

区域科技、经济、社会

可持续发展与城市品牌定位的关联分析——以山东省烟台市为例

李东升,李中东

山东工商学院经济系,山东工商学院经济系 山东烟台264005

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 品牌竞争力直接体现了城市可持续发展程度,是可持续发展的外在表现,定位的准确与否决定城市可持续发展程度。通过分析,指出:烟台的城市品牌定位应从实施可持续发展的角度出发,结合在半岛制造业基地构建中所扮演的角色以及自身的区域空间、人文与自然环境,塑造面向全国、辐射东北亚,充满浓厚乡土气息的食品城品牌,最终实现烟台的协调发展。

关键词 [可持续发展](#) [竞争力](#) [品牌定位:烟台](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2005-04-007](#)

通讯作者:

李东升

作者个人主页: [李东升](#); [李中东](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(208KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“可持续发展”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [李东升](#)
 - [李中东](#)

