# 简论西部中等城市的城市品牌塑造

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-01-01

*论文关键词：城市 营销 企业品牌 城市品牌论文摘要：本文从城市营销基本理论出发，简要分析了我国各地在城市营销方面的一些做法和经验，全面 总结 了陕西省宝鸡市近年来城市品牌建设的成就，强调了企业品牌在城市品牌建设中的地位和作用，以期为西部中等...*

论文关键词：城市 营销 企业品牌 城市品牌

论文摘要：本文从城市营销基本理论出发，简要分析了我国各地在城市营销方面的一些做法和经验，全面 总结 了陕西省宝鸡市近年来城市品牌建设的成就，强调了企业品牌在城市品牌建设中的地位和作用，以期为西部中等城市的品牌塑造提供新思路。

菲利普•科特勒在《国家营销》中认为，一个国家，也可以像一个企业那样用心经营。在他看来，国家其实是由消费者、制造商、供应商和分销商的实际行为结合而成的一个整体。国家营销应当像企业营销一样，突出特点，发挥优势，提高核心竞争力。由“国家营销”衍生而来的“城市营销”发展到今天，已经具备比较明显的内涵。城市营销力求将城市视为一个企业，将某一城市的各种资源以及所提供的 公共 产品或服务以现代 市场 营销丰富的理论和方法向购买者进行销售，包括一个城市的产品、企业、品牌、 文化 氛围、贸易 环境 、 投资 环境、城市形象和人居环境等全方位的营销。

城市品牌的核心内涵

品牌的核心内涵是要传递给消费者的核心利益（即品牌究竟要带给消费者什么），是企业针对消费者的市场承诺。城市品牌是一个城市在推广自身城市形象的过程中，根据城市的 发展战略 定位所传递给 社会 大众的核心概念，并得到社会的认可。城市品牌是城市 地理 名称在某一空间区域内 政治 、 经济 、社会、文化、环境等方面所传递信息的总和，以及由此所产生的感知、认知和联想，是城市政府、社会组织、企业、市民及城市所提供的产品、服务等品牌的综合。

我国越来越多的城市正在品牌塑造和品牌建设方面进行积极的探索。例如，杭州将城市定位为“休闲之都”，在202\_年成功举办了世界休闲博览会，每年一届的西湖博览会也有声有色，并提出了“住在杭州”的城市品牌发展战略。昆明是一个以 旅游 资源丰富著称的城市，其对外宣传也是大打旅游牌，1999年的世界园艺博览会使昆明出尽了风头。上海早在上世纪90年代初就提出了建设“世界级城市”的战略发展目标，定位于国际 金融 、贸易和航运中心地位。

除了上述大型城市外，更多的中小城市也积极运作城市品牌的建设，例如山西晋中、内蒙古鄂尔多斯、山东荣成、福建石狮、广东中山和虎门等。这些城市的城市定位和品牌塑造各有特色，有很多值得借鉴的地方。 “长三角”、“珠三角”和京津塘地区的城市群已成为 中国经济 发展的旗舰。作为经济欠发达的西部中等城市，宝鸡市的企业品牌、产品品牌的现状怎样，城市品牌如何定位、如何建设、如何维护，企业品牌与城市品牌的关系如何良性互动，是需要我们深刻认识和总结的几个问题。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！