

20
24

山西非遗大展

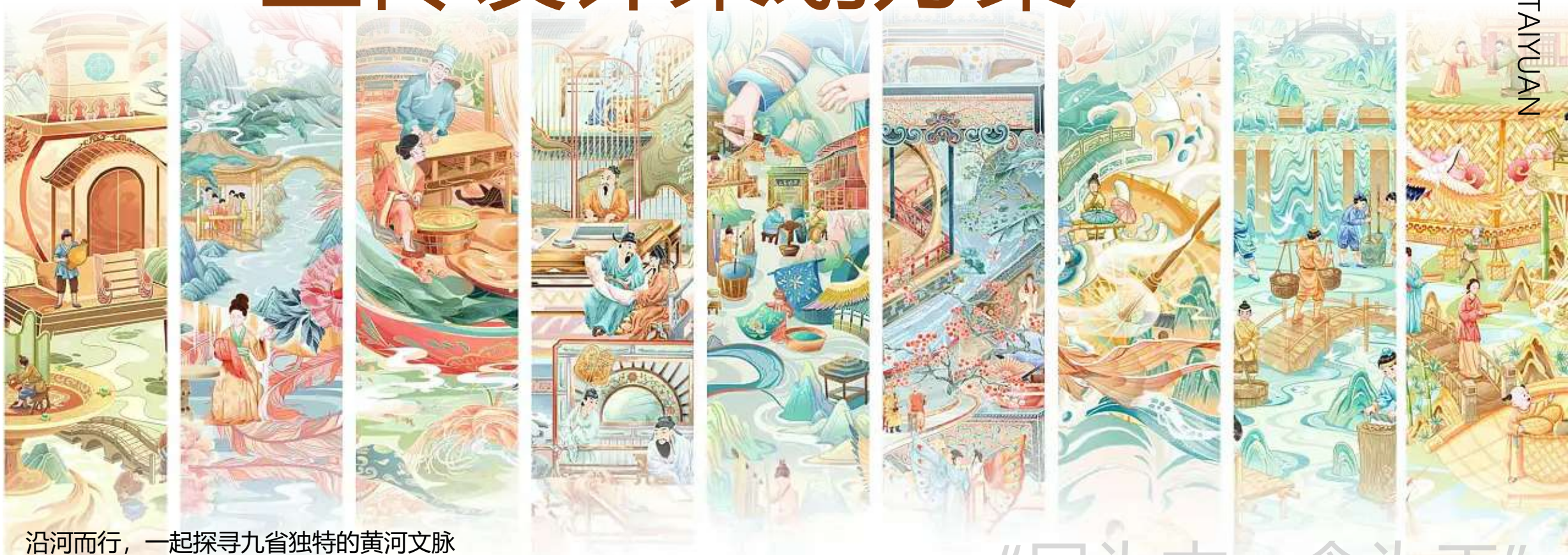
HUANGHE

宣传设计策划方案

主办单位：文化和旅游部、山西省人民政府

展会地址：某地国际会展中心

TAIYUAN



沿河而行，一起探寻九省独特的黄河文脉

YELLOW RIVER INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE EXHIBITION

“民为本，食为天”

目录

01

活动背景

THE BACKGROUND

02

宣传规划

PROPAGANDA PLANNING

03

引流方案

DRAINAGE PLAN

04

其他内容

OTHERS



活动背景

PART ONE



某地非遗大展

本次大展以黄河农耕文明为主题，沿黄9省区600余个非遗代表性项目和300余名非遗代表性传承人将参展。

本次大展展览面积共7200平方米，分两个板块。第一个是黄河农耕文明主题展区，汇聚沿黄9省区关于农耕文化的经典非遗代表性项目，以“大河溯源、大河滋养、大河奔流”3个板块展现农耕文化下的黄河非遗的过去、现在和未来。

第二个是黄河面食文化展区。此展区以市集的方式呈现，将非遗代表性项目包装成时尚的国潮场景。展厅分4个单元，展示沿黄各省区传统非遗美食、山西传统老字号非遗代表性项目、山西传统非遗酿造技艺以及山西面食文化和传统工艺。





活动概述

某地非遗大展

- 主办单位：文化和旅游部、山西省人民政府
- 展会地址：某地国际会展中心
- 展会时间：2023年11月2日-11月6日
- 展会主题：“黄河农耕文明”





