

爱上长治的 N 个理由

——第十六届全国大学生广告艺术大赛山西赛区评审会评委(部分)专访

仲夏七月,万物葱茏。7月3日,第十六届全国大学生广告艺术大赛山西赛区评审会在我市滨湖文旅服务中心盛大举行。

评审中,来自北京、上海、广州、深圳、浙江、山东等省市的40位大广赛资深评委齐聚一堂,用专业视角解析艺术创意,对参赛作品进行全面评判。经过多轮评审和热烈讨论,一批以“爱上长治的N个理由”命题参赛的优秀作品脱颖而出,为宣传长治形象、展示

长治魅力增色添彩。

设计精妙的选题,底蕴深厚的人文历史,景色迤迤的自然风光……本次活动让众多评委发出“长治太行了”的由衷感叹。评审期间,本报记者对部分评委进行了专访,他们点评参赛作品,畅谈长治发展,为我市着力打造文旅康养“五大品牌”,加快建设全国资源型城市转型升级示范区、现代化太行山水名城、国内一流国际知名生态文化旅游目的地建言献策、聚势赋能。

以城市命题彰显格局和智慧

评委名片

韩志强

大广赛组委会副秘书长、山西赛区负责人,山西大学美术学院数字媒体艺术系主任、品牌与传播研究中心主任



韩志强

“爱上长治有N个理由,来长治只需要一个理由,这是一座文化底蕴深厚的城市!”作为大广赛组委会副秘书长、山西赛区负责人,也是此次长治命题组组长,韩志强认真审阅每件(组)参赛作品,越看越惊喜,越看越兴奋。

今年5月,我市发布第16届大广赛的第十九个选题——“爱上长治的N个理由”,这也是今年大广赛中唯一一个以城市命名的选题。提及长治发布的选题,韩志强满面笑容,“虽然时间紧、任务重,但长治市委、市政府高度重视活动策划和推进,市委宣传部积极精心组织城市宣介,最终结果令人惊喜。”

短短一个多月的时间,长治大广赛宣介人员先后走进北京、天津、南京、合肥等地,借助制作精良、画面清晰的视频,让广大参赛者领略太行山水之美,感悟长治古韵悠长。一个个神话传说、一段段红色故事、一座座古建筑瑰宝,让每一位创作者大为惊叹。

参赛作品征集期间,全国1800多所高校学生以“爱上长治的N个理由”为题,创作作品24000余件(组),作品以策划文案、短视频、平面设计等形式,围绕印象长治、青春长治、智汇长治、活力长治、品质长治五个方面,全面生动地展示了长治悠久的历史、丰富的红色和古建筑资源,以及得天独厚的自然环境。

“短时间能够吸引如此众多学生参赛投稿,说明这次长治发布的选题具有很强吸引力,不仅准确捕捉到网络传播敏感性,也成功引起年轻人创作欲望,是一个准确把握年轻人审美脉搏和新媒体时代传播特点的命题,彰显了命题智慧。”韩志强说。

大赛创作期间,全国累计参与讨论人数超过百万人次。许多大学生通过网络开始关注长治和长治的文化内涵,其中不乏大量创作者带着探索的兴趣来到长治、了解长治、爱上长治。他们将对长治的喜爱融入到广告创意中,为长治注入青春活力,凝聚起蓬勃发展的力量。

“来到长治,才能知道长治有多好。”韩志强表示,希望未来长治可以吸纳创意新颖、设计别致的大广赛优秀作品,为打造城市品牌助力添翼。

这是一次很“燃”的城市推广

评委名片

吴冰冰

博士,上海师范大学影视传媒学院副教授、硕士生导师



江绍雄



刘秀伟

从参赛选手,到指导老师,再到如今的大广赛资深评委,吴冰冰见证了大广赛20年发展历程,对长治这次发布的命题感触颇深。

“2005年,我第一次以学生身份参加大广赛。因为是广告设计大赛,所以选题几乎集中在商业品牌上。虽然后面增加了地方土特产、热门景点等命题,但整体依旧偏重于商业化。”从选手到评委,吴冰冰对长治以城市命名的选题印象深刻,“这是一次从商业品牌到区域城市形象推广的跨越,既为大赛注入新活力,也是长治一次具有前瞻性的尝试。”

以文塑旅,以旅彰文。去年以来,我市积极打造“中国神话之乡”“中国古代建筑艺术博物院”“中国革命根据地红色文化展示区”“中国太行风光揽胜处”“中国康养福地”五大品牌,努力把文旅康养产业打造成为战略性支柱产业和民生幸福产业,为长治高质量发展注入强劲动能。

