

来自2022(第十八届)中国广告论坛的报道

十余位创意设计界头部企业负责人齐聚一堂,就哈尔滨发展创意设计产业展开思维风暴

打造“创意设计之都”, 大咖们这样说

“沉浸式”触摸 哈尔滨的魅力“元宇宙”

行业大咖为打造哈尔滨元宇宙IP论道城市元宇宙会客厅

本报记者 张立馨

3日,在2022(第十八届)中国广告论坛哈尔滨“创意设计之都”城市建设交流会上,国内广告领域头部企业十余位大咖齐聚一堂,就哈尔滨打造“创意设计之都”展开一场思维风暴。如何通过创意设计提升哈尔滨城市品质、提升城市品牌影响力、赋能产业发展?企业家及专家学者认为,哈尔滨应发挥自身优势,深挖“冰雪”品牌和城市欧陆风情的特质,通过元宇宙等新技术开辟“新赛道”,打造新产业,留住人、培养人。

抓牢发展基础

哈尔滨打造“创意设计之都”优势明显

“南方城市打造城市品牌的势头方兴未艾,哈尔滨作为北方城市的代表正迎头赶上,打造城市品牌赋能城市影响力。”东道主品牌创意集团副总裁马志强这样说,哈尔滨具有独特的四大优势是打造“创意设计之都”的基础。

马志强说,首先,哈尔滨具备科教人才优势。一些国际创意设计公司的创意组里有很多来自于哈尔滨的设计师,其中东道主品牌创意集团目前最优秀的品牌设计师、设计总监和品牌空间设计总监都是哈尔滨人,足见哈尔滨的人才十分优秀。其次,哈尔滨具有历史人文、中西文化交融的城市建设与城市文化优势。近几年故宫的文创做得风生水起,而创意是老元素的新组合,哈尔滨可以复制故宫文创的先进做法。同时,哈尔滨还具有发展创意设计的产业优势。创意设计虽然可以作为独立产业发展,但依托实体经济,能相互融合、共融发展更好。哈尔滨作为我国粮食安全“压舱石”、国家老工业基地等,为创意设计与其他产业融合提供了丰厚的“沃土”。

近于建笔下的哈尔滨,沸腾的人间烟火气,最抚凡人心。马志强说,创意不是高科技,它从生活中来,还是要回归到生活中,为生活服务。哈尔滨开放包容的城市精神、时尚自信的城市人文独具打造“创意设计之都”的人文优势。

深挖城市品牌符号化

哈尔滨应成为“冰雪”文化的引领者

“在全国,一提起‘冰城’,几乎所有人都会第一个想到哈尔滨,这样‘符号化’的城市品牌已经在人们心中根深蒂固。”上海华与华营销咨询有限公司总经理、董事合伙人肖征这样总结哈尔滨的城市品牌。

虽然北方其他城市近些年也纷纷打出冰雪品牌,但哈尔滨作为国内最早起步发展冰雪文化的城市,应成为“冰雪”文化与精神的传播者和引领者。上海大学城市设计院执行院长王开彩认为,创意就是把不可能变成可能,哈尔滨应该把冰雪带到夏天,甚至四季有冰雪,这需要对冰雪极致的追求,更是创意本身的核心体现。

MATCH·马马也公司创始人兼CEO莫康孙说,哈尔滨应该把冰雕雪塑带到南方,让重庆、海南、广州等南方城市都可以享受到哈尔滨冰雪节的独特,让哈尔滨成为弘扬冰雪文化的领军者。北京冬奥会视频导演、TheNine创始人兼首席创意官熊超也表达了同样的观点。他说,哈尔滨应该在夏季也打造一个冰雕艺术节,让人倍感凉爽的同时,更能擦亮“冰城”品牌。

壮大老地标建设新地标

哈尔滨应打造更多的“中央大街”

一条中央大街不足以代替整个哈尔滨。张默闻策划集团创始人、董事长张默闻的见解引起了在场所有人的兴趣。他说,中央大街是哈尔滨的城市名片和地标,但哈尔滨很大,一条街不能完全彰显出整座城市的气质。哈尔滨具有百年欧陆风情的城市特质,国内鲜有,这是哈尔滨打造“创意设计之都”的核心价值之一。离开这个元素,哈尔滨与其他城市无异。哈尔滨应该打造更多的“中央大街”,串起整座城市,让特有的基因更壮大。张默闻还认为,百年的欧陆风情应该有更响亮的百年老字号品牌作为衬托,更显尊贵气息。

