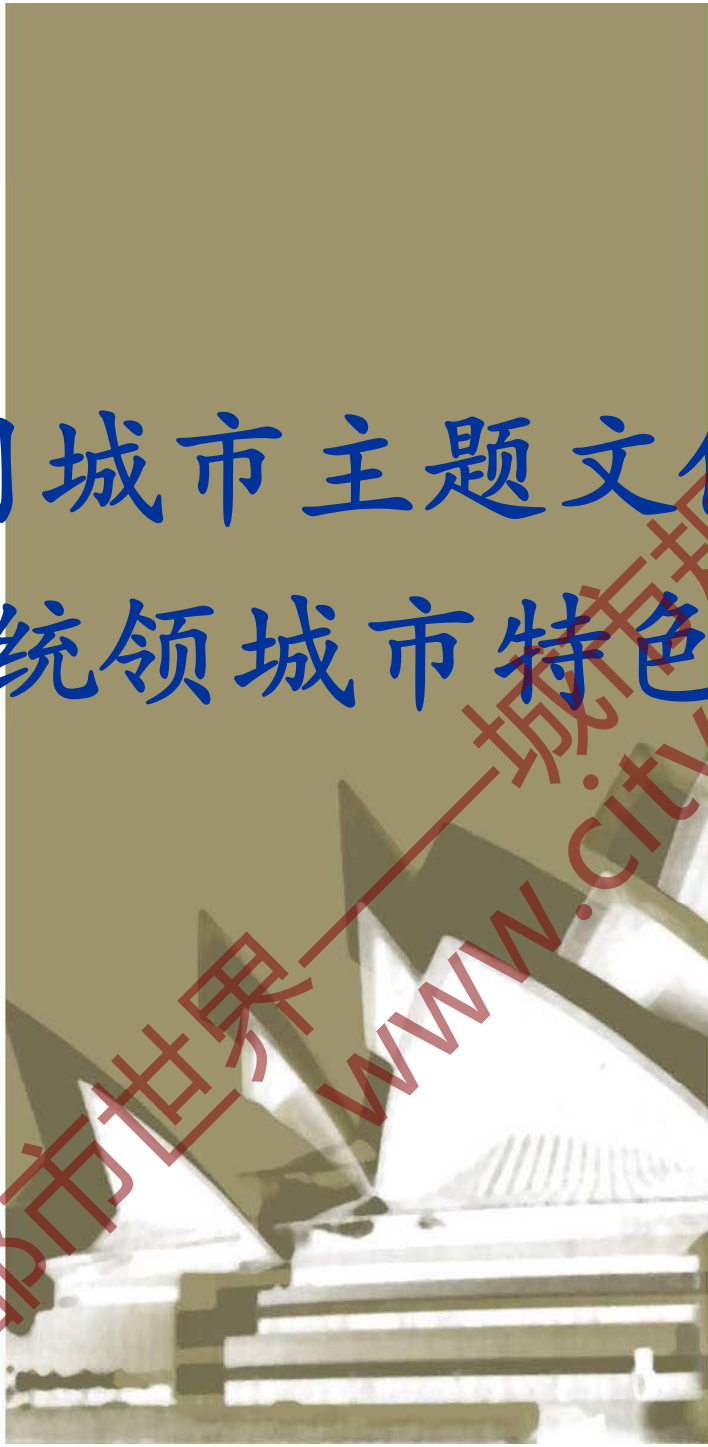


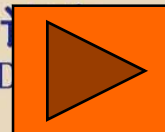
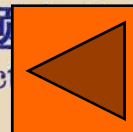


# 用城市主题文化创新理论 统领城市特色文化建设

都市世界——城市规划与交通网  
www.cityu.org

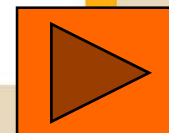
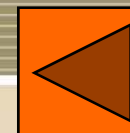


中国国际城市主题设计  
China Int'l City Subject Design Institute





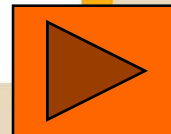
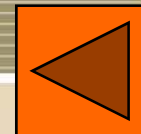
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design





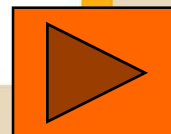
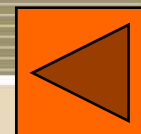
现在每个城市都从战略角度上提出了城市特色文化建设问题，并把城市特色文化建设提高到了战略的高度来加以重视，可见城市特色文化建设已经成了当今城市的当务之急。为此有的城市把城市特色文化建设的希望寄托在了传统的城市规划上，有的城市把城市特色文化建设的希望寄托在了城市策划上。但实践证明，靠传统的城市规划是规划不出城市特色文化来的，因为在我们的城市规划体系中，城市规划是以土地功能和经济功能为主要设计内容的，而城市特色文化在规划中是最薄弱的环节，甚至说在传统的城市规划中就没有城市特色文化规划这个名词。

翻开中国城市规划学会和全国市长培训中心编著的《城市规划读本》，你也不能不觉得遗憾。全书六章44万字，从城市的概念到城市化，从城市规划的任务到实施，从城市规划的编制到法制，讲解详尽。但仅仅用一节的篇幅（第三章第九节）讲到“城市规划与历史文化保护”，至于城市文化的指导性以及对未来城市文化的规划和建设却只字未提。另外，在《中华人民共和国城乡规划法》与小城镇规划建设管理指导全书第二篇第三章第三节城市设计与城市文化最后一段中是这样阐述城市文化的：“由于文化的概念具有过于宽泛、抽象和普遍的属性，无论在环境行为学或设计中其用途甚微，其实它本来就是无济于事的。”





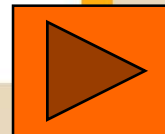
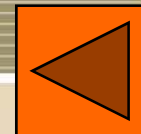
这样的城市规划思想只能是造出见物不见人的城市规划，而这样的规划思想正在培训着我们的市长。目前，城市特色文化规划在城市规划师的头脑中，还在以一个前沿的课题在摸索和探讨之中，很多城市规划师对城市特色文化规划都一副茫然、不知所措。所以，让传统的城市规划规划出城市特色文化，怎么能规划出来呢？





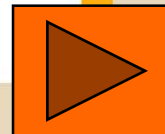
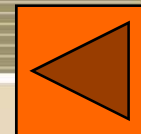


在传统城市规划中，城市特色规划失败的一个原因，就是规划体系的内部城市主题文化逻辑缺失，最主要问题在于城市空间形态没有建立在城市主题文化基础上，在城市空间规划过程中，除了传递功能规划信息外，严重缺失城市主题文化信息的传递，其逻辑偏重于功能规划，严重缺失对城市主题文化的设定。



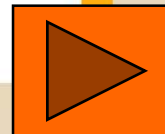
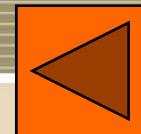


现有的城市规划方法，以功能规划理念为指导的规划思想，没有经过一个文化规划理念的纠正和转换过程，这就为今天的城市特色危机留下了无穷的隐患。以规划学科理论未能成为一个成熟的学科理论，使城市规划未能成为一个统领城市经济、文化、建筑的权威科学，导致城市规划出现五马分尸的现象，造成城市规划体系各自为政、各唱各的调、各吹各的号的混乱局面。以城市规划创新理论的缺失和城市规划未进行革命性的变革，引发城市化进程中的目标趋同、功能重复、产业同构、形象单一问题的泛滥，并一直没有得到有效遏制。以城市特色文化建设一直没有把城市主题文化作为指导纲领，导致特色城市建设的全面性决策失误。





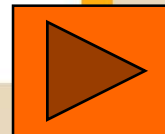
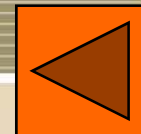
另外一个实践证明，城市策划也策划不出城市特色文化来。近年来很多策划机构打出为城市找魂、为城市立魂、为城市铸魂的口号。但因城市策划既没有形成城市特色文化建设的理论体系，又没有形成城市特色文化建设的设计机制，全凭点子来搞城市特色文化建设，凭一个点子把城市特色文化就建设出来了，那么城市不就早有特色文化了吗？因为城市策划既不是一门理论，又不是一门科学。所以，靠策划是策划不出城市特色文化来的。







