

基于 SWOT 及 IFE 分析城市高识别度 LOGO 符号设计研究

刘璐, 潘峰, 王远志, 庞传远
(茅台学院, 贵州 遵义 564507)

摘要: **目的** 城市 LOGO 设计多被视为主观性较强的工程, 研究通过 SWOT 及 IFE 分析, 试图为城市 LOGO 设计及其他 LOGO 设计提供比较客观的思考进路或研究范式。**方法** 基于城市发展溯源法和城市文化 SWOT 及 IFE 分析, 精心筛选与取舍城市代表元素, 促进 LOGO 设计师的匠心独运和画龙点睛。**结果** 以 SWOT 及 IFE 分析嵌入城市 LOGO 的设计之中, 较易获得赋有个性、特色鲜明、关涉长远、识别度高的城市 LOGO。**结论** 城市 LOGO 必须赋有特色, 设计不是主观臆造, 更不容模仿或抄袭, 而是基于 SWOT 及 IFE 分析的城市优势元素析出, 以及基于系列原则的优中取萃, 突显城市特色、历史人文、资源禀赋和战略走向的设计和传播过程。

关键词: SWOT 及 IFE 分析; 城市文化; 城市 LOGO 设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)06-0404-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.06.046

Design of LOGO Symbol with High Recognition Based on SWOT and IFE Analysis

LIU Lu, PAN Feng, WANG Yuan-zhi, PANG Chuan-yuan
(Moutai Institute, Guizhou Zunyi 564507, China)

ABSTRACT: Urban LOGO design is mostly regarded as a construction project highlighting subjectivity. The work aims to provide a more objective thinking approach or research paradigm for urban LOGO design and other LOGO design through SWOT and IFE analysis. Based on the tracing method of urban development and SWOT and IFE analysis of urban culture, the urban representative elements were carefully selected and chosen, so as to promote the ingenuity and finishing touch of LOGO designers. By embedding SWOT and IFE analysis into the design of urban LOGO, it was easier to obtain the urban LOGO with personality, distinctive characteristics, prominent strategy and high recognition. The urban LOGO must be endowed with characteristics and highlight the strategy. The design is not subjective fabrication which cannot be imitated or copied, but the precipitation of urban advantageous elements based on SWOT and IFE analysis, as well as the design and communication process based on a series of principles to highlight the urban characteristics, history and humanities, resource endowment and strategic trend.

KEY WORDS: SWOT and IFE analysis; urban culture; urban LOGO design

长期以来, 城市 LOGO 设计多被视为不明朗的过程, 诸多研究对此语焉不详, 本研究尝试为城市 LOGO 及其他 LOGO 设计提供一种进路思考。在经济全球化发展的过程中, 以城市为单元的市场经济竞争在国际社会中格外活跃, 决定了城市在交流和发展

中需要突出资源禀赋、历史人文等要素, 这使市场经济下城市形象工程建设中 LOGO 的设计成为必不可少的内容。然而, 面对城市长期发展中遗存的代表元素, 以及城市主体的期望、消费者的判断和设计师的专业考量, 决定了城市特色 LOGO 的设计既不可凭

收稿日期: 2022-10-23

基金项目: 茅台学院 2020 年度“金课”建设项目 (myjk2020005); 第一批产学研合作协同育人项目 (202101049005)

