

# 杭 州 市 商 务 局

---

## 关于参与“人民甄选·中国礼物” 之杭州首发活动的通知

各区、县(市)商务主管部门:

为了更好地助力经济发展,深挖地域文化和特色,打造城市消费新名片,激活社会文化创意,提升城市文化自信,阿里巴巴携手人民日报人民创意,将与全国多个城市共同打造“人民甄选·中国礼物”这一具有标识性的城市消费新名片。首发活动拟于9月24日落地杭州,举办国内首次通过5G手段进行的线上场景直播,并在西湖博物馆为“人民甄选·中国礼物”活动全国首站启动发布,成为助力杭州打造国际消费中心城市的重要举措之一。

本次“人民甄选·中国礼物”首发活动,由政府和阿里巴巴、人民日报人民创意共同支持打造。参与活动品牌将有机会获得人民日报全媒体矩阵强力扩大影响力,可获得阿里巴巴线上活动流量支持(品牌符合老字号、非遗品牌标准可免费参与)。被选中参与主播直播间的货品佣金部分品牌自理,被甄选入围品牌可获得额外媒体曝光。请各区县商务主管部门共同参与此次首发仪式,踊跃推荐辖区内优秀品牌参与人民甄选活动(推荐截止时间8月

28日前），借助甄选品牌的影响力、辐射力带动区域特色经济发展。同时，请协调区域内相关活动资源（场地、嘉宾、媒体、户外广告等）保障活动顺利举办。

附件：“人民甄选·中国礼物”杭州首发活动方案



（联系人：服务机构 麒麟共创 蒋杭娜 18072816670  
市商务局 杨统昆 85257722）

附件：

## “人民甄选·中国礼物”杭州首发活动方案

### 一、项目概况

“人民甄选·中国礼物”是由人民日报人民创意发起，和天猫共同主办，重新定义“好品牌”、“中国礼物”的大型IP传播项目，旨在用“人民的视角”甄选“最好的中国城市礼物”，为品牌开启“以流量破局、用价值攻坚”的精准前进路径，推动“爱国风”的社交风尚。

杭州将作为“人民甄选·中国礼物”首发站，引领 20 余个城市相继推出城市礼物，最后在 2022 年回归于杭州收尾。

9 月 23 日，拟定于钱塘江上举行首次通过 5G 手段进行的线上场景直播。结合杭州城市风景、人文历史特色，以场景式短视频的方式将“一河一湖一溪”，即大运河、西湖、西溪湿地三个场景为主并包括更多杭州城市特色向全球展现杭州面貌，最后以“城市传递”形式进行城市文化交流。首次将新杭货艺术化、时尚化，拟联合中国美院全程助力城市礼物整体形象设计，把原先来杭线下外地消费者的消费能力转化为线上旅游、线上消费，从而提高变现和转化，同时打造城市新名片、提升居民自豪感。

### 二、项目模式

为了项目更好的落地，将通过以下五种全新的模式来打造“人民甄选·中国礼物”概念：

### **（一）新设计**

对杭州特色进行视觉系统化梳理并重新赋予品牌新形象、新内涵，对接天猫数据平台，了解消费者喜好，以年轻人喜欢的方式讲述杭州的城市文化。

### **（二）新营销**

在天猫设置线上定制杭州主题商品专区，为销售建场。

### **（三）新直播**

通过淘宝直播、天猫官方直播间，在钱塘江上以场景式直播的方式，借助网络向全球展现城市面貌。

### **（四）新传播**

为了针对不同的受众人群，采用官方媒体加新媒体的组合方式来进行整体传播规划。通过人民日报、浙广传媒等官方媒体来奠定项目基调，通过各大新媒体平台来影响辐射更多的年轻受众。

### **（五）新沉淀**

“人民甄选·中国礼物”巡展全国重点城市，两年后各地礼物再次相聚杭州，打造国家级城市礼物盛展。

## **三、组织架构**

指导单位：杭州市政府、人民日报社

主办单位：杭州市商务局、阿里巴巴集团天猫事业部、人民创意

承办机构：麒麟共创

## **四、项目规划**

### **（一）发布会**

时间：2020年9月22日

地点：西湖博览会博物馆

嘉宾：政府领导、人民日报社领导、阿里高管等。

主要内容：“人民甄选·中国礼物”首站启动仪式及嘉宾致辞、logo发布、城市宣传片首发、城市礼物礼盒正式亮相等。

### **（二）PGC直播**

时间：2020年9月23日

地点：钱塘江游船水上直播

嘉宾：单霁翔、华少、吴晓波、黄圣依。

主要内容：PGC直播，结合杭州城市风貌及人文历史特色的内容输出，同时直播带货。

### **（三）UGC直播：**

时间：2020年9月23-24日

嘉宾：薇娅、雪梨、陈洁kiki、烈儿宝贝等。

主要内容：形成杭州城市礼物直播矩阵，直播卖货20个品类。

### **（四）天猫专场**

时间：2020年9月24日

主要内容：定制化呈现“人民甄选·中国礼物”杭州站专场，为杭州城市礼物增加曝光量及销售转化。

## **五、传播计划及效果预估**

活动经过预热器、爆发期、延续期三个时期，并在延续期的最后阶段开始启动下一站传播计划。

(1) 预热期：官微发布先导片，大V参与讨论，发布活动嘉宾倒计时海报。

(2) 爆发期：场景化直播现场，名人明星带货。通过各大媒体平台进行导流，引爆直播现场，促进销售的同时将城市礼物概念深入人心。

(3) 延续期：小红书、微博、各大官方平台同步持续宣发。活动效果预估总曝光3亿+，互动量80000+，累积场观150万。