

快乐长沙

城市形象定位与魅力表达

吕尚彬 梅文慧 编著



红旗出版社

快乐长沙

Blissful Changsha

城市形象定位与魅力表达

The Positioning of City and Expression of Charm

吕尚彬 梅文慧 编著

红旗出版社

图书在版编目(CIP)数据

快乐长沙:城市形象定位与魅力表达 / 吕尚彬, 梅文慧编著. -- 北京: 红旗出版社, 2016.8

ISBN 978-7-5051-3861-2

I. ①快… II. ①吕… ②梅… III. ①传播媒介—关系—城市—形象—研究—长沙 IV. ①TU984.264.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第207698号

书 名 快乐长沙:城市形象定位与魅力表达
编 著 吕尚彬 梅文慧

出 品 人 高海浩

责任编辑 张景涛 朱小玲

出版发行 红旗出版社

地 址 北京市沙滩北街2号

邮政编码 100727

编 辑 部 010-64035072

E - mail hongqi1608@126.com

发 行 部 010-64024637

欢迎品牌畅销图书项目合作

项 目 部 010-84026619

印 刷 北京画中画印刷有限公司

开 本 710毫米×1000毫米

1/16

字 数 250千字

印 张 15.5

版 次 2016年9月北京第1版

2016年9月北京第1次印刷

ISBN 978-7-5051-3861-2

定 价 50.00元

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

序

让世界读懂长沙的快乐

易炼红

城市的性格与人一样，有的粗犷，有的隽秀；有的严谨，有的浪漫；有的刚毅，有的温情；有的大气磅礴，有的小桥流水……正如张爱玲所说，“每座城市都有每座城市的味道”。城市的个性与特色，内化为文化品格，外化为形象展示，构成独有的符号、标签、名片，让人喜欢，令人难忘。个性越突出，特色越鲜明，城市就越有魅力。

“每个人眼中都有一个哈姆雷特”。长沙的城市个性是什么？基于对这座城市的认知、感知不同，或许会得出不一样的答案。综合起来看，快乐是长沙的特质，长沙是快乐的家园。这种快乐，既与生俱来，又与时俱进，连接着城市的昨天、今天与明天，有着浓郁的“长沙情”、“长沙味”、“长沙范”。

读长沙犹如读一本厚重的书，赏长沙好比赏一幅优美的画，品长沙就像品一种别样的生活，其中都蕴含着乐观、豁达与快乐。2000多年的历史，铸就了长沙“惟楚有材，于斯为盛”的历史荣光，也锤炼出长沙“心忧天下、敢为人先”的精神品格，从马王堆的千年汉墓、走马楼的千年简牍、岳麓书院的千年弦歌、

铜官古镇的千年窑火中，我们读懂了这座城市的激情与豪迈。山水洲城的画卷，让岳麓山、湘江水、橘子洲、长沙城浑然一体，让人们直观感受城市形态与自然生态的和谐共生，形成山之乐、水之乐、洲之乐、城之乐的美好印象。融入市井的生活，更是把太平街、坡子街、化龙池等湘韵，把“舌尖上的长沙”那道湘味，把影视、歌厅、酒吧等充满娱乐元素的湘情，展现得淋漓尽致。长沙的快乐，是形神兼备；长沙的快乐，是多姿多彩的。

