

通向2008年的北京社区形象

服务型社区
绿色环保型社区
大院文化型社区
文化艺术型社区
奥林匹克体育型社区
健康型社区
科普健康型社区
科学生活型社区
安宁型社区
学习型社区

PINPAI SHEQU

Shizhong Hexie Pinpai Shequ Sheji Yu Jianshe

品牌社区

苑文新 主编
曹 随 主笔

十种和谐品牌社区
设计与建设

中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

品牌社区——十种和谐品牌社区设计与建设 / 苑文新 主编. 曹随 主笔.
—北京:中国经济出版社,2006.7

ISBN 7 - 5017 - 7231 - 2

I. 品... II. ①苑... ②曹... III. 社区—精神文明建设—研究—中国 IV. D648

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 105662 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037·北京百万庄北街3号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 邓媛媛

投稿热线: 010-89809929 邮箱: editordeng@163.com

封面设计: 红十月工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京君升印刷有限公司

开 本: 787×960毫米 1/16 印 张: 18.5 字 数: 260千字

版 次: 2006年7月第1版 印 次: 2006年7月第1次印刷

书 号: ISBN 7 - 5017 - 7231 - 2/G·1268 定 价: 36.00元

版权所有 盗版必究 举报电话: 68359418 68319282

服务热线: 68344225 68353507 68341876 68341879 68353624



学习型品牌

亚运村街道安慧里社区



服务型品牌

亚运村街道北辰东路社区



大院文化型品牌

亚运村街道安翔里社区



安宁型品牌

亚运村街道京民社区



健康型品牌

亚运村街道华严北里社区



科普健康型品牌

亚运村街道祁家豁子社区



文化艺术型品牌

亚运村街道丝竹园社区



绿色环保型品牌

亚运村街道安慧里南社区



科学生活型品牌

亚运村街道华严北里西社区



奥林匹克体育型品牌

亚运村街道安苑里社区

编委会

总策划 苑文新 杨树旗

主 编 苑文新

副主编 王燕梅 杨树旗 成新生 李建华 廖春迎

编 委 张秀丽 裴晓波 赵俊兴 施麟彬 房金芝

李仲歧 黄 莉 段洪涛 李和平 王 崎

何双有 姜宝修 王 刚 李月华 杨建民

宫景华 葛 华 周淑华 刘春生 张丽萍

周召明

序 言

2003年8月，中国诞生了第一个开展形象设计的社区，这就是北京市朝阳区亚运街道安慧里社区。由北京市社会科学院·奥组委《通向2008年的北京形象工程》课题组负责设计了社区理念、社区行为准则和社区形象指标体系，请广告公司设计了社区标志，制作了社区旗，编印了《亚运村街道安慧里社区形象手册》，对社区干部和居民及驻区单位员工进行了系统的培训，形成了共识，制定了学习型社区的创建规划，不断推进社区形象建设。北京和中央的各大媒体对安慧里社区的创新发展进行了跟踪报道，用较大篇幅连续推介。中华人民共和国民政部基层政权和社区建设司司长张明亮同志专门写了一篇论文《中国社区建设的创新》，全面评价安慧里社区形象设计，他说：“把企业形象设计与形象管理理念和模式引入社区建设和管理，在全国开创了社区形象设计先河”。这“是我国社区建设事业中的又一创举”，“是我国现代化文明社区发展的新探索。这些创新反映了我国社区建设与国际接轨，与时代同步发展的强烈意识，也标志着我国社区建设开始走向规范化、科学化发展的新阶段。”“把社区建设方方面面的工作统一到形象建设这一中心上来，具有十分

重要的意义，”“为我国社区建设实践提供了创新的思路。”“将这一技术（企业形象设计）引入社区，就是把社区全体成员看做一个团队，以提升社区价值为目标、以打造社区品牌为手段、以弘扬社区文化为中心建立全新的社区发展理念，引入全新的社区发展模式，完成社区建设从粗放到集中，从传统到现代，从无序到规范的重要跨越。”