现在各个城市都明确提出亟待建立城市特色文化设计机制来加速解决城市特色文化建设问题。那么城市特色文化设计机制怎样建立呢？那就是应该抛开传统的城市规划和城市策划，建立一门新的城市特色文化设计机制。这个城市特色文化设计机制，就是当今世界最前沿的概念——城市主题文化发展战略规划。城市主题文化发展战略规划，是在传统的城市规划和城市策划无法解决城市特色文化建设问题的基础上创新的一门城市特色文化设计机制。它既不是城市规划，也不是城市策划，而是一种全新的城市特色文化设计机制。它既弥补了传统城市规划中的城市特色文化规划的缺失部分，又颠覆了城市策划悬而又悬，空而又空，不中用的弊端。而是从城市主题文化系统工程层面为城市提供一个科学的、准确的、系统的城市主题文化发展战略规划体系，从而彻底解决城市一直无法解决的城市特色文化建设问题。

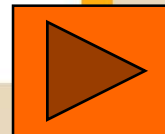
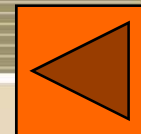






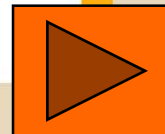
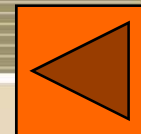
## 何谓城市主题文化？

凡有特色的城市，都孕育着一种特殊的文化生命基因，成为城市发展的灵魂。这种基因是由凝聚着历史精神的文脉和独有的自然特质、文化特质、经济特质所决定的。这一个个城市所形成的历史精神的文脉和独有的自然特质、文化特质、经济特质就是城市的主题文化。城市的主题文化依存于独特的自然特质、文化特质、经济特质的环境。没有城市主题文化的城市，犹如没有灵魂的城市。由于很多城市对城市主题文化的认识还没有形成真正的共识，或者还不明确，所以在长期的经济建设和社会发展过程中，往往使本属于自己城市特色的文脉和主题文化资源被荒芜和忽视，致使主观上形成不了对城市特色文化建设的引领作用，致使城市发展受到制约和影响。有了城市主题文化，城市建设将更加有所遵循，城市形象会更具特色。对外可以彰显城市独特的品质；对内成为引领和支持城市经济发展、特色精神文明建设的原动力。





- 因此，城市主题文化是一个城市生生不息的物质与文化源泉，是一个城市内化为自己思想的一种逻辑，是一个城市存在的独特意义，是一个城市文化内部土壤中自然生长出来的一种品质，城市主题文化是城市个性赖以生存和发展的依据。因此，在城市规划中城市主题文化是决定城市规划形式、规划特色的依据。
- 城市主题文化作为一门特色城市建设的一门创新学科，其任务是为城市特色文化建设提供一个系统的理论框架和规划理念，用系统的科学对特色城市建设提供系统性、整体性、差异性规划和设计，从而全面地、系统地解决特色城市建设的理论问题和规划设计方法问题。

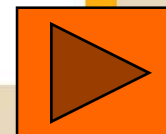




中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

# 一、城市主题文化发展战略规划

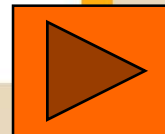
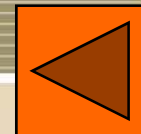
——当今世界最前沿、最创新的城市规划理念







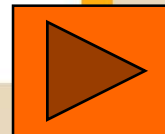
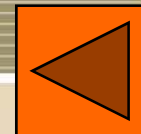
随着我国社会经济体制的转型，随着中国城市化步伐的加快，以单一“土地使用功能”和以“基础设施建设的”为主导的传统城市规划方法越来越不适应城市化发展的需要了。由于传统城市规划方法的模式僵化和理论滞后，传统城市规划理念与实际中的具体问题相互脱节，导致中国城市目标趋同、功能重复、产业同构、形象单一。特别是导致“千城一面”、“特色危机问题”，及功能与结构混乱问题的主要根源，就是传统城市规划方法形成的“性质——规模——空间布局”为模式的物质空间规划方法所造成的。是传统城市规划方法建立在一种不确定基础上造成的。为此，一种新的城市发展战略规划——简称概念性规划，被引入我国城市规划之中。但经过十几年来实践证明，这种城市发展战略规划未能弥补传统城市规划的种种不足，城市功能混乱，城市无序扩张加重，城市特色危机越演越烈等现象，并没有得到很好的有效的遏制。







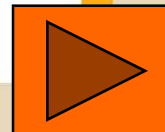
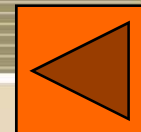
城市发展战略规划是关于城市总体发展目标意图、发展步骤、实施方案、落实重点的研究、设计和昭示。由于其内容的战略性和综合性，它已成为指导城市中长期发展的重要手段，是指导其他城市空间规划、分区规划、专项规划的首要依据。但是，在实践中，战略规划所运用的理念和方法、执行程序 and 运用工具都存在相当大的随意性。由于城市战略规划本身的研究不充分、规划不准确，更造成了战略规划的“软约束性”，影响到实施的有效性。相比较城市的总体规划或控制性详细规划等空间规划，城市战略规划从形式到内涵，从方法及理论，从机制到落实措施，都显得远未成熟，亟待创新。





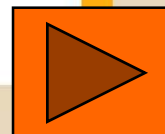
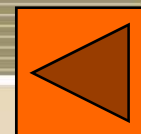
纵观国内外同类研究，在新世纪之初集中形成了一大批围绕城市战略规划的理论 and 实践总结的研究成果。这正反映了城市战略规划在全球化和城市世纪所得到了前所未有的高度重视。但是与多学科理论创新和实践突破形成显著反差的是，各学科、各领域的种种发展，还没有被置于一个完整的框架中予以归纳。如此，那些思想和实践的創新火花就难以被保存并运用于未来的战略规划。因此在理论上形成关于城市战略规划方法的一个完整体系就尤其显得迫切了。

针对城市发展战略规划的不系统性和缺乏创新性，最为紧迫的工作就是要创新出一个实施城市发展战略规划的操作工具箱，或者提供一个可以执行城市发展战略规划的菜单，以此保证城市发展战略规划在实施中的特色性，系统性，完整性，可操作性。





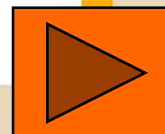
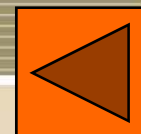
所以这种城市发展战略规划必须要在理论上进行突破，在规划方法上进行创新，必须在此基础上创新出一种更为科学的城市发展战略规划理论和方法。而城市主题文化发展战略规划的问世和异军突起，就是在城市发展战略规划基础上创新出的一种更为前沿和科学的城市发展战略规划方法。城市主题文化发展战略规划不但解决了城市特色文化精准定位的问题，同时还提供了一个实施城市发展战略规划的操作工具箱和提供了一个可以执行城市发展战略规划的菜单，使城市发展战略规划主题规划理念更鲜明，操作性更强，可执行性更具体。







城市主题文化发展战略规划给传统的城市规划和城市发展战略规划带来了新的思想和新的理念，并将由此引发一场城市主题文化发展战略规划的革命。这场城市主题文化战略规划的革命，在传统城市规划理论方法和城市发展战略规划理论方法创新体系还未建立起来的情况下，无疑给传统城市规划和城市发展战略规划带来一场冲击和震荡。一场扬弃传统城市规划和城市发展战略规划，建立新的城市主题文化发展战略规划新秩序的时代已经来临。

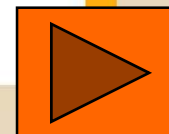






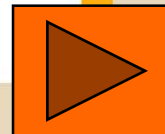
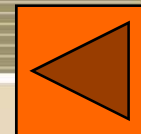
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

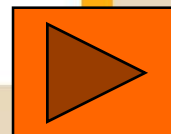
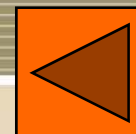
(一)、城市主题文化发展战略规划是建立在系统工程意义上的一种全新发展战略规划理念