作者简介: 刘璐 (1991—), 女, 硕士, 讲师, 主要研究方向为信息可视化设计与包装设计。

主观臆造,也不容盲目地模仿,而是基于SWOT及IFE分析城市代表识别符号的制定和传播过程。

1 SWOT及IFE分析

SWOT分析又称态势分析,在20世纪六七十年代,哈佛大学商学院的肯尼斯·安德鲁斯和艾尔弗莱德·查尔德在深入研究赢利能力的驱动中,以SWOT对经营战略进行分析^[1];即基于内部及外部竞争环境和竞争条件下的态势分析,将与研究对象有密切关系的内部优势、劣势和外部的机会和挑战等,通过调查并依照矩阵形式进行排列,把各种因素加以相互匹配,然后诉诸于系统的结构化分析,在肯定、否定和判断、抉择中制定相应的发展战略、计划或对策等。这里S(Strengths)代表内部优势、W(Weaknesses)意味内部劣势、O(Opportunities)标志外部机遇、T(Threats)表示外在挑战。从整体来看,SWOT分析分为两部分:第一部分为SW,主要用来分析内部的优势和劣势;第二部分为OT,主要用来分析外部的机遇和挑战。利用这种方法可以从中找出对战略有利的、值得弘扬的因素,以及对战略不利的、要加以规避的因素,发现存在的问题,找出解决方法,并明确以后的发展方向。SWOT分析的最大优势在于宏观性,但是其不足也恰恰在于大而失微、量化有限。

IFE分析是内部因素评价矩阵分析,是对内部因素优劣定性定量的分析工具,其做法是从优势和劣势两个方面找出影响组织未来发展的关键因素。根据各个因素影响程度的大小确定权重,范围从0(不重要)到1.0(非常重要),所有关键因素权重之和等于1;再根据组织对各关键因素的认同程度进行评判,评价价值1分代表重要劣势,评价价值2分代表次要劣势,评价价值3分代表次要优势,评价价值4分代表重要优势。每个因素的权重乘以评分,得到每个因素的加权分数,最后算出组织的总加权分数。组织总加权分值若是小于2.5意味内部劣势越严重,若是大于2.5而不超过4则表明内部状况越是强势^[2]。IFE分析的优势不仅在于对影响组织关键因素的定性,而且进行一定的定量评价,有效地弥补了SWOT分析的大而无边、量化不足问题。

2 SWOT及IFE分析适用于城市战略的判断与选择

SWOT分析初期主要用于外部机遇和竞争战略分析,在内部关键因素分析上存在定量不足之嫌,而IFE分析则有效地弥补了SWOT分析的遗憾。经济全球化对所有的经济体来说,既是机遇也是挑战,而以城市为单元的发展竞争在卷入市场分工、协作、贸易与投资、旅游与文化建设的过程中,决定了城市综合竞争实力的发展必须兼顾城市软实力的塑造与提升。

2.1 市场竞争从企业向城市延伸

市场经济中原本的竞争单位是从事生产、流通或服务活动独立核算的企业,为了企业的生存、壮大和发展,企业致力商品生产、流通或服务耗费的个别劳动时间低于社会必要劳动时间,乃至远低于同行,企业不得不挖潜改造、提高劳动者技术熟练程度或引进新技术,以提高生产劳动或服务效率。随着产业、技术、服务分工从企业内部向社会的拓展,城市逐渐从企业成长的支撑架构发展成组织、引领甚至整合企业的平台。城市的产业链条、产业结构、生产水平等,以及城市区位、基础设施、生活商务成本,或者城市的人力资源,乃至城市的政策、制度环境等,都成为企业出走或流入、资本流出或流入的重要考量,这就使城市不得不卷入到市场经济竞争的大潮中。

2.2 城市图存与发展竞争战略的SWOT权衡

受产业、区位、资源禀赋、人力资源等因素影响,城市的比较优势各不相同,为了存在与发展,城市不得不客观地分析自身发展的有利条件和不利因素,不得不直面外在的机遇或挑战,寻求城市成长与发展的优势战略,壮大城市的综合实力,增强城市的竞争力;或者正视内外危机,发挥城市自身拥有的有利条件,扬长避短,防止实力流变,实现向好发展;或者勇敢面对城市自身发展的不利条件,以及来自内外的风险或挑战因素,危中寻机,化险为夷,制定城市图存与发展的防御战略;或者在不回避城市自身劣势条件情况下,根据内外的发展机遇,通过多种经营战略,以分散城市发展中的多重风险。

