

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。

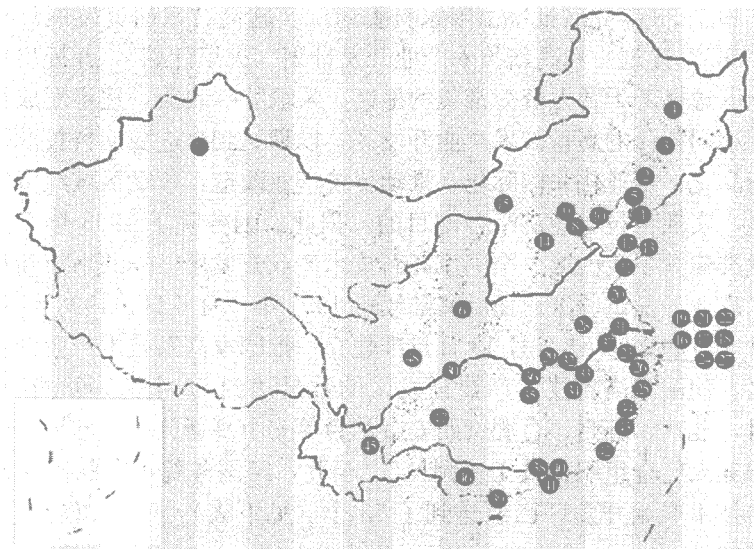
一 中国开发区成长的历史轨迹

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。而后再陆续于 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区 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)

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和作用日益突出

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

绩，尤其是高新技术开发区，强劲地推动了地方经济的发展，成为国民经济发展的亮点。但是，由于我国探索和创办开发区的时间还很短，开发区在发展过程中还存在不少问题，表现为数量多，结构雷同，地区发展不平衡，缺少个性，形象模糊，不利于提高国际知名度和竞争力。因此，这都将在一定程度上制约着我国开发区的进一步发展。

开发区数量多、规模小且产业结构雷同严重

资料显示，全世界目前有 500 多个科技园区，美、日、德、英、法等 10 多个发达的工业国家有 250 多个科技园区。我国现已建立了 53 个国家高新区，各省、市地方政府批准建立的高新区已达到 100 多个。同国外相比，我国高新区的数量不可谓不多，但规模普遍偏小，产业结构雷同严重。从规模上看，1996 年底，国家高新区年技工贸总收入为 2 300 亿元，也仅为日本三菱公司年销售收入的 1/6。年技工贸平均收入为 44.23 亿元。而 1995 年底，北京联想集团公司技工贸总收入为 67.08 亿元，上海贝尔电话设备制造有限公司为 53.38 亿元，北京四通集团公司为 50.43 亿元。因此，总体而言我国高新区的平均年技工贸收入还抵不上一家集团公司。1996 年技工贸总收入超过 90 亿元的有 5 个，约占高新区总数的 10%；超过 50 亿元的有 20 个，占 38%；超过 30 亿元的有 28 个，占 54%；30 亿元以下的有 24 个，占 46%。由此可见，我国近一半左右的高新区规模还是相当小的。再从产业结构角度来看，我国高新区产业结构雷同现象十分严重，发展的重点大部分集中在电子信息、生物工程等，缺乏各自的产业特色和区域分工。据有关部门分析，53 个国家高新区中，25 个高新区的发展重点是电子信息，10 个高新区的发展重点是生物工程，10 个高新区的发展重点是高效节能方面的技术产业。而以海洋开发、空间开发和生态环保技术为重点发展产业的高新区却很少。高新区数量多、规模小和产业结构雷同严

重带来的问题是在 53 个国家高新区中，有不少高新区没有突出高技术和高技术产业为主题的鲜明特征，没有建成一批上规模、水平高、效益好并富有生机活力的高新技术产业群。

相当多的企业投入不足已成为束缚开发区发展的主要瓶颈

1996 年，企业平均投入强度（投入占技工贸收入的比重）在 4% 以上的有 9 个高新区，占总数的 17.31%；3% 以上的有 16 个，占总数的 8%。而中国高新技术企业 1999 年第一期发展评价为 2% 以上的有 24 个，占总数的 46.15%；其余为 2% 以下。另外，根据国内外成功的经验，R&D、R&D 成果工程化，R&D 成果产业化三者的资金投入比例，要保持在 1 : 10 : 100 的资金匹配。我国高新区企业科技投入不足，不仅表现在 R&D 投入强度低，而且还反映在远不能达到上述资金匹配的比例。R&D 资金支持缺乏，R&D 成果工程化、产业化的资金不能到位，削弱了高新区企业技术创新的能力，成为制约我国高新区和高新技术产业发展的主要瓶颈。

