

盛京中央 古韵传芳

- 品牌名称：中央里
- 所属行业：文化旅游
- 执行时间：2020.10.10-2021.07.30
- 参选类别：区域特色品牌营销类

结案视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://baijiahao.baidu.com/builder/preview/s?id=1710419834329106093>

或扫码看视频



项目资料



每座城市，都有这样一条街，无论寒暑风雨，总是熙熙攘攘，人来人往，有着热闹的市集，琳琅的店铺和各种“饭馆”小吃。这条街，不一定是这座城最繁华富有的地方，但它一定是这座城的灵魂，是生活在这座城市人们最深刻的回忆。

背景&目标



中 | 央 | 里

舌尖之旅 · 中街中央里

2019年，盛京皇城创建5A级景区、中街国家级步行街改造提升全面启动。在对东北地区历史文化遗存最集中的区域升级，是沈阳打造历史文化名城，具有十分重要的意义。同时，也浓缩了东北特有的民族交融、兼收并蓄的历史文化底蕴，既是沈阳发展的历史见证，更是沈阳精神的物质载体。

打造 《盛京皇城中央里文化旅游景区》

集文化、民俗、娱乐、购物、观光为一体的特色旅游目的地



奠基



施工



逐步完善



盛京皇城中央里



全面焕新

项目主诉

历史·时尚·国际化，沈阳文化时尚胡同区

品牌形象

集文化、民俗、娱乐、购物、观光为一体的特色文化旅游景区

产品类型

盛京皇城中央里文化旅游景区

项目体量

1万平，城市文化旅游景区

用户体验

围绕“历史”“文化”“旅游”“休闲”“生活”概念传达

概念塑造

N+维客户服务体系

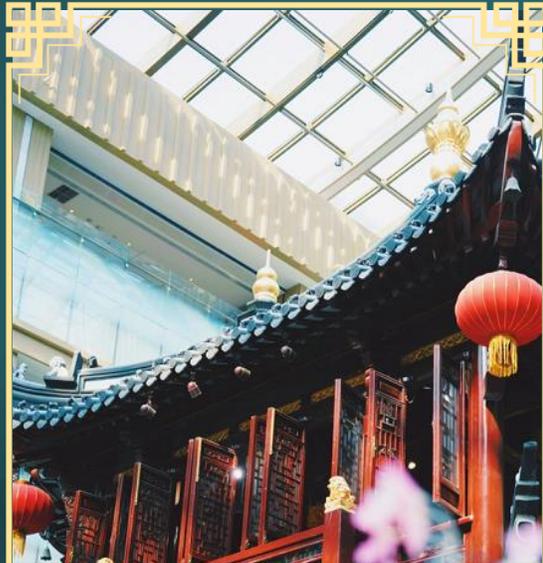
挑战和困境

1. 价值需重塑



全新的价值定位，文化重塑，如何获得区域用户的认可，以及价值认同！

2. “零”基础



地区传统文化如何与代表新一代的生活方式和价值取向的人群形成共振！

3. 传统&时尚



传统文化与休闲时尚元素的结合，既让景区有文化底蕴又不是趣味风采。

4. 设施不完善



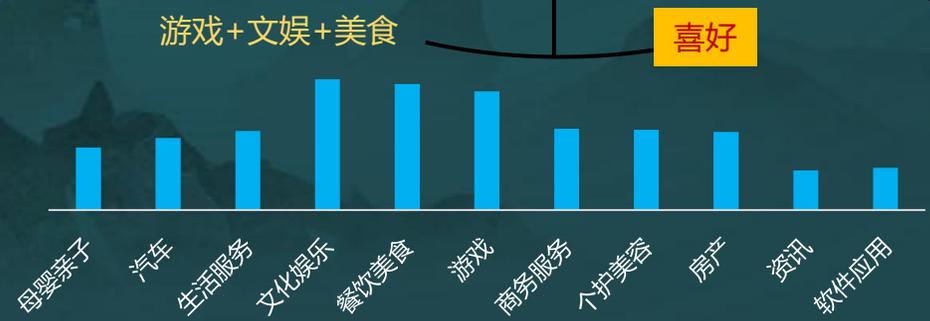
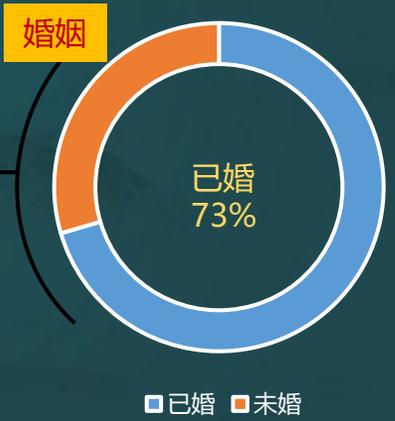
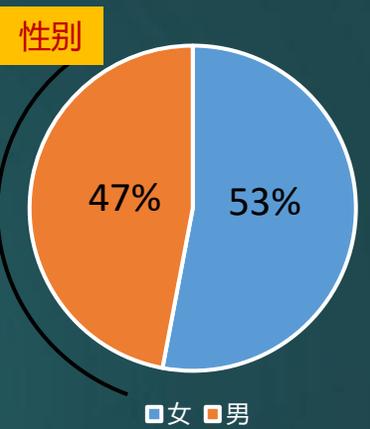
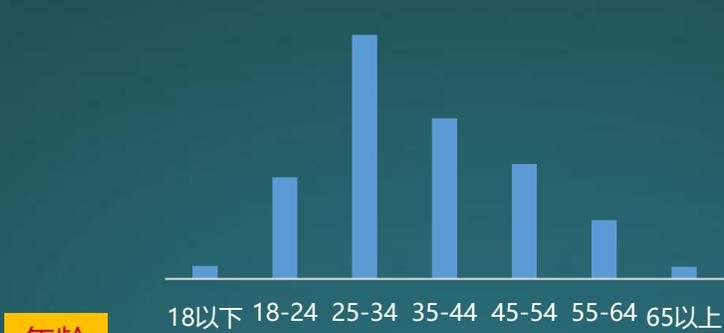
景区建设与商户入驻是逐步完善的，如何让景区热度从建设中持续升温。