土耳其著名诗人希克梅特说过：“人的一生有两样东西不会忘记，那就是母亲的面孔和城市的面孔。”城市个性根植于历史文化的沃土，也得益于现实发展的塑造。近些年，我们以长沙成为“一带一路”重要节点城市和长江中游城市群中心城市为契机，着眼于建设具有国际品质和湖湘文化标识的现代化大都市，着力打造“宜居宜业、精致精美、人见人爱”的长沙。国际品质与湖湘文化标识是什么关系？是共性与个性的关系，国际化与地域化的关系，“时代特征”与“长沙特色”的关系。通过统筹抓好清洁城市、畅通城市、绿色城市、靓丽城市和更高水准的文明城市建设，城市格局迈入“沿湘江时代”，城市交通进入“地铁时代”、“磁浮时代”和“快速路时代”，城市净化、绿化、亮化、序化水平上了新台阶，城市的舒适感、愉悦感、获得感、幸福感更强。一个清清爽爽、郁郁葱葱、精精致致的长沙，就是快乐的源泉。与此同时，我们还注重在城市建设发展中留住乡愁乡韵乡土情，留住好山好水好风光，规划建设全国首条历史步道，精心打造浏阳河文化旅游产业带，连续举办国际雕塑文化艺术节，切实加强“一江两岸”特别是湘江西岸现代滨水都市区的设计雕琢，大力倡导开放包容的创新创业精神，让长沙的城市个性更加鲜活、鲜明、鲜亮。长沙蝉联“全国文明城市”称号，连续八年荣获中国“最具幸福感城市”，跻身于“东亚文化之都”之列，这些从不同层面生动诠释了城市的认同度、知名度、美誉度。

城市的个性形象既要立起来、强起来，又要传播广泛、传之久远，“千城一面失特色”不行，“养在深闺人未识”也不行。长沙要学习借鉴国内外先进城市经验，构建独一无二而又被普遍认同的城市形象识别系统。这本《快乐长沙：城市形象定位与魅力表达》的出版，正当其时。通过理论阐释、实例论证、比较分析、系统提炼和对策研究，厘清“快乐长沙”的内涵与外延，对于长沙建设具有国际品质和湖湘文化标识的现代化大都市是很有意义的。期待该书的出版，能够促使我们的城市建设管理者多一些以人为本理念和人文精神，能够促进我们的城市形象宣传更具国际视野和现代思维，向世界展示快乐的长沙，让世界读懂长沙的快乐。

是为序。

（作者系中共湖南省委常委、长沙市委书记）

2016年8月12日

目 录	
序 让世界读懂长沙的快乐·····	1
绪 论 “快乐”是长沙最具魅力的城市定位 ·····	1
第一章 长沙城市形象现状与环境·····	7
第一节 长沙城市形象的现状·····	8
一、中国人心中的长沙印象 ·····	9
二、外国人眼中的长沙形象 ·····	15
第二节 长沙城市形象传播环境·····	19
一、长沙城市形象传播PEST分析 ·····	19
二、长沙城市形象传播SWOT分析 ·····	27
第二章 长沙城市形象传播的比较·····	38
第一节 国内部分城市·····	38
一、杭州 ·····	38
二、武汉 ·····	44

三、西安	48
第二节 国际部分城市	51
一、新加坡	51
二、洛杉矶	55
三、维也纳	59
第三节 长沙城市形象传播与管理的成绩与问题	63
一、长沙城市形象传播与管理的主要成绩	64
二、长沙城市形象及传播方面存在的问题	67
第三章 长沙城市发展战略定位	69
第一节 “国际品质、湖湘文化标识的现代化大都市”	
定位的内涵与依据	69
一、长沙城市发展定位的内涵	69
二、长沙城市发展定位的依据	72
第二节 长沙城市发展定位的结构关系	76
一、湖南湘江新区的依托城市	76
二、“一带一部”首位城市	78
三、“长株潭城市群”门户城市	80
四、长江中游城市群“三核”之一	81
五、“长江经济带”中心城市之一	82
六、“一带一路”战略节点城市	83
七、亚洲经济体有影响的大都市	84
八、世界城市网络的重要城市	85

