



Views
博闻

08

成都日报

锦观



2025年1月2日
星期四

他山之石

文化是城市的灵魂,也是城市IP孕育的摇篮。在城市文化的滋养下,诞生出的城市IP,已经成为一座城市向外界传递自己个性特征的符号。纵观世界知名的各个城市,我们都能发现其中令人印象深刻的城市IP,这些城市IP可以是自然存在的,比如玉龙雪山之于云南丽江,阿尔卑斯山之于瑞士苏黎世等;也可以是诞生于城市的历史文化之上的传承,如成都的芙蓉花、西安的兵马俑、巴黎的埃菲尔铁塔、伦敦的白金汉宫;还可以是随着新文化、新产业的兴起,城市在自有特色基础上的“再创作”,如成都大熊猫、淄博烧烤、哈尔滨冰雪大世界、日本熊本县熊本熊等。这些城市IP在新的运营理念和手段之下,被赋予了跨界叙事的能力,不仅建立起了人与城市IP之间的情感纽带,同时也让城市随着城市IP的宣传更鲜活、更立体。

世界名城的“IP密码”

唐恬/文

山水间的金融之城

苏黎世位于阿尔卑斯山脉北麓,在克里特语中是“水乡”的意思。从阿尔卑斯山上化开的水在苏黎世汇聚,形成了清澈见底的苏黎世湖。一半是山川,一半是湖水,屹立在山水之间的苏黎世,天然拥有着得天独厚的旅游资源。阿尔卑斯山、苏黎世湖,成为苏黎世最具影响力的自然景观“城市IP”。利用阿尔卑斯山的资源,瑞士将苏黎世及其周边打造成了世界上最具知名度的滑雪胜地之一。自然景观并非苏黎世的全部,这座城市在自然景观的城市IP外,还有着深厚的历史人文IP和金融IP。坐落在苏黎世的瑞士国

家博物馆是瑞士最大规模的博物馆之一,苏黎世大教堂则是苏黎世的标志性建筑,向世界展示着瑞士的历史文化底蕴。值得一提的是,苏黎世还是全球金融和银行业的重要中心之一,世界著名的金融集团瑞士联合银行、瑞士信贷银行、苏黎世金融服务集团的总部均设在该市。在一座人口只有40多万的城市里,汇聚了120多家银行,其中半数以上是外国银行,故享有“欧洲百万富翁都市”的称号。无数人口中神秘且富有的“瑞士银行”,其原型所在地,就在这座山水间的金融之城里。



苏黎世湖畔的深秋景色。图据新华社

创意营销的IP范例

熊本县位于日本九州岛西部腹心地带,虽然县名中有“熊”,但实际上当地其实没有任何野生熊。熊本原名“隈本”,直到近代才改名为“熊本”。可是就在没有熊的熊本县,却诞生了一只世界上颇具知名度的“黑熊”——熊本熊,进而成为熊本县的重量级“城市IP”。2011年,九州新干线开通,带动了当地的旅游热。熊本县政府为了振兴观光,专门邀请著名设计师打造了熊本熊这样一个吉祥物。熊本熊凭借圆圆腮红、呆滞目光以及五短身材得到了公众的喜爱。熊本县政府于是再接再厉,策划了一系列营销事件。先是聘请熊本熊为临时公务员,负责去大阪分发一万

张名片,进而任命熊本熊为熊本县营业部长兼幸福部长,工作内容是用它擅长的体操,到各地散播趣味和幸福。接下来2013年,还在东京发起了一场轰轰烈烈地寻找“腮红”事件……一连串组合拳出来后,这只来自熊本县的“黑熊”,从无到有地成为世界知名的城市IP,每年吸引着数百万的游客来到熊本县。此外,熊本熊还和多个品牌进行联动,如BMW曾推出熊本熊迷你汽车、徕卡相机打造两款熊本熊特别版相机等。一个再创作出的城市IP,却凭借着紧跟时代潮流的营销手段成功出圈,熊本熊的成功堪称“城市IP”打造的范例之一。

影视IP带火小镇

近年来,“一部剧带火一座城”已经越来越多地出现在我们的生活之中,而这些热播剧也在无形之中为城市增加了新的“城市IP”。比如2024年年初热播的《繁花》,就让上海的黄河路成为热门旅游地;《故乡,别来无恙》则带火了成都的金融城双子塔、339天府熊猫塔、望江楼公园等城市地标。实际上,一部电影或者电视剧,让一座城市火起来,并非是近年来的独有现象,在国际上也有许多同样的范例,美国温特赛特小镇(Winterset)同样也是如此。温特赛特镇位于

