**项目方案**

城屿文化创意品牌目的在于为岛民提供与美学有关的文化产品，通过公众号发布消息、视频号发布视频、小程序提供服务、举办活动等方式，做大学城最会生活的岛民。城屿文化品牌面对20-35岁、年轻的、具有一定消费能力和消费意愿的精神文化领域消费者，利用他们吃饭、上下班等空闲时间，为他们提供文化产品，满足当代年轻人对于精神文化的需求。

我们的产品是包含一系列小城市生活美学的视频节目、音频节目与文创式文化衍生品、线上线下活动的文化品牌，搭载微信公众号、知乎与微博此类自媒体平台。在这一文化品牌内，我们将定期放送一系列时长为10-15分钟的短视频文化节目与音频内容，每期将用丰富的画面与动人的语言深度解读小城市中的生活美学，向大城市忙碌的职场群体传递小城市的悠闲安逸，从而使用户群体在忙碌繁杂的生活中得到精神上的舒缓与慰藉。

城屿主要分为内容部、视频部、宣传部和技术部，分别负责日常推文工作、视频拍摄和播放工作、活动策划与宣传工作、小程序搭建等技术工作，四个部门各自设立一位部长，部员在部长的带领下开展工作。目前，城屿文化创意品牌项目组共有核心成员五人，分别是总经理与四位部长。我们的机构主要由华南理工大学新闻与传播学院的同学组成，最初成立与2020年6月1日，经过交接，最后交到20级五名同学手中。

城屿文化品牌目前已经完成小程序搭建工作、公众号与视频号日常更新工作，并且已有成功举办活动的经验。公众号主要负责与美学相关的推文、照片等的制作；视频号负责播放与美学相关的纪录片、活动录像、与小城风土人情有关的10-15分钟短视频等。目前，通过日常运营，城屿旗下公众号城屿已积累超过一千名粉丝，各次活动也收获积极反响。未来，城屿文化品牌会将重心放在活动策划上，着重提高品牌知名度并且为岛民提供更多艺术、文化等美学领域的精神食粮。

城屿主要通过广告、公众号打赏、活动举办门票创收、IP联名开发文创产品、文旅结合等方式进行盈利。目前，公众号已经有一定的广告盈利。城屿将与1200bookshop开展合作，打造大学城阅读空间，并将举办freehug活动、策展、小型演唱会等，通过门票的方式获取收益。城屿已经开发小程序“城屿美学生活馆”，通过对接内容创作者与客户进行一定的平台抽成。城屿还与艺旅广州合作，整合线上线下资源进行营收。我们文创产品专门打造“城市Mart”购物平台，根据每一期节目的小城特色设计小城画册、小城明信片、小城书签等文创产品，在微信中的“微店”、微博中的“小店”进行销售。城屿已经开发“华工地图”等文创产品，未来将抓住毕业季等主题，推出相应的文化产品。同时，我们会根据已有的“城屿”系列视频节目、文创产品等与各个平台网络红人进行联动，推出联名产品，提高我们文创产品的知名度、曝光度和销量。

城屿还将开展内容付费模式，区分普通用户与VIP用户，对VIP用户提供不同的服务进行盈利。

城屿文化品牌有固定的引流方式，并且在微博、小红书、微信公众号等领域开展全方位运营。城屿还与周可、孙珉老师的播客“美学公社”合作，为美学公社出产主题推文、配合主题进行有深度的探索。城屿还通过活动为公众号吸引粉丝，目前已有一定成效；城屿从bilibili、抖音等视频号进行引流积累粉丝。

城屿文化品牌已形成相对成熟的运营模式，并且在运营中不断接受外界的合作请求，目前不断拓展合作伙伴。城屿文化品牌也已形成较为成熟的商业模式，并且能够营收。未来，我们的品牌还将进一步拓展空间，更好地为客户推出服务。