

湖北省城市宣传语研究

王欣怡

湖北工业大学外国语学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年5月19日; 录用日期: 2025年7月14日; 发布日期: 2025年7月25日

摘要

城市宣传语作为城市品牌和形象传播的重要手段, 日益受到地方政府和城市规划者的重视。湖北省城市宣传语在语音、词汇、语法和修辞等方面都呈现出一定的语言特色, 并从自然环境、历史人文等方面凸显城市内涵。在社会价值层面, 对经济发展、文化传播等也具有显著推动作用。

关键词

城市宣传语, 语言特色, 文化内涵

A Study on Urban Propaganda Language in Hubei Province

Xinyi Wang

School of Foreign Languages, Hubei University of Technology, Wuhan Hubei

Received: May 19th, 2025; accepted: Jul. 14th, 2025; published: Jul. 25th, 2025

Abstract

As an important means of city branding and image dissemination, urban publicity language has been increasingly emphasized by local governments and urban planners. The urban publicity language of Hubei Province presents certain linguistic characteristics in terms of phonetics, vocabulary, grammar and rhetoric, and highlights the connotation of the city in terms of natural environment, history and humanities. At the level of social value, it also has a significant promoting effect on economic development, cultural dissemination, etc.

Keywords

Urban Propaganda Language, Linguistic Characteristics, Cultural Connotation



1. 引言

城市宣传语是高度概括城市自然景观、历史、文化和人文情怀,以展示城市风采、吸引游客、提升综合竞争力的城市名片。近年来,随着城市化进程加剧,各城市纷纷通过城市宣传语积极推介自己。

相应地,城市宣传语的研究开始出现,王德毅、施向东(2016)从汉语本体视角对城市宣传语进行系统分类,分析城市宣传语的构造从而形成了对城市宣传语的全面认识。如今学者们大都有意识地结合广告学、市场学、营销学、文化学、城市规划等多维度思考城市宣传语的重要性[1]。张芳山(2011)从营销学视角出发对城市宣传语的效率和效益问题进行了探讨,呼吁重视城市宣传语的经济作用[2]。肖雪锋(2013)结合部分城市宣传语从传播角度分析了语言设计上的不足之处[3]。傅琬益(2018)从翻译学视角分析了城市宣传语英文译文应达到的预期效果,提出了可行的汉译英策略[4]。赵立辉(2022)有意识地结合了文化学知识对城市形象宣传语进行了分析,并归纳总结了其中的文化内涵[5]。

整体来看,目前城市宣传语的研究展开不久,特别以省市为对象的研究尚不充分。本文拟以所搜集到的湖北省城市宣传语为研究对象,从语言学理论和文化学理论两个层面构建分析框架,以求发现湖北省内城市宣传语语言的运用规律、结构特色及其所体现的文化内涵。

2. 语言特点

2.1. 语音

湖北省城市宣传语特别注重语音的配置与协调,追求语言节奏的鲜明与轻快,具体表现在节拍、押韵、平仄的控制和使用上。

2.1.1. 节拍

城市宣传语通过有规律的语音间歇构建鲜明节奏感,吸引读者注意并增添听觉生动性。如“洪湖水,天下美”(洪湖市)为奇数三音节词语,节拍形式为“2/1”。这样设计能使语句构成简洁明了,语气亲和、朗朗上口。再如“楚国古都,三国荆州”(荆州市)“千古帝乡,智慧襄阳”(襄阳市)为两组四音节词语,“2/2”节拍,节奏鲜明、声调和谐,朗读流畅悦耳,展现汉语语音的美感。七音节宣传语的节拍为“2/2/3”,该节拍的形成与七言律诗、七言绝句相关,如“随心随愿随州城”的节拍为“2/2/2/1”,暗合七言律诗起承转合的节奏逻辑。

2.1.2. 押韵与平仄

押韵能营造出和谐统一的音韵效果,声调平仄协调可以构成抑扬起伏的音乐美,加强语言的韵律美和表达力,使得城市宣传语节奏鲜明、抑扬顿挫、格调优美,从而达到使阅读者过目不忘的效果[6]。如“人间四月天,麻城看杜鹃”(麻城市)中“天”和“鹃”的韵母为“ian”和“uan”,押“安”韵。“两江明珠,大美宜都”(宜都市)中“珠”“都”韵母都为“u”,押“乌”韵。“楚山楚水楚文化,大江大河大武汉”(武汉市)“屈原昭君故里,世界水电名城”(宜昌市)则平仄相间。这种处理方式能够体现创作者对汉语语音美学的深刻理解与精妙运用,正是韵律学中语音和谐原则的体现。

