

# 特色文商旅街区 项目建议书

盛世芙蓉  
國 | 風 | 水 | 街



壹悦文旅  
SHARE CULTURE & TOURISM

# 暂悦集团



暂悦传媒  
SHARE · MEDIA



暂悦文旅  
SHARE CULTURE & TOURISM



暂悦动感  
SHARE DYNAMIC

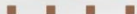
源于责任

立于坚韧

兴于智慧

臻于卓越

CORPORATE CULTURE



## 业务板块

卫视/流媒体节目研发

文旅产业投资

直播及短视频运营

综艺、短视频、网剧制作

文旅产业开发

红人、KOL孵化及经纪管理

商业IP策划及运营

文旅产业运营

新媒体电子商务

湖南哲悦（集团）有限公司下辖湖南哲悦文化旅游发展有限公司、湖南哲悦文化传媒有限公司、湖南哲悦动感网络科技有限公司等全资公司，集团秉承“悦分享、越快乐”的发展理念，整合影视、文化、旅游及新媒体等全平台资源和能量，打造一家具有强烈社会责任感和美好发展愿景的文化、商业、旅游相结合的现代化企业。



## 企业荣誉



- 2016年腾讯成为哲悦战略股东
- 华盖资本为哲悦集团战略投资股东



- 第五届中国纪录片“最佳创新奖”
- “网络文艺奖-最佳网络节目”
- “中国综艺峰会年度导演奖”

- 2019年中国新文创影响力企业TOP50(第19位)
- 突尼斯驻中国大使授予“最佳杰出贡献奖”



- “年度制作机构优秀节目”
- “年度台网融合创新团队”
- “北京大学电视电视年度掌声”
- .....





## 文旅闭环



**内容→关注→价值落地**

**开创目的地宣传推广新模式**  
，让目的地风貌、美食、人文在影视综中呈现，利用明星体验提升粉丝关注度。



公司制作的部分综艺IP案例《爸爸去哪儿》、《变形计》、《我们十五个》、《约吧！大明星》、《我们战斗吧》、《闪亮的爸爸》、《侣行2》斯里兰卡爱情朝圣之旅、《荣誉之战》、《小手牵小狗》、《想想办法把，爸爸！》、《横冲直撞20岁》、《汪喵物语》、《决胜21天》、《姐妹妹妹的舞馆》、《给你我的新名片》、《五十公里桃花坞》及网络大电影《倩女幽魂之人间情》，各大平台观看播放量达数百亿级。

## 明星红人+网红达人+粉丝经济，打造爆款产品

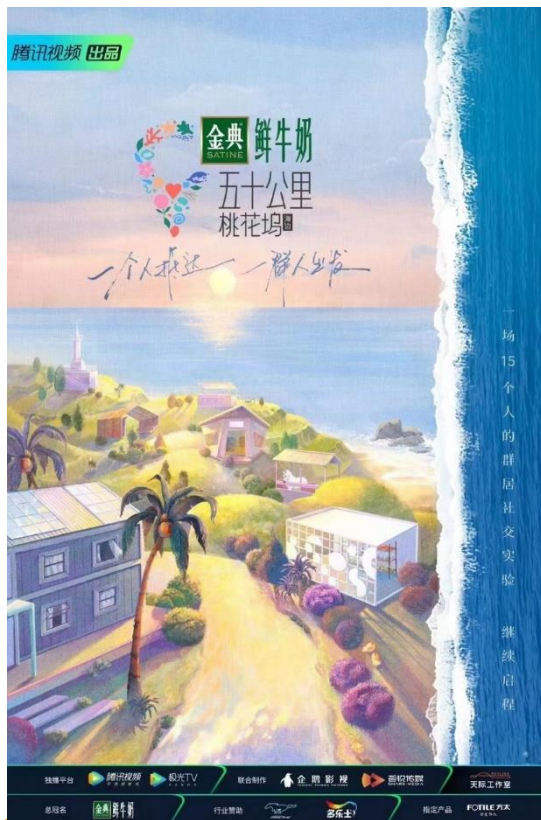
强大的艺人流量池，超强粉丝吸聚力





《五十公里桃花坞》 第一季、第二季







# 《姐姐妹妹的舞馆》







### 《决胜21天》 收视粘性表现突出

东方卫视《决胜21天》本周开展博弈空间中的“攻防博弈”，情节环环相扣、引人入胜，有超五成观众（52.951%）完整观看了整期节目内容，忠实度**64.508%**，在60分钟以上晚间时段首播文艺节目中位列忠实度**第1**；收视率**0.253%**，位列同时期地方卫视节目收视率**第2**。



## 《决胜21天》

## 《给你我的新名片》



## 强势资源



# THE MORE YOU SHARE THE HAPPIER YOU ARE

© Copyright share media 2014 All rights reserved.

- 中央电视台
- 湖南广电（湖南卫视）
- 上海广电（东方卫视）
- 腾讯
- 抖音
- 爱奇艺
- 优酷
- 哔哩哔哩
- 百度
- 快手
- 小红书
- 新浪微博
- .....