新景点如何零基础获得年轻受众的认可

洞察&策略



你知道“中央里”吗？



游戏+文娱+美食

亲子

第一步

筑池

阵地建设

- 基础内容铺排
- 品牌价值传播
- 信息通路建设

看得见

第二步

引流

内容拉新

- 以受众喜好创作
- 与设施建设同步
- 传统与时尚融合
- 线上与线下联动

能知晓

第三步

灌渠

品牌增值

- 地区品牌识别度
- 内容自主传播量
- 受众价值认可度

有认同

让想了解“中央里”的人找得到

媒介&执行

中街中央里 OUTLETS 关键词

百度



资讯&公域

微信



社交&私域



历史文化

不仅是个地标
更是一个历史载体



城市时尚新主张

追求品质热衷打卡
超强娱乐能力和时尚需求

国际化体验

融入世界生活的
全新体验



百度app入口



C位直达入口



百度百科背书



景区地图



百度&微信 双平台内容承载



中街中央里

以年度主题包容阶段性内容

发现胡同

趣逛胡同

宠粉胡同

盛京故事

胡同party

#主题活动

胡同地图

胡同寻味

互动攻略

招商报名

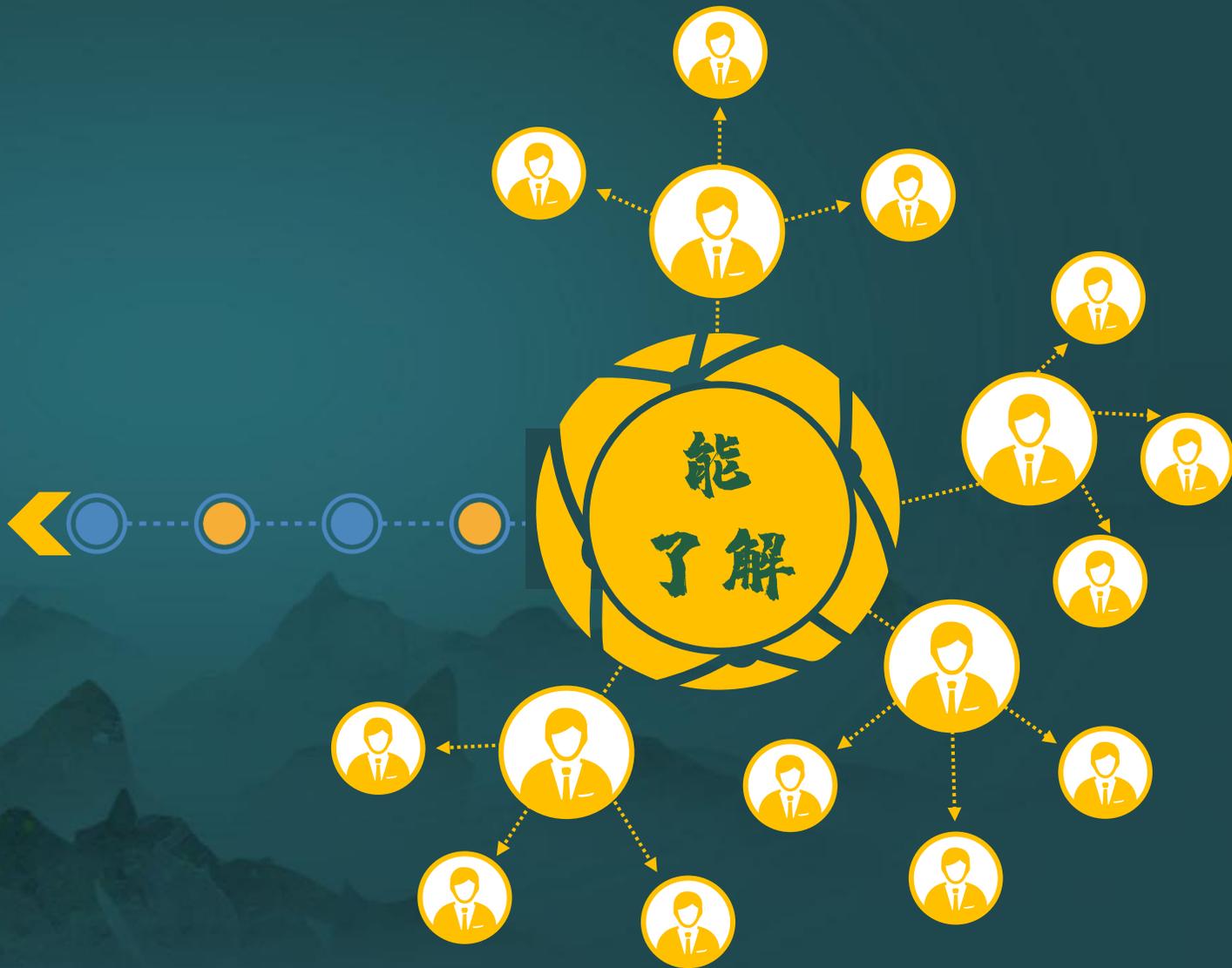
胡同文创

节日营销

关于中央里

胡同新店

特惠攻略



“中央里面请”

长线·年度传播主题，配合景区逐步完善的阶段需求



品牌文化 66篇



活动内容 48篇



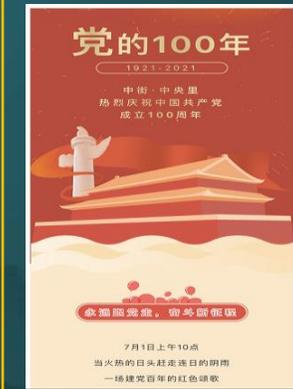
服务/产品 80篇

图文、插画、H5、视频、IP、创意类型丰富

以手绘风格加强个性化内容风格展示，吸引年轻受众



手绘风格



个性排版

丰富内容





配合景区设施完善过程&商户入驻阶段,

持续输出优质创意内容, 丰富品牌价值!

