

人人心中都有一座城

25岁摄影师制作“民间城市形象宣传片”,引发热议

你心目中的南京城市形象是怎样的?怎样的城市宣传片才能展示南京独特的魅力?近日,快报面向广大读者征集“金点子”,不少人表达了自己的观点,提出了好的建议。

这两天,一段时长3分钟、反映南京城市风貌的短片在网上广泛流传。这是一位25岁的摄影师制作的,他用自己的视角展示了南京这座城市的形象,引来大量网友关注和热烈讨论。



《看不见的城市》视频截图

一个不在南京的南京人,看到这个视频突然让我想到,故乡其实是个可以回去的地方,那里有父母,那里有小时候住过的房子,还有一群朋友。

大家通过短片发布的微博了解到,短片的制作者南师大毕业的一名学生,不少人称赞他“很棒”“的确很牛”“肯定会火”。不少人对他产生了好奇,他为什么制作这个短片?短片到底是如何制作的?

作者是位25岁的摄影师

昨天下午,记者联系上了短片的制作者——25岁的高峰,他是南京师范大学新闻与传播学院2005级广播电视编导专业学生,2009年毕业,目前在南京一家网站担任专职摄影工作。“我是扬州人,在南京上学四年,很喜欢南京这座城市,所以制作了短片。”高峰说,这个短片不同于官方的城市宣传片,应该算是一个“民间的城市形象宣传片”。

高峰说,为了制作这个短片,他花了一周左右的时间,“光拍照片就拍了4天,后期制作用了三四天”。短片看上去是一段视频,但实际上这是采用一种叫

“延时摄影”的手法制作而成,也就是说,视频中所展示的画面虽然是流动的,但实际上是用一帧帧照片剪辑而成,工作量很大。

“这种制作手法目前在国内外比较流行,国内有不少人也开始制作了,短片既有视频的流动、延展性,又有照片的质感,摄像机是不可能拍出这种效果的。”高峰说,他是利用国庆7天假期制作这个短片的,当时南京的天气很好,拍出的照片效果很好,“短片中用了17个场景,都是我事先想好的,既有城市全貌,又有普通市民的生活场景,拍出我眼中的南京城市形象。”高峰说,17个场景共拍了1500多张照片,之后进行后期制作。

高峰说,他制作的这个短片是他延时摄影的“处女作”,没想到很受欢迎,他也很受鼓舞。不过高峰也有些遗憾,他觉得短片虽然撷取了法桐、街头场景,但3分钟的短片远远没能表达出南京这座城市的形象。“我本想再加一些镜头,如南京老太太的晨练,让片子更加充满生活气息,有人情味,但因为时间紧,没有来得及。”高峰遗憾地说。

“我毕业两年了,现在住在水游城附近,是租的房子,不过

我在江宁已经买房了,我很喜欢南京这座城市,如果不出意外,以后我会一直工作、生活在南京。”高峰笑着说。

每个人心中都有一个南京

不管是南京市委宣传部官方微博“南京发布”的《金陵旋律》,还是高峰制作的《看不见的城市》,都引起了大量网友关注。在你心中,南京的城市形象是怎样的,南京城市形象宣传片应该有哪些内容,每个人都有不同的看法。

昨天,网友“新长征人练红宁”告诉记者,南京是一个包容博爱、荣辱互存、文化深厚的城市,做一个包罗万象的形象宣传片,也许不容易打动人,不妨做个多版本的精华系列片,如同现在的电视台都是一台多频道,实现分众化,让全世界的人各有侧重,各有所爱,从而为南京的形象赢得人气。多版本可以包括综合版、文化版、历史版、发展版、名人版、体育版、城建版、青年版、民生版、草根版、感动版、遗迹版等,几乎包括各行各业,每版也就几分钟时间,但要尽可能把各类的故事人物都说清楚,用真情实感打动观众。

另外,南京有着2500多年历史,文化底蕴十分深厚,不妨借鉴张艺谋的电影一样玩起穿越,让古人和今人走在一起生活交流,一起载歌载舞,共同推进南京的未来,也许具有独特的视觉效果。

市民李先生说,南京人包容、进取、朴实,展示南京的形象,可以注重展示普通南京市民的生活,用平民化的视角和日常生活镜头,展示南京形象。

在一家文化公司工作的陈先生生说,每个城市都有不同于其他城市的特点,除了城市的景色、特色建筑,要更加突出“人”的表现,这个“人”不一定是名人,普通人也能展示南京这座城市的特质。

