

加一文创 高校文创纪念品项目 西安文创纪念品

产品名称	加一文创 高校文创纪念品项目 西安文创纪念品
公司名称	深圳市加一加一文创开发有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	深圳市坪山区坑梓街道乌石路27号
联系电话	13500187501

产品详情

无疑问，在这场文创大潮中，西安文创纪念品，

作为核心参与者的设计师，终于在商业环境中有了主导话语权的可能性，

身边的设计师朋友都在准备或已经开创自己的文创品牌，

2018年的春天格外躁动不安。

从事商业的人都避不开品牌问题，而品牌问题有没有真正底层的、普适性的思考逻辑呢？如果让我去创建一个小而美的文创品牌，我会以哪种思维去做战略思考？

如果你是设计师或者文创行业创业者，希望这篇文章能在品牌思考方面提供一些新角度。

构建品牌的核心战略：

差异化，差异化，还是差异化！

记不清是谁说的，“所有商业核心、所有MBA课程归根结底讲的都是一件事：差异化”。当时看到这句话，就留意下来，虽然那时不明白，但总觉得差异化是一句很牛x的话，以至于后面在给客户提报方案时，最终落版多少都要带一些差异化来升华一下。

而今当我研究了众多小而美的文创品牌后发现，差异化不再是简单的文字组合，隐约觉得这可能是一个品牌制胜的原力所在，局长我一直以来都喜爱探索底层商业逻辑，我认为，差异化思维是一个品牌真正底层的战略性的思维方式。

起始思维差异化

我们先模拟一下，假如我要做一个文创笔记本品牌，要考虑的件事是什么？是我这个品牌的定位，我卖什么产品，对标什么市场，而当我去思考定位的时候，一定是根据我现有的可掌控的资源来匹配方向的，例如我擅长做潮流插图设计，也认识几个靠谱的加工厂，那么我可以先小批量做潮流插画主题笔记本，高校文创纪念品项目，那么这个品牌的定位就在年轻潮人，喜爱玩闹这个方向上；假如你去做一个文艺小清新的市场恐怕就非常痛苦，而让你做潮流服饰怕也做不来，因为你不认识这一类的加工商，而且对服饰设计也没有过太多了解；

因为每个人在初始阶段掌握的资源、擅长的方向、经历各不相同，这就导致做事定位以及策略选择都是差异化的，而这种差异化在市场角度来看就是带有独特个人印记的东西；思考小而美的文创步：结合自己的资源、擅长的方向去做独属于自己的风格的东西。

最近挺火的一款产品，南师大文创纪念品，却承载了很多的情感成分。为了它凌晨排队，为了它高价购买，乃至为了它，这个“它”便是星巴克推出的一款猫爪造型玻璃杯。

这款猫爪杯在倒入液体之后，会现出一只可爱饱满的悬空猫爪，再加上玻璃的色调，整个肉爪显得粉粉。猫爪杯被的背面，反映的是年青顾客关于萌宠的消费心理，这类产品的用户群与如今一种大热的猫咪文化有效结合，让消费者产生了情感的共鸣。

文创产品要在具备实用价值，满足人们的某种精力需求，或是满足人们对常识的需求，或是对审美的需求、对体会的需求，或是以上多方面综合的需求。

当下文创产品界“网红”特质的当数故宫博物院，制作了各种卖萌的刷屏事情和用心风趣的产品再造。

对此，故宫博物院原院长单霁翔总结了三点心法：

一是不简略藏品，而要研讨今日人们需求的信息和日子需求；

二是发掘藏品内在，寻觅与今日社会日子的对接点，用文明影响人们日子；

三是不断寻找运用先进的科学技术方法，寻找无限远的传达才干。

文创产品不是朴实的产品，也不是朴实的文明产品，重要的不是方法，而是要做成有故事的文创产品，才能受众广泛。它的差异化来自于各种元素，无论是在生产、流转、分配抑或是消费方面，总是有着自己共同的发展轨迹和运转规则，需要创作人员对文化元素具备一定的专业水平与素养，创意与产品融为一体，完成它的价值体现与艺术美感。

文创旅游纪念品是很多景区的短板，同时也是景区实现文化经济发展的重要途径，如何在旅游文创商品上挖掘更大的商业空间，提升游客的二次消费，为景区经济发展创造新途径呢？加一文创小编认为要从以下六个方面入手。

一、游客为中心，需求为导向

一切不以游客为中心的旅游文创产品开发都是耍！旅游购物市场在变、消费者群体也在变，而5A景区旅游商品却一尘不变；目前5A景区以销售传统工艺品为主，这些商品远远脱离了现代人的生活方式，类似陈旧的设计形式难以让80、90后主要目标人群买单。这些商品只能将其定义为旅游纪念品，而非真正意义的旅游文创产品。

所以说旅游文创商品的开发最终还是要回归游客潜在需求，只有需求与产品巧妙结合，做实用性强的文创商品，满足游客一直想买却买不到的东西，这样的文创商品想不火爆也不行。

二、文化IP重塑及孵化

得IP者得天下，景区旅游文创商品开发同样如此。忌讳传统的多主题、全品类的开发模式，小而美才是发展之道。从游客消费的心里角度来看，最希望买到的往往是景区地域文化特色并且其它地方无法购买的商品。

利用IP元素进行文创衍生品系列开发，同时进行景区产品开发、景区游线开发、景区品牌重塑、景区住宿等等，实现从单一到多元的过程，让IP真正意义上植入到景区的方方面面。

三、产品为王，单品引爆

好的旅游文创商品须兼备以下特：文化、故事性、趣味性、创新性、实用性。5A景区旅游文创商品开始推出时，应先围绕景区核心的IP内容规划推出一个系列爆款产品或者必购产品，根据市场反馈再慢慢扩张畅销商品的产品线，一方面累计自主产品的设计与经营的经验，也可以借此降低过快自主产品产生的成本风险。形成文化IP为核心，创新单品引爆市场，横向延伸产品线的文创商品开发模式。

四、主题空间 一站体验

加一文创(图)-高校文创纪念品项目-西安文创纪念品由深圳市加一加一文创开发有限公司提供。深圳市加一加一文创开发有限公司（www.jiawc.com）在工艺礼品项目合作这一领域倾注了无限的热忱和热情，加一文创一直以客户为中心、为客户创造价值的理念、以品质、服务来赢得市场，衷心希望能与社会各界合作，共创成功，共创辉煌。相关业务欢迎垂询，联系人：沈经理。