

《城市主题文化与世界名城崛起》

书籍信息

版次：1

页数：300

字数：273000

印刷时间：2007年09月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787501780877

丛书名：城市主题文化研究丛书

编辑推荐

一部中国城市进入世界名牌城市的启示录……

本书以古典城市主题文化视角解密了世界名牌城市形成和崛起的原因，从中找出了世界名牌城市崛起的内在逻辑和规律，通过仔细入微的科学论证和循序渐进的逻辑推理，使古典城市主题文化的概念被清晰地提炼出来，成为世界名牌城市崛起的重要理论依据，从而为中国特色城市建设和打造世界名牌城市找到了科学的理论依据和思想方法。我们找到了古典城市主题文化催生世界名牌城市崛起的原因，我们就犹如找到了一把打开世界名牌城市的金钥匙。既然古典城市主题文化能够催生世界名牌城市崛起，那么现代城市主题文化构建是进入世界名牌城市的必由之路。原因是古典城市主题文化是自然形成的，而现代城市主题文化是在古典城市主题文化基础上通过现代科学理论和体系来加以完善的。所以，现代城市主题文化，是特色城市建设和打造世界名牌城市*科学的路径和方法。

内容简介

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，城市建设就会散乱；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。

本书旨在诠释世界名牌城市的成功经验，就是以世界名牌城市崛起探索为纬，以世界名牌城市形成过程为经，总结其世界名牌城市崛起的历史逻辑，把握世界名牌城市崛起的规律。以古典城市主题文化为解读对象，展现它们通过各自不同古典城市主题文化，在不同时期内完成世界名牌城市崛起的过程，既总结出各自鲜明的古典城市主题文化，又探讨了这些世界名牌城市形成过程中相通的逻辑和规律，为中国特色城市建设和打造世界名牌城市提供历史的佐证和成功的经验。

作者简介

付宝华院长——城市主题文化创始人。付宝华院长历经十年时间系统研究，终于把数十门不同学科整合在一起。构建出了系统的城市主题文化理论体系和城市主题文化发展战略规划设计模式，被国际、国内多家权威机构的专家和学者誉为城市主题文化学科的创始人。2003年，针对

目录

第一章 世界名牌城市崛起的原因

第一节 世界名牌城市的起源

第二节 世界名牌城市的演进

第三节 世界名牌城市的形成

第四节 世界名牌城市发展的逻辑规律

第二章 世界名牌城市成长的理论假定

第一节 世界名牌城市形成具有古典主义城市主题文化的共性

第二节 古典城市主题文化是推动世界名牌城市发展的重要动力

第三节

古典城市主题文化实现了世界名牌城市的经济性、文化性、社会性三者之间的高度统一

第四节 世界名牌城市的建立无不是通过城市主题文化构建成功的

第三章 原创性城市主题文化

第一节 水上之都威尼斯

第二节 港口之都鹿特丹

第三节 旅游之都夏威夷

第四节 建筑之都罗马

第四章 专业性城市主题文化

第一节 音乐之都维也纳

第二节 雕塑与艺术之都佛罗伦萨

第三节 电影之都洛杉矶

第四节 时装之都巴黎

第五节 啤酒之都慕尼黑

第六节 博彩之都拉斯维加斯

第七节 狂欢之都里约热内卢

第八节 汽车之都沃尔夫斯堡

第九节 会议之都日内瓦

第十节 金融之都苏黎世

第十一节 大学之城海德堡

第十二节 论坛之都达沃斯

第十三节 会展之都汉诺威

第十四节 钟表之都伯尔尼

第五章 综合性城市主题文化

第一节 文学与艺术之都爱丁堡

第二节 赛车、博彩、邮票之都摩纳哥

第三节 体育与酒店管理之都洛桑

第六章 创新性城市主题文化

第一节 软件之都硅谷

第二节 新艺术之都毕尔巴鄂

第七章 打造世界名牌城市应找到世界名牌城市形成的文化源头

第一节 古典城市主题文化为现代城市打造世界名牌城市提供了方向

第二节

吸收、借鉴古典城市主题文化经验是现代城市进入世界名牌城市的最有效途径和方法

第三节 构建现代城市主题文化是一大挑战

第四节 现代城市主题文化加速现代世界名牌城市崛起

中国国际城市主题文化设计院简介

后记

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)