2.3 基于扬长避短城市竞争力的多向度发展

在不同的发展阶段,城市竞争力的内容可能存在差异性,但是,就城市的基本竞争力而言,城市的区位、资源禀赋、土地、人口等构成城市竞争力的基础,城市的基础设施、产业结构、生产水平、宜居宜业程度等构成城市竞争的硬实力,而城市的秩序建构力、文化影响力、行政管理力、开放包容度等构成城市竞争的软实力^[3]。硬实力源于有形资源的魅力及其耗费,软实力则源于城市管理的长期积累。硬实力为软实力的发展提供支撑,软实力在潜移默化的熏陶中转变为城市的魅力,极大地影响城市的招商引资。城市的软硬实力成为城市综合实力的重要组成部分,这决定了城市竞争力的发展不是GDP的单纯增加,而是不少于软硬实力两个维度的全面提升。

3 SWOT视角下城市综合实力的自然流变与有意强化

就城市综合实力的发展而言,既有自然的成长,也有人工干预,成就了城市软硬实力的同步或差异化发展,铸就了城市形象、竞争优势、发展中的凝聚

力和吸引力。

3.1 城市实力的衍化与发展

城市在长期的发展过程中,留下了产业、教育、历史文化等方面的特色市情,而且成为城市群体有意无意赞赏的城市文化。在经济社会发展过程中,出于城市营销、招商引资等实际需要,把城市的特色文化元素集合起来,通过筹谋和设计形成城市的品牌符号,成了城市扩张与发展中的必然选择。

3.1.1 城市及城市元素

“所谓城市,系指一种新型的具有象征意义的世界,它不仅代表了当地的人民,还代表了城市的守护神祇,以及整个井然有序的空间。^[4]”现代社会,城市是以非农产业和非农业人口集聚形成的较大功能性社区,一般包括了住宅区、工业区和商业区,并且具备行政管辖功能。其行政管辖功能涉及较其本身更广泛的区域,包括居民区、街道、医院、学校、公共绿地、写字楼、商业卖场、广场、公园等公共设施。实际上,城市的背后还有青山绿水、资源禀赋、明媚阳光、产业集聚、商业特色、街区文化、历史故事、教育资源等,这些都构成了城市形象的重要组成部分。“城市既是一个景观,一片经济空间,一种人口密度,也是一个生活中心和劳动中心,更具体点说,也可能是一种气氛,一种特征或者一个灵魂。^[5]”无论是城市中的市民,还是远道而来的游人,或者是寻求就业的毕业学子,乃至寻求投资洼地的商人或巨贾,无不把城市元素作为城市形象及其发展潜力判断的依据。

3.1.2 城市意识的凝心聚力

城市是人们立业成家,创造社会价值实现自我之地,人们对城市情感、期待等逐渐形成了相对稳定的城市意识。城市意识是城市人群所特有的积极反映城市与改造城市的思想意识和行为活动,以城市自我、城市本我、城市超我的形式作用于城市人群、区域外人群,其价值在于:(1)城市意识是反映城市的自觉和不自觉的思想和活动,体现了主体的目的性、计划性和选择性;(2)城市意识具有指导城市实践、改造城市或创新城市的直接现实作用;(3)城市意识不仅反映城市发展的现象,而且反映城市发展的本质和规律;(4)城市意识还具有引领、指导、凝聚、吸引城市人群或域外人群的思想、行为和实践的作用。也就是说,城市意识是城市文化的内核,无论是外在的高雅、平凡、庸俗,还是雅俗共赏,都是城市文化的天然形态。如果要对城市文化进行传承与传播,必然存在对城市意识或文化的提取过程。