## 媒体资源

- 中国水景委员会专家组
- 宽窄巷子文创中心
- 夏岩园林文化艺术
- 笑果文化
- 天津舞台研究所
- 横店-宇迦影视文化
- 上海文广演艺
- 凤凰古镇管委会
- 东北雪乡管委会
- 神秀光电技术
- .....

## 产业资源

- 《冰雪精英》-冰雪运动音乐剧
- [上新了-故宫]文创体验店
- 剧嗨-数字化实景沉浸体验店
- “非遗有范儿”华夏非遗馆
- 千里走单骑民宿
- IMART-创意市集
- 气味王国体验中心
- 开心麻花剧场
- 潮玩星球-品牌IP主题连锁
- Teamlab虚拟美术馆
- 博涛-无上龙门
- 华住-花间堂
- .....

## 业态资源



## 强势资源

- 大英博物馆
- 维多利亚与艾伯特博物馆
- 英国国家美术馆
- 波士顿艺术博物馆
- 美国国空航空航天博物馆
- 台北 故宫博物院
- BBC earth
- DISCOVERY
- 美国国家地理
- 中国计量大学-国学文化中心
- 中国-印尼“一带一路”皇室文化展陈艺术空间

## IP资源

- 世界联合公益慈善周
- TED
- 逻辑思维
- 果壳网
- 吴晓波读书会
- 青番茄
- 中国公益慈善周
- 豆瓣
- 知乎
- 混沌大学
- 得到
- 知识星球

## 社群资源

- 深圳国际微电影节
- 亚洲太平洋影视
- 制片人联盟
- 世界电影博物馆
- 戛纳电影节
- 北京现代舞团
- 自由舞团
- 草莓音乐节
- 伍德吃托克
- 大地艺术节
- MindPark
- 耳洞大开民谣音乐节

## 文娱资源

# Cases 《爸爸去哪儿》& 泸沽湖

案例 《爸爸去哪儿》



内容+运营植入+改造建造引爆客流  
**订单量暴增600%**  
树立文旅升级标杆



2014年度最具影响力的王牌综艺娱乐节目，开创了综艺新纪元的神话，该节目至今已播出至第5季。





# Cases 《爸爸去哪儿》 & 武隆天坑

案例 《爸爸去哪儿》



明星效应打造明星景区，由区域跃升全国顶级旅游目的地







# 一条街带火一座城

- 国家级旅游休闲街区
- 国家级夜经济文旅消费街区
- 省级新文旅标杆项目
- 24H消费目的地
- 网红打卡发生地
- 文化体验宣教地
- 文创产业示范区
- 城市微度假样板

盛 | 世 | 芙 | 蓉

## 【城市商业新中心】+【旅游集散平台】

挖掘在地文化底蕴，凭借哲悦文旅资源和发展经验，将在项目内植入以民俗文化、生态绿色、文旅融合为驱动力，以网红小店经济、首店经济、夜间经济为主打特色的活力街区，成为“融合现有文旅、景点”的精品旅游轴线核心节点。

传统消费聚集区



盛世芙蓉·国风水街

通过多元业态的合理配比，刺激人们多方位的需求，打造体现**文化艺术、新潮时尚、美学生活、人文风情、休闲娱乐**等特性的圈层聚集地，使其不仅是消费场所，更是**城市新兴的旅游目的地**。