2.2. 词汇

湖北省城市宣传语在词汇形式上注重嵌入城市名称,创作个性化词语,融入成语,增强词汇的表现力。

2.2.1. 城市名称

绝大部分湖北城市宣传语提及了城市名称。这样能让阅读者对城市首先建立熟悉感,强化记忆,激发好奇心,从而达到宣传效果。有的宣传语直接将城市名称嵌入宣传语,如“涪水白云边,乐乡金松滋”。有的将城市名称拆开呈现,如“千年古邑,应来之城”(应城市)。

2.2.2. 个性化词语

不少城市宣传语巧妙地利用人们心中对日常熟知事物的潜在记忆,别出心裁地创作出新颖独特的词语组合,以引发受众的新奇感。宜都市的宣传语“宜都IDO”(宜都市)巧用英文词“DO”和汉字“都”,两者发音接近,令宣传语朗朗上口。且“IDO”通常出现于求婚场景中,意为“我愿意”,增加了浪漫氛围,既增强了宣传语的吸引力,也深化了人们对城市的认知和记忆。

2.2.3. 成语

成语是作为一种经过长期相沿习用、蕴含丰富含义的固定短语,以其独有形式和内涵,展现了汉语的独特魅力。“神韵随州,一见钟情”(随州市)中的“一见钟情”,“陆羽故里,秀色天成”(天门市)中的“秀色天成”,都通过耳熟能详的成语参与到宣传语的构成当中来增强记忆、增添韵味。

2.3. 语法

湖北城市宣传语同样注重利用语法手段来增强语言的创新表达。

2.3.1. 词类活用

孝感市的宣传语“孝感天下,情润山水”(孝感市)中就将“感”字从城市名称中挑出作为动词“感”来使用,并与后半句“情润山水”形成呼应,不仅宣传了城市,还暗含了孝感孝文化的深厚底蕴。

2.3.2. 引入感叹句

感叹句可以由一个叹词构成,也可以由一个句法结构构成。城市宣传语使用感叹句,可以对城市特色进行强调,突出放大城市独特色彩,表达对城市的喜爱和对受众的欢迎,最终目的是引起受众的注意更好地进行城市宣传。“诸葛躬耕地,传奇襄阳城!”(襄阳城)“湖北简称鄂,鄂州欢迎您!”(鄂州市)等城市宣传语使用了感叹句,直接表达出对城市的喜爱,最终引起受众的注意更好地进行城市宣传。

2.4. 修辞

湖北城市宣传语广用修辞手段,制造别出心裁的表达效果。

2.4.1. 双关

湖北城市宣传语言使用双关修辞有两种情况:语义双关和谐音双关。

语义双关是利用语句的多义性构成的双关,使一句话或短语在表面上具有一层含义,但在实际语境中却隐含着另一层更深的意义。语义双关通过利用词的多义性,能使语言的表达效果更生动、形象。“宜昌,一座来电的城市”(宜昌市)中的“来电”既指内心激起对宜昌的好感,又指将电力送入供电系统,将宜昌三峡作为重要的发电设施的城市特点体现出来了。谐音双关的使用则是通过对句中语素或词的同一读音的替换。用语素或语句中词的同音字替换来表达形式层面和内涵层面两种含义。如“屈原故里,秭归‘氧’你”,“秭归‘氧’你”(秭归市)将秭归氧气充足的特色通过谐音的方式放进宣传语句中,还能表达出原有的“滋养”意义,用“新瓶装新酒”一举两得,使宣传语不拘一格,有了别样的“弹性”。

2.4.2. 对偶

对偶句式形式整齐,结构均衡,听读顺畅,加之所用词语词性大致形同、意思相关相近,便于记忆

传诵。运用对偶的城市宣传语有 19 例, 占比较大。例如“楚韵虾乡, 大美潜江”(潜江市)“陆羽故里, 秀色天成”(天门市)“百里黄金地, 江南聚宝盆”(黄石市)。