创意是“新老”结合,元宇宙作为创意设计的

“新赛道”,更应成为哈尔滨打造“创意设计之都”新的落脚点。熊超说,元宇宙线上数字的哈尔滨世界里,有从古代渔村经过100多年的发展成为现代大都市的所有历程,想了解哈尔滨的人,可以在元宇宙世界里扮演城市里的任何角色,了解哈尔滨的前世今生,即便坐在家门口足不出户也能逛遍哈尔滨。这既是元宇宙的新潮,也展现了哈尔滨的魅力。通过元宇宙,数字技术可以把很多城市的元素模块化,模块像搭积木一样任意组合,也为城市发展提供了科学参考和依据。

打造人才梯队

创意设计应该从孩子开始培养

近两年,山东临沂通过创作短视频成为北方最大的短视频直播基地。快手磁力引擎品牌营销负责人高亚梅说,短视频本身就包含了创意设计,哈尔滨每天有59万个作品在快手平台产生,有9亿次的播放量,旅游、餐饮类的短视频居多,这些内容里面怎么去渗透关于创意设计这四个字,因为创意设计本身就来自于百姓的生活。高亚梅建议说,南方部分城市有的已经开始把网红作为人才进行引进,哈尔滨还没有把短视频制作作为产业来抓,这个产业不仅仅是一个主播,它的背后有选品、物流、服务等很多个产业。

借助哈尔滨的基础优势,着力发展壮大“创意设计之都”,让哈尔滨在东北地区异军突起,依靠产业留住人才不外流。王开彩说,哈尔滨本身就是一个具有幸福感的城市,幸福本身就可以留住人,同时把冰雪这个品牌做到极致,必然会生成不少创意设计的新行业、新领域,“创意设计之都”需要哈尔滨走实体城市风貌改造和深挖以冰为主题的第三产业“两条路”。

经常到国外参加各类顶级广告节的莫康孙,当年的获奖作品有的已经回想不起来,但大约20年前在英国参加广告节期间,有外国老师带着一群小学生找到设计大师、广告大师前去上课的一幕让他记忆犹新。莫康孙说,打造“创意设计之都”需要老元素新组合,新组合需要更多人的思维创新,创意设计应该从孩子开始培养,形成人才梯队,这才是真正的创意。



行业精英齐聚会客厅。

本报记者 李木双

“元宇宙”,近两年的大热词。3日,2022(第十八届)中国广告论坛的城市元宇宙会客厅中,来自国内多个行业的精英在哈尔滨论道,畅谈数字时代下,元宇宙将给行业、人们生活和城市发展带来的变化,并为哈尔滨在虚拟空间中打造元宇宙IP创建出谋划策。

新兴的元宇宙

因未知带来无限想象空间

中英电影节主席、海南云上东浩董事长孔祥曦认为,虽然大家对元宇宙处于未知状态,但就是这种未知,带来无限的想象空间。此观点得到上海大学建筑设计学院院长王开彩的认同。王院长认为,元宇宙将改变很多人的生活方式,让各行各业的立足点和发力点发生变化。以城市空间艺术来说,元宇宙带来的虚拟空间,将改变人们对现实世界的地理位置、材料选用的认知,给城市空间设计的理念带来变化。

“不仅是空间概念的变化,元宇宙也会带来人们对生活体验的变化。以电影行业为例,元宇宙会降低行业门槛,不仅让普通人有了拍摄电影的机会,还有可能让人们进入电影世界,体验不一样的生活。”北京天工智能互动科技有限公司创始人、董事长常洪松举例说。他表示,电影经历了胶片时代、数字化时代,再到元宇宙时代,创作门槛极大降低,拥有创作权利的人从最初的200多,到几十万,再到几乎所有人。这不仅是商业价值,而是集聚每个人的想法,能够迸发出更多的精品。

“从数字内容,再到虚拟场景的构建,元宇宙将对中华文化宣传起到积极作用。”凤凰网副总裁何健秋表示,此前,他们曾花了非常多的成本投入,将《千里江山图》做成数字内容,而如今的元宇宙带来的新的场景和应用,会让中国的艺术文化得到更好地传播。

整合城市名片

打造哈尔滨的元宇宙IP

在讨论元宇宙可能带来的变化的同时,

数字藏品成热点 打造文创新业态

2022(第十八届)中国广告论坛发布3款联名数字藏品

本报讯(记者 张立馨)3日,在2022(第十八届)中国广告论坛主题论坛上,中国广告论坛分别与哈尔滨市联名、乔府大院联名、中国广告论坛推广人物“苏小妹”联名发行了3款尊享版数字藏品。市委常委、副市长郭顺民与中国广告协会会长张国华及部分企业家共同启动数字藏品发行“按钮”。

