

主编
钱 智

区域形象设计丛书

K A I F A Q U X I N G X I A N G S H E J I

开发区形象设计

安徽教育出版社



开发区形象设计

区域形象设计丛书

主 编 钱 智

副 主 编 冯学钢

本册作者 冯学钢 石正方

K A I F A Q U
X I N G X I A N G
S H E J I



安徽教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

开发区形象设计/冯学钢,石正方编著. —合肥:安徽教育出版社,2002.10

(区域形象设计丛书/钱智主编)

ISBN 7-5336-3113-7

I. 开... II. ①冯... ②石... III. 开发区-形象-设计 IV. F119.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 075296 号

责任编辑:王嘉年

装帧设计:袁 泉

出版发行:安徽教育出版社(合肥市跃进路1号)

网 址:<http://www.ahep.com.cn>

经 销:新华书店

排 版:安徽飞腾彩色制版有限责任公司

印 刷:合肥义兴印刷厂

开 本:880×1230 1/32

印 张:7.625

字 数:200 000

版 次:2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

印 数:2 000

定 价:13.00 元

发现印装质量问题,影响阅读,请与我社发行部联系调换

电话:(0551)2651321

邮编:230061

序 言

人类正在迈向一个崭新的时代，一个开拓人类文明新纪元的时代。

随着经济的发展和社会的进步，区域间的物质资源、知识信息和金融资本的流动日益频繁，区域间的竞争日趋激烈。每个区域都在大力营造和改善投资环境，力争得到更多的资金、技术和人才，创造更多的财富，以增强区域的竞争力和内聚力。而这些都与一个区域的信任体系紧密相关，与一个区域的形象密不可分。

21 世纪是形象的世纪——

形象是人们对客观实体多方面反映的一种综合评价。小到个人、企业，大到城市、地区和国家，都存在一个形象问题。个人形象反映了一个人的品德、性格、气质和文化修养等；城市形象反映了一座城市内在的历史文化底蕴和外显的景观环境、经济实力等；国家形象反映了一个国家内的民族构成、历史传统、文化氛围和综合国力等。从经济意义上来说，形象是生产力，区域形象是区域的一笔无形资产。在新的世纪里，形象需要不断地更新和优化。

21 世纪是设计的世纪——

设计是将自然因素、科技因素和人为因素和谐地整合起来，按照人类的理想提出合理的生存模式。人类与其说生活在一个自然的世界里，还不如说生活在一个人为设计的世界当中，设计已成为指导社会和经济发展的的重要手段。今天的人们常在思索：人类的明天将会怎样？人们将怎样设计未来的生活？

形象设计就是人类的一种思索、探求和创造。区域形象设计是通过对区域历史文化传统的挖掘和文化底蕴的丰隆，对地域人文性格的提炼和区域精神品格的模塑，对生态环境的整治和高质量生活环境的预期，对经济实力的增强和经济活力的显现等，实现区域形象的优化。当一个良好的区域形象设计形成之时，展现在人们面前的是人类智慧、想像和创造力的结晶。

区域形象是客观存在的，长期以来只是由于人们缺乏形象意识而缺少研究和设计。所以，区域形象设计是一个崭新的课题和全新的研究领域，是一项系统工程。它是一个地区的政治、经济、社会、科技、教育、文化、景观和环境等多方面内容的综合，需要多学科协同和交叉研究，需要经济与社会各部门的积极参与。

为此，根据安徽省重点图书出版计划，我们组织北京、上海、天津、安徽等地的几位年轻的博士共同策划编著了这套丛书。这套丛书既具有普及性又具有学术性，其主要内容是介绍区域形象设计的原理、方法及一些案例，可供政府部门和企事业单位决策者参考，也可满足经济、外事、旅游、新闻、教育和文化等部门工作者的需要。

这套丛书包括《城市形象设计》、《旅游形象设计》和《开发区形象设计》3册，由上海市人民政府发展研究中心副研究员钱智博士担任主编，华东师范大学冯学钢博士担任副主编。这套丛书所涉及的范围和内容既有区别又有联系。《城市形象设计》是

指城市建成区所涉及的范围，内容以城市标志及景观等实体形象为主；《旅游形象设计》包括旅游地形象和旅游企业形象，既是一个空间形象问题也是一个企业形象问题，是综合的形象设计；《开发区形象设计》聚焦于各种类型的开发区，并将开发区视为一个企业来进行形象设计。