每个新景点竣工，都会创作传播内容，让更多地区受众知晓

时尚风的活动介绍

文化背景介绍

芝兰台

月朗星稀 华灯初上

这样的中秋·中央里
知古韵盛京，聚华雨间的庙会丰井

如夜巷老树
包蕴万象的嬉笑剧场

那一场
胡同与潮流的时空交错

那一场
传统与国风的特色融合

这样的夜晚
最适合发生什么？

那霓虹狂欢
一呼百应的次元舞台

LIGHT可否？

与「中街·中央里」一起
点亮深夜 开启奇遇

非舞非歌
男神男神！

男神男神！

男神男神！

重京胡同文化限定主题场景
全新解锁 拒绝线上炫lay

秋夜不寂寞
人间的美好融入对盛京老胡同的热爱
更多奇遇... 等你来中街中央里亲身解锁
赴一场胡同、美食、潮流、光影的交叠狂欢
COME ON

奶茶 鱼丸 关东煮 串 章鱼 炸鸡 烧烤 小龙虾 啤酒 炸鸡 烧烤 小龙虾 啤酒

重京大串 永不间断

中央里
CHINA WALK

中街·中央里「芝兰台」
便因此而生
依·芝兰诗社·命名，
打造综合文化展示载体

跨越一个多世纪
独一无二的古韵重现
承包古今中外 缤纷带感的潮流前线

是对一代盛京才子的敬仰
是对盛京古城文化的继承

跨越古今
重启满目风华

戏曲、相声、二人转、
说唱、街舞、电音...
轮番登台，再燃精彩
更有网红打卡、风云VX
霓虹灯光秀，卡拉OK，狂欢不重样

（具体演艺活动，请关注官方公众号）

祈福钟



杏晃院



宝瓶门



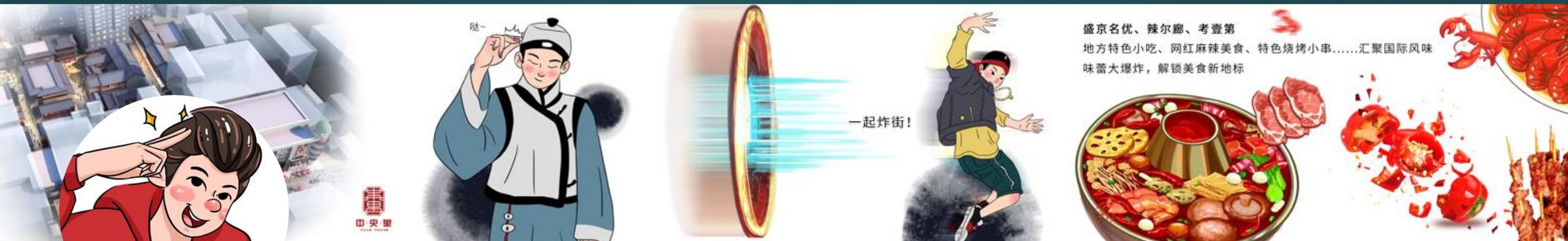
衔珠阁



邓公井



IP塑造“小央哥”与“海东青”+创意互动



古今穿越“小央哥”

跨时代穿越, 讲师“中央里”文化及变化——焕新



专属IP形象表情包增加互动



嗨玩中央里 狂欢有惊喜

中街·中央里
正式通知各位“小主”
端午惊喜叠加，美味与福利齐飞
中央里“代言人”
海哥，央哥er联袂出境
带您深度体验！



您还记得童年的
套圈游戏嘛？



悄悄告诉各位小主：
趁老板们不在
我们把活动搞大了！



“圈”够了皇城美食
来尽兴歌舞一下吧！



Jagger乐队献唱暖心民谣
歌手邱悦燃唱电音风采
少儿们舞出蓬勃朝气
皇城的初夏，不再单调！



Jagger乐队

少儿们舞蹈

歌手邱悦

小央哥与海东青IP形象在内容层面丰富互动



原来我们唠的嗑都是满族俚语啊！
还有没有别的，我没听够！



咱中央里古玩院，有个满族俚语墙，
那盲痞“贼”涨知识，还不去看看？

小老弟！再告诉你个“秘密”！在咱中央里，还有一个好地方，有老鼻子满族好物件了.....