活动主视觉



YELLOW RIVER INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE EXHIBITION

Y E L L O W R I V E R I N T A N G I B L E C U L T U R A L H E R I T A G E E X H I B I T I O N

宣 传 规 划

P A R T T W O





宣传目的

- 做强黄河品牌，推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展，全面推进非物质文化遗产和旅游业在改革创新、保护传承、文化生态，品牌影响等方面取得实质性突破。
- 促进非物质文化遗产长久保护和永续利用，打造新的增长，形成发展新动能，实现非物质文化遗产和旅游业高质量高速度发展。
- 更好满足人民日益增长的精神文化需求，不断开创全方位推动高质量发展新局面，奋力谱写山西践行新时代中国特色社会主义思想新篇章。
- 通过本次某地非遗大展宣传旨在，提升公众对黄河流域非遗文化的认知与兴趣；吸引更多游客前来参观展览，推动文化旅游发展；增强媒体关注度，提升展览的社会影响力；推动非遗传承与创新，促进相关产业繁荣。

宣传规划

宣传阶段	预热阶段	引爆阶段	持续发酵
时间	10月27日-10月31日	11月2日-11月6日	11月6日后
宣传方向	预热阶段的宣传，通过多种媒体形式、多个渠道的组合，持续引发公众的关注和兴趣，逐步营造出某地非遗大展的独特魅力和影响力，为后续的宣传活动打下基础。	吸引大量参观者和媒体报道，实现全面的宣传覆盖，将展览推向广大观众。	针对本次大展的亮点发布相关通稿及总结图文，公开活动成果，树立某地非遗大展品牌的领域声誉和形象。
线上宣传	- 活动宣传语发布 - 官方公众号、微信朋友圈、微博、抖音、小红书等平台发布活动图文 - 召开新闻发布会，发布宣传通稿 - 视觉延展设计：倒计时海报、预告长图、预告短视频、传承人信息长图、预热宣传片等视觉相继释放	- 照片直播 “主播带你观展”打卡活动 - 官方公众号、微博、抖音持续跟进活动现场	- 活动总结视频 - 发布亮点相关通稿 - 活动成果展示
线下宣传	高曝光广告位、快闪站台事件营销、主题巴士市区定点巡游		/



预热阶段



预热阶段

新闻发布会(10月23日)

举行新闻发布会，并通过相关通稿的发布进一步传播活动信息。创建官方社交媒体账号，发布有关展览主题、背后故事和非遗项目的信息，引发用户关注和讨论。





预热阶段

活动宣传语发布(10月27日)

TOG: 赓续农耕文脉，谱写“沿黄”华章

TOC: 传千年工艺 承农耕文明

TOC: 凝聚历史文化遗产 熔铸非遗文化辉煌

TOC: 踏上黄河之旅，探寻文化的源泉！

TOC: 融汇黄河文化，点亮心中的文明之光！

TOC: 感受黄河文化的磅礴力量，领略中华文明的博大精深！



预热阶段

推文、长图海报发布(10月28-29日)

在山西文化和旅游厅官方公众号、微信圈广告、微博、抖音、小红书等社交媒体平台发布推文、长图海报以及短视频，宣传黄河文化遗产，更大面积覆盖市民，激发兴趣，为活动预热铺路。



预热阶段

短视频发布(10月28-29日) 《民为本，食为天》

制作活动预告短视频，以黄河九省非遗引入，讲述黄河与九省、黄河与非遗文化的共情共鸣，通过不同视角娓娓道来。拉近与沿黄九省人与人的距离，体现黄河与人与非遗之间的共情共鸣。

➤ 时长:30s左右



预热阶段

倒计时海报 (10月30日-11月1日)

在官方公众号、微博、抖音、小红书、朋友圈等多个平台上发布大展倒计时海报，引发公众的期待和兴奋情绪，为活动正式开始创造氛围。



预热阶段

传承人信息长图(10月30日-11月1日)

