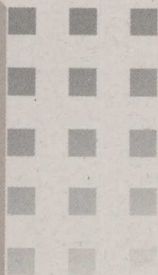


社会全面发展中的 区域形象

——以湖南为例的战略研究

谢俊贵 著

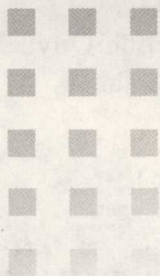


湖南大学出版社

谢俊贵 著

社会全面发展中的 区域形象

——以湖南为例的战略研究



湖南大学出版社

内 容 简 介

本书探讨了社会全面发展中的区域形象与区域形象战略,讨论了湖南区域形象战略研究的必要性,确立了湖南区域形象战略的规划类型、规划程序和规划原则,分析了湖南区域形象战略的自然资源条件、社会经济条件和原有形象基础,提出了新世纪湖南区域形象的战略目标定位、战略重点内容和战略实施要点。本书适合于政府部门、规划单位、科研机构的实务工作者和研究人员以及高等学校相关专业的师生阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

社会全面发展中的区域形象——以湖南为例的战略
研究/谢俊贵著. —长沙:湖南大学出版社, 2007. 3

ISBN 978-7-81113-234-2

I. 社... II. 谢... III. 地区经济—形象—研究—湖南省
IV. F127.64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 069002 号

社会全面发展中的区域形象

——以湖南为例的战略研究

Shehui Quanmian Fazhanzhong de Quyu Xingxiang

——Yi Hunan Weili de Zhanlue Yanjiu

作 者: 谢俊贵 著

责任编辑: 罗素蓉

封面设计: 张 毅

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691 (发行部), 8823113 (编辑室), 8821006 (出版部)

传 真: 0731-8649312 (发行部), 8822264 (总编室)

电子邮箱: pressluosr@hnu.cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装: 长沙瑞和印务有限公司

开本: 880×1230 32 开 印张: 7.75 字数: 224 千

版次: 2007 年 3 月第 1 版 印次: 2007 年 3 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-81113-234-2/F·150

定价: 20.00 元

版权所有, 盗版必究

湖南大学版图书凡有印装差错, 请与发行部联系

目 次

第一章 绪论

- 一、选题背景与研究目的 1
- 二、理论基础与研究方法 6
- 三、研究路径与内容梗概 18

第二章 社会全面发展中的区域形象

- 一、区域形象与区域形象类型 27
- 二、区域形象战略的基本性能 42
- 三、区域形象与区域全面发展 53

第三章 湖南区域形象战略研究综论

- 一、湖南区域形象战略一般问题 65
- 二、湖南区域形象战略类型选择 76
- 三、湖南区域形象战略规划程序 83
- 四、湖南区域形象战略规划原则 88

第四章 湖南区域形象战略条件分析

- 一、湖南自然资源条件分析 100
- 二、湖南社会经济条件分析 110
- 三、湖南原有形象基础分析 126

第五章 湖南区域形象公众意愿分析

- 一、湖南区域形象公众意愿调查概况····· 142
- 二、湖南区域形象公众认知状态分析····· 153
- 三、湖南区域形象公众评价状态分析····· 160
- 四、湖南区域形象公众期望状态分析····· 172
- 五、湖南区域形象公众意愿延伸分析····· 177

第六章 湖南区域形象战略规划框架

- 一、湖南区域形象战略目标定位····· 187
- 二、湖南区域形象战略重点分析····· 201
- 三、湖南区域形象战略实施要点····· 214

参考文献····· 226

附录湖南区域形象公众意愿调查问卷····· 229

后记····· 243

第一章 绪 论

一、选题背景与研究目的

(一) 选题背景

20 世纪 90 年代以来,由于我国改革开放政策的深入落实、社会主义市场经济建设的大步推进和两个文明建设的日益加强,我国区域形象塑造和建设的问题逐渐受到学术界不少专家学者的重视,许多专家学者纷纷将自己的科研注意力和科研精力投入到区域形象问题的研究上来,他们所付出的辛勤劳动不负众望,只用几年的时间,便取得了一批关于区域形象问题的理论研究成果和应用研究成果,拿出了一批水平不低、像模像样的区域形象策划方案,受到有关区域政府官员和广大社会公众的深切关注和高度重视。一时间,一种区域形象“研究热”和区域形象“策划热”在中国大地悄然兴起,区域形象塑造与建设问题开始成为当今中国社会广为关心的一个现实课题。