从政府软科学技术设计系统的角度讲，综合利用哲学、自然科学、人文科学、社会科学、艺术科学、工程技术、规划设计等理论和研究方法、成果及应用技术等知识所构成的知识体系，直接、全面、深入和系统地研究现代经济、社会、文化、协调发展规律的新科学技术。无论是一个城市、一个企业、一个组织、一个政府、一个国家的生存和发展，都决定其生存和发展的要素、环节和相关系统有机结合、协调运动、共同发展的系统工程。特别要研究和解决全面性、战略性、超前性和高难度较强的重大问题，就必然要与各类相关学科、技术、知识对待决策问题进行全方位、多层次、纵横交错、融会贯通、系统联系和开放创新的分析谋划，它必须立足于对事物的多向度和多维度分析的基础上，既要服从宏观系统规律，又要服从在一定条件下起作用的微观规律；同时要运用定性分析和定量分析、宏观分析和微观分析、静态分析和动态分析、纵向分析和横向分析等多种方法，在高度分析基础上达到高度的综合。由此可见，政府软科学技术设计系统具有宏观性、综合性、系统性、战略性、超前性、智能性和创新性等特征。

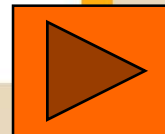
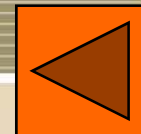


[illegible]





城市主题文化发展战略规划创新理念的提出，促进了城市发展战略思维空间的开放性和城市系统决策的科学性。城市主题文化发展战略规划创新规划设计模式，实现了城市整体创造、整体秩序的规划愿景的实现。通过系统性、综合性的规划理念，统一了城市经济、文化、旅游、教育、建筑、景观之间的城市主题文化属性和逻辑关系，使城市发展建设走上了科学的发展道路，从而实现了用城市主题文化发展战略规划思想来谋划城市、用城市主题文化发展战略规划思想来规划城市、用城市主题文化发展战略规划思想来建设城市、用城市主题文化发展战略规划思想来管理城市、用城市主题文化发展战略规划思想来营销城市的科学理念。

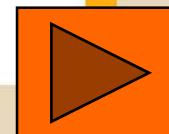
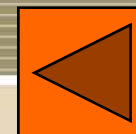
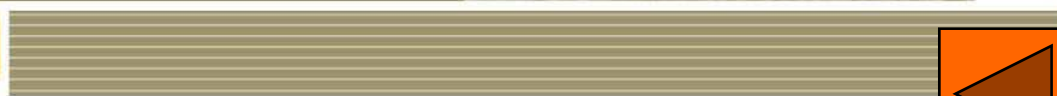






中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

## (二)、城市主题文化发展战略规划创新意义

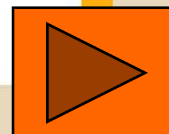
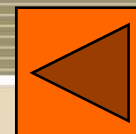




中国国际城市主题文化设计院

China Int'l City Subject Culture Design

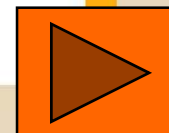
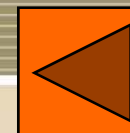
针对传统城市规划方法一成不变和理论僵化的局面，针对传统城市规划理论与具体实践脱节的现象，我们的国家与2000年开始引入城市发展战略规划概念。但是在经过一段时间实践后，这一概念性规划也存在着诸多缺陷和诸多问题，其主要表现在注重物质形态规划。受我国传统城市规划理念影响，目前许多城市发展战略规划依然偏重于物质形态空间、产业发展、生态结构等方面，而特质文化的要素得不到关注，使城市发展战略规划并没有真正进入城市规划的核心领域。另外，这种城市发展战略规划根本没有可操作性，作为一种城市规划研究，城市发展战略规划只强调概念模型与理论的演绎，只注重构图美好的未来前景，而在实际操作层面上和规划项目的具体落实上找不到落脚点，从而使规划思想很难真正转化为城市发展与建设的具体行动。而城市主题文化发展战略规划，是一种既有城市美好愿景的规划，又是城市发展建设具体项目安排的规划，同时又是一种具有实战性和可操作性的一种规划。从而弥补了传统城市规划僵而又僵，城市发展战略规划空而又空的弊端。所以经过实践证明，城市主题文化发展战略规划是当今世界最前沿、最创新的一种城市发展战略规划。





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

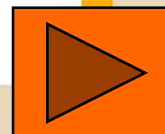
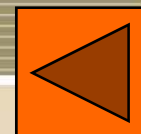
### (三)、城市发展战略规划创新理念



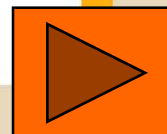
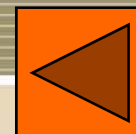




为了迎接城市化的机遇和挑战，全面提升城市的核心竞争力，城市主题文化发展战略规划首先在规划理念上进行了创新和规划方法上进行了突破。在城市战略发展定位、城市经济模式设计、城市文化品牌构建、城市发展战略规划上创新出了一整套新的规划理念和方法，促进了城市发展战略规划的系统性和科学性。城市主题文化发展战略规划从以往城市发展战略规划只注重概念模型和理论演绎的空洞内容中脱离出来，从城市的经济到文化，从旅游到教育，从建筑到景观，从品牌到营销，从系统工程到核心竞争力等诸多方面进行了创新，并从宏观整体战略延伸到微观层面上的具体项目、城市主导产业及产业集群等不同层面，成为城市发展建设系统工程意义的战略方法。近年以来，城市主题文化发展战略规划已经被各个城市提升到重要的战略议程上来，成为城市各项规划的核心规划，它为城市特色文化建设和世界名牌城市建设提供精准的、系统的理论指导，对城市特色文化建设和世界名牌城市建设提供最创新的规划理念。城市主题文化发展战略规划之因为能受到城市的高度重视，关键主要在城市发展战略规划的基础上进行了突破和创新，顺应了经济全球化和城市名牌化的发展道路，为城市特色文化建设和世界名牌城市建设提供了一整套新的理念和方法。





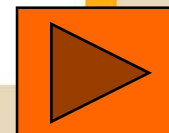
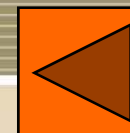
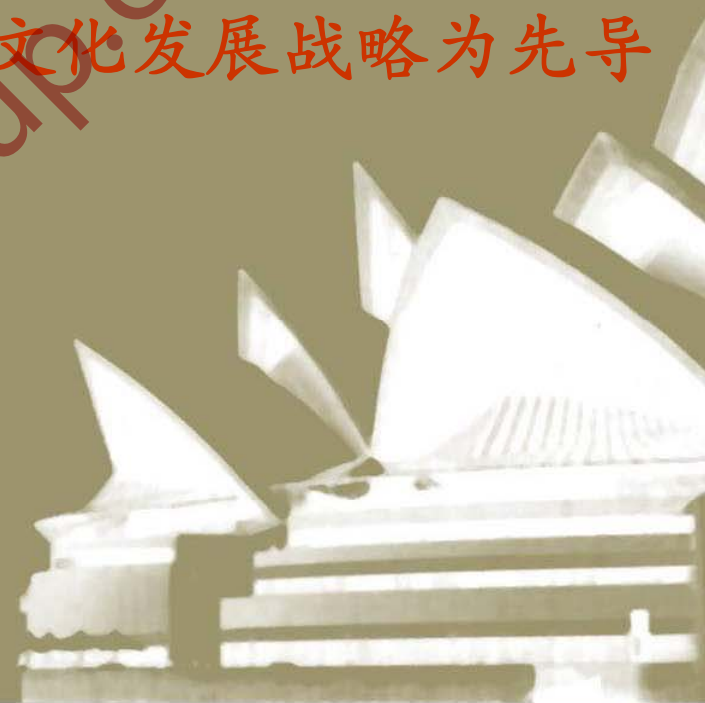
[illegible]



中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

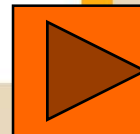
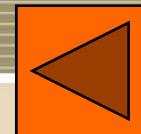
#### (四)、城市化建设

要以城市主题文化发展战略为先导





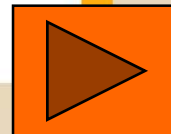
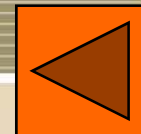
城市主题文化发展战略规划，是一种为城市未来发展提供战略指导的规划，它的目的是要为城市的未来发展创造一个美好的愿景和具体行动方略，并在战略发展中提供具体的推动力。我们以往的城市发展战略规划，作为一种先导性规划，主要是对城市功能空间布局提供一个结构性的图景。相比而言，城市主题文化发展战略规划更加强调目标的导向性和具体行动的可操作性，城市主题文化发展战略规划十分明确的制定出城市理想的发展目标，又将许多不同领域的程序、构想和方法联系起来，其重点在于将战略目标和策略转化为行动计划，包括于许多问题相关的计划、构思和方法，其中对城市整体创造和整体秩序进行了深入的探索和展望，为城市未来发展提供系统工程意义的指导框架。另外，城市主题文化发展战略规划还明确了发展的优先秩序，并在行动战略中包含了更加具体的从目标到途径的解决方法。







