

715
去义乌

2021年义乌城市品牌形象宣传案

卷首语

长期以来，义乌以“**世界小商品之都**”闻名四海，然而“小商品海洋、购物者天堂”却也让人们淡化了对于义乌商业以外元素的认识。本次提案中我们将充分挖掘调动义乌各方优势资源，以“**715 义乌节**”为契机，为线上线下的受众呈现一场场美轮美奂的盛宴，让义乌焕发多彩的魅力。

以“**715，去义乌**”为主题，紧扣**寓情于商、情商结合**的策划主线，通过社群互动、创意营销、电商直播等，实现优质内容多渠道传播，创新**线上直播带货+线下旅游狂欢同步联动**的新型营销方式，激活和拓展义乌线上线下商城，展现一个**精彩的、有情有义有商机**的新义乌。



目录

1

城市
分析

义乌城市概述
宏观市场分析
受众分析
问题诊断及解决
主题阐述
营销方案

2

活动
策划

初识义乌——715预热
715义乌节系列活动大赏
再去义乌——715延展

3

创意
呈现

715专列
活动h5示意图
715系列活动海报

4

媒介
提案
与预算

媒介排期
活动预算

5

附录

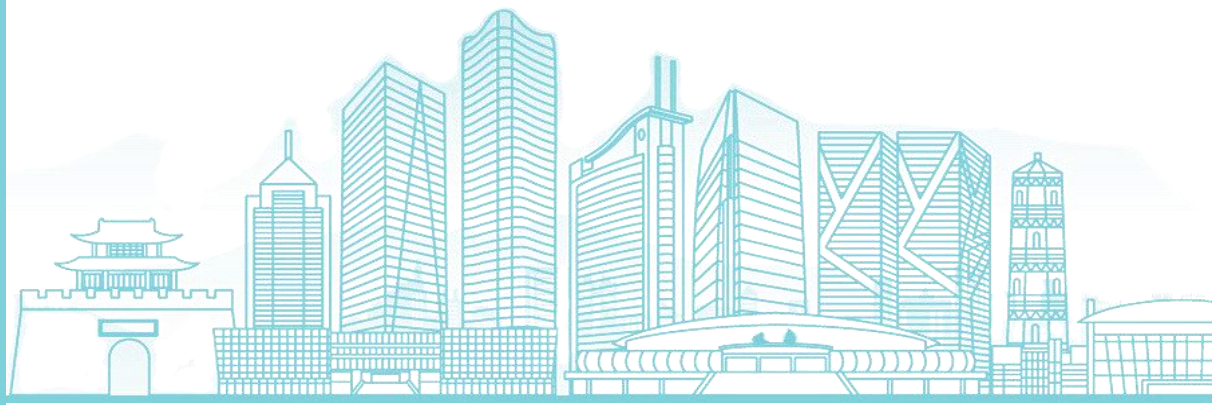
《爱自己，爱要去义乌》
视频脚本节选
《道是义乌时悠长》歌词
调查问卷



Part 01



城市分析



义乌城市概述

美食

义乌有丰富的当地特色美食和特色外国餐厅。

当地：义乌长寿面、佛堂藕饼、火腿等

国外：法国大餐、日本料理、美国牛排等

义乌市——是全球最大的小商品集散中心，被联合国、世界银行等国际权威机构确定为世界第一大市场。作为世界小商品之都，义乌不仅仅是小商品的海洋，在其他方面也有着诸多出众的特质。

电商

义乌是中国县域电子商务经济体的领头羊。

根据“阿里巴巴电子商务发展指数”，阿里研究院分析发现金华市为中国内贸网商密度最高的城市。报告以金华义乌为例，指出义乌是全国小企业发展最活跃的城市之一。

文化

义乌文化底蕴深厚，拥有丰富的非物质文化遗产。

民间文学：颜乌的传说、义乌十八腔等

当地曲艺：义乌道情、义乌花鼓等

传统美术：义乌剪纸、婺剧传统脸谱等

传统技艺：义乌木雕、打铁等

传统舞蹈：迎龙灯、走马灯等

杂技竞技：戚家拳、罗汉班等

景点

义乌拥有丰富的景点资源。

城市休闲：江滨公园、绣湖公园等

名人古迹：冯雪峰故居、吴晗故居等

购物美食：义乌国际商贸城、异国风情街等

历史文化：义乌博物馆、双林寺等

自然风光：桃花坞、华溪森林公园等

第六代市场

义乌开启了以“爱喜猫”为代表的第六代市场。

爱喜猫致力于甄选全球消费精品，开启“买全球，卖全球，买卖全球”的市场新格局，打造以新型进口市场为核心的第六代市场。



电商直播经济

直播+电商焕发出无穷的能量，带来丰厚的经济效益。

据人民日报报道，2020年一季度，全国网络零售市场运行基本平稳，“宅经济”成为市场热点，商务部大数据监测显示，一季度电商直播超过400万场。

旅游业发展

大众出行旅游趋势上升，国内旅游环境逐渐变好。

2020年在新冠疫情影响之下，人们普遍宅在家中减少出行。2021年，随着疫情逐渐好转，各行各业逐渐复苏，国内旅游环境逐渐变好，出行旅游的人数将增多。

地摊经济

地摊经济的兴起将使得人们的消费注意力重返线下，给义乌带来新的机遇。

2020.5中央文明办明确2020年不将马路市场、流动商贩列为文明城市测评考核内容。
2020.6国务院总理李克强表示：地摊经济、小店经济是就业岗位的重要来源，是中国的生机。