开发区土地的管理和利用不规范的问题是当前面临的突出问题

引起这个问题的原因是开发区土地管理尚未完全纳入法制轨道，这主要表现在三个方面：开发区的设立缺乏充分的论证。一个开发区的设立，必须对其产业结构、规划布局、经济效益等重大问题进行充分、科学的论证后才能定下来。但有段时间，一说建开发区，似乎谁都可以上。国家、省、市、县、乡各级都要建开发区，甚至有的村也划出一片地，挂上块牌子就成了开发区。占地是要履行法律手续的，但一沾上开发区的边，这一套就好像用不着了。开发区占地面积缺乏有效的论证和制约。许多开发区上去后，找不到竞争优势，便竞相压低地价作为招商引资的主要手段。有的开发区甚至在招商文件中明确声称不收地价。大量土地的降价出让或无偿出让，必须有一个前提，即开

发区占有大量土地可供支付。于是许多地区从建开发区之初就在“大”字上做文章：既然开发区占地地方政府说了算，划出一块就是了，想划多少划多少，动辄占地十几平方千米、几十平方千米的开发区不在少数。开发区内用地审批缺乏有效的制约，越权批地现象比较突出。鉴于开发区在当地所处的特殊位置，大部分开发区被所在地政府授予与该级政府同等的土地审批权限。且不说这种授权是否合法，如果完全按授权权限审批土地，并依法接受各级土地管理部门的监督管理，对区内土地的管理还是有一定约束的。事实上，一些开发区一开始就将面积规划得很大，主要目的之一就是将来用地“方便”。同时，在一些党政领导因任职时间限制等因素而发生的短期行为和短视行为的作用下，部分开发区表现出一种企图摆脱各级政府土地管理部门监督和管理的趋势。另外，一些土地管理部门也因正常的执法监督和管理活动每每受到一些党政领导的干预而把开发区视为“雷区”，小心翼翼，难以大胆执法，致使开发区内土地的管理和使用失去了应有的制约，用地审批混乱。化整为零、少批多占等违法批地的现象屡屡发生，有的开发区越权批地的比例竟高达 90% 以上。开发区土地在圈、占、用等方面未完全纳入法制轨道，缺乏强有力的管理监督和制约机制，后果是严重地造成了土地浪费和土地闲置。

缺乏形象意识

也许中国开发区在建设过程中面临的“麻烦”问题太多了，从总体上讲，开发区形象问题并没有进入开发区主体（政府，企业）的视野。在管理者眼里开发区形象或者品牌太“务虚”，不具有实际意义。而对于那少数重视开发区形象的开发区来说，又大多对形象的理解不完整，存在“误读”现象，也不具备形象战略意识，这也是对开发区形象的一种“忽视”。

在很长一段时间里，开发区往往从区域自身条件出发，把地

理区位、资源配置、经济基础等“硬性竞争因素”作为最大的卖点，对开发区的形象、科技含量、服务质量等“软性”要素开发不力。同时，由于大多数开发区都存在着“资金瓶颈”，这一问题的解决对开发区的持续发展具有决定性意义。为此开发区千方百计吸引风险投资的注入，把大部分精力倾注于这些“务实”的政策上，对整体利益和长远发展缺乏注意力。

形象塑造比较简单化

由于开发区与城区紧密关联，开发区的构成极其复杂，而形象的塑造又必须包含开发区所涉及的方方面面。因此，开发区形象因素的多元与密集给形象的策划带来了很大的难度，其外化的结果之一就表现为形象的模糊不清。在开发区筹建之初，形象往往不被重视，即使得到重视并将其纳入规划，形象产生以后也得不到维护和深化。究其原因在于在整个开发区设立、开发、规划、建设、营销过程中，对于形象问题没有专人负责。很多开发区把自身形象等同于平面化的广告，这是一种简单化的误解，对形象问题的深入开发也就不可能得以进行。

◆ 中国开发区的形象策略

形象对于开发区十分重要，但是必须指出，形象不是万能的。形象之所以重要，它必须有一个前提——形象的物质基础，脱离这个物质基础前提的形象是不可能长久的，正如古语所云：“皮之不存，毛将焉附？”因此，把形象绝对化或者投机形象炒作都是不可取的，其风险相当大。

开发区形象设计与推广在我国是一个新生事物。一方面，开发区形象的概念新，过去人们对企业形象研究得比较深入，而对开发区形象的研究不过是近几年的事；另一方面，开发区形象的实践新，国内外在这方面的实践少，大多处于探索阶段。

随着中国的入世和改革开放的深化，越来越多的“国际规

则”被引进，中国开发区逐渐意识到其生存和发展的环境是以“信息化”与“全球化”为动力的“知识经济火车”，而且是一趟晚到的火车。此外，由于信息技术革命的大爆发，信息和信息化知识直接成为了生产力，竞争日益趋于“软化”（信息化、数字化、科技化），“硬竞争”只是参与竞争的基础。竞争的软化协同“消费者脱离化”的并发，使企业的综合竞争力不再是简单的商品、服务、信誉、品牌、促销等单一的构成，它渐渐成为一种将整个企业竞争因素融为一体的结构——“整体形象”。整体形象就是消费者对企业的总体评价，而非就某个单项的认同。当这种评价固化，形象就凝结为企业的品牌，后者已经成为企业的无形资产——品牌资产。面对这样的现实，与国际接轨日益加速的中国开发区学得很快。1988年北京高新技术产业开发试验区的成立标志着中国开发区对“知识经济”的正式接纳，但是对形象战略的认同却比较缓慢。在53个高新区中，“形象战略”仍是一列晚到的火车。但是无论怎样，中国开发区还是搭上了这列火车。

