

广州城市形象建设

战略研究

广州经济社会发展研究中心／编



GUANGZHOU

CHENGSHI

NGXIANG

ANSHE

ZHANLUE YANJIU

广东经济出版社

广州城市形象建设战略研究

广州经济社会发展研究中心 编

广东经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

广州城市形象建设战略研究/广州经济社会发展研究中心编. —广州:广东经济出版社, 1999. 11

ISBN 7-80632-617-0

I. 广… II. 广… III. ①城市经济-经济发展战略-研究-广州②城市建设-发展战略-研究-广州 IV. F299.276.51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 54689 号

出版	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
发行	广东省新华书店
经销	广东省新华书店
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	850×1168 毫米 1/32
印张	10.25
字数	213 千字
版次	1999 年 12 月第 1 版
印次	1999 年 12 月第 1 次
印数	1-1, 000 册
书号	ISBN 7-80632-617-0/F·281
定价	25.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

·版权所有 翻印必究·

顾 问：陈开枝 朱振中 刘日知

戴治国 夏书章

主 编：杨建城 金更生

副 主 编：陈建国 张菊珍

编辑部主任：张菊珍（兼）

编 务 人 员：谢少波 李随胜 吴传明

刘棕会 胡彩屏

参加《广州城市形象建设战略研究》

编写人员：

(按姓氏笔划排序)

云兴豪	孔宪忠	王保森	王聚亮	韦国荣
伍乐园	刘志光	刘宛子	刘棕会	华 珊
池朝兴	吴广宇	吴传明	何炯文	张菊珍
金更生	杨建城	陈旭薇	陈建华	陈建国
郑 静	赵红红	夏育民	黄丽仪	傅云新
程方炎	谢少波	湛伟光	廖为健	黎 子
戴理富				

序

夏书章

在欢庆建国 50 周年、广州解放 50 周年和澳门即将回归祖国之际,《广州城市形象建设战略研究》一书正式出版了。这是广州地区理论界和实际工作部门通力合作的研究成果,也是顺应经济文化一体化的时代要求,在加强精神文明建设和建设文明城市的进程中,理论与实践相结合的产物。这一成果对广州市增创发展新优势、坚持可持续发展、迎接知识经济新挑战的实践具有重要意义,并将产生积极而深远的影响。

城市形象建设是近几年兴起的地区发展新思路、新方法,它不仅是实现城市经济社会协调发展,两个文明水平同步提高,以及改善投资软环境的有效载体,而且还是改革开放以来非常有必要进行的一项“环保工作”和一项思想教育的“绿色工程”。正因为具有如此重大的社会发展意义,已引起不少省市和地区的高度重视。城市形象热兴起于 1995 年秋,全国目前已有七个省或直辖市以及十多个城市和地区,正以不同的方式抓城市形象和地区形象设计与建设,许

多城市和地区的形象建设由于指导思想明确，方向对头，措施得力，使城市形象和地区形象都发生了深刻的变化，并涌现了一批在国内外享有一定知名度、富有特色的城市。但是，当前城市形象建设的理论研究还远远落后于实践，对诸如城市形象的基本内涵等问题还没有形成统一的认识，城市形象建设研究尚未形成系统的、科学的理论体系和严密的研究方法，特别是能将理论与实践紧密结合起来的研究成果还十分缺乏。改革开放先走一步的广州，较早地重视城市形象建设的研究，并进行了不少有益的探索。广州经济社会发展研究中心和广州市建设委员会按照市委、市政府领导的指示，组织广州地区高等院校、科研单位专家、学者和实际工作部门的有关同志，共同就城市形象设计与建设问题进行理论与实践相结合的研究与探讨，形成的这项研究成果，可以认为在一定程度上填补了目前在该领域研究的空白。

初步阅读《广州城市形象建设战略研究》一书后，愚意以为本书至少在以下几方面取得较大突破：一是抓住了形象、城市形象等基本概念的研究，较为深刻地揭示其丰富内涵，为城市形象建设理论选择了正确的逻辑起点。在分析研究中，能将眼光投放到属于宏观视野范围的自然与人文环境的建设上去，广泛运用经济学、社会学、哲学及生态学等领域知识来研究形象和城市形象问题。二是高度关注城市形象设计与建设如何健康发展，并提出了衡量是否健康发展的综合评价指标体系，将定量分析与定性研究结合起来。三是致力于城市形象建设功能的研究，阐述了人们过去没有注意到的一些重要功能。提出城市形象定位，必须反映整个城市

