### 申请理由

“城屿”文化品牌”是前国创项目“小城之美”文化品牌的延续发展和全面升级。自二零一九年起，“小城之美”就开始关注年轻人的精神文化世界，将自己定义为“为忙碌的职场群体送去一份独属小城的悠然与逸畅，抚平焦灼，舒缓悲伤，重建喧嚣之中能够享受静谧与美好的精神‘后花园’”。在“小城之美”的基础上，“城屿”决心进一步推进，建立目标受众更为广泛的美学平台，打造符合当代人审美的生活美学文化品牌。

得益于团队成员多由新闻与传播学院富有工作经验的同学组成，团队具有良好的视频、文字内容生产能力和线上线下活动策划经历：团队下设专门生产相关内容的视频部、内容部，策划活动与宣传的公关部；同时，创作团队也技术能力能力较强的成员，以帮助线上内容和平台落地。在团队对媒介的深入理解和尝试下，在项目申请前期已经与老师合作制作了播客《美学公社》、视频《美学深井》、线上平台“城屿habitat”和相关矩阵账号，公众号也已经输出近百篇优质的文化内容。近来，团队逐渐意识到线下活动的举办对于当代人审美的体验与线上一样重要，所以团队已经开始线下活动策划，力图将生活美学文化以更立体和更具象的方式传递。

随着三年对当代人生活美学的关注，团队逐渐意识到在后疫情时代下，生活美学不仅应该是一种影像和建议，更应该成为可触可感的实际活动。通过前期“城屿habitat”平台的实践，团队发现生活美学的实现通过用户共创同样可以抵达。大学生创新创业训练计划项目的申请，是为了下一步更好的举办线下活动与引导建立一个用户共创内容的美学平台：我们不仅提供美学文化，我们也与用户共同创造美学文化：通过线下活动，我们将更好的提供生活美学服务，创造美学文化周边经济效益。通过线上平台，我们将继续引导和鼓励个体生产美学文化相关产品，共创可反哺的美学服务经济。最终，“城屿”将会从个体覆盖到群体，从年轻人覆盖到社会任何对生活美学感兴趣的人们，“城屿”生活美学文化品牌的价值，将在文化与经济的相互反哺与互利下得到更高的提升。