在丛书的编写过程中，中国科学院、南开大学、华东师范大学、安徽师范大学、国家图书馆、上海图书馆、天津图书馆、上海市人民政府发展研究中心等单位给予了我们大力支持、鼓励和帮助，安徽教育出版社的编辑对选题的策划和稿件的修改付出了辛勤的劳动，在此谨表示衷心的感谢！

作 者

2002 年 6 月

目 录

序 言	1
第一章 中国开发区的形象问题	1
一 中国开发区成长的历史轨迹	1
二 中国开发区的形象问题	9
第二章 开发区形象设计的机理	15
一 开发区形象的构成要素	15
二 开发区形象演进的一般规律	23
三 开发区形象演进机制的选择	37
第三章 开发区形象设计的理性思考	45
一 开发区形象设计的营销学分析	45
二 开发区形象设计的经济学分析	57
三 开发区形象设计的公共关系学分析	64
四 开发区形象设计的传播学分析	75

五	开发区形象设计的广告学分析	84
第四章	开发区形象设计的基本方法	90
一	开发区形象设计的总体框架	90
二	开发区形象的理念识别体系	95
三	开发区形象的行为识别体系	103
四	开发区形象的视觉识别体系	108
第五章	著名开发区形象展示	115
一	具有浓郁北国风光的哈尔滨经济技术开发区	115
二	重振泰达雄风, 再塑泰达形象	124
三	黄海之滨的青岛经济技术开发区	133
四	中国光谷——武汉东湖新技术开发区	145
五	山城重庆托起的高新技术产业开发区	156
六	独具个性的宁波经济技术开发区	164
七	光彩夺目的上海浦东新区	177
八	蒸蒸日上的苏州新区	195
九	古城西安打造的高新技术产业开发区	202
十	实力雄厚的合肥高新技术产业开发区	214
十一	点燃希望之光的厦门火炬高技术产业开发区	226
	主要参考文献	234
	后记	236

第一章 中国开发区的形象问题

自 1547 年开发区就登上了世界经济的舞台，其形式多种多样，如自由港、自由贸易区、科学工业园区、经济技术开发区和高新技术开发区等。尽管形式多样，但其共同目的都是促进和带动区域经济发展。中国政府自 20 世纪 80 年代初期在沿海地区为配合改革开放政策的实施，相继设立了一批开发区。从当时开发区的主客观条件来看，形象因素并不具备作为一种竞争力而被提到开发区的建设日程上，只是到了 20 世纪 90 年代才开始提出了开发区“形象战略”。随着时间的推移，21 世纪中国开发区的兴衰很大程度上取决于开发区主体（政府和企业）对“技术”和“品牌资本”的认知以及所采取的行为，开发区形象问题及形象战略将会得到应有的重视。

