

**Guangzhou
Designweek** 
广州设计周品牌合作书



JOIN US
加入我们!

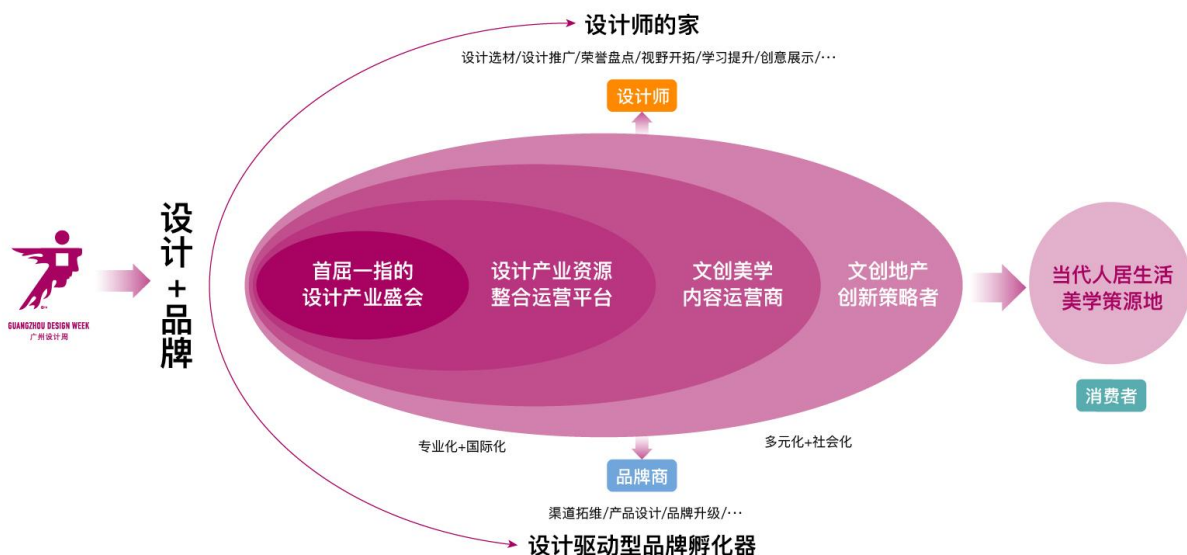
广州设计周是中国第一个设计周, 2006年在政府主导下诞生, 2007年获IFI、ICSID、ICOGRADA国际三大设计组织联合认证, 全球同步推广, 发展至今已成长为亚洲首屈一指的设计产业盛会。

广州设计周始终专注于设计师群体的成长赋能和渠道价值开发, 秉承“伙伴天下”的运营理念, 历经十几年创新发展, 目前已建立起遍布全球超过30个国家、200座城市的广州设计周合作伙伴网络, 发起举办了一系列国内领先、国际知名的设计展会、奖项、论坛和游学活动, 是中国乃至全球设计师发现灵感、激发思维、展示成果的重要平台, 被誉为“设计师的家”。

从诞生至今, 广州设计周坚定地提出“以商业化推广设计”的运营法则, 首创了诸如“365+4(天)”、“设计+品牌”(D+B, Design+Brands)、“设计驱动型品牌孵化器”等一系列设计推广与品牌营销活动中独有的B2B商务运营模式, 已成为目前国内外设计师群体及与其关联的开发商、制造商、品牌商、渠道商等专业群体之间精准且有效的需求互动营商平台, 亦是极具价值力的设计产业资源和文创美学内容运营平台。

十几年来, 伴随着中国经济增长模式从“中国制造”到“中国创造”的转变历程, 广州设计周走过了一条从唤醒全社会“赢在设计”、“设计创造价值”的公共意识, 到吹响全行业“为中国设计发声”进军号角的蓬勃发展之路。立足当下、着眼未来, 广州设计周希冀以“设计为民生”为价值观, 以“当代人居生活美学策源地”为愿景, 以“专业化、国际化、多元化、社会化”为运营特色, 着力实现“设计驱动产业升级, 产业成就美好生活”的目标与使命。