3.1.3 城市文化的萃取与传播

城市文化是人们在城市中创造的物质和精神财富的总和,是城市人群生存状况、行为方式、精神特

征及城市风貌的总体形态。具体而言,是关于城市的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗等。换句话说,城市文化是市民在改造自然、社会和自我的对象化活动中,共同创造的行为模式、组织结构、道德规范,以及据此形成的具有地域性(或城市特色)的典章制度、观念形态、知识体系、风俗习惯、社会心理、技术和艺术等。一个人的发展,取决于和他直接或间接进行交往的其他一切人的发展,城市的发展不能缺少与其他城市之间的沟通、交流。任何一个城市意欲强调自我存在的价值,以及对域外人才、技术、资本、产业的吸引与魅惑,就需要对城市资源、环境、产业、文化等进行推介;这也决定了对城市意识、城市精神、城市文化的自觉整理及锦上添花的 LOGO 设计与展示,期待城市的高光永恒与声名远扬。

3.2 以城市 LOGO 表达和展示城市竞争力

“城市区域规划是一个决策过程,它通过制定各种空间愿景、战略和方案,运用一系列政策原理、政策工具、体制机制、参与和管治程序,实现经济、社会、文化和环境的目标。^[6]”城市形象工程是城市区域规划的重要环节,筹谋者唯恐城市文化的重点不够突出,又担心城市介绍不够系统和全面,若以模型展示又存在粗大笨重之嫌。在实践中,人们选择用简练的线条、浓淡相宜的色彩、特别的 LOGO 符号以传达城市实力和价值潜力。

3.2.1 城市 LOGO 及其甄别作用

城市 LOGO 是城市独特文化和精神的直接展示,是城市品牌的形象代表,是城市鲜明的识别符号。城市 LOGO 既有涵盖的内容,也有精神的核心,还有简练的符号,代表该城市有别于其他城市。然而,现实生活中,城市 LOGO 除了镶嵌的文字有别之外,城市 LOGO 符号存在大同小异的现象。这有悖于社会生活实际,毕竟每座城市的区位不同,维度有异,即便维度一样,但是环境不同;如果环境高度相似,但是城市的历史、街区、故事不同。显然,不顾自身个性打造的同质化城市 LOGO,既无助于自身宣传和营销,更容易对其他城市 LOGO 混淆视听。

3.2.2 城市 LOGO 是城市特色与个性化的表达

世界上每一座城市都被地球的经度和纬度精准界定,都存在距离赤道远近的冷热不均,而由于地球板块运动造成了地表的高山、江河、峡谷、平原,从而使城市各自拥有迥然不同的环境、资源、河流、物产。更为重要的是,在人类社会的发展过程中,每座城市沉淀下来的历史过往、人文故事、街区小巷都存在差异,至于城市是沿海、沿江还是沿边,抑或不着三边的内陆地区,都决定着城市 LOGO 塑造的特色与个性。一千个读者眼里有一千个哈姆雷特。虽然人们的想象力、理解能力不尽相同,每位城市居民对城

市资源环境、沧桑历史, 以及公共供给等都有不同的体验、自我阐释和个人主张, 但是对风雨同舟的城市应当有着基本一致的情感, 对城市的历史典故及风景名胜等有着相同的津津乐道。这就决定了在共性中有个性、个性中有认同性, 使城市 LOGO 设计的元素可能从街头巷尾的议论中, 或从游客的品头论足中抽取出来, 成为城市 LOGO 符号创作的基础。

4 SWOT 与 IFE 视角下城市形象工程建设中的 LOGO 设计

城市 LOGO 的设计是城市规划与发展的需要, 也是人们认识、改造城市及治理城市的一种具象表达, 它随着城市的发展而发展, 也随着城市发展的阶段性变化而变化^[7]。但是, 标志设计过程中城市代表性元素的选择, 无论对战略规划者, 还是对标志设计者, 都是至关重要的环节^[8]。

