

探究文化创意产业对城市品牌传播的有效途径

邓 岚

(泉州师范学院 福建 泉州 362000)

【摘要】伴随着我国对文化创意产业的重视,我国的文化创意行业在不断的发展。社会经济的腾飞推动了城市品牌逐渐成为大家关注的焦点,如何将城市品牌以文化创意产业为新的载体,推进彼此关系的促进是现今的重要问题。本篇文章将着重对彼此的关系进行论述,提出相应的传播城市品牌的有效途径。

【关键词】文化创意产业;城市品牌传播;途径

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2020.06.849

文化创意产业作为城市品牌传播的重要载体和核心竞争力,二者相互促进,共同发展。通过文化创意产业传播城市品牌是一个城市发展和提高竞争力的重要环节,对内能增加城市的凝聚力,对外能扩大城市的吸引力和影响力。产业在发展过程中以资源消耗小,环境污染少著称,而同时伴随着带来的是附加值高。而在文化创意产业之中,城市品牌的传播程度逐渐成了文化创意产业的核心,搭乘着文化创意产业这一载体,城市品牌的传播更上一层楼。

一、文化创意产业概述

在地球村的世界发展浪潮之下,形成的显现以创新驱动为重点的新型产业模式,重点为一种主体文化或因素依赖于个体或是群体,以科技、创新与集群化的形式来对知识产权进行整体行销的行业。文化创意产业的中心点即为最大化地将人所具有的创造力充分展现出来。“创意”为催生新生事物的动力,在当代崇尚于“内容至上”,不仅是固有的传统化媒介影视产品,或者新兴产业,如动漫、数码等形式,优质的产品是一切资本运作的前提条件,源自人的无限创造力而产生的优质产品。“创意经济”也由此成了文化创意产业的一种特质,人们所具有的创造力也即核心竞争力,文化创意产业的生命力即为由自我创造推动个性化方式的创造性。

二、城市品牌传播的内涵及意义

城市品牌对一个城市经济发展起着重要的推动作用。城市品牌的塑造是一项内涵丰富的系统工程,具有一套完善科学的塑造体系。城市品牌得到广泛的传播,其重点就是将构建的城市品牌的形象和精神内涵及时的告诉公众,让公众广泛的了解。在推广的过程中包含着诸多方面,我们可以就城市的生态环境和文化素养进行着重的发展和规划,也可以针对该城市的经济指标以及精神内涵进行推介宣传。城市品牌本身的竞争能力能够让公众深入认知,让这所城市能够为公众所深且认同。同时,公众也要对该城市的社会经济发展以及其居民生活幸福指数得到广泛的支持,这方面是与民生息息相关的,公众也更容易产生认同感和共鸣感。所以我们要将城市品牌广泛的传播,并且得到积极意义上的正面回馈。

三、文化创意产业传播城市品牌途径

城市经济发展规划布局中,城市品牌是一个非常重要的环节,决定着城市今后的发展方向,也对文化创意产业可持续发展有着重要的作用。无论从理论角度还是从案例角度来看,文化创意产业对城市品牌的提升具有重要意义。甚至可以说,一个城市的形象就是由文化创意行动、精神与表征物构成的。

1. 创新发展与品牌构建齐抓共管

(1) 创新发展是关键

文化创意产业所展现出来的高附加值的特性能够提升社会经济的发展速度,同时,其表现出来的深层透彻性的理念也能够为人们价值理念做出有效的传播。而该产业本身的产业结构需要不断的进行重组和优化,这样才能够保证其创新性。该产业本身的两项特质也要求了产业需要与其他产业相融合进行拓展而形成新型的发展模式。持续高效的创新发展,才能够保证文化创意行业有着源源不断的生命力。推动社会第一产业和第二产业的关键性发展,促进社会整体性的进步也离不开创新。

(2) 品牌构建是核心

一个产品要想有这些名的竞争力,那么就是需要拓展文化产品本身的品牌化之

路。对于产品有着明确的品牌定位,才能够提升该产品的竞争力。品牌的成长和传播需要明确清晰的构建品牌本身,文化产品品牌亦然。城市品牌附加值的增值是需要对文化产品自身的品牌化之路有着明确的定位。

2. 结合城市定位发展文化创意产业

(1) 历史文化遗产与文化创意产业结合

我们在构建一个城市品牌时,要注重挖掘该城市的文化特色,而不能照抄照搬其他城市文化的,创造出来的城市品牌就是千篇一律,没有什么特色。放进品牌时,我们要对城市身份有着一个明确的定义,简单来说,就是对该地的历史文化的人文遗产进行保护。我们需要传承历史文化遗产的同时也要在这基础上创新,创新是创建一个文化创意产业的关键点。平衡好传承和创新之间的关系是其重要的契合点,也是我们对于城市本身身份定位的一个关键之处。

