

河南省哲学社会科学
“十五”规划重点项目
课题批准号：2001ASH002

塑造河南良好形象研究 研究报告

主持单位：中原工学院

《塑造河南良好形象研究》课题组

二〇〇四年三月二十八日

课题组

塑造河南良好形象研究

课题主持人：邓克敏

(0371-3730485)

课题组成员：赵 敏

孟昭勇

牛孟华

蒋 磊

梁彤伟

惠 敏

江苏工业学院图书馆
藏书章

二〇〇四年三月二十八日

目 录

一、 新闻舆论及外省人对河南形象反映评价的调查分析.....	(1)
(一) 中央新闻媒介对涉及河南形象报道的调查分析.....	(1)
1. 中央新闻媒介聚焦下的“河南形象”	(2)
2. 河南形象存在问题的原因分析.....	(6)
3. 重塑河南形象.....	(9)
(二) 外省人对河南形象反映评价的综合调查与分析.....	(13)
1. 河南赴外省务工人员的形象.....	(13)
2. 河南企业及河南产品的形象.....	(15)
3. 河南的商誉形象.....	(18)
4. 河南旅游形象.....	(21)
二、 塑造河南形象的意义、内涵及对策.....	(23)
(一) 形象塑造事关全局.....	(23)
(二) 形象竞争为当代经济竞争一大特征.....	(24)
(三) 河南对外形象严重制约河南经济发展.....	(24)
(四) 形象塑造的内涵.....	(25)
(五) 改善河南形象的思路与对策.....	(25)
三、 对构成河南形象的主要因素的分析与对策探讨.....	(26)
(一) 河南企业形象的优化与推广.....	(26)
1. 河南企业及产品形象的现状.....	(27)
2. 企业形象建设存在的问题.....	(27)
3. 塑造河南企业形象的对策与建议.....	(27)
(二) 河南商誉形象建设探讨.....	(30)
1. 河南商誉形象的现状与问题.....	(30)
2. 塑造河南良好商誉形象的对策与建议.....	(31)
3. 让河南以良好的商誉形象走向世界.....	(31)
(三) 河南城市形象建设.....	(32)
1. 城市形象建设的社会意义和作用.....	(32)

- 2. 影响城市形象的诸要素..... (33)
- 3. 当前城市形象建设的现状..... (34)
- 4. 改善河南城市形象的若干思考..... (35)
- (四) 河南旅游形象塑造与旅游业发展..... (36)
- 1. 问题的提出..... (36)
- 2. 河南旅游形象的定位..... (36)
- 3. 确立河南旅游形象与促进旅游业发展的对策..... (37)
- 四、 塑造河南良好形象进程中的政府与媒体运作..... (39)
- (一) 政府在塑形进程中的运作..... (39)
- 1. 河南历史的回溯与现实的展望..... (39)
- 2. 政府在塑形进程中的地位与作用..... (40)
- 3. 政府在塑形工作中的战略与策略..... (43)
- (二) 推进塑形工作的新闻媒体运作..... (46)
- 1. 明确新闻媒体的重要性和必要性..... (46)
- 2. 全面开发和利用媒体资源..... (48)
- 3. 讲究区域形象传播的原则和方法..... (51)
- 4. 构建健全有效的新闻媒体运作机制..... (56)
- 5. 努力营造一个良好的“传媒存在” (59)

2.0

塑造河南良好形象研究

引 言

在现代社会，良好的对外形象对于任何一个社会组织而言都是一笔宝贵的无形资产，是可供开发利用的巨大资源。

良好的组织形象具有凝聚功能、导向功能、激励功能、辐射功能、跃迁功能等等，这些功能的综合发挥必将带来一个企业的效益，一个组织的生机，一个地区的繁荣，一个省的振兴。地区形象塑造是一个事关全局、制约经济发展战略目标顺利实现的重要问题。随着社会主义市场经济体制在我国的确立，国内经济理论界、公关界人士逐渐开始关注地区形象对区域经济发展的作用和影响。1995年10月，国务院有关部委在北京联合召开了“地区形象设计与建设理论研讨会”，会上有关专家指出：“地区形象设计是一门科学，它通过塑造和建设地区整体形象增强地区的凝聚力和吸引力，进一步推动改革、开放，推动地区经济的全面发展。”对此党政部门的各级领导和从事经济工作的同志应引起足够的重视，对地区形象问题的理论研究和实务拓展也显得尤为重要。

近年来，河南在经济快速发展的同时，也存在着日益严重的形象问题。2000年中央新闻媒介接连披露了洛阳“12·24特大火灾案”；原阳销售“有毒大米案”；尉氏“售棉掺假案”等震惊全国、影响海外的恶性事件。河南邻省地区在布置安全防护工作时，干部竟提出：“放火、防盗、防河南（人）”的口号。九十年代末在西部某大城市举办的大型商品展销会入口处，公然贴出“河南厂家恕不接待”，河南不少工商企业商业信誉之低，使省外商贸界人士不敢问津；假药、假酒、假棉花、假种子、假电线在河南一些地区屡禁不止，极大地影响了河南产品在省外的声誉……这些涉及产品质量、干部作风、商业信誉、投资环境等方面问题的屡屡发生，严重地损害了河南的对外形象，影响了河南的经济发展，给河南的招商引资投下了浓厚的阴影。

