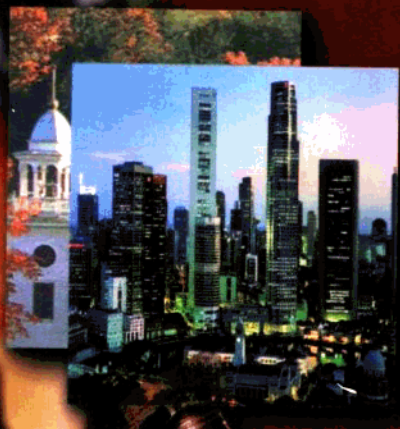


地区形象论

DIS:



南方现代市场经济研究院
地区形象研究所

罗治英 著

中央编译出版社

“地区形象设计与建设”断想

朱厚泽

以下,结合罗治英同志《DIS:地区形象论》一书,仅就关于地区形象设计的几点粗浅断想,提出就教于对地区形象问题有兴趣的同志们。

1. 提出“地区形象设计”,是人们主体意识的新觉醒。

它是人类在自然和社会发展面前,从无能为力,无可奈何,或随波逐流,或消极避让,转而面对现实,掌握规律,自觉选择,主动设计,发挥人之所以为主观能动性的重要标志。

它是与茫然的不可知论对立的,又是与机械的绝对的规律论下无所作为的宿命论对立的。

2. “地区形象设计”,是个人自我设计和企业形象设计的扩大、延伸、深化和向更高层次的发展。

它不仅在空间上范围更广,时间上期间更长,而且内部层次更多,结构更加复杂;它不仅涉及经济、政治、社会、文化和环境多个方面,而且各个因子相互依存、相互制约,有些甚至是相对立的;不仅涉及物质、经济因素,而且涉及人际关系、意识形态、价值观念、审美情趣;不仅关系当今经济发展、物质利益、社会和谐、环境良

好,而且要为人类未来和久远的持续发展,预留并创造一个适宜的生态环境和生存空间。

3.“地区形象设计”的对象是一定区域的自然和社会。

自然,包括“天然自然”和“人工自然”。天然自然是宇宙、是地球长期演化出来的,江河湖海、高山平原,对人类来说,它们都是一种人类无可选择的自然的存在。人工自然则是人类在天然存在的自然之中,通过人类有目的的劳动,改变自然的原有面貌,建树起来的构筑物,如房舍、村庄、街道、城镇以及长城、运河、人工草场、人工林等等。

社会,包括经济、文化、政治等人类群体生活和群体关系所特有的各种活动和它的各个方面,以及它们之间的相互联系、人与自然的关系和人与人之间的关系。

4.“地区形象设计”包含一个区域的发展计划,但它不代替经济计划;它包含城市建设规划,但不替代城市规划。

5.“地区形象设计”借助外来人的眼睛(以及其他感官),观察(感知)一定区域的外部形象,自然风貌,人文景观,包括自然环境的取舍,人工构筑物的布局、设计和建构,各种服务设施的配置,以及生活在当地的人们的衣着、容貌、言谈、举止、待人接物等等,并从中体察出它内在的经济水平、文明程度、价值取向、道德情操、文化精神等等。“设计”就是这样,从最具吸引力的“目标值”倒推回去,分解开来,就一定区域的各个方面的“形象”,作出相应的“设计”。

6.“地区形象设计”,借助本地区人们的全部感官,从对他们最具满意度的“目标值”出发,根据经济和科技发展的可能,作出各方面的“形象设计”,安排出相应的实施步骤,用以最大限度地动员人们实实在在地进行物质的和精神的“形象建设”,为逐步把自己居住的地方,建设成本地人最满意,对外来人最具吸引力的地区而奋

斗。

7.“地区形象设计”，从有形的“形象”入门，但是决不停留在“外形”、“表象”上，从看得见、摸得着的、实实在在的“有形有影”的事情做起，进而直逼那个理想、道德、文明、进步、“无形无影”的高尚的文化道德精神，直逼人类特有的“灵魂”，进入那个“心灵的核心”。

8.“地区形象设计”在对待人与自然的相互关系上，它绝不把人类视为自然的奴仆，听天由命、随波逐流；它也绝不把自然视为人类可以随心所欲、任意摆布的“温顺的女孩”；它深信人类作为自然的组成部分，本身就是大自然演化的绝妙成果。人类从自然中产生，同时又以其主体意识和能动作用而与自然相对立，成为能反作用于、深刻影响于大自然的独立主体。但它从不企求什么“人定胜天”、“一个吃掉一个”这样的豪言壮语，它尊重自然、理解自然、顺应自然的本性，促进自然的发展，以求得人与自然和谐相处，人与自然共存共荣。