我们是以“**设计驱动产业升级, 产业成就美好生活**”为目标使命的运营机构



AUTHORITY 领先

- 2006年, 由中华人民共和国商务部批准, 在广州市人民政府主导下诞生;
- 2010年, 与广交会、广州汽车展、广州中小企业展并列成为广州会展行业4大名片写入《广州市会展产业发展蓝皮书》, 成为广州市政府推动创意产业发展的示范成果项目, 亦当选了每两年一届的广东省工业设计活动周唯一指定承办平台;
- 2011年, 荣膺商务部“中国十佳品牌展会项目”;
- 2015年, 《中共广州市委广州市人民政府关于加快发展现代服务业的决定》中, 广州设计周被列为重点支持的四大特色品牌展会之一;
- 2017年, 成为商务部办公厅正式发布的第一批展览业重点企业(展览组织单位);
- 2019年, 成为广州市文化创意行业协会会长单位。

INTERNATIONAL 国际

- 2007年, 国内唯一获得IFI、ICSID、ICOGRADA国际三大设计组织联合认证, 全球同步推广;
- 2007年至今, 已与意大利、英国、以色列、荷兰、丹麦、日本、美国、印度等40多个国家使领馆和官方组织机构合作举办过“意大利设计之夜、丹麦设计交流日、英国设计交流日、低碳设计大赛、以色列设计展、荷兰设计节”等设计文化交流活动。
- 2007年至今, 已有意大利、荷兰、希腊、丹麦、以色列、英国、美国、日本、韩国等20逾个国家政府或设计有关商贸组织策划举办历届主宾国展和环球设计廊组团展, 成为国际设计资源进入中国商务推广首选平台之一。
- 2007年至今, 广州设计周数十次组织中国设计师和品牌在意大利、美国、加拿大、捷克、韩国、日本等多个国家和地区进行了互动交流和作磋商, 受邀参与意大利米兰展、IFI全球大会、世界室内设计大会等, 2019年发起“世界的中国—广州设计周国际盛典”分别在意大利米兰、加拿大蒙特利尔巡回举办, 引发国际设计界高度关注和热议。
- 2007年至今, 广州设计周还联合意大利、德国、美国、阿联酋、新加坡等多个国家的设计组织发起“G+AWARDS全球设计精英大赛、BDA包豪斯现代设计奖、GRP中意国际设计金指奖、“中国设计+意大利制造”珠宝设计项目等活动, 推动中外设计文化交流发展、融合共通。
- 目前, 广州设计周全球伙伴联盟网络中海外资源合作机构已覆盖全球近40个国家和地区。

innovation 创新力

- 行业首个提出“以商业化推广设计”运营法则, 推出“设计+品牌”(D+B, Design+Brands) 设计推广与品牌营销的B2B商务运营模式, 持续至今;
- 突破展会定时定点运营局限, 首创“365+4(天)”全年无休的运营模式, 如今每年在国内外重点城市举办设计主题活动超千场;
- 设计行业首提“设计师的家”为定位, 围绕设计师职业成长的各级需求构建“展会+奖项+论坛+游学+媒介...”全面服务运营体系, 十几年来交互设计师过百万, 已在全国180+城市建立设计师服务城市运营分站, 对中国设计师群体价值成长发挥了积极推动作用;
- 首个提出“设计驱动产业升级、产业成就美好生活”观点并列为目标使命进行实践的设计产业资源运营平台, 针对设计关联的泛家居行业首提“设计驱动型品牌孵化器”定位, 2021年筹备组建“超级品牌工作室”, 以设计驱动品牌战略升级, 孵化美学消费时代的泛家居超级品牌;
- 洞察“颜值即正义、内容即价值”的新美学消费时代契机, 提出美学内容驱动商业业态升级的观点, 推出“超级策展”计划, 整合文创美学内容资源创建人居生活文创美学策展内容IP库, 并提炼“公园理念运营法”(公即公众参与, 共建内容; 园即场景互动、游园体验), 组建“超级策略工作室”赋能服务园区旧改、城市公园、乡村振兴、家居卖场等文创商业地产业态方, 提供美学内容运营引流和整体策略规划的服务。