当前加强河南形象问题的研究，对于推动河南的改革、开放，促进河南的经济发展和社会进步，具有重要的理论价值和紧迫的现实意义。

一、新闻舆论及外省人对河南形象反映评价的调查分析

（一）中央新闻媒介对涉及河南形象报道的调查分析

一个时期以来发生的中央新闻媒介对河南的负面报道，严重损害了河南的形象，尤其是2000年底发生的几起被媒体曝光的事件——“假棉花、抢银行、毒大米、烧洛阳”，更使河南的干部群众蒙羞。河南形象随之陷入了尴尬而苦涩的境地，版本众多的“河南段子”即是一例，如“河南能造爱国者导弹”、“董存瑞炸碉堡”、“省长肚皮盖大印”、“河南人民是救星”。这些段子使河南人受到了极大的伤害。挖苦河南人，拿河南人开涮，已经成为许多休闲场所的固定节目，并成了一些人茶余饭

后的谈资和笑料。

一些身在异乡的河南人竟不好意思说出自己的籍贯，有的厂家为了免遭歧视，其产品的产地也不敢冠以“河南”字样。据说，有的商贸洽谈会竟然谢绝河南客商进入，有的市场还挂出“此处无河南产品”的牌子，面对如此窘迫的局面，河南人一直在思索：河南人到底怎么了？河南形象的主流和本质是什么？怎样树立真实、全面、理想的河南形象？

坦白地说，河南形象有缺陷，有人将它归纳为：忠厚有余，精明不足；工作中的浮夸作风；告状文化；小富即安，小进则满；内陆封闭意识；窝里斗；法律意识淡薄；土和俗。但这些负面影响不是主流，也并非河南人民最本质的东西。河南存在的问题并非河南独有，其它地方并不都是“平安无事”，只是等到新闻报道聚集河南的时候，河南的一切问题都被放大了。

对于河南和河南人来说，过去的一切都无关紧要，重要的是从今天起，正视存在的问题，把发展势头良好的河南和正在解决存在问题的河南实实在在地传播出去，以崭新的面貌呈现在国人面前。

1、中央新闻媒介聚焦下的“河南形象”

近一年来河南发生的许多新闻，引起了全国性的震撼，从焦作与洛阳大火，到“郑百文”风波及“原阳毒大米”事件，惹事生非的河南成为全国的新闻焦点。聚焦中原，从某个角度说，也是在透视中国，透视传统和文化。许多现象发生在河南，但并非河南所独有。

（1）“造假”河南

2000年11月下旬到12月初，河南省尉氏县出售棉花制假案和“有毒大米”案被相继曝光。连续两起造假大案轰动全国，河南市场“一假再假”引人关注，河南商品甚至河南人的形象一再蒙羞，代价沉重。11月26日，尉氏县棉花造假案被曝光，暴露出的问题触目惊心。各地专业纤维检验机构纷至沓来，截至12月23日，检查发现河南省尉氏县大桥乡供销社棉花加工厂销售假棉花达240余吨，涉案金额达273.5万元。

在尉氏，非法的棉花收购加工点星罗棋布，仅白坛镇非法棉贩就达数十家。镇街上形成“家家搞棉花、街街是市场”的景观。棉贩们购入当地新棉后，加入废棉、化纤下脚料，再掺入滑石粉，让假棉“变白”。还有人往棉花里浇白糖水，待棉花变粘后再掺沙，让棉花又白又压秤。

大桥乡个体业主武保民自办的棉花加工厂，一个多月收购棉花50吨，在棉花打包过程中，他们以4:1的比例掺假，然后销往湖北。个体业主韩俊杰，既无营业执照，又无棉花收购资格证，制售了50多吨假棉花。更有甚者，为了给非法棉花“保驾护航”，韩俊杰让其女婿付安生将一部桑塔纳轿车改装成警车。

一波未平，一波又起。12月初，广州市部分消费者食用了在大米市场购买的掺有矿物油的“有毒大米”，多人中毒，经追查，货源地在河南原阳县。

10月下旬，河南省有名的大米产区原阳县桥北乡马井村农民周进京和张全战，分别从山东鱼台购入两批共50多吨大米，加价转卖给同村的王斌。随后，王斌用印有东北大米字样的包装袋将大米换装后，转销广东。12月，广州查获9.35吨有毒的“原阳大米”，全国哗然。原阳大米因此而身价大跌，大米交易量由原先的400多吨陡降到几十吨。

假棉花、毒大米，坑害了消费者，坑害了守法经营者，但受害更大的又是谁呢？连日来，记者在河南采访，发现干部、群众和专家对此无不痛心疾首。他们说，市场经济是信用经济，市场信誉是宝贵的资源，少数造假售假者钻了空子，使整个河南商品、甚至河南人的形象一再蒙羞，代价沉重。

近年来，河南人创造出了“莲花味精”、“双汇火腿肠”、“新飞电器”等一大批全国知名品牌，河南农业更有“中原粮仓、棉仓”之誉。这些骄人的业绩，却被“河南假货多”的印象弄得灰头土脸，顿失光芒。许多地方不愿和河南做生意，一些地方的商店甚至打出“没有河南货”的牌子。与生产、出售假冒伪劣产品的行径相比，还有一种更直接、更恶劣造假行为，它给国家和人民造成的损害也更大。

1996年，河南三星公司总裁自创了一种“弹性营销”方式，每人只交1——2万元，便可成为该公司的名誉员工，除可选择公司商品推销外，所交抵押金的回报率高达20%！短短三年，三星公司名誉员工发展到3万多名，仅郑州铁路局系统就有4000余人入伙，涉及铁道部驻郑单位、路局、分局、基层路段等。有人暗地挪用公款，购买多份金卡、银卡，公司聚敛资金近9亿元。由于这些资金90%以上被借出、挥霍或投资亏损，“名誉员工”们损失惨重，有人甚至跳楼自杀。