(2) 生态自然资源与文化创意产业结合

要想让城市品牌形象走得更远,走得更好,我们更需要将生态,自然资源环境与文化创意产业进行结合。城市或者地区的自然风光吸引着大量的游客前来,推动城市经济环境改善的同时保护自然环境,文化创意产业也要和地方资源紧密结合起来,才能够保证城市品牌形象能够得到正面的宣传。

3. 文化旅游是城市品牌体验传播的最佳方式

一个城市品牌要想拥有着鲜活的生命力,那么让其体验传播的最佳方式就是文化旅游。传播城市品牌的过程中,文化旅游发挥着重要的地位。这些年来,我国的文化旅游产业也逐渐的发展,它促进了各地之间经济的发展,而在各地发展文化旅游时,当地的产业也被相映的带动。另外,当文化旅游行业兴起的时候,更容易将当地的特色文化和城市品牌传播到世界各地。一个城市在传播其品牌形象时,往往利用了我国多种媒介进行传播,比如电视,报纸等,近些年来,我国新媒体的发展也为传播品牌形象更添了一种传播途径,城市在传播品牌形象是利用新媒体传播其品牌获得了更大的关注度。但是即使传播的媒介再多,传播的范围再广,虚拟的城市体验印象不能够直观的对该城市的人文特色得到更深的了解。只有游客们亲自到达了一座城市,才能够对该城市的文化景致有着直观的感受,对于城市品牌中宣扬的风味小吃才能够感受得更为直接。游客们的口碑宣传才能够增加城市品牌的传播力度,给这个城市带来更好的美誉。

结语

总而言之,城市品牌传播将是一个持续性的发展过程。文化创意产业自身的附加值极高,其可促进产品的市场竞争力,也具有经济层面的高回报。在未来,随着文化创意产业的高速发展,其对城市品牌传播的影响力也会持续增加,成为城市发展的新型特色产业,为城市的进步与发展发挥出更大的作用。

参考文献

- [1]申冰.文化创意产业传播城市品牌的有效策略探析[J].美与时代(城市版),2016(03):99-100.
- [2]宋明翰.文化创意产业传播城市品牌的有效策略[J].城市管理与科技,2014,16(03):33-35.
- [3]侯君,王岩.文化创意产业时代的城市品牌传播策略[J].新闻采编,2010(06):45-46.

浅析我国物流法律制度的问题及完善

段欣然

(暨南大学 广东 广州 510632)

【摘要】改革开放以来,国内的经济增长速度不断增加,电子商务行业逐渐崛起,随着电子商务崛起的还有物流行业,当前国内的物流行业已经取得了长足的进步,在电商逐渐普及的今天,物流行业的发展却面临着一些问题,主要体现在当前国内针对物流的立法不完善方面,国内当前针对物流行业的立法存在不规范,缺乏协调性,不完善等诸多问题,本文针对物流立法进行深入研究,明确在当前依法治国的国情下,物流行业应该有怎样的发展,为相关专业人士提供理论性参考。在全面依法治国的今天,发现并解决当前我国物流行业法律制度所存在的问题,并予以解决,对于物流行业的稳定发展具有重要意义。

【关键词】物流法律制度;问题;完善

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2020.06.850

随着经济社会的快速发展,互联网技术日益成熟。网络交易平台也随之兴起,网络购物逐渐成了大多数人的主要购物选择。与此相伴,我国物流行业也急剧发展,体系日益完善,成为国内经济发展的重要支柱性产业。当今的物流行业不再是单一的物流运输,而是包括了仓储业、运输业、信息业等多元化的服务性产业。其已经成为物流行业已经成了我国经济社会发展不可或缺的部分,必须要有完善的法律制度为其稳步发展保驾护航。鉴于此,构建完善的物流法律体系已经成为我国物流行业发展中急需解决的问题。

一、当前国内的物流业发展现状

(一) 国内物流业的基本发展概况

本质上来说,我国的物流行业发展起步时间较早,早在封建社会就有较为完善的传统物流运输行业,但是在封建社会,由于当时掌权者所采取的相关政策影响,

导致国内物流行业并没有取得长足的发展,直到新中国成立以后,物流行业发展逐渐复苏,随着改革开放的深化进行,以及经济全球化的影响,物流行业逐渐复苏,21世纪以后,随着网络信息技术的不断普及化,运用物流行业也逐渐发展成为一个综合性的服务行业。

(二) 当前国内针对物流业的立法现状

就目前而言,国内并没有一部专门针对物流业的相关法律。我国当前针对物流业的立法主要是地方性的法规,虽然1996年国内出台了《邮政法》,并在随后的发展时间内,针对性的做了三次修订,但是随着物流行业的发展,国内物流由邮政垄断的局面已经不复存在,很多大公司现如今已经有了自己完善的物流系统,因此,单单靠一部《邮政法》是不能够完全满足国内物流行业的立法需求的。虽然当前国内针对不同的物流运输方式都提出了相关的法案进行支持,但是本质上来说物