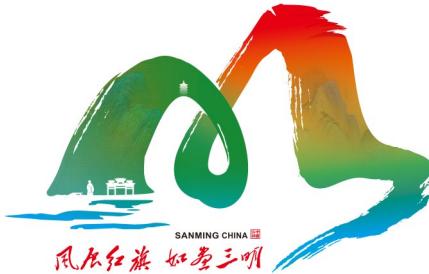


风展红旗 如画三明

福建省三明市城市品牌建设“三部曲”



■中国城市报记者 巩 静

随着城市进入新发展阶段,城市品牌已然成为彰显城市魅力、提升城市影响力与竞争力的核心关键。福建省三明市,这座位于闽西北的山城,近年来全力推进城市品牌建设,以“风展红旗如画三明”为品牌核心,通过全方位、多领域的探索与实践,走出了一条独具特色的城市品牌塑造之路,为城市的高质量发展注入了强大动力。

“四梁八柱”强筋筑基

三明市是新中国成立后,中国共产党带领人民缔造的一座新兴工业城市。1958年到2019年是三明城市品牌的基础创建阶段,也正是在这个阶段,三明市筑起了城市品牌的“四梁八柱”。

“八柱”是基础支撑体系,支撑起了三明城市品牌建设的底盘。

红色传承。三明全域为原中央苏区县,是毛泽东同志诗赞“风展红旗如画”的中央苏区核心区、中央红军长征的四个出发地之一。2021年1月,三明市被国务院列入革命老区高质量发展示范区。

工业基地。三明市“先有工业,后有城市”“先有三钢,后有三明”。1958年4月,福建省委部署在三明建设福建省重工业基地。如今,三明市集聚全省最大的钢铁、造纸、重型卡车等生产企业,钢铁与装备制造、

氟新材料、石墨烯、生物医药等11条特色产业链发展迅猛。

文明创建。三明市是全国群众性精神文明创建活动的发源地,1984年全国“五讲四美三热爱”会议在三明市召开,兴起了“全国学三明,三明学全国”热潮。40多年来,三明市持续打响“满意在三明”品牌,连续三届获评全国文明城市。

市树市花。1991年1月,三明市决定将三角梅和迎春花并列为“市花”,将黄花槐和红花紫荆并列为“市树”。

青山绿水。早在1997年4月,时任福建省委副书记的习近平同志在三明常口村调研时就指出:“青山绿水是无价之宝,山区要画好‘山水画’,做好山水田文章。”三明市牢记嘱托,一以贯之推进生态文明建设。如今,全市森林覆盖率77.12%,持续举办19届海峡两岸林业博览会,获批国家生态文明建设示范区,拥有泰宁世界自然遗产等3个世界级和200多个国家级旅游品牌。

文化滋养。2000年1月,时任福建省代省长的习近平同志作出重要批示,万寿岩遗址得以保护幸存。该遗址面世将古人类在福建活动的历史提前到距今20万年前。三明市在2017年获批设立国家级客家文化(闽西)生态保护实验区基础上,持续建设国家级文化生态保护区;宁化县已举办30届世界客属石壁祖地祭祖大典;尤溪县已连续18年举办朱熹诞辰祭典活动,并于2024年举办

第三届考亭论坛。

三明精神。2005年5月,三明市委审定“开明、清明、文明”为新时期三明精神。

改革创新。2012年,三明市率先统筹推进“三医联动”改革,成为全国医改样板。此外,三明市是全国首个林业改革发展综合试点市,永安洪田镇洪田村早在1998年就率先“分山到户”,被誉为“中国林改的小岗村”。上世纪90年代以来,沙县人借改革东风,创新推动沙县小吃“引领风骚”,产业已覆盖全球79个国家和地区。

“四梁”是核心战略架构。2019年5月,三明市委九届九次全会提出,要发挥比较优势,找准适合三明发展的路子。“红色三明”“工业三明”“绿色三明”“文明三明”是三明市在发展过程中积累和沉淀下来的特色比较优势,是三明区别于其他城市独特标记和最具特色的“四张名片”。

