**“山海福厝”**

**2020福建文创市集活动方案**

一、活动背景

2020年是新中国成立71周年，是决胜全面建成小康社会的关键之年，更是“十三五”规划的收官之年。为精准有序推动复工复产，热烈响应乡村振兴战略，积极活化乡村优秀资源，有力坚定文化创新自信，全面建设福建夜色经济新品牌，2018年福建省文旅厅倾力打造了福建文创市集。经过两年的运营，市集在文创行业打开了知名度，奠定了影响力。为持续打造“文创福建”名片，2020福建文创市集将融入“福厝”概念，选址上下杭历史文化街区，以文旅商融合为目标、世界遗产大会为契机、古厝历史文化为背景、“山海福厝”为主题，分别围绕“数字科技”、“ 古厝美学”、“共享阅读”、“世遗专场”、“闽台文创”、“文创联盟专场”、“特色乡村”、“丝路源脉”、“新国潮”、“街头艺术”、“城市新生”、“新年花市”等关键词，招募独立设计师和文创品牌加入，进一步激发文化旅游消费潜力，培育文旅融合新业态，推动文旅商融合新发展。

二、活动主题

2020福建文创市集以“山海福厝”为主题，展开“数字科技”、“ 古厝美学”、“共享阅读”、“世遗专场”、“闽台文创”、“文创联盟专场”、“特色乡村”、“丝路源脉”、“新国潮”、“街头艺术”、“城市新生”、“新年花市”等专场市集活动。

三、活动组织

主办单位：福建省文化和旅游厅

福建民俗博物馆

四、活动地点

福州市上下杭历史文化街区

五、活动时间

2020年7月——2020年12月

六、活动内容

2020第三届福建文创市集将立足福建文创新高地，依托日渐成熟的上下杭历史文化街区，利用上下杭文化底蕴深厚、旅游配套齐全、商业发展成熟的优势，突破单一的消费场景，输出D2C（Designer to customer)品牌管理平台，建立城市文创美学全新概念，搭建全市独立设计师、高校学子、创意人的文创设计开发根据地。

2020第三届福建文创市集将通过发布短视频招募独立设计师，每期分别围绕“数字科技”、“ 古厝美学”、“共享阅读”、“世遗专场”、“闽台文创”、“文创联盟专场”、“特色乡村”、“丝路源脉”、“新国潮”、“街头艺术”、“城市新生”、“新年花市”等主题进行摊主招募及文创产品开发。以启动仪式、文创市集、文化展览、音乐现场、文创作品征集、闭幕式为活动形式，建立口碑，培育IP，打造福建文创影响力品牌。

（一）2020福建文创市集启动仪式

为刺激经济复苏提振消费力，释放夜色经济活力，让城市更有烟火气息。2020第三届福建文创市集拟于2020年7月，在上下杭历史文化街区举办启动仪式。启动仪式将发布第三届福建文创市集宣传先导片，并在现场设置杭肆市集、萌市集、街头live演出、网红餐车、网红扶贫摊位点等，同时搭载线上直播的创新方式进行呈现。

活动时间：2020年7月31日

活动地点：上下杭历史文化街区下杭路广场

活动流程：

1.领导、嘉宾签到

2.暖场表演

3.领导致辞，宣导“福建文创市集”活动品牌定位及规划；

4.发布“2020福建文创市集”Logo及品牌形象；

5.合作单位签约仪式；

6.2020第三届福建文创市集亮点推介；

7.启动仪式；

8.市集参观。

（二）文创市集

本届文创市集将突破传统单一的消费场景，将文创贯穿到日常生活中。从消费者向往美好生活的角度切入，打造出D2C品牌管理平台，对艺术文创和生活方式体验进行甄选、输出、多元呈现。平台将网罗众多文创品牌、独立艺术家和小众生活方式品牌，进而建立城市市集美学全新概念。

文创市集摊位作为活动的“主轴线”，以特立独行的视觉与现场装置吸睛，让年轻人找到一个舒服、自由的非正式社交场。在这里可以聊艺术、谈生活，也可以和艺术家、品牌主理人面对面交流。同时市集将串连特色乡村文创资源，通过提供销售渠道、人才教育、文化整合、政策解读、社会资源等全方位的支持，赋能乡村振兴，呈现乡村品牌。

正逢第44届世界遗产大会召开在即，上下杭历史文化街区作为福州古厝保护和优秀传统文化保护项目的代表性聚集地之一，届时将吸引全世界的目光。借助世遗大会宣传力量，传承民俗文化的文创市集也将被更深入地打造为福建文创极具影响力的IP品牌。

