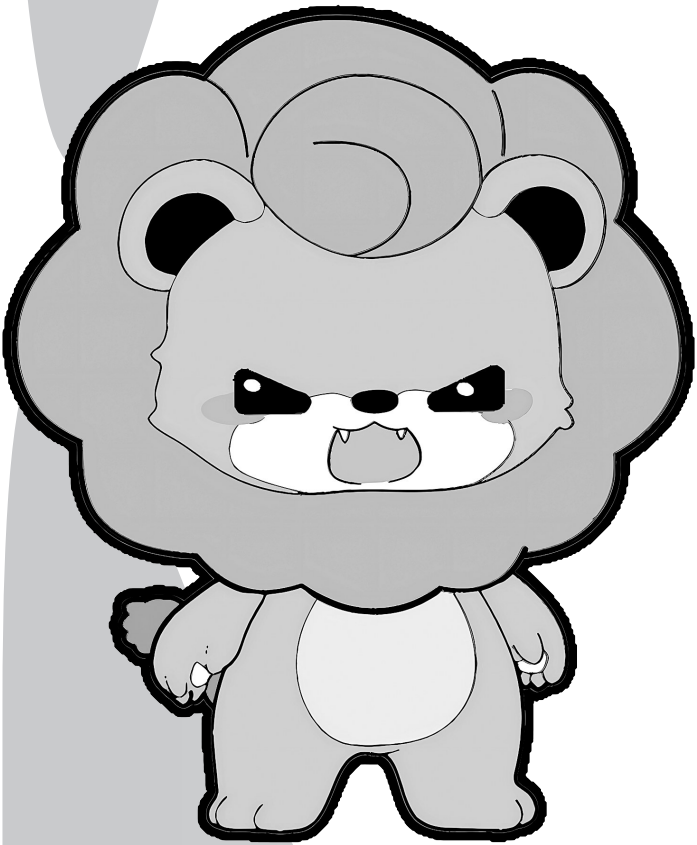




“五华狮”主形象威威



乐乐



惠惠

灵动又形象的5只“五华狮”，从旧称“长乐县”到“五华县”，追古溯今叩开了五华城市文化的门扉。

随着城市IP时代的到来，如何打造一个清晰而独特的定位，发掘契合城市精神和文化的IP形象，已然成为城市发展的重要课题。五华县在梅州市先试先行，集多方之智，铸文化之魂，蓄发展之势，率先推出并启用城市IP形象——“五华狮”家族，全面提高五华城市形象的传播力和感染力。

“五华狮”一经推出启用，便在当地家喻户晓，并借助互联网的放大效应，其影响力向外传播。“出圈”是过程，发展是目的，如何让城市IP形象不断生产出可持续发展的“流量”，并且成功转化为城市发展的“存量”，五华正全民总动员不断探索和实践。

●内容来源 南方日报
综合整理 陈良娣 宋凤平



壮壮



达达

五华县打造“五华狮”城市IP形象，提升城市“软实力”

“狮”出五华兴长乐

集多方之智

『五华狮』是如何炼成的

历时3个月，“五华狮”来了！威威、壮壮、达达、惠惠、乐乐，不同的形象，不同的角色定位，让人耳目一新，重新认识五华这座人文之城、发展之城。

“希望能够增强公众的参与感和认同感，成为连接城市与居民、游客之间的纽带，为五华搭建一个文化传播的桥梁，让更多的人了解、认同并喜爱五华，为当地带来更多机遇和美好未来。”作为“五华狮”城市IP形象的捐赠方，梅州原画人教育科技有限公司董事长杨凯如是说。

如何让城市“出圈”，是不少城市孜孜以求的发展目标之一，在万物皆可IP化的今天，城市IP形象更是一种行之有效的城市营销手段和宣传载体。

那么，五华的城市IP形象要向人们展示这座城市的哪些内容？对于这一问题的思考，便是“五华狮”的出道历程。

2024年5月上旬，五华县委宣传部、县文广旅体局、县融媒体中心与设计公司，共同成立设计团队，在当地考察调研的基础上提出设计理念，以“雄狮”为原型，综合五华特有的文化元素，提出初步创作方向，完成第一稿创作。

“还差点什么？”这句话，是五华县委主要负责同志和设计团队对第一稿创作最直接的评价。

今五华县，战国时乃番禺地。西汉时，南越王赵佗曾筑台于五华山下，称长乐台，“长乐”字眼如今随处可见。

追古，五华的历史人文如何体现在城市IP形象中？问今，五华的振兴蓝图如何体现在城市IP形象中？

对此，设计团队反复研究，结合下一步市场运营需要，从单一一个形象延伸为由五个形象组合而成的家族团体形象，其中一个为主形象，每个单体形象适用于不同的场合。

从“五华狮”的设计第一稿到第三稿，创作历程集多方之智。

设计团队先后征询部分党员干部、群众代表、专家学者、退休老干部、文化艺术界老同志的意见，结合五华县委、县政府主要领导的具体指导意见，从理念、形象外观、颜色以及文化内涵等方面进行综合汇总，让其真正成为城市精神和城市文化的特色凝练，既有广泛的吸引力和传播性，又能快速聚人气。

在不断修改中，找到“五华狮”的最优表现形式。7月下旬，设计团队完成最后一稿创作设计，“五华狮”家族形象敲定。

“在设计的过程中，深深感受到五华县深厚的文化底蕴和无限的发展潜力。”杨凯直言，希望“五华狮”能迅速在各个年龄层中获得共鸣和认同感，并拓展新的经济机会和商业模式。

铸文化之魂

始于颜值更久于内涵

“五华狮”推出当天，不少五华人的微信头像都换了，“就觉得‘五华狮’很可爱，也很符合五华的形象。”