以一种学术发展史和社会发展史关系的眼光来看待 20 世纪 90 年代发生在我国的区域形象“研究热”和区域形象“策划热”,我们完全可以认为,我国区域形象“研究热”和区域形象“策划热”的形成并非某个“天外来客”的无端出现,也非某个思想理论家的想入非非,更非某个行政官员的异想天开。纵览我国区域形象“研究热”和区域形象“策划热”的形成轨迹,我们可以知道,我国区域形象“研究热”和区域形象“策划热”的形成有着特定情况的社会发展背景和众多方面的社会发展动因。概括地说,这个特定情况的社会发展背景

就是 20 世纪 90 年代以来我国所倡导并逐步推进的社会全面发展背景，而众多方面的社会发展动因则可以概括为以下四个大的方面：

首先，现代化的推进促进了区域形象研究与策划热在我国的形成。20 世纪中期以来，由于科学技术的迅猛发展，我国社会正经历着一个全面推进的现代化过程。由于现代化过程在不同区域之间的普遍推进，各区域工业化的发展速度不断加快，城市化水平不断提高，过去农业区域、工业区域之间泾渭分明的特色逐步模糊起来，区域之间宏观层面的差异化逐渐弱化，社会发展的同质化逐渐增强。社会同质化的发展，使一部分区域之间的发展差距越来越小，原来某些相对落后的区域发生了很大的变化，社会经济发展取得了很大的进步，甚至已经变成了现在的声望很高、众望所归的发达地区，如我国东部、南部的某些区域就是这种情况，这便直接导致了一部分区域原有优势和特色的衰减，以及一部分区域在社会公众心目中地位的相对降低。在这种情况下，区域形象建设问题便一度受到各地区政府和专家学者的广泛重视。

其次，市场经济建设促进了区域形象研究与策划热在我国的形成。我国的社会主义市场经济建设，自改革开放以来得到了不断地推进，已成功实现了从社会主义计划经济向社会主义市场经济的转变，社会主义市场经济建设取得了很大的进展。我国社会主义市场经济建设的推进，不仅导出了我国企业之间激烈的市场竞争，而且导出了我国区域之间激烈的市场竞争和发展竞争。激烈的市场竞争和发展竞争不仅要求企业不断优化自己的产品、优化自己的服务、优化自己的形象，而且要求所在区域不断优化地区的环境、优化区域的制度、优化区域的理念、优化区域的形象。在如此情况之下，区域形象问题一度成为不同区域之间以及不同区域的企业之间投身市场、开展市场竞争的一件重要法宝和一种重要手段，因而区域形象建设问题成为不同地区政府官员、企业家、专家学者和广大社会公众深切关心和特别重视的重要课题。

再次，信息化的发展促进了区域形象研究与策划热在我国的形成。20 世纪中期，尤其是 20 世纪 90 年代中期以来，由于信息技术

的迅猛发展和广泛应用,社会正经历着一个广泛推进的信息化过程。在这一过程中,一个偌大的地球变成了加拿大著名传播学家麦克卢汉所称的“地球村”,社会的信息传播条件得到前所未有的改善,这为地区信息的传播提供了有效的途径。但是,地区信息传播条件的改善和途径的增多并不总能带来良好的传播效果,它也导致了“信息爆炸”和“信息污染”。在今天这种“海量信息”得以广泛传播和流通的信息社会或网络社会里,地区信息传播的效果变得越来越差。为了改变这种“泥牛入海”的信息传播状况,一些专家学者提出了区域形象理论,以期通过区域形象的策划和塑造来提高地区信息传播的效益,改变因“信息爆炸”和“信息污染”带来的地区信息传播的不利局面。