INFLUENCE 影响力

- 中国第一个设计周, 发展至今已成长为亚洲首屈一指的设计产业盛会;
- 历经16年发展, 广州设计周通过每年的设计展会、遍布全国上百座城市的上千场路演活动, 汇聚近百万甲方业主、设计师、工程商、渠道商、媒体人士等专业人群进行互动交流, 累计直接互动影响覆盖的设计产业上下游资源专业人群过1000万, 间接影响触达人群不计其数;
- 凭借“365+4(天)”全年无休运营模式, 广州设计周每年活动足迹遍布全国近200座城市以及海外重点国家和地区, 期间直接和间接带动的商贸合作、消费拉动的经济价值巨大。仅2021广州设计周展会筹备和举办期间给广州带来消费价值过10亿, 直接和间接带动泛家居行业的商贸价值保守估计过百亿;
- 目前广州设计周媒体联盟网络已覆盖全球设计领域超4000+, Google检索词条量高达4.5亿条、百度检索词条量3亿条, 抖音、微博、小红书、微信热词超3000千万;
- 十几年来, 广州设计周走过了一条从唤醒全社会“赢在设计”、“设计创造价值”的公共意识, 到吹响全行业“为中国设计发声”进军号角的蓬勃发展之路。

运营内容 OPERATION CONTENTS

1.0 设计展会运营

亚洲首屈一指的设计产业盛会

作为中国第一个“设计+选材”(D+B, Design+Brands) 为策展主题的大型B2B展, 广州设计周专注于设计师渠道价值开发, 及推动设计师与品牌商的对接合作, 是中国最早、规模最大、人数最多、品牌最强、大咖最齐、活动最丰富、影响力最广的“设计+选材”博览会。

旨在通过组织、汇聚国内外设计产业链上、中、下游优质资源, 为产业关联的投资商、发展商、设计师、供应商、分销商等专业群体构建了精准、有效的市场营销、趋势发布等需求互动的交易促进平台。

经过十几年的迭代生长, 如今每年有来自全球20+国家逾1000家适于当代人居生活美学新业态的设计/文创/艺术/潮流/智能/软装/材料/高定等领域的品牌企业和机构联合展出, 发布新产品、新技术、新趋势; 同时, 广州设计周联合诸多超级策展人会围绕“设计+材料美学”、“设计+空间美学”、“设计+艺术美学”、“设计+潮流美学”、“设计+生活美学”五个美学领域举行数十个主题内容策展, 以及广州设计周旗下涵盖“新商业/文创/地产/设计/艺术/时尚/潮玩/人工智能/生活美学”等领域逾百场精彩活动亦将同期举办, 参展品牌专业度、展品品类丰富度, 策展内容精彩度、活动题材多元度均已领先亚洲, 被誉为亚洲设计产业第一规模大展。

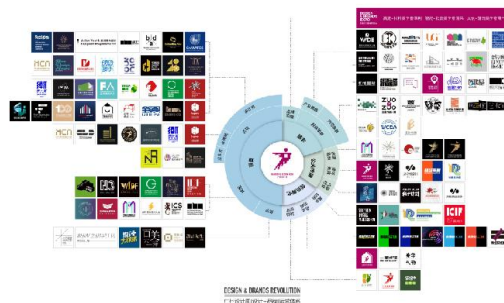
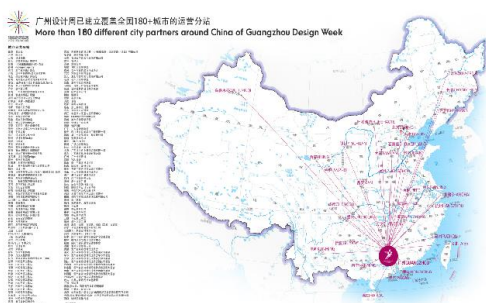
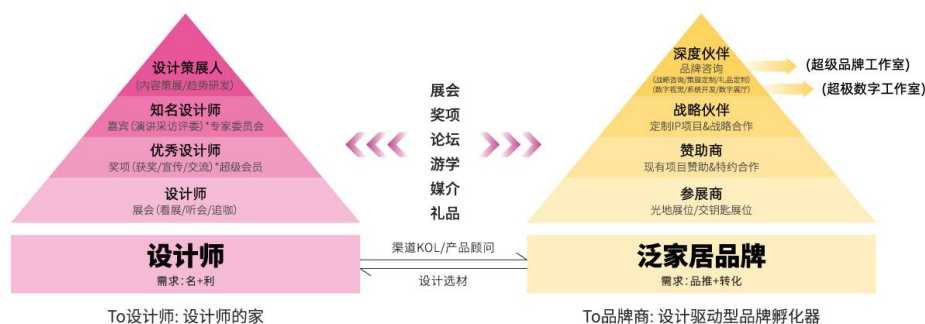


