

中国城市品牌论坛和首届宜昌城市品牌推广周启动仪式成功举办

■中国城市报 张芸帆

5月11日,以“推动中国城市品牌走向世界”为主题的2022中国城市品牌论坛和首届宜昌城市品牌推广周启动仪式在湖北省宜昌市成功举办。会上发布了2022全国城市传播热度指数以及“屈原昭君故里 三峡生态名城”宜昌城市形象口号、城市形象视觉表达系统、宜昌十大城市品牌传播项目。

此次品牌推广周由中国城市报社、湖北省宜昌市人民政府主办,宜昌市委宣传部、宜昌市城市品牌塑造与传播工作领导小组办公室承办,主题为“城市品牌 为宜昌赋能”,目的是进一步强化宜昌城市品牌号召力,持续做优质量、做强品牌。

全国政协文化文史和学习委员会副主任、中宣部原副部长、中央文明办原专职副主任王世明,国际标准化组织(ISO)品牌评价技术委员会顾问组主席、中国品牌建设促进会理事长、国家标准委原主任刘平均,湖北省副省长、宜昌市委书记王立,中国报业协会理事长、人民日报社原副社长张建星,宜昌市市长马泽江等出席活动并讲话。

王立为宜昌城市品牌推广周启动仪式致欢迎辞指出,宜昌取“宜于昌盛”之意,素有“川鄂咽喉、三峡门户”之称。去年以来,在社会各界的关心支持下,宜昌经济快速增长、稳中向好,GDP历史性突破5000亿元大关。当前,宜昌正围绕“强产兴城、能级跨越”阶段性任务,锚定未来5年“工业总产值突破1万亿元、地区生产总值突破8000亿元”的目标,加快建设世界旅游名城、清洁能源之都、长江咽喉枢纽、精细磷化中心、三峡生态屏障、文明典范城市,奋力打造长江中上游区域性中心城市。

王立认为,城市品牌是一座城市的软实力、影响力和传播力,是一座城市最直观、最核心的价值表达。城市品牌的内涵是多视角、多维度、多层次的,每个城市都有自己的核心密码和独特气质。宜昌将大力实施城市品牌塑造与传播工程,致力用品牌扮靓城市、用品牌赋能发展,挖掘城市特质,推介好山好水、好人好事、好产好业,打造“产业兴旺、功能强



▲宜昌城市形象视觉表达系统为“U”“l”、微笑元素、叹号、连接号组成的Yi。

大、文化厚重、人气鼎盛”的现代化梦想之城。

品牌是企业乃至国家竞争力的重要体现,也是赢得世界市场的重要资源。张建星致辞表示,党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视品牌建设,多次就品牌强国战略作出重要指示批示。这让我们加快品牌建设比以往任何时候都更有信心、更有底气、更有力量。

做强做响城市品牌,是构建现代化经济体系、全面推进我国城市高质量发展的内在要求,是满足人民日益增长的美好生活需要的重要途径。

王世明发表讲话指出,品牌建设本质上是城市的心灵建设,好的城市品牌可以照亮一座城市,对城市的经济社会发展产生重要推动作用。建设城市品牌,需要自强不息、锲而不舍的精神,需要海纳百川、厚德载物的包容,更需要勤劳和善良,提升城市品牌形象,提升人民群众的幸福指数。

在刘平均看来,当今世界已经进入品牌经济时代,国际市场已由价格竞争、质量竞争上升到品牌竞争。要通过品牌引领,推动中国城市品牌享誉全球。

启动仪式上,中国城市品

牌评价项目组组长、人民日报社属中国城市报总编辑杜英姿视频发布了2022全国城市传播热度指数,并表示传播热度指数是全国城市宣传领域最为权威的研究成果之一,常常成为衡量城市宣传效果的重要参考。该指数是国家标准《品牌评价 城市》37项指标之一,此次发布是为2022全国城市品牌评价发布作准备。