第四章 长沙城市形象传播定位与识别系统	86
第一节 长沙城市形象传播定位 USP——“快乐长沙”	86
一、“快乐长沙”的基本意涵和定位理由	86
二、“快乐长沙”表达城市发展定位的价值	88
三、“快乐长沙”揭示新长沙的“精气神”	89
第二节 “快乐长沙”城市形象识别核心	91
一、城市形象识别核心理念	91
二、城市形象标识设计要求	92
三、城市形象个性	98
四、城市形象写真	99
第三节 “快乐长沙”城市形象识别系统	100
一、文化识别系统	101
二、产品识别系统	104
三、视觉识别系统	106
四、听觉与嗅觉识别系统	109
五、空间与景观识别系统	111
第五章 “快乐长沙”整合营销传播策略	113
第一节 城市形象传播的内容整合	114
一、提炼传播主题口号	114
二、构建长沙城市形象品牌体系	117
第二节 城市形象传播系统的渠道整合	120
一、商业渠道的开发与整合	120
二、常规传播渠道的利用与整合	121

快乐长沙：城市形象定位与魅力表达

三、城市管理系统渠道的创新与整合	124
四、民间与网络交往渠道的共生与整合	125
第三节 城市形象传播的公众整合	126
一、基于“利害关系者”的目标公众识别	127
二、基于大数据技术的目标公众关系管理	130
第四节 城市形象传播的组织与管理整合	132
一、形象传播协同管理机制	132
二、多渠道传播主体的组织与统筹	132
三、传播者“言一行”的整合	134
四、产业品牌与城市形象传播的协同	136
第六章 “快乐长沙”国际化表达的目标与行动规划	137
第一节 城市形象国际化表达的目标与任务	137
一、国际化发展与形象表达的目标	137
二、“快乐长沙”国际化表达的“任务包”	145
第二节 城市形象国际化表达视角与行动规划	153
一、国际化表达的视角	153
二、国际化表达的“五年”规划（2016—2020）	156
三、国际化表达阶段性行动	159
第七章 “快乐长沙”城市形象魅力的国际认同	173
第一节 促进长沙媒体文化形象的国际认同	173
一、用好“东亚文化之都”国际名片	173
二、倾力打造“世界媒体艺术之都”	177
第二节 构建城市形象认同的公关传播矩阵	179

一、构建现代城市形象传播网络	180
二、以重大常设活动强化公关传播效度	184
三、多元化展示“快乐长沙”城市形象	187
第三节 城市形象传播的危机公关策略	192
一、涉长城市形象的专项舆情管理	192
二、城市形象危机的应对与修复	194
第四节 “快乐经济”提升城市形象的国际认同	197
一、打造“快乐经济”国际示范效应	197
二、提升创意产业特色优势的国际认可度	203
三、全域旅游助推“快乐长沙”的国际化进程	205
结 语 新长沙的“快乐”未来	208
附 录 “快乐长沙”体验与分享	211
一、血性长沙：侠肝义胆是长沙的人文基因	211
二、多情长沙：倾情奉献是长沙的城市情怀	214
三、绿色长沙：快意的绿是长沙的魅力底色	218
四、创业长沙：创新创业是长沙的活力源泉	221
五、文艺长沙：文化艺术是长沙的快乐供养	225
后 记	231

绪 论

“快乐”是长沙最具魅力的城市定位

作为一个现代化、国际化进程中的区域性中心城市，长沙呈现着五彩斑斓的城市色彩与兼容并蓄的城市性格。其中，“快乐”是一个绚烂夺目的关键词，成为长沙最具魅力的城市定位。快乐，既源自本土深厚的历史文化积淀，也是当前城市发展的思想共识；既是政府城市治理的理念引领，也是市民日常生活的切实需要。由此，建构“快乐生态”，实行“快乐治理”，提升市民参与感、获得感，推动治理能力的现代化，实现全民共享“快乐城市”。

一、国际化进程中的新长沙

城市的国际化发展，不只是体现在政治、经济、文化、社会等全方位、多层面的国际交往中，更是要参照约定俗成的国际游戏规则，参与国际竞争与合作，从而在全球一体化进程中彰显自己的独特价值。在现代化、全球化、市场化的历史进程中，长沙的大都市化发展具有标本意义。