2.0 设计资源运营

大设计产业资源整合运营平台

广州设计周以“设计驱动产业升级、产业成就美好生活”为目标使命，以“商业化推动设计”的运营法则，通过“设计+品牌”的B2B商务运营模式，专注于设计师渠道价值开发及推动设计师与品牌商的对接合作。

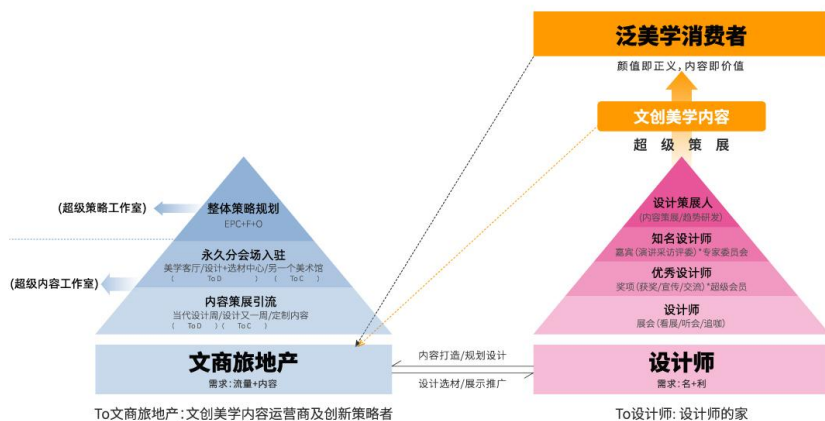
过去16年，我们围绕设计师的“设计推广、荣誉盘点、学习提升、视野开拓、产业对接”等各级需求，逐步形成了广州设计周独特的“展会+奖项+论坛+游学+媒介”运营体系，全方位助推动设计师成长，并不断迭代升级，同时在此过程中助力品牌商完成与设计师的营商互动与合作，形成设计产业资源涉及的设计师+品牌商之间的良性互动，相互促进、共同成长。



3.0 美学内容运营

人居生活文创美学内容运营商

广州设计周基于对“颜值即正义、内容即价值”的新时代消费心理的洞察，联合各领域具备美学策展能力的组织，自主研发涵盖五大美学领域的材料美学、空间美学、艺术美学、潮流美学、生活美学等40+策展项目，建立起自有的美学IP资源库“超级策展”，以“策展型商业”思维生成流量内容创造场景体验，赋能商业业态。



4.0 文创地产运营

内容驱动地产创新策略者

广州设计周整合文创美学内容资源创建人居生活文创美学策展内容IP库，并提炼“公园理念运营法”（公即公众参与，共建内容；园即场景互动、游园体验），组建“超级策略工作室”赋能服务园区旧改、城市公园、乡村振兴、家居卖场等文创商业地产业态方，提供美学内容运营引流和整体策略规划的服务。

园区
旧改

城市
旧改

家居
商城

乡村
振兴



▲ 设计秀厂规划图



▲ 设计秀厂规划图



▲ 西安·中国原点新城概念图



▲ 另一个美术馆

品牌合作 COOPERATION

PART 01 标准合作

选择广州设计周既有项目合作

展览 广告 奖项 加盟

如果你是设计师

包括但不限于建筑设计、室内设计、景观设计、服装设计、品牌设计、产品设计、工业设计等设计师。

合作内容

■ 参展

独立参展:

以设计师或设计公司品牌独立形象参展广州设计周

海外参展:

参与广州设计周于海外特定城市举办的“世界化”中国品牌和设计推广展

主题策展:

联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 广告

展会广告:

广州设计周展会现场会刊、门票、参观证、参观指南、现场广告等投放

媒介广告:

广州设计周自媒体(微信公众号、微博、短视频)、国内外合作媒体发稿、超级大V媒体深度专稿、社交平台KOL、KOC原创内容发布等

■ 报奖

广州设计周超级会员: 面向设计师的一站式报奖、观展、听会、投稿等专属服务

如果你是泛家居代理商

包括但不限于: 服务于泛家居和室内设计关联领域的渠道商、代理商、经销商、分销商等。

合作内容

■ 参展

主题策展:

联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 报奖

中国设计选材金牌服务商:

面向经销/代理商的设计师服务、品牌对接、材料经销等专属会员服务

广州设计周超级会员:

面向设计师的一站式报奖、观展、听会、投稿等专属会员服务

■ 加盟

广州设计周城市美学客厅:

面向设计师荣誉、选材、礼品采购等需求打造的新材料, 新零售与生活美学礼品、设计交流研学深度融合而成的全新商业模式

如果你是泛家居品牌商

包括但不限于：家具、家电、陶瓷、石材、集成吊顶、水暖卫厨、木地板、红木、家纺、瓷器、灯饰照明、新材料等泛家居生产制造企业和品牌。

合作内容

■ 参展

独立参展：以品牌独立形象参展广州设计周

海外参展：参与广州设计周于海外特定城市举办的“世界化”中国品牌和设计推广展

主题策展：联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 广告

展会广告：

广州设计周展会现场会刊、门票、参观证、参观指南、现场广告等投放

媒介广告：

广州设计周自媒体(微信公众号、微博、短视频)、国内外合作媒体发稿、超级大V媒体深度专稿、社交平台KOL、KOC原创内容发布等

■ 报奖

红棉中国设计奖·产品设计奖：品牌企业年度新品参评

BOB世界的中国品牌计划：品牌企业“世界化”认证和全球推广

广州设计周推荐品牌：面向设计师、美学消费人群和经销商群体的优质品牌推介

如果你是家居卖场

包括但不限于：服务于泛家居和室内设计关联领域的全国家居卖场、市场经营机构；渠道商和经销商联盟组织等。

合作内容

■ 参展

独立参展：以专业市场整体品牌形象参展广州设计周

主题策展：联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 广告

展会广告：广州设计周展会现场会刊、门票、参观证、参观指南、现场广告等投放

媒介广告：广州设计周自媒体(微信公众号、微博、短视频)、国内外合作媒体发稿、超级大V媒体深度专稿、社交平台KOL、KOC原创内容发布等

■ 报奖

广州设计周推荐品牌：面向设计师、美学消费人群和经销商群体的优质品牌推介

中国设计选材金牌服务商：面向经销/代理商的设计师服务、品牌对接、材料经销等专属会员服务

广州设计周超级会员：面向设计师的一站式报奖、观展、听会、投稿等专属会员服务

■ 加盟

广州设计周城市美学中心：面向设计师荣誉、选材、礼品采购、人才招聘、设计对接、物业对接等系列化需求打造的集合型平台服务和产品

如果你是产业城市

包括但不限于：家具、家电、陶瓷、石材、集成吊顶、水暖卫厨、木地板、红木、家纺、瓷器、灯饰照明、新材料等泛家居生产制造；文旅文创、创意设计发展；等作为支柱产业的乡镇、城市、地区或全球范围内的实体；以及服务于家居和设计产业的原材料产地、集散地等。

