城市品牌营销优劣势
  - 4) 青岛城市品牌行动纲领

#### 1.5.2 城市形象营销概念及策略分析

- (1) 城市形象概念
- (2) 城市形象营销策略
  - 1) 建立新的城市地标
  - 2) 保护具有全球认同价值的独特城市景观

3) 城市复兴塑造“后工业城市景观”;

### 1.5.3 城市事件营销作用及类型分析

(1) 城市事件概念及作用

(2) 城市事件的类型

1) 节庆

2) 会展

3) 赛事

4) 重大城市事件

### 1.5.4 城市营销误区及策略分析

(1) 我国城市营销误区

(2) 我国城市营销策略

1) 全面认识城市营销作用

2) 重视理性分析和周密策划

3) 坚持政府与市场相结合

## 第二章 城市经营模式

### 2.1 环境品牌经营模式案例及建议

#### 2.1.1 环境品牌经营模式简介

#### 2.1.2 环境品牌经营要素概述

(1) 环境品牌经营主体

(2) 环境品牌经营客体

(3) 环境品牌经营内容

1) 以城市形象塑造为主题

2) 以城市环境建设为主线

3) 重视实现城市协调发展

#### 2.1.3 大连环境品牌经营模式分析

(1) 大连资源优势

1) 区位优势

2) 环境优势

(2) 大连环境品牌经营过程

1) 树立城市经营理念

2) 锁定城市经营客体



3) 确立城市经营战略

4) 确定城市经营目标

5) 制定城市营销方案

(3) 大连环境经营模式启示

2.1.4 适用环境品牌经营模式的条件及实现路径

(1) 适用环境品牌经营模式基本条件

1) 优越的区位和环境条件

2) 较强的经济实力

(2) 环境品牌经营模式实现路径

2.2 工业品牌经营模式案例及建议

2.2.1 工业品牌经营模式简介

2.2.2 工业品牌经营要素概述

(1) 工业品牌经营主体

(2) 工业品牌经营客体

(3) 工业品牌经营特征

1) 以优势产业为主线

2) 政府综合投入较少

(4) 工业品牌经营内容

1) 优化品牌企业和产品结构

2) 实施名牌战略并营造政府服务环境

3) 推广名牌企业和产品为主的城市宣传

2.2.3 青岛工业品牌经营模式分析

(1) 青岛资源概况

1) 地理位置优越

2) 工业基础较好

(2) 青岛工业品牌经营过程

1) 制定城市经营战略

2) 立法保护城建文化

3) 依托资源进行城市推广

(3) 青岛工业品牌经营模式启示

2.2.4 适用工业品牌经营模式的条件及路径

(1) 适用工业品牌经营模式基本条件

(2) 工业品牌经营模式实现路径

## 2.3 融资渠道多元化经营模式及案例分析

### 2.3.1 融资渠道多元化经营模式简介

### 2.3.2 融资渠道多元化经营要素概述

(1) 融资渠道多元化经营主体

(2) 融资渠道多元化经营客体

### 2.3.3 上海融资渠道多元化经营模式分析

(1) 上海资源概况

1) 交通条件

2) 通讯条件

3) 经济条件

(2) 上海融资渠道多元化经营过程

1) 锁定城市经营客体

2) 制定城市经营战略

3) 制定城市发展规划

(3) 上海融资渠道多元化经营模式启示

## 2.4 其他城市经营模式及案例分析

### 2.4.1 旧城改造经营模式及案例分析

(1) 旧城改造经营模式简介

(2) 旧城改造经营要素概述

(3) 成都旧城改造经营模式分析

1) 成都资源概况

2) 成都旧城改造经营过程

1、制定城市经营战略

2、城市经营战略实施步骤

3) 成都旧城改造经营模式启示

### 2.4.2 基础设施民营化经营模式及案例分析

(1) 基础设施民营化经营模式简介

(2) 基础设施民营化经营要素概述

(3) 杭州基础设施民营化经营模式分析

1) 杭州资源概况

2) 制定城市发展战略

- 3) 制定城市发展规划
- 4) 首创中国基础设施商业化
  - (4) 杭州基础设施民营化经营模式启示

#### 2.4.3 城市重组经营模式及案例分析

- (1) 城市重组经营模式简介
- (2) 城市重组经营要素概述
- (3) 西安城市重组经营模式分析
- 1) 西安资源概况
- 2) 城市经营战略
- 3) 城市经营步骤

- (4) 西安城市重组经营模式启示

#### 2.4.4 自然资源经营模式及案例分析

- (1) 自然资源经营模式简介
- (2) 自然资源经营要素概述
- (3) 义务自然资源经营模式分析
- 1) 义务资源概况
- 2) 义务城市经营概况

- (4) 义务自然资源经营模式启示

#### 2.4.5 亲情回归经营模式及案例分析

- (1) 亲情回归经营模式简介
- (2) 亲情回归经营要素概述
- (3) 泉州亲情回归经营模式分析
- 1) 泉州资源概况
- 2) 制定城市经营战略
- 3) 城市经营战略具体步骤
- (4) 泉州亲情回归经营模式启示