近年来，长沙充分利用建设“两型社会”试验区、长株潭国家自主创新示范区、湖南湘江新区这三大战略平台叠加的大好机遇，努力提升城市的国际化发展水平和全球城市网络的价值。新长沙扬长避短，差异

竞争，不断探索以“快乐长沙”为特色定位的国际化道路，不断提高城市生活快乐体验、城市管理和城市建设的国际品质，加速推进城市在更大平台上参与全球竞争，分享全球经济、社会和技术发展的最新成果。因此，新长沙的国际影响力和竞争力日益提升，在全球城市网络的独特价值进一步彰显。这为内陆地区中心城市实现国际化发展提供了“湖南特色、长沙模式”新经验。

“城市，让生活更美好”是社会发展的国际认同，“快乐”是所有市民的普适化追求与世界共同的愿景。长沙，这个正在建设的“国际品质、湖湘文化标识的现代化大都市”，不断给予市民以巨大的幸福感、获得感，也吸引着国内外公众的注意力。这是一片扎根于传统的快乐热土，一个快乐的国际大舞台，是一个快乐元素弥漫于山水洲城、街区里巷、产业文化的城市：“快乐大本营”在这里扎寨，“快乐中国”湖南卫视从这里出发，国内外追捧的观众日益增多……动感、时尚、火爆的酒吧更是集聚快乐元素，最大程度地体现娱乐互动的魅力。伴随着城市的现代化、国际化进程，长沙以影视、网络、动漫、文学、音乐为代表的文化符号，不断刷新“快乐长沙”的国际形象，不断提升长沙城市形象国际知名度与认可度。作为湖湘文化典型代表的快乐长沙文化，在走向世界的进程中，越来越受到各国政府、有关国际组织、新闻媒体和公众的欢迎与好评。长沙已经亮出了东亚文化之都等国际名片，也是“世界媒体艺术之都”的中国唯一候选城市。

有目共睹，“快乐”已经成为长沙名闻遐迩的独特文化品牌，“快乐”正在成为长沙国际化进程中最佳的形象。2016年8月28日，在法国巴黎布隆尼亚宫，《璀璨星城·快乐长沙——媒体与生活艺术影像展》、《文化长沙》电视宣传片先后推出，让巴黎市民流连忘返，沉醉在长沙深厚湖湘文化底蕴和浓烈现代气息之中。长沙在国际化发展的道路上，正在打造中国中部乃至亚太地区、全球城市网络中，以“快乐”形象为个性特色的节点城市。

二、国家战略视野中的新长沙

在国家发展战略层面，长沙地位自有其特殊之处。几代国家领导人一直对长沙极为关注，对长沙寄予厚望，都希望这个对国家建设做出了特殊历史贡献的区域性中心城市发展更快、更好。

2013年11月，习近平总书记考察湖南时提出：充分发挥湖南作为东部沿海地区和中西部地区过渡带、长江开放经济区和沿海开放经济带结合部的区位优势。这一提法被列入湖南省2014年的政府工作报告，长沙也被定位为新格局下“一带一部”的“首位城市”。

2014年，国务院批复同意《长江中游城市群发展规划》，将长沙的城市性质确定为中部崛起和长江经济带国家战略的重要承担者——长江中游城市群中心城市。同年批复的《长沙城市总体规划（2003—2020年）》（2014年修订）中，确定长沙是长江中游地区重要的中心城市、国家历史文化名城，要求长沙逐步建设成为经济繁荣、社会和谐、生态良好、特色鲜明的现代化城市。此后，长沙进入到国家战略叠加的现代化大都市建设的“黄金机遇期”。2015年4月，国务院同意设立国家级“湖南湘江新区”，为长沙（与湖南省）的发展铸造新引擎。2016年3月，全国人大会议通过《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，提出“促进中部地区崛起”、“推进长江经济带发展”、“推进洞庭湖生态经济区发展”等发展战略，释放出巨大的政治、经济、科技、文化资源能量。长沙责无旁贷地成为“十三五”期间诸多国家战略任务的承担者、实践者，正在领跑中国中部现代化大都市的发展进程。