这我知道，不就是古玩院的
满族民俗博物馆么！



满族人家



端午节

浓情端午 / 粽香四溢

中街中央里

邀您一起 “接粽子”



扫码参与小游戏，30秒内得分越多，
越有机会领取盛京皇城的“神秘大礼”！

- 兑奖日期：6月12日-6月14日
- 兑奖时间：每日9:00-17:00
- 兑奖地点：中央里游客服务中心



■ 兑奖 方式

关注“中街中央里”微信公众号
凭礼物截图，即可兑换相应礼品。

节点 + 内容 + 小游戏 + 优惠



满族大院
满族文化官
新人PK赛

在线通关满族小问答
“认证勋章”为您献上

在线扫码，立即参与
还更多小礼品等您get哦！

线下文创表演 + 线上直播



文创内容的线下（实体画册）与线上（扫码看景点视频）

1957年，沈阳市行政区划调整和地名调整，将中街路（今中街）中段以北的街区命名为“二条”，三条胡同、广业堂胡同及东顺城街的一段均划归二条，统称中央里。2020年4月，作为盛京皇城A级景区旅游发展区的重要组成部分，中央里改造提升暨土地上市、招商、建设、运营，中央里品牌及文创内容成为品牌的一部分建设内容，统称中央里。

品牌定位：品牌、视觉、设计、内容、传播、运营、文案、推广、运营/品牌

中央里面清

头条新闻

内容篇

“码”上了解

芝兰台

扫码视频了解

肖昇院

扫码视频了解

芝兰台是中央里回区综合文化展示舞台，因盛京才子穆润霖在此地义结“芝兰诗社”而得名，盛京八景、盛京灯谜均为他所创作。

满族王菜馆

满族大院

肖昇院

扫码视频了解

体验满族民俗文化，品味满族民俗美食。小小的肖昇院却承载着中央里的文化内核，可谓是“院小有乾坤”！

中街中央里 已关注

全部 动态 文章 视频 图片

中街中央里·祈福钟

14播放 25天前

分享 评论 1

中街中央里·肖昇院，记录东北满族文化，闪耀非遗文创光辉

14播放 25天前

肖昇院

14播放 25天前

中央里

1957年，沈阳市行政区划调整和地名调整，将中街路（今中街）中段以北的街区命名为“二条”，三条胡同、广业堂胡同及东顺城街的一段均划归二条，统称中央里。2020年4月，作为盛京皇城A级景区旅游发展区的重要组成部分，中央里改造提升暨土地上市、招商、建设、运营，中央里品牌及文创内容成为品牌的一部分建设内容，统称中央里。

品牌定位：品牌、视觉、设计、内容、传播、运营、文案、推广、运营/品牌

中央里文化展示舞台

中央里文化展示舞台

中央里文化展示舞台

中央里

中央里文化展示舞台

中央里画册展示

中央里面清

内容篇

邓公升

扫码视频了解

肖昇院

扫码视频了解

祈福钟

扫码视频了解

宝瓶

扫码视频了解

宝瓶门

扫码视频了解

内容篇

岁岁平安

扫码视频了解

宝瓶门

扫码视频了解

内容篇

中央里

扫码视频了解

宝瓶

扫码视频了解

宝瓶门

扫码视频了解

两大品牌阵地

六场节营销节点策划

38版手绘创意内容

10条景点小视频

1本传播画册

万粉沉淀 总传播量80万+

156篇相关文创活动图文

5部互动小游戏

四条品牌传播通路

十个月的长效内容输出

10条景点小视频

灌渠

客如潮水，优质商户纷纷入驻



百万级内容曝光 万人粉丝沉淀





头条胡同

头条胡同

• 集文化、民俗、娱乐、购物、观光为一体的特色旅游目的地