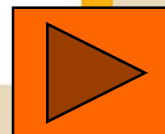
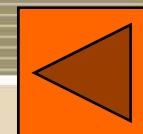
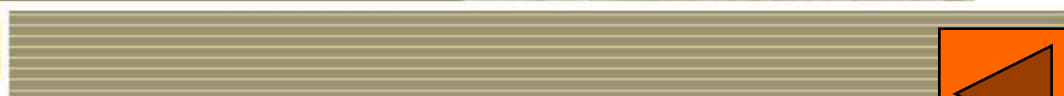
我们国家目前的传统城市规划和城市发展战略规划，在实践中往往是只注重寻找问题和设定目标，却忽视了更为重要的进一步行动计划，即具体项目的落实和可操作性方法，从而导致好的规划理念和目标方案难以最终落实，最终只能沦为“纸上画画、墙上挂挂”的窘境。因此，有很多专家指出：有关城市发展战略规划的构想必须通过现实可操作性的措施或行动落到实处，必须在城市发展战略指导下实现城市经济、文化、旅游、教育、建筑、景观等方面的系统推进和整体联动，以此让城市发展战略规划的理想和目标得到具体的实行。





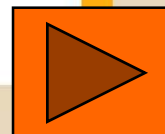
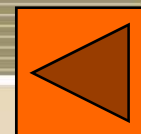
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

## (五)、城市主题文化发展战略规划的权威性





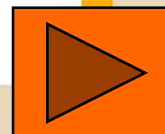
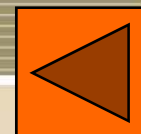
近年来我们的传统城市规划和城市发展战略规划因为没有创新和突破，因此传统城市规划和城市发展战略规划一直游离于城市规划的核心之外，一直没有进入城市规划的核心领域，使城市规划的权威性和城市发展规划的权威性一直没有树立起来。而城市主题文化发展战略规划的突破和创新，使城市主题文化发展战略规划一下进入了城市规划和城市发展战略规划的核心地位，使城市主题文化发展战略规划具有了权威性。







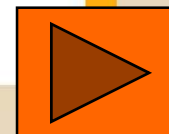
- 因此，必须树立城市主题文化发展战略规划的权威性，在制定城市主题文化发展战略过程中，政府要给予高度重视，把城市主题文化发展战略规划作为城市长期发展行动方略和行动指南。城市一切规划必须以城市主题文化发展战略规划为统领，把城市主题文化发展战略规划的内容落实到城市各个规划层面和各个系统之中，使城市的经济、文化、旅游、教育、建筑、景观都能体现出城市主题文化的意志和精神力量。
- 城市主题文化发展战略规划是城市发展战略的指南和行动方略，是建立在城市长远发展目标上的一种规划思想，是一个动态的空间和弹性的发展策略。从城市主题文化发展战略规划的发展趋势上看，越来越多的城市已经把城市主题文化发展战略规划作为一个主题引导和主题控制城市发展建设的一种策略方法，越来越强化城市主题文化发展战略规划在城市发展建设中的统领作用和核心作用。





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

## (六)、城市主题文化已成为世界城市化的发展潮流



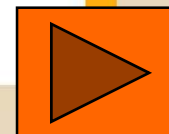
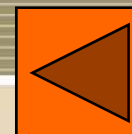


中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

将来对世界大多数来说，区别他们的是城市而不是国家。城市主题文化已作为全球一体化经济和全球文化一体化参加竞争的重要手段。

——城市地区经济学家

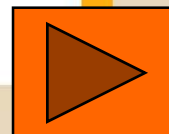
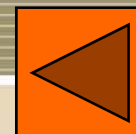
帕斯卡尔·马拉加尔







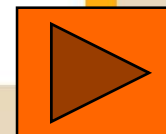
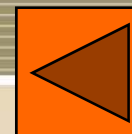
当人类进入信息时代后，随着全球经济一体化的到来，世界上许多大的城市成了某些区域经济中心，它们正在发挥世界跨越国界的表现在城市与城市之间的竞争，这是一场更为高级、更为激烈、也更为全面、所谓立体的交叉式的竞争。这种竞争和挑战，很多城市都在树立城市形象，寻找城市定位，打造城市品牌。但很多城市在城市形象和城市定位上互相错位，致使很多城市的形象不正、定位不准、品牌不亮，严重影响名牌城市的战略发展。如何解决城市特色文化建设问题，城市品牌塑造问题，城市核心竞争力的提升问题？只有把城市形象、城市品牌、城市营销有机地统一在一起；只有把城市发展战略定位，城市经济模式设计，城市文化品牌建设，城市发展战略规划有机地统一在一起，方可解决这一名牌城市建设中的棘手问题，而实现这一切必须通过城市主题文化才能得以完成。





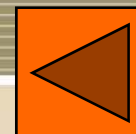
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

同时，英国当代最富盛名的规划大师、城市学家、英国城镇规划协会主席彼得·霍尔爵士在他的城市学专著《文明中的城市》中提出了城市“黄金时代”的概念，并在书的结尾预言了城市的“黄金时代”正在来临。而现代城市主题文化的横空出世，标示着这一预言正在成为现实。





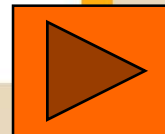
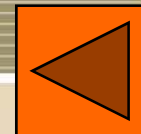
在《文明中的城市》一书中，霍尔爵士提出了城市“黄金时代”的重要条件：一是全球化的城市，即专业城或特色城市作为独立的经济实体参与全球化分工，取代原市有分散形小综合城市的功能；二是城市文化向文化城市过渡；三是城市在过渡期间，即城市在全球范围内配置和资源的占有所带来的城市利益最大化，即通过城市品牌的世界化推广，使城市获得更多的资源与收益。世界城市化的趋势发展到今天，已经不再是多建几座大厦、多规划几块CBD的问题，而是城市文化、物质文化、管理文化、经济文化的高度融合，城市的精神文化、物质文化、管理文化、经济文化的高度统一，城市的精神文化、物质文化、管理文化、经济文化的双向促进，城市必须成为构建在主题文化基础上的有形生命体。必须通过城市主题文化的系统构建，达到城市物质文化的高度发展、精神文化极度光大、特色文化无比鲜明。城市主题文化是实现霍尔爵士这一预想的唯一途径。







- 日本著名建筑师山本理显提出：“成功的城市规划要有一个主题，围绕主题进行规划建设。目前的城市建设中缺乏这个主题，没有了主题的城市就没有了灵魂。”
- 日本著名建筑师矶崎新提出：“主题就意味着要有一个共同的概念，这个共同概念就是一种理想，所谓的理想主义就是现在的世界中没有的东西，要去寻找。而进入21世纪，人类已经具备了追求真正的“乌托邦”的条件，所以这个时候去建主题化城市就有了理念上的依托和物质上的基础。让一个城市有一个自己的理想，一个主题，这是新世纪城市规划设计的一个崭新的课题。”
- 亚太城市研究会卞洪登会长指出：“城市规划必须遵循‘主题谋划--主题概念--主题规划--主题计划--主题建设’的程序和原则，必须用主题文化整体谋划抓城市发展战略定位，用主题文化概念抓城市特色，用主题文化总体规划抓城市空间布局，用主题文化详细计划抓项目建设。这种科学的规划设计流程，不仅有效规范和框限了城市发展建设的空间目标，而且彻底改变了城市开发建设的随意性，使城市开发建设做到了高水平、高质量和高效率的开发建设效果。”



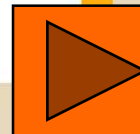
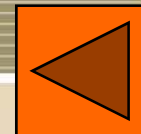


现在很多城市已经认识到了城市主题文化发展战略规划在城市规划中的重要性，先请城市主题文化发展战略设计机构进行城市主题文化发展战略规划，之后再由城市规划部门按着城市主题文化发展战略规划进行总体规划，之后再请国内、国际规划设计机构对具体项目进行详细规划。

而我们有些城市恰恰把这个城市规划设计最重要的流程搞反了，一上来就搞城市总体规划，之后就进入了建设状态。结果规划、建设出来的城市既没有主题文化，又没有特色，更没有主题功能，整个城市就是一种建筑的机械堆砌和功能的散乱布局。这样的城市能有特色吗？这样的城市能不千城一面吗？这样的城市能不产生特色危机吗？这样的城市能有核心竞争力吗？这样的城市能成为世界名牌城市吗？