2.4.3. 仿词

仿词通常是利用被仿体的近义、反义、谐音, 故意模仿已有的词语而更换某个词素, 在联想中临时创造一个新的词语[7]。恩施市的硒矿蕴藏量位居世界第一, 其独特的地理位置和地质条件使得这一地区成为全球天然生物硒资源最密集的地区。而恩施市的城市宣传语“氧生福地, 硒有恩施”(恩施市), 将“稀有”换为了“硒有”, 又因恩施作为“天然氧吧”山林多, 处于地球最神秘的北纬 30 度地带, 癌症比例是全国平均值的 5%, 故将“养”换为了“氧”。

2.4.4. 用典

用典多见于诗歌中, 诗人通过援引古籍中的典故、故事或经典词句, 以含蓄而富有张力的方式, 将丰富的情感、深邃的思想融入作品之中。城市宣传语的设计中也有用典的出现, 例如“诸葛躬耕地, 传奇襄阳城!”(襄阳市)就是以《三国志·诸葛亮传》“躬耕于野, 不求闻达”的典故来彰显襄阳市悠久的文化和历史特色。

3. 城市形象定位

城市形象的定位对于现代城市的经济社会发展意义重大, 是一座城市外在表现以及其内在文化底蕴的综合展现。湖北省城市宣传语一般定位于自然、历史文化及人文特产等因素来塑造城市形象。

3.1. 定位于自然环境和自然资源

许多城市的宣传语以自己城市的山水、美丽环境作为宣传重点。如“屈原故里, 秭归‘氧’你”(秭归市)中, 秭归凭借平均千米以上的海拔高度, 凭借年均 11℃左右的适宜温度, 以及超高的森林覆盖率、空气中高浓度的负氧离子、土壤中富含的硒元素, 被称为是夏季天然的避暑康养胜地。

有些特色自然资源会成为城市经济发展的重要依托。湖北省许多城市以此作为城市宣传语的内容。如“香城泉都, 温馨咸宁”(咸宁市), 咸宁拥有丰富的温泉资源。咸宁地处扬子台地带咸宁一大冶凹陷断裂构造带上, 仅在主城区及周边就集中了“一城十二泉”, 因此成为“泉都”。

3.2. 定位于历史事件和历史人物

历史悠久是一个地区值得自豪的重要因素。有的城市的宣传语就抓住这一特色, 将城市本身的古老文明体现得淋漓尽致。如“英雄水乡, 诗画洪湖”(洪湖市)与革命战争有关, 是取自抗日战争时洪湖赤卫队的英雄事迹。

一些城市将名人放在宣传语中, 通过名人的声望来提升城市的知名度, 如“诸葛躬耕地, 传奇襄阳城!”(襄阳市), 诸葛亮隐居襄阳史实, 青年诸葛亮经隆中对策辅佐汉室、实现三足鼎立的历史局面。再如“屈原昭君故里, 三峡生态名城”(宜昌市), 宜昌是战国时期诗人屈原的故乡, 也是楚文化发源地之一。屈原担任过楚国的丞相职务, 为楚国的发展和繁荣做出了显著的贡献。而昭君出塞终结了汉匈百年战争, 维护了两族六十多年的和平局面, 还促进了汉匈经济文化交流, 推动了匈奴的文明进步。

3.3. 定位于特色物产与特色建筑

商品经济时代, 不同地区往往会有自己生产的特色商品, 因此, 特色商品或与商品有关的文化内涵便常出现在城市宣传语中, 达到借助商品渠道提高自身形象的目的。如“楚韵虾乡, 大美潜江”(潜江市), 潜江市将“虾”作为宣传亮点, 也能借助著名美食“潜江油焖大虾”扩大知名度, 湖北潜江市被称为“中

国小龙虾之乡”。

4. 城市宣传语的价值与影响

4.1. 经济价值

城市宣传语作为城市品牌和形象传播的重要手段，具有显著的经济价值。通过语言符号的商业化运作，城市可以吸引更多的游客、投资者和人才，从而促进城市经济的发展。例如，咸宁市以“香城泉都，温馨咸宁”为宣传语，成功推广了其温泉资源，带动了当地旅游业的发展。湖北省以潜江市“楚韵虾乡，大美潜江”为例，该宣传语将小龙虾产业与城市形象深度绑定，据潜江市统计局数据，2024年小龙虾相关产业产值达580亿元，带动就业超15万人，这也验证了市场营销学“品牌资产理论”，宣传语作为品牌口号能显著提升产业附加值。

