

打造文旅名城 助力两河之约

——2022“创意之源 两河之约”全市公益广告设计暨文创产品设计大赛侧记



市委宣传部副部长张健(左)和聊城日报社总编辑玄志刚在活动现场

文/本报记者 梁营营

图/本报记者 马麟 李太斗

黄河与大运河在聊城交汇,赋予这座城市绵延不断的灵气和力量,给后人留下了丰富的历史文化遗产。

民间流传着这样一句谚语,“聊城有三宝,铁塔、古楼、玉皇皋”。斗转星移,光阴荏苒。在踏歌而行、接续古今的当下,聊城又创新推出了新的“三宝”,东阿阿胶、冠县灵芝和临清桑黄。

“十一”假期期间,由聊城日报社建设的位于古城区的三宝草庐开门迎客,无论是在此举办的聊城新三宝展销品鉴会上,还是在9月份举办的第三届中国国际文化旅游博览会上,聊城新三宝广受市民和游客欢迎,成为聊城一张新的亮丽名片。

在聊城,一个个像聊城新三宝这样富有地域特色的文化创意产品或符号正在被挖掘,为此,我市特举办了2022“创意之源 两河之约”全市公益广告设计暨文创产品设计大赛,力争推出一批充满聊城底蕴、传播聊城故事、满足市场需要、贴近群众需求,兼具创意性、艺术性、实用性的文创产品,为文化聊城打上创意印记,为“两河之约”注入时代动力。

挖掘文化资源 打造文旅品牌

两河交汇,不仅让聊城这方沃土成为“两河明珠”,实现了大运河文化旅游带与黄河文化旅游带、大运河国家文化公园和黄河国家文化公园的叠加,也赋予了这座城市深厚的文化底蕴,给生活在这里的人们带来了丰富的历史文化馈赠。

把聊城的文化优势转化为发展优势,把聊城的资源优势转化为综合竞争力,是聊城历届党委政府都在追求的目标。

2022年,聊城市第十四次党代会提出了建设“六个新聊城”的奋斗目标,提出聊城要深度挖掘黄河、大运河文化内涵和时代价值,全力打造“两河交汇”明珠城市和“两河之约”文旅品牌;政府工作报告也明确提出,整合提升、创新利用文旅资源,着力打造独具特色的中国文

旅名城,策划推出阿胶、灵芝、桑黄聊城新三宝,打响“山东手造·聊城有礼”品牌。

今年以来,两河明珠、两河之约、两河喜鹊、我家门前有条河、聊城有礼、聊城新三宝等一个个富有聊城地域特色的文化创意符号扑面而来,让聊城更加自信、更加灵动多情,也为聊城带来无上荣光。

聊城日报社从去年开始就对聊城新三宝、聊城手造、聊城有礼进行了文化挖掘和文化阐述,今年更是通过第三届中国国际文化旅游博览会聊城新三宝的文化内涵进行了系统梳理。在文旅博览会聊城展区,一个来自临沂的团队通过直播形式,仅用时10分钟,便销售出400单聊城新三宝产品,销售额达10万元。“十一”假期期间,三宝草庐聊城新三宝展销品鉴会上,养身、养心、养颜的聊城新三宝深受市民和游客喜爱。

目前,聊城日报社正在着手建立自己的文化智库及文创公司,为聊城进行文化包装、文创设计。一个个具有聊报版权的文创产品正在设计、创作中,为聊城的文化“双创”及聊城的文化自信注入着“聊报力量”。

两大类别设计大赛助力文明城市创建

为推动聊城创建全国文明城市工作,进一步提升聊城公益广告及文创产品设计水平,助力“六个新聊城”建设,我市特举办2022“创意之源 两河之约”全市公益广告设计暨文创产品设计大赛。本次大赛由聊城市创建全国文明城市工作办公室、聊城市市场监督管理局、聊城市文化和旅游局、聊城日报社主办,聊城日报传媒有限公司承办,聊城交运集团旗下聊城宏运房地产开发有限公司冠名,中国建设银行聊城分行协办。大赛以“创意之源 两河之约”为主题,面向社会征集公益广告和文创产品两大类作品。

