



广州商学院

Guangzhou College of Commerce

校园文创品牌孵化与运营

高校文创是维系校园文化与师生情感的重要载体。

在校园宣传文创管理相关社团部门任职契机，依据“发现需求-验证需求-扩张策划”的路径，直指毕业季情感消费市场空白，施行校园文创矩阵式扩张的策略，并针对其策略开展多平台、多途径的营销，实现销售额增长与情感共鸣的双赢结果。



校友驿站
XIAO YOU
YI ZHAN

产品体系与落地-2023年毕业生限定系列校园场景书签

2023. 03-2023. 06

该项目验证毕业生情感共鸣需求，为第二年毕业主题文创的规划提供支撑依据

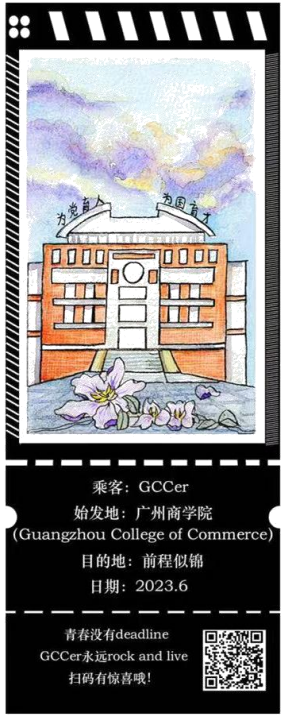
工作职责：项目构思&图案手绘



二维码H5动画



草稿设计
确定手绘风格与票根的呈现形式



校园标志性场景



产品体系与落地-2024年上半年推出系列校园文创系列（部分）

2024. 01-2024. 06

主要工作职责：项目总策划&设计指导



印花咖啡杯



小东湖彩色书签（夹）



广商（建筑）系列钥匙扣（5款）



校园风景手绘明信片（3款）

（以上作品本人均深度参与团队创作，且获得项目成员授权展示）

线上校媒小红书、公众号平台宣传
线下校园内“校友驿站”作为学校文创官方售卖点进行销售
满足师生“实用、美观、有纪念意义”的礼品需求

23:07 5G 100

工商校友 已关注

广州商学院

手绘建筑明信片

Guangzhou College of Commerce

广州商学院

广州商学院

广州商学院

广州商学院

#价格: 1.5元/张

营业时间: 每天17:30-19:30
地点: 广州商学院校友驿站 (体育馆露天羽毛球馆旁)

恭喜你！这些厂商文创你一定要拥有！

又是一年盛夏，广州商学院的校园被毕业季的别与期待交织成一幅美丽的画卷。在这个充满感的季节里，厂商文创系列新品如约而至，为

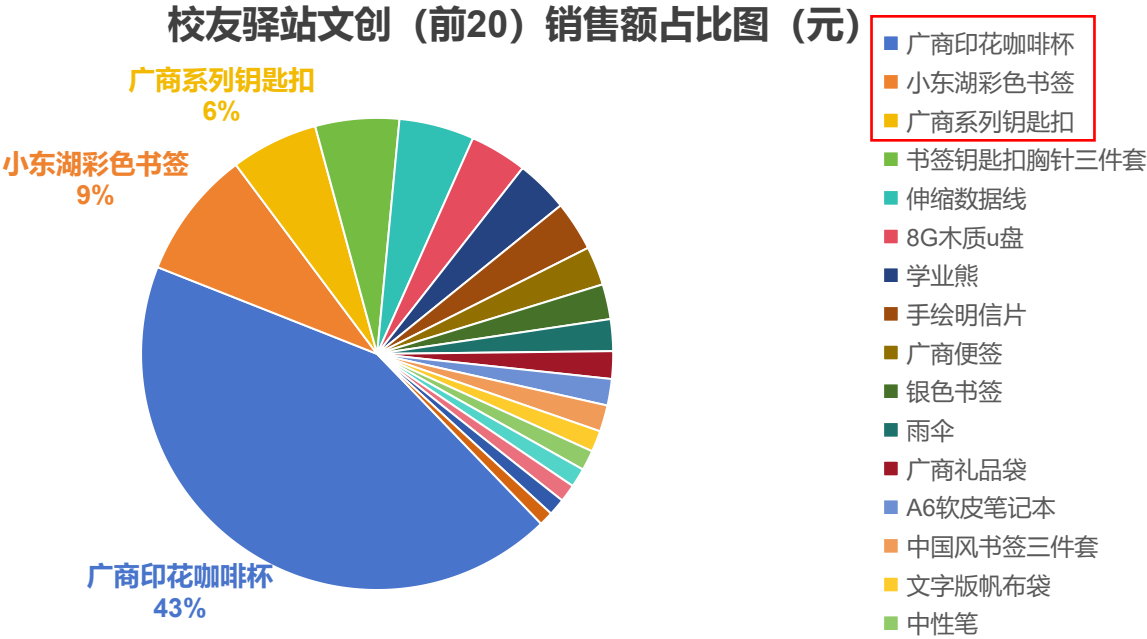
👉 说点什么...

👍 47 🌟 13 💬 53

小红书图文



任职期间总计策划文创类型6种共13款，
累计总量销售量（2024年4月-2025年4月）达400+件，
销售额带动同类型往期已有文创产品销售增加200+件，项目实施后累计总销售额达8k+，同比增长75%。
其中打造爆款产品碎花咖啡杯销售额占该时期总销售额70%，销售额达3k+元，带动同类型文创手绘明信片销售额达188份。



销售额前3名均为任职期推出新品

（以上数据来统计于“收钱吧”APP2024年4月-2025年4月期间交易账单）