其中,宜昌市晋升全国城市传播百强榜(地级市)第15名,相比去年上升了40个位次;宜都市位列全国城市传播百强榜(县级市)第60名。

对此,刘平均表示,中国城市报牵头制定了城市品牌评价国家标准,发布了地级市、县级市品牌榜,为推动中国城市品牌建设发挥了重要作用。宜昌作为嫫祖、屈原、昭君故里,历史文化丰富,既是品牌大市、也是旅游名市。宜昌市委、市政府高度重视城市品牌建设,此次活动对于提升宜昌的知名度、美誉度、影响力具有重要意义。建议加快建设数字城市、“品牌消费无假劣”供应链中心以及旅游目的地城市品牌。

中国城市报副总、清华大学国家形象传播研究中心专家常亮对上述指数进行分析,表示上榜城市有以下特点:城

市经济、社会、政治、文化、生态协调发展,工作出彩,是科学发展的典型。宜昌市把“屈原昭君故里 三峡生态名城”作为城市形象口号,从时间和空间上体现了宜昌的文化优势和生态优势,特色鲜明,便于传播。

会上,宜昌市委常委、宣传部部长周正英介绍,宜昌市委常委会决议将5月第二周确定为宜昌城市品牌推广周,开展系列城市品牌宣传推广

活动。举办宜昌城市品牌推广周是为了进一步强化宜昌城市品牌号召力,持续做优质量、做强品牌,让更多宜昌品牌为宜昌代言,全面提升宜昌的知名度、美誉度和竞争力、影响力,让世界看见宜昌品牌,让世界听见宜昌声音。

与会嘉宾表示,宜昌将“中国品牌日”所在周设立为宜昌城市品牌推广周,在全国具有创新意义。希望全国城市相互借鉴经验,积极参与国际标准研制,用全球视野、国际标准打造享誉全球的品牌城市,向世界展示中国的好山好水、好人好事、好产好业。

据悉,中国城市报将深化与宜昌的战略合作,携手宜昌市委、市政府,深度参与宜昌城市品牌塑造与传播,支持宜昌改革发展事业,讲好宜昌故事,努力为宜昌建设“六城五中心”贡献积极力量。

在发布仪式环节,宜昌市委宣传部分副部长陈珊珊、市文化和旅游局局长苏海涛分别发布宜昌城市形象口号和视觉表达系统。

在捐赠仪式环节,北京冬奥会作曲家张渠和北京冬奥会开幕式视效总监王志鸥分别向宜昌捐赠了创作手稿和北京冬奥会雪花导视牌。

除启动仪式外,宜昌城市品牌推广周还将线上举办长江合唱音乐厅启动仪式,“书记(局长)带您游”文旅品牌推介活动、“冲Ya! 宜昌品牌”抖音争霸赛、宜昌品牌青年说等活动也将在线上同步举行。(图片由宜昌市委宣传部提供)

▲5月11日,以“推动中国城市品牌走向世界”为主题的2022中国城市品牌论坛和首届宜昌城市品牌推广周启动仪式在湖北省宜昌市成功举办。

链接

2022全国城市传播热度指数

为贯彻2022年全国宣传部长会议精神,动态评估全国城市近一年的全网传播效果,人民日报社属中国城市报社、中国城市品牌研究院在中国品牌建设促进会、中国报业协会支持下,联合中国传媒大学孳雅品牌研究院,根据国家有关部委、中国数字城市品牌集群和微热点大数据研究院数据及相关标准,对全国293个地级市和394个县级市2021年3月29日至2022年3月28日期间有关数据进行标准化计算,分别发布全国地级市、县级市传播热度指数排位前100名单。

传播热度指数是指在从新闻媒体、微博、微信、客户端、网站、论坛等互联网平台采集海量信息的基础上,排除负面词,提取指定事件、人物、品牌、地域等相关信息,并对所提取的信息进行标准化计算后,得出的能反映其在网络上受关注度的指数。该指数反映的不仅是传统媒体报道量,更是受众的反馈量,体现了传播力和传播效果。