## 第三产业增长双引擎

# 夜间鸟瞰效果





空间示意

新文化



盛世芙蓉

國 | 風 | 水 | 街



热烈而饱满的东方盛世风情



核心区域

实景参考





核心区域

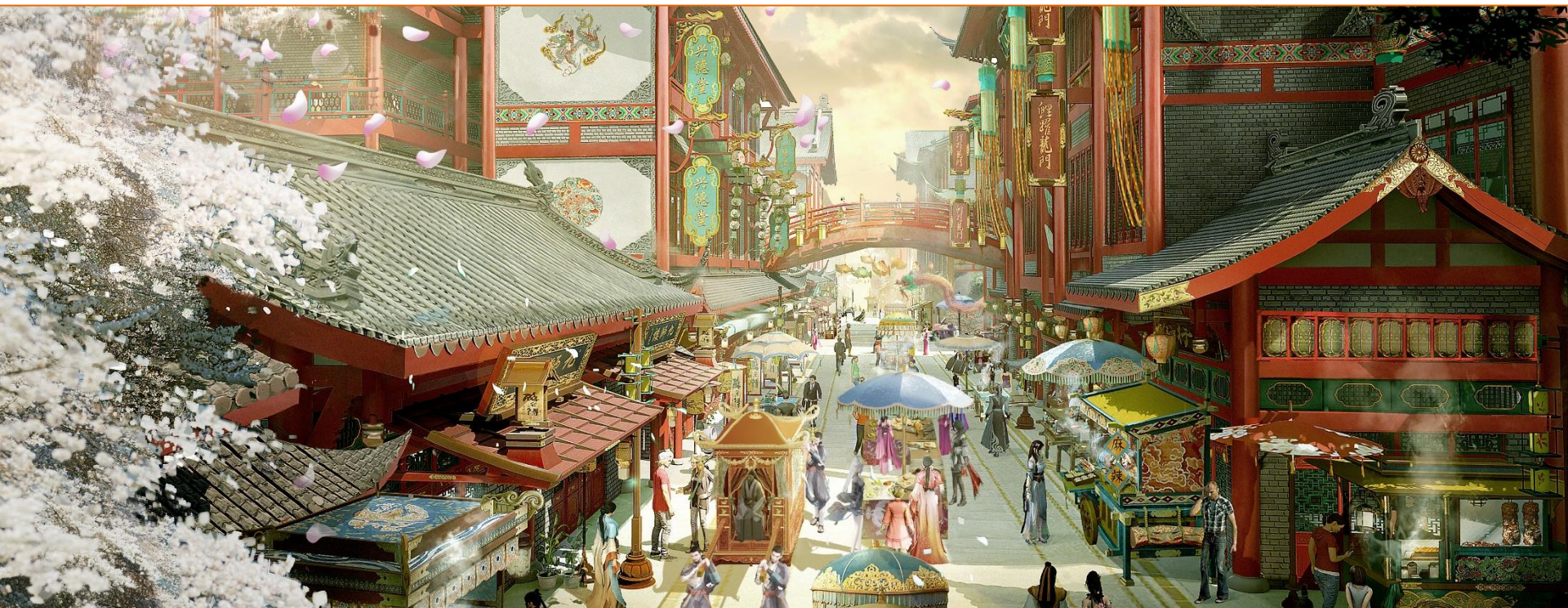
实景参考





## 核心区内街空间

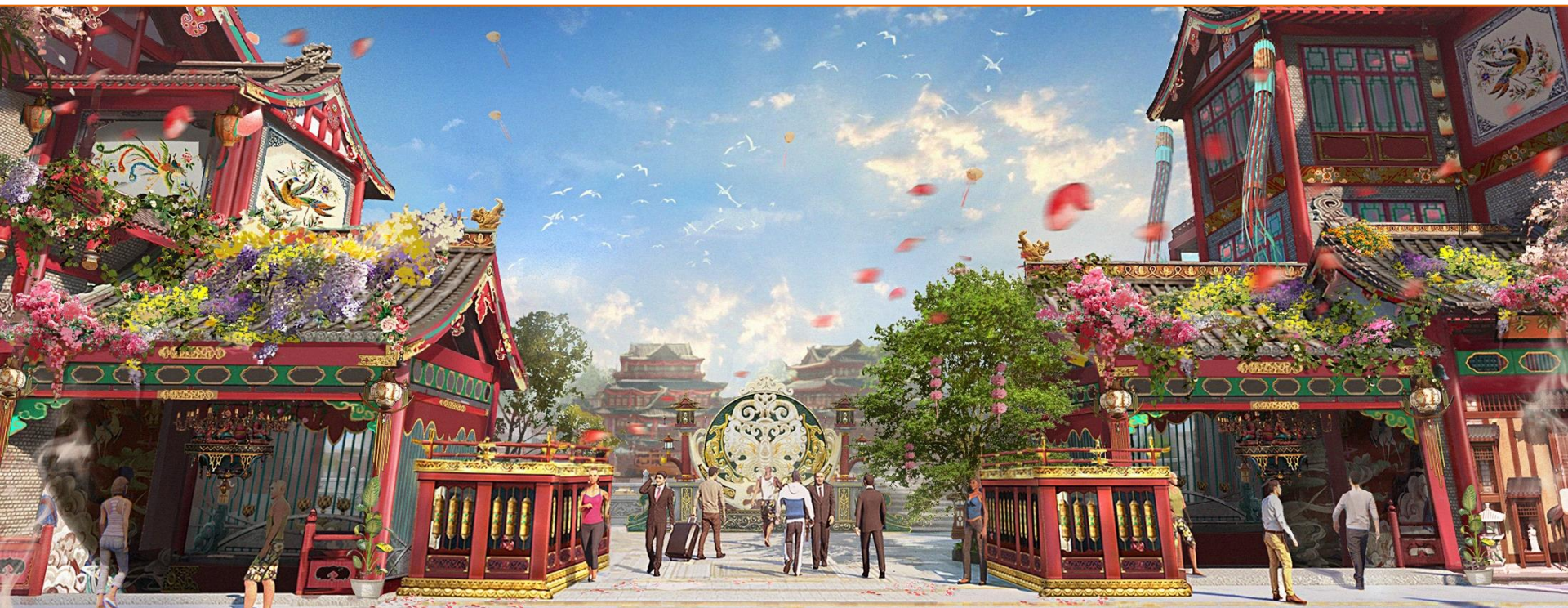
建筑层次多元 | 色彩运用跳跃 | 经营场景灵活





# 核心区节点空间

多节点布景 | 影视跨界研发 | 景区化建设





## 核心区水系空间

绝对差异化的场景冲击力 | 与运营/经营完美结合





## 核心区氛围空间



一朝步入画卷 一眼梦回千年  
激发分享欲 引导潜意识兴奋

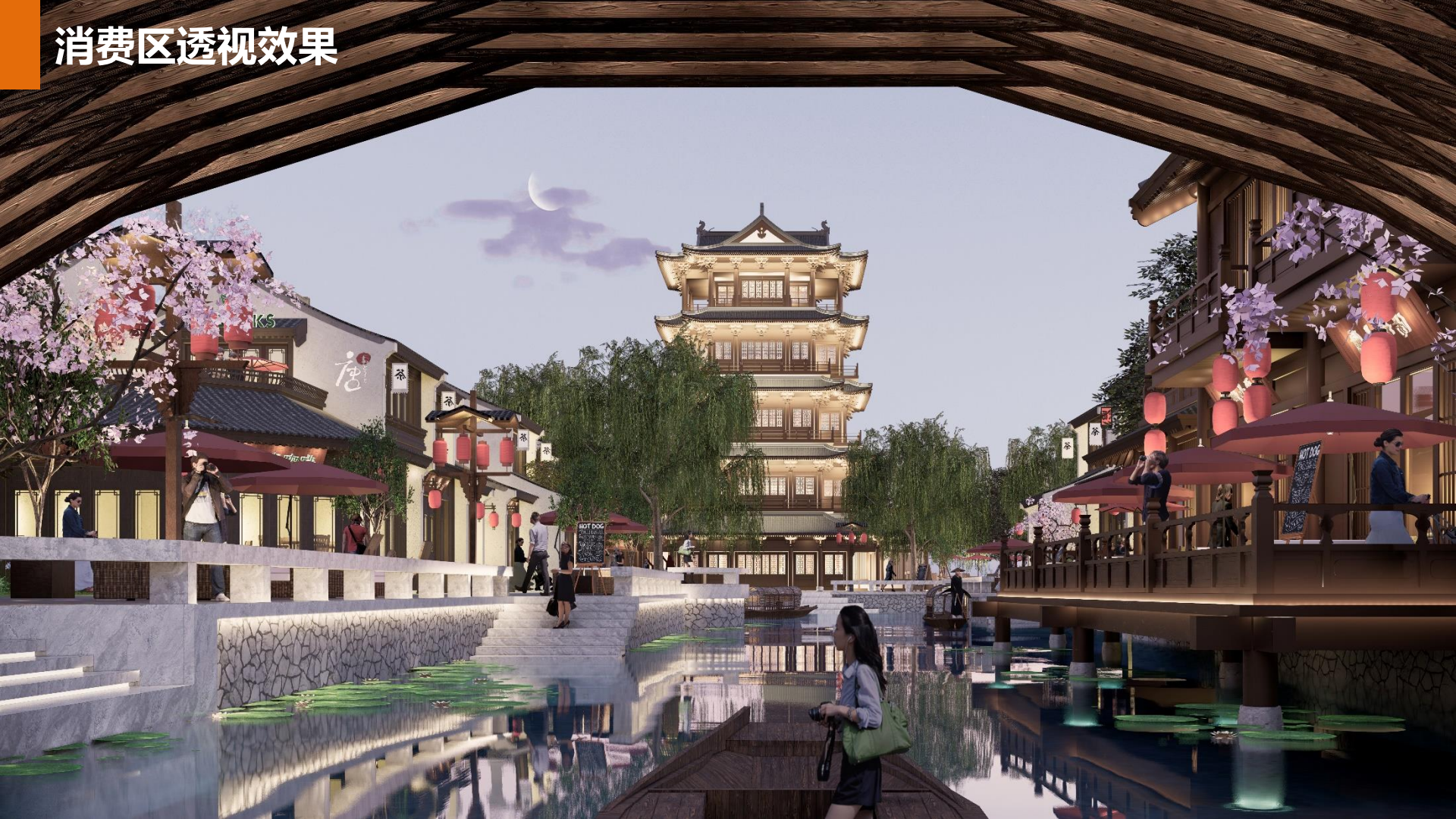