4.1 基于 SWOT 与 IFE 分析城市代表元素的筛选与加权

城市的代表元素是五彩缤纷、纷繁芜杂的, 城市 LOGO 设计非进行城市代表元素的整理和选择不可。城市代表元素主要有: (1) 城市固有元素, 如区位、山水、气候等; (2) 城市历史人文元素, 如城市历史、城市掌故、城市英雄、城市精神等; (3) 城市的现代文化元素, 如城市的会议精神、城市的运动精神、城市的大学文化、城市的商业文化及著名企业文化等。当然, 从文化结构来看, 城市代表性元素有: (1) 物质元素, 如城市物质资源等; (2) 精神文化元素, 城市长期发展中形成的价值观念、思维方式等; (3) 城市制度元素, 如自治性、变迁性等; (4) 城市历史元素; (5) 城市现代元素。城市 LOGO 设计离不开城市元素的集合与挑选, 这就需要在诸多元素中选择特色鲜明、底蕴深刻、代表性强、最富个性的城市元素。

这就需要依据 SWOT 分析模型, 对城市的优势、劣势、弱点、挑战进行分析, 这不可能是设计师的独家判断, 至少要通过三条路径进行搜集整理, 包括: (1) 由城市形象建设机关对城市的特色、优劣势、机遇、挑战等进行分析和判断; (2) 通过民意调查问卷的形式, 让市民进行发声; (3) 委托无关利益的城市研究机构, 对城市元素进行专业的审视与研判。同时, 通过 IFE 分析, 就个性元素对城市的代表程度进行量化评价, 在诸多元素中析出最具代表性的城市元素。(见表 1)

在城市代表元素中, 区位、资源、环境、文化、历史、开放程度、外来人口等仅代表了城市宜居宜业宜学宜游的可能性, 并不代表其实然性。生活中两三项城市代表元素就可能使人津津乐道、流连忘返, 尤其是 LOGO 设计特别看重城市特色元素的情况下, 城市特别元素的权重可能是一般元素的倍数,

表 1 城市代表元素 IFE 矩阵 Tab.1 IFE matrix of urban representative elements				
	城市代表元素	权重	评分	加权分数
优势	1 特色资源	0.1	4	0.4
	2 独特环境	0.05	4	0.2
	3 建筑文化	0.05	3	0.15
	4 历史文化(文物)	0.1	4	0.4
	5 开放程度	0.1	4	0.4
	6 GDP	0.1	4	0.4
	7 沿海沿江	0.1	3	0.3
	8 外来人口	0.05	3	0.15
劣势	9 封闭	0.1	2	0.2
	10 资源贫瘠	0.1	2	0.2
	11 交通不便	0.1	2	0.2
	12 土著居民	0.05	2	0.1
合计		1		3.1

城市特色优势元素之集 $S=S_1+S_2+S_3+\cdots+S_n$ 。城市代表元素的权重要依据多方调查进行确定, 具有相对性, 不具绝对性, 总加权分值以 2.5 为界, 比 2.5 越大意味内部优势越强, 相反意味着劣势越为突出。

然而, 城市代表性元素的选择实际上就是城市价值评判的过程, 不同的主体由于利益的关涉程度、情感、立场等决定了在城市代表性元素的选择上存在差异。不过, 各方的评价都会有一定的交集, 存在对城市代表元素有一定程度的客观性判断。而城市代表性元素的选择是受真理尺度和价值尺度制约的, 要求城市元素既要真正有代表性, 又要满足特定的价值目标, 把最富特色、底蕴深刻、代表性强的城市元素筛选出来, 结合国际国内发展机遇及城市战略等进行 LOGO 塑造。

4.2 基于 SWOT 与 IFE 分析城市 LOGO 设计中的优选与舍弃

“时运交移, 质文代变”“故知文变染乎世情, 兴废系乎时序”。基于 SWOT 分析城市代表元素的析出, 并不意味着城市 LOGO 设计进入终点。因为 LOGO 设计必须回避与其他城市的雷同性、历史底蕴的缺失性、帝王将相符号对人民性的替代。也就是说, 以经济全球化或招商引资乃至吸引游客为战略目标或历史机遇的工程建设, 城市 LOGO 元素的选择模式就由原来的 $Ss=S_1+S_2+\cdots+S_n+w_1+w_2+\cdots+w_n$ 转变为 $Ss=S_1+S_2+\cdots+S_n-w_1-w_2-\cdots-w_n$, 或者说 $2.5<Ss\leq 4$ 。这就意味着基于 SWOT 及 IFE 权衡下的城市 LOGO 设计, 必须有所遵循、有所坚守、有所突出、有所舍得。