最后,两个文明建设促进了区域形象研究与策划热在我国的形成。改革开放以来,我国特别重视社会主义物质文明和社会主义精神文明的“两个文明建设”,尤其重视在以经济建设为中心的前提下努力搞好社会主义精神文明建设。社会主义精神文明建设的目标之一就是要实现每一个组织、每一个社区、每一个地区塑造和树立良好的社会形象,形成良好的社会环境,营造良好的社会氛围,使我国社会逐步地走向和谐社会。正是在我国社会主义物质文明建设和社会主义精神文明建设不断推进的这样一个社会发展背景下,我国区域形象问题被提到了地方政府的议事日程,进入了专家学者的研究视野。自从1994年春节江泽民同志在视察北京铁路局太原分局铁路企业时谈到形象问题和“塑形工程”以来,我国各种行业开始注重自身形象的塑造,“形象工程”如雨后春笋般不断涌现,区域形象研究与策划热也就是在这个过程中应运而兴的。

(二) 研究目的

本研究从社会全面发展的视角,以湖南作为个案,紧密结合湖南实际,深入探讨区域形象及其战略问题。具体的目的有两个:一是从社会全面发展的角度构建一种区域形象塑造及其战略规划的理论;二是运用这种理论具体指导湖南区域形象塑造与战略规划的实践。这里

值得说明的一个具体问题是，为什么要以湖南作为本研究的个案？除了研究者的家乡情节之外，合理的回答是：将湖南作为本研究的个案，既是我們从事科学研究活动理论联系实际的普遍需要，也是湖南作为一个在全国具有典型意义的省级区域形象建设的特殊需要。

湖南地处我国的中南部，是一个地理位置重要、自然环境良好、人文氛围浓郁的省份。在我国的历史上，湖南素以良好的社会形象站立并广传于中国社会。在古代，湖南在我国社会生产与社会生活中占有十分重要的地位，历史上素有“洞庭鱼米乡”、“湖广熟，天下足”之美称，是我国一个典型的农业大省、粮食大省。湖南在我国古代科技、文化、教育领域也素有良好的声誉流传于世，东汉时期造纸术的发明便是湖南桂阳人蔡伦的杰作；宋代的“四大书院”之一的岳麓书院在当时便名扬天下，乃至后来绵延千古，时至今日弦歌不绝，以至于在国外的一些“百科全书”中都称湖南大学为世界上现存最早的大学；由湖湘学派构建的具有浓郁湖南地方特色的湖湘文化影响不凡，至今仍受到人们的高度关注和大力弘扬。尤其是近代以来，湖南可谓伟人辈出。湖南伟人在中国近现代史上功绩卓著、影响深远，形成了具有显著湖南地方特色的伟人文化。这些，都使湖南在全国产生了十分深远的社会影响，占据有十分显赫的区域形象地位。

但是，改革开放以来，由于我国工业化和城市化的加速发展，许多沿海地区的工业化和城市化快步推进，而地处内陆农业区域的湖南却背上了“农业大省”、“粮食大省”的沉重包袱，加上湖南改革开放相对滞后，湖南的工业化和城市化进程发展比较缓慢，进而也使得湖南这个农业大省始终难以向农业强省提升。在我国改革开放以来的20多年中，由于我国沿海地区地缘经济发展优势的凸现，过去占有传统农业优势的湖南发展优势不再，很快落伍了，一度落后于过去比湖南落后的邻近省份广东和过去发展情况相似的东南沿海其他省份。加上改革开放以来我国以经济建设为中心，湖南过去所形成的在我国的强大政治影响力也逐步减弱。概而言之，相对于过去的区域形象地位来讲，湖南在全国的相对区域形象地位已经明显地呈现出衰减的趋势，在许多外地人的心目中，落后的农业经济、传统的乡村文化、保