4.2. 文化价值

城市宣传语也是城市文化的重要载体。通过宣传语，城市可以展示其独特的历史、文化和人文情怀，增强市民的文化认同感和归属感。例如，宜昌市以“屈原昭君故里，三峡生态名城”为宣传语，凸显了其作为历史文化名城和生态旅游胜地的地位，将历史人物与现代工程并置，实现文化传播的“传统与现代对话”。屈原的爱国精神、昭君的和平信仰与三峡工程的科技成就共同铸就了多元文化符号，增强城市文化包容性。而恩施“氧生福地，硒有恩施”通过“硒”“氧”绿色健康概念创新，将生态智慧与现代健康理念联结，推动非物质文化遗产的现代传播，恩施凭借该宣传语加强“中国天然氧吧”的社会印象，促进了民族文化的显性传播。

4.3. 社会影响

城市宣传语对社会也有影响。它不仅可以提升城市的知名度和美誉度，还可以激发市民的自豪感和责任感。孝感市“孝感天下，情润山水”将“孝”文化从城市名称延伸为城市文化内核。不仅增强了对孝文化的认同，还能体现“符号强化群体归属”的机制。这些宣传语都能将城市形象内化为市民的文化自信，帮助形成社会认同感和自豪感。

5. 结语

文章基于语言学与文化学理论框架，对湖北省城市宣传语的语言特色和城市形象定位进行了较为全面的分析，研究成果可以为城市宣传语文案设计制作人员提供有价值的参考，希望本文还能对城市宣传语的研究和实践提供有价值的见解和启示。

参考文献

- [1] 王德毅, 施向东. 谈城市宣传语[J]. 语文学刊(外语教育教学), 2016(5): 6-10.
- [2] 张芳山. 城市宣传语与品牌营销[J]. 决策, 2011(Z1): 62-63.
- [3] 肖雪锋. 论城市形象传播中的城市宣传语[J]. 新闻知识, 2013(9): 37-38.
- [4] 傅琬益. 城市宣传语汉译英研究——以四川省为例[J]. 校园英语, 2018(10): 193-194.
- [5] 赵立辉. 城市形象宣传语的文化分析[J]. 今古文创, 2022(12): 102-104.
- [6] 杨月蓉. 实用汉语语法与修辞[M]. 重庆: 西南师范大学出版社, 1999.
- [7] 胡习之. 核心修辞学[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2014: 329-330.

附录：湖北省各城市宣传语

Table S1. City slogans across Hubei Province
表 S1. 湖北省各市城市宣传语

城市名	宣传语	城市名	城市宣传语
武汉市	武汉，每天不一样	潜江市	楚韵虾乡，大美潜江
	楚山楚水楚文化，大江大河大武汉	天门市	陆羽故里，秀色天成
黄石市	黄石，一个点石成金的地方	神农架	世界那么大，我想去神农架
十堰市	十堰，一个人人称道的地方	恩施(州)	氧生福地，硒有恩施
荆州市	楚国古都，三国荆州	随州市	随心随愿随州城!
宜昌市	宜昌，一座来电的城市	房县	诗祖故里，乐在房县
	屈原昭君故里，三峡生态名城	秭归县	屈原故里，秭归“氧”你
襄阳市	千古帝乡，智慧襄阳	丹江口市	南水润北方，寻源丹江口
	诸葛躬耕地，传奇襄阳城!	石首市	山德水韵，锦绣石首
鄂州市	空港新城，田园鄂州	洪湖市	洪湖水，天下美
荆门市	中国农谷，长寿荆门	松滋市	浣水白云边，乐乡金松滋
黄冈市	多情大别山，风流看黄冈	宜都市	宜都 I DO!
孝感市	孝感天下，情润山水		两江明珠，大美宜都
咸宁市	香城泉都，温馨咸宁	应城市	千年古邑，应来之城
仙桃市	人间仙桃，梦里水乡	麻城市	人间四月天，麻城看杜鹃