合作内容

■ 参展

独立参展：以产业城市整体品牌形象参展广州设计周

组团参展：组织当地品牌企业-组团参展广州设计周

主题策展：参与广州设计周于海外特定城市举办的“世界化”中国品牌和设计推广展

组团参展：联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 广告

展会广告：

广州设计周展会现场会刊、门票、参观证、参观指南、现场广告等投放

媒介广告：

广州设计周自媒体(微信公众号、微博、短视频)、国内外合作媒体发稿、超级大V媒体深度专稿、社交平台KOL、KOC原创内容发布等

■ 报奖

红棉中国设计奖·产品设计奖：品牌企业年度新品参评

BOB世界的中国品牌计划：品牌企业“世界化”认证和全球推广

广州设计周推荐品牌：面向设计师、美学消费人群和经销商群体的优质品牌推介

■ 加盟

广州设计周城市美学中心：面向设计师荣誉、选材、礼品采购、人才招聘、设计对接、物业对接等系列化需求打造的集合型平台服务和产品

如果你是商业业主

包括但不限于：全球范围内的精品酒店与民宿、餐厅、书店、咖啡馆、茶空间、健身空间等商业业态的甲方业主。

合作内容

■ 参展

独立参展：以品牌独立形象参展广州设计周

主题策展：联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 广告

展会广告：

广州设计周展会现场会刊、门票、参观证、参观指南、现场广告等投放

媒介广告：

广州设计周自媒体(微信公众号、微博、短视频)、国内外合作媒体发稿、超级大V媒体深度专稿、社交平台KOL、KOC原创内容发布等

■ 报奖

NCA中国新商业空间大奖：品牌年度“最美”新商业空间参评

亚洲酒店节：品牌特色酒店项目参评

潮设计奖：品牌潮流空间参评

BOB世界的中国品牌计划：品牌企业“世界化”认证和全球推广

广州设计周推荐品牌：面向设计师、美学消费人群和经销商群体的优质品牌推介

■ 加盟

广州设计周城市美学客厅：面向设计师荣誉、选材、礼品采购等需求打造的新材料，新零售与生活美学礼品、设计交流研学深度融合而成的全新商业模式

如果你是地产开发企业

包括但不限于：从事土地开发、房屋建设的房地产开发专营或兼营企业、项目公司等。

合作内容

■ 参展

独立参展：

以企业或项目整体品牌形象参展广州设计周

主题策展：

联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 广告

展会广告：

广州设计周展会现场会刊、门票、参观证、参观指南、现场广告等投放

媒介广告：

广州设计周自媒体(微信公众号、微博、短视频)、国内外合作媒体发稿、超级大V媒体深度专稿、社交平台KOL、KOC原创内容发布等

■ 报奖

BOP星筑国际地产大奖：

企业年度地产项目参评

亚洲酒店节：

品牌特色酒店项目参评

潮设计奖：品牌潮流空间参评

BOB世界的中国品牌计划：

品牌企业“世界化”认证和全球推广

广州设计周推荐品牌：面向设计师、美学消费人群和经销商群体的优质品牌推介

如果你是生活方式品牌

包括但不限于：符合当代人居生活美学的服装鞋帽、箱包、美妆护肤、钟表/珠宝首饰、手机数码、汽车/电动车、家电、玩具乐器、酒饮、家居日用品/厨具、互联网等适用消费者生活方式的产品和服务品牌。

合作内容

■ 参展

独立参展：

以品牌独立形象参展广州设计周

独立参展：

以品牌独立形象参展广州设计周

主题策展：

联动本地设计师团体、上下游资源方等进行主题化策展

■ 广告

展会广告：

广州设计周展会现场会刊、门票、参观证、参观指南、现场广告等投放

媒介广告：

广州设计周自媒体(微信公众号、微博、短视频)、国内外合作媒体发稿、超级大V媒体深度专稿、社交平台KOL、KOC原创内容发布等

■ 报奖

红棉中国设计奖·产品设计奖：

企业年度地产项目参评

BOB世界的中国品牌计划：

品牌企业“世界化”认证和全球推广

广州设计周推荐品牌：面向设计师和经销商群体的优质品牌推介

PART 02 定制合作

美学客厅

美学中心



美学客厅

面向设计师荣誉、选材、礼品采购等需求打造的新材料、新零售融合商业模式

合作对象:

服务于泛家居和室内设计关联领域的渠道商、代理商、经销商和分销商

合作内容:

极致材质廊城市经销 | 哲品ZENS城市经销 | 超级会员服务



美学中心

面向设计师荣誉、选材、礼品采购、人才对接、设计对接、物业对接等系列化需求打造的集合型平台服务和产品

合作对象:

服务于泛家居和室内设计关联领域的家居卖场、市场经营机构及渠道商联盟等

合作内容:

广州设计周美学客厅城市加盟 | 人才需求对接 | 设计需求对接 | 物业需求对接 | 选材需求对接

合作价值

帮助产业链上下游品牌和厂家在设计师渠道的价值开发, 提供品牌商与设计师对接合作的机会。助力经销企业甄选与链接相匹配的品牌或设计师, 提高经销企业自身价值, 探索优秀经销代理商在设计师营销和渠道建设中的布局构建, 帮助经销商服务设计师选材提供更好的识别; 为国内外的泛家居品牌搭建亚洲首屈一指的“设计+选材”营商平台, 通过汇聚国内外设计产业链上、中、下游优质资源, 助力泛家居品牌与产业关联的投资商、发展商、设计师、供应商、分销商等专业群体, 构建精准、有效的市场营销、趋势发布等需求互动的交易促进平台。



