



社区管理丛书

SHEQU GUANLI CONGSHU

社区形象设计

SHEQU XINGXIANG SHEJI

曹 随 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



社区管理丛书

SHEQU GUANLI CONGSHU

社区形象设计

SHEQU XINGXIANG SHEJI

曹 随 著

社
HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

社区形象设计/曹随著. —北京: 经济管理出版社,
2004

ISBN 7 - 80207 - 031 - 7

I. 社... II. 曹... III. 社区—城市规划—研究
IV. TU984. 12

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 092112 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话:(010)51915602 邮编:100038

印刷:北京晨旭印刷厂

经销:新华书店

责任编辑:张洪林

技术编辑:杨玲

责任校对:郭红生

787mm × 1092mm/16

16 印张 236 千字

2004 年 11 月第 1 版

2004 年 11 月第 1 次印刷

印数:1 - 4000 册

定价:33.00 元

书号:ISBN 7 - 80207 - 031 - 7/F · 32

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书,如有印装错误,由本社读者服务部

负责调换。联系地址:北京阜外月坛北小街 2 号

电话:(010)68022974

邮编:100836

社区形象设计

序

北京市社会科学院·奥组委联合设立的《通向2008年的北京形象工程》课题是一个持续研究到2008年的大课题。此课题向国际奥委会宣示：北京奥组委与社科界一直在研究2008年的奥运会。课题本身就是人文奥运形象的组成要素。

在城市建设形象研究上，课题组出版了专著《城市形象细分》。城市建设理论有三大分支，即“规划理论”、“功能理论”、“一般理论（形象理论）”。《城市形象细分》专著创新和完善了“一般理论”。

在社区形象研究上，以亚运村安慧里社区为试点，创造了中国第一个开展社区形象设计的社区。民政部基层政权和社区建设司司长张明亮同志读了《安慧里社区形象手册》之后，专门写了一篇文章《中国社区建设的创新》，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。”民政部领导认为“在这一方向上值得长期研究和探索”。2004年6月9日，在迎奥运圣火时刻，课题组又实现了社区形象研究理论和实践的新跨越——完成了安苑里奥林匹克体育型品牌社区模式的设计。《社区形象设计》就是

在试点的基础上完成的中国首部社区形象研究的专著。2005年还将出版专著《北京品牌社区》，2006年将出版《社区管理学》。这三部专著将构筑起社区自治组织的理论大厦。

课题组在亚运村街道社区中开展的社区形象设计和形象管理活动，有效地促进了社区的文明建设，为实现2008年的“绿色奥运、科技奥运、人文奥运”目标，打下了坚实的社会基础。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。”正是由于这种原因，亚运村街道工委、办事处聘请《通向2008年的北京形象工程》课题组为安慧里社区开展形象设计。如果没有亚运村街道工委和办事处提供的舞台，课题组不可能导演出精彩的活剧来。亚运村街道工委和办事处领导不仅肯干工作，肯于创新，而且会干工作，善于创新。对新生事物的敏感度极高，办事雷厉风行，丝毫没有政府机关中常见的那种官僚主义和衙门作风。安慧里社区通过社区形象设计找到了创建学习型社区的有效方法。亚运村街道工委和办事处立即在全街道所有社区中推开，对10个社区全部开展形象设计，创建了奥林匹克体育型、科普健康型、科学生活型、绿色环保型、大院文化型、文化艺术型、服务型、安宁型等品牌社区，创造性地落实了朝阳区委、区政府关于五年实现“街道有特色、社区有品牌”的学习型社区和街区建设的战略方针。亚运村街道工委和办事处的创新受到朝阳区文明办、朝阳区委和区政府的高度重视，也受到民政部领导的极高评价以及媒体的重点关注。全国各地经常有人来亚运村取经。

北京市社会科学院院长朱明德同志把亚运村的社区形象设计称为“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。”

从这些情况看，我认为《社区形象设计》一书具有独创性和实用性，是理论与实际相结合的产物，其影响力将同亚运村街道的品牌社区影响力一样持久而深远。

陆 奇

2004年6月9日

目 录

第一章 社区形象设计导论	(1)
第一节 社区的特征与发展	(1)
一、社区概念的认识	(1)
二、社区构成的要素	(3)
三、社区的功能	(9)
四、中国社区发展阶段	(13)
第二节 社区形象设计的实践与价值	(16)
一、社区形象设计的实践	(16)
二、社区形象设计的内容	(19)
三、社区形象设计的价值	(21)
第二章 社区实态调查与分析	(29)
第一节 社区实态调查的模式化	(29)
一、社区主体调查模板	(29)
二、社区事物调查模板	(34)
三、社区问卷调查模板	(44)
第二节 社区实态分析报告案例	(55)
一、基本形势分析	(56)
二、社区形象问题及解决措施	(60)
三、社区资源特色的认定	(65)
第三章 社区形象定位	(67)
第一节 社区形象定位方法	(67)

