

文创纪念品调研 加一文创 南京文创纪念品

产品名称	文创纪念品调研 加一文创 南京文创纪念品
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

商业角度文创价值

丰富概念，从拼服务到拼特色，文创街区、文创小镇野蛮生长，为什么？文创带来了新鲜好玩的特色，以前的咖啡店卖的是咖啡本身，现在它可能同时是个咖啡体验坊、也可能是个猫咪主题咖啡厅，这种花样繁多的概念模糊了原有的商业分类，实现各种跨界和碰撞，这一切有赖于文创思维的渗透。

增加变现手段，各大景区、文博、文娱企业，针对自身特色开发的文创产品，相当于从单纯的卖门票模式，增加了一条变现路径，产品到底有多“文创”暂且不论，高校文创纪念品，能从0到1去做，这本身就已经产生了价值。

拉升产品溢价，原有产品也许卖点是功能、实用这些，但以文创的思路去做是在这些产品外包装一层文化的内容，这就是附加值，台湾的掌声鼓励就是很典型的例子，同样是大米，我不信它的口感能比五常大米好上一倍，但经过文创包装，就可以把身价几倍几十倍的提升，这种背后的文创商业运营思路、包装策划理念、对待设计的态度等等，是真正值得面临升级转型行业经营者学习的，文创思维在拉升产品溢价层面具有异常强悍的能力。

所以，从商业角度，文创有丰富概念、增加变现手段、拉升产品溢价三个核心价值。

文创本身的文创价值

文创本身价值在于创造力，创造力是什么？大家都没有的，我有；大家都有的，我能创造更多溢价；

美学体验和文创内容，文创为什么迷人呢，就是因为参杂了这两点，消费升级，产品颜值即正义，内容即流量，这两点混合起来散发出的迷人气息迷人的简直想让人说脏话。

所以，文创本身的文创价值是增量美学内容。

从增量角度去思考自己的生意，用文创这种设计思维去跨界、去营销、去创造自有IP、去提升产品价值、去丰富品牌魅力。。。才是的。

明白了品牌构造的底层思路，抓住此核心，就能通晓品牌打造的精髓，再去看构成品牌的几大要素，是以“道”看“术”，应该很容易明白，

品牌五要素：

- 1.一个核心价值观；
- 2.一个符号（vi品牌形象是在此演化升级的）；
- 3.一句宣传语；
- 4.一个可以传播的故事；
- 5.一套完善的服务；

分步拆解：

- 1，一个核心价值观；

核心价值观需要明确“我是谁，我喜欢什么，我要做什么。。。”，这里注意，价值观一定是要非常聚焦、落地的，具有很强的差异性，能够让受众明显的感知到，文创品牌在生活方式这个角度思考，未来大部分的品牌都将演变为生活方式品牌，以创意和文化取胜的文创品牌自然要在此处着重笔墨。

- 2.一个符号；

品牌符号核心是logo和色彩，在此基础上深化品牌vi调性，作出品牌传播规范，这里有一个反向检验方式，从消费者接触角度去思考品牌形象的问题，例如、微信、微博，所接触到的产品包装、甚至一张优惠卡，凡是和消费者接触到的地方都要达成统一的视觉，去想象，加我我是受众人群，接触到这些形象时候，会对这个品牌产生怎样的感受？

- 3.一句宣传语；

一句好的宣传语能让品牌传播事半功倍，如小米的“为发烧而生”，简单几个字，完全表达出“我是谁，我要做什么”，更重要的是，还有很强的传播性。

- 4.一个可以传播的故事；

好的品牌故事数不胜数了，此处不赘述，但在写品牌故事时候切忌自说自话。

5.一套完善的服务；

你的联系方式，售后服务运营，当今环境下还要把社群运营这一要素考虑进去，对潜在消费人群提前“服务”。

在淘宝平台输入“日历”二字，上百种品牌近千款文创日历信息在页面呈现：“故宫日历”、“豆瓣电影日历”、“单向历”、“晚安日历”、“健康日历”……

走访发现，人们曾熟悉的挂历、台历等日历类产品纷纷变身为与时间管理结合紧密的文创类产品。而据从业者介绍，目前此类商品主要是以从00后高中生到80后“白领”的年轻消费者为主，相对来说女性用户较多，但男性使用者也在不断增加。

一些受年轻人追捧的日历产品更成为“网红”产品，其中不乏销售量几十万级别的，一些效率手册更是在11月初就被抢断货。

显然，价格不接“地气”并没影响时间管理类文创产品的“高人气”。

受青年追捧，日历已不再仅仅是“日历”

“想什么来什么！正是我期待的颜色，正是想要的快乐！”“明年是‘本命年’收到了红盒！超开心的！”……

作为效率手册中的“网红”——“趁早”今年在电商平台推出“盲盒”限量款：金、银、红、绿四种颜色，随机发货。不少买家对这一“带货”之举颇为认可，纷纷留言“点赞”。

记者调查发现，为适应青年消费群体需求，时间管理类文创产品正在悄然实现“互联网+”。

“每日一句大实话，生活从此不纠结。这里是丁香医生的健康日历。”40余秒的健康告诫，每早7时会准时在喜马拉雅App上响起。

针对不少年轻人在快节奏的当下收听有声读物的习惯，在已连续出版两年“健康日历”的基础上，2019年元旦，丁香医生与喜马拉雅平台合作，南京文创纪念品，以音频形式在线上对“健康日历”内容进行推广普及。

而“故宫月历·2020·清游雅集”在拥有纸质月历之余，还推出AR创意动画。对着月历上的壁画图像扫一扫，旅游文创纪念品图片，古人的娱乐生活便可在手机屏幕上呈现。

在淘宝等网购平台，类似创意新奇、内容精良的时间管理文创产品，虽然价格难说“亲民”，但依然不乏拥趸。不少买家购买后留言，虽然会抱怨“小贵”，但也表示愿意“为创意埋单”。

文创纪念品调研-加一文创(在线咨询)-南京文创纪念品由深圳市加一加一文创开发有限公司提供。文创纪

念品调研-加一文创(在线咨询)-南京文创纪念品是深圳市加一加一文创开发有限公司 (www.jiawc.com)
今年全新升级推出的，以上图片仅供参考，请您拨打本页面或图片上的联系电话，索取联系人：沈经理

。