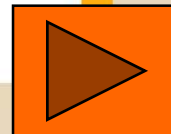
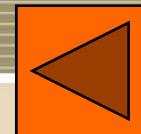
所以城市领导一定要在城市规划上改变观念，城市规划必须按着科学的流程进行谋划和规划，城市发展建设才能做到城市文化特色化，城市价值最大化，城市形态高级化，城市功能最优化，城市品牌名牌化。

而城市主题文化发展战略规划无疑就是城市规划工作流程中最重要、最科学的流程。”





- 建设部仇保兴副部长在《城市规划变革》一书中指出：城市规划的先天不足，就在于“比起真正的科学更像艺术”。在百年发展史中充斥着一系列概念和术语，各种流派各领风骚三五年，都没有能形成科学纲领的硬核。或者还来不及利用新纲领的独创性来阐明、发明“辅助”“说明”，来形成对“硬核”的保护带。也就是说，城市规划理论就像是匆匆应付城市流行病症乱开药方的庸医，而不是殚精竭虑冷静探索的病理学。
- 在城市规划学漫长的探索历程中，始终找不到一个有巨大“启发力”的研究纲领来统率或淘汰其他纲领。无论是霍华德的“田园城市”、勒·柯布西耶的功能主义，还是20世纪60年代城市规划系统分析理论的崛起，都未能为自己建立起能自我进化完善的研究纲领。

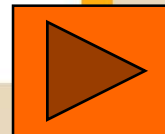
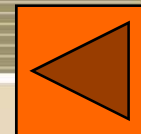






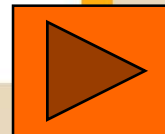
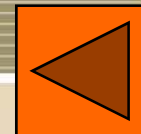
是沦为“高明”的工匠，——做一个建筑学的合理的附庸者，还是独立建构属于自己的科学体系？面对这样的附庸题，没有任何一个城市规划学者会心甘情愿地在建筑学的“大旗下俯首称臣。问题在于，虽然上百年的艰苦探索，但“城市规划界始终缺乏一个自己的基本理论平台”，“虽然一个又一个规划理论概念被单个地引入，但仍然不能让人们看到一个完整的动态的理论发展进程的全景，不能让人们建立一个完整的动态的理论文脉框架。”与此同时，现实中性、存在的众多问题也使城市规划作为一门“科学”的科学性、可信度在人们心目中大打折扣，由此派生出城市规划的合理性和权威性也正在遭遇严峻的挑战。

城市规划需要八大突破：“一、突破规划有效期的限制；二、突破行政区空间的制约；三、突破过于注重具体问题研究的束缚；四、突破单一的物质空间规划的局限；五、突破计划经济模式遗留的弊病；六、突破原有规划、政策包括习惯、提法的影响；七、突破单一部门编制规划的局限；八、突破规划可批性编制方式的限制。”





- 兰州市规划局万里局长指出：“城市主题文化发展战略规划，尤其是与城市规划的有效结合是一门世界性的前瞻性学科，它首先要着力解决城市主题文化理念的建立，城市主题文化的战略定位，城市主题文化空间的形态设计，城市主题文化的布局，城市主题文化设施的安排，城市主题文化功能的培育等方方面面的构建。”
- 中国城市经济学会周道炯会长指出：“21世纪是我国城市化进程大大加速的世纪，是以城市为中心实现全面现代化的世纪，也是我们迎接空前挑战实现中国伟大复兴的世纪。在这种背景下，我们必须充分认识加强城市发展研究的重要性，站在新千年新世纪的高度，把中国城市发展的研究提高到一个新的水平。为此，我们应当积极组织 and 开展城市发展问题的研究，包括城市经济、城市文化、城市建设、城市管理等各方面的研究，尽快扭转城市研究远远跟不上实践发展需要的局面。”
- 城市研究跟不上，将严重影响城市决策工作的科学化，甚至将导致城市领导工作和决策工作出现新的失误。”
- 钱学森院士指出：“城市规划至今还没有成为一个真正意义上的城市科学，所以在城市经济、文化、建筑上还缺少科学的、系统的逻辑关系，最终导致城市规划对复杂的城市问题表现束手无策。因此，要彻底解决城市的发展规划、建设、管理和结构、形态等方面的深层次问题，应当建立一个开放的、复杂的巨系统，通过‘综合集成研讨厅’、‘大成智慧工程’等创新理论和方法来解决当前城市所遇到的复杂矛盾问题。”







- 而城市主题文化创新学科理论的建立，无疑就是采用开放的复杂巨系统理论方法，通过“综合集成研讨厅”、“大成智慧工程”规划设计理念为城市复杂问题找到了一条解决之道。
- 城市主题文化属于研究城市发展的总体性、全面性、系统性的一门科学。城市主题文化着重解决城市发展的宏观性、综合性和系统性的问题。宏观性就是站在城市主题文化的角度来探讨城市发展的规律、机制、城市的本质、结构和形态、城市发展中的主题文化、主题经济、主题建筑等宏观定位问题；综合性就是通过城市主题文化综合性的理论集成，运用城市主题文化的创新理论、思想、方法对城市的复杂问题进行综合研究；系统性就是通过系统性、整体性的研究方法，把城市经济、文化、建筑进行城市主题文化系统构建，以此对城市的复杂问题进行系统性、整体性研究和管理。
- 而城市主题文化就是当今世界城市化发展中解决城市复杂问题和城市特色文化建设问题最前沿、最创新的学科和理论。

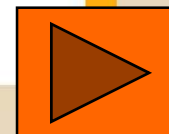
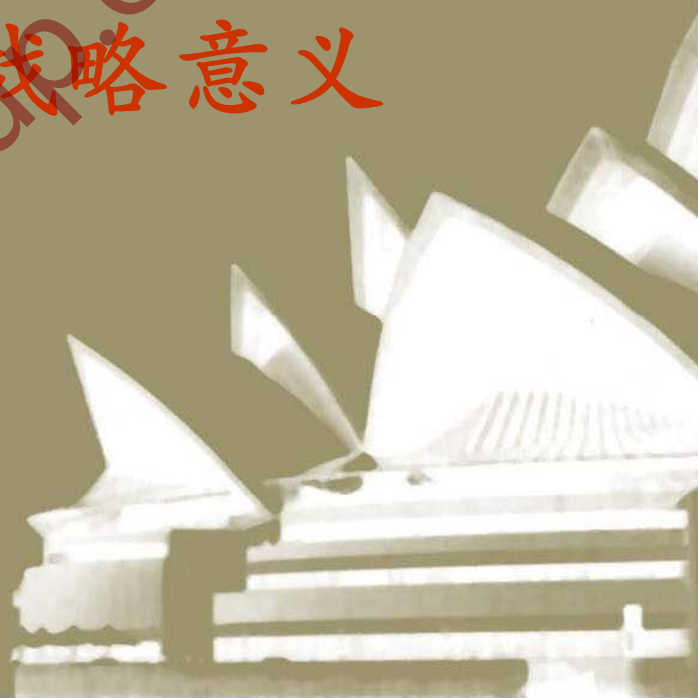






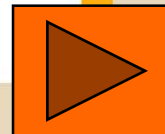
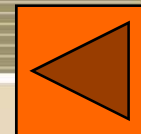
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

## 二、城市主题文化对城市特色文化 建设产生的作用和战略意义



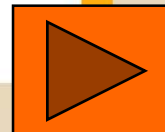
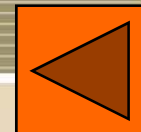


随着当今中国城市化步伐的加快，城市目标趋同、功能重复、产业同构、形象单一问题一直困扰着中国城市的发展。上述问题的出现，已经严重影响中国城市化发展的进程，如何克服这些城市化进程中出现的城市问题？随着城市文化建设、城市特色文化建设、世界名牌城市建设的理念不断推出，城市主题文化已被推到城市化建设最重要的日程。一个城市构建与不构建城市主题文化，已不是城市化建设可有可无的问题，而是城市化发展到此阶段必须构建的问题。不构建城市主题文化，城市目标趋同、功能重复、产业同构、形象单一问题就将无节制的发展下去；不构建城市主题文化，城市文化建设、城市特色文化建设、世界名牌城市建设的目标就无法实现。这是经过几年来城市文化建设、城市特色文化建设的实践经验证明所得出的结果。