一、社区形象定位的基本问题	(67)
二、社区资源条件分析	(69)
三、把握地区发展趋势	(74)
四、特色定位的多样性与统一性	(77)
第二节 社区形象定位模式	(80)
一、社区主体形象定位	(80)
二、社区品牌形象定位	(83)
三、社区形象定位的二元性	(87)
第四章 社区理念设计	(89)
第一节 社区理念设计原则	(89)
一、系统性原则	(89)
二、多元性原则	(90)
三、有机性原则	(91)
四、政策性原则	(92)
五、人性化原则	(92)
六、个性化原则	(93)
七、实用性原则	(93)
八、现代化原则	(93)
九、规律性原则	(94)
十、精辟性原则	(94)
十一、展开性原则	(94)
第二节 社区理念释义方式	(95)
一、社区理念	(95)
二、社区党委理念	(96)
三、社区居委会理念	(97)
四、社区服务中心理念	(99)
五、社区活动中心理念	(101)
六、社区家庭理念	(102)
七、社区居民理念	(104)

八、社区社团理念	(105)
九、社区志愿者理念	(107)
十、社区服务实体理念	(109)
十一、社区共建单位理念	(111)
十二、驻区公务员理念	(112)
第五章 社区行为设计	(114)
第一节 社区行为设计方法	(114)
一、社区行为设计要素	(114)
二、社区行为设计原则	(116)
三、社区行为设计类型	(119)
第二节 社区行为设计案例	(122)
一、安慧里社区行为准则	(122)
二、安慧里社区党委行为准则	(123)
三、安慧里社区居委会行为准则	(124)
四、安慧里社区服务中心行为准则	(124)
五、安慧里社区活动中心行为准则	(125)
六、安慧里社区家庭行为准则	(125)
七、安慧里社区居民行为准则	(125)
八、安慧里社区社团行为准则	(126)
九、安慧里社区志愿者行为准则	(126)
十、安慧里社区服务实体行为准则	(126)
十一、安慧里社区共建单位行为准则	(127)
十二、安慧里社区驻区公务员行为准则	(127)
第六章 社区制度设计	(128)
第一节 社区党团组织制度	(128)
一、社区党组织责任制度	(128)
二、社区党团组织管理制度	(131)
三、社区党组织工作制度	(135)

第二节 社区自治组织制度	(137)
一、社区自治制度	(137)
二、社区自治组织责任制度	(140)
三、社区自治组织管理制度	(143)
第三节 社区服务组织制度	(146)
一、热线服务制度	(146)
二、小时工管理制度	(147)
三、托老工作管理制度	(147)
第七章 社区形象指标体系	(149)
第一节 社区形象指标的特点与效用	(149)
一、社区形象指标特征	(149)
二、社区形象指标的设计基础	(151)
三、社区形象指标体系的功能	(152)
第二节 社区形象指标体系构成	(154)
一、社区组织形象指标体系	(154)
二、社区环境形象指标体系	(156)
三、社区安全形象指标体系	(157)
四、社区医疗保健形象指标体系	(158)
五、社区卫生防疫形象指标体系	(159)
六、社区服务形象指标体系	(160)
七、社区教育形象指标体系	(161)
八、社区文化形象指标体系	(163)
九、社区体育形象指标体系	(165)
十、社区应急形象指标体系	(166)
十一、社区经济形象指标体系	(166)
十二、社区信息管理形象指标体系	(167)
十三、社区共建形象指标体系	(168)

