

จีนเปิดตัวแบรนด์ UPanda หวังเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ในจีนและทั่วโลก



“A Pu Panda” ตัวการ์ตูนแพนด้ายักษ์ที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมอันหลากหลาย คือผู้ชนะในการประกวดออกแบบสัญลักษณ์แพนด้ายักษ์ระดับโลก ภายใต้การนำของสำนักงานคณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของรัฐและสำนักบริหารป่าไม้และพื้นที่สีเขียว ซึ่งร่วมกันจัดโดยศูนย์สื่อสารประชาสัมพันธ์ระหว่างภาคพื้นของจีน (CICC) และศูนย์วิจัยและอนุรักษ์แพนด้ายักษ์แห่งประเทศไทย โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการจัดการประกวดออกแบบสัญลักษณ์แพนด้ายักษ์ระดับโลก การประกวดนี้เปิดฉากขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2562 และมีผลงานส่งเข้าประกวดรวม 2,023 ผลงาน จาก 22 ประเทศและดินแดนทั่วโลก

หลังการแข่งขันนาน 4 เดือน ผลปรากฏว่า “A Pu Panda” ซึ่งออกแบบโดยคุณหวัง เทียน ชื่อ ได้รับรางวัลชนะเลิศ เนื่องจากสะท้อนถึง “แพนด้ายักษ์และคนรุ่นใหม่” ได้อย่างสมบูรณ์แบบ ด้วยการแสดงออกถึงลักษณะเด่นของคนจีนรุ่นใหม่ ได้แก่ ความไม่หยุดนิ่ง ความมีชีวิตชีวา การมองโลกในแง่ดี ความเชื่อมั่นในตัวเอง และการมีจิตใจเอื้อเฟื้อแบ่งปัน

พิธีประกาศผู้ชนะการประกวดออกแบบสัญลักษณ์แพนด้ายักษ์ระดับโลก ได้จัดขึ้นในวันที่ 12 มิถุนายน ณ กรุงปักกิ่ง ประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีการเปิดตัวแบรนด์ UPanda สู่นักดาราศาสนาชน พร้อมเปิดเผยโปรเจกต์ต่างๆ ของ UPanda เช่น แอนิเมชัน เพลง อีสปอร์ต แฟชั่น และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดย A Pu Panda จะเป็นต้นแบบของแอนิเมชัน และจะมีการเปิดตัวคาแรคเตอร์ใหม่ๆตามมา ขณะเดียวกัน UPanda และ People E-sport จะร่วมกันสนับสนุนคนรุ่นใหม่ทั่วโลกในการแข่งขันอีสปอร์ตระดับนานาชาติหลายรายการ นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกับ China Green Foundation ในแผนปฏิบัติการ “Panda - Nature - Education” เพื่อเปิดโอกาสให้วัยรุ่นจากจีนและต่างประเทศได้เรียนรู้เรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและลงมือปกป้องแพนด้ายักษ์

ในอดีต แพนด้ายักษ์เป็น “ทูตพิเศษ” ของจีน และตอนนี้แพนด้ายักษ์ก็เป็นสะพานเชื่อมระหว่างจีนกับประชาคมโลก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเข้าถึงคนรุ่นใหม่ทั้งในจีนและทั่วโลก

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20190612/2493113-1>