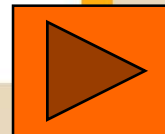
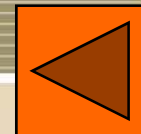
- 城市化建设没有城市文化建设和城市特色文化建设肯定是要失败的。而随着城市文化建设的兴起，城市特色文化建设也不是城市特色越多越好。一个城市有一个特色，才能称其为独一无二的特色。如果一个城市有五个特色和十个特色，那就不能称为特色了，那就称其为特色大全了。如果一个城市赤、橙、黄、绿、青、蓝、紫什么颜色都有了，那就应了古人一句话：“色多而盲人”。
- 所以，无论从城市化的角度还是从城市文化建设、城市特色文化建设、世界名牌城市建设的角度，都必须构建本城市独一无二的文化——暨自己城市的主题文化。





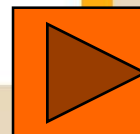
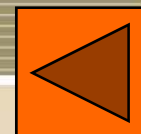


一个城市在城市化的进程中必须构建城市主题文化，只有构建城市主题文化，才能使城市模糊的形象和品牌鲜明的突出出来，才能影响世界、形成热点、形成注意力、形成品牌和标志性符号。只有构建城市主题文化，才能彰显城市的特质，才能形成城市的特质资源，才能在全球经济一体化的竞争中进行角色重新定位，才能在差异化的竞争中找到自己的主题文化优势，才能在全球经济一体化的竞争中立于不败之地。城市主题文化是一个城市个性化的文化形象和品牌概念，构建城市主题文化的目的和战略意义，就是塑主题文化之核、筑主题文化之魂、彰主题经济之势、显主题建筑之特。以此形成城市精神、文化、经济、建筑的高度统一和完美结合，以此形成城市独一无二的形象和品牌及核心竞争力。





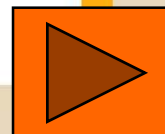
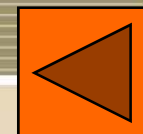
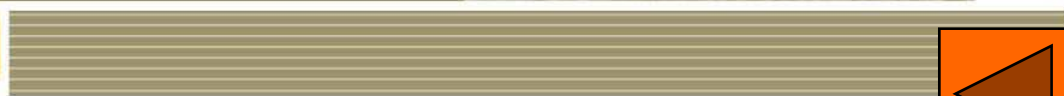
- 构建城市主题文化的目的和战略意义，就是通过主题立市、品牌兴业、特质资本、主题炼金的发展理念，让城市文化特质化、城市经济名牌化、城市建筑主题化，从而实现城市价值最大化、城市价值最优化、城市形态高级化。
- 构建城市主题文化的目的和战略意义，更重要的还在于以下几个方面：





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

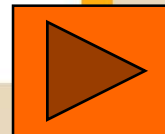
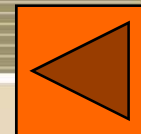
(一)、城市主题文化真正实现了  
城市精准定位的科学目标





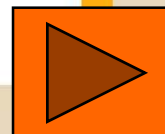
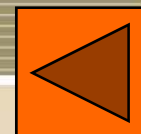


- 一个城市如果没有一个以城市特质为基点的精准的主题文化定位，即使城市规划做的再合理、再具体，也将因目标和结构不合理给城市发展带来全面性问题。实践证明，城市特色危机问题就是没有精准的城市主题文化定位所造成的。
- 以往我们的城市定位都是根据一种宏观的、区域性质的定位方法来进行定位的，即政治中心、文化中心、经济中心、区域中心、国际化城市的概念来定位的。因为这种宏观的、区域性质的定位方法，是建立在一种同质化定位方法的基础上，那么我们的城市用这几个同质化的概念一分摊到我们683个地级以上城市上，那么我们的城市就会出现上百个政治中心、文化中心、经济中心、区域中心、国际化城市的同质化城市概念。当这种同质化的城市定位，已经分不清哪个城市是哪个城市时，一种新的同质化定位方法又出现了，即生态城市、园林城市、森林城市、休闲城市、旅游城市、宜居城市、幸福城市、安全城市、环境城市、数字城市、创意城市、先锋城市、动感城市、活力城市、魅力城市。但这种新的同质化定位方法并没有改变以往的同质化城市定位给城市带来的概念模糊，反而给城市又新增添了一种更加模糊的印象，使城市定位更加模糊。





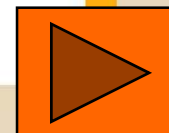
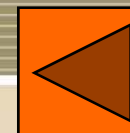
那么通过什么方法才能定位出像水上之都威尼斯、港口之都鹿特丹、旅游之都夏威夷、建筑之都罗马、音乐之都维也纳、雕塑与绘画之都佛罗伦萨、电影之都洛杉矶、时装之都巴黎、啤酒之都慕尼黑、博彩之都拉斯维加斯、狂欢之都里约热内卢、汽车之都沃尔茨堡、会议之都日内瓦、金融之都苏黎士、大学城之都海德堡、论坛之都达沃斯、会展之都汉诺威、钟表之都伯尔尼、文学与艺术之都爱丁堡、赛车博彩邮票之都摩纳哥、体育与酒店业管理之都洛桑、软件之都硅谷、新艺术之都毕尔巴鄂那样的城市定位呢？只有通过城市主题文化定位方法，才能找到这样独具特色的城市定位。城市主题文化定位是建立在一种城市特质上的定位方法，是在宏观层面上的政治中心、文化中心、经济中心、区域中心、国际化城市的基础上根据城市特质进行定位的一种方法，是一种更加精确、更加精炼、更加精准、更加核心的一种城市定位方法。城市特质是城市最本质的特性，是城市最个性的反映，是城市最现实的形态，是城市最特殊的资源，是城市最鲜明的主题。城市有了城市主题文化定位，就有了极具个性化的特质，这种城市特质定位，可以使一个城市在万千个城市中瞬间被人识别出来，可以在世界城市符号谱表中占有清晰的位置，在世界万千个城市意向中，具有独一无二的品性。





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

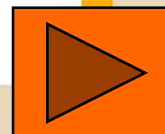
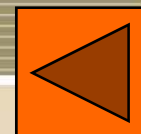
(二)、城市主题文化真正实现了  
城市“整体创意”的规划理念







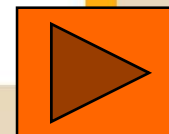
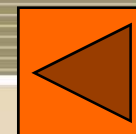
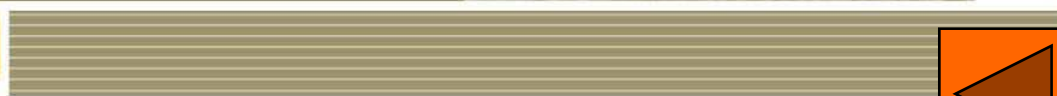
- 当今城市“千城一面”和“特色危机”问题，关键是城市规划设计缺少“整体创意”的问题，城市规划设计缺少“整体创意”，城市建筑就会杂乱无章，城市各系统之间就会缺少和谐关系，就会缺少主题文化意向。
- 而城市主题文化发展战略规划方法的出现，把城市各种要素、各个系统、各种形态在空间布局上统一在了城市主题文化坐标上，从而实现了城市“整体创意”、“整体创造”、“整体秩序”的规划理念。
- 一个城市有了主题文化规划设计，这个城市就能够从杂乱无章的信息中显露出一种品质，它使城市特质要素发挥出一种潜力，它有与众不同的主题符号和主题系统，通过城市主题文化的形象符号，印记在人们的头脑中，使人们能够清晰的辨认和选择出这个城市的主题意向，这就是通过城市主题文化实现城市“整体创意”的结果。





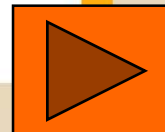
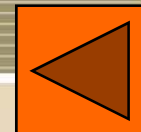
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

(三)、城市主题文化真正实现了  
城市差异化发展战略





面对全球经济一体化竞争的加剧，城市角色如何定位，城市如何走差异化发展战略，已成了城市参与全球经济一体化竞争最重要的手段。而城市主题文化是紧密结合一座城市特质资源，通过对城市特质资源的挖掘、提炼和培育，着眼于全球经济一体化发展要求，立足于城市自身的特色，发挥城市比较优势，通过错位发展、强势发展、优势发展，变比较优势为竞争优势，形成极具差异化的发展战略，在全球经济一体化竞争中掌握竞争的主动权，最终让城市在差异化发展战略中脱颖而出，实现城市真正的核心竞争力。