4.2.1 突出城市特色的原则

“城市特色应该包括两方面内容: 先天的‘禀赋’和后天的‘塑造’。先天的‘禀赋’是这个城市自然的、历史的特色, 是我们从大地和祖先那里继承下来

的;后天的‘塑造’才是我们对照外界、自我发展过程中形成的特色。^[9]”天下所有城市的固有元素、历史人文元素或现代文化元素,抑或城市的物质元素、精神元素、制度元素都不免存在同质性,但是也不乏个性特征。在城市 LOGO 设计过程中,须把城市特色元素作为优选的首要原则,方能彰显设计 LOGO 的高识别性,LOGO 彰显特色优势元素集为 $S_s = \Delta s_1 + \Delta s_2 + \Delta s_3$, $2.5 < \Delta s_1 + \Delta s_2 + \Delta s_3 \leq 4$ 。如包头 LOGO(见图 1)^[10]彰显了历史上包头的水草肥美,人称鹿城,当代包头又有草原钢城之誉,符号寓意各族人民和衷共济地建设美好青城。

4.2.2 彰显城市历史底蕴

城市在自我展示的过程中,同样存在共时性和历史性的问题,而共时性是探索中的问题,对公众而言存在共识凝聚的过程。诚如马克思所言,“人们自己创造自己的历史是在直接碰到的、既定的、从过去承继下来的条件下创造的。^[11]”城市历史记述了前人的成功和失败,彰显了城市的治乱兴衰,可以让我们了解城市的昨天、今天和明天。城市向前走,不能忘记走过的路;未来再光辉,也不能忘记走过的过去^[12]。如雅典据其悠久历史对自己城市品牌、栖息、文化的定位^[13]。如成都 LOGO 以文物图形进行设计,不仅寓意历史悠久,更寓意活力无限、生生不息(见图 2)^[14],其 LOGO 彰显的特色优势元素集为 $S_s = \Delta s_1$, $\Delta s_1 \leq 4$ 。



图 1 包头 LOGO
Fig.1 LOGO of Baotou



图 2 成都 LOGO
Fig.2 LOGO of Chengdu

4.2.3 凸显人民性的品格

“人民群众是历史的创造者”,城市是人民群众创建的,城市的主体是人民,城市发展的动力在于人民,城市蓬勃的活力来自人民。因此,城市 LOGO 设计的宗旨必须是为了人民。现代社会,尤其是社会主义国家,人民的城市人民共建,人民的城市人民共享,人民的城市人民共治,决定了 LOGO 设计必须倾听人民呼声,汲取人民智慧^[15],表达人民意愿,突出人民性品格。对非人民性的 LOGO 设计必须舍弃与屏蔽。如重庆 LOGO(见图 3)^[16],突出人民是城市建设和发展的主体,人人重庆,双重喜庆,其 LOGO 彰显的特色优势元素集为 $S_s = \Delta s_1 + \Delta s_2$, $2.5 < \Delta s_1 + \Delta s_2 \leq 4$ 。

4.2.4 折射与时俱进的创新发展

在历史的长河中,城市的出现似乎是一种自然的过程,实际上社会生产发展是城市诞生的产床,涌动的创新创造是城市不败的根本。“惟创新者进,惟创新者强,惟创新者胜。^[17]”因此,我们不应满足于对城市津津乐道的解读,而应该深入探究城市从辉煌的过去走向灿烂今朝的成因。城市 LOGO 设计不能疏忽“苟日新,日日新,又日新”的思想观念,因为正是创新创造才使城市从过去走到今天、走向未来。如上海 LOGO 设计(见图 4)^[18],通过张弛有度的线条、寓意古今的符号、匠心独运的构图布局^[19],将市花白玉兰、沙船和螺旋桨刚柔共存的元素揉进稳定的三角构图当中,在凸显上海港口城市的同时,又表达了上海的生机活力与创新发展,其 LOGO 彰显的特色优势元素集为 $S_s = \Delta s_1 + \Delta s_2 + \Delta s_3$, $2.5 < \Delta s_1 + \Delta s_2 + \Delta s_3 \leq 4$ 。