三、本土视野中的新长沙

从长沙本土的角度来看，经过几十年的高速发展，长沙已经成长为一个经济繁荣、社会和谐、市民幸福、生态良好、国际品质、特色鲜明的现代化城市，一个“骨骼强”、“血脉畅”、“气质美”、“活力足”、“品质优”的人民满意的城市。具体来看，长沙的城市生活环境逐步优化，生活品质快速提高，城市文明程度日益提升，一个独具特色的“快乐长

沙”形象初具形态。事实上，长沙连续八年被评选为“中国最具幸福感的省会城市”，也是市民高度认同的宜居城市。

宜居城市是一个综合体系建设与动态管理体系交融的后工业时代的产物，指标体系是基础，社会公认是目标，长沙作为我国中部新兴城市具备了宜居城市的条件和基础。这主要体现在：

“老”。长沙有2000多年的建城历史，是享誉全国的历史文化名城之一，是湖湘文化的发源地，历史悠久、文化厚重、人杰地灵、人才辈出。

“新”。随着高铁时代的到来，长沙异军突起，是南北、东西高铁交汇处，焕发现代和国际化气质的大都市。

“特”。有特色、有品位，是长沙人民长期以来的追求。国家两型社会试验区，将长沙建成为资源节约型和环境友好型城市；湘江新区为中部第一个国家级新区，正以崭新的面貌迎接新的挑战。长沙区位优势明显，辐射力强、引领作用大，具备经济腾飞的基础和条件。长沙是全国文明城市、“最幸福城市”、国际文化名城、娱乐之都……宜居宜业宜游。

“优”。有现代化的立体交通体系，建成全国首条中低速磁悬浮线路；城内交通便捷，地铁1、2号线投入运营，构筑起联通城市东西南北的地铁“十字架”；有发达的商贸物流体系和公共服务体系。目前，马王堆蔬菜批发市场等三大市场整体搬迁成功，高岭国际、金桥国际、湾田国际等第五代市场群相继建成，“三馆一厅”全面开放，长沙国际会展中心、梅溪湖国际文化艺术中心竣工，大规模停车场和公共自行车租赁等设施建设完成……作为“一带一路”的节点，长沙更具全国视野和全球视野，形成绩效更优的城镇格局。

“美”。长沙是一座美丽的城市，集山水洲城于一体，景色独特，风景优美；湘江两岸风光带犹如两条五光十色的彩带，承载市民丰富的文化娱乐生活，构成一幅美丽的城市画卷；长沙的亮化建设，使夜长沙婀娜多姿、美轮美奂；通过拆违控违、造绿增绿和综合治理，使长沙“城在林中、路在绿中、人在景中”，平安有序，彰显“洁靓美”。所有这一切，勾画出了长沙“霾少”、“碧水”、“静音”、“净土”的美丽。

如上，通过理念上、功能上、管理上的提升，长沙正在成长为一座“宜居宜业、精致精美、人见人爱”的现代化大都市，国际化、本土化品

牌建设有序推进。

四、长沙城市形象定位与传播价值

如果说基本资源、基础设施和经济、科技、产业等基础性力量属于城市硬实力的话,那么城市的文化精神、价值观念、社会制度、公众形象等影响自身发展潜力和感召力的因素则是城市的软实力。城市形象是一座城市内在历史底蕴和外在文化风貌的综合表现,是公众对城市总体性格特征的认知总和,是一个城市的核心软实力。很显然,一个城市的发展与竞争,必须注重软、硬实力的协调发展和相互提升。