1996年至1998年，郑州“百花”实业公司在短短两年的时间里，先后注册和骗取注册了10余家公司，并非法以这些公司的名义，以高息为诱饵，采用与会员签订“营销协议”等方式，非法向公众吸收存款，为骗取群众信任还伪造、盗用他人照片，捏造事实，制作、散发虚假广告图册，至1998年5月案发时，共非法吸收存储资金3亿余元。

洛阳丹尼斯量贩在开业前8次申报安全检查均未通过，却在火灾发生前两天通过电视宣布开业条件均已具备，并即将开业，这样瞒天过海的手法难道不也是一种造假吗？

郑州银基商贸城领导在小浪底英雄王凤兴被媒体炒作后，大张旗鼓地将其聘为银基的“终身员工”，但当王凤兴触犯到银基领导的切身利益时，又将这名上岗才半年的“终身员工”就地解聘，这种随心所欲、为所欲为的行为难道不也是一种造假吗？

郑百文公司，这个昨天还号称“全国商业批发行业龙头老大”、“国企改革一面红旗”的典型，其实根本不具备上市资格。为了上市，公司几度组建专门的做假帐班子，把各种指标准备的妥妥当当，把亏损做成盈利报上去，蒙混过关。2000年10月30日，新华网披露：“郑百文股份有限公司濒临关门歇业，有效资产不足6亿元，而实际亏损超过15亿元，拖欠银行债务高达25亿元。目前企业生死两难，2000多名员工生活难以为继。”

商业经济的本质就是信用经济。不守信用之人，不仅要受到法律的制裁，而且今后的商业活动也将受到市场规则限制，最终必将在市场经济秩序的完善发展中被横扫出局。

（2）“事故”河南

2000年3月29日凌晨3时许，河南焦作市山阳区一家个体私营性质的“天堂影视厅”发生特大火灾，共造成74人死亡，一人烧伤，另有11人被安全救出。

12月24日夜9时许，洛阳东都商厦租给郑州丹尼斯量贩的地下2层，因4名无证上岗的电焊

工违章操作，又引起大火。原本只是中型火灾，大火只烧及两层地库及一楼，而且3小时后便被扑灭了。但由于大厦设计不当，没有通风口，整幢大厦变成了密封的炼狱，浓烟循环不息，大厦4层歌舞厅内309人不是被烧死，就是被有毒浓烟所呛窒息而死。这是共和国历史上死亡人数高居第二位的特大火灾事故。

连续发生两起重大火灾事故，不能不令人深思。焦作大火给人们带来的只有损失，根本没起到任何警示作用，人们的防火意识、自救意识没有因此而增强。在付出惨痛代价之后，河南人应痛定思痛，提高警惕，加强防范，树立起防患于未然意识。

世纪末的河南可谓是祸不单行。12月9日下午4时5分，位于郑州市银基商贸城一楼大厅的广东发展银行营业部发生特大抢劫案，4名手持猎枪的歹徒闯入营业大厅，引爆炸药，将营业部的180万人民币装入两个编制袋后，携款逃离。

2001年1月23日，正是大年二十九，来自开封市的4名法轮功痴迷者在天安门广场演出了一幕自焚惨剧。年仅12岁的小学生刘思影经抢救保住了性命；年仅19岁的中央音乐学院学生陈果被大火烧毁了面容和双手。随后便在京城市民中流传着一句“幽默”：“河南人终于来真的了，这下可没掺半点假。”

（3）“浮夸”河南

郑州亚细亚商场曾在全国范围内引起社会广泛关注，其经营模式和扩张的过程使河南一些“商界精英”冲昏了头脑，有人大言不惭地将亚细亚连锁集团吹作“中国商业不沉的航空母舰”。“亚细亚”的发展规划里，有过“2000年，在全国开设3家连锁店，年销售额达到500亿元，在全国商界排名第一”的豪言壮语。为此，它把人马撒向全国30多个大中城市选址，并创造了平均每4个月开业一家大型商场的业绩。然而，它倒闭的速度比开业的速度还快：从1997年开封亚细亚商厦关门，到1999年北京南三环亚细亚超市停业，创下了每三个月倒闭一家分店的记录。

发生在河南的又一吹牛事件是“红高粱”的兴衰。1995年，“红高粱”烩面馆在郑州开张，开业几个月，日营业额便突破万元大关。但转眼间，“红高粱”就跌落了。想当年“红高粱”踌躇满志，曾打算于2000年在世界各地开2万家连锁店，70%在中国，30%在国外，与世界巨头“麦当劳”一决高下。1997年，“红高粱”在全国20多个城市全面铺开，然而“喜鹊未报乌鸦叫”，所设分店很快就相继夭折，连锁大厦在创建之初就倒塌了。截止1998年底，“红高粱”投资兴建的各地分店相继倒闭，负债总额高达3600万元。随着巨额投资化为泡影，乔赢越来越急于找到新的投资，并越来越不择手段，终于坑了投资人，毁了自己。2001年元月，乔赢被郑州市金水区公安分局以非法集资涉嫌犯罪逮捕。据透露，涉案金额高达4000多万元。

“郑百文”更是从1996年起着手建立全国性的营销网络，在没有一份可行性论证的情况下，大规模投入资金上亿元，建立了40多个分公司，最后成为背不起的“包袱”。它遍布全国的分支机构一盘散沙，为完成指标不惜贩贵卖贱，硬是把1998年的配股资金1.26亿元也提前花完，留下4亿多元的未收账款——一场好梦匆匆醒，1998年下半年起，郑百文设在全国各地的几十家分公司在弹尽粮绝之后相继关门歇业。郑百文董事长李福乾叫苦不迭：“原想着把公司扩张到一定规模，有能力

去抵抗市场风险，但扩张过快，基础不牢，市场一有风吹草动，公司便摇摇晃晃的败下阵来。”