美国衣阿华州麦迪逊县境内,而当地知名度最高的罗斯曼桥(Roseman)就横跨在温特赛特小镇西南方向的Middle River之上。1995年,电影《廊桥遗梦》上映,剧中那座长20多米的红色罗斯曼桥瞬间爆火。一时之间,这座小镇收获了来自全世界关注的目光。无数人慕名而来,就为了站在男女主角相识相知相爱的那座桥上拍照并留言。时至今日,廊桥内的木板上写满了游客对爱情、生活的感悟之词,而罗斯曼桥也成为当地最有名的城市IP。

本版稿件未经授权严禁转载

传承培育成都城市特色中的芙蓉文化

谢梅/文 冉玉杰/图

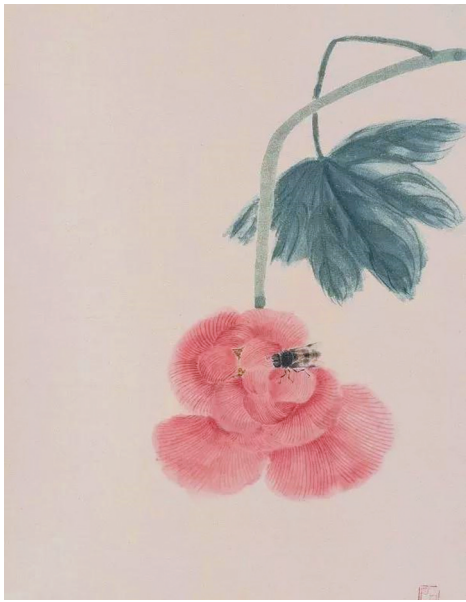
成都自2018年起举全市之力,从多领域多角度发力,加快世界文创、旅游、赛事名城,国际美食、音乐、会展之都的“三城三都”城市品牌建设,尽力将成都打造成独具特色的世界魅力名城。在全球文化多元共生、竞相绽放的时代背景下,城市传统文化的繁荣与传承不仅是城市魅力的集中展现,更是衡量其国际影响力与综合竞争力的核心要素。在这座城市中,芙蓉文化不仅是历史的集体记忆,更是新时代文化创新的重要资源。成都,这座承载着深厚历史底蕴与新潮文化的城市,正站在新时代的潮头,以更加开放的姿态和深邃的视野,探索着传承与创新芙蓉文化的全新路径。

芙蓉花与成都的历史渊源,可追溯至千年之前的后蜀时期,其故事之丰富、情感之深厚,足以令人动容。早在五代后蜀时期,芙蓉花就与成都结下了不解之缘。据历史文献记载,后蜀国皇帝孟昶为博得宠妃花蕊夫人的欢心,特颁布诏令,令成都市民广植芙蓉。每逢深秋,满城芙蓉花竞相绽放,四十里如锦绣铺展,成都因此得名“锦城”“蓉城”,这一美誉流传至今。花蕊夫人对芙蓉花的偏爱,以及她与孟昶之间的深情故事,使得芙蓉花不仅成为成都的象征,更被赋予了爱情与忠贞的美好寓意。这一历史典故,为芙蓉花成为成都市市花奠定了深厚的历史与文化基础。自那时起,芙蓉花便与成都的历史紧密相连,见证着这座城市的兴衰变迁。

文化传承并非是对传统的简单复制,而是在深怀敬意守护传统精髓的同时,依据现代社会的需求与发展,进行富有创造力的转化与革新性发展。1983年,芙蓉花被正式确定为成都市市花,这一决定不仅反映了芙蓉花在成都文化发展战略中的重要地位,也象征着现代成都的气质与精神,温婉而婀娜。为了弘扬芙蓉文化,成都市政府曾举办过多届天府芙蓉花节,成功培育出多种花型和花色丰富的芙蓉品种,使得芙蓉花在城市中的栽种量不断攀升,成为成都城市形象构成的重要元素。芙蓉花独特的文化内涵、坚韧不拔、乐观向上的品格,以及包容友善的精神,成为成都人民生活态度和城市精神的最佳体现。

然而,在新时代的传承发展过程中,芙蓉文化却面临着诸多挑战。文化符号的模糊与同质化,使得芙蓉文化难以凸显其独特魅力。数字时代,芙蓉文化的传承与传播也遭遇断层与遗忘的风险。此外,芙蓉文化品牌塑造不足与保护利用之间的冲突,也对其持续发展构成了严峻挑战。习近平总书记指出,“文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信,是更基本、更深沉、更持久的力量。”同样城市文化的自信也是市民的精神家园建设和城市发展的重要命题,它支撑着整个城市社会发展和新质生产力的创建和重构。