为何一经推出，便会受到五华群众的认可和喜爱。深究，根在文化。

“山不在高，有仙则名”，实际上，这个“仙”就是群众的认同感，山还是那座大山，但有了历史文化的积淀和熏陶，赋予了文化内涵，就会大不一样。

正是这个原因，“五华狮”的创意灵感主要有三方面，其一是狮为中国民间信仰的吉祥动物，且在五华县华城镇的狮雄山秦汉遗址，被认定是秦至西汉早期的建筑遗址，根据考古推测为南越王赵佗所筑“长乐台”遗址，被列为第八批全国重点文物保护单位，这是五华深厚文化底蕴的见证，也是五华文脉所在。

其二是五华人历来崇文重武，受传统文化的熏陶和特定环境的影响，塑造了“刚直为人硬打硬，匠心做事实打实”的新时代“五华精神”，在各行各业涌现出不少领军人物，如清代乾隆年间的武状元李威光、世界球王李惠堂等。

其三是五华县作为工匠之乡，能工巧匠人才辈出，尤其擅长将一块块没有生命的石头雕刻成活灵活现的石狮子，充分证明了五华人对狮子情有独钟。

以狮为媒，但不止于狮。五华将城市精神与城市IP形象有机融合，成了当地文化的浓缩标志和城市文化创意的直接表达。

“文化是有魅力、能吸引人、具有高辨识度的标识，‘五华狮’的城市IP形象，可以说是始于颜值、久于内涵。”五华县委宣传部副部长张炳锋表示，城市IP形象的呈现，既要“面子”，更不能缺“里子”做支撑，即“内涵”。

每个城市都有自己的“DNA”，用“雄狮”作为五华的城市IP形象，五华重在丰富其“内涵”。

一方面，寓意进入新时代，五华全县上下凝心聚力，培养一批又一批“狮子型”人才，把“刚直为人硬打硬，匠心做事实打实”的新时代“五华精神”，以及“面对困难破难攻坚，面对落后奋勇争先”敢闯敢拼的顽强作风，一代又一代传承下去。

另一方面，旨在引导全县人民群众，坚定“三百六十行，行行出状元”的信念，树立争先意识、进取意识，以“狮子般”姿态昂扬斗志、勇往直前、攻坚克难、善作善成。

蓄发展之势

掌握IP形象流量密码

杨凯分享了一个数据：“今年全球IP授权市场的规模已经达到了3600多亿美元。”很显然，这个数据背后，体现了IP的重要性和市场潜力。

一个成功的IP不仅能提升品牌价值，还能促进文化传播和商业发展。眼下，由“五华狮”组成的五华城市IP形象，生动形象地表现了这座城市鲜明的符号，也在逐步激发这座城市的内生动力。

“来一件，穿上‘五华狮’看五华中超联赛。”8月17日晚，中超联赛第23轮，梅州客家坐镇主场五华县惠堂体育场，迎战长春亚泰队。开赛前，“五华狮”主题文化衫颇受关注。

如何在众多城市IP中脱颖而出，是五华面临的一大挑战。城市IP不是一个静态形象，而是一个与时俱进、变化创新的过程。这一过程，对五华来说，是不能与发展脱钩的。

五华“一场球激活一座城”系列活动的深入推进，让更多人认识这座县城。当然，如果说给一个“总要来一趟”的理由，五华的回答有很多。这理由，可以是“中国内地现代足球发源地的足球文化”，可以是“唔食鱼生就冇人生”的客家饮食文化，可以是梅州苏区融湾“最前哨”的拼劲与干劲。

如今，这些理由，都融合于“五华狮”城市IP形象之中。“全面提高五华城市形象传播力和感染力。”一言以蔽之，五华这座城市需要发出时代的声音，需要更多发展的鼓与呼。

打造城市IP形象，五华迈出了坚实的第一步。接下来，如何干？五华同样有着清晰的路线——用好城市IP形象流量密码，在发展中探索前行。

高质量发展是时代赋予的使命，是五华振兴发展的时代机遇。能否抓住机遇，五华不光喊得响，更要干得漂亮。

身处百年未有之大变局，地处山区，不可否认的是，五华面临重重困难，底子薄、基础差、短板多、历史包袱重的现状依然突出。

用好城市IP形象流量密码，关键在“势”。讲好城市IP形象的故事，每一项工作都需要聚能起势。

今年以来，五华“头号工程”开局起势，“融湾入海”蹄疾步稳，绿美生态建设再掀热潮。这座百万人口大县日新月异，欣欣向荣。

当前，五华深入实施“百千万工程”，积极参与苏区融湾先行区建设，统筹抓好经济社会发展各项工作，力促经济实现质的有效提升和量的合理增长。这些，都是需要举全县之力落地落实的任务。

用好城市IP形象流量密码，关键在“人”。用好城市IP形象流量密码，讲好城市IP形象的故事，五华每一个人都是责任人。

以百千万群众干“百千万工程”的打法，五华举全县之力，坚持从“过日子思维”转向“发展思维”，从“投入思维”转向“产出思维”，从“自我思维”转向“用户思维”，把资源要素优先用到“打粮食”项目上，以不平衡发展破解发展不平衡，在高质量发展中跑出“加速度”。

从干部干、群众看，到干部合力干、群众主动干，当下的五华已经形成百千万群众干“百千万工程”的浓厚氛围，让“百千万工程”惠及千家万户，万千乡村焕新颜。