守的小农意识似乎就是湖南社会的基本形象特征。

湖南尽管有落后的一面，然而，在我国改革开放、社会主义市场经济建设、社会主义物质文明和精神文明建设加快推进的新形势、新情况下，20多年来，湖南的各行各业也取得了很大的发展，毋庸置疑，湖南也有着发展与进步的一面。但为什么外地人会以落后的农业经济、传统的乡村文化、保守的小农意识来概括湖南社会的基本形象特征呢？适应我国改革开放、社会主义市场经济建设、社会主义物质文明和精神文明建设新形势、新情况的湖南形象特质为什么不能为广大社会公众认识呢？湖南如何塑造适应这种新形势、新情况的区域形象，以参与当今社会的区域竞争呢？这是湖南政界、学界、产业界，乃至所有在湖南或不在湖南的湖南人，所有关心湖南发展的湖南人和非湖南人共同面临的一个十分重要的现实问题，湖南政界、学界必须予以解答。从某种意义上来说，本研究就是为解答这一重要的现实问题而选择的一项重要研究课题。

略有区域责任感的人都知道这样一个事实，在当今社会中，区域形象问题已成为社会公众广为关心的一个现实问题，它直接表现为一个区域两个文明建设的水平，体现一个区域的经济实力和社会活力，影响一个区域在国内国际竞争中的竞争力，制约一个区域社会经济发展的速度和质量，湖南若在这种情况下不能有效塑造和传播自己崭新的良好社会形象，其区域形象地位不能有效地得以提升，就可能在未来的经济与社会发展的激烈的竞争中更加被动，更加落伍，成为我国更加落后、更不显眼的区域。因此，正确评价湖南的现实社会形象，合理提出湖南的期望社会形象，并在此基础上对湖南区域形象战略进行科学的规划与实施，以塑造适应改革开放、社会主义市场经济建设、社会主义物质文明和精神文明建设、全面小康社会建设、和谐社会建设新形势、新情况的湖南区域形象，提升湖南在全国乃至国际上的形象地位和社会影响，以此促进湖南社会经济的全面发展，是一件具有重要意义的事情。

正因如此，本研究将以社会全面发展为研究视角，以湖南区域形象的战略提升为研究目标，着重探讨社会全面发展中的区域形象塑造

问题,尤其是社会全面发展中的湖南区域形象塑造问题。作为一项应用性研究课题,本研究的具体目的包括三个方面:第一,明确湖南区域形象的基本地位,即通过调查研究,确立湖南在一定的社会区域范围内现有的美誉度和知名度,正确评价湖南在湖南内外的广大社会公众心目中的实际形象地位;第二,找出湖南区域形象的具体差距,即通过调查研究,发现湖南区域形象的现实状况与期望水平的差距大小与差距所在,为湖南区域形象战略研究提供具体依据;第三,提出湖南区域形象的整体发展战略,即通过规划研究提出适应新世纪的改革开放、社会主义市场经济建设、全面小康社会建设、和谐社会建设新形势、新情况的湖南区域形象战略规划,为湖南省委、省政府总体设计影响广泛、特色鲜明、社会接受、公众喜爱的湖南优良社会形象提供理论、方法的支持及建设性意见的参考。

二、理论基础与研究方法

(一) 理论基础

任何应用性研究都需要一定的理论作为研究的基础,湖南区域形象战略研究作为一种应用性的研究也需要一定的理论作为研究的基础。这里所讲的一定的理论,是指与湖南区域形象战略研究密切相关的起指导与支撑作用的具体理论。这些具体理论并不是随意涂抹上去的,它们必须根据课题本身需要分析的问题来选择和采纳,并由这些理论而构成一个完整的分析框架。湖南整体形象战略研究的课题需要分析的问题至少涉及三个方面:一是区域发展问题,即湖南区域形象战略是一个区域发展问题,它不能脱离湖南这一区域发展状况和发展目标来谈区域形象战略;二是地区形象问题,即湖南区域形象战略是一个地区形象问题,它不是一般的个人形象、企业形象或组织形象,而是湖南作为一种区域性的社会组织形式的整体的形象;三是战略管理问题,湖南区域形象战略研究是一个战略管理问题,它不是以对湖南已有形象的评价为目的,而是以对湖南未来形象的塑造为目的。正