让广告营销与数字藏品紧密联系,让元宇宙的要素走进日常生活。数字藏品是数字出版物的一种新形态,是使用区块链技术,对特定的作品、艺术品生成的唯一数字凭证,

众行业大咖在会议主持人上海卓越汉之城元宇宙首席故事官徐卫兵的提议下,为哈尔滨打造元宇宙城市IP和城市品牌营销出谋划策。

北京冬奥会视频导演、TheNine创始人兼首席创意官熊超认为,哈尔滨可以打造一个多种文化融合的线上城市,“我对小时候看的《夜幕下的哈尔滨》特别有记忆,完全可以打造一个能让人置身其中的时空,感受中俄文化交流。”

“冰雪是哈尔滨的一个重要IP,围绕它可以做很多事。”中广协数字元宇宙工作委员会秘书长贾振丹认为,在同一个IP下,可以做哈尔滨的形象代言人,“比如小冰,是位女士,代表了文化。或者小黑,代表黑土地,可以辐射到黑土地的农副产品。”他认为,通过对哈尔滨中央大街、索菲亚教堂等众多名胜AR设计,将会更广泛、更直观地让人体会哈尔滨的独特文化魅力。

把众多城市的名片,整合打造完整的元宇宙城市,是王开彩对打造哈尔滨城市形象的建议,“‘东方小巴黎’‘冰城’‘创意设计之都’,这些哈尔滨的城市名片,被我称为‘经营碎片’。我建议元宇宙世界里把这些经营碎片汇聚成一个完整的城市形象。它可以由‘冰’和‘火’组成,冰是要建立一个完全意义上的冰城,整个城市的肌理、材质全部是冰,外衣全部是冰。业态是火,激活整个冰城的消费激情。这就构成哈尔滨元宇宙城市形象的外壳是冰,内部是火的特色。”

“除了视觉,还要加入听觉、触觉、嗅觉乃至味觉的沉浸式体验。”36氪集团战略拓展副总裁刘利军给哈尔滨的元宇宙城市形象,带来更多的感受。“可以将一个经典建筑作为哈尔滨元宇宙城市的入口。人们领到的不再是一张门票,而是通过一个虚拟通道走进哈尔滨人的生活,闻到大列巴、哈尔滨红肠的香味,听到老式的俄罗斯风情的音乐,甚至触摸到哈尔滨冬天冰雪大世界的冰雕和雪雕。”

“希望更多人发现冰城的美”

——专访中国广告协会会长张国华



本报记者 陈悦 张立馨

“我第一次来哈尔滨是1975年,那时国人穿衣打扮都是‘灰灰’的,但哈尔滨人却特别洋气,穿着鲜艳的裙子,在江中悠闲划船,生活特别精致。我很喜欢哈尔滨。”3日下午,中国广告协会会长张国华在接受本报记者专访时,先道出“与哈尔滨颇有缘分”,他说,希望通过此次论坛的举办,进一步传播哈尔滨城市的美誉度,通过行业前

沿思想和观点的交流分享,助力哈尔滨实现“创意设计之都”发展目标,也希望大家多来了解哈尔滨,发现哈尔滨的美。

中国广告协会是2022(第十八届)中国广告论坛的主办方之一。会长张国华表示,哈尔滨是极有文化底蕴和氛围的城市,“它的异域风情给我留下深刻印象”,而广告业及创意产业也是大的文化概念,两者可以说是天作之合,这也是本届中国广告论坛选择在哈尔滨举办的重要原因。

按照黑龙江省规划,哈尔滨市确立了打造“创意设计之都”的发展目标。在张国华看来,此发展目标恰好与中国广告创意设计的新发展方向非常契合,所以,哈尔滨

市贸促会等相关部门连续两年积极进行论坛申办,最终与中国广告协会一拍即合。他说,哈尔滨是我国北方知名城市,区位优势突出、国际交往活跃、科教实力深厚、人才储备充足,这也为创意设计产业发展奠定了坚实基础。

“今天上午,六七百人的会场座无虚席,哪怕到了中午就餐时间,会场还是很满,大家对论坛期待很高,在座嘉宾都在交流如何让哈尔滨变得更好。”张国华说,因为有人在哈尔滨,所以他长期关注哈尔滨,也比较了解哈尔滨的发展轨迹,“比如有很多国之重器都出自哈尔滨,我们能召开这样规模的广告论坛,意味着广告活动的全面重启,更标志着经济活动的全面

重启,这将为哈尔滨这个老工业基地的全面振兴全方位振兴助上一臂之力。”