9.“地区形象设计”在处理人与社会的相互关系上，总是从二者的辩证对立与统一中去把握对象，追求个体与群体、个人与社会的相互融洽与完美和谐，它充分地尊重人、理解人，依靠人的自我解放，释放人的智慧潜能，促进人的文化艺术和哲理科学探索，逐步满足人类自身的精神与物质需求，不断展现人类的自我价值，实现人类的理想和追求，推进社会的文明和进步。

10. 历史唯物主义公然承认“恶”在人类历史发展长途中，特定时期、特定范围内的历史作用，但是人们世代始终崇尚行善。在现实世界上，“丑”总是无可避免的，然而人们不分男女老少，都在寻觅美。人世间岂能没有“假”，而不论古今中外，人类总是不畏艰险，不怕孤独，前仆后继，上下求索，一代接一代地去探索真理，追求真情，痴望真理之光普照大地，纯真之情温暖人间。

“地区形象设计”的奥秘正在于把人类内心追求的真、善、美，体现、表征、建设于实实在在的“地区形象”之中，形成善良、优美、真诚、相爱的环境和气氛，进而孕育、启迪、激励人们崇善、爱美、求真的高尚情怀。

11.“地区形象设计”给自己提出了如此广阔、长远、深层、复杂的任务，因而必然要面临许多前所未有的复杂矛盾。它必须借助现存的多学科的知识 and 经验，综合地加以应用和发挥，并为解决如此庞大、复杂的课题而去探索，创造出相应的新的理论和新的方法。它必须为此而聚集起多学科的专家、学者和实际工作者，在科学研究和实践探索中，创建出一支理论和实践相结合的、敢于和能于承担这一新任务的新的的人才群体。

12.“地区形象设计”在开放、改革的大潮中应运而生，以其丰富的内容和独特的视角，在与有些地区的实践的結合中，初试锋芒，产生了积极的成果，推动了地区的建设，取得了领导和群众的支持。这些地方的创造性实践，为“地区形象设计”这一新的学科建设，不断提供生动丰富的实践经验，成为其理论和方法得以形成、发展的根本和源泉，并为倡导“地区形象设计”的专家提供了施展才华的社会舞台。

人们有理由预期：“地区形象设计”与更多地方的开放、改革、发展、建设的实践密切结合，必将在加速地区发展和完善学科建设两个方面，获得双丰收。

(作者系原中共中央宣传部部长)

地区形象理论在中国的诞生

贾春峰

呈现在读者面前的这部《地区形象论》，是我国出版的第一本关于地区形象理论的专著。这部书的出版，可不可以说是标志着地区形象理论在中国学术界的诞生，可不可以说这又为多姿多彩、纷繁夺目的学术园地添了新的光彩呢？我是这样看的。

正是因为这部书作为新理论、新学科对我们激起的兴奋和喜悦之情，也正是在这种激情的驱动之下，我非常愉快地接受了作者罗治英教授的提议：为这本书的出版，说几句话，作个序。

说些什么呢？

首先，我要说的是，在本世纪 90 年代，地区形象理论的研究和地区形象建设的出现，决非偶然。应当说，这是十几年来，中国改革开放和社会主义现代化建设的推动，是发展社会主义市场经济的必然要求。在市场经济条件下，人才、资金、技术、信息都是流动的，对于一个地区经济发展来说，形象如何，至关重要。近几年来，为什么有一个“形象力”概念的出现，为什么人们说“形象制胜”，“形象营销”，都是这个道理。企业形象、产品形象，这几年谈得很多了。但近年来，学术界的探讨又前进了一步，即把产品形象、企

业形象同地区形象联系起来加以观察和研究,而且这个研究同地区和企业的名牌战略联系在一起。这都说明,在1992年,罗治英教授开始在广东花都市进行地区形象设计与研究,确实是反映了对市场经济和区域发展这一重要趋势的敏感和把握。

