

肇庆市城市形象的调研与分析

魏珠丽^{1, 2} 李秀玲³

1. 广东工商职业技术大学 商学院 肇庆广东 526000

2. 剑桥大学 哈默顿学院 剑桥英国 CB28PH

3. 法国蒙比埃亚高等商学院 蒙彼利埃, 法国, 34000

摘要: 城市形象是城市外观物质形态和内在精神形态的统一, 是一个城市整体的精神与风貌, 是公众对构成城市的各个方面要素的总体评价和感知。为了全面了解人们对肇庆城市形象的评价, 本文以肇庆市城市形象为研究对象, 对去过肇庆、关注肇庆、居住在肇庆的人们开展了问卷调查。由于“城市形象”是一个复杂的综合系统概念, 我们着重对人们能够切身感受到的相关问题做了调研, 力图能够从中对肇庆城市形象做出一个具有普遍意义的判断, 为城市的决策者、建设者提供一定的参考。

关键词: 城市形象; 城市评价; 城市调查

一、调研背景与目的

良好的城市形象是城市的标识和城市发展的重要资源, 能够提高城市的美誉度和知名度, 促进技术、人才、资金等优势资源的聚集和流动。肇庆位于西江中游, 地处珠三角乃至粤港澳大湾区连接大西南的“咽喉”要道, 是大湾区唯一与大西南接壤的重要节点城市。“城在山水中, 人在画卷里”, 山湖城江的肇庆还是大湾区最美的生态绿洲。超过70%的森林覆盖率, 因此拥有被人们称之为“绿肺”的美誉。作为广府文化和粤语的主要发祥地, 肇庆具有深厚的历史文化底蕴, 如, 1300多年的制砚史, 禅宗六祖惠能、北宋名臣包拯、“沟通中西文化第一人”利玛窦等众多历史名人曾在这儿留下辉煌足迹^[1]。可见, 得益于丰富的天然自然资源优势和深厚的历史文化底蕴, 是这个城市的有利因素。然而, 肇庆城市形象识别度并不清晰, 作为广州都市圈和粤港澳大湾区城市群之一的新都市, 其城市品牌定位并不突出。因此, 本研究旨在通过此次调研, 了解人们心中对肇庆的城市形象评价, 根据调研数据的整理分析, 提炼出人们对肇庆城市形象的总体认识, 明确城市自身的优势以及存在的不足, 并提出相应的结论建议。

作者简介:

魏珠丽 (1979-), 女, 汉族, 广东潮州, 广东工商职业技术大学; 英国剑桥大学哈默顿学院博士后; 职称未评, 博士。研究方向: 工商企业管理、品牌管理。

李秀玲 (1971-), 女, 汉族, 广东汕尾, 法国蒙比埃亚高等商学院; 讲师, 博士在读。研究方向: 企业管理、创新创业。

二、调查的基本情况、对象及方法

本研究采用调查问卷法随机抽样收集数据。具体的抽样方案是, 从居住在肇庆, 曾到过肇庆、关注肇庆的各行各业人群中选取样本, 在每个样本中采用随机抽样, 抽取了100名与肇庆体验相关的人员作为调查样本。问卷共发出100份, 收回75份, 有效回收率75%。具体如下:

表1 采样对象及情况表

性别	男	42.67%
	女	57.33%
年龄	20岁以下	28%
	20-25岁	24%
	25-30岁	9.33%
	30岁以上	28%
调查对象	学生	48%
	教师	34.67%
	企业员工	1.33%
	投资者	0
	退休人员	1.33%
学历	专科以下	6.67%
	专科	22.67%
	本科	40%
	硕士	21.33%
	博士	9.33%

注: 以上百分比均为除去缺失值后的有效百分比。

从表1的数据可以看出, 所抽样的人群性别比例、年龄结构、学历情况、职业状况等都基本合理, 学生代表着青年群体是未来城市“新移民”的视角, 教师代表着城市的知识工作者视角, 企业员工、投资者、