图 3 重庆 LOGO
Fig.3 LOGO of Chongqing



图 4 上海 LOGO
Fig.4 LOGO of Shanghai

5 结语

城市形象工程建设及 LOGO 设计必须加强组织领导,在专业部门的策划和推动之下,通过民意调查的形式,使城市代表性元素得以跃然纸上。通过 SWOT 及 IFE 分析,按照避免同质性、突出城市特色的原则,避免单薄性、突出历史厚重的原则,避免歌颂王侯将相、凸显城市人民性原则,避免沉溺于过去、突显城市发展创新的原则,从凝重的城市元素中萃取最富特色、底蕴深刻、人民性强、创新突出的代表元素,交由专业设计师运用点线面创作,借用色彩明暗突出符号,页面比例与和谐的布局,匠心独运地推出极赋个性又突出城市价值取向的高识别度符号。

参考文献:

- [1] 帕德雷恩·贝尔顿. 解析迈克尔·E. 波特《竞争战略分析产业和竞争对手的技术》[M]. 陶庆, 译. 上海: 上海外语教育出版社, 2020: 118.
BELTON P. Analysis of Michael E. Porter's Competitive Strategy Analysis Industry and Competitor's Technology[M]. Tao Qing, Translated. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2020: 118.
- [2] 黎群, 万晓. 企业战略管理[M]. 北京: 中国铁道出版社, 2000: 71-72.
LI Qun, WAN Xiao. Strategic Enterprise Management