中国广告论坛是中国广告协会主办的权威论坛,是广告界每年最重磅的大型活动之一。从2005年起,中国广告论坛先后在北京、上海、广州、济南等地成功举办十七届。张国华说,中国广告论坛举办期间,全国各地几乎都是烈日炎炎,哈尔滨却比较凉爽,正是最迷人的季节,这也为与会者提供了参与论坛的宜人环境。

张国华表示,希望通过论坛的举办,能引领更多品牌设计方、策划传播方等广告宣传力度集中于哈尔滨,让更多人理解并发现哈尔滨的工业之美、文化之美、创意之美。

上海华与华营销咨询有限公司总经理肖征:

“冰城”就是超级符号



本报记者 李木双

“提到哈尔滨会让你想到什么‘城’?毫无疑问,一定是‘冰城’。”在上海华与华营销咨询有限公司总经理、董事合伙人肖征看来,每一座城市都可以成为世界的中心,这个中心不是地理版图的中心,而是价值版图意义的中心。在“冰城”的价值版图意义上,哈尔滨已经是中国人心理上的中心。围绕这个城市名片打造城市的超级符号,更容

易引爆城市品牌形象。

肖征表示,超级符号就是超级创意,可以最大限度降低传播过程中的损耗。“厨邦酱油美味鲜,晒足180天”“爱干净,住汉庭”“你爱我,我爱你,蜜雪冰城甜蜜蜜”,这些看似简单却又朗朗上口的广告语,就是将品牌嫁接到超级符号,让品牌在一夜之间成为亿万消费者的老朋友,建立品牌偏好,发动大规模的购买。城市品牌营销也可以使用超级符号,找到这个城市的价值版图,用超级符号的方法重新对这个价值进行编码进行传播。

第一次参加中国广告论坛的肖征坦言,哈尔滨打造“创意设计之都”的城市发展战略,不仅推动了城市发展,也向外释放了吸引力。“了解到哈尔滨市政府正在谋求城市战略定位方面的合作者,所以我今天就奔着这个来了。”

分众传媒创始人兼董事长江南春:

草原“种树”时代开启



本报记者 陈悦

当下互联网精准流量推广、社交媒体种草已经成为品牌营销的标配,在本届论坛大会上,分众传媒创始人兼董事长江南春提出,要警惕其中一些误区。他提到,种草时代结束了,我们该种树了。

种草,网络流行语,本义即播种草种子或栽植草这种植物的幼苗,后指专门给别人推荐好货以诱人购买的行为。江南春说,中国中

产的消费升级是未来的大格局,很多企业选择在中产较青睐的社交媒体上做品牌营销,做种草营销,“社交种草重要吗?社交种草已经成为标配,但大多数种草红利已经结束,所有人都在种草,现在是在草原上种草,种完了草找不到自己的草在哪儿”,所以,社交种草引爆品牌的难度变得越来越大,种草的红利正在消失。

江南春认为,“与其把草都种在草原上,不如在草原上种一棵大树,必须把品牌高频曝光到耳熟能详,成为大树才有人关心树下的草。也就是说要在社交媒体上海量种草。”先通过社交媒体种草,赢得一小部分核心粉丝的购买和忠诚,再投放品牌广告实现“破圈”,提升知名度,让更多的消费者对品牌感兴趣,发现产品好评如潮,再引发新一轮的销售突破。

关于武威路铁顺街棚改项目 选择易地现房安置房源相关事宜的通知 (第二批)

道里区人民政府于2019年6月28日启动武威路铁顺街棚改项目,2020年1月完成第一次易产权调换安置(民生尚都二期)公开自选房源和现房安置工作。

近期,因该项目部分已签订补偿协议并选择原产权调换安置的被征收人申请易地产权调换现房安置,现经该项目建设单位协调相关房源,拟开展第二次易地产权调换安置房源(民生尚都二期)公示、申请登记和后续安置工作,具体内容如下:

一、公示时间:2022年8月8日至8月12日(每日上午9时至11时,下午14时至16时) 二、公示地点:道里区安国街123号 三、所需材料:被征收人需持身份证原件、搬迁验收单原件、房屋征收补偿协议原件。如被

征收人因特殊原因无法到场办理的,必须提供公证文件及复印件,委托人、受托人身份证原件,否则不予受理。

四、注意事项:请有意愿参加第二次易产权调换现房安置工作的被征收人在限定时间内携带所需材料到指定地点,按照工作人员的要求有序的了解公示房源信息和办理申请登记手续,如逾期未办理相关手续,将视为自动放弃易地安置工作,本项目不再组织易地现房安置工作。

五、选房定号日期和选房排序等相关事宜另行登报通知。 特此通知。 道里区人民政府房屋征收办公室 2022年8月4日