“以城市命名参加大广赛,吸引更多人走进长治、了解长治、爱上长治,在带来话题热度的同时,无疑也将带来高人气,成为一个优秀的城市旅游宣传案例,掀起长治旅游新热潮。”在指导学生完成参赛作品过程中,吴冰冰切实体会到,为了更直观、更深入地了解长治,选手们不仅通过网络搜集大量资料,还亲自走进长治,感受这里厚重的历史,领略山水壮美,接受红色教育,品尝特色小吃。

“这是一次很‘燃’的城市推广,希望更多人能够记住这座城市的名字——长治!”评审会现场,吴冰冰一次次竖起大拇指为长治点赞。

在青年人心中种下梦的种子

评委名片

丁洁

广西艺术学院影视与传媒学院广告系主任、副教授、硕士生导师,大广赛广西赛区负责人



吴冰冰



项建中

才思与创意齐飞,想象共未来一色!

大广赛,是一个真题真做的师生共创实践过程。在这个过程中,指导教师的专业教学水平得以锻炼,同学们的创造力被最大限度激发。在这个过程中,长治——以城市之名,向广大广告学子发出邀请,邀请他们以青春之名、以大赛为媒,集思广益、勇于创新,描绘这座城市的星辰大海。

“今年参加大广赛的广西高校覆盖率达78%,这意味着,在广西78%的高校中,学生们记住了长治这个名字。”“爱上长治的N个理由”,成功命中了青年大学生对旅游和文化的热爱,他们开始关注这座北方城市,对长治充满憧憬,在心中种下一颗逐梦青春的种子。”作为大广赛广西赛区的负责人,初次来到长治的丁洁,深深被这里的一切打动。

“在评审广西赛区作品时,我看到许多反映长治神话传说、红色故事的作品,这些内容如今已经成为学生专业课堂上的思政元素。”丁洁介绍,第一次看到长治宣传片时,就被“爱上长治的N个理由”和“走进长治的N个理由”内容深深吸引。当她通过网络数据深入了解长治后,透过其悠久的历史感受到了这座城市的青春力量。

“创意我无限”,是第16届大广赛主题。丁洁见证了创意与创新的碰撞,年轻一代的创意与青春风采在这里得到充分展现。“青年广告学子用他们独特的视角和无限的想象力,在新兴时代的浪潮中扬起风帆,为长治品牌塑造注入新智慧、新活力、新动能。”丁洁说,这次大赛在青年学子心中种下一颗种子,期待未来可以在长治这片沃土生根发芽开花,结出累累硕果。



丁洁



钱磊

评委名片

江绍雄

华侨大学美术学院教授,艳遇中国首席设计师,第15届大广赛全国评审主席

在第16届大广赛上海赛区,一名大学生在以“爱上长治的N个理由”为题创作时,作品“长治太行了!”道出了现场众多评委的心声。

一路驾车由南向北,太行山的风吹进了江绍雄的心里。这是他第3次来到山西,与前两次相比,这一次到长治当评委,江绍雄从最初不抱期待,到最后惊叹连连。他说:“第一次在北方看到近似南方的景致,没想到这座城市具有如此时尚的国际眼光。”

生活工作在南方城市,江绍雄对夏天的闷热习以为常。直到仲夏七月来到长治,他感受到夏季前

太行山上,长治太行了

所未有的凉爽与惬意。“这里水天湛蓝,绿植茂盛。雄山峻水尽显北方豪迈硬朗,湖畔亭台浸润南方细腻温婉,是一座让人来了还想再来的城市。”望着水天相接的漳泽湖,江绍雄有感而发。

美的事物,总会吸引更多关注。长治史前神话众多,境内古建筑达3500余处,经唐至清,历七朝而不断,珍品孤例众多。八路军总部、中共中央北方局等众多党政军机构长期在此驻扎,革命先辈的足迹遍布长治大地,八百里太行最壮美风光集聚于此……长治得天独厚的历史人文、自然风光,为众人爱上长治留下N个理由,让人发出“长治太行了!”的由衷赞叹。

“‘爱上长治的N个理由’选题看似低调,但让学生觉得时尚且雅致,丰富的创作元素,让人产生创作的欲望。”江绍雄表示,此次大广赛对长治品牌的打造和推广将产生巨大助力,期待以长治城市命题创作的作品,能够在全国大赛中斩获佳绩,让更多人看到这座集神话、古建、红色、自然风光和康养胜地为一体的城市。