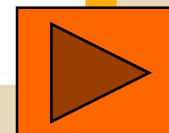
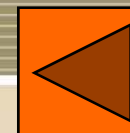






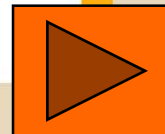
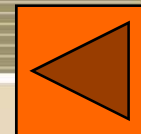
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

(四)、城市主题文化真正实现了  
城市特质资源最大化





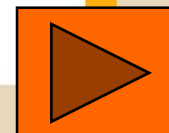
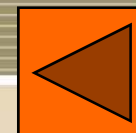
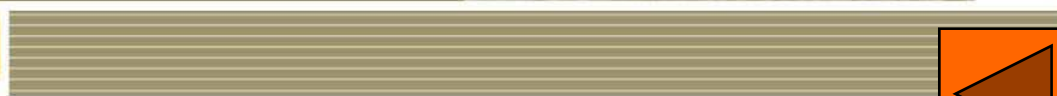
城市主题文化追求的是城市特质资源价值的最大化，而不是一般资源价值的最大化。城市主题文化把城市特质资源变成了一个主题经济形态密集、主题经济形态庞大、主题经济产业链长、主题经济资本附加值高的一种主题文化经济形态。城市主题文化真正实现了城市特质资源经济专业化、集约化、集群化、产业规模化的目标；真正实现了城市主题文化资源共享、整体开发、联动开发；实现了城市主题文化特质资源核心产业、支柱产业、关联产业系统发展的一种特质资源价值最大化发展形态，实现了城市特质资源产业化、市场化、特色化、社会化、名牌化、价值最大化的发展目标。





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

(五)、城市主题文化真正实现了  
城市经济增长极的培育和发展

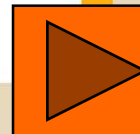
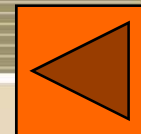






城市经济增长极是在区域增长极上产生的新概念。城市经济增长极是一个不依赖城市现有的经济模式，而通过城市主题文化创新模式产生的一种城市经济快速增长形态。如果把城市当作一个经济空间的力场，那么位于这个力场中的城市特质资源的培育，就是城市经济的一个增长点和增长极。城市经济增长极是推进城市特质资源迅速增长的过程，是一个城市特质资源不断扩大的综合体，是城市特质资源产生乘数效应的发展过程。它以不同的强度首先反映在城市特质资源的增长点和增长极上，通过城市主题文化系统的不断扩散，对城市经济产生重要的影响。在城市空间上城市主题文化形成的特质资源，成为支配城市经济活动空间分布与组合的重心，从而通过自身的迅速增长，对城市产生强大的作用，推动城市高速发展。

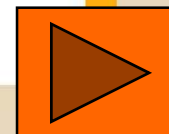
而城市主题文化就是这一经济增长极最有效的培育和发展途径，城市主题文化把经济增长极具体化到了城市特质资源的基点上，使城市特质资源要素变成城市经济增长极最核心的发展要素，最终形成一个极化空间和异化空间，这种极化空间和异化空间的力场作用，最终实现了城市经济增长极的培育和发展。





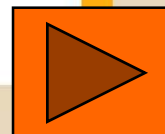
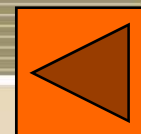
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

(六)、城市主题文化真正实现了  
城市发展战略规划的理论突破和模式突破





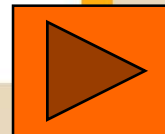
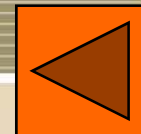
在当前全球经济一体化和经济发展区域化程度日益加深的背景下，传统的城市规划和城市发展战略规划单向思维模式已经不能适应解决特色城市建设、名牌城市建设和城市差异化发展战略的需要了。虽然在新一轮城市发展战略规划研究工作中，加强了城市特色文化和差异化发展战略的研究力度，但是由于现有城市发展战略规划的局限性，城市发展战略规划仍然缺乏对城市主题文化全面、深入的研究和判断，使现有的城市发展战略规划因缺乏城市主题文化空间布局，使城市发展战略规划处于一种概念模型与理论的演绎的过程。





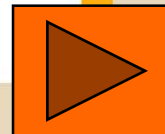
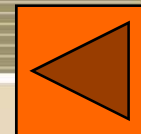


我们现有的城市发展战略规划虽然成为城市发展的综合性纲领文件，为城市总体规划赢得了决策地位和争取战略主动发挥了积极的有效作用，一些城市在完成战略规划后，跳跃了传统的城市规划，直接深化了城市经济、文化、建筑、规划的指导思想，成为城市总体规划的依据。但是，与复杂的城市问题相比，我们现有的城市发展战略规划在多学科、多视角、多层面的研究上仍然存在着严重的不足。特别是城市主题文化、主题经济、主题建设、主题空间分析手段方面还存在难以把握的问题，在建立城市空间与城市主题经济、主题文化、主题建筑上还有许多空间需要填充。彻底改变中国城市化快速发展、城市发展战略规划理论严重滞后的问题，是城市发展战略规划如何前行必须跨越的问题。同时，城市发展战略规划要成为社会真理，成为城市纲领性文件，就必须在城市发展战略规划上要有实质性的突破。靠现有学院派思想和单一学科的专家团队是无法在城市发展战略规划上进行突破的，只有通过跨学科的复合型专家团队和复合型知识才能系统的解决这一问题，才能在城市发展战略规划上具有创新性的重大突破，而这一切需要通过城市主题文化发展战略规划创新理论来系统解决。





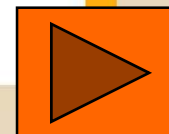
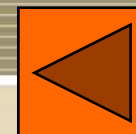
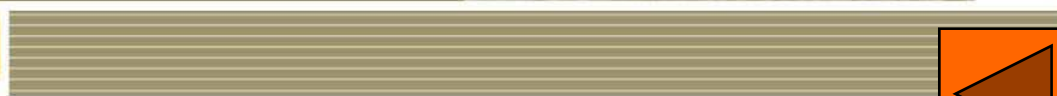
城市主题文化发展战略规划是一种高起点、大尺度、宽领域的规划研究，它是在现有城市发展战略规划基础上具有创新的一种规划研究。城市主题文化发展战略规划的核心内容是将城市长远空间规划的目标、愿景、结构、方向建立在城市主题文化空间布局上的一种空间规划，以及与城市密切相关的主题经济发展的、主题文化发展的、主题建筑设计的一种战略安排。城市主题文化发展战略规划以城市自然特质资源、人文特质资源、经济特质资源为基础，为城市提供一个以城市主题文化为导向的发展空间目标，从而实现了城市发展战略规划理论研究的重大突破和城市发展战略规划模式的重大突破。城市主题文化发展战略规划将成为二十一世纪城市发展战略规划的新范式、新范本、新类型。





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

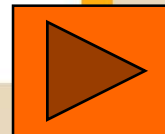
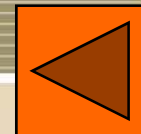
(七)、城市主题文化真正实现了  
城市品牌系统营销的目标







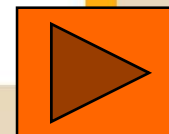
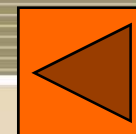
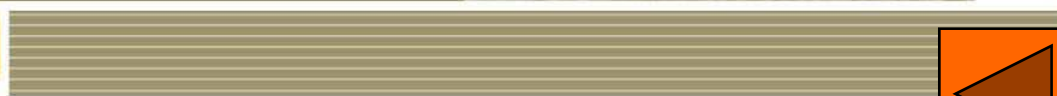
当前城市品牌营销为什么没有达到城市品牌系统营销的目的，就是我们没有把城市品牌营销建立在城市的特质上，没有建立在城市主题文化上，没有建立在城市主题文化各个系统上，使城市品牌营销流于形式而失去了品牌营销的意义。而城市主题文化品牌营销第一次把城市品牌营销建立在城市主题文化的基础上，使城市品牌依托城市主题文化各个系统的支持，真正实现了城市品牌营销的系统化、全面化、高端化的系统营销目标。真正实现了通过城市主题文化系统，使城市品牌明确化；通过城市主题文化公共艺术系统，使城市品牌视觉化；通过城市主题文化新闻系统，使城市品牌深植化；通过城市主题文化文化系统，使城市品牌鲜明化；通过城市主题文化旅游系统，使城市品牌特色化；通过城市主题文化品牌企业系统，使城市品牌国际化；通过城市主题文化开发区系统，使城市品牌规模化；通过城市主题文化教育系统，使城市品牌规范化；通过城市主题文化战略中心系统，使城市品牌推广化；通过城市主题文化形象品牌与城市空间战略发展规划设计系统，使城市品牌主题化；通过城市主题文化政府工作职能系统，使城市品牌经营化。最终实现了城市名牌化的系统营销目标。





