

# 历史文化商业街区的新媒体文创 IP 打造

讲师：李豪

**课程简介：**随着电商平台、新媒体、直播等行业的发展，对传统商业项目带来了非常大的冲击。传统的历史文化商业街的经营模式，也面临着升级改造和新媒体化、IP化和向文创方向发展。本课程就如何将历史文化商业街区打造成文创项目、引入新媒体展开学习。

**课程时间：**2天

**课程对象：**商业街中高管人员，项目招商、运营和策划人员，商业项目、商业街其他管理人员

**课程收益：**

1. 学习历史文化商业街区新文创改造的模式和发展方向；
2. 重点学习如何保留历史文化商业街原文化和历史价值，并转化为新文化商业；
3. 学习当前运营比较好的文创、商业项目的案例与模式；

4. 重点学习如何规划、打造和实施历史文化商业街区成为新文创项目。

## 课程大纲：

### 1 历史文化商业街区新文创改造与发展模式

1.1 上海新天地模式：注入高端商业，引入明星开店

1.2 北京 798 模式：打造文创基地

1.3 福州三坊七巷：打造文创 IP

1.4 杭州南宋御街：打造历史文化 IP，网红打卡地

1.5 西安秦汉唐：打造多历史时空文创商业街区

### 2 历史文化商业街区经典提炼与发掘

#### 2.1 历史文化商业街区四大经典价值发掘

2.1.1 文化建筑价值发掘

2.1.2 历史文化品价值发掘

2.1.3 历史文化名人价值发掘

2.1.4 历史文化故事价值发掘

#### 2.2 历史文化商业街区价值的商业化

2.2.1 商品化和产品化

2.2.2 文旅观光与体验化

2.2.3 影视网剧故事化

2.2.4 文化与商业品牌跨界化

2.3 历史文化商业街区提炼与传播

2.3.1 独特与特色历史文化价值提炼与发掘

2.3.2 重新包装与梳理价值

2.3.3 历史文化 IP 化打造

2.3.4 IP 的新媒体传播

3 文创商业街文创 IP 与新媒体运营案例

3.1 成都井巷子的演艺文创与国际文创硅谷

3.2 北京三里屯太古里的定位与潮文化

3.3 北京华熙 live 文化与健康生活方式的引领者的定位

3.4 故宫文创 IP 的打造与运营模式

3.5 上海 K11 艺术购物中心的模式

4 历史文化街区的新媒体文创地产定位与规划

4.1 文创地产经营模式定位

4.1.1 消费人群定位

4.1.2 消费模式定位

4.1.3 消费档次定位：中高端引导中低端

4.1.4 消费品牌定位：大品牌与个性化品牌共同发展

## 4.2 文创地产的规划

4.2.1 业态规划

4.2.2 建筑规划

4.2.3 商业动线规划

4.2.4 消费体验规划

4.2.5 文创体验规划

4.2.6 经营模式规划

## 5 新媒体文创地产的实施

5.1 历史建筑与文化保护

5.2 原有商业与环境的收造与升级

5.3 打造多个主题商业和主题街区

5.4 推出文创产品

5.4.1 文创 IP 打造

5.4.2 文创产品与 IP 全面推广

5.5 引入新媒体运营机构

5.5.1 与头部网红合作

5.5.2 与电商平台合作

5.5.3 与MCN机构合作

5.6 引入高端与个性化品牌

5.7 引用政府政策打造文创基地与新媒体基地

5.8 全面推广IP与新业态