(4) “红旗渠”精神

顽强的生存意识加上勤劳的本性，使河南人在改变生存环境，改变自身命运的过程中取得了可喜的成就。

据地方志记载，林州每遇大旱，河干井枯，地裂禾焦，颗粒无收。近五百年间，此地发生过 100 多次大旱，这里严重的缺水已给百姓的生存环境带来极大的危害。

1960 年，林县人出动 10 万大军打响了“引漳入林”的战斗。今天的人们或许难以理解当年林县人的无怨无悔。红旗渠工程浩大，国家处在困难时期，给予的投资有限，因此工程资金异常紧缺。但林县人年年捐献工资，农民卖猪卖羊卖鸡蛋也要保证工程费用，完全没有摊派的意思。红旗渠工程历时 14 年，总耗资达 7241 万元，而林县自筹资金多达 5424 万元，占 74.9%，所以直到今天，林州人还自豪地讲：红旗渠是他们当年从牙缝里挤出来的。

在生活异常艰苦的年代，林县人凭着自己的双手，闯过 50 余处悬崖峭壁劈开 264 座山岭，跨过 274 道河道、山沟，打通 69 个隧洞，架起 57 座渡槽，完成了总干渠 20.6 公里，3 条干渠 98.2 公里，大小配套渠道 595 条，全渠总长度 1500 公里的红旗渠工程。毛泽东称红旗渠是人间天河，人间奇迹。红旗渠工程给林州人民带来了福音，有了水就有了粮。

林州百姓说，红旗渠真正带给他们取之不竭的财富是“红旗渠精神”。他们把“红旗渠精神”概括为：宁愿干死不愿渴死的不认命态度；追着龙王要水喝的无畏勇气；一镐一钎凿山掏洞的顽强意志。

(5) 河南省名优企业

①双汇集团

上世纪 80 年代末，位于漯河市的双汇集团还是一个资产仅 468 万元，累计亏损高达 534 万元的小型肉联厂。90 年代初，在万隆董事长的带领下，企业大胆引进世界先进设备，采用先进技术，引进高级人才和管理经验，大刀阔斧进行人事、分配、用工制度的改革，短短 10 年，企业获得高速发展，产值由 1990 年的 1 亿元发展到去年的 60 亿元，以年均 50% 的速度递增。今天它已经成为全国乃至亚洲最大的肉类加工基地。年产值已突破 63 亿大关，“双汇”商标被国家工商局认定为“中国驰名商标”，品牌价值高达 37 亿多元。

②新飞电器集团

河南新乡的新飞集团已成为全国冰箱行业三强之一，目前拥有世界上最先进的 cad 工作中心，拥有中国第一条年产 60 万台现代化的双绿色全无氟冰箱生产线，它有足够的能够实现“十五”期间销售收入 80 亿元总目标。

③安彩集团

十年发展，如今已撑起中国彩玻工业半壁江山，成为国际彩玻业巨子。彩玻是彩管的重要组成部分，由于我国彩玻工业起步晚，技术落后，成为制约我国民族彩电工业发展的“瓶颈”。安彩集团的诞生。终于打破了这一“瓶颈”，安彩成为中国彩玻工业的“龙头”企业，为民族挣得了荣誉，目

前已跻身世界彩玻业四强。

④天翼生物工程有限公司

1998年，天翼生物工程有限公司在漯河成立。它是一个以依靠生物技术发展农业优良品种为主，同时集科

研、开发、生产，设施化育种、育苗，产业化推展服务，网络化市场销售为一体的农业高科技开发企业。天翼是中国农业的现代福星，它不仅是河南的骄傲，也是中国的骄傲。

2、“河南形象”存在问题及原因分析

(1) 新闻媒介报道对河南形象的影响

当今的媒介在引导社会舆论方面发挥着越来越重要的作用，尤其是在体现舆论监督的批评性报道方面对于打击违法犯罪、改进工作作风、教育人民群众有着其它工作无法取代的作用。

就河南的情况说，由于经济基础薄弱，人口多，特别是农村人口多，普遍受教育水平比较低，在某些时候、某些方面出现的负面新闻也许相对多一些，集中一些，于是就造成了媒体铺天盖地地报道，甚至炒作。

许多不好的事情其实全国各地都有，别的地方也许更典型，但河南离首都近，也就是离大报大台近，交通、通讯方便，新闻传播或采访相对容易，于是媒体寻找典型案例的首选之地往往就选在了河南。

河南的新闻媒体活跃，通讯员队伍庞大且工作认真，省里重视舆论的监督作用而对负面新闻的影响考虑不够。河南的确发生了一些“可读性”强的花边新闻，河南人的形象也一再受到各种形式的丑化，于是导致媒体对河南丑闻穷追不舍，关注程度高，追踪报道多，大有墙倒众人推之势，终于形成了关于河南人形象的恶性循环：河南的丑事曝光后引起关注和强烈反响，形象受损，结果媒体就更加关注河南的事情，并有更多的类似报道铺天盖地而来从而引起人们更大的注意。但需要注意的是：新闻监督的目的在于改进工作，正确引导舆论，为了处理好局部与整体，具体事件与工作大局的问题，批评性报道如何能恰到好处呢？天下至理好坏往往并存。如果紧紧抓住一个问题不放，以对几个事件的大肆渲染而损及甚至丑化一个省的整体形象，这未必有利于全局工作，也绝不是批评性报道的初衷。

近一段时间，新闻媒体集中报道了河南一些阴暗面的东西，使得人们对河南的印象变得有些可恶可憎了。不是说这些报道不合适，主要是媒介长时间地聚焦一个地方容易造成总体形象的失真失控。