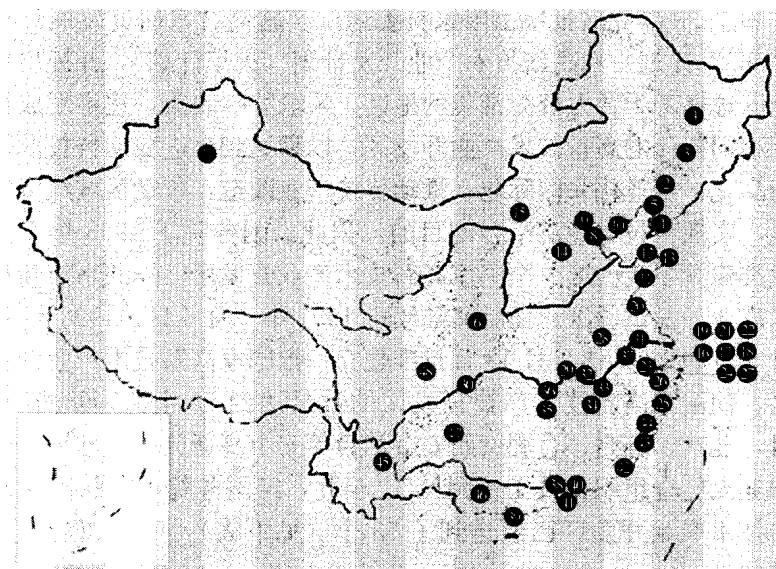
一 中国开发区成长的历史轨迹

纵观近 20 年来中国开发区的发展进程和核心动力，可以把中国的开发区分为两大类：经济技术型和高新技术型。

◆ 改革开放催生了经济技术开发区的诞生

1984 年，在党的十一届三中全会确定的对外开放方针、政策和邓小平对外开放思想指导下，我国逐步形成了经济特区、沿海开放城市、对外开放地区等多层次、多环节、全方位的对外开放基本格局。1984 年 9 月，国务院批准在大连、天津、上海、广州等 14 个沿海港口工业城市设立经济技术开发区。经济技术开发区在快速发展中形成的独特的政策和体制环境，具有较高的发展起点，较大的外资吸纳能力和平等规范的竞争机制，极大地增强了对外商的吸引力，为我国利用外资提供了广阔的空间和独有的便利条件。经济技术开发区从建立之初就实行类似经济特区的政策，按照国际通行规则和国际惯例，积极与世界各国和地区开展形式多样的经济技术合作，是我国对外开放程度较高的区域，也是国民经济充满活力的增长点。经过 17 年的开放建设，中国的经济技术开发区已从沿海地区扩展到内地，由东部延伸至西部，遍及中国的主要城市（如下页图）。经济技术开发区不仅成为中国最具活力的特定经济区域，也是中国吸收国内外投资最为集中、经济增长速度最快的地区。首批创办的 14 个沿海城市经济技术开发区至今仍是中国经济最具活力的热点地区之一，被视为中国经济发展的窗口和改革开放的前沿，在推进社会主义现代化建设中，发挥着日益显著的作用。

中国主要开发区一览



1. 大连开发区 2. 沈阳开发区 3. 长春开发区 4. 哈尔滨开发区 5. 营口开发区
6. 西安开发区 7. 乌鲁木齐开发区 8. 天津开发区 9. 北京开发区 10. 秦皇岛开发区
11. 青岛开发区 12. 烟台开发区 13. 威海开发区 14. 石家庄开发区
15. 呼和浩特开发区 16. 上海闵行开发区 17. 上海漕河泾开发区 18. 上海虹桥开发区
19. 南通开发区 20. 连云港开发区 21. 苏州工业园区 22. 昆山开发区
23. 杭州开发区 24. 宁波开发区 25. 温州开发区 26. 萧山开发区 27. 大榭开发区
28. 合肥开发区 29. 武汉开发区 30. 重庆开发区 31. 南京开发区
32. 芜湖开发区 33. 九江开发区 34. 南昌开发区 35. 长沙开发区 36. 岳阳开发区
37. 黄石开发区 38. 广州开发区 39. 湛江开发区 40. 惠州开发区 41. 南沙开发区
42. 东山开发区 43. 融侨开发区 44. 福州开发区 45. 昆明开发区
46. 南宁开发区 47. 贵阳开发区 48. 成都开发区

◆ 科技与经济的结合引导了高新技术开发区的勃兴

随着世界科技经济的快速发展，高新技术及其产业的发展已成为国际竞争的核心，经济发展的支柱，国家综合国力的重要标

志。为加强我国高新技术研究及其产业的发展，国务院在 1986 年和 1988 年先后批准由国家科委组织实施高技术研究发展计划（“863”计划）和高新技术产业开发计划（火炬计划），并提出在全国选择若干智力资源密集的地区，采取特殊政策，逐步形成具有不同特色的高新技术产业开发区，以期达到促进我国科技成果商品化、产业化和国际化，推动传统产业改造，带动区域经济发展，实现科技与经济结合的目的。据此，国务院于 1988 年 5 月批准建立了我国第一个国家高新技术产业开发区——北京市新技术产业开发试验区。而后又陆续于 1991 年 3 月 6 日、1992 年 11 月 9 日和 1997 年 7 月 13 日批准建立一批国家高新技术产业开发区，使国家高新技术产业开发区的数量达到 53 个。1998 年 11 月，北京、苏州、合肥、西安、烟台等 5 个高新区被批准为“中国亚太经合组织科技工业园区”。至此，经国务院批准的国家高新技术产业开发区已经达到了 53 个（见下表），整体布局基本完成。