退休人员以及其他职业等组成这个城市的居住者和参与者。

三、数据的呈现、分析和解释

表2：对肇庆的第一印象

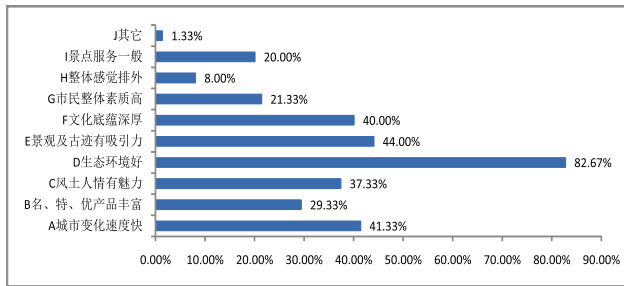


表2排在第一位“生态环境好”的指标占比是82.67%，“整体感觉排外”的指标为最低占比8%，其他占比因指标较小，因此不列入计算分析。

表3：您心中对肇庆的定位是

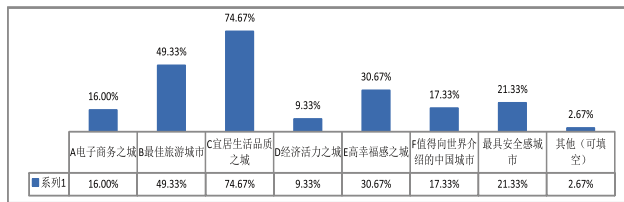


表3显示“宜居生活品质之城”的指标为最高占比74.67%，“经济活力之城”的指标为最低占比9.33%，而在其他占比2.67%为较小无效值，故不列入计算分析。

表4：您是出于什么原因来肇庆

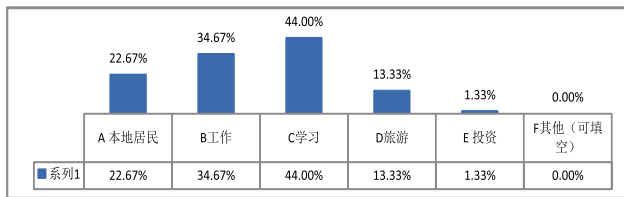


表4显示“学习”的指标为最高占比44%，“投资”的指标为最低占比1.33%。

表5：您认为肇庆还有哪些方面需要改善

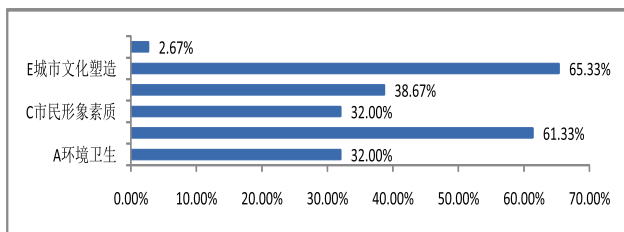


表5显示“城市文化塑造”的指标为最高占比65.33%，而排在第二位的是“交通情况”指标为61.33%。

表6：您认为肇庆在未来的城市品牌发展中还存在哪些问题

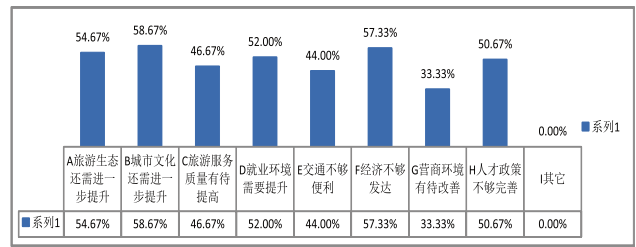


表6显示“城市文化还需进一步提升”的指标为最高占比58.67%，第二位“经济不够发达”指标占比为57.33%，第三位“旅游生态还需进一步提升”指标占比为54.67%，第四位“人才政策不够完善”指标占比为50.67%。

