

# “城市品牌创新路径”主题论坛在宜昌召开 品牌赋能打造城市发展新名片

■巩静

5月9日，“城市品牌创新路径”主题论坛活动在湖北省宜昌市举行，中国城市报总编辑杜英姿，湖北省宜昌市委常委、宣传部部长周正英，中国城市报副总编辑、湖北省宜昌市、江苏省泰州市、浙江省衢州市等先进品牌城市的相关领导及不同领域的专家出席会议，分享在城市品牌推广中的新发现、新成果，探讨城市品牌建设的新路径、新方法。

杜英姿表示，近年来，我国诸多城市在品牌建设和价值提升方面迅速崛起、获得了长足发展。中国城市报承担着城市品牌评价标准的研制、城市品牌评价及发布等相关工作，将竭尽所能做好服务和联络工作，也将进一步发掘城市品牌推广中的新成果，为城市品牌创建、提升工作提供经验，创造样板。

当前，城市发展进入品牌时代，以品牌竞争引领城市竞争成为共识。越来越多的城市加快了品牌塑造的步伐，用创新引领品牌升级、靠求变构建品牌新优势、以发展赋予品牌新内涵，涌现出一批典型案例。比如，泰州市是《新型城镇化品质城市评价指标体系》国家标准的联合研制单位；宜昌市是“一座来电的城市”；衢州市是“一座有礼的城市”。三个城市在全国城市品牌创建和提升工作中具有典型的代表意义。在城市品牌建设经验分享环节，上述城市代表对城市品牌的建设、路径、评价等工作进行了分享。

## 借助独特资源 打造城市爆款

“最近网络上哪个城市最火？相信大家都会想到‘淄博烧烤’，这种特有的吃烧烤的方式，成为淄博的一大爆款。”北京快手科技有限公司媒体合作中心央媒总监吕雪慧说，在疫情后振兴经济的大环境下，城市品牌与地域品牌打造成为各地方政府的一大课题。城市品牌的塑造与传播，往往依赖于城市的话题热度和曝光量，这需要城市资源的强力支撑，一般来说，越大的城市资源越丰富、可讲的城市品牌故事也就越多。作为一座三线城市，淄博的成功并非偶然，这也提醒了我们，中小城市在城市品牌竞争中同样存在破局的可能。

如何打造互联网平台爆款流量城市品牌？吕雪慧以“淄博烧烤”为例进行分析。她认为，“淄博烧烤”的出圈是打了一套漂亮的“组合拳”，包括消费回暖大背景、烧烤协会助力、淄博“厚道待客”城市气质以及烧烤作为城市特色品牌被推荐给央媒、地方媒体以及各类网络平台等。

吕雪慧还对如何制作快手爆款流量短视频、如何制造快手爆款流量事件进行了分析。她表示，爆款短视频有核心三要素，即垂类（越细分越精准）、人设（越真诚越讨喜）、互动（越频繁越有黏性），评价一个爆款事件有五个指标，即小切口故事、戏剧性冲突、简单平民化的表达、真实可靠和网络持续正反馈。

吕雪慧建议，宜昌市有着

神奇魔力的山水风光以及屈原、王昭君等历史名人，应借助得天独厚的自然环境和丰富的自然资源，制作爆款流量短视频，继续打造互联网平台上的爆款流量城市品牌。

## 让文化擦亮城市品牌

“什么样的视频才能长久？唯有文化。”旅游视频领域头部IP“冒险雷探长”团队核心创作者、环球冒险家陈雷表示，他用了10年时间，走访100多个国家和地区，将异域风情和故事以纪录片的形式传入中国。“我将与团队把中国文化、中国故事向全世界传播，让世界更了解中国。”他说。

为什么来宜昌探险？陈雷说，宜昌是一个很有国际气质的城市，有国之重器三峡大坝、世界级文化名人屈原、独特的喀斯特地貌，还有令人向往的三峡风光等，这次在宜昌拍摄刷新了他对宜昌的认知。“我觉得宜昌能

够诞生这么多世界级的大IP，绝不是地缘或历史巧合，而是上千年人文积淀和基因延续共同作用的结果，将宜昌的优质文化旅游资源介绍给世界，是我义不容辞的责任。”他说。

5月9日，陈雷团队制作的《千里探秘宜昌故事》全网发布，并翻译成多国语言向世界传播。“不要放弃自己的文化，让文化擦亮宜昌城市品牌。我相信伴随着影片的发布，宜昌也会越来越好。”陈雷说。

## 城市品牌打造要持续发力

论坛上，中国城市品牌研究院副院长刘正良表示，根据不同类型和性质的城市在国际、国内所发挥的政治、经济或文化作用，以及城市自身的个性特点，城市定位可分为文化创新型、资源创新型、科技创新型、节会创新型等4个类型。

刘正良认为，宜昌是资源创新型城市品牌的典型代表。

近年来，宜昌市利用能源资源丰富的优势，把“长江保卫战”和“城市提质战”“品牌提升战”同步推进，从过去单纯的能源开发型城市，发展为能源、文化、生态综合开发，全面高标准提升型城市，现已开发各类旅游资源740多处，其中国家5A级旅游景区4家。