第二,我想从这个理论的提出,说到罗治英教授本人。对于罗教授,我是1995年才刚刚认识的,一共也只有三四次的接触。但他对地区形象理论研究和实际推动所表现出的热情、见识、才能和毅力,他所作出的实际贡献,却深深地感动了我。罗教授1933年出生于香港,现为甘肃省政协常委、广州南方现代市场经济研究院地区形象研究所所长、河北省形象建设推进委员会委员、花都市专家委员会委员、英德市形象建设首席顾问。据介绍,他长期从事力学、机械振动学科的教学、科研和研究生指导等工作。自1978年开始,涉足软科学领域,按照“通才容易取胜,博才具有优势”的原则,走综合型教授的道路,主动涉猎多学科知识,并注意实现思维方式的现代化,努力面向国民经济研究主战场。在校任教期间,先后主持了“机械设备重要零部件强度分析与模态分析的对比研究”、“自来水加速澄清池排泥装置的研究与设计”等六项科研项目,发表了《能量原理若干问题的商榷》、《变形体的质点系模型与虚功原理》等十余篇科技论文,以及《对当前高校管理改革若干问题的思考与建议》、《在研究生培养中追求‘苏步青效应’》等十余篇非科技类文章。1992年秋,开始承担广东花都市形象建设课题。由于认识到地区形象建设对一个地区的发展具有“助推火箭”的巨大功能以及唤起人们主体意识新觉醒的巨大作用,注意到国内外很少人系统研究有关地区形象建设的理论问题,于是决心进行这一开创性工作。历经三年多之苦心探索,终于在构建DIS理论即地区形象理论方面迈出了有意义的一步。已出版《地区形象理论研究及其应用》一书,发表了地区形象方面的论文或文章近20篇。

近年来,在主持地区形象研究所及广东兴宁市形象建设课题和山东长岛县形象设计课题的同时,潜心研究并进一步完善了DIS理论。本书就是他这几年来紧密结合地区形象建设实践的一个重要的理论研究成果。由此可以看出,罗教授对于地区经济与社会发展,对于提高地区形象力,对于中华民族实现新的伟大振兴所表现出的责任感和使命感;也可以看出,作为一位已经60多岁的学者,这些年,他奔走各地,深入调查,潜心研究,勤于笔耕,付出了多少汗水和辛劳!我每当想起这一点,便感奋不已,心中顿时涌起一股热情。我想,罗教授所从事的这样一项利于国家、利于人民、利于地区发展的事业,难道不是值得人们支持、令人赞赏的吗?

第三,我要说一说一些学术理论界人士对于地区形象理论研究的热情支持和参与。我最早知道地区形象这个词,最早知道罗治英教授的名字,是1994年冬天。那时,宋静存同志(《经济日报》副总编辑)在《经济日报》上发表了一篇题为《发展中的理性思考——记广东花都市的“地区形象设计与建设”》的文章,我看很有新意。同静存同志交谈起来,他说:“地区形象理论是罗治英教授提出来的。”他还把罗教授总结花都市形象建设实践的书给了我。我一看,其中有朱厚泽同志和新华社广东分社社长胡国华同志所写的序。他们对罗治英教授的研究,都给予了明确的支持。到了1995年9月份,由《经济日报》理论部主办,在北京召开了一次“地区形象理论学术研讨会”,这是我国理论界举办的首届有关地区形象理论的研讨会。在这个会上,我第一次听到罗治英教授关于地区形象问题的发言。这次会,由宋静存同志主持,于光远同志、朱厚泽同志参加了,他们都作了很好的发言。王晨、薛德震、张宏遵、何伟、晓亮、魏杰、周浩然、荣德邻、孟凡驰、王丹彦、高路、张砚等同志都参加了,对地区形象理论发表了很好的意见,并表示了很大的兴趣。应当说,这次研讨,时间不长,但共同探讨,相互启迪,气氛

热烈,效果很好。这次会,推动了地区形象理论研究的进一步深化和拓展。

学术理论界一些同志对地区形象理论研究与建设的支持和参与,还表现在1996年5月在广州召开的兴宁市形象设计暨地区形象理论研讨会上。这次会,于光远、朱厚泽、宋静存、何伟、李洙泗、周浩然和我都参加了。广东省的一些领导同志和专家也参加了,这里不一一列举。如果说,去年在北京的研讨会,讨论的内容还比较宏观的话,那么,这次广州的研讨,则比较具体,更为务实,在这个方面前进、深化了一步。

还要说到的是,在这期间,于光远同志在报刊发表了几篇文章,专门论述地区形象理论研究。何伟、晓亮、仇保兴等同志也发表了这方面的文章。所以说,近两年来,学术理论界一些同志的积极参与和支持,有力地推动了地区形象理论的研究和建设实践。

