

# 2026-2032年中国城市经营 市场深度评估与投资前景评估报告

## 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

《2026-2032年中国城市经营市场深度评估与投资前景评估报告》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/202512/495518.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

中企顾问网发布的《2026-2032年中国城市经营市场深度评估与投资前景评估报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

城市经营是指以城市政府为主导的多元经营主体，根据城市功能对城市环境的要求，运用市场经济手段，对以公共资源为主体的各种可经营资源进行资本化的市场运作，以实现这些资源资本在容量、结构、秩序和功能上的最大化与最优化，从而实现城市建设投入和产出的良性循环、城市功能的提升及促进城市社会、经济、环境的和谐可持续发展。

城市经营，既是市场经济不断深入的结果，也是中国城市化快速发展的必然课题。在市场经济和城市化进程的大背景下，政府的职能也要跟着转变，从建设城市到管理城市，再从管理城市到经营城市，是政府运营城市的必然选择。今天的中国，正面临着城市化的巨大机遇和严峻挑战，从管理城市到经营城市，是摆在每一级政府面前的重大课题。

本报告利用资讯长期对城市经营领域跟踪搜集的资讯，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告分城市经营、城市经营模式、城市经营发展战略三个部分，对城市经营及经营模式进行了深入地分析。城市经营部分对城市经营要素、城市战略经营、城市空间运营、城市土地经营、城市营销进行了深入的阐述；城市经营模式部分对我国主流城市经营模式如环境品牌经营模式、名牌产品经营模式等进行了详尽的分析及案例解读；城市发展战略部分对国际城市经营发展经验、我国城市经营中存在问题及原因进行了分析，并对我国主要城市经营发展战略作出了方向指引。

报告目录：

### 第1章：城市经营战略

#### 1.1 城市经营的三大要素

##### 1.1.1 城市经营的界定

- (1) 城市经营的内涵
- (2) 城市经营与城市管理的区别
- (3) 城市经营与企业经营的区别

##### 1.1.2 城市经营的三要素

- (1) 城市经营主体类型
- (2) 城市经营的客体

### (3) 城市经营的过程

#### 1.1.3 报告研究范围界定

### 1.2 城市经营战略分析

#### 1.2.1 城市经营战略的内容

#### 1.2.2 城市经营战略与城市规划的关系

- (1) 城市规划是城市经营战略的前提和依据
- (2) 城市经营是城市规划的实施手段
- (3) 城市经营战略与城市战略规划存在互动关系

#### 1.2.3 我国城市经营战略发展概况

### 1.3 城市总体经营战略分析

#### 1.3.1 城市总体经营战略的基本特征

- (1) 城市总体经营战略是对城市整体的经营
- (2) 城市总体经营战略整合城市总体价值
- (3) 城市总体经营战略以政府为主体
- (4) 城市总体经营战略以空间为依托

#### 1.3.2 城市发展战略定位

- (1) 城市的区域定位
- (2) 城市的功能定位
- (3) 城市的文化环境定位

#### 1.3.3 城市空间经营战略

- (1) 城市空间拓展
- (2) 城市空间结构与形态演变

#### 1.3.4 城市总体经营战略策略

- (1) 总结城市发展经验
- (2) 制定统一的区域经营策略。
- (3) 重视重大基础设施的导向作用
- (4) 引导有效、有序的土地开发

### 1.4 城市品牌营销战略及案例分析

#### 1.4.1 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
- (3) 我国内地城市品牌营销

(4) 我国城市品牌打造策略

#### 1.4.2 城市形象营销及策略分析

(1) 城市形象概念

(2) 城市形象营销策略

#### 1.4.3 城市事件营销及类型分析

(1) 重大城市事件特点及其作用

(2) 城市事件的类型

#### 1.4.4 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

### 第2章：城市空间运营

#### 2.1 城市功能空间运营及案例分析

##### 2.1.1 住区运营及案例分析

(1) 城市住区的定义及其特性

(2) 中国城市住区的历史发展特征

(3) 中国住区开发运营中的问题分析

(4) 我国住区开发运营策略

(5) 住区运营案例分析——南京江宁“三山板块”