良好的城市品牌形象、丰厚的城市品牌资产(认知度、知名度、美誉度等)已经成为城市发展的重要竞争优势。在国内,北京、上海、重庆、武汉、大连、成都、杭州、广州、西安、深圳等城市不仅进行了城市形象传播与城市营销的研究,而且大力推进城市形象传播的实践。北京、上海、武汉、西安、广州、深圳等城市,借助于奥运会、世博会、园博会、亚运会、大运会等重大事件,成功实现城市形象的提升与传播;成都、重庆、大连、杭州等城市对其形象进行系统的战略规划,正有步骤地实施城市形象传播工程,持续提升城市的竞争力与影响力。在国际上,纽约、东京、伦敦、巴黎、柏林、罗马、新加坡、圣保罗等城市,也十分重视城市形象传播,以其独特的形象个性和特色化的识别表达不断展示着自己的魅力,并持续聚集来自全球的优秀人才和发展资源。

而在国内外的学术界,迄今为止,还没有针对长沙的城市形象定位与传播问题进行全面、系统的研究。

长沙是长江中游重要的中心城市和湖南省省会。它不仅是一座具有2000多年发展史的历史文化名城,更是中华人民共和国的策源地之一;不仅是中国国企改革、长株潭国家综合改革试验区、国家级“两型化”融合试验区,更是传媒与文化创意产业、高新技术产业发达的中心城市;不仅是一个进入发展快车道的内陆城市,更是一个国家战略叠加、前途无量的核心城市;不仅是一个宜居城市,更是一个国内外评价甚高的“最具幸福感的省会城市”。长株潭城市群、“一带一路”和“长江经济带”、

“促进中部地区崛起”等国家战略的叠加实施，“中国最具幸福感城市”、“全国文明城市”、“全国民生改善十佳典范城市”、“中国可持续发展城市奖”、中国政府创新“最佳实践”奖、“中国法治政府奖”、“生态文明建设示范城市”、“首届最具软实力城市”等称号的获得，不断提升长沙的竞争优势。尤其是“有国际品质和湖湘文化标识的现代化大都市”发展战略和“快乐长沙”形象定位的提出，设定了长沙“十三五”建设的目标和基调。

不过，尽管长沙对于城市形象相关的城市文化、城市精神、城市面貌、城市成就等方面的宣传与传播力度较大，在省市传媒与宣传机构的实际工作中，结合开展全市、全省乃至全国的大型节会活动宣传、推广也从未间断。但是由于各类宣传活动本身主要是立足于配合特定时期的中心任务和主题而展开，并非集中于城市形象的传播而进行，且缺乏整体的、清晰的、系统的长沙城市形象定位与传播战略思路与方案，导致传播内容不尽一致，各类传播渠道难以有效整合，传播效果不尽如人意。从某种意义上说，由于城市形象的传播力度不够、途径分散，长沙仍然是“养在深闺人初识”，这使得在一部分国内外公众的视野里，长沙城市形象与其实力并不相称，城市的知名度、美誉度不够高，城市无形资产有所贬值和流失。

因此，迫切需要以城市形象传播与竞争优势理论为主体，运用多学科学术资源，系统开展长沙城市形象定位与传播策略的研究，系统推进“快乐长沙”的形象塑造与传播。由此，开展本项目的研究，既有重要的理论价值，又有重大的现实意义——弥补学术界关于长沙城市形象与传播研究的不足，为城市形象传播学的理论宝库提供长沙案例与长沙模式，为把新长沙建设成为“具有国际品质和湖湘文化标识的现代化大都市”提供形象定位与传播层面的学理支撑和路径选择。具体来说，可以提炼长沙的形象特色，彰显城市个性，促进市民形成共识，增强城市的凝聚力。在此基础上，指导长沙城市形象塑造与传播战略实施和城市营销工作，提升长沙城市价值和无形资产，改善群众生活方式和生活品质，提升民众的获得感，并且促进与城市形象关联的相关产业发展。