宏观市场 分析

01

02

03

04

扩大内需的政策

继续扩大内需，满足公众消费需求。

2020年4月，习近平总书记主持召开中央政治局会议，强调要坚定实施扩大内需战略，并对积极扩大国内需求作出工作部署、提出明确要求，要积极扩大国内需求，扩大居民消费，适当增加公共消费。



目标群体分析

大学生群体

Z世代，追求流行，喜欢社交，个性突出，喜欢玩游戏



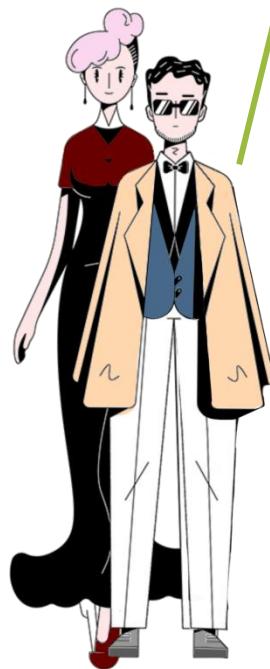
国内外旅行爱好者

热爱生活，自信独立，善于发现，眼界开阔，对世界充满好奇，敢于尝试



追求品质生活的消费者

有一定的经济能力，注重商品的品质，追求精神充实，偏爱个性化产品，偏爱体验类消费



青年创业者

充满干劲，敢为人先，大胆主动，有理想，有抱负，行动派



义乌问题及解决

形象宣传偏重于商业而缺乏人情味和文化内涵的展现

义乌并不缺乏文化和人情，异域风味、多元文化、义商事迹

融情于商，情商结合，传播义乌精神，发掘本土和包容融合外来文化，展现多彩义乌文化

义乌小商品质量参差不齐，品牌意识和品牌塑造力度不足

爱喜猫、义乌好货甄选好商品，打响义乌质量

将爱喜猫、义乌好货推广作为重点战略，增加曝光和知名度

电商网购的冲击和以批发为主的经营模式，导致义乌线下商城活跃度低，对个体顾客吸引力弱。

企业在维持线下门店和探索电商发展的选择和平衡上进退两难。

线下资源丰富，线上积极拓展，两者结合打造新型带货方式

打造线上线下联动的场景体验式营销，告别单纯的指尖狂欢，重燃线下购物欲望和购物体验

打响715义乌节

寓情于商

线上电商+线下旅游联动

的特色城市节日



主题阐述

“715，去义乌”，充分利用“715”和“去义乌”这可遇不可求的谐音，形成强力且独特的记忆点，将“715”打造成除京东“618”和淘宝“双11”电商节之外的新数字营销节点，造就独属于义乌的城市品牌节日。义乌将抢占先机，成为全国第一个利用日期做大型节日狂欢的城市。

“715，去义乌”，也是一句充满想象空间和发挥空间的口号。7月15日，正是盛夏美好之时，位于全年中段，正处学生们的暑假，旅游业的旺季时期。大众充满遐想，城市也大有可为。我们将为义乌节设计多种新玩法和新内容，为义乌注入源源不断的新活力。

1

2

3

“715，去义乌”，是一个发动式的，易于传播的，自带能量的口号。“715，去义乌”，六个字，六个音节，简单易记，朗朗上口，具有强势的传播力。同时一个“去”字，作为动词，直接干脆，号召力