第四,我要说到地区形象理论的内容了。关于这个问题,罗治英教授在书中作了多方面、多角度、多层次的阐述。在这些阐述中,我注意到作者提出了这样一些重要观点:

1. 可持续发展——当代具有全球意义的一个重大主题。养育中华民族的960万平方公里神州大地,需要我们用可持续发展观去与之共处。

2. 社会可持续发展的原则,要求实现精神文明建设与物质文明建设协调发展,要求人们思考正确选择生活目标和生活方式的问题。

3. 对所有社会生活,或者说,对社会生活各个方面最富支配性影响的核心的东西是文化。文化传统中包括其精华和糟粕在内,像一块巨大的无形磁铁石,左右着现实人的生活。千万不要小看了中国传统文化和西方文化在现代化建设和社会生活中的无形指挥棒的作用。文化和文化传统是一个社会一根无形的主心骨!

特别是由文化精华所形成的主心骨,对维护社会的稳定和促进社会的发展具有举足轻重的地位。

4. 在地区形象理论中,要强调群体强者意识和群体强者心态。人的现代化要求唤起人的主体精神的新觉醒,要求树立人为本的观念,抛弃见物不见人或见物少见人的思想和行为。

5. 地区形象设计与建设理论,不是CI理论——企业形象策划理论的导入或外延,不是城市、乡镇建设规划的变种,也不是单纯地实现提高地区知名度和美誉度的做法,而是从地区形象概念出发,立足于时代大背景,适应市场经济发展需要和努力建设精神文明的要求,密切联系中国国情建立起来的一套具有多功能的理论与方法。

6. 进行地区形象设计与建设,必须为地区发展提供新动力,必须是物质文明建设与精神文明建设良好结合的有效载体,必须有牢固的群众基础。否则,就不可能有强大的持久的生命力。

7. 邓小平同志关于塑造国家、民族良好形象的论述,需要认真学习,深刻领会。

8. 地区形象理论要抓住“社会可持续发展”这根主线,抓住人们的社会性潜能的更好释放,去进行这块理论园地的探索性耕耘。这里要突出一个“人”字,着眼于一个“文”字,看重一个“美”字。

9. 地区的可持续发展和地区公众社会性潜能的有效释放是两大评价设计准则。人力投资解决人的潜能的提高,形象建设则解决促进人的社会性潜能的有效释放。

10. 所谓地区形象,就概念本身而言,系指一个地区的内部公众和外部公众对该地区的内在综合实力、外显前进活力和未来发展前景的具体感知、总体看法和综合评价。它包括经济、社会、政治、科技、教育、文化、生态、环境以及市容市貌、社会风尚、公仆为政、居民素质、社会秩序、服务效能、生活质量、历史文明诸方面;涉

及发展规模、发展水平、发展质量和发展速度、发展模式、增长方式等内容。简言之,地区形象就是公众对该地区方方面面的感知、看法与评价的总和。

上述这些,只是书中阐述的一部分观点。我觉得,这些观点,还有书中的其他许多观点,具有重要的理论价值和实践价值,值得引起重视。

应当说,地区形象学研究思路已经有了,基本框架、主要论断已经立起来了。当然,还需要继续完善和发展。任何一种真理性的认识、一种理论,都需要经过反复实践和多次总结,在不断地修改、丰富、完善的过程中形成起来。地区形象理论刚刚提出来,那就更是如此,更需要众多学者和实际工作者一起来进行修改、丰富、完善和发展的工作。我想,我们有志于此项研究的人士,都会同罗·英教授一起为推进这个具有深远意义的研究事业而作出自己的努力。我衷心祝愿地区形象理论研究和建设,在今后的岁月里和更广阔的实践中得到进一步发展。

不久前,罗教授从电话上转达广东省兴宁市领导的意见,要我为即将出版的兴宁市形象设计写几个字。尽管我的字写得不好看,但出于对兴宁市领导和人民所具有的远见卓识的敬意,还是写了这样两句话:

文化力启动经济力

形象力增强竞争力

这篇序文写得拉拉杂杂,已经够长了,那就以这两句话作为结语吧!