“千林扫作一番黄,只有芙蓉独自芳,唤作拒霜知未称,细思却是最宜霜”,苏东坡的诗句揭示了芙蓉花的品性秉赋与蜀地文化的



齐白石笔下的芙蓉花。



宋《红白芙蓉图》之红芙蓉。李迪 东京国立博物馆藏

“乐观、包容、友善”的文化气度和大爱情怀。今天,需要我们深入思考的是,我们应该如何让成都的芙蓉文化焕发新的生机与活力?新时代的城市文化建设如何与历史、与传统文化联通相承,并展现新的生命力和凝聚力?从发达国家花文化传承经验中,我们是否可以觅得一些经验和启示。

在日本东京,每年樱花盛开的季节,精心策划的樱花节就会如约而至。赏花大会、音乐节、灯光秀等一系列精彩纷呈的活动,充分利用了樱花短暂而绚烂的花期,吸引国内外游客前去观赏,樱花被打造为日本的国家文化符号。荷兰则凭借其精准的花卉种植技术与卓越的市场策略,将郁金香这一花卉品牌推向了国际舞台。通过举办花卉展览、建设主题公园、与国外机构合作推广郁金香种植以及开发一系列郁金香衍生品,荷兰形成了完整的郁金香产业链,极大地提升了郁金香



蜀地芙蓉花具有“乐观、包容、友善”的文化气度。

文化的经济价值与社会影响力。而在法国,普罗旺斯的薰衣草文化被巧妙地与地域经济结合起来,通过实施薰衣草田的观光旅游、薰衣草产品的多元开发以及薰衣草文化节的举办,成功地将薰衣草融入了旅游、农业与文化产业之中,实现了薰衣草文化的深度传承与多维度发展。

成都可以通过精心策划芙蓉赏花期、芙蓉音乐节、芙蓉光影秀等系列活动,将芙蓉的娇美与成都市民的娴雅生活完美融合,让游客在赏花之余,更能感受到成都深厚的文化底蕴与独特的城市魅力。同时,深入挖掘芙蓉的历史故事与文化寓意,让芙蓉不仅成为视觉上的享受,更是心灵上的触动,成为成都人心中的文化标识。参看荷兰郁金香产业链的成功构建,成都可依托先进的农业科技与市场需求,打造芙蓉种植基地,培育优质芙蓉品种,同时进一步扩展和延伸芙蓉花居家用品和馈赠礼品等各类衍生产品,形成集观赏、休闲、购物于一体的芙蓉文化产业链,让芙蓉之美转化为实实在在的经济效益,助力乡村振兴与城市发展。成都可依托其丰富的自然景观与人文资源,设计芙蓉主题旅游线路,如芙蓉小镇探秘、芙蓉古道徒步、芙蓉花海摄影等,让游客在亲近自然的同时,深入了解芙蓉文化的深厚底蕴。同时,结合成都的美食文化,推出芙蓉主题宴席、芙蓉特色小吃,让游客在品味成都美食的同时,也能感受到芙蓉文化的独特韵味。

今天,文化与数字技术相遇了,怎样的蝶变将会产生呢?时下,借助科技的翅膀,传统文化资源上“线”入“云”,文化遗产项目跨“界”出“圈”,纷纷触动着中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展。文化的数字化锻造了全新的文化业态和文化场景,动漫游戏、电竞潮玩、新质业态蓬勃发展;视听音乐、无人机天幕、文旅创意浪潮席卷,中华文化和城市场景日日翻新。

“一部剧带火一座城”“一首歌诠释出城市的精神和气韵”。如今,成都不仅在借助各种新媒体频频出圈,通过举办电影节和影视奖活动提升文化影响力,更是借助数字文化创意产业集聚和发展的机会,在影视、音乐、潮玩、电竞、游戏、动漫等新兴领域展现出加速发展之势,新文化、新产业蓬勃而出。成都可以通过更多以芙蓉文化为内容、为背景的优秀作品,推动城市文化的传播与再创造。利用时下受众追捧的短视



成都为《遮天》动画设计的银花丝饰品。

频、网络剧、直播等新兴形态,动员全社会参与,创作出活色生香的芙蓉文化作品,让传统与现代、历史与未来、现实与科幻,在芙蓉文化里聚焦,在融合与裂变创新中消费、传播和扩散。

成都不仅要深入挖掘芙蓉文化的丰富内涵与独特价值,更要勇于担当、敢于创新,积极探索芙蓉文化与地方文化、与城市发展深度融合的新路径与新模式,让这朵历史之花在新时代沃土中绽放,让这座历史名城的文化底蕴在新时代阳光下熠熠生辉,让芙蓉之美成为成都向世界展示的又一张璀璨名片!

作者简介

谢梅,电子科技大学教授,博士生导师。

本论文为2024年成都市市级公共文化服务专项项目“新时代成都芙蓉文化传承发展研究”阶段性成果。