在官方公众号、微博、小红书等平台上发布到场传承人信息长图，突出传承人身份，提升活动的权威性。

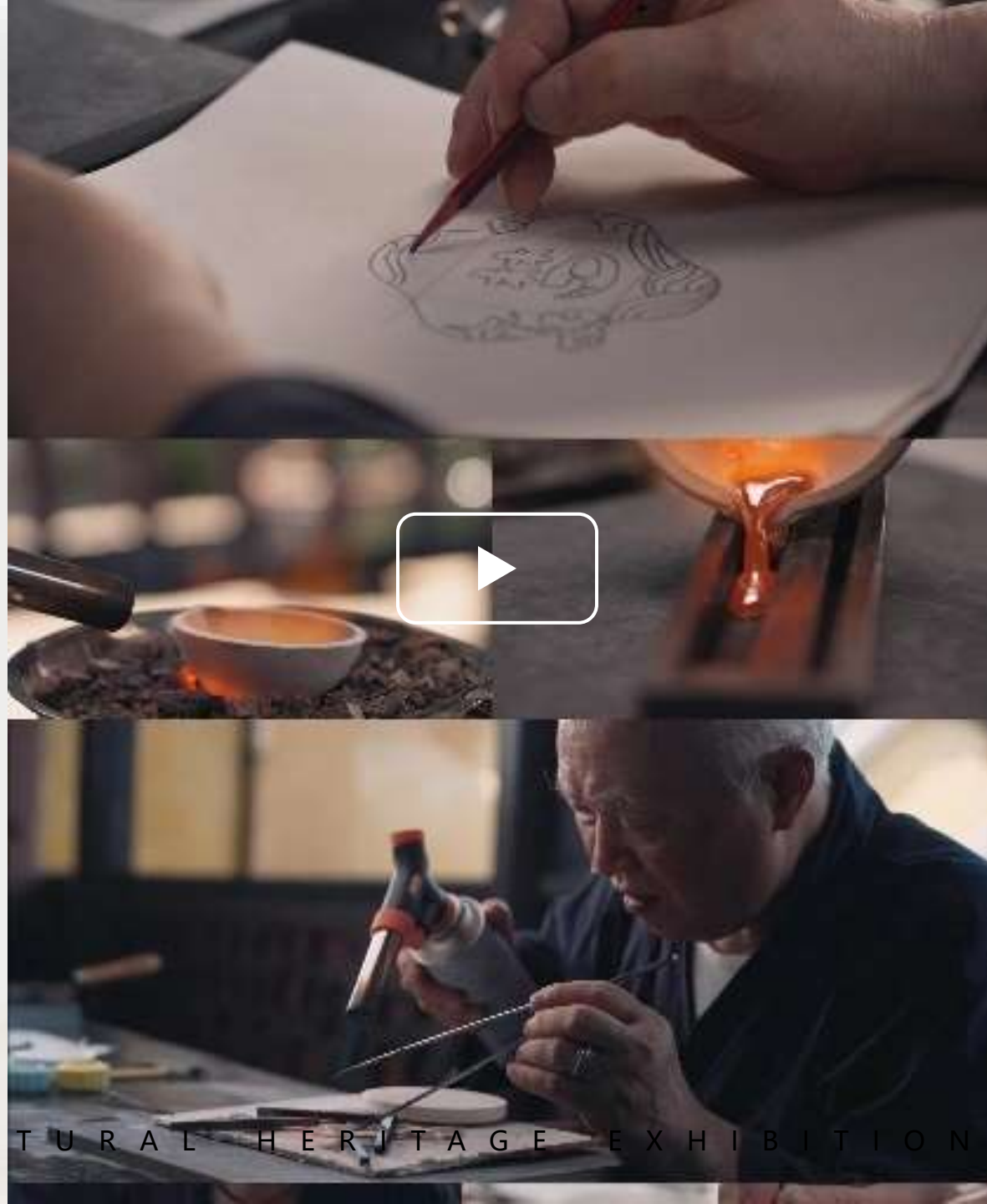


预热阶段

预热宣传片(10月30日-11月1日)

发布2023某地非遗大展预热宣传片，通过多种社交媒体平台加强宣传，创造话题营销。

宣传片内容：各省非遗项目及传承人宣传短片



预热阶段

高曝光广告位(10月27日-11月6日)

在太原人流量较高的重要场所展示大展的主视觉海报，如户外大屏、主干道道旗铺设、公交广告位等。通过这些高曝光的广告位，将大展的核心亮点、主题、内容和时间传达给更多市民，实现由南向北、由东及西全方位“多点铺设”，广泛而深入的对大展进行传播。



预热阶段

快闪站台事件营销(10月27日-11月6日)

配合前往某地展厅的专线公交车计划，在地铁二号线A类站点大南门站设置主题站台，并配合包站物料，以“坐着地铁直达2023黄河大展”为核心主题，通过精美的美陈形式和有趣的快闪活动，吸引过往游客，并配合主题列车的打造，依托交通枢纽的密集人群。



预热阶段

主题巴士市区定点巡游 (10月27日-11月6日)

计划5辆主题巴士，在市区各大商圈及人流量密集定点巡游，并配合非遗快闪节目，吸引过往市民，广泛的对大展进行宣传造势。





引爆阶段、持续发酵



引爆阶段

照片直播(11月2日-11月6日)

通过照片直播，将开幕式的精彩瞬间传递给全国观众。

通过本土官方媒体以及朋友圈等渠道，实时展示开幕式的盛况，让更多人共同见证这一重要时刻，开幕式结束同时，各官方媒体同步发表宣传通稿，增加活动背书量级及曝光度、关注度。