715

营销思路

715义乌节，“情商相融”贯穿活动，呈现义乌独特的城市魅力；“线上电商直播+线下旅游”双线并行，相互赋能，实现双赢，创新城市品牌营销。

715去义乌

预热期 初识义乌

《爱自义乌，爱要去义乌》城市宣传片

新年节点，展现义乌商品和浓浓人情味

《道是义乌时悠长》宣传曲

传播义乌精神，义乌商文化

715去义乌专列

义乌节详解，事件营销，引发刷屏自传播，为义乌节造势

寻找数字715

体现715折扣优惠，进一步为节日造势

爆发期 715义乌节

论道义乌：全球商贸城市发展高峰论坛

文旅政商专家坐而论道，为城市发展提供理论支撑

食在义乌：义乌国际美食节

充分利用义乌异域风情，展现精彩义乌美食文化，推广义乌产品

海购义乌：义乌·爱喜猫全球好物节

增加爱喜猫IP曝光，展现义乌进口市场

文化义乌：义乌多彩文化节

体现义乌文化包容与多元，增强在义外商认同感，推广各地民俗商品

余温期 再去义乌

义乌故事探秘游

借用715余热，整合各资源，吸引来客，助力义企情商文化进一步走出去





Part 02



活动策划



《爱自义乌，爱要去义乌》义乌城市宣传片

春节是阖家团圆的日子，义乌作为世界小商品之都，通过“义乌购”、“爱喜猫进口商城”平台向全世界的华人提供过年用品，联结华人情感，为打造幸福新年贡献力量。

活动时间 2021年2月9日

活动媒介 微博/抖音/快手

活动目的

借助春节阖家团圆的氛围，输出义乌作为世界小商品之都的商贸优势和浓厚人情味，给全球华人世界以新春的美好祝福的同时，又宣传义乌这座“**有情商**”的小城美好形象。

内容阐述

1. 春节来临之际，**义乌人民**不辞辛劳认真工作，让一件件**有年味**的小商品通过“义乌购”的平台和便捷的物流系统，**源源不断运到全球华人家庭**，给每个华人带去祖国的祝福和节日的美好。
2. 淳朴的新西兰牧场农民、严谨的日本药妆科学家、辛勤的法国葡萄庄园工人，都为**中国新年到来而用心工作**，来自国外的优质商品也**带着美好祝愿**，通过义乌“爱喜猫”平台到达**中国的家庭**，增添新年喜悦。
3. 来义乌实现商机梦想的外国友人也融入了中国的春节，被热情好客的义乌朋友们邀请进家门**享用年夜盛宴、写对联看春晚**。

活动流程

由“义乌发布”在各大媒介发布，人民日报、央视新闻等官媒转发



视频截图

初识义乌——715预热

义乌宣传曲《道是义乌时悠长》

《唱响义乌》收录的12首歌曲唱出了城市与人民激荡共鸣的点点滴滴，也唱出了200万义乌人民对于这座城的深情，义乌之歌仿佛已成为一种传统，新歌曲的发布是承上启下的。

活动时间 2021年5月15日

活动目的 丰富《唱响义乌》合辑，传播**义乌文化、精神**元素，增强义乌文化认同和自信。

活动媒介 微博/网易云音乐/QQ音乐等

活动传播 义乌**媒体矩阵**（“义乌发布”、“爱义乌”等）发布义乌宣传曲，**王力宏、张雪迎**等参演歌手艺人微博发布。同时歌曲在网易云、QQ音乐、酷狗音乐多个平台同步上线。

内容阐述 歌曲融合**婺剧、义乌道情**以及**rap**等元素，并由义乌当地婺剧团、义乌道情传承人叶英盛、义乌籍歌手王力宏、张雪迎演绎，将义乌的**历史沿革、名人轶事、旅游景点**以及**义乌精神**等串联在一起，同时借用原义乌歌曲的经典词句，既是致敬，也是传承，展现出义乌**悠久的历史文化底蕴**和**承上启下不断开拓的精神**。

715去义乌专列

“715去义乌”是可遇不可求的谐音与巧合，而715专列正是对于这种巧合的进一步发掘，以此打造独特的无法模仿的广告媒介和形式，形成事件和话题热点，为715义乌节推广预热。

活动时间 2021年6月15日-7月19日

活动媒介 微信/抖音/摩拜单车小程序等

活动目的 打造“715去义乌”专列，形成**热点事件**，引发一定程度的自传播，为715义乌节造势，同时推广**义乌节**内容详情，宣传**义乌商业文化**。

活动传播 联合当地**新闻平台**对专列进行报道，**营销公众号**进行案例分享解析，同时抖音发起**#寻找义乌专列**抖音挑战赛，为期两周，上传所在城市715义乌专列（公交车、单车）相关短视频并@义乌发布即可参与抽奖，活动随机抽取15名幸运用户送出义乌节免费3日游套餐。

活动内容 1、公交车：715路公交车广告
2、共享单车：去义乌主题单车



初识义乌——715预热

715去义乌专列

715路公交车

内容阐述

车身

以“715去义乌”为口号的义乌多彩文化节巨幅海报

车座

车座海报附带二维码，扫码后随机出现关于**义乌民俗**、**义乌精致小商品**、**义乌景点建筑**等图片和文字阐述的h5页面，并附有相应的**代表性声音**，翻页后可查看715义乌节活动详情

拉手

内容为“**抓紧我，阿拉（义乌吴语“我们”）出发去义乌**”小海报

车内广告屏

播放**义乌宣传片**、轮播《**义乌歌单**》里的歌曲、715义乌节海报

去义乌主题单车

与**摩拜**、**青柠**等共享单车平台合作，推出“715去义乌”主题单车，在整体视觉颜色和车篮轮胎等加上**715义乌节**的元素，同时附带义乌节海报与二维码。