擦亮名片叫响地域文化品牌

评委名片

刘秀伟

教授,北京服装学院广告系主任,大广赛总决赛资深评委

7月2日,大广赛山西赛区评审前一天,刘秀伟教授来到长治。

前往驻地途中,刘秀伟脸上挂着笑容,眼里皆是惊喜。“以前只知道长治是革命老区,红色资源丰富,没想到自然风光也这么美,来了都不想走。”说着,刘秀伟举起手机,向记者展示着沿途拍摄的风景。

作为大广赛总决赛资深评委,刘秀伟透过各个赛区作品,对长治有着自己的印象——神话起源、古建筑、红色革命、太行美景、康养福地。“学生们紧扣主题,通过或青春活泼,或大气磅礴,或精美绝伦的艺术表现形式,让我对长治有了更立体、更全面的了解。但是,当我真正踏上这片土地时,才深刻体会

长治将走向更广阔的舞台

评委名片

项建中

浙江工业大学之江学院教授,戛纳国际广告节评审,浙江华林广告有限公司董事长、导演

“上党从来天下脊”,历史上为长治留下浓墨重彩的一笔。

“爱上长治的N个理由”,第16届大广赛为长治抒写下新时代的华章。

“长治是一座具有国际审美的城市,这里有太多美的元素,每一个都能够成为长治新的品牌。”作为大广赛山西赛区评委,项建中对长治赞不绝口。

提起项建中,许多人或许并不熟悉。但对于许多“80后”而言,对中国第一个动漫广告——小白兔儿童牙膏则记忆深刻。2000年后,一句“廉洁,让生活更美好”的公益广告宣传语,更是深入人心,影响了许多人。这些广告创意和作品,全部源自项

建中。

多年来,这位戛纳国际广告节评委、亚太广告节国际评委,CCTV国际电视广告大赛评委,一直深耕于广告推广领域,曾先后多次荣获蒙特勒国际广告金奖和中国广告节金奖。

7月2日,项建中第一次走进长治,发出“来晚了”的感叹。“我之前来过山西很多次,很遗憾没有到长治转一转。直到这次作为评委走进长治,我才发现这座城市实在是太美了。”作为一名大学教授,项建中时常会在上海、浙江、江苏等地高校为青年学子做讲座,其中山西的许多元素,会被他选为范例,向学生加以讲解和展示,“真没有想到,长治拥有这么多具有中华文化和民族品格代代相传的元基因,是一座有历史、有故事、有文化、有风景、有温度的城市,这些都将助力长治叫响品牌,走上更广阔的国际舞台。”

书写青春故事,释放城市活力。在创新与智慧的碰撞中,自然与历史完美融合,古建与传说见证历史。长治,正以日新月异的态度,开放包容的态度昂首阔步走向更广阔、更前沿、更多彩的舞台。

用年轻“画”和“话”讲好长治故事

评委名片

钱磊

广州美术学院视觉系副教授,大广赛资深评委,北京2022年冬奥会吉祥物冰墩墩主创人员之一

这里是上党战役的主战场,是“女娲补天”“神农尝草”“精卫填海”“羿射九日”“大禹治水”等众多史前神话的发端地。这是大广赛资深评委、北京2022年冬奥会吉祥物冰墩墩主创人员之一钱磊对长治的最初了解。

“在广东赛区评审时,我看到有学生将神农氏设计成了非常可爱的动漫形象,炎帝变得有性格特征,具有亲切又可爱的‘网红’气质。当时看着那组作品,我就想有机会一定要到长治走一走、看一看。”钱磊说,通过大广赛的作品,他看到了更鲜活、更立体、更多元的长治。

长治,深厚的人文、独特的风景,蓬勃的发展活

力与和谐生态,这个充满梦想与希望的城市,总有一个理由令人心动。“大广赛搭建了一个让青年学子了解长治的平台,而长治牢牢抓住了这次展现自己的契机,让更多年轻人知道长治,并用他们年轻的‘话’和‘画’表达出长治的美好。”钱磊介绍,这次大赛是长治悠久历史、丰富历史文化、优美自然风光与年轻人智慧的碰撞,具有很强延续性,将极大助力城市文旅事业持久性发展。

深入基层、深入生活、扎根人民,用优秀的广告艺术作品更好地服务社会。“大广赛参赛人员都极具活力和想法,他们努力将文化创意转化为文化产业。”钱磊说,长治这次发布的命题,正中年轻人的喜好,符合他们的思维模式,吸纳全国各地年轻人踊跃参加,为城市品牌推广集思广益,真正做到讲好长治故事。

创作需要创新,需要青春与活力,城市发展亦是如此。一幅幅平面设计构思新颖,一个个短视频温情幽默,一个个策划案别出心裁……钱磊在太行山孕育的长治特有元素中,发掘最具代表性的作品,展望着这座城市的青春力量和蓬勃希望。