拉毛来南京 一路爱心

10月25日,西宁至南京MU2720航班上,有一个特殊的10岁藏族女孩,她叫拉毛。

小女孩就读于青海省玉树藏族自治州杂多孤儿学校四年级,在1岁时不幸被老鼠咬掉了鼻子,更不幸的是父亲早逝,母亲打零工,家庭异常贫困,根本无钱治疗。从此,这个爱美的小女孩把口罩当成了她最忠实的朋友。

从玉树到南京,从高原到平原,相距2000多公里,坐火车要两天。为此,东航江苏公司为拉毛提供了免费的往返机票。在飞机上,机组人员凑了2000元,鼓励她勇敢地战胜困难。小拉毛话不多,口罩上方的大眼睛好奇地四处打量着飞机客舱。而一些细心的旅客也察觉到了拉毛的特殊,一位出差返宁的女士从包中拿出一本《叶圣陶经典童话》,书中夹着200元,递到拉毛手中:“出门前一天还跟儿子说到拉毛要来南京治疗的事,儿子希望我能碰上就把这本书送给她,真的是很巧哎!”拉毛对这本书爱不释手,整个行程中反复地翻着、看着。

当天23点10分,飞机降落到南京禄口国际机场时,正睡着的小拉毛一下子醒了,一双大眼睛望向舷窗外,突然用汉语喊出了“南京!”看上去十分兴奋。她将在南京接受为期2年至少3次的鼻子再造手术,实现她“拥有鼻子”的愿望。

通讯员 刘建凌 赵秀丽
快报记者 毛丽萍 文/摄



小姑娘在飞机上与空姐合影

南京城市宣传片征集“金点子”

17个场景展现南京之美

这个名为《看不见的城市》的短片共用了17个场景,从第一缕阳光照进南京城开始记录,老街上买菜取报纸的人们、新街口川流不息的人群、街头茂盛的法桐、拥挤的地铁站、高档奢侈品的巨幅广告……短片均取材于南京的街头巷尾,诠释出一个独特视角下的南京形象。

这个短片画质精美,充满了浓浓的人文气息,引发不少网友关注,40多名网友留言发表评论。网友“波心holic”说,“对一个城市沉淀的爱,可能不仅仅在美的风光里,更在凹凸不平的地面上泛出的油光色彩,带着心痛与习惯,连她的不完美一起爱了。我爱她,不仅仅是因为她美的地方,还是朝夕相处的平淡与真实。”网友“妮婆婆”说,“短片表现出的这种隐晦深沉的爱更动人,不过我真的很爱南京,虽然从不曾说起,但永远不会离开。”

一位网友虽然不在南京,但很喜欢这部短片,他留言:作为

大学生压力太大,快闪!



学生在夫子庙广场跳起热舞 王月明 摄

人来人往的夫子庙广场上,突然响起动感的音乐,几十名年轻人从人群中闪出,随着音乐的节奏舞动起来,十分钟后,又迅速消失,路人看得目瞪口呆。原来,这是南师大商学院的学生们精心策划的“快闪”活动。

昨天,一阵动感音乐突然在夫子庙广场上响起,两名女生当众跳起热舞。正当路人惊讶地看着她们时,人群中闪出越来越多的年轻男女,加入舞蹈队伍。“这些人在干什么啊?”数百名行人停下脚步,开始围观。

这群年轻人跳了大约十分钟的热舞后,突然定住身体,拉出“活力青奥,减压生活——南师大商学院青协”的横幅,并齐声高喊横幅上的口号。随后他们混进人群,迅速消失在茫茫人海中。

“这不是‘快闪’吗!太有趣了!”有年轻人惊喜地喊道,而更多的路人则一头雾水,不知“快闪”为何物。

据了解,所谓“快闪”,就是一群人相约在某一特定时间、地点聚集,并在同一时间内做出令人意想不到的行为,然后迅速分散。

现在的大学生们压力不小,为了帮助大学生合理减压、健康生活,南师大商学院青年志愿者协会精心策划了这次街头“快闪”活动。

参与本次“快闪”行动的志愿者王同学告诉记者,自己平时生活的压力很大,又觉得无处排遣,就参加了这次“快闪”活动,想放松一下。一旁的小李也附和说:“现代的大学生都是‘鸭梨山大’,我希望通过参加这次活动,化‘鸭梨’(压力)为‘冻梨’(动力)!”