其中,公益广告作品为反映聊城精神文明建设、全国文明城市创建、诚信聊城建设、法治聊城建设、新冠肺炎疫情防

控和知识产权保护等以弘扬社会主义核心价值观为主题的作品。文创产品为能充分体现对传统工艺的传承与创新的实物产品;应用现代创意设计理念结合的有形实体、文化创意产品、创意衍生的包装作品;体现传统文化、非遗项目、工艺美术、传统手工艺与现代创意理念的结合,尚未量产或产业化的概念设计作品及媒体传播作品。

公益广告类可采取报纸广告、原创手绘作品、海报设计、漫画、摄影作品设计等形式;文创产品类可采取包括但不限于家居用品、伴手产品、生活用品、服装配饰、时尚装饰的产品及包装类创意设计以及影视动漫、创意IP形象、IP家族形象及衍生品等创意设计形式。

9月29日,在本次大赛启动仪式上,市委宣传部副部长张健在讲话时说,文化是城市的灵魂,文明是城市的底色。越来越多的城市利用文化助力文明城市创建,为城市精神文明建设铸魂赋能。公益广告和文创产品正是打造城市文化的重要组成部分。设计精美、内容新颖的公益广告在扮靓城市、美化家园的同时,更为城市增添文明风景、注入文明新风。活泼可爱、极具辨识度的文创产品,以富有生活气息的形式凝聚文化的精髓,也在潜移默化中传播文明理念。本次设计大赛把公益广告设计和文创产品设计放在一起,独具创意。希望广大参与者创作一批有温度、有深度、有情怀,主题鲜明、创意新颖、制作精良的优秀作品,宣传群众、教育群众、引导群众,让广大市民群众在潜移默化中接受文明洗礼,践行文明风尚,争做文明使者,共建文明城市,以实际行动迎接党的二十大胜利召开。

文化创意为“两河之约”注入时代动力

聊城日报社总编辑玄志刚介绍,2022“创意之源 两河之约”全市公益广告设计暨文创产品设计大赛,一方面动员广告设计、制作、发布从业人员,广告、设计相关专业的高等院校学生,广告创意设计者和相关爱好者,为聊城创建全国文明城市创作一批经典公益广告;另一方面引导从事

文创设计的院校、设计机构、个人和非遗保护单位、老字号、非遗传承人以及热心非遗与手造文化创新、创意、创作设计的单位和个人,创作出更多的聊城手造产品,创作出一批真正代表聊城的城市伴手礼,带动更多的艺人、匠人、专家、学者、企业共同参与到文创事业中来。“活动将持续不断地办下去,而且不断推进文创大赛作品成果的转化,力争推出一批充满聊城底蕴、传播聊城故事、满足市场需要、贴近群众需求、兼具创意性艺术性实用性的文创产品,进一步做大做强聊城文旅商品,推进聊城文创大发展大提升。”

据了解,本次大赛由聊城市市场监督管理局对参赛作品严格把关。市市场监督管理局广告监督管理科科长洪雪飞说,市市场监督管理局将严格落实监管职责,严格审核参赛作品在内容的价值导向、文化品位、艺术表现形式、语言文字的使用等方面是否符合《公益广告促进和管理暂行办法》等相关规定,期待本次大赛能够发现更多广告设计人才,推出更多好的广告作品。



聊城市市场监督管理局广告监督管理科科长洪雪飞

“得到这次大赛的信息后,我们决定为这次活动加油助力,进一步履行社会责任,为社会公益事业作一份贡献。”聊城交通汽运集团有限责任公司副总经理刘伟说,公益广告是展示城市文明形象



聊城交通汽运集团有限责任公司副总经理刘伟

的窗口,也是宣传和弘扬社会主义核心价值观的重要载体,在创建文明城市中扮演着重要角色。我市正在创建全国文明城市,相信以本次设计大赛为契机,涌现出的公益广告精品将为我市创城工作增添一抹亮丽的色彩。

“两河明珠”的美丽画卷正在打开,“创意之源 两河之约”全市公益广告设计暨文创产品设计大赛必将为文化聊城打上创意印记,为“两河之约”注入时代动力。

► 扫码了解更多设计大赛内容