(作者系中共中央宣传部正局级研究员、教授、中国企业文化研究会副理事长、中国市场经济研究会副会长)

面向新世纪的新学科

——《DIS:地区形象论》序

胡国华

罗治英教授多年热心研究地区形象建设,最近将自己的心得、见解、成果,结晶成了一部专著《DIS:地区形象论》。我有幸拜读了初稿并看了定稿的部分章节,颇受启发,颇有感慨,同时也觉得有些话不吐不快。

罗治英是兰州铁道学院的教授,几十年学的教的都是工科,但他兴趣广泛,对社会生活充满了兴趣和信心。在年过花甲之后,仍热情不减,十分关心祖国的现代化建设。退休后,因子女的缘故他定居广东花都,目睹广东改革开放的惊人巨变,他倍感振奋,同时也不忘关注时代进程中出现的新事物、新问题。他从邓小平同志有中国特色的社会主义理论出发,结合当代许多新学科的有关知识,根据广东及全国改革开放的丰富实践,深入细致地对地区形象建设问题进行了创建性的研究,数易其稿,历经近两年的时间,才完成了这部书稿。地区形象建设这个问题最早是罗教授提出的,

几年中对这个问题一直孜孜以求地进行研究的,也唯有罗教授,因而他完全可以将这部专著命名为《地区形象学》。但罗教授出于谦虚,也出于一种科学态度,仅将此书定名为《DIS:地区形象论》。我认为这一书名在现阶段还是准确的,因为地区形象建设这一课题的研究,目前的确还处于起步阶段,对这一课题的研究还有待于在实践和理论上不断深化及不断丰富。罗教授在完成此书后也正打算这样做,同时他也希望有志于这项研究的学者和他一道,在这一领域中共同作进一步的探索。

我出于对一位老教授在老年仍保持的钻研探索、求实革新精神的敬重,近几年一直很关注他的研究,偶尔也和他一起,对这一课题作一些探讨研究。随着对这一课题认识的加深,我切实感到,地区形象理论的提出,是有实践根据和理论依据的,同时,这一课题的研究也有很重要的现实意义。

在现实生活中,人们普遍很重视人的形象。一个修养、道德、衣饰等方面品味较高的人,他的形象很容易给人留下美好的印象,反之,则给人留下不好的印象。而对地区、城市的形象,人们就不那么重视了,往往是“不识庐山真面目,只缘身在此山中”。但地区形象的存在,却是一个不以人们的意志为转移的事实。有的地方或城市,人们去过一次,就不想再去第二次;而另一些地区或城市,人们去过一次后,常会念念不忘,很想再去,甚至会产生到那里定居的念头。人们的这种感觉就和地区形象的优劣有很大关系。

我国明确宣布进行经济体制全面改革,在建立和完善社会主义市场经济体制中,如何在市场经济条件下塑造社会主义新人的形象这一问题,已引起了各级领导和全社会的普遍关注。但在两个文明的建设中如何形成和建立良好的地区形象这一问题,却可以说还未形成共识,这应当说是一件令人遗憾的事。

党的十一届三中全会后,中国在短短十几年间发生了举世瞩

目的变化。大江南北特别是东南沿海,一派欣欣向荣的景象,从城市到乡村,到处旧貌换新颜,形势十分喜人。但在这大好形势面前,不少有识之士也注意到了社会经济生活的某些不足:有的城市街道狭窄,路边建筑杂乱无章;市场很不规范,小摊沿街乱摆,瓜果蔬菜乱堆;环境卫生很差,垃圾满地,污水横流;更有甚者,连污染环境的项目也建在了市区周围。凡此种种,均严重影响了该地区的形象。这些固然是经济发展过程中的支流,但也应引起足够的重视。造成这种现象的原因很多,但显然与这些地区的领导者地区形象意识淡薄有很大关系。

罗教授正是注意到了这些问题,才开始了地区形象建设的研究。这一课题在我国现代化建设的进程中无疑是有很强针对性的。在加速四个现代化建设的过程中,我们一定要把握机遇,加快城市建设和基础设施建设,兴建一批有利于国富民强的项目,这是没有疑问的。但是,在建设的过程中,我们也一定要有面对当代、关照未来的意识。从立项、设计到施工,都应尊重科学,尊重客观规律,特别是规划时,一定要把现实状况和未来趋势都考虑进去,决不能只顾眼前,不管未来,不考虑子孙后代。