因为如此,湖南区域形象战略研究的理论基础应该包括三种具体理论,即地区形象理论、区域发展理论和战略管理理论。

1. 地区形象理论

“地区形象理论”又称为“区域形象理论”,或称 DIS 理论 (District Image System),是一种关于地区形象的社会功能和地区形象的有效塑造的理论。它主要研究地区形象的涵义与特征、结构与功能、价值与作用、调查与评估、规划与建设、塑造与传播等问题。地区形象理论是受企业形象 (CI) 的引发;却又超越了企业形象的一种以地区为形象塑造主体的形象识别理论。目前,地区形象理论已形成较为完善的知识体系,并在我国许多地区的实践中获得成功,引起社会各界的普遍关注,被称之为地区跨世纪发展的新课题、新思路、新方法。

该理论认为,地区形象是一个地区对内对外的整体形象,是地区内外公众对地区的印象和评价,它涉及地区的自然、政治、经济、历史、文化、环境等多种因素,是地区社会理念、社会行为和社会标识的总括,也是地区社会进步与否的重要标志之一。地区形象有好坏优劣之分,优良的地区形象是地区的一种无形财富,“这种无形财富通过一定的办法将之开发,可以转化为有形财富”。^① 它可以振奋区域精神,发挥区域优势,增强区域的凝聚力和吸引力,优化区域内外环境,沟通地方政府与公众。^② 一个地区形象的好坏优劣,直接反映出这个地区的社会经济发展状况和发展水平,直接影响到这个地区的社会经济发展潜力和发展前景,是任何地区都必须加以重视和有效管理的方面。

地区形象是一个地区总体行为在地区内外公众心目中的投射。它由地区形象资源、地区行为表现、地区公众评价和地区信息传播四个主要因素构成。其中,地区形象资源是基础,地区行为表现是主导,地区公众评价是依据,地区信息传播是手段。从地区形象的构成因素

① 罗治英. DIS: 地区形象论 [M]. 北京: 中央编译出版社, 1997: 91.

② 王黎明. 区域可持续发展 [M]. 北京: 中国经济出版社, 1998: 151—152.

来看，地区形象好坏的决定权在很大程度上在于地区自身，即地区形象资源和地区行为表现，地区信息传播在很大程度上也是可以通过地区自身加以调控的。而从另外的角度来讲，地区形象尽管是以地区形象资源为基础，以地区行为表现为主导，以地区信息传播为手段的，但地区形象的好坏优劣，最终是以地区社会公众的评价为依据的。正所谓“一个地区的形象如何，评价权在公众，即所谓评价由人是也。”^①

一个地区形象可由这个地区对外的美誉度和认知度、对内的向心度和舒心度体现出来。地区形象不是凝固不变的东西，它是可以塑造和改变的，即一种不够好的地区形象通过地区政府和广大人民群众的努力可以转变为好的地区形象，而一种好的地区形象如果不能加以有效地维护也可能转变为不好的地区形象。区域形象塑造的基本方法是：第一，充分发掘地区形象资源，使各种有利于塑造地区良好形象的自然资源、社会文化资源得以显现出来；第二，切实优化地区行为表现，包括政府行为、组织行为、企业行为和居民行为，这是塑造良好地区形象最重要的方面；第三，全面加强传播沟通，即充分利用各种信息传播手段和信息传播方式，将地区优良的政府行为、企业行为和居民行为以及地区的各种形象资源信息传播到地区内外的广大社会公众之中，让广大社会公众了解这个地区，理解这个地区，以至支持这个地区的社会经济发展。

地区形象理论认为，一个地区形象的塑造还需要有效的地区形象规划和形象策划。所谓地区形象规划，指的是规划者对于地区未来形象目标的预期，也是对实行这种形象目标的行动的预先安排，并且是针对形象目标达成的行动过程中不断趋近目标的所有努力。^② 所谓地区形象策划，则是策划者为使地区形象的功能得以充分发挥，效益得以全面提高，在充分掌握和利用地区形象信息的基础上，运用理性的思维方法和科学的创造技法，对地区未来形象的塑造进行的先发的、

① 罗治英. DIS: 地区形象论 [M]. 北京: 中央编译出版社, 1997: 87.

② 秦启文、周永康. 形象学导论 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 148.