“靶子”现象——确切地说，河南成为新闻单位的“靶子”。这些年河南出了许多稀奇古怪的事，比如农民赶着黄牛进京状告官僚主义，政法委书记雇凶杀人，派出所民警代表政府枪毙人，以及氏假棉大案、周口假药大案等。这些丑闻事件被新闻单位一报道，全国人民都知道了，河南也就“名气”大了，这下子新闻媒介就找准了“靶子”，河南既然能满足市场经济条件下电视等媒体正求之不得、苦苦搜寻的社会关注度高、新闻可读性强的“新闻”，恰好撞在了人家的“枪口”上。

有些事是新闻单位非报不可的，不报便是失职。比如说中央一再强调安全稳定，而焦作、洛阳

呀，影响面比较大，而且读者、观众、听众都甚多，中央新闻媒介报道后，外省其它新闻单位就开始搞追踪报道、详情报道、深度报道，总之非把这靶子打得稀巴烂不可。

河南人都不理解：河南出的一些事，外省也没少出呀，为什么在外省很快就过去了，轮到河南，就折腾得没完没了。其实这是一种新闻现象。一个地方之所以能够成为新闻热点，离不开反复炒作；一旦成为新闻热点，关注的人就多了。想知道它的最新情况的渴望也就有了，新闻单位盯得也就紧了。最后造成的结果是你这里出了事大家觉得是必然的，总想探究出“为什么总这样”，而别人出事就是偶然的，没多大探究的价值，也就轻描淡写地放过了。当然，这其中也存有几分地域偏见，谁叫你地出中原，既贫又弱呢？

（2）中央新闻媒介对涉及河南形象报道的量的分析

既然新闻媒介对某一地区的形象传播起着至关重要的作用，那么对新闻媒介关于河南形象报道的分析就很有必要。下面就全国范围内影响较大、传播较广、较有权威的四家报纸——人民日报、经济日报、光明日报、法制日报关于河南报道进行分析，希望对河南形象的舆论形成情况能有所帮助。

①《人民日报》关于河南形象的报道

2000年，人民日报涉及河南的报道共有1685篇。其中11、12月份关于河南的重要新闻共100篇。正面报道共52篇，所占比例为52%；其他报道为48篇，所占比例为48%。从上述数据来看，河南的正面新闻还是比较占优势，可是为什么人们对那些有损河南形象的报道更有兴趣呢？这和人们的猎奇心理与心理偏见有一定的关系。再说，新闻媒介把河南当靶子，自然一有事情曝光，报道的频率肯定会加快。仅以洛阳火灾为例，从12月27日到12月29日3天内，5篇连续报道，这样自然会引起人们密切注意了。

②《光明日报》关于河南形象的报道

2000年，光明日报涉及河南报道共有60篇。正面报道54篇，占90%，其他报道共6篇，占10%。

③《经济日报》关于河南形象的报道

2000年，经济日报涉及河南报道共有80篇。正面报道60篇，占75%；其他报道20篇，占25%。

④《法制日报》关于河南形象的报道

1998-2000年，法制日报共报道了40篇发生在河南的案例。发生的这些案件都严重影响了河南的形象，在社会造成了很大的负面影响。其中1998年的案子共12件，1999年的案子共23件，

2000年的案子5件，这表明了河南省的社会治安，各方面的信誉都在逐渐改善。外界也应该换个角度来看河南，才能形成一种正确、公道的社会舆论，河南的形象才有可能好转。

人民日报、光明日报、经济日报对河南形象报道的归纳与分析，从表1可以看出。

表 1

报纸 标题 类别		人民日报	经济日报	光明日报	评注
正面 报道	政府 干部 形象	2000. 11. 28 思想 政治工作在基层 ——郑州事管局 鼓士气聚人心	2000. 11. 20 高楼万 丈平地起——河南 农村党风廉政正建设 “双基”工作述评	2000. 05. 17 河南 省减负求实效	提高干部队伍 的素质，密切 党和群众的联 系
	企业 形象	2000. 11. 09 解 读科迪——河南 虞城	2000. 12. 19 管理井 井有条企业蒸蒸日 上一河南莲花味精 集团规范运营记实	2000. 7. 11 河南火 电二公司严把工程 质量关	吸取知名企业的 成功经验， 加快企业信息 化进程
	城市 形象	2000. 11. 30 郑 州管城区自我加 压做表率	2000. 03. 09 河南 创建省级文明城区	2000. 04. 17 河南 新密市重视精神奖 励	建设文明城 市，设立形象 窗口，展示城 市特色
	投资 旅游 环境	2000. 04. 26 河 南十年造林绿树 成荫	2000. 06. 04 带动 区域发展河南建设 百个重点城镇	2000. 07. 25 河南 优化旅游环境	软硬环境同时 抓，优化资源 配置吸引投资
负面 报道	违法 事件	2000. 12. 02 河 南警方破获一起 特大现金被盗案	2000. 10. 19 河南曝 光经济大案	2000. 8. 8 河南林州 连破拐卖妇女儿童 大案	加大执法力 度，维护社会 治安
	质量 问题	2000. 12. 11 有 毒大米来自河南	2000. 12. 10 河南出 动大批人员突破大 要案全力围剿假冒 卷烟	无	严打假冒伪 劣，保护知名 品牌，树立产 品新形象
	信誉 问题	2000. 11. 15 用移 民款建的“豆腐 渣”楼——河南新 安县城关镇马村	2000. 1. 21 河南三 星公司金融诈骗案 宣判	无	意识到信誉资 源的重要性， 时刻维护河南 形象
	不正之 风不良 现象	2000. 11. 教师“回 扣”学生难“减负” ——河南鹿邑	2000. 8. 2 河南加强 遏制医院不良现象	2000. 4. 4 河南禹州 迷信又酿悲剧	加强思想道德 建设，提高全 体人民的素质

