

# 《IP 策划与活动赛事运营》

主讲：黄光伟老师

## 【课程背景】

在当今竞争激烈的娱乐、体育、文化产业中，活动与赛事 IP 作为连接观众、赞助商及市场的重要桥梁，其策划与运营能力直接决定了赛事的成败与商业价值。本课程旨在通过系统讲解 IP 的全流程运营理论与实践，培养学员在复杂多变的市场环境中，高效策划并执行具有影响力的赛事活动，提升赛事品牌的认知度与商业价值。

## 【课程收益】

全面理解 IP 从策划到执行的全链条知识，掌握实操技能；培养识别并解决赛事 IP 运营中遇到的各种挑战的能力；学会根据赛事特性制定高效的 IP 运营策略，增强赛事影响力与商业价值；激发创意灵感，学会如何在竞争激烈的市场中创造出新颖独特的 IP。

## 【课程特色】

课程融入大量真实案例分析，模拟实战情境，强化学习效果；采用小组讨论、角色扮演等方式，鼓励学员积极参与，提升学习互动性；追踪最新行业动态，确保课程内容与市场同步，引领趋势。

## 【课程对象】

赛事活动策划人员、活动运营经理、品牌推广公关人员、文化旅游项目策划人、文化产业从业者、对活 IP 运营感兴趣的创业者

## 【课程时长】

1-2 天 (6 小时/天)

## 【课程大纲】

### 一、赛事与活动 IP 的基础与市场分析

#### 1、赛事 IP 概述与分类

1.1、赛事 IP 的核心价值与市场定位

1.2、市场趋势与受众分析

#### 2、竞争环境分析与差异化策略

2.1、目标受众分析

2.2 用户画像构建

2.3 需求与偏好研究

### 二、赛事 IP 策划与创意开发

#### 1、IP 定位与差异化策略

1.1 品牌 DNA 塑造

1.2 差异化竞争优势确立

#### 2、IP 故事线与世界观构建

2.1 IP 故事创意与叙事结构

2.2 世界观设定与扩展

### **3、角色与视觉设计**

3.1 角色创造与性格塑造

3.2 VI 系统设计与应用

### **4、IP 策划与创意设计**

4.1 活动与赛事主题、概念策划

4.2 赛事内容与赛程规划

4.3 互动体验与参与感设计

## **三、赛事 IP 运营策略与执行**

### **1、运营策略规划**

1.1 目标设定与 KPI 制定

1.2 传播策略与渠道选择

### **2、内容营销与粉丝经济**

2.1 内容创意与生产

2.2 粉丝社群建设与维护

### **3、合作伙伴与赞助管理**

3.1 商业合作模式探索

3.2 赞助商价值最大化策略

### **4、线上线下活动策划与执行**

4.1 活动主题与形式设计

4.2 执行细节与风险管理

4.3 危机公关与风险控制

## **四、活动与赛事的运营执行管理**

### **1、活动筹备与计划制定**

1.1、团队协作与项目管理

1.2、现场执行与现场管理

### **2、后期评估与反馈机制**

2.1 数据采集与分析

2.2 关键数据指标设定

2.3 数据分析工具应用

2.4 效果评估与反馈循环

2.5 ROI 计算与评估

## **五、赛事 IP 商业价值开发与拓展**

## **1、赛事 IP 的多元化盈利模式**

1.1 衍生产品开发与销售

1.2 国际化战略与跨文化交流

## **2、可持续发展与社会责任**

2.1 IP 侵权风险与防范

2.2 受众流失与激活策略

## **六、成功案例分析与互动讨论**

### **1、国内外 IP 活动与赛事案例**

#### **2、讲师自有案例**

2.1 中国银联巴黎奥运“锦绣行动”IP 营销活动

2.2 首钢体育 IP 赛事“三对三篮球赛”

2.3 中标贵州村 BA 运营权（2024~2027）

3、自选一项知名体育赛事，并模拟运营方 IP 赛事运营策略

4、互动答疑