有科学程序的运筹、谋划和设计。只有通过地区形象规划和地区形象策划,制定地区形象战略,并加以有效地实施,地区形象才能真正地从自在形态转化为自为形态,从期望状态转化为现实状态,从不良状态转化为优良状态。

2. 区域发展理论

区域发展理论是区域科学和发展理论交叉渗透结合而成的一种区域社会经济发展理论。按照学术界的一般说法,区域发展理论是一门有关区域社会经济发展的具有地域性、综合性、实践性和战略性的学科。区域发展理论的目的是通过对区域自然资源、经济基础、社会状况等有关情况的分析,进行区域社会经济发展的总体思考,以提出区域发展的优化模式。

区域发展理论作为一门具有地域特性的学科,它的建构基础是发展的地域原理。所谓发展的地域原理,就是从地域的自然资源因素和社会文化传统的角度来揭示区域社会经济发展所具有的特征和规律性的原理,或者可以这样说,就是揭示地域自然资源因素和社会文化因素对地区社会经济发展的影响和作用的规律性的原理。正因为如此,区域发展理论特别重视一个地区的自然资源因素、社会经济因素和文化传统因素对该地区社会经济发展的重要作用,尤其是重视一个地区的社会文化因素对该地区经济发展的重要作用。

区域发展理论十分重视区域发展理想模式的选择,并把区域发展理想模式的选择作为其基本的而且是重要的研究目标。所谓区域发展的理想模式,实际上是区域内的人们所向往的一种区域社会和经济体系,是一种想像中的合理的区域社会和经济结构,是当代人们利用和依靠其所掌握的知识信息、科学技术以及所具有的社会理念、行为方式对未来发展目标的描述。当然,区域发展的理想模式也不是人们想入非非的某种愿望,从发展的地域原理来讲,区域发展的理想模式应该是一种基于某一地区实情基础之上而筹划出来的一种理想模式。这里的地区实情包括一个地区的自然资源状况、社会发展状况、历史文化传统等。

区域发展理论高度重视发展观念的更新,注重改变旧的区域资源

的观念,树立新的区域资源观念。这种新的资源观念包括信息资源观念、人力资本观念、社会资本观念、国际分工观念、可持续发展观念和形象资源观念。尤其是近年来,区域发展理论主张扩大区域研究的范围,要求从参与市场竞争的角度,运用新的国际劳动分工理论,强化区域的基础设施建设,强调区域的公共政策制定,创造良好的区际国际投资环境,吸引区外、国外的资源、资金、技术、人才,建立起内外结合的经济运转系统,以促进区域社会经济的发展。区域发展理论注重把可持续发展思想作为区域发展和区域发展研究的主题,并将实现人口、资源、环境的协调发展作为区域发展和区域发展研究的主要目的。

区域发展理论特别注重创新发展的环境,认为创新发展的环境是区域发展的重要条件。这里所谓创新发展的环境,其内容主要包括:(1)社会意识、社会观念、社会传统、社会心理、社会文化、社会联系、社会网络等软性因素构成的创新发展的环境;(2)基础设施、劳动力、技术与经济存量等硬性因素构成的创新发展的环境;(3)社会设置、社会制度、社会规范、社会习俗、社会氛围、社会管理等制度性因素构成的创新发展的环境;(4)人力资本、货币资本、技术资本、社会资本等资源性因素构成的创新发展的环境。新近的区域发展理论认为,区域具备吸引投资的能力比得到具体的投资更重要,强调通过改善区域条件、区域环境、区域形象以吸引潜在的投资者,是区域战略性发展的基础。^①

3. 战略管理理论

战略管理理论最早属于军事理论的内容,后来经有的学者引入企业管理领域,演化成一种关于企业如何在竞争环境中谋求有效生存与发展,并获取有利竞争条件和优势的理论。1975年,安索夫的《战略规划到战略管理》出版,标志着现代战略管理理论体系的形成。该书中将战略管理明确解释为“企业高层管理者为保证企业的持续生存和发展,通过对企业外部环境与内部条件的分析,对企业全部经营活动所进行的根本性和长远性的规划与指导”。他认为,战略管理与以

^① 新形势下区域经济发展的要点. <http://www.dx.gansu.gov.cn>.