(3) 中央新闻媒介对涉及河南形象报道的质的分析

《人民日报》、《光明日报》、《经济日报》、《法制日报》这四家报纸中涉及河南的新闻中有很多值得肯定、值得河南人为之骄傲的地方；但同时也暴露出了不少问题。下面主要从正反两方面对这些报道进行分析。

法制日报所反映的问题比较单一，很多报道的案例对河南形象的负面影响较大，比如2000.05.18 王兰甫等因错捕错判申请南阳市人民检察院南阳市中级人民法院刑事赔偿案、2000.08.01 高启发诉沈丘县公安局行政侵权赔偿案，暴露出的问题都造成了很大的负面影响。这说明了我们的法制工作还不够好，还需要进一步提高执法队伍的素质，建立起稳定的社会秩序。

3、重塑河南形象

进入新世纪以来，“河南形象”牵动千万人心，成为中原大地上最热的话题。一段时间以来，伴随洛阳大火、尉氏假棉花案等一系列恶性事件的发生，“河南形象”遭受极大的损害和误解。河南人痛心地说“金杯、银杯，不如别人的口碑。”形象事关发展大局，信誉资源不能再遭损害，已成为全体河南人共同的心声。在新世纪开元之年，河南以前所未有的勇气向国人大声宣告：“开展重塑河南形象工程。”

·重塑形象是个庞大的系统工程，如何搞好形象工程，完成“重塑形象”的使命一方面要做好内部工作另一方面要善于展示自己。

(1) 河南塑形工作应重在发展经济

人穷无脸面，一富遮百丑。从根本上讲，河南就是因为人多且穷，才被丑化与歧视。

长期以来，河南人就是一个弱势群体。从1938年秋蒋介石扒开黄河花园口大堤，造成百万民众流离失所开始，接着是40年代的水旱蝗灾，六十年代饿死上百万人的“信阳事件”，70年代的大面积洪荒，直到今天，河南经济总量虽排名全国第五，但人均只排第18。河南给人的印象就是穷。

河南因为穷，尽管交通位置很优越，但至今仍没有一座足够现代化的城市；河南因为穷，河南人穿着显得很土气，人们吃饭简单而又不讲究营养，在外地有点名气的“红焖羊肉”、“郑州烩面”在大都市里散发着穷气；河南因为穷，现代教育还较落后，至今没有一所在全国叫得响的高等院校，两院院士中河南籍的更是少得可怜；因为河南穷，这里的旅游资源没有得到有效合理的开发，所以河南山水给外界留的印象仍旧是“穷山恶水”；因为河南穷，这里的人们为求生计不得不远走他乡，南下北上的务工人员成为全国之最。

穷就要发展经济，解决了贫穷问题，就容易消除人们的歧视，以及丑化河南的根源。发展经济，河南有自己的优势。比如人力资源的优势，几十年的经济积累优势，信息产业基本形成的优势，许继、安波、双汇、天冠等高新技术企业发展的经验等，在工业化、信息化进程中，借用发达国家信息技术的成果，吸取成功经验，才能避免走弯路。改革开放20多年来，河南在由农业大省向工业强省转变的进程中，采取了许多积极举措，取得了辉煌的成绩。

①以提高经济增长的质量和效益为目标，积极推进产业结构调整，并把产业结构调整作为重中之重，用高新技术改造传统企业，全面推进产业升级。目前全省已形成70多种优势产品，其中40

多种产品处于全国同行业领先地位。

②大力推进现代企业制度建设，重点抓国有企业扭亏脱困，通过招商引资、嫁接改造等措施，逐步实现投资主体多元化，通过债转股、技改贴息等政策使不少老大难企业重新焕发了活力。到 2000 年底，我省 60%的大中型企业实现了扭亏脱困。

③积极推进农业结构调整，大力发展优质小麦生产和优质专用面粉加工。政府还积极扶持莲花味精等 40 家小麦加工转化企业，力争用 2-3 年的时间，使省内粮食（主要是小麦）加工企业的年转化能力达到 90 亿公斤。

④加快城市化建设，提高城市化水平。建设以郑州为中心，以洛阳、开封为重要支撑，以新乡、焦作、许昌、平顶山等为环绕的中原城市群；重点选择了 20 个基础好、潜力大的 县级市加快推进其城市化步伐。

⑤大力发展 第三产业，积极实施东引西进，加快对外开放，确定沿黄河流域的连贯郑、汴、洛三市的“三点一线”中原黄金旅游热线建设，树立大旅游、大产业、大市场观念。河南省旅游局先后在上海、乌鲁木齐、南宁和兰州等地举办河南产品展销会，推销河南名优产品，展示河南企业形象。

⑥加快信息产业发展的步伐，在信息化问题上，发展中国家处于一种被迫应战的地位，河南省的处境也是如此。目前，河南信息产业已初具规模。2 月 23 日，科技部致函河南省，正式同意“十五”期间在河南建立国家 863 计划软件孵化器基地；4 月 6 日，信息产业部公布 2001 年全国电子信息百强企业名单，河南省安彩集团以骄人的业绩雄居第 23 位；7 月 3 日，洛阳单晶硅有限责任公司收购世界行业排名第十的美国 UNISIL 公司成功，为洛阳单晶硅公司今后在全国确立 6 寸、8 寸硅片“霸主”地位打下坚实基础。

数字显示，到“九五”末，全省电子信息产业工业总值已达到 125 亿元，年均增长 25%，在全国同行业中位居第十三。据统计，“九五”期间，省电子信息项目总投资近 13 亿元，有利地促进了传统产业的升级改造。目前，全省软件企业已发展到 200 余家，年销售额在 4 亿元以上。