亚运村街道开创了中国社区形象建设的先河。正如前北京市社会科学院院长朱明德同志所评价，亚运村的社区形象设计是“社区文明建设的里程碑”。他说：“我赞赏亚运村街道工委和办事处的创新精神和远见卓识；同时感谢他们为我院科研工作者提供了舞台。他们的思想和行为加速了北京社区建设的发展。”朱明德院长进一步指出：“社会科学研究成果要化为实际应用至少要经历两个中间环节：科研成果→政府认同→成果政策化→贯彻执行。亚运村街道工委和办事处消除了科研成果转化为现实‘生产力’的一切中间环节，使成果立即付诸实践，降低了行政成本和社会成本，实现了成果与应用的零距离。这一行动本身也是一种创新，是行政方式创新。没有这种创新，安慧里社区形象设计也不会如此快速地产生巨大的社会反响。党和政府的工作对社区文明建设起着决定性作用。”

2004年亚运村街道的社区形象设计在理论上、方法上和实践上又向前推进一大步。在安慧里社区形象设计的基础上，开创了社区品牌设计。社区品牌是朝阳区委、区政府提出来的新概念。2003年6月朝阳区街办制定了《关于建设学习型社区行动纲要》，要求“经过5年实现街道有特色、社区有品牌，从而全面推进学习型社区建设。”品牌是商业概念，其核心是提升企业或商品的知名度和美誉度。社区品牌在这一点上与企业品牌是一致的，区别在于对象不同，企业是向顾客

树品牌，社区是向居民树品牌。

为了落实朝阳区委、区政府的社区创品牌的规划，《通向2008年的北京形象工程》课题组创造了社区形象设计的两种模式，一种是一般模式，一种是品牌模式。一般模式又叫一般形象设计、全面形象设计；品牌模式又叫品牌形象设计、特色形象设计。二者既有联系，又有区别。区别表现在三个层面：

第一，社区一般形象设计的主体有12个，即社区（空间形象）、社区党委、居委会、服务中心、活动中心，家庭、居民、社团、志愿者队伍、服务实体（幼儿园、学校、银行、餐馆、超市、专卖店等）、共建单位、驻区公务员。这12个主体囊括了社区所有人、事、物，无一遗漏。社区形象设计就是设计这12个主体的形象，包括12个主体的理念、行为准则和形象指标体系。将社区划分为12个主体，是构筑社区形象设计理论与方法的关键环节，也是与企业形象设计理论与方法的根本区别。与此相反，社区品牌形象设计主体只有一个，即社区。品牌社区理念、行为准则和指标体系都是以社区整体为对象设计的。

第二，社区一般形象设计发掘和利用的是社区全部资源，而品牌形象设计动用的是社区特色资源，社区什么资源得天独厚就设计什么品牌。亚运村安苑里社区体育场馆占地面积相当于社区居住区占地面积的60%，体育设施资源在全国社区中独一无二。所以品牌定位于体育型，又由于地处奥运场馆区所以进一步定位于奥林匹克体育型品牌社区。

第三，社区一般形象设计是全面的，目标追求是全能冠军。安慧里社区的形象设计就是全面的，其形象指标分为三级，一级指标有12个，包括社区组织、社区环境、社区安全、社区医疗、社区卫生、社区服务、社区教育、社区文化、

社区体育、社区应急、社区信息和社区共建。12个一级指标细分为52个二级指标，52个二级指标又细分为337个三级指标，三级指标已经便于执行和落实。暂时做不到的指标也要制定，这样便于明确目标、差距和问题，以便创造条件实现指标。品牌形象设计是单方面的，目标是追求单项冠军。品牌形象指标设计紧扣主题，紧扣品牌，与品牌无关的指标不涉及。

社区一般形象设计与品牌形象设计有区别，但也有紧密的联系，二者不可分割。这种联系性和不可分割性集中表现在两个方面，一是社区品牌形象设计要建立在一般形象设计的基础上，不能用一好代百好，要在全优的基础上创造特色。亚运村街道各社区的品牌形象设计是建立在安慧里社区一般形象设计的基础上的，安慧里社区12个主体的理念和337个形象指标是所有开展品牌形象设计的社区都要执行的，这是各社区的共同理念和指标。品牌理念、行为准则和指标是在这个基础上设计和落实的。二是品牌形象设计反作用于一般形象设计。品牌形象建设是为了树立某一方面的榜样，发挥榜样的带动作用，推进社区的全面建设，树立品牌是为了消灭品牌，当每一个社区各方面都达到了品牌社区的标准，品牌个性就变成了共性，品牌也就不存在了。