八柱为纵向根基,四梁为横向栋梁,柱撑梁、梁定柱,形成了三明城市品牌建设“立柱筑基—架梁定向—榫卯咬合”筋强骨壮的闭环体系。

“六个一”工程全面推进

品牌建设如何深入人心?2020年2月以来,三明市在“四梁八柱”基础上,全面启动城市品牌宣传推广工作。市委办、市政府办印发《三明市城市名片策划宣传工作方案(试行)》,在市委宣传部内成立三明市城市品牌宣传促进中心,系统化推进城市IP“六个一”工程,即一句宣传词、一个宣传片、一个LOGO、一个吉祥物、一首主题曲、一首词赋,全面提升城市品牌影响力。

城市宣传主题词是城市品

牌的首要核心要素,从2020年3月征集开始,累计收到全国各地2800余次投稿的6500余条作品,最终于当年8月确定“风展红旗 如画三明”作为城市品牌宣传词。由此,三明城市品牌体系建设有了主题主线,开启了一场更深刻的品牌叙事。

随后,《风展红旗 如画三明》城市形象宣传片全面展现三明市的独特魅力,成为对外交流与形象传播的重要名片;《如画三明》主题曲为三明城市品牌建设带来了新的活力与传播动力;《三明赋》为城市品牌建设注入了丰富、鲜活的内涵,成为城市形象宣传不可或缺的元素……

尤值一提的是,城市形象标识和吉祥物的推出,为三明城市品牌赋予了更具象、更生动的表达,提升了城市品牌的辨识度和亲和力。如今,它们广泛出现在三明的街头巷尾、各类重大活动现场、公共交通工具、农特产品包装等地方,传递着三明声音,讲述着三明故事。

为逐步完善城市品牌体系,三明市通过项目化推进“四张名片”宣传、红色故事宣讲、各类文艺创作、传播矩阵构建等,特别是2020年11月,中宣部带队,19家中央和省内外媒体的180多名记者组成强大采访阵容,在三明全域蹲点采访5天,推出“风展红旗 如画三明”等11个专题专栏、750多篇(条)报道,掀起“三明实践”传播热潮,极大地提升了三明城市品牌的知晓度。

在不断的努力下,三明城市品牌指数逐年提高,2024年位居全国地级市第35名,并入围“2024年活力之城”案例;在2024年度福建全省九市一区营商环境排名中,三明市被列入优良城市,其中经营主体满意度排名全省第一、8个指标成

为全省标杆。

IP 打造全域发力

今年5月1日,吉祥物“明明”等首批文创产品上市、微信表情包及购物小程序上线,毛绒公仔、冰箱贴、文化衫等文创产品备受市民喜欢。今年春节和“五一”,“跟着吉祥物游三明”成为当地假日文旅新亮点。

目前,三明城市品牌构建已进入城市IP打造的阶段,进一步提升城市文化软实力和产业变现力,并着力从“促共识、促融合、促传播、促应用、促发展”五个维度系统发力,“风展红旗 如画三明”城市品牌影响力持续提升。

促共识,凝聚多方合力。全市内聚合力,形成“上下联动、全员参与”的长效推进格局;外引智力,积极争取权威城市品牌研究机构的合作支持,激发更大传播效能。

促融合,整合全域资源。三明市结合省运会等重大活动、重大项目,依托苏区振兴、沪明合作等政策机遇,推动城市IP与文旅活动、产业载体有机嫁接,提升社会知晓度。

促传播,营造浓厚氛围。通过加强全媒体报道,用好全媒体平台,借力人工智能技术,策划系列融媒产品,三明市不断扩大社会影响力。

促应用,深化场景落地。三明市注册城市品牌商标,围绕景观化、体验化、互动化、休闲化、市场化和创新化“六化”,深入实施城市品牌应用项目,创建可感知的城市意象。

促发展,赋能老区建设。三明市通过品牌影响力优化营商环境,增强市民归属感,吸引人才落户,资金落地,培育生物医药等新兴产业集群,推动老工业基地转型升级。



▲三明城市吉祥物“明明”单名分别为明奇奇、明宝宝、明灵灵,取“麒麟宝”三字谐音,代表着开明、清明、文明的城市精神和明亮、明快、明丽的城市品格。



更多信息请扫二维码



福建省三明市山水相依,风景如画。曹建平摄