活动时间：2020年7月——2020年12月

（详见活动计划表）

活动地点：上下杭历史文化街区下杭路育智广场

市集安排：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **期号** | **主题** | **日期** | **品目** |
| 第  一  期 | 数字科技 | 2020年7月31日-8月2日  16:00-21:00 | 科技生活体验、便捷城市体  验、手工体验、医疗健康体验、文化创意体验、品牌快闪体验等；  文化展览：城市摄影展；  音乐现场：爵士/电子等；  讲座： |
| 第  二  期 | 闽台文创 | 2020年8月7日-8月9日  16:00-21:00 | 两岸文创精品、本土原创艺品与生活美学手艺品；  文化展览：闽台文化展；  音乐现场：台湾原住民音乐； |
| 第  三  期 | 古厝美学 | 2020年8月28日-8月30日  16:00-21:00 | 传统手作品（油纸伞、建盏、德化瓷、脱胎漆器、软木画、剪纸、竹器等）；  文化展览：古厝书画展；  音乐现场：闽剧/曲艺等； |
| 第  四  期 | 城市新生 | 2020年9月4日-9月6日  16:00-21:00 | 城市原创作品（手作品、书籍、插画、雕塑等）；  文化展览：城市纪实摄影展；  音乐现场：城市民谣； |
| 第  五  期 | 共享阅读 | 2020年9月25日-9月26日  9:00-21:00 | 书籍、文具、手绘作品、  印刷作品、创意礼品、手  作品等；  文化展览：传统印刷展；  音乐现场：民谣/流行等； |
| 第  六  期 | 世遗专场 | 2020年10月1日-10月7日  16:00-21:00 | 传统手作品（油纸伞、建盏、德化瓷、脱胎漆器、软木画、剪纸、竹器等）；  文化展览：古厝摄影展；  音乐现场：闽剧/曲艺等； |
| 第  七  期 | 文创联盟  专场 | 2020年10月23日-10月25日  16:00-21:00 | 工艺品、创意礼品、手作品、皮制品、服饰、文具、首饰、食品等；  文化展览：文创联盟作品展；  音乐现场：不插电； |
| 第  八  期 | 特色乡村 | 2020年11月6日-11月8日  16:00-21:00 | 特色乡村产品、乡村文创等；  文化展览：乡村文化展；  音乐现场：独立民谣； |
| 第  九  期 | 新国潮 | 2020年11月20日-11月22日  10:00-21:00 | 新年伴手礼、新国货、老字号、复古手工艺品等；  文化展览：复古文化展；  音乐现场：世界音乐； |
| 第  十  期 | 街头艺术 | 2020年11月27日-11月29日  16:00-21:00 | 手绘、插画、街头摄影、脏辫、原创潮牌等；  文化展览：涂鸦作品展；  音乐现场：说唱乐； |
| 第  十一  期 | 丝路源脉 | 2020年12月11日-12月13日  16:00-21:00 | 主题创意产品、雕塑作品、绘画作品等；  文化展览：丝路起源文化展；  音乐现场：世界民族音乐； |
| 第  十二  期 | 新年花市 | 2020年12月31日-  2021年1月3日  10:00-21:00 | 鲜切花、进口花卉、多肉植物、干花制品、创意盆景等；  文化展览：花艺展；  音乐现场：城市摇滚； |

（三）文化展览

市集现场将设置文化展览区，以照片展览、视频放映、展品陈列等形式，呈现城市与古厝的发展变化，诠释“遇见古厝，预见城市未来”。独立插画、趣味手作、公共艺术品展览、短视频展播……文化展览区打造新奇风格的视觉盛宴，吸引全城市青年人的注意力。9月下旬的“古厝书展”，以“阅读改变生活”为初衷，通过沉浸式阅读体验分享美好的生活方式。面对新时代、新技术、新产业融合趋势，力争努力研讨构建新的产业格局，打造“以阅读引领发展”的产业链，突破“从平面到立体”的跨界融合与传播，填补福建全民阅读品牌活动的空白。

活动地点：下杭路

（四）音乐现场

自2017年启动首批招募至今，城市街头艺人已然成为了福州本土音乐文化的代表力量。民谣、独立摇滚、默剧、脱口秀……当夜幕降临，这一群有梦想、有温度的城市街头发声者，齐聚市集音乐现场，共同为城市文化助力发声，用艺术调动文创夜市现场的奇妙色彩，与音乐一起冲破夜空。

活动地点：下杭路广场

（五）文创作品征集

福州目前有许多保存完整、风格典型的古厝建筑，它们是重要的历史遗产，更是城市精神的体现。在第44届世界遗产大会举办之际，福建文创市集向社会征集以“福厝”为主题的文创产品。评选活动将联合台文创领域相关机构，搭建文化创意的展览、推介、人才培养、产业对接平台，入选作品将在上下杭历史文化街区的展馆、游客中心进行展出。

征集时间：2020年6月15日-8月30日

征集方式：公众号线上报名

（提交设计方案至XX邮箱，方案含产品设计创意阐述、效果图、尺寸、材质、工艺、零售价格等，并将打样产品提交至上下杭游客服务中心）

征集对象：致力于文化创意设计和研发的企业、机构、高校、团体或个人。

（六）闭幕式暨颁奖典礼

拟于2020年12月，通过12期文创市集和“福厝”主题文创征集大赛，优选一批迎合市场、兼具实用性的文创产品在闭幕式上集中展示。同时，通过线下体验、线上投票，评选出具有代表性的文创产品和一批有设计、有创意的文创设计人才，并颁发证书给予鼓励。

七、活动宣传

以“新媒体为主+传统媒体为辅”的方式，按照“前期线上预热炒作+中期传播报道+后期扩大影响”的思路，对活动进行广泛造势和宣传，提升活动品牌影响力。

1. 宣传形式

任何平台的宣传均以主办方为主导，结合上下杭街区特色进行宣传。

1.线上：主题短片、直播、推文、摄影图片、海报；

2.线下：主题美陈、主视觉桁架、市集攻略手册等；

（二）宣传计划

1.前期：活动预热，形成事件

利用大V公众号、抖音KOL等线上新媒体渠道发布。

2.中期：营销渠道搭建，全城营销

利用官媒及大V公众号，通过线上直播，整合本地平台渠道，精选文创产品，通过预售方式，引爆品牌知名度和产品销售。

每期活动后提供以下文档：

1. 活动简报及现场照片
2. 活动现场视频
3. 数据报告：参与摊位及数量、游客人数统计、销售盈利等。

3.后期：活动回顾，培育IP

对接央媒报道，并联合福建日报、东南网、新福建、今日头条等省级媒体资源宣传报道，并以活动回顾记录的方式制作短视频，投放腾讯视频、Bilibili等新媒体平台。