

# 全新城市形象标识和城市形象宣传片展示珠海崭新形象 为珠海改革开放再出发助力



8月25日,在珠海地标性建筑珠海大剧院内,全新的珠海城市形象标识与珠海城市形象宣传片正式发布。在珠海城市形象发布会现场,主创人员分享创作心得,解读作品内涵。此外,来自国内外的专家学者及业界人士现场探讨“大湾区时代与城市品牌建设”等城市国际传播议题,为珠海进一步提升国际传播力建言献策。

城市形象标识和城市形象宣传片是外界了解一座城市的重要窗口,全新的珠海城市形象标识和城市形象宣传片中很好地融入了珠海元素,展示了珠海在新时代以新担当、新作为奋力建设新珠海、新经济、新生活的崭新形象,为珠海改革开放再出发、更好地与国际接轨助力。

采写:本报记者 廖明山 苑世敏  
摄影:本报记者 赵梓



嘉宾为珠海进一步提升国际传播力建言献策。

## 突出三大核心元素 让城市形象标识充分展现珠海之美

历时两个多月,几经易稿,珠海城市形象标识设计师郎立群终于找到了“感觉对”的设计,也就是最终与世人见面的全新珠海城市标识。

郎立群表示:“城市品牌形象的塑造要聚焦于城市的过去、当下和未来,过去指一个城市的历史文化积淀,当下是机遇和使命,未来是目标和价值引导。区别一个城市和另一个城市的根本差异还是历史和文化的积淀,文化也是城市自信的关键。”

在众多带有珠海印记的建

筑及形象当中,郎立群最终选择将港珠澳大桥、珠海渔女、绿水青山作为此次珠海城市形象标识的三大核心元素。他说:“城市标识设计是以典型的文化符号为组成元素,海洋是珠海非常重要的文化积淀,渔女代表珠海的历史、城市精神,是珠海海洋文化的标志。新时代、新珠海、新起点,港珠澳大桥代表当下,是新时代的新坐标。绿水青山彰显了珠海生态之美,是成就未来美好生活的基石。这些都是珠海最具识别度的城市元



郎立群介绍自己的创作历程。

素,充分体现了珠海城市的历史、当下和未来,在设计中结合各个元素的特点以更新颖的形式来表达。比如,渔女形象的设计,采用抽象的形式进行表达,并与自然山水相连,像裙摆一样,整体造型流畅,也体现了人与自然的和谐统一。”

## 查阅大量资料 使“中国结”形象得以完美呈现

珠海城市形象宣传片开篇就营造了一种城市未来感的氛围,宣传片以港珠澳大桥青州航道桥塔的场景打开,极具视觉冲击力。

“珠海城市宣传片拍摄过程中最难的一点就是坚守初衷。”珠海城市形象宣传片制片人曲憬仪说,“做与众不同的片子是要承担一定风险的”。

曲憬仪所说的“做与众不同的片子”也是这次珠海城市形象宣传片的一大特色。对此,珠海城市宣传片导演邢川介绍:“在这次宣传片拍摄中,我们摒弃了以往主流城市宣传片中大多以解说词搭配画面的传统手法,而是引入了一个人物故事。对于人物的职业背景,我们也是经过了很多

考量。珠海是一座正在蓬勃发展的城市,因此我们需要的是一个观察者,并且是一个具备全视角的观察者,‘纪录片制作人’的身份显然符合这样的需求。”

据了解,珠海城市形象宣传片在拍摄过程中,看似几秒钟的镜头却可能花费了几天甚至是几个月的时间进行调研、选角度,最终完成拍摄。主创人员透露,宣传片开头港珠澳大桥的青州航道桥塔所呈现出的“中国结”场景,是他们遇到的挑战之一。“我们都知道港珠澳大桥的青州航道桥塔又叫‘中国结’,这是设计师一个非常巧妙的设计。我们也觉得这个寓意和‘珠海与港澳紧密连接’的主题非常贴合,所以全片第一个航拍镜头就用‘中国结’来体



邢川介绍城市形象宣传片拍摄过程。

现。”邢川说,但是,在创作过程中并非一帆风顺,实地考察发现,无论在电视新闻画面中还是行驶在大桥之上都很难直观地感受到“中国结”的形象。

为了展现最完美的“中国结”,主创人员查阅了有关港珠澳大桥设计的学术论文资料,并走访了大桥画册的图片摄影师,最后终于找到一个拍摄角度可以将两座桥塔合并成一个“中国结”的形象,也就出现了宣传片开始那震撼人心的一幕。

## 嘉宾参加对话沙龙 为珠海提升国际传播力建言献策

在珠海城市形象发布会现场,多位嘉宾参加“大湾区时代与城市品牌建设”对话沙龙活动,共同探讨珠海在大湾区时代如何加强城市形象国际传播、持续提升珠海的国际知名度。

欧盟-中国联合创新中心(北京-布鲁塞尔)联合创始人 Patrick Nijs 首先对刚刚发布的珠海城市形象标识和城市宣传片表示赞赏,并为珠海城市品牌宣传建言献策:“对珠海来说,在宣传的过程中,应该找到其与世界联系最密切、最具特色的亮点之处,此外,还要对信息进行细致的处理,传达给外界的信息,一定是珠海人本身也有代入感的,这样的信息才更有感染力。相信珠海可以通过与世界的积极对话,让全球更加了解珠海,这对珠海乃至大湾区都是一个非常好的机会。”

英国著名导演、英国电影电视艺术学院理事成员 Geoffrey Mark Broom 同样为珠海点赞:“珠海的城市形象宣传片很有意思,在全世界推广也是非常好的。珠海是一座现代化、充满发展活力、生活舒适的城市,也是一座充满历史人文底蕴的城市。重点是我们如何挖掘生动的故事讲述其独特的城市特点和价值内涵,建议珠海在城市品牌

推广的过程中要用有针对性的方式进行传播。”

美联社北京分社全球媒体服务部主管陈松竹表示,珠海一直以来在珠三角是个小而美的存在,但是随着港珠澳大桥的开通,珠海会变成大湾区交流的中心。“珠海未来在城市品牌建设上应该要突出自己在湾区的地理中心位置,这个位置非常有利于成为各个区域和国际优势资源交换的中转站。珠海应该要变成智慧型的交换中心,智慧型城市的好处还在于能继续保持自己宜居和环境美好的传统。”他建议。

珠海传媒集团总编辑助理、电视节目中心主任常立波表示,建设粤港澳大湾区是重大的国家战略,身处其中,可以说珠海是非常幸运的。当前珠海正迎来前所未有的历史发展机遇,仅仅从传播角度来看,由于全国乃至世界媒体对这一战略的关注和报道,身处门户枢纽地位的珠海,会增加在媒体上的曝光量,这是我们加强对外传播、塑造自身形象的大好契机。他希望:“将来我们能在对‘人’的宣传上有更多的突破。如果能讲好更多的‘人’的故事,可能会有更强的说服力,也会有更强的国际传播的效果,基于此的城市品牌也会更加地可亲、可爱、可信。”