### 第三章 城市经营发展战略

#### 3.1 国际城市经营发展经验借鉴

##### 3.1.1 新加坡城市经营发展经验借鉴

- (1) 新加坡城市经营现状
- (2) 新加坡城市经营发展经验

- 1) 城市定位明确
- 2) 明确各部门职责
- 3) 努力营造文化氛围
- 4) 适时调整城市定位
- 5) 创造良好投资环境
- 6) 适时调整产业结构
- 7) 大力发展旅游业
- 8) 提供健全公平的法规体系

### 3.1.2 德国城市经营发展经验借鉴

#### (1) 德国城市分工与定位

- 1) 德国城市专业分工
- 2) 德国城市发展定位

#### (2) 德国城市环境管理与维护

- (3) 德国城市应急体系
- (4) 德国城市规划
- (5) 德国城市综合执法

### 3.2 我国城市经营中存在问题及原因

#### 3.2.1 城市经营中存在误区

- (1) 重“货币价值”轻“社会价值”;
- (2) 重“有形资产”轻“无形资产”;
- (3) 重攀比追随轻个性定位
- (4) 重形象工程轻主导产业培育

#### 3.2.2 城市经营中存在矛盾

- (1) 城市发展与群众利益矛盾
- (2) 土地资源短缺与城市用地矛盾
- (3) 城市政府职能“越位”与“缺位”矛盾

#### 3.2.3 城市经营问题原因剖析

- (1) 城市经营理论研究滞后
- (2) 城市经营价值观偏离
- (3) 城市经营制度基础薄弱

#### 3.2.4 城市经营问题政策建议

- (1) 推进行政体制改革

- 1) 创新城市管理体制
- 2) 切实转变政府职能
  - (2) 建立政府与各方合作的城市经营机制
  - (3) 完善城市管理法规
  - (4) 建立公众参与城市经营机制
- 3.3 我国主要城市经营发展战略
  - 3.3.1 北京城市经营发展战略
    - (1) 北京城市经营目标及指导思想
    - (2) 北京城市经营的资源优势
    - (3) 北京城市经营的具体思路
  - 3.3.2 天津城市经营发展战略
    - (1) 天津城市经营目标及指导思想
    - (2) 天津城市经营的资源优势
    - (3) 天津城市经营的具体思路
  - 3.3.3 武汉城市经营发展战略
    - (1) 武汉城市经营目标及指导思想
    - (2) 武汉城市经营的资源优势
    - (3) 武汉城市经营的具体思路
  - 3.3.4 重庆城市经营发展战略
    - (1) 重庆城市经营目标及指导思想
    - (2) 重庆城市经营的资源优势
    - (3) 重庆城市经营的具体思路
  - 3.3.5 厦门城市经营发展战略
    - (1) 厦门城市经营目标及指导思想
    - (2) 厦门城市经营的资源优势
    - (3) 厦门城市经营的具体思路
  - 3.3.6 深圳城市经营发展战略
    - (1) 深圳城市经营目标及指导思想
    - (2) 深圳城市经营的资源优势
    - (3) 深圳城市经营的具体思路

图表目录

图表1 城市规划与城市经营关系

图表2 南京区域定位的历史演变

图表3 南京空间发展方向演变

图表4 城市规划与城市经营关系表

图表5 城市再生与旧城改造的比较分析

图表6 旧住区更新改造主体分类

图表7 贫民窟改造方案各行为主体职能

图表8 近年深圳旧城改造更新规划

图表9 广州不同类型新城

图表10 住区操作层面层次图

图表11 南京河西土地开发指标

图表12 我国部分城市新城区一览表

图表13 全球中央商务区规模等级分类

图表14 全球中央商务区规模统计

图表15 CBD发展演变图

图表16 传统居住空间规划设计与城市居住社区整体运营内涵比较

图表17 住区操作层面层次图

图表18 英国Milton Keynes两个混合街区的不同住房比例

图表19 南京河西新区分级配套模式

图表20 品牌打造策略

图表21 我国土地供应方式及流程

图表22 土地潜力释放相关因素影响

图表23 南京不同阶段城市土地经营模式

图表24 近年南京出让储备土地占全市出让土地比例情况一览表

图表25 国内外城市土地经营主流模式对照表

图表26 世界部分城市品牌

图表27 我国部分城市品牌形象

图表28 我国城市品牌价值指数评估指标

图表29 城市会展能力综合评价指标体系

图表30 历届奥运会财政模式

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/283336.html>