第八章 社区识别系统	(169)
第一节 社区识别系统设计	(169)
一、社区识别标识	(169)
二、社区标志设计	(171)
三、社区识别应用	(175)
第二节 社区标志内涵的塑造	(177)
一、社区标志与社区理念的关系	(177)
二、社区标志与区域特色的关系	(178)
三、社区标志与街道的关系	(179)
四、社区标志内涵的复合性	(181)
五、形象认识的两条路线	(182)
第九章 社区形象建设规划	(183)
第一节 社区形象建设规划的制定	(183)
一、社区形象建设规划的类型	(183)
二、社区形象建设规划的基本内容	(184)
三、社区形象建设规划的创新性	(185)
四、社区形象建设规划的实用性	(187)
第二节 社区形象建设规划案例	(188)
一、社区组织形象建设项目规划	(188)
二、社区品牌形象建设项目规划	(196)
三、社区服务形象建设项目规划	(204)
四、社区环境形象建设项目规划	(209)
五、社区形象建设项目规划的保证措施	(218)
附录 居民理念与行为手册	(223)
一、理想篇	(223)
二、责任篇	(224)
三、道德篇	(225)
四、朋友篇	(227)

五、礼仪篇	(229)
六、生活篇	(230)
七、困苦篇	(231)
八、幸福篇	(233)
九、爱情篇	(234)
十、家庭篇	(235)
十一、习惯篇	(236)
十二、爱好篇	(237)
十三、错误篇	(238)
十四、事业篇	(240)
十五、学习篇	(241)
参考文献	(243)

第一章 社区形象设计导论

什么叫社区？社区有什么功能？为什么要进行社区形象设计？社区形象设计有什么作用？社区形象设计与社区服务、社区建设和社区管理存在什么内在的必然的联系，这些基本问题在研究社区形象设计之前必须有明确的认识，不然会把社区形象设计误认为是一种劳民伤财的形式主义的涂脂抹粉工程。

第一节 社区的特征与发展

事物是现象与本质的统一体。本质是事物内在的规定性，是一事物与他事物的根本区别，是事物内部的稳定的必然的联系。开展社区形象设计，首先要深入了解社区的本质特征。

一、社区概念的认识

社区概念是由德国社会学家 F. 腾尼斯于 1887 年提出来的，他在自己的专著《社区与社会》中将社区与社会进行了区分。他认为社区与社会是两个不同的概念，从乡村社会向现代城市的发展过程中，社会关系发生了变化，产生了社区与社会两种类型的社会结构。F. 腾尼斯的著作被译成英文以后，社区概念很快成为美、英等国家社会学的重要概念。1933 年，费孝通在翻译美国社会学家帕克的论文集时，把社区概念传入中国。

100 多年来，西方资本主义国家的学者对社区概念有多种不同定义，有些定义互相之间存在着矛盾。结合中国的文化认知习惯，综合国外关

于社区的各种定义，我认为应当从六个层面来认识社区的概念。

社区是一个社会概念。人及其相互关系是社会的本质，因此社区是由人及其相互关系构成的。但是社区小于社会，社区是社会的组成部分，是社会的要素、单元。从这个意义上说，城市的社区与乡间的村落没有本质区别，二者都是由人及其相互关系构成的，都是社会的组成部分。

社区是一个空间概念。社区是拥有一定具体空间的小社会，是居住在一定空间的群体。社区空间小于社会空间，是社会空间的组成部分。社会空间是相对于自然空间而言的。社区空间和社会空间都具有相对性，一个城市是一个社会，一个国家也是一个社会，全人类也是一个社会；一个小区是一个社区，一个街道是一个社区；从全球来看，一个国家也是一个社区。因此，社区空间的划分具有自由度。英国社会学家麦基文在《社区》一书中指出：“说到社区，我意指任何共同生活的区域：村庄、城镇，或地区、国家，甚至更大的区域。”“一个社区是一个更大社区的组成部分，所有社区只是一个程度问题。”

社区是一个组织概念。生活在一定空间的群体不是一盘散沙，而是有组织的。虽然住在一个空间，但是全然处于无组织状态的人群不构成社区，那应当叫“客店”。人类社会的组织分为五类，即政治组织，如政党军队；行政组织，即政府机关；经济组织，即以营利为目的的企业；非营利组织，如学校等；社会组织，即社区和村落。社区属于非营利组织，但是非营利组织绝不全是社区，社区与各种非营利组织有本质区别，社区本质在于组织的社会性和空间性。社区不可能变换空间，社区组织的本质特征是在各类组织的比较中展现的，社区不是政治组织、行政组织、经济组织，而是社会组织。

社区是一个生活概念。社区以市民生活为本义，有别于工业区、商业区、旅游区、校园区、办公区。一个社区空间内可能有工业、商业、旅游业、教育区和办公区，但是社区以生活为本，办公区等以效率或效益为本。社区的划分是以生活为标志的。