“快闪”这种活动玩起来十分有趣,是大学生减压的一个不错选择。”本次活动的负责人殷同学说,希望通过这次活动给大家带来减压的灵感,让大学生们快乐减压、健康生活。

通讯员 吴雨蒙 快报记者 谢静娴

开盘“冷遇”未见愁雨,反见晴 阳光帝景开盘后反热销

上周末江北一家品质楼盘阳光帝景低价开盘却被各大媒体暴出遭受市场泼冷水,并一度树立成为公积金新政不托市“典型教材”,引起了业内,乃至市民的纷纷议论。究竟公积金新政对楼市有无利好作用?25日,笔者再次亲身走访阳光帝景项目。

今天是阳光帝景项目开盘后的第三天,笔者下午到达售楼处时恰好也有几组客户在现场。交谈之下,笔者得知这些都是南京市区的市民,因为得知阳光帝景“裸价”的消息后特地找过来看看究竟这价格裸到何种程度的。笔者找到案场的置业顾问,发现销售人员个个春风满面,并无阴霾之气。置业顾问告诉笔者,截止目前为止,当天已经有21组有效客户来访了。原来阳光

帝景开盘的“负面消息”并没有给项目带来真正的负面影响,反倒引起了不知道阳光帝景项目市民的关注。

对于南京市民来讲,无论是顶山板块还是阳光帝景都是一个陌生的名词。目前顶山板块的在售项目并不多,而阳光帝景这个新项目的问世也没有做过广告,除了业内的人知晓外,对于真正的购房者来说基本都是陌生的,而对于顶山板块未来的强大利好前景就更加是甚少人知道了。这次的开盘冷遇事件反倒使这个含苞待放的项目浮出了水面。

对于为什么会以“裸奔”价入市的问题,笔者此行也得到正面的答复。据阳光帝景的销售经理介绍:“此次开发商以低价入市的策略是考虑到了在淡市中的营销生存法则。

开发商低价入市,目前阳光帝景比一江之隔的龙江的房价整整低出1.5万多元/平方米,比旁边的明发城市广场也低出了近2千元/平方米,项目后势的上涨的空间非常大。后期随着纬三路过江隧道的开通,顶山跟龙江房价价差将缩小,阳光帝景的升值潜力将一发不可收拾。而且此次开盘的优惠将会在十天以内取消,即11月1号,价格就会回到正常轨道。本身这次的低价开盘主要目的也是为了回馈VIP卡办理客户对项目的支持。”

笔者听后向销售经理提出疑问:“那现在没有办理过VIP卡的客户买你们房就没有一点优惠了吗?”销售经理回答:“VIP卡的办理工作我们仍然在持续中,看好项目的客户我们仍然可以帮客户办理VIP卡,但是在11月1日后即使是VIP客户也不能再享受开盘优惠了。”

2011年“华夏银行”杯龙舟大赛即将上演

2011年“华夏银行”杯龙舟大赛将于2011年10月29日上午在秦淮河水域激情上演,这是2009年以来的连续第三届。届时南京市民可以在外秦淮河再睹昔日龙舟赛盛况,5000年华夏拼搏争先、团结合作的优秀传统文化也将在龙舟竞渡中再次呈现。

本次龙舟大赛由华夏银行南京分行主办,比赛当天,将有十六家龙舟队在外秦淮河上拼搏竞渡,一决高低,展示风采。据了解,本次龙舟大赛有以下特点:一是参赛的队伍竞技水平较高,行业覆盖面

广。参赛队中很多都是本行业的著名企业和单位,且在历次的龙舟赛中均有不俗表现,如广厦置业、金盛集团、东南大学、扬子巴斯夫、南京金丝丽酒店、总统府、国泰君安、南师附中、港华燃气等。二是奖金高,获奖面广,本次龙舟大赛冠、亚、季军队除奖杯外,还将分别有10000元、8000元、7000元的现金奖励,四—八名也都有6000—4000元的现金奖励,九—十六名也将有3000元的保底奖励。三是设施、设备标准高,本次龙舟大赛的赛道布置将按国家标准

及正规赛事去布置,符合国家标准的比赛用龙舟将投入使用,江苏电视台城市频道届时将现场直播比赛盛况。可以说,2011年“华夏银行”杯龙舟大赛是代表南京地区最高水平的一场龙舟赛。

据华夏银行南京分行有关负责人介绍,华夏银行南京分行举办龙舟大赛,既是为了传承中华民族优秀精神,保护民俗文化,也是为了激发团队合作精神,弘扬拼搏争先的企业文化,展示企业的最佳形象,共同迎接青奥会,创建和谐南京贡献自己的一份力量。