*摩拜小程序/app发起**#寻找义乌#**主题单车活动，骑乘相应的单车即可随机免单或抽取骑行周卡。

活动地点

北京、天津、上海、武汉、广州、珠海、杭州、西安、苏州、大连、无锡、厦门、东莞、宁波、青岛、温州（全国拥有的715路公交车的城市）



H5示意图



车内拉手示意图

车身示意图



初识义乌——715预热

寻找数字715

活动时间 2021年6月15日-7月19日

活动媒介 715专列h5/携程/微博/微信

活动目的

将715这个数字与义乌节再次联系在一起，让人们听到715时脑海里联想到的就是去义乌，同时，通过别样的折扣、减免方式，吸引和留住游客，以此带来更大的消费动力。



内容阐述

1. @义乌发布微博发起话题#幸运数字715#，引起网友对于数字715的讨论，邀请7月15日出生的女星热依扎转发参与话题，提高热度，达到一定热度后亮出715义乌节。
2. 联合携程、去哪儿等推出#715旅行去义乌活动，7月义乌节期间，凡携带具有数字“715”的各类证件、号码、票根等的游客，义乌全城酒店、美食餐馆和旅游景点门票价格可以减免7.15元，并可凭票据参与抽奖，抽中者7月15日当天全城酒店入住只需7.15元，景点门票全免。
3. 另外7月15日生日的游客可凭身份证全免715当天住宿饮食景点费用（上限715元）。





715义乌节系列活动大赏

715之论道义乌：全球商贸城市发展高峰论坛

论坛时间 2021年7月15日 15:00-18:00

论坛主题 转型·升级·未来：全球商贸城市发展高峰论坛

论坛目的 邀请**文旅政商**等领域专家坐而论道，探索未来商贸城市发展，打响**义乌商业世界知名度**，同时为义乌打造**第六代市场、世界商都**提供方向和理论支撑。

论坛定位 以**全球商业经济**为主线，以城市规划、商业策划运营、宏观经济管理、城市消费等各领域专家和行业领头人为主导，进行主题为“**转型·升级·未来：全球商贸城市发展高峰论坛**”论坛，对于全球商贸**城市未来发展的方向、前景和挑战**进行详细的论证与探讨。

论坛背景 疫情肆虐，**全球经济增速放缓**，城市商贸受到严重冲击。国内**电商**以压倒性优势占领大部分销售市场份额的趋势下，“**地摊经济**”受到政策支持而复苏，**直播带货**成为新风尚。义乌走向新型进口市场为核心的**第六代市场**，构筑“买全球、卖全球、买卖全球”的战略新格局。

715之食在义乌：义乌国际美食节

义乌作为世界商都，包容接纳大量的外国创业友人，也带来了最正宗的异国美味。本次义乌节现场直播、网红名师展厨艺，亲自准备国际风味百人宴会，还有缤纷美食街，全方位满足线上线下吃货的味蕾。

活动时间 2021年6月28日-7月19日

活动地点 异国风情街

活动媒介 微信/抖音/淘宝等

活动内容 预热期#715去义乌，食在义乌#媒体宣传爆发期：国际美食节+电商直播。

活动目的 利用义乌的**多元正宗美食文化**，打造舌尖上的盛宴。通过将义乌厨房用品融入**线下厨艺展示**，给义乌游客以美味享受，宣传义乌当地餐厅。又**联动电商直播**全方位展示、销售产品。





715义乌节系列活动大赏

715之食在义乌：义乌国际美食节

内容阐述

预热期
#715,食在义乌#
媒体宣传

时间

2021年6月28日-7月14日

1、在微博发起话题#你吃过最好吃的外国菜#，配**义乌异国美食图册**，参与者带上话题发布视频/直播/图文，每周抽取点赞top7的原创博主，送出美食节品尝“国际风味百日宴”的邀请函。

2、7月1日在华外籍网红**夏波波***美食博主**密子君**，去义乌当地录美食vlog，并发布视频和软文宣传活动。抽取10人送出715义乌节“7.15元吃大餐”美食券，中奖者可凭该券到指南中任一餐厅点餐消费（上限10个菜品）。

名厨林述巍直播



活动海报

时间

2021年7月15日-7月18日

名厨展艺

搭建**模拟厨房**的空间，邀请《中餐厅》节目的林述巍师傅和义乌特色国际餐厅的中外名厨到现场，使用由义乌**进口商城**提供的**餐厨用品、生鲜材料**完成“国际风味百人宴”的美食制作，并在抖音、天猫等平台**同步直播**放送。

国际风味百人宴

由活动主办方领导、美食博主、获奖观众组成的美食品鉴团，享用地道正宗的义乌国际美食。

缤纷美食街区

分为**国际美食荟**、**义乌特色廊**、**滋味中华街**三个部分，分别展示**正宗异域美食**、义乌特色风味和全国知名美味。

电商直播区

现场开设直播间专区，美食博主现场试吃，**同款**餐厨用品、生鲜材料将**淘宝、抖音平台直播售卖**，点击官方**直播间链接**可了解名厨、菜式、对应的餐馆等资讯。