社区是一个文化概念。各有各国的文化，各地有各地的文化，各城有各城的文化，各区有各区文化，同样，各社区有各社区的文化。人以群分，人也以类居。在人拥有购买和出售房屋自由权的社会环境中，

一个人、一个住户与邻里、社区格格不入，就会卖掉自己的住房，另换一个喜欢的社区。这种现象不要说在发达国家，在北京也已经并不少见。美国的穷人与富人分区而居，更是极端案例。北京拆迁上楼的农民与城市居民之间在生活习惯上的冲突也时有发生。在同一社区居住久了，会形成富有特色的社区文化，这种文化表现为各种理念和习惯的一致性。“远亲不如近邻”就是这种文化的集中表现。麦基文说：“不管什么地方，人们只要生活在一起，他们就会发展出某种类型和某种程度的有区别性的共同特征——风俗、传统和生活方式等。它们是有有效的共同生活方式的标记和结果。”

社区是一个历史概念。物质决定意识，实践孕育理论。社区概念没有产生于农业社会，而是产生于工业社会，是在农村城市化进程中产生的，所以它是一个历史范畴。它是城市居民自发地有组织地捍卫自身利益不受经济利益集团侵犯（如破坏环境），是政府依靠市民民主地有效地管理城市的必然产物。社区是自治组织，这种组织的内在动力是居住同一区域内的市民保护和争取自身权益的需要；外在动力是政治组织争得民心 and 行政组织管理城市的需求。所以为什么原始部落和乡间村落不叫社区，原因就在这里。

综上所述，可以把社区定义为：社区是城市化进程中的产物，它是具有相似文化特征的社会群体有组织的共同生活空间。

二、社区构成的要素

社区构成的要素，可以从三个方面来划分，即社区主体要素、社区环境要素和社区服务要素。

（一）社区主体要素

社区主体分为12个，即社区、社区政治组织、社区自治组织、社区服务中心、社区活动中心、家庭、居民、社团、志愿者队伍、服务实体、共建单位和驻区公务员。

社区是一个整体。任何社区都处在城市的一定的区域空间之中。如安慧里社区在北京市朝阳区亚运村街道。社区不仅有地理位置，而且有

物质要素，即住宅、店铺、花园、道路、学校、机关、企业等各种建筑设施及相应的组织机构。

社区政治组织。它分为两部分，一支是社区党、团、工会组织；一支是驻区单位的党、团、工会组织。社区党、团、工会组织受街道工委领导；驻区单位的党、团、工会组织有上层单位的受上层领导，无上层单位的受社区党组织领导。社区党组织领导自治组织。

社区自治组织。社区自治组织是一个有机的体系，不仅仅是居委会。全体居民会议选举出居民代表，居民代表会议选举出居委会主任。居委会设立各专业委员会，一般包括：社会治安和人民调解委员会、社区服务和社会福利委员会、社区医疗和计划生育委员会、社区文化教育和体育委员会、社区环境和物业管理委员会、社区共建和协调发展委员会。

社区服务中心。由政府出资建立的专门为社区居民提供各种服务的非营利组织机构。它旨在填补市场空白，为居民提供市场中缺少的而居民又需要的各类服务。包括热线服务、家政服务、托老服务、医疗卫生服务、志愿者服务，等等。不同社区不同情况，社区服务中心模式各不相同。有的以街道社区服务中心为主，社区没有服务中心；有的两层全有社区服务中心；医疗卫生服务、家政服务等有独立的，有成为服务中心一个项目的。

社区活动中心。由政府出资建立的专门为社区居民提供各种文化娱乐服务设施的非营利组织机构。不同社区活动中心的室内空间大小和设施种类多少区别较大。图书馆、阅览室、培训部门一类的机构，有从属于活动中心的，有独立于活动中心之外的。社区活动中心一般设有乒乓球室、台球室、棋牌室、健身房、排练房、培训教室等。

社区社团。即社区群众组织、社团组织。种类多少，各社区不一样。文艺性社团有合唱团、曲艺团、舞蹈队、时装表演队、乐团、秧歌队、书画社、创作社等；体育性社团有体操队、太极拳队、篮球队、足球队、羽毛球队、乒乓球队、登山队、自行车队等；此外，还有学术性社团、经济性社团，等等。

社区志愿者队伍。在社区中有组织地义务向家庭和社会提供服务需求的队伍。志愿者有在职的和退休的，有老人、青年和少年；志愿者队