（2）展示河南，推销河南

河南因为“不善于展示自己”，外界很难客观准确认识河南，良好形象也就无从谈起。在人民日报、中央电视台等有影响的媒体上，很少看到河南的发展成就。许多国人不知道河南的国民经济总产值已排在全国第五位，不知道河南上缴的利税一直处在全国各省（区）的前几位，不知道豫剧的从业队伍已超过京剧，不知道河南有个“红色亿元南街村”，启动形象工程，就是要全面展示河南形象，让外界对河南有个全新、准确的认识。

从 2001 年第二季度开始，《人民日报》、中央电视台、中央人民广播电台、新华社等中央新闻媒体接连不断地播发河南正面消息，让国人意识到河南并不象以前传扬的那么差，河南的成就也不少。尤其是中央新闻媒介播发河南启动郑州-开封-洛阳“三点一线”沿（黄）文化旅游活动后，许多外地人才知道河南有如此多的名山秀水，人文古迹，国庆节期间赴河南旅游的外省人猛增。

展示河南，就是要把河南的名人、名事、名地、名产宣传出去，以“名”扬名，展示河南的知

名度。对于河南的许多地县来说，要提高知名度并不太难。过去外省没多少人知道济源市，而这几年济源利用小浪底工程大做宣传文章，现在已名气不小；鹿邑县是中国文化名人老子故居，这几年连续搞了几次“老子思想学术研讨会”，鹿邑县一下子扬名海内外。

河南值得骄傲的名人古迹有很多，只是鲜为人知。这就需要加大宣传力度，把河南的正面形象展示出来，并勇于向正义的舆论、社会的公理，向人类的良知“举报”，扭转被严重歪曲了的“河南形象”！

重塑河南形象，要大力宣传河南改革开放和经济建设的巨大成就。通过多种手段，把河南承东启西、连贯南北的区位优势，丰富的资源优势宣传出去；把龙门石窟、少林寺等历史名胜宣传出去；把双汇、新飞、许继、安玻、竹林、南街村等明星企业、名牌新产品、明星村镇宣传出去；把史来贺、吴金印、强字喜、刘佑全等先进人物宣传出去；把焦裕禄精神、红旗渠精神发扬光大并宣传出去，扩大河南在外界的影响，全方位提升河南的良好形象。

河南还有很多值得骄傲，值得总结以振奋我们精神的地方。

①河南是一块古老的土地，被考古学家认定为“南召猿人”和“裴里岗文化”、“仰韶文化”“龙山文化”的遗址。历史上，有 20 多个朝代曾先后建都或迁都于此，中国历史上著名的七大古都河南一省就占其三：安阳、洛阳、开封。

②河南这块热土人杰地灵、人文荟萃，历史上有许多举世闻名的思想家、政治家、军事家、文学艺术家、科学家诞生于此。道教始祖李耳、庄周，秦代名相李斯，唐代文坛泰斗杜甫、韩愈、白居易、李商隐、“科圣”张衡、“医圣”张仲景，“画圣”吴道子，还有民族英雄岳飞……他们都留下了供后人凭吊的千古遗迹和脍炙人口的故事，这些灿若星斗的中华民族的精英是世代代河南人的骄傲。

③河南有在全国都极为珍贵和罕见的文物古迹，如：最早的华夏民族“龙”图腾“华夏第一龙”的蚌塑龙；最早的人工冶铁宝物“天下第一剑”；历史上最早的关隘函谷关；最早的石拱桥小商桥；最早的佛教寺院白马寺；中国最古老的天文台周公测景台……

④河南有适合农作物生长的得天独厚的自然环境，动植物资源和矿产资源丰富。河南的小麦烟叶、芝麻、花生、棉花、黄红麻、大豆、西瓜等农产品产量在全国名列前茅，大牲畜、山绵羊及猪、鸭、鸡兔等畜产品产量也位居前列。许昌烤烟、焦作四大怀药、汴京西瓜、驻马店芝麻、新郑大枣、卢氏核桃、中牟大蒜等颇具地方特色的土特产享誉海内外。

（3）加强诚信，重塑形象

如今市面上有一句口号广为流传“千万不要相信河南人”，再加上“防火防盗防河南人”“出门不骗人，不是河南人”此类的调侃，“河南人”在部分国人眼中几乎已变成地地道道的贬义词。一提到河南，人们就会联想到：造假、行骗、偷窃。造成这种结果的原因是什么呢？客观上讲，外界对河南的非议并非空穴来风，河南近些年的确出了一些“造假”、“诈骗”之类的大案要案，给河南形象造成了极大的负面影响，这不能怪别人，原因还在我们自己，河南形象危机之根源应归因于河南信用危机。重塑河南形象，就是要冷静客观地正视自己，加强诚信建设，以信誉和法制打造河南形

象底色。

那么如何才能塑造良好的河南崭新形象呢？我们认为应从下列工作做起：

①加强思想道德教育，提高全省人民的整体素质

花大力气进行市场经济新时期的道德建设，是在发展经济的同时，让更多的人明白，诚信是发展的基础，不择手段追逐利润，虽然最初也可能获得超额利润，但最终会因名誉扫地而被市场淘汰。教育人们树立起高度的诚信意识，提高自身的精神文明程度，用道德规范行为，为河南形象做贡献。

②加强政府诚信建设

加强政府诚信建设，解决政府形象问题，要做好以下五方面的工作：

——弘扬焦裕禄精神，改变干部作风，主要应抓两条：一是清正廉洁，二是执政为民。

为什么？“广大群众是非常通情达理的，他们对干部要求并不高，第一，你得清正廉洁，不要有了一点权，就拼命往自家腰包里捞。第二，你得干点事，为官一任，总得实实在在为老百姓做几件事吧。只要这两条做到了，群众也就满意了，也就愿意同心同德与你一起干了。”