美食指南



美食节现场图





715义乌节系列活动大赏

715之海购义乌：义乌·爱喜猫全球好物节

义乌迈入以新型进口市场为核心的第六代市场。随着商品品类日益繁杂，国民更加注重产品品质，爱喜猫超市为大众精心挑选来自全球的进口好货，派出萌趣的爱喜猫精选官进行游戏互动，并充分开发使用场景，提高产品体验感，推广爱喜猫商城。

活动时间 2021年7月6日-7月19日

活动媒介 微信公众号/微博

活动地点 以爱喜猫进口生活超市宾王旗舰店为例

活动目的 吸引人们到爱喜猫进口超市挑选好商品。线上线下趣味互动带货，生动化爱喜猫精选官的IP形象，打开人们对进口商品的认知。

预热期

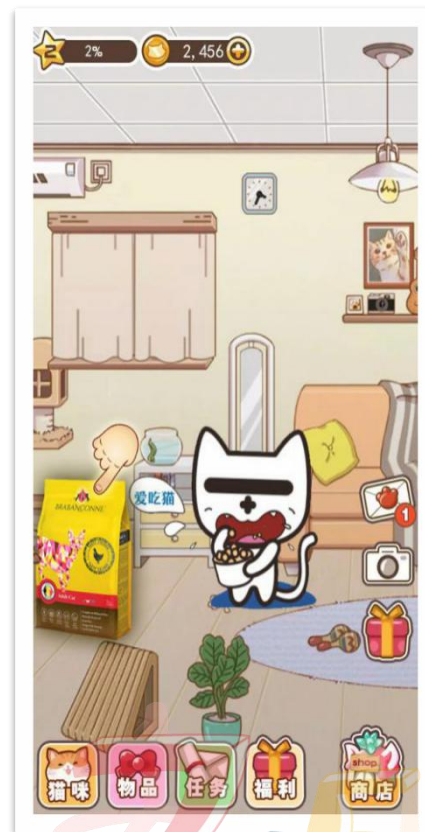


活动海报

“爱喜猫幸福一天” h5趣味互动游戏

时间：7.6-7.14

爱喜猫公众号和官微发布促销活动的宣传信息，联合知名小游戏“猫别野”设置“爱喜猫幸福一天”的趣味模块，用户帮助爱喜猫在幸福屋内完成任务（用进口产品打扫、娱乐、做饭等）完成5个任务可领取150减7.15元的优惠券和抽取义乌节系列活动的优惠券。



“爱喜猫幸福一天”
游戏参考图



715义乌节系列活动大赏

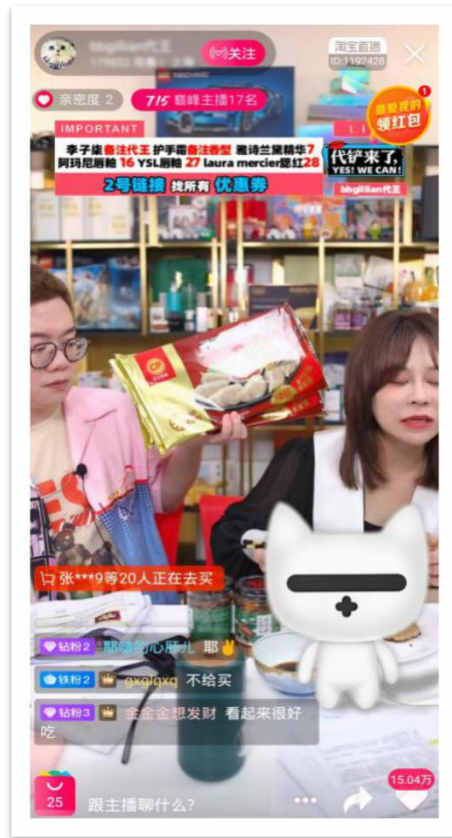
715之海购义乌：义乌·爱喜猫全球好物节

“爱喜猫的幸福屋” 线下互动+电商直播

时间：7.15-7.18

爆发期

1. 在爱喜猫超市前搭建“爱喜猫的幸福屋”大型美陈，设计爱喜猫商品的使用场景，顾客参观幸福屋的同时，扫产品二维码将进入小程序可看到爱喜猫使用产品的趣味动画。扫码五个商品或转发爱喜猫推文可以获得到现场和爱喜猫玩耍的机会。
2. 展示含有数字“715”有效票据、证件，可办理个人订制的“715”爱喜猫商城会员卡，并在活动当天享受部分商品7.15折优惠+大礼抽奖。
3. 电商直播入驻爱喜猫超市现场，与爱喜猫人偶线下互动选品和线上直播带货，爱喜猫超市直供进口好货。