从认识罗教授伊始,我就感到,他对地区形象的研究,不但感情专注,而且治学严谨、科学。他很重视从国内外新学科中吸取有益的知识,丰富自己的理论。但他更重视在改革开放的实践中调查研究,为自己的理论寻找现实依据。他对许多城市和地区的经济建设、城市发展情况,都尽力在可能的范围内进行调查。在这个基础上,他认真对比了其间的成功与失败,客观总结了他们的经验与教训,将理论与实际结合,这才构筑了一个比较科学的地区形象理论框架。在这个总框架下,他首先明确了地区形象概念,强调了地区形象意识,接着具体论述了地区形象战略,并对地区形象评价、地区形象设计、地区精神的树立等方面均展开了研究,最后还

提出了地区形象战略追求的最终目标和地区形象文化的概念。正由于罗教授是从实际出发开始自己的研究的,同时在理论上展开论述时还穿插了一些具体的事例,因而这部专著不但有很新颖的理论色彩,还有很强烈的现实针对性。关心这一课题的实际工作者读了此书,无疑会得到一些启迪。

地区形象的系统研究,目前虽然还应当说属于起步阶段,但这部专著的出版,却可以说它标志着一门新学科的正式创立。这一新的学科,我认为是属于 21 世纪的。这门 20 世纪末开始引起人们关注的学科,在新世纪到来之后,肯定会在人类的社会经济活动中发挥出越来越重要的作用。

1996 年 10 月 8 日于广州

(作者系新华社广东分社社长、高级记者)

前 言

1995 年年初,在《地区形象理论研究及其应用——〈广东省花都市形象建设〉课题报告》一书(也是我有关地区形象问题的第一本书)面世后不久,我即产生了再撰写一本理论性稍强的述作之念头。之所以出现这种想法,一则这第一本书毕竟是围绕花都市的形象设计来写的,当然不宜在地区形象理论的探索上过多着笔,即使当时就常有意犹未尽之感;二则在该书的撰写过程中,就已经明确地意识到,理论方面留下的不少问题有待进一步探讨,而这些问题的研究、思考、分析与解决,无疑有着重要的意义;三则近年来各地对地区形象问题的重视,越来越多专家学者对此问题的关注,给了我吸取营养的大好机会。这些,便是驱使我决心继续笔耕的主要缘由。

我从 1991 年冬开始构思地区形象问题。1992 年秋接受花都市形象设计课题,才得以有机会去作实践性的探索。当时的思路是想把 CIS 的理论与方法用之于设计地区形象。随后的实践使我感悟到,问题并非如此简单。地区形象的设计与建设,需要有专门的地区形象理论与方法作后盾。为了迈出第一步,我必须面对诸如年过花甲、远离本单位、跨学科、经费不足、缺乏研究条件之类的

困难;同时,还要克服主客观方面的一些障碍。然而,另一方面,我毕竟又有从事花都、兴宁、长岛以及不同程度地参与河北、金华、英德等地形象设计的一些实践经验,是故对此颇具信心。

像地区形象问题这样的新事物,在理论探索上要有所前进,起码应该遵循下述原则:第一,必须论证清楚开展地区形象设计与建设的极大必要性,证明它的确是精神文明建设的一种新思路、新方法,的确是两个文明建设良好结合的有效载体,确实能够在地区发展中起到“助推火箭”的作用。否则,它不可能具有强大的生命力。第二,应该使地区形象的理论与方法立足于良好的、牢固的群众基础之上,亦即,对于地区形象建设,公众要能够乐于接受,进而乐于参与,而这就要求它一定要符合并满足公众普遍存在的人性方面的“内在需求”。正是“乐于接受”并“乐于参与”,才是鉴别这个新事物有无生命力的关键所在。第三,必须力求做到理论体系严密,理论基础扎实,从学科建设角度站得住脚,并且能够比较圆满地从理论上解答实践中提出的各种问题。第四,必须能够提供一种切实可行的方法来实施这种理论所追求的目标。在理论探索的整个过程中,上面道及的必要性、群众性、严密性和实用性,始终是我关注的焦点,并时刻提醒自己努力去这样做。

由于地区形象涉及地区发展方方面面的事情,可以说,形象伴随事物而生(但不一定伴随事物的消失而消失),于是,在理论探索的过程中,需要考虑或研究的问题很多。这些问题基本上可以归纳成四大类。一类是对地区形象问题的内涵、范围、内容的“界定”。第二类是明确各种“关系”,其中主要包括地区形象战略与地区发展战略、发展规划的关系;地区形象设计与地区工作综合设计的关系;地区形象建设同两个文明建设,特别是精神文明建设的关系;DIS理论与CIS理论的关系;等等。第三类是属于“目标”和“功能”的问题,即地区形象设计与建设究竟追求什么目标、能够发