因此，发挥自身优势、强化开发区形象、采取品牌化的发展模式成为了21世纪中国开发区的必由之路。随着市场经济体制的不断深化，开发区的开放程度越来越大。开发区不仅要立足本区，还要放眼世界，用大开放的观念，适应市场经济形势，迎接市场挑战。在日趋激烈的开发区建设大潮中，树立特色鲜明的开发区形象，被视为中国开发区进入国际市场的通行证

第二章 开发区形象设计的机理

古人云：“庖丁解牛，游刃有余。”无它，知其结构、懂其机理、精于技巧而已。同样，对于开发区形象构成要素的了解，形象演进脉络与机制的把握，以及对开发区形象设计由来的推求，是我们掌握开发区形象设计机理、成功塑造开发区 CIS 形象的必由之路。

一 开发区形象的构成要素

开发区形象设计在天津开发区、广州开发区等已付诸实施，并取得了一定的成果，但对此的学术理论探讨却远远落后于实践，对开发区形象的概念界定至今仍没有达成共识。我们认为，所谓开发区形象，是指人们对特定开发区总的印象和评价。这种印象和评价是人们通过直接或间接感受得到的，是开发区形象要素作用于公众感官，进而引发公众深层次的情感、意志等心理认知过程而形成的。其中，开发区形象要素是开发区形象设计的物质基础。

◆ 开发区形象的有形要素

开发区形象的有形要素，实际上也就是开发区的视觉形象要素。

开发区虽然属于母城的有机组成部分，但作为一种新的社会经济有机体，存在着管理体制上、功能上的特殊性，因而其经济活动系统和经济运行机制表现出相对的独立性。这些特点要求开发区能为入驻开发区的政府机构、企业、公司、组织和个人提供完备的生产生活设施，包括能源、交通、通讯等基础设施，厂房建筑、办公设备等生产设施，安居系统、商业系统、医疗保健等生活设施，娱乐、金融等服务设施，学校、职业培训、科研院所等科教设施，报社、电视台等媒介设施，以及社区福利、养老救济等社会保障设施。

开发区的有形要素构成了开发区投资的硬环境，是开发区吸引外资、保障经济顺利运营的基础条件。其中交通、通讯、供电、供水、供热、供气、排水、排污等基础设施条件与外商的生产经营最为密切相关，是外商衡量开发区投资环境所普遍关心的热点问题之一。开发区的其他有形要素也日益成为影响开发区进一步发展的重要因素。如在一些文化娱乐等服务业不够完善的开发区内，就出现了外商抱怨“没有生活和文化氛围”而弃之不顾的现象。可见，开发区的有形要素无论巨细，都有着自身的重要性。

开发区的有形要素及其存在形式、特色和属性，构成了开发区的物质文化。公众对于开发区物质文化认知、识记的结果，形成了开发区的物质形象。它通过公众的感官认知而形成，具有直观外显的特性。

◆ 开发区形象的无形要素

有形要素是开发区的直观物质形象，而视觉是人们感知外

物、获得信息并了解这一要素的重要途径。但不是所有的形象要素都能通过视觉感知到。开发区形象要素中，有一部分诸如经济、社会、人文、美学、开发区科研创新能力等，不能形之于实体，不能凭视觉感知到的形象要素，我们称之为无形要素。

开发区的经济因素

世界上的开发区多种多样，它们创立的最初动因和成功的关键归根结底都在于经济因素。经济因素始终是影响开发区形象的最直接因素。经济条件好的开发区与经济条件差的开发区相比，势必拥有更大的发展优势，能吸引更多的投资，更有能力推动企业技术和管理水平的提高，发挥产业连带、技术辐射的能力，从而促进开发区所在母城、区域乃至全国的经济发展和科技进步。

一般说来，开发区形象的经济因素包括以下内容：

(1) 开发区所依托的城市或区域经济发展的历史水平以及在全国所处的地位

历史的因素对开发区的形象有着一定的影响。比较我国东部、中部、西部三大地域内的开发区，由于区域经济的历史差异，使得东部、中部开发区成功的案例较多，而西部开发区内成功的相对较少。

(2) 开发区内公司企业的规模

开发区内公司、企业的规模，特别是其中的外资企业，直接或间接地影响着开发区的形象。一般而言，公司的规模越大，其经济实力往往就越雄厚，承担投资和技术创新风险的能力就越强，从而对开发区经济水平的推动力也就越大，继而能扩大开发区的社会影响力，为开发区赢得知名度。

中外合资企业、外商独资企业或跨国企业集团之所以能够提高开发区的声誉，主要是因为这些企业技术比较先进，管理比较规范，能够起到示范作用。同时，它们仰仗自身集团优势，形成规模经营，吸收大批劳动力，为区域解决了一定的就业问题。因