直播截图



爱喜猫的幸福小屋参考图



游戏互动参考图



715义乌节系列活动大赏

715之文化义乌：义乌多彩文化节

义乌在悠久的历史传承中留下了许多珍贵的非遗项目，现代以来，世界各国的客商也纷纷在义乌经商、生活，带来了属于他们国家民族的独特民俗文化。多彩文化节将综合地展现一个开放包容的义乌文化世界。

活动时间 2021年7月15日-7月19日

活动媒介 微博/抖音/715义乌专列/led巨幕

活动目的

将**义乌本地**民俗文化与**在义其他国家**人民的民俗文化相互融合，打造**文化交流与互动**的多彩文化节，并借此平台**联动电商直播**展示**义乌开放包容、文化底蕴丰厚**的城市形象，推广**义乌特色产品**。

活动传播

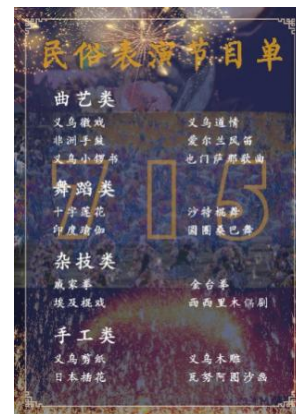
1. 义乌媒体矩阵于6月中旬发布**义乌多彩文化节海报**，同时将海报及文化节介绍置于715专列中。
2. 于老街前的广场处设置**led巨幕**，白天安排人员对文化节情况进行直播转发，傍晚7点15分后滚动显示**游客自定义**花灯名称与寄语。
3. 开设**专门直播间**全程对文化节进行直播，邀请**义乌市**长参与直播和带货，并在淘宝、抖音平台上架活动相关产品。
4. 从筹备义乌文化节开始，邀请专门的**纪录片制作**团队跟踪记录拍摄，制作成纪录片《义乌文化节背后》。在文化节结束后投放在各大媒体。

活动内容

1、民俗表演互动

活动流程

推出多彩文化节**民俗表演节目单**，展示义乌特色民俗表演与世界各地的经典民俗，参与**特色民俗打卡互动**，即可获得**义乌节**文创产品，并可参与商品折扣券抽奖。



2、民俗风情小街

活动流程

- 1、在佛堂古镇开放街道临时摊位，专门售卖民俗相关小商品，摊位装扮成相应的风格，鼓励摊主**穿着民俗服装**、进行民俗表演、与顾客进行互动。
- 2、开设**消费扶贫产品**一条街，免费提供给相对贫困地区企业或个人展示、售卖特色产品。
- 3、若是夜晚逛完小街道仍意犹未尽，便可转战**三挺路夜市**。





715义乌节系列活动大赏

715之文化义乌：义乌多彩文化节

活动内容

3、千灯齐点游花灯

活动时间

文化节每天晚上7点15分

活动流程

1. 古镇街道悬挂古风多彩电子花灯，每一花灯有**专属序号**，并附带二维码，扫码后可以绑定个人微信，自行编辑**花灯名和寄语**。
2. 绑定后需在傍晚7点15时打开小程序“**花灯游**”点亮**专属花灯**（通过智能设备控制花灯开关）。花灯点亮后可获得**花灯卡**，且古镇前的**电子巨幕**会随机滚动出现已点亮的花灯寄语。
3. 活动期间每人至多可以**点亮一次**，当日被绑定的花灯无法再被第二人绑定。第二天将所有花灯绑定信息重置，但花灯卡不会消失。
4. 鼓励各企业制作自己的花灯，在文化节期间于企业门口等明显区域点亮。

实景参考



H5示意图

4、奇迹暖暖×义乌风韵

活动时间

文化节期间

活动流程

1. 在**奇迹暖暖app**上发布#**义起古风**#搭配评选赛活动，设置**义乌专区服装**，专区内特定服装**0.75元**可购买一件。玩家按照喜好搭配不同风格的古风套装，参与评选。优秀的搭配作品将会由**义乌服装企业**生产出来，于义乌节期间展出。
2. 节日现场设置**化妆区域**，其中的**化妆品、饰品、服装**等均来自**义乌**。游客可在奇迹暖暖义乌专区中搭配出满意的造型，后在化妆区内完成**化妆和服装搭配**。也可在现场的**触摸屏**直接搭配服装。
3. 抖音发起#**义乌节我与花灯孰美**#短视频挑战赛，游客上传穿着古风造型并参与花灯点亮游览的视频，可获得**文创纪念品**并参与**定制花灯抽奖**。



义乌故事探秘游

义商的勤耕与开拓，成就了义乌小商品经济的繁荣，也书写了许许多多义商拼搏奋斗的故事，义商所创造的，不仅有物质财富，更有数不尽的精神财富，体现着义乌情与商的美妙结合。

活动时间 2021年8月15日起

活动媒介 微博/抖音

活动传播

通过**义乌媒体矩阵**（爱义乌、义乌购、义乌博览会等），联合发布微博话题**#来义乌探秘吧**，联合抖音制作**义乌小店特效**，发起抖音“我在义乌探秘游”系列短视频挑战赛，邀请人气博主**郭杰瑞**参与体验直播并录制vlog。