引爆阶段

“主播带你看展” 打卡活动 (11月2日-11月6日)

发起“主播带你看展”打卡活动，邀请知名自媒体博主与各官方融媒体机构，现场带领观众进行虚拟展览导览。在抖音、微博、小红书等社交媒体平台上开展话题，将展览的精彩呈现与大家分享，呼吁市民观展，增强公众的参与感和互动性。



总结图文&成果展示 (11月2日-11月6日)

针对本次大展的亮点发布相关通稿及总结图文，公开活动成果，树立某地非遗大展品牌的领域声誉和形象。



引流方案

PART THREE



引流方案

制定以公益、社区、研学机构、公共场所、等为核心的多渠道进行引流方案，同期发放大展宣传品（拟定：朋友圈集赞、现场打卡集章两种方式），在执行过程中合理时间段安排，提升参观率与资源利用效率。



引流方案

旅行研学渠道

1. 同旅游协会沟通与太原一日游旅行社建立合作关系，设计含有某地非遗大展的补贴路线，提供便捷的交通和优质的导游服务，为游客提供愉快的参观体验。
2. 与5个研培院校（山西大学、中北大学、太原理工大学、山西艺术职业学院、太原师范学院）、2个高校（太原旅游职业学院、山西省旅游学院）及3个小学（新道街小学、坝陵桥小学、狄村小学）达成意向，协调组织学生合理时间参观研学；
- 3、研学机构合作、与专业课老师合作共创非遗研学课程，并组织学生参观研学，拓展非遗文化的传承与认知。

通过这一完善的引流方案，我们将以专业的服务和丰富的旅游体验吸引各个渠道的游客前来参观某地非遗大展，共同领略非遗文化的独特魅力。



引流方案

公益渠道

腾讯公益乡村儿童旅行团。
与腾讯公益合作，推出定制化非遗体验团，吸引家庭游客和学校组团前往。



社区渠道

协调山西日报社社区部定点宣传邀约报名，统计社区内有意愿参观的居民，提供定期的通勤服务，增加参观率。



公共场所渠道

积极协调沟通山西省图书馆、太原市图书馆、山西省博物馆、太原市博物馆、商业圈（万象城、茂业、北美、万达及各大电影院）陈列摆放宣传展架，扩大覆盖面，增加受众群体，吸引更多的群众观展。



其他渠道

古建筑研学协会紧密联系
争取达成合作共赢，同时
积极沟通省工会、市工会、
团省委、省妇联及相关部门，邀请参观。



其 他 内 容

P A R T F O U R



其他内容

宣传册制作

- 确定宣传册的主题，设计宣传册的封面和内页，确保它们与展会主题相一致。
- 内容与信息：宣传册应包括有关展会的基本信息，如日期、时间、地点、展览亮点、参展项目介绍。还包括有关非遗文化的背景信息、非遗项目的历史和意义。
- 视觉元素：使用高质量的照片和插图，以展示非遗项目和黄河流域的美丽景观。确保宣传册具有视觉吸引力。
- 宣传册分发：决定宣传册的分发策略，包括在宣传活动、社交媒体、合作伙伴机构和展会现场分发。



车辆保障方案

- 交通需求评估：确定展会期间的交通需求，包括观众的到达和离开，参展者的运输，以及VIP宾客的接送。
- 协调交通管理部门：与交通管理部门协调，确保道路畅通，安排交通管制和停车设施。
- 安全标准和保障：确保所有使用的车辆符合安全标准，提供必要的保险，以确保车辆和乘客的安全。
- VIP宾客服务：为VIP宾客提供高级车辆和专门的接送服务，确保他们的舒适和便利。



其他内容

大巴车辆安排

- 观众接送：安排大巴车辆在不同地点接送观众前来参观展会。制定具体的时间表和路线。
- 参展者运输：为参展者提供定期的大巴车辆，确保他们能够按时抵达展会现场并返回住宿地点。
- 媒体团队和工作人员运输：为媒体团队、工作人员和志愿者提供专门的大巴车辆，以确保他们的工作能够顺利进行。
- 临时停车和接送点：确定临时停车和接送点，以便大巴车辆能够方便地停靠和乘客上下车。
- 交通监控和调度：建立一个交通监控中心，确保大巴车辆的运营和安全受到实时监控和调度。



2024

感谢您的观看

HUANGHE

THANK YOU

主办单位：文化和旅游部、山西省人民政府

展会地址：某地国际会展中心

TAIYUAN



沿河而行，一起探寻九省独特的黄河文脉

YELLOW RIVER INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE EXHIBITION

1102/06

“民为本，食为天”