表7：您觉得肇庆是一座什么样的城市

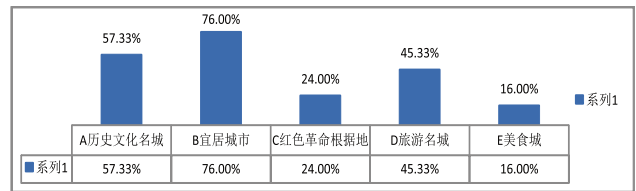


表7显示“宜居城市”的指标为最高占比76%，“美食城”的指标为最低占比16%。

表8：您认为肇庆最吸引您的是

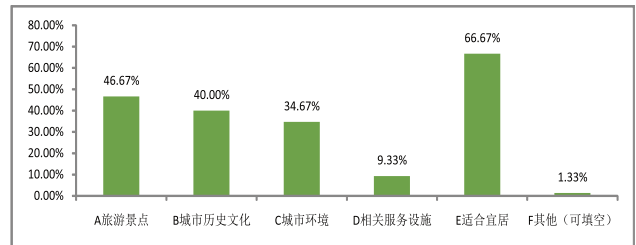


表8显示“适合宜居”的指标为最高占比66.67%，“相关服务设施”的指标为最低占比9.33%，而在其他占比1.33%为较小无效值，不列入计算分析。

表9：您认为符合肇庆市民形象的形容词是

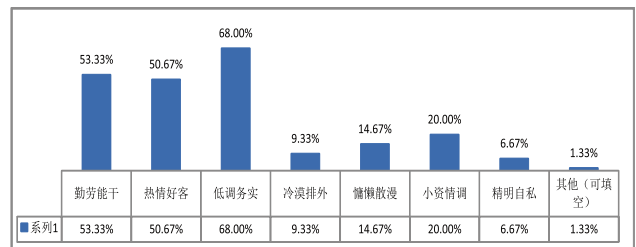


表9显示“低调务实”的指标为最高占比68%。

表10：您认为更符合塑造肇庆城市新形象的城市精神是

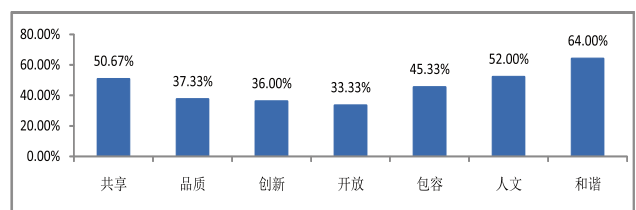


表10显示“和谐”的指标为最高占比64%，第二位和第三位的指标为“人文”和“共享”，占比分别为52%和50.67%。

表11：您是通过什么渠道了解肇庆



表11显示“亲身体验”的指标为最高占比72%，“朋友推荐”和“其他渠道”指标并列最低占比2.67%。

表12：您认为媒体报道对肇庆城市形象的形成

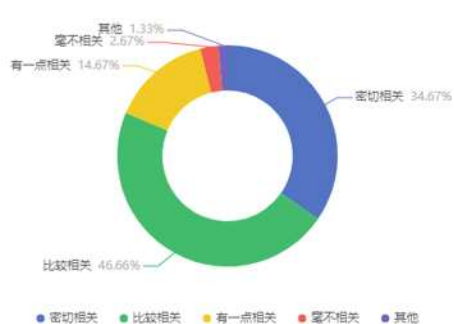


表12显示“比较相关”的指标为最高占比46.67%，第二位“密切相关”指标占比为34.67%。

表13：您认为塑造好城市形象，肇庆还需在哪些方面进行改善

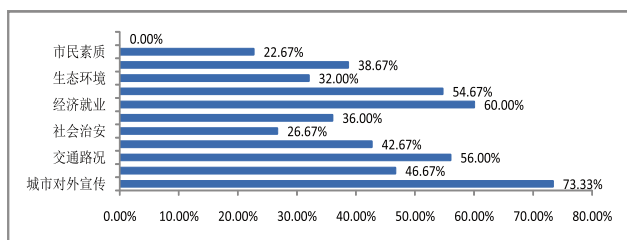


表13显示“城市对外宣传”的指标为最高占比73.33%，第二位“经济就业”指标占比为60%，第三位“交通路况”指标占比为56%。

表14：您认为可以从哪些方面重点推介肇庆城市品牌