2004年6月9日，在迎奥运圣火的时刻，亚运村街道完成了安苑里奥林匹克体育型品牌社区的形象设计，对弘扬奥林匹克精神，推进全民健身运动，建立科学文明的生活方式起到了巨大的作用。至2004年底全面完成了街道下面的10个社区的品牌设计。即安慧里学习型品牌社区、安苑里奥林匹克体育型品牌社区、安翔里大院文化型品牌社区、安慧里南绿色环保型品牌社区、北辰东路服务型品牌社区、丝竹园文化艺术型品牌社区、祁家豁子科普健康型品牌社区、华严

北里健康型品牌社区、华严北里西科学生活型品牌社区和京民安宁型品牌社区。

亚运村街道地处奥运功能的核心区域，三面环绕国家体育场，四面环绕国家奥林匹克体育中心，全域都处在奥运会场馆周边，是北京2008年奥运会的第一窗口。社区形象设计为展示新北京、新奥运的形象奠定了坚实的基础。正如张明亮同志所说：“亚运村街道地处北京2008年奥运会的核心地区，是首都乃至中国对外交往的重要窗口，亚运村社区的形象在某种意义上就是首都的形象、中国的形象。成功举办奥运会，让全世界人民透过亚运村这个窗口看到现代文明的中国，是时代赋予亚运村及其社区的光荣使命。”

由于社区形象设计的全面性和深刻性，因此不管出现什么新的概念，如“安全社区”、“人文社区”、“和谐社区”等等，均与社区形象设计和社区品牌建设相一致，没有矛盾，因为“安全社区”、“人文社区”、“和谐社区”等概念与做法全囊括在社区形象设计和社区品牌建设之中。亚运村街道总是用新的提法、新的要求去强化原来的目标和方案，而不是用新的提法去取代原来的目标和方案，他们提出了“创和谐品牌社区”的目标。以胡锦涛同志为总书记的党中央要求坚持科学的发展观，这是社区建设之根本。违背了科学，不顾事物的内在规律，社区建设就会头痛医头，脚痛医脚，东一榔头，西一棒子，全无章法。抓住了规律，认识了科学，就能实现孔子的“吾道以一而贯之”。在社区设计和建设中，可以不用“形象设计”和“品牌”的概念，但是，社区形象设计和品牌建设的内容你是绝对删不掉的、改不了的，因为它全面概括了社区的本质、社区的服务、社区的建设与发展。

一花引来百花香。继亚运村街道社区形象设计之后，东城区的景山街道、西城区的月坛街道等也开展了社区形象设

计，请专业的设计公司全面设计理念和标志。

为了更广泛地推广社区形象设计与品牌建设，《通向2008年的北京形象工程》课题组在设计安慧里社区形象的基础上，进一步探索了社区形象设计的规律，构筑了科学的理论体系和方法体系，于2004年11月由经济管理出版社出版了中国第一本社区形象设计专著《社区形象设计》。上市初期，反响并不大，那是因为人们对社区形象设计是怎么回事并没有深刻了解。半年后，购买此书的人成了活广告，一传十，十传百，顷刻之间本书在北京及外省市的图书市场全面脱销，形成一书难求之势。从《社区形象设计》一书的热销，再一次证明了这一新生事物的强大生命力。此次由中国经济出版社出版的《品牌社区》一书，是《社区形象设计》的姊妹篇，重点介绍了亚运村街道各社区的品牌设计与建设。《社区形象设计》一书，重点论述了社区一般形象设计，而《品牌社区》一书重点提供了社区品牌形象设计的案例与方法。全书分为三篇，上篇为设计篇，介绍亚运村街道十个品牌社区的理念、行为准则、指标体系和标志的设计方案；中篇为规划篇，介绍亚运村街道品牌社区的品牌建设规划；下篇为建设篇，介绍亚运村街道品牌社区创品牌的丰富实践，图文并茂，生动而又深刻。本书对北京和全国的社区服务、社区建设、社区发展具有启迪性和示范性。