经济社会发展的总体功能定位和空间布局的正确思路。四是不仅注意从实践中总结经验，还非常重视理论上的创新与科学方法论的运用。此外，本书的编排也为建立城市形象研究的科学理论体系提供了参考路向，凝聚了编写者的心血。

城市形象建设在我国无论是在理论上还是在实践中均处于起步阶段，许多认识还存在较大分歧。因此，这一问题的研究不可能一蹴而就或毕其功于一役，必须进行长期深入的研究与探索。相信本书的出版能起到类似“第一（或第一批）火车头”的作用，有助于牵引和推动社会各界更多的同志参加到城市形象建设研究中来，实现理论上更大的创新，提出更多可供政府决策部门参考借鉴的研究成果。

1999年9月28日

目 录

第一章 城市形象与城市形象战略	(1)
第一节 城市形象概念及其意义	(2)
第二节 城市形象战略及其定位	(6)
第三节 城市形象战略实施原则	(11)
第二章 城市形象的综合评价	(18)
第一节 城市形象评价指标体系设计的原则	(19)
第二节 城市形象综合评价的指标体系	(21)
第三节 城市形象综合评价	(27)
第三章 广州城市形象的历史演进与现状	
评析	(36)
第一节 广州城市形象的历史演进	(36)

第二节	广州城市形象现状评析	(43)
第三节	广州城市形象建设新的机遇	(47)
第四章	广州城市形象建设的总体布局	(51)
第一节	广州城市功能定位和空间布局	(52)
第二节	广州城市景观与生态环境	(56)
第三节	广州城市交通与信息	(60)
第四节	广州城市设施与历史文化遗产	(63)
第五章	广州城市形象建设的目标、原则 和对策	(65)
第一节	广州城市形象建设的总体目标	(65)
第二节	广州城市形象建设的基本原则	(69)
第三节	推进广州城市形象建设的对策 措施	(71)
第六章	城市设计与城市形象建设	(79)
第一节	国内外现代城市设计学科发展概 况	(79)
第二节	广州城市设计与塑造城市新形象 的基本框架	(85)
第三节	应用城市设计塑造城市形象的对 策措施	(92)

第七章 城市政府形象建设	(102)
第一节 政府理念形象	(102)
第二节 政府实体形象	(107)
第三节 政府行为形象	(110)
 第八章 城市环境保护形象建设	(120)
第一节 塑造广州城市环境保护新形象的有利 条件	(120)
第二节 广州城市环境保护形象建设存在的 主要问题	(126)
第三节 塑造广州城市环境保护新形象的主要 措施	(129)
 第九章 城市市容市貌形象建设	(140)
第一节 市容市貌在城市形象中的地位和 作用	(140)
第二节 广州市市容市貌的现状	(147)
第三节 广州市市容市貌形象 建设的发展和对策	(152)
 第十章 城市园林绿化形象建设	(162)
第一节 广州城市园林绿化形象建设的现状	(162)
第二节 广州园林绿化形象建设的构想	(167)
第三节 实施广州园林绿化形象建设的对策	(173)

第十一章 城市公共交通形象建设	(176)
第一节 广州城市公共交通综合形象概述 与分析	(177)
第二节 树立广州公共交通新形象的目标 和方向	(181)
第三节 塑造广州城市公共交通新形象的 对策	(184)
第十二章 城市道路形象建设	(192)
第一节 广州城市道路形象建设现状	(193)
第二节 广州城市道路形象建设存在的问题及 原因分析	(196)
第三节 广州城市道路形象建设与管理的目标 与对策	(202)
第十三章 城市标志性建筑与标志性景观 形象建设	(212)
第一节 标志性建筑与标志性景观的内涵和 特点	(212)
第二节 广州城市标志性建筑与重点景观	(219)
第三节 广州城市标志性建筑和重点景观形 象建设的对策	(228)
第十四章 城市灯饰景观形象建设	(235)

第一节	广州城市灯饰景观建设与管理的现状	(235)
第二节	广州城市灯饰景观规划建设的构想	(237)
第三节	广州城市灯饰景观形象的对策	(246)
第十五章	城市文明小区形象建设	(251)
第一节	广州小区形象建设的现状	(252)
第二节	文明小区形象建设的基本思路	(255)
第三节	塑造小区文明形象的对策	(259)
第十六章	城市文化设施形象建设	(271)
第一节	广州城市文化设施形象建设的现状	(272)
第二节	广州城市文化设施形象建设的总体构想和布局	(276)
第三节	广州城市文化设施形象建设的对策与措施	(281)
第十七章	城市体育设施形象建设	(284)
第一节	广州体育设施形象建设的现状	(284)
第二节	塑造广州体育设施新形象的构想	(287)
第三节	加强广州体育设施形象建设的对策	(293)
第十八章	文明城市形象工程建设	(298)
第一节	创建文明城市的重要性	(298)