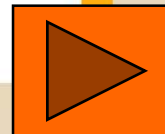
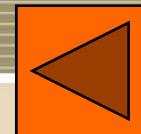
中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

(八)、城市主题文化真正实现了  
城市管理的科学化





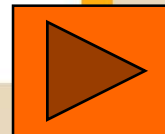
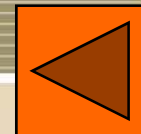
城市主题文化是现代经济、文化发展的CIMS操作系统，它把城市的研发、生产、管理、营销、信息、传播、反馈、市场份额编织成一个城市的CIMS操作系统来完成。通过城市主题文化研发化、程序化、管理化、信息化、虚拟化、智能化，把城市的经济、文化编成一个软件程序，之后对城市进行科学的系统开发和利用。把城市的无序开发变成有序开发，把城市的无序经营变成有序经营。使城市经济、文化有机的运作起来，形成一个前所未有的主题文化发展态势和主题文化发展空间，使城市获得最响亮的品牌，使城市文化、经济获得最高的附加值。







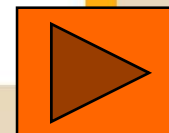
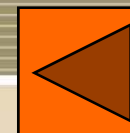
- 通过城市主题文化发展战略，即主题资源转化战略，主题资源提升战略，主题结构升级战略，主题创新支撑战略，主题产业集群战略，主题整合发展战略，使城市主题文化资源开发实现最大化和最优化。
- 真正实现了通过城市主题文化战略定位政府领导抓决策，通过城市主题文化软件战略中心抓活动，通过城市主题文化硬件战略中心抓建设，通过城市主题文化品牌战略中心抓市场，通过城市主题文化金融战略中心抓投资环境，通过城市主题文化形象活动抓市民素质，通过城市主题文化品牌活动抓城市营销，通过城市主题文化总体战略抓城市发展的科学管理目标。





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

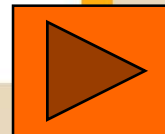
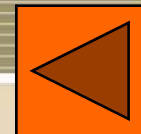
## (九)、城市主题文化主导未来





- 城市主题文化就是针对一个城市的特质目标、特质载体、特质形态所做出的一种规划、框限和塑造的一种过程。城市——就是市民物质和精神的栖息之地；主题——就是城市的主导、主流、主体、主义为使命的一种城市最重要的发展命题；文化——就是在城市主题特质基础上产生的一种特殊文化形态。

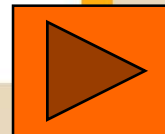
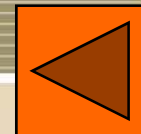
- 城市主题文化是一个原创性、特质性、系统性的文化；城市主题文化是一个唯一性、权威性、排他性的文化；城市主题文化是一个稳定性、可持续性、安全性的文化；城市主题文化是一个城市市民对精神认同、文化认同、经济认同、建筑认同的文化；城市主题文化是一个城市经济、文化、建筑以主题作为标准和标志的文化；城市主题文化是把城市特质文化凝聚在一起的文化；是把城市特质文化无限放大的文化；是把城市特质融入城市经济、文化、建筑之中的文化；是把城市特质变成城市灵魂的一种文化；城市主题文化是一个城市万物归宗、万物归主、万物归题的文化。





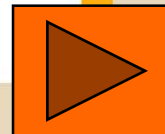
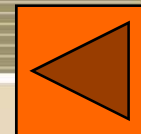


因此，一个城市找准了城市主题文化，就破解了城市特色文化建设的密码；一个城市抓住了城市主题文化，就抓住了城市特色文化建设的命门；一个城市锁定了城市主题文化，就锁定了城市特色文化建设的方向。城市特色文化建设，必须要有明确城市主题文化定位，有了明确的城市主题文化定位，城市特色文化建设就有了灵魂，就有了发展方向，就有了明确坐标，就有了核心价值体系。城市特色文化建设，要突出城市主题文化，提炼城市主题文化，深化城市主题文化，升华城市主题文化，放大城市主题文化，使城市主题文化更加独特、更加鲜明，成为让世界认知城市的标志性文化。城市抓住了城市主题文化这个大主题，就有了城市主题文化这个大方向，就有了城市主题文化这个大章法，就有了城市主题文化这个大名片。在城市特色文化建设上，就真正实现了人无我有，人有我多，人多我优，人优我新，人新我特的大优势，就可以围绕城市主题文化这个大主题来挖掘城市特色，提炼城市特色，锁定城市特色，烘托城市特色，突出城市特色，深化城市特色，升华城市特色，创造城市特色，放大城市特色，使城市特色更加鲜明，更加耀眼。从而形成城市极具魅力的特色形象和特色品牌。



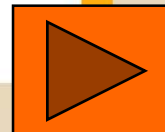
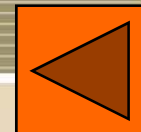


城市主题文化代表的是城市形象，承载的是城市特色文化，体现的城市个性，蕴藏的是城市品质。一个城市确定了城市主题文化就要围绕城市主题文化建设城市，突出主题，放大主题，发挥主题，增强和壮大城市主题文化，使城市主题文化真正成为城市的特色形象和特色品牌，成为城市文化的标志性文化，城市主题文化是城市真正的特色文化，是有生命力的特色文化。只有城市主题文化才有放大效应，只有城市主题文化才是一个城市永恒的，具有强大生命力的文化。





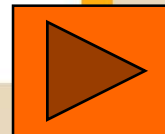
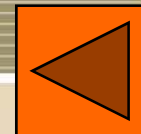
所以，一个城市应通过城市主题文化发展理念进行城市主题文化战略定位，进行城市主题文化空间形态设计，进行城市主题文化空间布局，进行城市主题文化设施安排，进行城市主题文化功能培育，进行城市主题文化形象塑造，进行城市主题文化品牌营销。通过城市主题文化系统构建，城市主题文化资源就得到了最大的开发和利用，城市主题文化资源就得到了最大的延伸和拓展，城市主题文化资源就得到了最大的放大和膨胀，城市主题文化资源就在城市的各个领域、各个系统和行业部门中得到了最大的彰显，城市主题文化资源和元素就在城市的空间、容量、秩序、结构、功能上被开发到最大化和最优化，城市主题文化就成为城市最大的文化软实力和城市核心力。







- 一个城市要想成为特色城市和世界名牌城市，首先要明确自己的使命、价值和愿景，从而制定出城市主题文化发展战略，然后把城市主题文化发展战略分解成系统的、可执行的目标和行动方略，最终实现世界名牌城市的伟大目标。
- 一个城市没有城市主题文化，就会千城一面；一个城市没有城市主题文化，就会遭到批判；一个城市没有城市主题文化，就会产生特色危机；一个城市没有主题文化，就无法把世界名牌城市的目标实现。
- 一个政府书记不懂城市主题文化，城市发展就会没有理念；一个城市市长不懂城市主题文化，城市建设就会大乱；一个规划专家不懂城市主题文化，城市规划就没有章法；一个设计专家不懂城市主题文化，城市设计的灵魂就无法体现；一个市民不懂城市主题文化，就不能用思想捍卫自己的精神家园。





中国国际城市主题文化设计院  
China Int'l City Subject Culture Design

付宝华

中国城市主题文化创始人

中国国际城市主题文化设计院 院长

电话: 133 7166 1647 010—67677014

传真: 010—67681854

邮编: 100078

网址: [www.citysuc.com](http://www.citysuc.com)

电子邮箱: [citysuc@126.com](mailto:citysuc@126.com)

地址: 北京南三环东路27号院芳群公寓A座2508

