

<<城市名片>>

图书基本信息

书名：<<城市名片>>

13位ISBN编号：9787218060057

10位ISBN编号：7218060056

出版时间：2009-3

出版时间：广东人民出版社

作者：韩强

页数：244

版权说明：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：<http://www.tushu007.com>

<<城市名片>>

内容概要

这本《城市名片：美创造财富的文化报告》可以作为文化经济著作来读，可以看做是城市文化的著作，也可以看做是价值哲学的深奥哲理与城市经济、城市形象和名片、财富和人文关怀进行融合的一个体验和成果，这里包含着我对文化经济学的一种独特体会。

它集中于现代财富及文化创造中如何促进“以人为本”的和谐社会，通过城市文化品牌这一特殊的视角，使人们重新认识自己真正需要的是什么，自己的自然本性、社会本性和内在平衡本性在城市中怎样得到实现；由此，我们建造和发展城市，创造财富，应该有怎样的文化自觉；通过这些实践，我们怎样实现自己的全面本性。

当今社会，不少人专注于城市的外在建设，物质财富的创造，

<<城市名片>>

书籍目录

第一章 城市系统与新人文精神 第一节 地球生态系统与城市的同构性 一、人-自然子系统 二、人-社会子系统 三、人-自身子系统 第二节 五度思维空间与新人文精神 一、生活 二、实践 三、文化 四、人的本性 第二章 城市品牌及财富创造的人文关怀 第一节 城市价值系统与价值建构 第二节 品牌与财富的价值关怀 第三节 自然价值与生态财富的人文关怀 第四节 社会价值及财富的人文关怀 第五节 关怀人自身价值与财富的和谐构建 一、物质财富与精神财富 二、身体财富和心理财富 三、幸福与人自身的和谐 第三章 创造城市品牌的美学原则 第一节 生命美学原则 一、节奏性 二、成长性 三、动态性 四、有机整体性 五、力的形式 六、生命形式与城市形象美 第二节 城市美的和谐原则 一、和谐美的历史积淀 二、城市和谐美的人文内涵 第三节 多角度思考城市美的创造 一、生态模式与人文模式的统一 二、共生原则 三、分散和集中结合原则 四、多元化 第四章 城市美：世界城市名片 第一节 花园城市 第二节 园林城市 一、自然与人文融合的境界 二、要大森林还是要石屎森林 第三节 山水城市 第四节 生态城市 第五节 功能规划城市 第六节 亲近自然的理念 第七节 绿色城市须奠基于厚重的人文 第五章 绿色名片与自然家园 第六章 绿色美：价值的构建与共享 第七章 绿色城市畅想及财富价值 第八章 广东文化品牌及其底蕴 第九章 城市文化品牌报告 第十章 历史文化品牌报告 后记

<<城市名片>>

章节摘录

第一章 城市系统与新人文精神20世纪末全世界城市人口超过总人口一半，并且加速增长，城市已成为人类生活极重要的内容，彻底改变了人类生存和发展的空间形式。

城市病是地球生态系统走到濒临崩溃边缘的首恶。

但与此几乎同步的是绿色运动、生态文明的挺进和城市模式、理念的发展。

在此前景下，城市理念和模式的创新成为生态系统重建和人类文明进步的重要前提。

在文化经济时代，越来越多人意识到城市文化品牌能够创造出巨大的价值和财富。

但这多停留在直觉的阶段。

城市品牌应该创造怎样的财富，创造这些财富为的是什么？

问题一层层地探究下去，就要深入到人的本质问题、美的本质和人文关怀的各方面。

这些“形而上”的问题不解决，城市品牌的建设就停留在某些行业和区域各行其是，杂乱无章地树立起自己的品牌，缺乏系统构建，城市品牌于是变成万花筒式的东西，这实际上并未树立起城市品牌。

城市及其品牌的系统构建需要人们了解城市系统的全貌，通过它与其他系统的联系透析其中贯穿的本质。

本章通过剖析城市生态系统中人一自然、人一社会、人自身三个子系统的结构和系统控制机制，发现城市生态、居所、绿色和生活等理念的人文关怀新内涵，进而发现人的本性、生态系统、人类实践、文化和生活这五个系统的同构性，在五度思维空间中概括出人与自然和谐、人与社会和谐、人自身的内在和谐及其统一的新人文精神。

它是城市品牌深层的人文底蕴。

<<城市名片>>

后记

从城市这一维度出发，城市是现代人类的主要居所，是他们开展实践的主战场，是财富最为集中地涌流和创造的冶金炉；而在财富的创造中，文化经济时代将文化品牌提到了十分显赫的地位，在其中，城市文化品牌又是多元财富、多种价值共同建构起来的，涵盖面极为丰富的一个浩大系统工程；这种建构正是美的创造过程、审美构建过程。

文化经济时代已开始改变传统的财富观，我选择从美的创造的角度分析发现和挖掘文化品牌怎样创造巨大的财富，包括自然财富、社会财富和人自身财富，来切入现代财富观这个文化经济学的重要理论问题。

所以这本小书可以作为文化经济著作来读，可以看做是城市文化的著作，也可以看做是价值哲学的深奥哲理与城市经济、城市形象和名片、财富和人文关怀进行融合的一个体验和成果，这里包含着我对文化经济学的一种独特体会。

它集中于现代财富及文化创造中如何促进“以人为本”的和谐社会，通过城市文化品牌这一特殊的视角，使人们重新认识自己真正需要的是什么，自己的自然本性、社会本性和内在平衡本性在城市中怎样得到实现；由此，我们建造和发展城市，创造财富，应该有怎样的文化自觉；通过这些实践，我们怎样实现自己的全面本性。

当今社会，不少人专注于城市的外在建设，物质财富的创造，沉迷于过度的物质享受，却忘记了我们创造城市的目的，是实现这些本性，是让人民的全面本质得以自由发展和逐步实现，这是城市的第一要务，是我们创造财富的主旨。

这一种宏观视野的表达，我不希望以十分规范的学术语言和叙述方式呈现给读者。

在现代阅读氛围中，短文章和通俗亲切的语言更受欢迎，因而可以多一些读者。

拥有广大的读者群，这是写书人的第一愿望。所以，除了第一、二章要为城市品牌和财富创造建立本质的联系，需要对城市及其文化的本质有一个形上的设定，我采取了较为普遍的学术形式，其他的篇章我较多地用谈。

<<城市名片>>

编辑推荐

《城市名片:美创造财富的文化报告》是由广东人民出版社出版的。

<<城市名片>>

版权说明

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:<http://www.tushu007.com>