活动目的

整合义乌**商业、文化和旅游资源**，承接715义乌节热度，再次吸引线下游客，带动义乌**线下商城**复苏，通过游览义乌企业、景点，了解和演绎义乌故事，体验义乌生产、生活，学习和**传播义乌商业文化**。

活动内容

1、“义企”趣演绎

探寻义乌知名企业发展的奥秘，以双童日用品有限公司为例，各区域打造成特色版块。

生产车间：“吸管是怎样炼成的”吸管制作体验

研发车间：“吸管的一百种打开方式”吸管材料和应用知识竞猜

吸管博物馆：“吸管的前生今世”吸管工艺品新构想

成品展示：“吸管艺术园”吸管工艺品欣赏

接待大厅：“吸管上的人生”讲座分享、经典故事片段演绎



义乌故事探秘游

活动内容

2、“义商”趣经营

作为义乌小商品店（定点合作，类型以饰品、玩具、美妆为主）代理店主，和管理人员共同经营店铺，参与可能进行的进货、运输或售卖，体验义乌商人的一天，在尝试“当老板”的过程中学习经营知识、感受义乌商文化。



3、“义景”趣游览

在桃花坞、双林寺、德胜岩、佛堂古镇和义乌商贸城等景点各标志性区域设置游戏关卡，参与体验其中的特色竞猜、游戏、表演活动，感受义乌自然、人文和现代商业相融合的文化氛围。以德胜岩为例，可设置奇石怪洞辨别收集挑战。

4、“义菜”趣品尝

探店义乌的“异域风情”外国餐馆和特色产品店，品尝口味正宗的异域料理和醇正的义乌火腿、白字酒等等，在舌尖的盛宴中感受义乌与世界在饮食文化上的交融。以某餐馆为例，可设置大胃王、辣味挑战等。





Part 03



创意呈现



去义乌专列及部分h5示意图

车身示意图



车内拉手示意图



公交车H5示意图



花灯游小程序示意图



奇迹暖暖活动示意图



715系列活动海报



715义乌节
视觉海报



国际美食节
宣传海报



爱喜猫全球好物节
宣传海报



多彩文化节
宣传海报



异国美食指南



美食指南内页





Part 04



媒介提案 及预算



媒介排期

媒体载体	活动项目	时间（2021年）					
		2月	5月	6月	7月	8月	...
微信	去义乌专列h5 爱喜猫全球好物节宣传 小程序“花灯游”			6.15-6.30	7.1-7.19 7.6-7.14 7.15-7.19		
微博	义乌城市宣传片发布 义乌宣传曲发布 #幸运数字715# 爱喜猫全球好物节宣传 话题#你吃过最好吃的外国菜# 《义乌文化节背后》纪录片 话题#来义乌探秘吧#	2.9	5.15	6.28-6.30	7.1-7.15 7.6-7.14 7.1-7.14	8.1 8.1-8.15	
抖音	#寻找义乌专列# 抖音挑战赛 #我与花灯孰美#短视频挑战赛 《义乌文化节背后》纪录片 “我在义乌探秘游”系列短视频挑战赛			6.25-6.30	7.1-7.9 7.15-7.19	8.1 8.15-8.31	
网易云/QQ音乐	义乌宣传曲发布		5.15				
去哪儿/携程	#715旅行去义乌#活动				7.1-7.15		
摩拜	#寻找义乌#主题单车活动			6.20-7.19			
淘宝/快手直播平台	715系列活动电商直播带货				7.15-7.19		
线下投放	爱喜猫商城广告投放 715去义乌专列			6.15-7.19			

活动预算

阶段	活动	投放媒介/活动制作	具体内容	预算金额
715义乌节预热期	义乌城市宣传片 义乌宣传曲 715去义乌专列 寻找数字715	视频创作	宣传片拍摄+制作+推广	50w
		歌曲创作	宣传曲制作+邀约艺人（公益）+投放	50w
		音乐平台推广	网易云音乐、QQ音乐推广宣传曲	20w
		线下专列投放	715路公交+共享单车的物料制作、h5制作	180w
		抖音	#寻找义乌专列#短视频挑战赛	10w
		微博	#幸运数字715#话题讨论	30w
		携程、去哪儿	#715旅行去义乌#活动	80w
715义乌节 旅游+电商系列活动	全球商贸城市发展 高峰论坛 爱喜猫全球好物节 国际美食节 多彩文化节	微信	推文宣传、“爱喜猫幸福一天”互动游戏、“花灯游”小程序	40w
		抖音	#我与花灯孰美#短视频挑战赛	10w
		微博	推广话题#你吃过最好吃的外国菜#、KOL推广	30w
		线下活动落地	美食节、文化节、论坛的场地费、人员安排、物料订制	220w
		电商直播	与直播平台合作，邀请主播，爱喜猫虚拟IP打造	130w
		品牌联名	联名奇迹暖暖APP费用	50w
		义乌美食图册创作	专业评审打分，排版制作	10w
715义乌节延展期	义乌故事探秘游	抖音	#我在义乌探秘游#短视频挑战赛	10w
		线下活动落地	人员安排、物料订制、KOL邀请	60w

