

品源文华



品源文华
全球文化艺术IP授权与运营

- ◆ 公司网址: www.alfilo.com
- ◆ 微信公众号: 品源文华Alfilo Brands
- ◆ 参选类别: TMA十周年——影响力服务商



品源文华ALFILO成立于2014年，是由红杉资本、海纳亚洲等风险投资机构加持、国内领先的博物艺术IP运营机构。是大英博物馆、大都会艺术博物馆、维多利亚与艾尔伯特博物馆、波士顿美术博物馆、英国国家美术馆、BBC Earth博思星球等国外文化艺术IP在中国的独家授权与运营商。同时也独家签约了西泠印社、南京博物馆总馆、江宁织造博物馆、亿角鲸等等国内知名艺术人文IP。

主要业务板块涵盖IP授权（商品/营销/数字/空间授权）、IP衍生品开发及销售渠道建设（线上直营+分销，线下自营零售店+店中店）、内容产品及增值服务（内容创作+社媒运营、营销事件、展陈体验活动）。品源文华对海量的文化艺术IP素材进行开发，为中国品牌方带来丰富多元的IP主题与素材，赋能合作品牌，提升品牌价值。迄今为止，品源文华已与腾讯游戏、微软、OPPO、伊利集团、欧莱雅集团、LVMH集团、逸仙集团、鄂尔多斯、野兽派、摩飞、中华铅笔等行业领军品牌，及上海新天地、上海世茂广场、深圳平安中心、广州IFC国金中心等一线商业地产品牌展开合作。

同时，公司拥有自己的产品研发及电商运营团队，在架商品超过3,000 SKU，品类覆盖家居用品、服饰配件、3C数码、饰品、食品等。目前我们在天猫和京东经营店铺23家，含旗舰店、渠道店和垂类品类店，年销售总额超1.5亿元。此外还在线上布局多元分销渠道，与得物、一条、有赞、网易严选等高增长平台形成战略合作，同时借力打力，与200多家行业头部品牌和商业空间进行联名合作。为消费者提供个性、艺术和时尚的生活产品及零售体验。凭借线上+线下的全方位IP商业联动，品源文华多次斩获中国授权业大奖、中国授权金星奖、以及美妆、营销行业重量级奖项。

各大海外博物馆IP开发与运营：自2018年7月大英博物馆天猫旗舰店上线以来，推出以“埃及文明”为主题的文创商品，持续引发媒体和消费者的关注热潮。至今店铺已累积粉丝200万+、设计开发900+SKU，品类涉及文创、家居、服配、香氛等。其中安德森猫系列成为网红销冠，风暴瓶成为现象级的文创产品。此外爱丽丝、埃及萌神、神奈川冲浪里系列也都成为了热销产品。

IP授权，知名品牌与艺术IP的强强联合：品源文华对海量的文化艺术IP素材进行开发，为中国品牌方带来丰富多元的IP主题与素材，赋能合作品牌，提升品牌价值。迄今为止，品源文华已与腾讯游戏、微软、OPPO、伊利集团、欧莱雅集团、LVMH集团、逸仙集团、鄂尔多斯、野兽派、摩飞、中华铅笔等行业领军品牌，及上海新天地、上海世茂广场、深圳平安中心、广州IFC国金中心等一线商业地产品牌展开合作。

赋能国潮，创造现象级营销事件：独家签约西泠印社、南京博物馆总馆、江宁织造博物馆、亿角鲸等国内知名人文艺术IP，合作打响东方文化IP新时尚。品源联合上海博物馆与大都会艺术博物馆“礼遇东西”项目中，与来伊份、上海敦煌乐器厂、太平鸟、蝶愫、白金等品牌达成合作，设计开发了70+SKU。通过赋能国货品牌，创造了现象级营销事件，实现了社会价值和经济价值的双丰收。