此外，刘正良介绍，城市品牌创新方法包括：堆沙成丘，扩展型城市品牌创新方法，要善于发现城市发展中的闪光点，帮助其快速形成耀眼的火光；匠心独运的嬗变型城市品牌创新方法，城市管理者要审时度势、另辟蹊径，引领城市突破重围，再获新生；无中生有，奋进型城市品牌创新方法，要迎难而上，克服苦难；点石成金，持续型城市品牌发展战略，要善于利用现有发展条件，通过不断的创造创新，最大限度地提升产业价值，提升城市品牌的综合价值；扬优造势，锦上添花型城市品牌创新方法，城市品牌知名度明显提升后，要想办法营城造势、开渠为河，变经济优势为发展优势；一点突破，引领全局的城市品牌创新方法，着力在城市特点、群众关注焦点、发展热点上深耕细作，从中打造出优势明显的品牌卖点。

刘正良建议，在城市品牌创新中，要把评价尺度标准，一定要把品牌评价体系国家标准研究透彻，逐条对照；“左顾右盼”，向兄弟城市学习经验，多交流；抓实细节，不要被一些看不上的小事耽误了成果；持续发力，城市品牌不可能一蹴而就，一定要天天做、年年做，久久为功。



5月9日“城市品牌创新路径”主题论坛在湖北省宜昌市举行。图为论坛现场。景卫东摄

## 城市品牌创新案例

### 湖北省宜昌市： 屈原昭君故里 三峡生态名城

湖北省宜昌市委宣传部副部长王贤推介说，宜昌市高度重视城市品牌塑造与传播工作，2022年通过举办城市品牌推广周活动，发布“屈原昭君故里，三峡生态名城”城市口号和城市LOGO，将城市品牌建设经验纳入省社科智库重点课题研究内容；2023年宜昌市晋升全国地级市传播百强榜第14名。

未来，宜昌市将持续推进“一句话叫响宜昌”“一首歌唱响宜昌”“一部剧带火宜昌”等创作征集活动，实施“宜昌，一座来电的城市”主题宣传活动。持续办好城市品牌推广周；举办青春诗会、活力音乐节、社区音乐会等活动；办好国际划联龙舟世界杯、中国长江三峡国际旅游节、首届端午文化月、屈原文化研究国际论坛等活动；支持各地各部门谋划申办更多出圈出彩的节会活动。

同时，多渠道展示城市形象，持续培育一批网红大V、官方大号。实施“总裁说品牌”“天下宜昌人说宜昌”“听见长江·遇见宜昌”等活动；建设多元国际传播阵地，协同整合国际传播资源，做好宜昌故事的全球化、区域化、分众化表达，放大国际传播声量。

### 江苏省泰州市： 推进质量强市 建设品质泰州

江苏省泰州市市场监督管理局二级巡视员顾维中推介说，目前，泰州市正着力构建品质泰州建设框架体系，以打造品质城市为追求，坚持把提升品质作为推动城市高质量发展的关键举措，聚焦重点企业，支持品牌发展，形成“人人重视品质、人人创造品质、人人享受品质”的浓厚氛围，打造城市发展新名片。

集成推进，努力实现品质泰州建设关键突破。泰州市聚焦经济发展、社会文化、生态环境、公共服务和居民生活“五大品质”，建设特色地标。构建“卓越教育体系”，打造优质教育高地；坚持生态优先、绿色发展，打造生态宜居高地；培育特色文化品牌，打造特色文化高地。

整体推进，致力推动品质泰州建设持续提升。在品质城市的建设指引下，形成大市场更加优化、大质量更有提升、大监管更为到位的工作格局。激发市场主体活力，服务实体经济高质量发展，让品质建设融入城市、企业发展、机关党建、城市管理、社会治理、公共服务、市民生活等方面，明责、督责、追责“三位一体”工作体系更加完善。

### 浙江省衢州市： 在这里看见有“礼”的中国

浙江省衢州市委宣传部副部长、一级调研员汪群推介说，衢州的城市品牌口号是一句话，即“一座最有礼的城市”。

衢州市从“礼”字贯通的历史文化出发，以南孔文化作为思想基础，找准了“一座有礼的城市”的城市品牌定位。2018年7月25日，衢州市将“南孔圣地·衢州有礼”作为城市品牌面向全球发布。

为让更多人了解衢州、唱响“衢州好声音”，衢州将打造“一座最有礼的城市”作为目标，全市域统一品牌体系，形成市县两级共建共享“1+6”品牌体系。全区域开展有礼行动，提炼形成了“崇贤有礼、开放自信、创新争先”的新时代衢州人文精神；全方位开展品牌推介，不断提升城市美誉度和知名度；全产业链贯通有礼理念，拓展“南孔圣地·衢州有礼”品牌内涵和外延，将其延伸至现代产业、人才科创、数字变革、开放开发、交通物流、全域旅游、文化文明、公共服务、社会治理、绿色生态等十个“桥头堡”建设，全面营造“礼敬自然、礼敬人民、礼敬历史、礼敬社会、礼敬未来”的浓厚氛围。