超级会员

超级会员权益

专属荣誉:

获得广州设计周“超级会员”荣誉身份认证及专属证书。

奖项申报:

广州设计周奖项一站式申报服务

专属会员管家定向服务 | 广州设计周奖项顾问式咨询及投稿建议 | 付费奖项报名费用全免 | 会员报奖资料整理及投稿 | 获奖结果跟进及通知。

展会门票: 广州设计周展会四日通票10张。

论坛门票: 广州设计周IDF国际设计论坛全门票2张。

专属通道: 凭专属证件享受广州设计周展会期间专属通道入场。

展会会刊: 获得广州设计周展会会刊一本。

作品刊物: 获得广州设计周部分奖项获奖作品集各一套。

作品发稿: 广州设计周官方微信公众号、独立新媒体《绝对设计》作品优先发稿。

媒体推广:

- 在广州设计周超级会员小程序上拥有个人主页, 进行一站式作品展示与推广、奖项申报、媒体投稿、名片展示等功能;
- 超级会员个人设计作品可获得不少于10家主流媒体的发布;
- 超级会员可享受广州设计周媒体联盟媒介资源并进行折扣投放;
- 获得广州设计周自媒体矩阵(视频号、微博、小红书、抖音、百家号等平台) 进行联合传播推广;

展商对接: 广州设计周参展厂商对接联络服务。

美学礼物:

- 每月可获得广州设计周X哲品的联名款云气茶1箱, 会员期共12箱;
- 获得广州设计周X哲品超级会员卡, 获得购买折扣;

游学优惠: 报名广州设计周学院游学线路享8折优惠。



推荐品牌

推荐品牌权益

荣誉资质:

- 获得“广州设计周推荐品牌”专属荣誉资质以及VI标识商业授权使用;
- 享有广州设计周展会期间授予荣誉认证的官方仪式;
- 获得“iDesign绝对设计年度理事单位”专属荣誉资质。

展期采访:

- 作为广州设计周代表展商, 广州设计周在品牌展位对品牌高层进行视频采访1次;
- 采访视频在广州设计周视频号发布1次, 并在广州设计周微信公众号“推荐品牌”栏目软文形式发布1次。

品牌专访:

- 获得广州设计周对品牌高层专访1次并撰写品宣软文1篇;
- 品宣软文在广州设计周微信公众号发布1次, 并获得不低于10家广州设计周媒体联盟转载宣发。

会员名额: 获得3个“广州设计周超级会员”设计师名额。

展会门票: 广州设计周展会四日通票20张。

分站对接:

为品牌提供广州设计周180+城市设计师运营分站的对接服务, 服务内容视品牌需要包括但不限于品牌招商城市经销商推荐、品牌落地城市设计师活动的承办。

思维饭局:

品牌高层获得广州设计周CEO主理的思维饭局邀请1次。

报奖服务:

广州设计周奖项一站式申报服务

- 品牌获广州设计周奖项顾问式咨询及投稿建议(投稿奖项包含: 红棉奖、潮设计奖等);
- 报奖免费, 如获奖按照章程规定的推广费享有8折优惠。

品牌咨询:

广州设计周超级品牌工作室品牌战略咨询服务

- 广州设计周超级品牌工作室主理人提供品牌咨询1次;
- 可根据企业定位需求, 提供品牌美学礼品定制、品牌美学策展设计、品牌美学战略定位等品牌策划服务。广州设计周超级品牌工作室品牌战略咨询服务。



金牌服务商

金牌服务商权益

荣誉资质:

- 获得“中国设计选材金牌服务商”专属荣誉资质以及VI标识商业授权使用;
- 享有广州设计周展会期间授予荣誉认证的官方仪式。

服务设计师:

广州设计周设计师“超级会员”名额:

获得1个“广州设计周超级会员”名额

广州设计周全国城市分站资源对接:

为企业提供广州设计周180+城市设计师运营分站的对接服务, 服务内容视企业需要包括但不限于城市分站主理人对接、所在城市设计师活动的承办对接等。

展会尊享:

- 广州设计周展会四日通票10张;
- 凭金牌服务商专属证件享受广州设计周展会期间专属通道入场(不超过2个名额);
- 获得广州设计周展会会刊2本。

展商对接: 广州设计周参展厂商对接联络服务。

材料经销:

获得广州设计周“极致材艺廊”特色材料产品的城市分销授权;

客厅加盟:

- 获得广州设计周城市美学客厅优先加盟机会, 一个城市仅限一间;
- 客厅即广州设计周城市分站和会员俱乐部线下中心, 同时为极致材艺廊线下体验店, 加盟客厅即享有极致材艺廊城市独家代理权。

PART 02 定制合作

策略规划

品牌咨询

直播矩阵

数字营销

内容运营

健康设计



超级策略工作室

“超级策略工作室”，依据“公园理念运营法”赋能服务园区旧改、城市公园、乡村振兴、家居卖场等文创商业地产业态方，提供美学内容运营引流和整体策略规划的服务。

O+EPC+F

合作对象：

园区旧改、城市公园、家居商场、乡村振兴

合作内容：

项目整体分析诊断 | 顶层创意策略规划 | 落地美学内容运营引流



超级品牌工作室

“超级品牌工作室”提供更有深度和品质的品牌价值服务，帮助企业在明确的战略指导下，深度挖掘设计周资源，帮助国际品牌讲好中国故事，深耕中国市场。

品牌咨询顾问服务

合作对象：

品牌企业和机构

合作内容：

品牌美学战略定位 | 品牌美学礼品定制 | 品牌美学策展设计



超级内容工作室

“超级内容工作室”专注为城市/地产/文旅 量身定制超级IP文创事件，以“策展型商业”思维生成流量内容创造线，性创新场景体验。

量身定制超级IP事件

合作对象：

园区旧改、城市公园、特色文旅、商业地产、专业市场

合作内容：

IP内容授权 | 美学空间/内容设计 | 差异化商业策展/造节 | 商业全案策略服务等



超级直播工作室

超级直播工作室独创“动态创意技术+标准化运营”的内容营销新形态，深耕内容渠道，践行实践落地，追求极致效果，为企业提供专业的直播+内容营销矩阵解决方案。

专业直播+内容营销矩阵服务

合作对象:

品牌企业和机构

合作内容:

展会PGC直播 | 发布会/论坛直播 | 日常代播/直播



超级数字工作室

超级数字工作室定位于数字技术开发与应用赋能企业转型升级，为企业提供基于元宇宙技术底层架构的平台系统整体解决方案及配套增值数字服务。

以元宇宙系统解决方案构建企业新型数字生态空间

合作对象:

品牌企业和机构

合作内容:

数字视觉 | 系统开发 | 数字展厅



超级健康工作室

超级健康工作室以“人体”日常生活健康运行系统为根本出发点，从设计师自身健康，到业主需要的产品+空间健康设计系统服务提供系列化服务。

以“人”为本的产品+空间健康设计系统服务

合作对象:

品牌企业和机构

合作内容:

健康设计课程培训 | 健康设计顾问服务 | 健康养生产品共创



合作联系

广州城博文创展览有限公司/广州设计周文化传播有限公司/广州设计周科技有限公司
广州市海珠区新港东路996号保利世贸中心G座902室

4008-833-077

国际认证

IFI国际室内建筑师/设计师团体联盟

主体运营

广州设计周组委会

协同运营

广州设计周全球伙伴联盟 (GIA)

承办机构

广州设计周文化传播有限公司/广州城博文创展览有限公司/
广州设计周科技有限公司

特别鸣谢:

品牌顾问:新加坡Blakki设计、亚洲吃面公司、超级品牌工作室

艺术顾问:贝尊镶嵌艺术

创意顾问:和马设计

影视顾问:超级数字工作室、日京三文化、Xvisual影像

指定礼品:哲品ZENS、农鲜头等仓

商务资源伙伴:上海东谷广告、广州领路营销、

和智有信、佛山方海策划、

美渐品牌、巨蕉文创、观景台文化传播