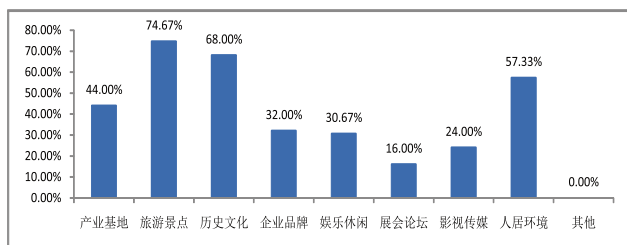


表14显示“旅游景观”的指标为最高占比74.67%，第二位“历史文化”指标占比为68%，第三位“人居环境”指标占比为57.33%。

表15：您认为肇庆最值得去的地方有哪些

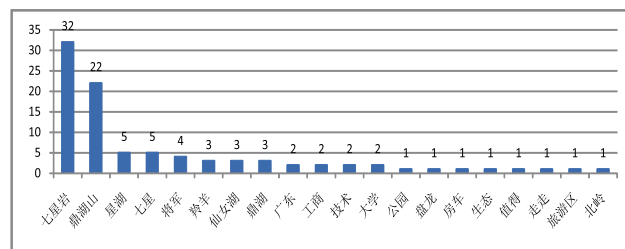


表15显示“七星岩”排在第1位，出现频率32次；第二位“鼎湖山”，出现频率22次。

表16：您会用哪些词来描绘肇庆

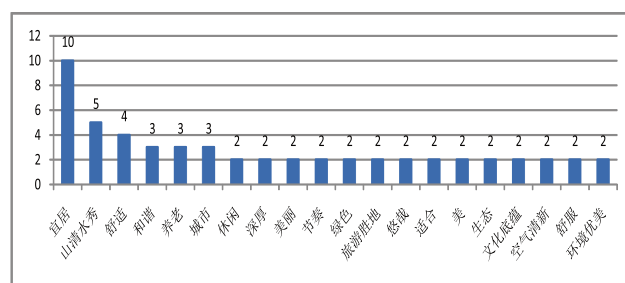


表16显示“宜居”排在第1位，可见肇庆是人们心目中比较认可的宜居城市。

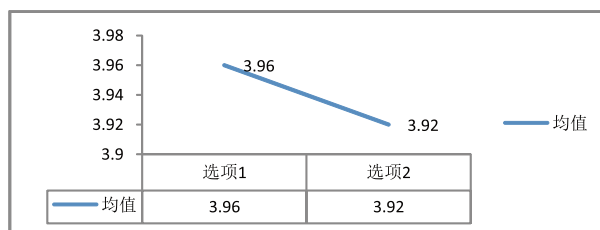
表17：提到肇庆您会想到什么

根据词频统计，(图1)中出现的字词频率最多。



图1 词频统计

表18：如果要您对肇庆的城市形象打分您会打多少分



以5分值计算，表18显示平均分选项一为3.96分，选项二为3.92分。

表19：请留下您对肇庆城市的宝贵意见

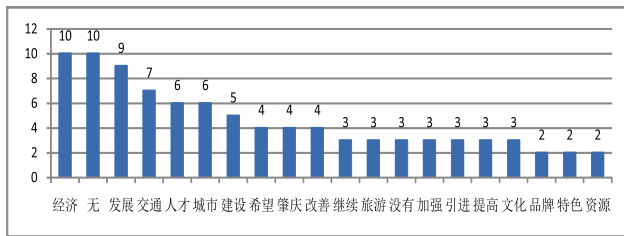


表 19 显示人们更期待拓宽城市经济环境与发展, 改善交通环境状况以及优化良好的人才政策等。

四、结论和建议

通过调查与分析, 能够清晰的识别肇庆城市形象的优势与劣势。

(一) 有利因素。首先, 人们普遍认可其生态环境优势, 并较高程度上将其定位为宜居品质之城, 具有明显的有利标识“适合宜居”的城市形象。其次, 从城市品牌推介上, 文旅产业发展潜力无限, 肇庆旅游资源丰富、种类齐全, 以七星岩、鼎湖山为核心, 延伸至全域旅游产业资源, 充分挖掘其得天独厚的自然景观和地理优势, 大力实施“旅游振兴”, 塑造宜居宜居城市品牌战略。