北京市社会科学院副院长

陆 奇

2005年7月26日

目 录

上篇：品牌社区设计

▶ 服务型社区设计

- 一、服务型品牌社区理念 3
- 二、服务型品牌社区行为准则 6
- 三、服务型品牌社区指标体系 8

▶ 绿色环保型社区设计

- 一、绿色环保型品牌社区理念 14
- 二、绿色环保型品牌社区行为准则 16
- 三、绿色环保型品牌社区之歌 18
- 四、绿色环保型品牌社区指标体系 19

▶ 大院文化型社区设计

- 一、大院文化型品牌社区理念 23
- 二、大院文化型品牌社区行为准则 28
- 三、大院文化型品牌社区指标体系 30

▶ 文化艺术型社区设计

- 一、文化艺术型品牌社区理念 38

二、文化艺术型品牌社区行为准则	40
三、文化艺术型品牌社区指标体系	41
▶ 奥林匹克体育型社区设计	
一、奥林匹克体育型品牌社区理念	45
二、奥林匹克体育型品牌社区行为准则	49
三、奥林匹克体育型品牌社区指标体系	50
▶ 健康型社区设计	
一、健康型品牌社区理念	55
二、健康型品牌社区行为准则	58
三、健康型品牌社区指标体系	59
▶ 科普健康型社区设计	
一、科普健康型品牌社区理念	64
二、科普健康型品牌社区行为准则	67
三、科普健康型品牌社区指标体系	68
▶ 科学生活型社区设计	
一、科学生活型品牌社区理念	73
二、科学生活型品牌社区行为准则	76
三、科学生活型品牌社区指标体系	80
▶ 安宁型社区设计	
一、安宁型品牌社区理念	82
二、安宁型品牌社区行为准则	85
三、安宁型品牌社区指标体系	86
▶ 学习型社区设计	
一、学习型品牌社区理念	89
二、学习型品牌社区行为准则	90
三、学习型品牌社区指标体系	95

中篇：品牌社区规划

▶ 品牌社区建设要求	
一、指导思想	111
二、品牌宣传	112
三、工作要求	112
▶ 服务型社区规划	
一、品牌目标	116
二、项目规划	117
▶ 绿色环保型社区规划	
一、品牌目标	123
二、项目规划	124
▶ 大院文化型社区规划	
一、品牌目标	128
二、项目规划	129
▶ 奥林匹克体育型社区规划	
一、品牌目标	135
二、项目规划	136
▶ 文化艺术型社区规划	
一、品牌目标	142
二、项目规划	143
▶ 健康型社区规划	
一、品牌目标	146
二、项目规划	147
▶ 科普健康型社区规划	
一、品牌目标	153
二、项目规划	154

▶ 科学生活型社区规划	
一、品牌目标	159
二、项目规划	160
▶ 安宁型社区规划	
一、品牌目标	164
二、项目规划	165

下篇：品牌社区建设

▶ 多办实事	
一、信息服务	169
二、双向服务	170
三、便民服务	171
四、环保服务	172
五、安全服务	173
六、爱心服务	174
七、文体服务	176
▶ 绿化社区	
一、培养环保意识	178
二、健全环保组织	179
三、优化社区环境	181
四、创建环保家庭	186
▶ 精雕大院	
一、塑造环境	187
二、小中求全	188
三、为民代劳	191
四、兴盛文化	193
五、协助就业	195
六、扶助弱者	196

·七、促进学习	198
·八、培植民主	201
▼ 文艺立区	
一、整合资源	202
二、双向打造	204
三、品味高雅	207
四、搭建平台	208
五、优化环境	210
▼ 共创品牌	
一、共铸康乐	212
二、共育美德	216
三、共谋事业	220
四、共造环境	222
▼ 关注健康	
一、健康教育	227
二、健康管理	229
三、健康活动	231
四、健康环境	233
五、健康服务	235
▼ 打造乐园	
一、自治之乐	239
二、求知之乐	241
三、活动之乐	245
四、互助之乐	248
五、健康之乐	250
▼ 让人顺心	
一、安心	252
二、舒心	253
三、逸心	254

四、乐心	255
五、爱心	256
六、育心	257
构筑安宁	
一、社保有效化	259
二、服务立体化	260
三、安全体系化	262
四、文化多样化	264
五、管理民主化	265
创新工程	
一、自治创新工程	267
二、教育创新工程	272
三、凝心创新工程	276

后 记