总计费用：980万



Part 05



附录



《爱自义乌，爱要去义乌》视频脚本节选

片段1:

义乌贸易商城卖年货的几个商店里，电脑提醒声响起，是来自义乌购APP的订单。

电脑那头信息：客户订单800件唐装，来自英国；客户订单1000副对联，来自澳大利亚；客户订单500个招财猫，来自马来西亚。

（几个义乌商家回复信息，离开座位，开始在商品琳琅满目的店中找到对应样品。）

商家甲对镜头说：现在全世界都有咱们的华人，无论在哪儿，我们的货都可以通过物流快速送达，大过年的，别的能少，年味可不能少。

商家拿起了福字说对镜头：我们这是“运福去”，国外那是“福运到”，哈哈哈哈哈，我们都是有福过年的。

片段2:

一件件年货被精心打包放进包裹，贴上义乌购标签，商家和员工细心校对订单信息和检查商品。箱子被抬上了货车。

商家对师傅说：师傅麻烦您小心点抬啊，里面都是“菩萨”（摆件）。

师傅笑着回道：好咧，会的会的，先沾沾运哈哈。

片段3:

通过义乌强大的运输系统，小商品搭上义乌航空、中欧班列运到世界各地。

片段4:

在英国华人商会举办的除夕宴，来宾都穿上了唐装旗袍，仪表堂堂，风姿绰约，见面互送产自义乌的礼品，共赴盛宴；

在美国华人餐厅，老板在门上贴上“福字”，挂灯笼贴春联装点餐厅，进餐厅的外国人都感到眼前一亮。女老板笑盈盈地说：这是我们中国人的新年，祝大家新年大吉，举杯同欢；

在中非合作的工厂食堂里，员工一起庆贺新年，中国负责人

穿上唐装带着舞狮子队伍进场，用红包给每个员工送去祝福。



《道是义乌时悠长》宣传曲歌词

（婺剧伴奏起，唱）

道是义乌时悠长
历史何如
人杰地灵
润泽四方

（义乌道情+rap）

秦时孝子故事常流传
从此乌伤初开创
大士悟佛道立双林
以身弘法倡行善
宾王知仕途勇投笔
忠心义节铸文章
宗泽为廉官恤民情
奋起抗金平动荡
丹溪尝百草济世人
妙手仁心保健康
历史名人讲不完
四大家又十人杰
文韬武略诉说担当（《义乌英雄》原歌词）
德传天下耀糖乡

（张雪迎）

深一脚，
浅一脚，
曾经的拨浪鼓，
走村穿巷，

谁摇响谁的期盼（《传奇的脚步》原歌词）

（众人唱）

羽毛向往那翅膀，
我向往那坚强（《向往》原歌词）

（王力宏）

复兴号角已经吹响，
一带一路大道宽广（《义乌英雄》原歌词）
从山川走向世界
义乌迈步坚定高昂

（众人咏）

勤耕好学
刚正勇为
诚信包容
最是有情有义
义乌人

（张雪迎、王力宏）

从零开始的努力
从无到有的奇迹
义乌一直在这里
初心不变
期待你的光临
等待你的那句
我要去义乌



义乌城市形象调查问卷

- 1、请问您的年龄是（ ）
A、18岁以下 B、18-35岁 C、35-50岁 D、50岁以上
- 2、您的职业是（ ）
A、学生 B、个体工商户 C、企业职工、经营者 D、党政机关工作者
E、自由职业者 F、其他
- 3、您对义乌的熟悉程度（ ）
A、完全没听过 B、有些许了解 C、比较了解 D、非常了解
- 4、您是从哪些渠道了解义乌的？（ ）
A、报纸杂志书籍 B、电视 C、网络社交媒体 D、短视频网站 E、网购经历
F、亲身经历
- 5、以下哪些词汇可以描述您所认识的义乌？（ ）（可多选）
A、名人故居 人文历史 B、世界小商品之都 国际商贸 C、廉价劣质商品 批发商城
D、电商直播 E、政策优待 开放便利 F、其他
- 6、您可能去义乌的理由是（ ）
A、旅游观光 B、创业就业 C、研讨学习 D、采购消费 E、其他
- 7、您认为有哪些做法会最有效打开大众对义乌的了解？（ ）
A、举办城市特色活动 B、加强社交平台的传播工作 C、设计城市IP卡通
形象
D、大型营销活动 E、进行城市文旅建设 F、其他
- 8、您认为义乌小商品市场向爱喜猫商城方向发展前景如何？
A、潜力巨大 B、有一定的发展空间 C、希望不大 D、前景惨淡