往经营管理不同之处在于面向未来，动态地、连续地完成从决策到实现的过程。

战略管理理论出现后，一度在企业管理领域产生了极大的影响。自 20 世纪中期以来，战略管理理论已经成为企业管理的重要内容，国际上的一些大公司、大企业都设立了自己的战略管理研究部门，一些有名的咨询公司也设立了专门的企业战略管理咨询中心，为各种企业提供战略管理咨询服务。后来，由于社会的竞争不断升级，竞争的范围不断扩大，地区层面的竞争不仅成为一种重要的竞争类型，而且对于企业竞争也具有某种明显的影响，于是，战略管理理论的影响日益扩散，以至形成了今天的作为一门横断学科的战略规划理论。

战略管理理论特别注重战略分析和战略规划两个环节的工作。所谓战略分析，从区域的层面上讲，就是对区域发展的自然资源条件和社会经济条件的背景特征及其对区域社会经济发展的具体影响进行分析，探讨区域内部各种自然要素及人文要素间和区域间相互联系的规律。主要内容包括：区域发展的自然资源条件分析，区域发展的社会经济条件分析，区域发展的社会制度条件分析；区域的经济状况分析，区域的社会发展状况分析，区域的文化发展状况分析；区域的发展前景分析，区域的发展路径分析，区域的发展政策分析等等。

所谓战略规划，从地区的层面来讲，就是区域发展战略规划，它是通过对区域整体发展状况的分析、判断而进行的具有决定全局意义的、重大的战略性谋划。区域发展战略规划的本质是一种运用脑力的理性行为，其核心是要解决一个地区从现在开始到未来一定时期内的基本发展目标和实现这一基本发展目标的基本途径问题。区域发展战略规划的主要内容包括：寻求区域发展战略的依据、确立区域发展战略的目标、确定区域发展战略的重点、制定区域发展战略的措施等。形象地说，所谓区域发展战略规划，就是一个地区通往未来美好社会的一座桥梁，它连接着这个地区目前之地与这个地区未来要经过或到达之处。

战略管理理论高度重视战略目标的确定。战略目标是发展战略的核心，是战略思想的集中反映，一般表示战略期限内的发展方向 and 希

望达到的最佳程度。区域发展的战略目标包括：总体发展目标和分项发展目标两种。总体发展目标是区域发展战略方案的高度概括，目的在于明确区域发展方向，概括追求的区域理想模式的总体面貌，用以指导分项发展目标的确立和实施。分项目标是一系列的指标体系，它以总体目标为依据，又是总体目标的具体反映，一般包括经济目标（总量、效益、结构）、社会目标（人口构成、人口总量、物质生活水平、精神文化生活水平）、建设目标（空间结构、空间规模、环境质量）三个方面。

战略管理理论认为，战略目标确定之后，还应对战略重点、战略方针、战略措施给予特别的重视。战略重点是具有决定意义的战略任务，是关系到区域全局性的战略目标能否达到的重大的或薄弱的部门或项目。战略方针是指实现战略目标的总的策略、总的原则，是规范地区发展行为的指南。战略方针要服务于战略目标，它必须简明扼要，以使人们易于掌握。战略措施是实现战略目标的步骤和途径，是实现战略的手段。制订战略措施就是将比较抽象的战略目标、战略方针进一步具体化和可操作化的过程。通常包括实施战略的相应的组织机构、资源分配、资金政策、劳动政策、产业政策以及经济活动的控制、激励、协调等手段，如社会福利、社会保障、社会文化、环境保护等措施。

（二）研究方法

本课题总的研究方法是：以马克思主义社会发展理论为指导，根据实证主义与人文主义相结合的区域形象研究方法论原则，以湖南为例，基于湖南国民经济与社会发展的历史事实和现实状况，着眼湖南社会全面发展的未来趋势，从观察、描述、解释到预测的研究路径，借由调查研究、统计推论、事实分析、理论推导、科学预测、规划研究、对策研究等科学方法，就区域形象战略，具体地说是湖南区域形象战略进行比较完备的、系统的、深入的专题研究。

1. 资料搜集方法

本课题研究在资料搜集方法上主要采取三大系列的方法，即调查