(二) 需要改善的因素。拉长优势。如, 宜居形象与旅游品牌的优化。补短板。如, 城市文化品牌塑造、经济发展、就业环境、人才政策。

首先, 城市文化品牌形象建设。城市文化形象是城市对外形象所蕴含的文化内涵折射, 是城市整体形象的灵魂。然而, 肇庆在城市文化建设方面, 并没有明显的文化形象识别。因此, 需要强化文化形象。第一, 肇庆历史文化悠久, 资源禀赋优越, 加快推进其文化工程建设^[2]。全市共有 1 个国家级历史文化名城, 1 个省级历史文化名城, 12 个中国传统村落, 4 条省级历史文化名村, 4 条省级历史文化街区, 306 处已公布的历史建筑^[3]。第二, 深挖文化特色。作为广府文化和粤语的主要发祥地, 肇庆具有深厚的历史文化优势, 有着 1300 多年的制砚史, 禅宗六祖惠能、北宋名臣包拯、“沟通中西文化第一人”利玛窦等众多历史名人曾在这儿留下辉煌足迹^[1]。第三, 要深挖本土红色文化资源, 加大红色景点建设力度, 打造精品红色旅游线路, 充分发挥红色资源优势在党史学习教育中的重要作用。要重视非物质文化遗产的保护和传承, 着眼保护传承实践、保护传承环境、提升传承

能力、深化非遗调查研究, 大力推进非遗与旅游、科技等行业的融合, 不断提高非遗保护工作科学化规范化水平^[2]。提升肇庆的文化综合实力和文化旅游品牌效益, 促进肇庆向文化强市迈进^[4]。

其次, 城市经济形象的好坏对促进一座城市的发展至关重要, 是城市发展的核心, 如果城市没有良好的经济形象, 就缺失城市竞争力。因此, 完善良好的营商环境和高效的服务, 推动产业经济发展, 促进就业环境新局面, 优化人才引进激励政策。一座城市的生机与发展离不开人的因素, 唯有积极创造就业环境与改善人才政策环境, 实现人民安居乐业, 才能进一步提升人民群众获得感、幸福感、安全感。才能带动肇庆这座国家历史文化名城焕发出新活力^[3]。

(三) 发挥媒体融合为城市形象传播带来新发展契机。从调研中发现公众高度认同媒体报道对肇庆城市形象的形成“比较相关”占比 46.66%, “密切相关”占比 34.67%; 认为塑造好城市形象, 肇庆还需要在“城市对外宣传”方面进行改善的占比为 73.33%。可见, 媒体对城市形象传播的重要性。其优点: 一、媒体技术突破时空限制^[5]; 二、交互体验拉近人与城市的距离^[5]; 三、内容更加立体丰富。以此充分发挥新媒体传播的特点优势, 实现全新语境下的城市形象传播, 让城市与人建立全新的关系。城市不仅可以通过传播实现自我形象宣传, 还能实现与市民“沟通对话”。塑造美好的城市形象并实现正向传播, 让更多人关注并爱上这座城市^[5]。

参考文献:

- [1]陈明红.肇庆着力打造文旅产业投资热土[N].西江日报, 2021-12-19.
- [2]苏燕君, 吴映霖.汪一洋调研我市文化和旅游工作[EB/OL].http://www.zhaoqing.gov.cn/xwzx/zqyw/content/post_2643203.2021-12-19.
- [3]戴福细.肇庆多措并举推进历史文化资源保护利用[N].西江日报, 2021-12-10.
- [4]陈明红, 高静.肇庆市人民政府门户网站-肇庆市文化馆新馆开馆[N].西江日报, 2021-12-12.
- [5]康延芳, 余振芳.新媒体时代城市形象的裂变式传播[J].新闻研究导刊, 2021-05-31.