线下场景与热点事件打造：今年年初，品源与上海博物馆合作打造“从波提切利到梵高——英国国家美术馆珍藏展”的展外特展“NG Treasures 再现·大师|沉浸式光影体验”，借助大展热度，打造热点事件，吸引客流达42万人。大都会艺术博物馆与意大利知名时尚运动品牌FILA斐乐达成合作，占据着前滩太古里的绝佳方位，打造马蒂斯主题快闪店，一度成为申城热门打卡地。与此同时，品源积极融入线下文化场景，与久事文化、浦东美术馆、南京博物院、大隐书局、黑石公寓等建立战略合作关系，引入世界博物文创商品，带来人气和促进二销，创造了可观的经济效益。

带领博物馆积极探索数字领域应用：品源文化旗下IP国外IP携手鲸探、腾讯幻核打造数字藏品，销售额超百万。同时联手FGO命运之冠、和平精英等游戏，为游戏赋予艺术文化气息。数字领域的合作是艺术与技术结合的产品创新，用科技拉近艺术与消费群体距离，凭借高收藏价值和社交属性触达Z时代人群。

品源文华作为大英博物馆、大都会艺术博物馆、维多利亚与艾尔伯特博物馆、波士顿美术博物馆、英国国家美术馆、BBC Earth博思星球等国外文化艺术IP在中国的独家授权与运营商已与腾讯游戏、OPPO、金典、欧莱雅集团、野兽派、微软、FILA斐乐等各大领军品牌合作，打造现象级授权案例。同时联合抖音、天猫、聚划算、小红书、快手等头部平台举办声量巨大的活动。品源文华与抖音及海外版TikTok携手，发起全球短视频挑战。第一个挑战发布短短5天带来了1.3亿次的播放量，第二个挑战“MetGala风潮”上线不到48小时播放量就超过了1.7亿次。还曾携手大英博物馆和天猫在英国伦敦大英博物馆举办了“博物馆奇喵夜”大型营销活动。作为“博物馆奇喵夜”活动的延续，天猫为该活动提供了手淘首焦资源，及天猫直播和优酷直播等资源，活动当天，大英博物馆旗舰店总体曝光量达7,382万，访问数达55万人，累计粉丝数达43万人。“大英博物馆x一呼万in”的直播在伦敦的大英博物馆现场实现了完美首秀，这次活动是阿里巴巴第一次与全球顶级博物馆IP方举办的直播。一周的营销活动为参与直播活动的合作商家带来的海量到店人数。

品源利用IP的力量赋能品牌，通过跨文化交流和合作，为品牌带来更广泛的影响力和关注度，从而促进品牌与消费者之间的互动和交流。通过精彩的市场营销活动，品源将继续为品牌赋能，提升产品差异化，牢牢抓住消费升级的大趋势。同时，结合头部平台的力量滋补品牌，提高声量。品牌将平台作为抓手，提升销量与用户粘性，双方相辅相成。通过现象级的合作，品牌在消费者之中产生影响，深度呈现出IP价值和特点，现实多赢局面。

数字领域

Tencent 腾讯

腾讯

Fate Grand Order
フェイト/グランオーダー

命运之冠

和平精英
GAME FOR PEACE

和平精英

时尚行业



FILA 斐乐



鄂尔多斯



周大福



斯凯奇



adidas

周生生 (how Sang Sang)

周生生



独白



乐町



太平鸟

NEXY.CO

奈蔻

美妆个护



馥蕾诗



雅诗兰黛

L'ORÉAL PARIS

欧莱雅

SHISEIDO

资生堂

快消行业



百醇



得宝



金典



川宁

家居行业

木里木外 MULI

木里木外



野兽派

NOME

NOME 诺米



乐蜗

3C行业



OPPO

morphy richards
smart ideas for your home

摩飞



美的

松下



微软



小米



AMIRO

FOTILE 方太

方太

其他行业



昆塔斯



babycare



肯德基



必胜客