# 消费区透视效果





# 消费区透视效果





# 入口效果





# 典型场景

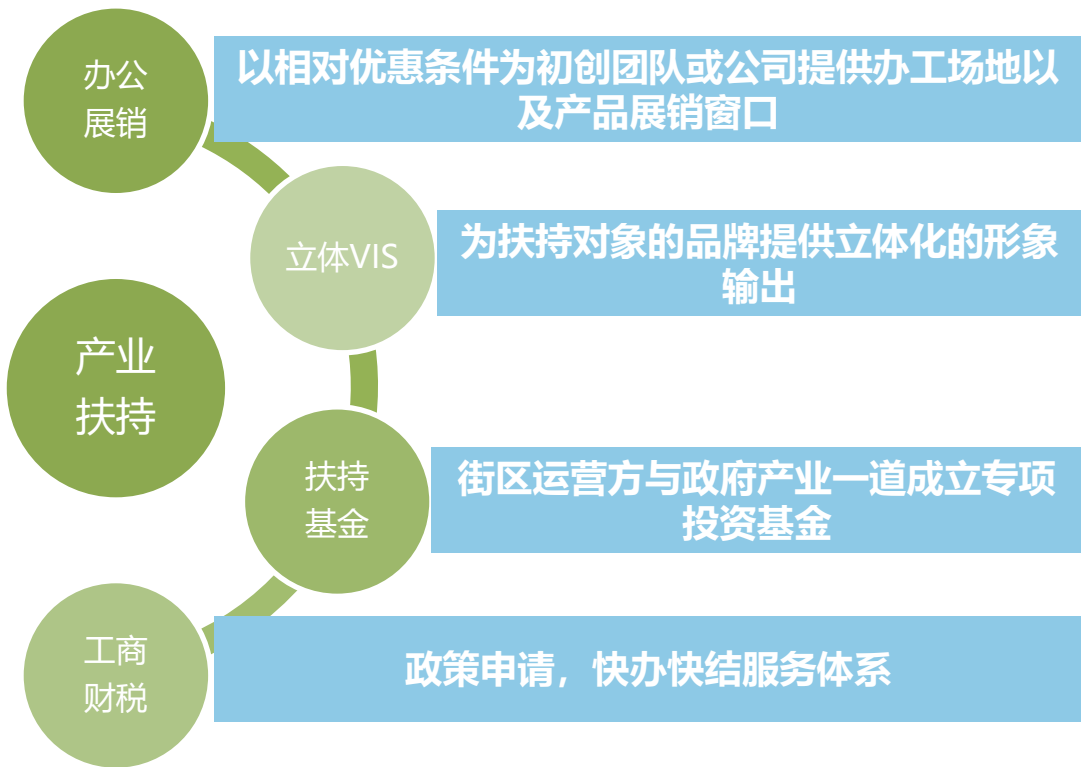


# 文创孵化器



## 运营目标

- 每年为当地孵化10-20个新消费业态或单品。
- 五年内完成50-100家文创企业的孵化，初步形成文化创意企业的聚合效应。







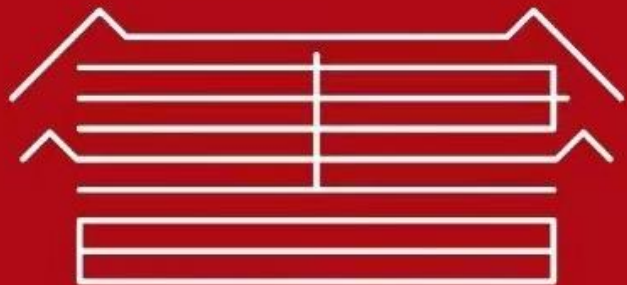
故宫博物院

THE PALACE MUSEUM

[ 紫 禁 书 院 ]

故宫书店 | 角楼咖啡 | 故宫文创

作为故宫当代艺术空间的故宫紫禁书院，从2015年成立开始，就备受大众期待，目前已在深圳、珠海、福州、景德镇等地开设多家分院。故宫紫禁书院通过故宫出版物及文化创意产品展陈、传统艺术文化教育、讲座论坛、艺术展览等方式，积极传播故宫文化，因而，又被大家美誉为“行走的故宫”。



故宫書店

The Forbidden City  
Bookstore

## 遇见故宫 盛世国风——故宫紫禁书院翘首以待



故宫“看门人”的第一讲