第二节	创建文明城市的重点	(300)
第三节	实施创建文明城市“形象工程” 的措施	(306)
后 记		(311)

第一章 城市形象与城市 形象战略

在我国，城市形象建设是一个新课题。城市形象理论的根据之一是邓小平关于塑造国家、民族良好形象的重要论述。邓小平一再强调“中国的形象”、“中国今天的形象”问题，指出：“现在树立我们是一个和平力量、制约战争力量的形象十分重要，我们实际上也要担当这个角色。”“无论如何要给国际上、给人民一个改革开放的形象，这十分重要。”

城市形象问题是在 90 年代开始受到人们重视的。早在 60 年代中期，形象这个无形资产已被国外的学者所重视，形象作为一种策略被欧美企业界广泛推广和运用，后来逐步形成了一套完整的企业形象设计理论。城市形象战略是从这里引发而来的。它虽然在我国理论界被正式提出来的时间并不长，但却是一项在我国城市现代化过程中十分紧迫同时也非常有意义的工作。

第一节 城市形象概念及其意义

改革开放二十年来，随着社会经济的迅速发展，我国的城市建设也日新月异，取得的成绩有目共睹。当前，区域经济和城市的发展正走上一个新的台阶，一些大城市提出了建设国际大都市的目标，许多县级镇也纷纷撤县立市，使得城市建设面临着一系列新的考验和挑战。再加上原有的城市建设中积累起来的问题和矛盾，更使得城市建设者们时时陷入一种困境。分析其原因，从客观上看，城市建设是一道“众口难调的菜”，不容易获得公众的一致好评，“鸡蛋里面挑骨头”好像也很正常，这是一个方面；从主观上看，有关城市建设似乎还停留在一种纯技术主义理论阶段，缺乏一套科学的、能够统领全局的现代城市建设意识，并持之以恒地贯彻下去，这是更重要的一个方面。

走出困境的对策思路起点要高，不应继续拘泥于头痛医头，脚痛医脚，就事论事。城市建设是一项复杂的系统工程，它的成败首先取决于宏观战略思维。作为一种尝试，提出“城市形象”概念是有价值的。

“城”是堡垒，“市”是贸易集散地。城市起源的历史至今人们并不很清楚，城市可能起源于军事斗争的需要，主要功能是防卫。在战争以外的时间，它又是一个贸易中心。城市的形成是人类为了适应环境生存下去而逐渐把人口和社会

机构组合到一起的一种特有秩序、一种经济实体。然而，城市又不只是占据某一特定地域的人口群体，不只是拥有一套技术设施和机构的行政管理体系，以及自身有别于其他集团结构的组织形式，城市还是共同的习俗、情感和传统的集合。城市是生态过程、经济过程和文化过程这三个基本过程相互作用相互生成的产物。城市是人类的自然生息地，文明人类所有的伟大文化都是由城市产生的。人类的历史进步过程表明城市在社会发展中的作用十分重要，“城市是经济、政治和人民的精神生活的中心，是前进的主要动力。”

关于城市形象这一概念国内学者已有不少论述，其观点大致是相近的。一般认为，城市形象是指构成城市的各种因素（诸如经济、政治、科技、教育、文化、生态以及市容市貌、建筑风格、环境保护、社会风尚、市民素质、市政管理、社会秩序、交通服务和生活质量等）之总和在城市公众（包括城市内部公众和外部公众）心目中的总体印象和实际评价，是城市性质、功能和文明的外在表现。

首先，城市形象是一种客观的社会存在。城市形象的内容既可以划分为硬件的方面、软件的方面，又可以划分为物质文明的方面、精神文明的方面，涉及到整个城市发展的规模、水平、质量和道路、模式、速度等。城市形象这种客观的社会存在既体现为城市的内在综合实力，也体现为城市的外在发展活力。这些都是城市主体实践创造的结果，它形成了城市形象的内核。

其次，城市形象又是一种主观的社会评价。城市形象的好与坏，即是城市公众对该城市评价的好与坏；公众评价高