——加快政府职能转变，提高办事效率。

——提高干部队伍的政治素质，准确地把握政治为经济服务的原则，减少政治工作的盲目性，从根本上扭转政治包揽一切的被动局面，最终减轻政府的压力，轻装前进。

——抓好干部教育培训，不断完善干部的知识结构，适应市场经济发展的新趋势。

——向农村派驻工作队密切当地政府与人民群众的血肉联系，巩固基层政权，消除群众不信任感。

③加强法制建设，维护市场秩序

制假造假屡禁不绝，一个重要的原因是忽略了市场秩序的维护。通过这些损害河南形象的事件，我们应该认识到建立良好市场秩序的重要性。应切实规范市场，加强依法管理力度，为河南的发展提供良好的法制环境和社会环境。只有用法制手段规范市场秩序，才会控制市场主体为追求暴利向损害社会公共利益的不良趋向发展。

河南省在规范、维护市场秩序方面，已采取的措施有：

——打假活动

前河南省副省长张涛在部署“打假”工作时说，打假的根本目的是为发展，是为了创造更好的经营环境，把维护市场经济秩序同优化产业结构联系起来，打假不但不会使我们经济停滞，反倒是为了更好、更快、更健康的发展。

河南省在打假活动中将打假与创优、打假与优化全省产业结构、打假与塑造河南形象结合在一起，已取得了显著的成果。

——“保护知名商品”活动

河南省工商局展开了“知名商品重点保护世纪行”活动，以强化执法力度，深入打假创优，促进知名商品生产企业发展，净化市场环境，树立河南良好形象。

在这次活动中，河南省工商系统将依法对注册商品生产企业进行认定，并向社会广泛宣传，扩大影响，树立全省知名商品及企业的新形象；动员知名商品生产企业向社会承诺，不生产假冒伪劣

商品，不搞不正当竞争，不损害消费者利益，以维护市场秩序，维护消费者合法权益；各级工商部门统一行动，重拳出击，与公安部门密切配合，与企业联手，对假冒、仿冒产品进行重点打击，保护知名商品生产企业的合法权益；与新闻单位密切配合，对假冒、仿冒等违法行为进行曝光，对知名商品大力宣传。

近年来“河南形象”受到了河南省委、省政府的高度重视。实事求是地讲，河南无论从省里、地方，还是企业、民间，在宣传河南方面都做了大量的工作，无论在树立河南整体形象，还是宣传一个地区、一家企业、一种品牌上都下了不少功夫花费了不少资金，把推介会开到北京、深圳，甚至开到了港澳和海外，但一些地方的宣传仍缺少针对性、系统性和独特性，与时代紧密结合，带有全国性意义的典型没有宣传出去，河南独特的优势没有从形象上确立起来，而一般性的宣传，如“人民勤劳善良”、“人杰地灵”、“物华天宝”、“热情的河南欢迎您”等放之四海皆准的毫无特色的宣传过多，因此效果与现实的要求相差很远。真正展示河南形象的工作仍是复杂而繁重的，任重而道远。

河南的“形象工程”需要全社会的参与，“河南形象”事关河南改革开放大局，塑造良好的“河南形象”要从自己做起，扎扎实实行动起来。目前，“热爱河南，增辉中原”活动正在蓬勃展开，“人人为河南形象增光添彩，人人为河南发展做贡献”的氛围已经形成。树立和维护河南良好形象的问题已经引起社会各界的普遍关注，形成了共识。有着光辉历史的河南，必将拥有更加美好的未来。

（二）外省人对河南形象反映评价的综合调查与分析

历史上，在一个相当长的时期内，河南作为中华民族文明的发祥地，历史悠久，文化积淀丰厚，是古老的中原文化的发源地。作为中国传统文化主体的中原文化，以其深厚的历史积淀孕育并创造了灿烂的中国古代文明，河南曾有过才情飞扬、纵横天下、包容四方，开放进取的汉唐气度和光辉形象。然而，随着历史朝代更迭政治经济重心的转移，辉煌也随之离开中原大地，如今的河南，在国人心目中的光辉形象也渐趋蜕化。20世纪末，在中央新闻媒体的报道中，河南接二连三地出事，让河南人痛苦不堪：2000年元月，焦作市燃起一把火，娱乐场所“天堂歌舞厅”付之一炬，74人当场毙命；2000年10月，尉氏县爆出假棉大案，新棉包中暗藏的成堆的旧棉花、烂砖头使此案升级为全国十大假棉大案之一；2000年12月24日夜，洛阳市一把大火比焦作市烧得更凶，一夜之间，309人命赴黄泉；2000年12月，原阳有毒大米案被广州一家报纸曝光。对于河南、河南人来说，无论过去怎样，无论别人如何评判，这一切已无关紧要，重要的是从今天起，怎样做好自己的事情，怎样以崭新的面貌出现在国人面前。在新世纪开元之初，加快发展、树立美好形象成了河南人关注的两大热点，河南省“形象工程”也由此正式启动，“重塑河南形象”的口号在全省叫响，这是一项深得民心的社会工程，长期蒙羞的河南人对这项工程表现出前所未有的热情。

1、河南赴外省务工人员形象

改革开放一系列政策的实施，激发了千万生长于河南的农民致富发家的欲望，看到江浙的民工发家致富，看到十万川军走出大山，他们有了跃跃欲试的冲动，终于接二连三地从原野、山间和盆地走出，一波又一波的民工潮走南闯北，学习到了新的观念和技术，也为家乡寄回了一张张靠劳动