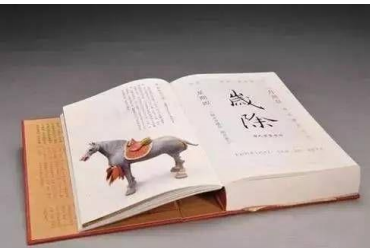
# 故宫博物院-角楼咖啡



## 角楼咖啡

无须“进宫”，就能享用咖啡，感受故宫文化。隔扇、灰砖、木椅等咖啡厅内部陈设古色古香，墙上壁纸、房梁搭着的轻幔，正是《千里江山图》。

“宫廷”韵味十足的“故宫甄选”水单，养心咖啡、三千佳丽嫔茶、佛手香茗、一骑红尘妃子笑——荔枝红茶等特色饮品。



# 故宫博物院-故宫文创





## ·文化体验·研学·亲子·



以科技+互动的形式塑造国内最前沿的文化馆  
光影结合吸引年轻群体进行“文化”打卡

“如果我们不以年轻人的方式去表达历史文化,那我们将失去年轻人,年轻人也将失去历史文化。”

——故宫博物院院长单霁翔

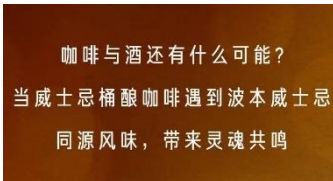
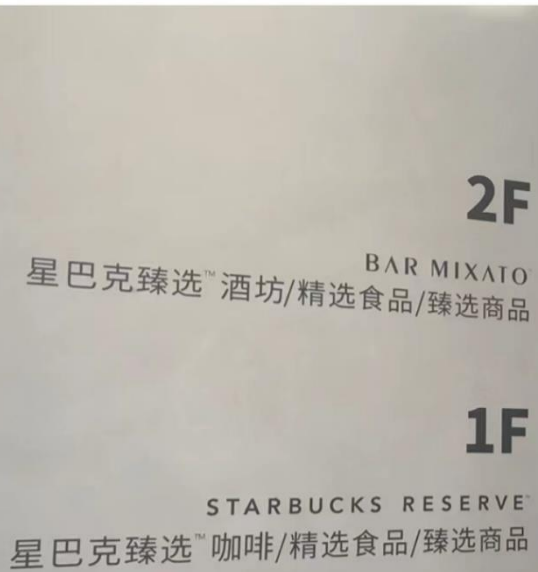
## 首店经济-星巴克臻选



