



# 广州发布时长5分钟的新版城市宣传片《花开广州 幸福绽放》

## 何镜堂钟南山“讲述”广州创新故事

信息时报讯 (记者 陈子堃) 昨日, 在第130届广交会盛大举行前夕, 广州市政府新闻办举行2021年广州城市形象宣传片新闻发布会, 时长5分钟的新版城市宣传片《花开广州 幸福绽放》正式亮相, 为广交会“迎宾”、为幸福“代言”。据介绍, 广州将在2021年打造“1+11+118+N”广州城市形象宣传片矩阵, 展现广州沉淀千年的商业文化不断释放的老城市新活力。

### 广州新版城市宣传片全球发布

创新发展让“中国第一展”金字招牌经久不衰, 也让2230多年的广州城历久弥新, 城市宣传片亦在不断出新出彩。广州素有“花城”之美誉, 从2017年的《花开广州 盛放世界》、2019年的《花开广州 汇聚全球》, 到2021年新版宣传片《花开广州 幸福绽放》(Blooming Guangzhou Beyond Happiness), 广州市以“花开三部曲”打造城市外宣品牌IP, 诠释了广州从走向世界到拥抱世界, 再到践行人类命运共同体的城市升华。

广州2230多年的沉淀和勇立潮头的激情碰撞出美妙的火花, 演绎出幸福的交响。围绕“幸福”这个核心主题, 宣传片以“传统与时尚、创新与生活、坚守与未来”为内容主线, 三个篇章分别通过“古今交融 老城焕新”“创新引领 与城共舞”“幸福乐章 与城共鸣”的影像叙事, 展现了广州打造枢纽之城、实力之城、创新之城、智慧之城、机遇之城、

### 他们眼中的广州

“这是我第三次参加广州城市宣传片的拍摄, 这次在我设计的海心桥上, 我对广州依然充满了设计创作热情, 因为这座城市也一直迸发着新的活力、新的魅力。以建筑记录时代, 用设计让城市更美好。”

——世界著名建筑设计师何镜堂院士

“很高兴参加广州城市形象宣传片的拍摄制作, 为广州代言。广州是一座充满创新活力的城市, 这次宣传片很好地彰显了城市精神, 充分展示了传承与创新、当下与未来, 值得大家一起来传播。”

——中国工程院院士钟南山

### “1+11+118+N”广州城市形象宣传片矩阵

“1”是指全新的城市宣传片《花开广州 幸福绽放》;

“11”指按照“一区一特色、一区一品牌”的战略, 全市11个区结合各自区域发展规划以及区内历史文化特色, 制作具有独特魅力的区级形象宣传片, 打响区域特色品牌;

“118”指全市118家新闻发言人单位根据各自职能, 围绕各自领域, 从不同角度, 推出118个各具特色的宣传片;

“N”指各相关主题的一系列子宣传片, 通过发动具有国内国际影响力的媒体和资深媒体人、网络红人等推出相关正能量、从不同角度宣介城市的系列主题子宣传片。

品质之城的崭新形象和独特魅力, 展示了中国城市的幸福生活和美好未来, 更向世界传递出中国的文化自信和发展自信。

宣传片采用细腻的镜头语言和丰富的影视表现手法。从“城市客厅”花城广场开篇, 一组意向表达了湾区之心、胸怀世界, 时针飞转, 体现城市的发展

速度, 一组新老对比道出了老城市新活力的“双面广州”。片中, 这座城市的老街老巷“年轻”了, 乡愁记忆活了, 老西关和新“客厅”、传统非遗和现代艺术、科创走廊和精品珠江, 坚守130届的广交会在大湾区建设的澎湃浪潮中见证这座城市的崭新未来……一幅幅更开放、更品质、更活力的国际一流都市面

卷, 勾勒出追梦圆梦的幸福广州。为人民的向往而美好, 在改革的智慧中绽放, 人们踏着高质量发展的节拍与城共舞。片尾中的广州穿越古今、逐梦前行, 活力如阳, 绚烂如花, 绽放向上生长的力量。大城之大, 大在担当。广州, 就是“以人民为中心”发展思想的生动实践。

宣传片中, 有熟悉的“广州面孔”, 更有广州的“精气神”。世界著名建筑设计师何镜堂院士、中国工程院院士钟南山用他们对这座城市的感知和热爱, “讲述”广州高质量发展的创新故事。