国家高新技术产业开发区一览表

序号	名称	建立时间	序号	名称	建立时间
1	北京高新技术产业开发区	1991	6	桂林高新技术产业开发区	1991
2	上海高新技术产业开发区	1991	7	南宁高新技术产业开发区	1994
3	天津高新技术产业开发区	1991	8	海南高新技术产业开发区	1991
4	石家庄高新技术产业开发区	1991	9	包头高新技术产业开发区	1994
5	保定高新技术产业开发区	1994	10	太原高新技术产业开发区	1994

续表

序号	名称	建立时间	序号	名称	建立时间
11	沈阳南湖高新技术产业开发 区	1991	25	长春高新技术产业开发区	1991
12	大连高新技术产业开发区	1991	26	吉林高新技术产业开发区	1994
13	鞍山高新技术产业开发区	1994	27	大庆高新技术产业开发区	1994
14	南京高新技术产业开发区	1994	28	哈尔滨高新技术产业开发 区	1991
15	苏州高新技术产业开发区	1994	29	南昌高新技术产业开发区	1994
16	无锡高新技术产业开发区	1994	30	长沙高新技术产业开发区	1991
17	常州高新技术产业开发区	1994	31	株洲高新技术产业开发区	1994
18	合肥高新技术产业开发区	1991	32	武汉东湖高新技术产业开 发区	1991
19	济南高新技术产业开发区	1991	33	襄樊高新技术产业开发区	1994
20	威海高新技术产业开发区	1991	34	郑州高新技术产业开发区	1991
21	青岛高新技术产业开发区	1994	35	洛阳高新技术产业开发区	1994
22	潍坊高新技术产业开发区	1994	36	贵阳高新技术产业开发区	1994
23	淄博高新技术产业开发区	1994	37	成都高新技术产业开发区	1991
24	杭州高新技术产业开发区	1991	38	重庆高新技术产业开发区	1991

续表

序号	名称	建立时间	序号	名称	建立时间
39	福州高新技术产业开发区	1991	47	绵阳高新技术产业开发区	1994
40	厦门火炬高新技术产业开发区	1991	48	昆明高新技术产业开发区	1994
41	广州天河高新技术产业开发区	1991	49	西安高新技术产业开发区	1991
42	中山火炬高新技术产业开发区	1991	50	宝鸡高新技术产业开发区	1991
43	深圳高新技术产业开发区	1991	51	兰州高新技术产业开发区	1994
44	佛山高新技术产业开发区	1994	52	乌鲁木齐高新技术产业开发区	1994
45	惠州高新技术产业开发区	1994	53	杨凌农业高新技术产业开发示范区	1997
46	珠海高新技术产业开发区	1994			

国家高新区的建设和发展，得到了党中央、国务院及各有关部门领导的关心和支持，他们多次亲临高新区视察，指导高新区的工作，极大地促进和推动了高新区的建设发展。与此同时，地方各级政府也对高新区的建设给予大力支持。绝大多数地方政府将高新区作为“科技特区”来办，在规划、建设、土地、财政、工商、税务、项目审批、劳动人事、进出口业务等方面赋予高新区管委会省或市级经济管理权限和部分行政管理职能，因地制宜地制定了地方性的优惠政策，集中有限的财力、物力和技术资源，在高新区的小范围内形成局部优化的软硬环境。在软硬环境进一步完善的同时，高新区的经济建设发展迅速，1991年至

2000 年间, 技工贸总收入从 873 亿元增长到 92 090 亿元, 增长了 106 倍; 总产值从 712 亿元增长到 7 942 亿元, 增长了 112 倍; 利税总额从 119 亿元增长到 1 057 亿元, 增长了 7.9 倍; 年出口创汇从 12 亿美元增长到 186 亿美元, 增长了 103 倍。在如此快速增长态势的带动下, 高新区的经济发展出现了令人鼓舞的景象 (见下表):

国家高新技术开发区发展概况 (1992~2000)