现代感和金属感十足，计划首次引进“TEAVANA”和“Mixology”概念，日间饮啡+夜间喝酒，为了打造一个创造艺术空间的氛围，随处可见的艺术元素，比如走廊的圆形艺术画，展现星豆旅程——咖啡从烘焙到门店的过程，精心调制咖啡与酒的奇妙组合等。



# 星巴克臻选（日咖夜酒）





名驰巴蜀三千里，味压江南十二州。春熙巷博味馆把顾客的满意作为企业的发展方向，给食客带来愉悦的心灵体验与特有的味觉享受。从成都带回来原汁原味的辣、鲜、香，没有十年掌勺经验的大厨根本做不出精髓。而在这里，一进门就能闻到成都的味道，在街头走一走，坐下就能吃到正宗川菜，大呼一声“要得”！北京、杭州、成都……



# 春熙巷·博味馆



# 春熙巷·博味馆





## 人间烟火气：庙街美食城（太傅美食城）

**业态规划：**各地特色美食、网红饮品小吃、特色餐饮、老字号餐饮等

**目标品牌：**

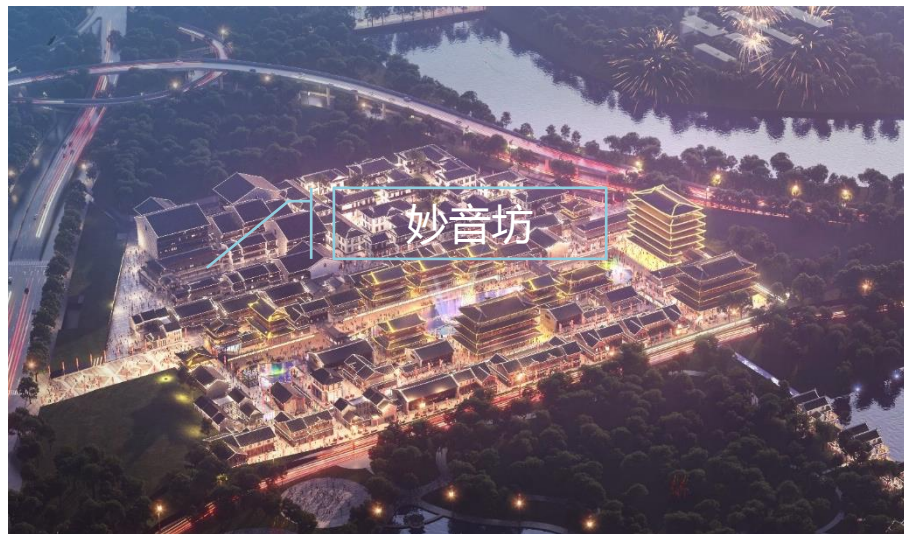
- 庙街美食城、太傅美食城、文和里美食街；
- 茶颜悦色、柠季、虎头局、三顿半、果呀呀.....
- 火宫殿、新华楼、双燕楼、马复胜、张新发、九如斋、九芝堂、甘长顺.....
- 盛香亭、金栗门、黑色经典、桃花源、董顺桃、莫笑醉.....
- 伍厚德堂、费大厨、小炒黄牛肉、潇湘里、民主西街红灯笼等