- [M]. Beijing: China Railway Publishing House, 2000: 71-72.
- [3] 任宏, 喻丽君. 城市软实力与硬实力协调发展度测度——以湖北省12市为例[J]. 工程管理学报, 2018, 32(5): 45-50.
REN Hong, YU Li-jun. Measurement of Coordinated Development between Urban Soft Power and Hard Strength—Take the Case of 12 Cities in Hubei Province[J]. Journal of Engineering Management, 2018, 32(5): 45-50.
- [4] 刘易斯·芒福德. 城市发展史——起源、演变和前景[M]. 宋俊岭, 倪文彦, 译. 北京: 中国建筑出版社, 2016: 39.
MUMFORD L. History of Urban Development: Origin, Evolution and Prospect[M]. SONG Jun-ling and NI Wen-yan, Translated. Beijing: China Architecture press, 2016: 39.
- [5] 菲利普·潘什梅尔. 法国[M]. 漆竹生, 译. 上海: 上海译文出版社, 1980: 18.
PANSHMEL P. France[M] Qi Zhu-sheng Translated. Shanghai: Shanghai Translation Publishing House, 1980: 18.
- [6] 联合国人居署. 城市与区域规划国际准则[J]. 城市与区域规划研究, 2018(1): 1-11.
UN Habitat. International Guidelines for Urban and Regional Planning[J]. Urban and Regional Planning Research, 2018(1): 1-11.
- [7] HUANG Hai-yang, CAI Yuan-yuan, XU Li-sha. Stability or Instability: The Impact of Brand Concepts on LOGO Design Preferences[J]. Journal of Brand Management, 2021, 28(5): 465-480.
- [8] SHAKERIAN H, DEHNAVI H D, GHANAD S B. The Implementation of the Hybrid Model SWOT-TOPSIS by Fuzzy Approach to Evaluate and Rank the Human Resources and Business Strategies in Organizations (Case Study: Road and Urban Development Organization in Yazd)[J]. Procedia: Social and Behavioral Sciences, 2016, 230: 307-316.
- [9] 魏伟. 城市特色是什么[J]. 中华建设, 2007(1): 40-45.
WEI Wei. What Are the Characteristics of the City?[J]. China Construction, 2007(1): 40-45.
- [10] 包头市人民政府. 赛事简介[EB/OL]. (2019-08-06) [2022-02-10]. <https://www.baotou.gov.cn/info/4765/214445.htm>.
Baotou Municipal People's Government Event Introduction[EB/OL]. (2019-08-06) [2022-02-10]. <https://www.baotou.gov.cn/info/4765/214445.htm>.
- [11] 中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译. 马克思恩格斯选集(第一卷)[M]. 北京: 人民出版社, 1995: 585.
Compiled by the Compilation and Compilation Bureau of Marx, Engels, Lenin and Stalin Works of the CPC Central Committee. The Selected Works of Marx And Engels (Volume I)[M]. Beijing: People's publishing house, 1995: 585.
- [12] 国务院新闻办公室会同中央文献研究室, 中国外文局. 习近平谈治国理政(第二卷)[M]. 北京: 外文出版社, 2018: 32-33.
The Information Office of the State Council in conjunction with the Central Literature Research Office, China Foreign Languages Bureau. Governing The Country from XI JIN PIN (Volume II)[M]. Beijing: Foreign Language Press, 2018: 32-33.
- [13] PAPAIIAS P. Athens as LOGO, Habitat and Gym: City Branding, Makeover Politics and Athenians In-Deed[J]. Journal of Greek Media & Culture, 2019, 5(2): 125-150.
- [14] 成都市人民政府. 成都城市形象标识[EB/OL]. (2013-05-18)[2022-02-10]. http://pdxcb.pidu.gov.cn/chengdu/cdbs/rsdc_column.shtml.
Chengdu Municipal People's Government. Chengdu City Image Logo[EB/OL]. (2013-05-18)[2022-02-10]. http://pdxcb.pidu.gov.cn/chengdu/cdbs/rsdc_column.shtml.
- [15] 国务院新闻办公室会同中央文献研究室, 中国外文局. 习近平谈治国理政(第三卷)[M]. 北京: 外文出版社, 2020: 142.
The Information Office of the State Council in conjunction with the Central Literature Research Office, China Foreign Languages Bureau. Governing The Country from XI JIN PIN (Volume III)[M] Beijing: Foreign Language Press, 2020: 142.
- [16] 靳埭强. 靳刘高设计-重庆[EB/OL]. (2015-12-29) [2022-02-10]. <http://www.klandk.com/projects/show.php?itemid=146>.
JIN Dai-qiang. Jin Liugao Design - Chongqing[EB/OL]. (2015-12-29)[2022-02-10]. <http://www.klandk.com/projects/show.php?itemid=146>.
- [17] 中共中央文献研究室. 习近平关于科技创新论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2016: 3.
Document Research Office of the CPC Central Committee. The Excerpt of Scientific and Technological Innovation from XI JIN PI[M]. Beijing: Central Literature Publishing House, 2016: 3.
- [18] 上海市人民政府. 上海市人民政府办公厅贯彻《国务院办公厅关于加强政府网站建设和管理工作的意见》的实施意见[EB/OL]. (2007-05-18)[2022-02-10]. <https://www.shanghai.gov.cn/>.
Shanghai Municipal People's Government Implementation Opinions of the General Office of the Shanghai Municipal People's Government on Implementing the "Opinions of the General Office of the State Council on Strengthening the Construction and Management of Government Websites"[EB/OL]. (2007-05-18)[2022-02-10]. <https://www.shanghai.gov.cn/>.
- [19] TORBARINA M, ČOP N G, JELENC L. LOGO Shape and Color as Drivers of Change in Brand Evaluation and Recognition[J]. Naše Gospodarstvo, 2021, 67(1): 33-45.