指标	1992 年	1996 年	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年
企业数 (个)	5 569	13 722	13 681	16 097	17 498	20 796
年末从业人数 (万人)		129	146	184	221	251
总收入 (亿元)		2 300.3	3 387.8	4 839.6	6 774.8	9 209
增加值 (亿元)	230.9			1 227.4	1 724.0	2 007
工业总产值 (亿元)	186.8	2 142.3	3 109.5	4 333.6	5 943.6	7 942
工业增加值 (亿元)				1 060.7	1 476.2	1 979
净利润 (亿元)	23.93	97.7	143.3	220.8	338.6	597
实际上交税费 (亿元)	9.87	97.7	143.3	220.8	338.6	460
出口创汇 (亿美元)	16.35	43.0	64.8	85.3	119.1	186

数据来源:《中国火炬计划统计资料》1992~1999 年

中国科技统计网 ([www. sts. org. cn](http://www.sts.org.cn))

高新技术开发区的主要成就主要表现在以下几个方面:

☆ 高新区在地方经济发展中的地位 and 作用日益突出

根据统计数据分析, 高新区实现的总产值占当地总产值的比例日益提高。据了解, 苏州高新区 1996 年实现的总产值已占苏州市产值的 33.2%; 青岛高新区占其所在城市产值的 16.6%; 西安高新区占其所在城市产值的 14.3%; 哈尔滨高新区占其所

在城市产值的 14%；北京试验区占海淀区产值的 80%，占北京市产值的 10%。这些数据充分表明高新区正在成为地区经济发展的新的增长点。

☆ **大企业增长迅速，高新技术企业规模化发展渐成气候**

高新区企业资产规模增长迅速，高新区内企业的资产规模逐年扩大。截止到 2000 年底，高新区内高新技术企业年末资产总计已达到 13 232.7 亿元，比上年增长 31.5%。平均每个企业年末资产总计达到 6 363.1 万元，比上年增长 10.7%。同时，大型企业数量越来越多，其资产规模越来越大。2000 年年末资产总计上亿元的企业达 1 785 家，占高新技术企业总数的 8.6%，比上年资产超亿元的企业数量增长 22.8%。这些企业虽在数量上占整体企业的很少一部分，但总收入却达到 7 573 亿元，占当年实现总收入的 82.2%，而且超过了 1999 年高新区内整体企业实现的总收入。高新区通过几年的发展，大企业无论是在资产规模上，还是在经济效益规模上，都以其快速增长的态势，在高新区中占有举足轻重的地位。

☆ **出现了多种经济类型企业并存的新局面**

高新区内高新技术企业的经济类型在 20 世纪 90 年代发生了很大的变化。从企业数量看，2000 年国有、集体和联营企业占 22%，与 1991 年这类企业所占 85% 的份额相比较可以看出，企业数量的 63% 已被现代企业制度的新发展机制所替代。从高新区企业的技工贸总收入看，国有企业所占份额从 1999 年的 16.5% 下降到 8.6%；而外商企业从 1999 年的 28.8% 上升到 32.5%；股份有限制企业占 22%，比 1999 年增加了 3.8 个百分点。

2000 年各种登记注册类型企业数量及收入分布情况表

类型	数量百分比 (%)	收入百分比 (%)	类型	数量百分比 (%)	收入百分比 (%)
国有	12	9	股份合作	4	—
集体	9	7	有限责任	32	16
联营	1	—	股份有限	4	22
私营	21	4	港澳台	6	10
外商	11	32			

☆ 出口创汇增长迅速

2000 年高新区实现出口创汇 185.8 亿美元，比 1999 年增长 56%。高新区出口创汇主要以高新技术产品为主。主要高新技术产品出口 2 110 种，实现出口创汇 138.1 亿美元，比 1999 年的 79.7 亿美元增长 73.3%，占高新区出口创汇的 74.3%。高新区出口创汇上亿美元的企业达 38 家，是 1999 年的 1.6 倍。

2000 年高新区企业主要产品出口种类仍以出口到美国的为最多，共出口产品 718 种，占出口产品种数的 34%；其次是港澳台 367 种、日本 347 种，分别占出口产品种数的 17.4% 和 16.4%。出口额最高的仍是美国，达 55.7 亿美元，占产品出口总额的 40.3%；其次是日本 23.7 亿美元和港澳台地区 14.9 亿美元，分别占产品出口总额的 17.7% 和 10.8%。

二 中国开发区的形象问题

◆ 中国开发区的困惑

中国开发区在短短的十几年发展时间内，取得了骄人的成