##### 2.1.2 中央商务区运营及案例分析

(1) 中央商务区的功能、结构和特征

(2) 国内中央商务区发展阶段分析

(3) 国内外中央商务区发展对比分析

(4) 中国中央商务区运营管理分析

(5) 政府在中央商务区建设中的作用

(6) 中央商务区建设案例分析——南京CBD

##### 2.1.3 开发区运营及案例分析

(1) 开发区发展历程

(2) 我国开发区运营机制分析

(3) 开发区典型运营管理模式

(4) 我国开发区开发运营存在问题

(5) 传统开发区向产业新城转型分析

#### 2.2 城市空间运营基础——土地经营

## 2.2.1 中国城市土地制度改革

- (1) 城市土地经营的概念
- (2) 城市土地制度改革历程
- (3) 中国现行基本土地制度

## 2.2.2 城市土地经营方式与运作程序

- (1) 城市土地经营的方式
- (2) 城市土地经营的运作程序
- (3) 地方政府现行土地经营特点

## 2.2.3 中国土地经营成果分析

- (1) 土地经营收入来源分析
- (2) 中国土地经营成果分析

## 2.2.4 政府在土地经营过程中存在的问题

- (1) 土地经营流程自身存在的问题
- (2) 地方政府的行为失范和责任缺失

## 第3章：典型城市经营模式

### 3.1 典型城市品牌经营模式分析

#### 3.1.1 环境品牌经营模式分析

- (1) 环境品牌经营模式简介
- (2) 环境品牌模式的适用条件与实现路径
- (3) 环境品牌经营的主要内容与策略

#### 3.1.2 工业品牌经营模式分析

- (1) 工业品牌经营模式简介
- (2) 工业品牌经营模式的适用条件与实现路径
- (3) 工业品牌经营的主要特征和内容

### 3.2 典型城市要素经营模式

#### 3.2.1 旧城改造运营及案例分析

- (1) 旧城改造的方式和内容
- (2) 旧城改造的行为主体
- (3) 中国旧城改造的历程与成就
- (4) 发达国家旧城改造的历程与经验
- (5) 旧城改造运行机制分析
- (6) 国内城市旧城改造案例分析

### 3.2.2 城市新区的开发运营及案例分析

- (1) 城市新区的界定与分类
- (2) 国际城市新区建设实践与启示
- (3) 我国城市新区开发建设实施策略
- (4) 新城开发运营案例分析——南京河西新城

### 3.2.3 基础设施民营化经营模式分析

- (1) 基础设施民营化经营模式与动因分析
- (2) 我国城市基础设施民营化运行现状与问题
- (3) 我国城市基础设施民营化运行模式的选择
- (4) 城市基础设施民营化运行范围影响因素分析
- (5) 我国城市基础设施产业竞争机制的建立

## 3.3 我国主要地区城市经营案例分析

### 3.3.1 典型城市经营模式案例分析

- (1) 大连城市经营案例——环境品牌经营模式
- (2) 青岛城市经营案例——工业品牌经营模式
- (3) 深圳城市经营案例——城中村改造模式
- (4) 长春城市经营案例——基础设施民营化经营模式

### 3.3.2 其他地区城市经营案例分析

- (1) 北京城市经营案例分析
- (2) 上海城市经营案例分析
- (3) 天津城市经营案例分析
- (4) 西安城市经营案例分析

## 第4章：问题与对策篇

### 4.1 我国城市经营中存在问题及解决策略

#### 4.1.1 我国城市经营问题与原因剖析

- (1) 我国城市经营中存在的误区
- (2) 城市经营中存在矛盾
- (3) 城市经营问题原因剖析

#### 4.1.2 我国城市经营问题解决策略

- (1) 国外城市经营先进经验借鉴
- (2) 城市经营问题政策建议

## 图表目录

图表1：城市经营的基本架构

图表2：城市政府在城市经营中的主要职能

图表3：城市经营客体分类

图表4：本报告研究框架

图表5：国内部分城市的品牌形象

图表6：我国城市品牌价值指数评估指标

图表7：城市会展能力综合评价指标体系

图表8：主要奥运会的投融资模式

图表9：城市住区的特征

图表10：中国住区形态的多元化格局

图表11：调控与刺激政策下的中国房地产业（单位：亿元，%）

图表12：近年来华东地区房地产业别墅、高档公寓投资完成额及同比增速（单位：亿元，%）

图表13：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14：南京河西新城区分级配套模式

图表15：伯吉斯城市空间结构理论分析示意图

图表16：中央商务区（CBD）的分类（单位：万平方米，平方米/人）

图表17：不同级别中央商务区（CBD）的转换

图表18：中央商务区的主要功能

图表19：中央商务区（CBD）的特征

图表20：世界/区域级CBD与我国CBD发展概况对比

图表21：国内外城市CBD概况比较（单位：平方公里，万平方米）

图表22：主要城市CBD写字楼市场数据（单位：%）

图表23：国内外CBD用地、商务办公面积汇总（单位：万人，平方千米，万平方米）

图表24：中央商务区关联群体分析

图表25：中央商务区收益来源分析

图表26：南京中央商务区发展现状分析

图表27：2021-2025年国家级经济技术开发区和高新技术产业开发区数量（单位：个）

图表28：产业新城关键功能

图表29：产业新城生命力体系构成

图表30：产业新城生命力之城市地产综合体

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202512/495518.html>