### 广州近五年来累计举办系列外宣活动800多场

据统计, 广州近五年来累计举办系列外宣活动800多场, 其中配合国家外宣举办城市外宣活动70多场, 足迹遍布20多个国家和地区; 全市每年年均举办系列新闻发布会200多场, 近500家单位1000余名发布人参与, 设立118位新闻发言人, 举办各类新闻发布培训班10余次。精心打造了35条新闻采访线, 涵盖经济、社会、科技、文化、生态等内容的160个采访点; 全市每年共举办各类对外文化交流活动300多场, 面向40多个国家和地区, 参与人数近100万人; 全市已建立各类涉国际传播的新型智库8家, 涉国际传播的人文社科重点研究基地16个, 和中央、省相关智库机构建立国际传播战略合作23个, 机制化举办粤港澳大湾区国际传播研讨会。

## 线上线下融合办展将成为广交会新常态

### 首次向境内采购商开放邀请

信息时报讯 (记者 吴瑕) 昨日, 第130届中国进出口商品交易会(广交会)开幕新闻发布会在广交会展馆A区B层新闻中心举行, 会上介绍本届广交会总体筹备情况和广东省属地保障有关情况。广交会副主任、秘书长、外贸中心主任储士家介绍, 在商务部和广东省人民政府组织实施下, 经过各方共同努力, 第130届广交会的筹备工作进展顺利, 目前已经基本筹备就绪。今后, 线上线下融合办展的模式将成为广交会未来的新常态, 今年首届举办的珠江国际贸易论坛也将每年举办。

### 首设“乡村振兴特色产品展区”

本届广交会线下展览面积40万平方米, 仍然是疫情下全球规模最大的实体展会, 线下展按16大类商品, 设置51个展区, 展位总数19181个, 参展企业7795家。线上展保持原有约6万个展位, 约2.6万家中外企业线上参展。目前线上的企业已经上传展品278万件, 创历史新高, 其中企业标记新产品86万件。

储士家介绍, 为做好巩固拓展脱贫攻坚成果与乡村振兴的有效衔接, 本届广交会线下展首次设立“乡村振兴特色产品展区”, 所有企业免费参展。线上展同时设立“乡村振兴专区”, 对贫困地区企业不设数量限制、不设门槛条件, 鼓



第130届广交会即将广迎来宾。信息时报记者 郭柯堂 摄

励积极申报, 扩大受惠企业面。线上线下共汇聚脱贫地区企业883家。为企业降本减负方面, 为帮助企业有力开拓市场, 本届广交会大幅减收线下企业参展费用, 免收线上参展服务费, 以实际行动为企业减负纾困。

### 广东已落实注册采购商超过14万人

储士家表示, 本届广交会境外采购商以线上参会为主。在全球范围内开展采购商营销和邀请工作; 邀请在华外资企业线下参会, 全面提升服务水平, 加强培训指引, 为境外采购商提供增值服

务, 力争境外采购商线上热度不减, 线下踊跃参会。

线下展以邀请境内采购商为主。本届广交会以国内国际双循环为主体, 向符合资质的境内企业开放邀请, 这是广交会首次向境内采购商开放邀请, 取得了积极的成效。

据广东省商务厅厅长张劲松介绍, 本届广交会在招商招展方面超额完成了商务部下发的任务。截至12日晚, 广东全省已落实注册采购商超过14万人, 线下参展的企业1280家, 展位是4682个; 线上参展的企业4292家, 展位是12936个。

### 展馆周边新增1800多个停车位

发布会上, 广东省商务厅厅长张劲松介绍, 疫情防控方案体系涵盖了不同场景下, 现场处置、人员追踪、核酸筛查等快速应急处置措施和流程; 同时涵盖了人员健康管理、核酸检测、场馆消毒清洁等多个方面, 抽调防疫卫生专业人员100余人进驻广交会专用接待酒店等。“十项措施具体包括严格落实各项常态化的防控措施, 优化完善参展参会防控措施指引, 细化核酸检测点的布局, 实行全程闭环管理, 全链条、可追溯, 全员核酸检测, 全部查验准入, 全面环境消毒等措施, 织密覆盖参展参会的人员入境货物、物品、冷链食品以及重要交通枢纽、公共交通、公共场所、餐饮场所、宾馆、展馆等重要节点的疫情防控网络。”张劲松说。

为做好城市保障工作, 广州在20个方面进行全面提档升级。其中, 广交会展馆周边新增1800多个停车位, 设立1条机场大巴专线, 做好出租车运力保障, 地铁客流疏导, 优化能源供给等。

而在医疗保障方面, 广交会期间将配强医疗保障力量, 在全市12家医院中选派了160个专业骨干, 驻点广交会专用酒店、展馆, 确保广交会安全顺利举办。