## 人间烟火气：妙音坊（酒吧集群）

**业态规划：**特色酒吧、演艺吧、KTV、清吧、居酒屋、夜宵、娱乐等

**目标品牌：**星巴克臻选、HAO昊 Livehouse、不二民谣餐厅、  
野肆月球、啤客走廊、COMMUNE、唛浪MY LIFE、  
海伦司、耍酒馆、客串&熊猫精酿、九号线酒馆、  
潮K派对、魅KTV





## 主题民宿

**业态规划：**特色主题民宿5-8家；

**目标品牌：**东呈酒店集团旗下品牌“隐沫”、山市民宿、PUB民宿  
千里走单骑、花涧堂等



主题民宿

IMMERSING  
Hotels & Resorts  
隐沫

沉浸在当地 沉浸在当下 沉浸在当中  
中高端沉浸式度假酒店品牌



## 藏书阁（知乎书院）

**业态规划：**网红书吧、茶饮、咖啡、研学培训、文创零售、体验馆；

**目标品牌：**紫禁书院、故宫书店、当当书店、西西弗书店、  
乐之书店、弘道书店、止间书屋





## 北市（体验类集群）

**业态规划：**密室逃脱、剧本杀、主题体验馆、网咖、艺术展馆、运动装备、射箭投壶、柔道、武术培训、瑜伽等；

**目标品牌：**明星大侦探、健萌、健时光、常藤鬼校、东南枝、惊查局、不止演绎、柒弓馆射箭俱乐部、穿云箭馆贺龙射箭基地等。



## 南市（创意工坊集群）

**业态规划：**文创零售、匠人馆、艺术家工作室、地方特产、手工艺体验馆、私人定制、非遗文化展售等

**目标品牌：**名创优品黑金店、盘子女人坊、廿念幸福商店、星汉庭汉服馆、边城故事民俗文化体验馆。





## 望仙楼（剧场）

**业态规划：**剧场、茶饮、茶艺、食品零售等

**目标品牌：**开心麻花剧场、白熊盒子小剧场、红节奏livehouse、BEJ48星梦剧场、唐羽茶楼、玉树林、茶花荟等



## 畅游园（亲子）

**业态规划：**VR体验馆、儿童游乐、泡泡屋、游艺中心、家庭影院；

**目标品牌：**酷贝拉、海立方、星玩家、麦吉乐园、酷洛小镇等





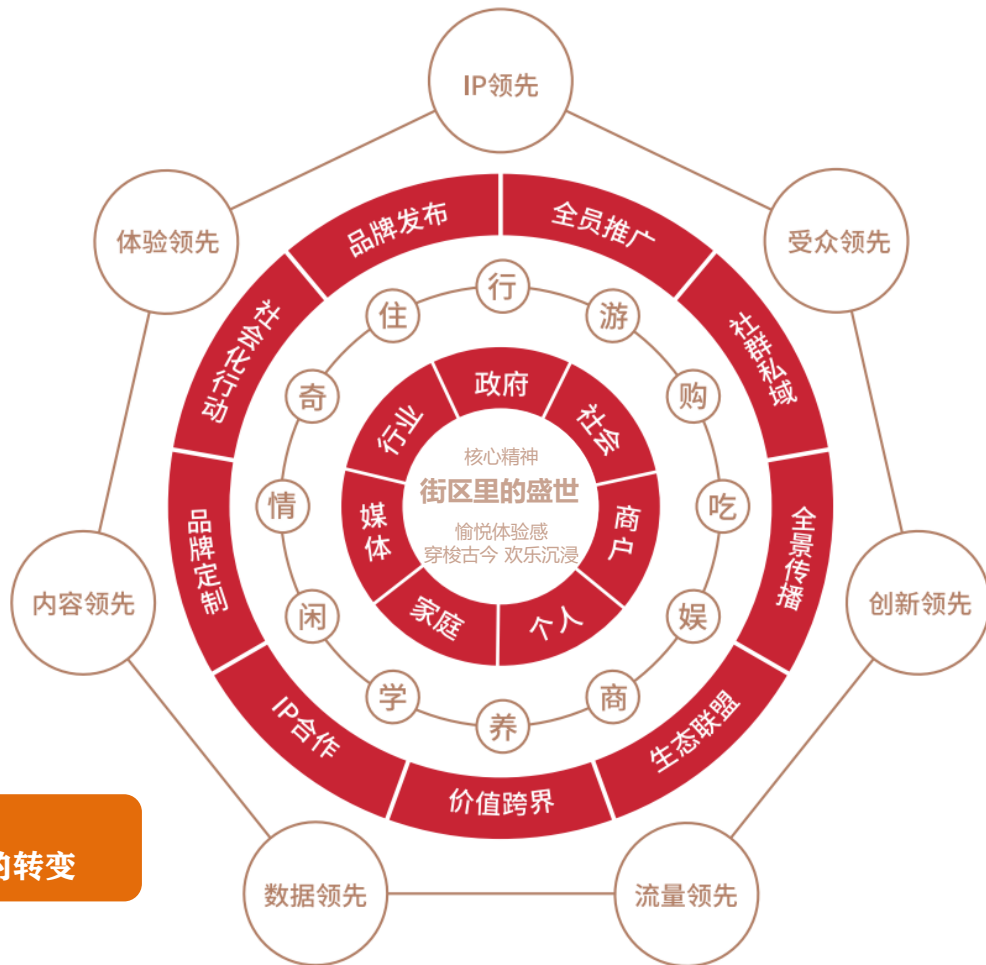


## 盛世芙蓉

國 | 風 | 水 | 街

媒体资源 + IP内容  
文化 + 科技  
线上 + 线下

重内容运营、重社会效益、重城市功能  
重城市形象建设、积极实践由“网红”到“长红”内核的转变



# 运营活动

以“文化”为核心抓手，通过与艺术资源/跨界资源/旅游资源深度合作，贴近民生，带动经济，以构建文化运营品牌，打造城市IP。

## 全年部分主题活动

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
少儿培育线	冬令营		踏春季		少儿铁人三项		研学旅行游		亲子游园会		圣诞狂欢季	
主题休闲线	民俗节		花朝节		电子音乐季		美食嘉年华			游园庙会节		
民俗文化线	非遗传承节		文创市集			水上狂欢季			曲艺嘉年华			
时尚艺术线	国际文化艺术展/艺术创作节				-时尚发布会		时尚沙龙		国风大咖秀			
科技体验线	无人机祈福灯会				VR主题体验		灯光水秀演艺节			智慧购物节		



## 特色活动

## 依托街区建筑空间和入驻业态 召集国内外名厨举办国际美食盛宴

依托暂悦集团的资源，每年打造大型国际美食音乐节活动，广大市民及游客将在此领略国内国际烹饪方法，品尝国内外知名美食，打造一个品味美食艺术品尝美食风味的高规格展示平台，并通过集团公司的资源进行广泛宣传，树立城市美食名片。

### 大型音乐节活动



城市美食名片展示

### 国际名厨名店快闪



城市美食文化

### 湘菜挑战赛



美食展售卖

国际品酒会

## 特色活动

**#电音之夜#全国唯一户外全景嗨场  
与夜场业态联合，每天进行主题电音演出**





# 激光电音节 小魔书之夜

音乐·剧场·巡游·展览·竞技

## 文化赋能，打造出全新的城市事件发生地

通过与艺术资源、跨界资源、旅游资源深度合作，贴近民生带动经济，以构建文化运营品牌，打造城市IP  
围绕“展、演、会”三大主题，引入抖音、小红书、快手等文化运营推广资源，举办多档城市级活动。

## 特色活动-线下

认真谋划“公园+绿道+新消费场景”等商业机会，规划布局新经济和新业态，吸引一批名企名品名店进驻，打造星光文创集市、水上集市等城市IP。



以美食产品·美食文创·市集交易·地方特色产品展·话剧表演·非遗文创·蝶画技艺等为载体的多样性市集



## 特色活动-线下

## #城市之星# 旅游美食地图发布

- 以代表区域知名度的“新消费”为主题，评选传统地方美食·网红餐厅·老字号，线上发放200,000+份涵盖城市美食、旅游、娱乐的美食护照，美食地图打卡
- 解锁爆红网红店免排队、折扣、福利等超级福利，塑造城市美食娱乐话题



旅游环线美食直通车



线下联动



美食折扣券



## 流媒体x城市 用美味丈量城市——寻地方味道

联合抖音美食，寻找传统地方小吃，线上线下直播官

Online：用美味丈量城市

寻找美味小吃馆！线上直播

——抖音美食LIVE 直播



城市：长沙、成都等话题性城市

执行：线上话题征集全国的特色小吃，国内外美食爱好者、学生直播当地美味小吃馆的美食经历

话题：#绝味城市#、#为城市小吃打CALL#  
尝世界百味，品地方美食

Offline：暂悦·十二城味道

——寻味城市传统经典美食



合作：各大卫视

团队：暂悦传媒

执行：在当地寻找丢失的传统美味；  
种子品牌落位暂悦·盛世芙蓉

话题：十二道经典城市小吃，在暂悦·盛世芙蓉可以吃到了~



## 流媒体x城市 寻找城市味道——传统美食品牌·名厨名菜寻访记

• 联合今日头条定位系统 • 全网覆盖 • 迅速占领目标受众人群 • 每日300w线上流量曝光



抖音美食博主（数据截止2019.7.5）			
名称	抖音粉丝数（万）	类别	风格特点
李子柒	1534.1	世外桃源派	画面唯美，风景这边独好
麻辣德子	2819.7	美食教程派	请给德子一个双击
乡村胡子哥	281.7	世外桃源派	朴实可爱，偶尔还爱搞怪
贫穷料理	1374.5	美食教程派	可能是美食界RAP说的最好的
浪胃仙	1715.4	大胃王派	真的很能吃
六六吃垮深圳	166.3	吃遍全城派	专注深圳美食
花吃成都	311.7	吃遍全城派	专注成都美食
懒饭	1177.4	美食教程派	听着音乐就学会了做菜
秦巴忆味	65.9	世外桃源派	记录爷爷奶奶的幸福生活
奇遇风尚文化传媒	28.1	吃遍全城派	专注湘菜，塑料普通话
香喷喷的小烤鸡	332.1	颜值即正义派	啊，张嘴。别看我，看美食
地球零食搜罗队	67.8	颜值即正义派	美女！美女！美女！
红雨老师（多肉）	882.4	大胃王派	给年轻的老板上一课

### #明星探店# 好吃好玩在这里

### 探寻明星名店——挖掘粉丝经济，借位明星号召力实现引流

- 引入明星开店品牌
- 定期组织明星服务员活动
- 带动明星名店背后的消费流量





## 特色活动-联动



谢涤葵先生与他的同学何灵、龙丹妮



谢涤葵先生与著名主持人李锐

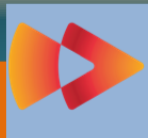
### #盛世芙蓉# 与TA的朋友们

借助暂悦集团庞大的明星群体资源及综艺娱乐节目优势，街区运营中持续性融入明星艺人见面会、发布会等推广活动

• 明星造势 • 综艺节目曝光植入 • 娱乐话题营造



诚挚聆听 欢迎指正



哲悦文旅  
SHARE CULTURE & TOURISM

协同共襄盛世