



中杉（北京）文化产业有限公司

企业介绍

目录

关于中杉

集团产业

业务规划



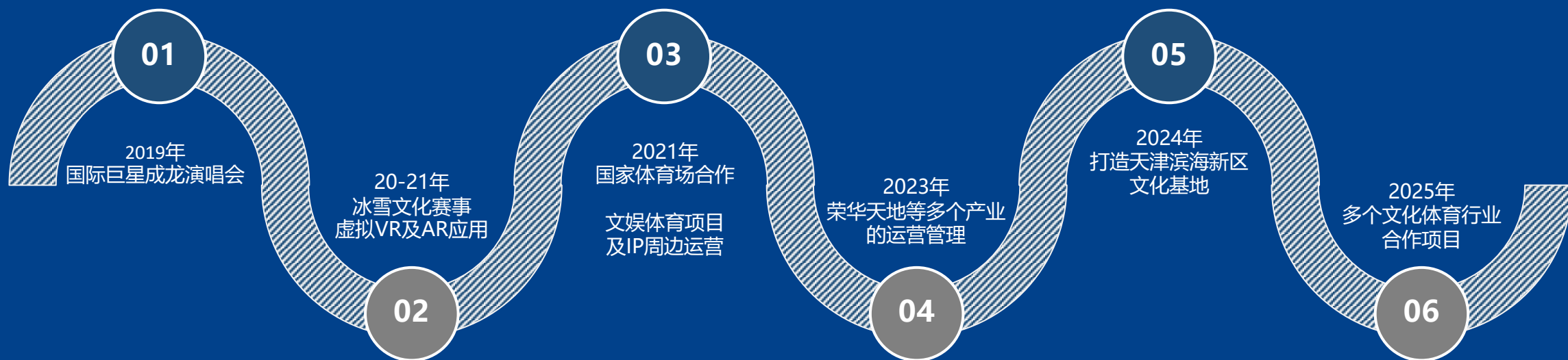
中杉（北京）文化产业有限公司

- 中杉集团自 2014 年创立以来，始终秉持“科技重构文化生态”的核心理念，聚焦数字科技与文化产业的深度融合，形成“科技 + 文化”双轮驱动的创新发展模式。
- 作为京津冀协同发展的积极参与者和推动者，中杉集团以体育赛事、地标场馆运营、数字化零售、全民健身、文化演出、IP孵化运营为核心业务，致力于将科技与体育文化、旅游深度融合，推动文旅产业的创新发展，促进区域经济的协调发展注入新的活力。
- 中杉文化作为中国科学技术协会（中科协）下属公司将继续坚守初心，结合集团科技前沿资源和优势，与文化娱乐的新领域进行有机结合创新，打造科技+文化的双引擎模式。我们持续深化与国内外优秀企业的合作与交流，共同探索科技、文化、体育、文旅产业的新模式、新路径。

发展历程

中杉文化在业界拥有卓越成绩与丰富经验：

大型文娱演出及赛事、国家级大型场馆管理及运营、跨国文化IP孵化和文创产品落地、数字化科技的开发、应用与零售服务。



世界铁人三项联盟、中国铁人三项运动协会合作伙伴；
全国新零售业务：线下+线上运营商；
音乐节举办、室内文体场馆战略运营、明星周边经纪开发运营等

.....

打造国家级科技文化生态运营平台

秉持“科技重构文化生态”的核心理念

“科技 + 文化” 双轮驱动的平台型创新模式

科技赋能体系

- 数字孪生场馆管理系统（应用于国家级场馆的模块化运营）
- 构建“文旅大脑”平台（集成用户画像、消费者数据、渠道建设及共享、产品供应链体系，为地方文旅IP提供可复制化的解决方案）

文化创新生态

- 国际级文化体育IP矩阵（国际足球商业赛、国际马拉松赛事、韩国Waterbomb音乐节等）
- 沉浸式文化体验场景（线下增强现实Livehouse演出、LBE体验、VR 红色教育等）
- 构建数字内容生产体系（数字虚拟偶像、二次元IP的创新商业化模式开发等）

产业协同网络

- 建立“产学研用”创新联合体（中科院、教育部协同）
- 布局智慧场馆数字基建（重点城市国有资产盘活）
- 全国演出LiveHouse联盟IP，音乐节厂牌、艺人经纪资源统筹平台
- 搭建艺人IP周边生态系统（产品开发，线上销售、线下活动、物流管理、圈层运营等）

集团产业板块

中科院体系资源

地方政府及文旅资源

教育部体系协同

国企平台战略合作

文化趋势解码

科技能力适配

场景应用创新

平台赋能

场馆
数字化运营

文化IP
孵化及合作

演出赛事
联盟建立发展

娱乐体育
数字化创新

数字零售
布局发展

价值闭环

业态协同发展

大型体育场馆

天安门文旅IP

国际体育赛事

数字化百姓健身房

数字零售线下门店

地方科技馆、文化馆

地方区域文旅IP

演唱会投资项目

虚拟偶像演出

线上渠道整合运营

小型演出场馆

艺人IP周边经济

Live House巡演

国际线上数字化演出

明星周边快闪店

研学教育基地

虚拟偶像IP

大型音乐节

LBE大空间项目

供应链体系支持

重点项目介绍-国家级场馆合作



共筑企业活动新篇章

- 中杉文化与国家级体育场馆合作，以前瞻性视野构建文体产业战略版图，打造集顶级活动策划、品牌战略孵化、高端商务社交于一体的全场景商业生态，为企业缔造兼具国际视野与东方气韵的品牌叙事空间，赋能品牌价值升维。
- 针对企业个性化需求，提供从活动策略到场景落地的全周期解决方案：行业峰会定制、品牌战略发布会、高定商务宴飨、沉浸式团队赋能项目等，皆由资深创意团队倾力雕琢空间美学、动态流程及服务细节，确保每个触点皆传递极致品质。中杉文化始终以远见擘画未来，以匠心成就非凡，让每一次合作都成为行业标杆的生动注脚。

重点项目-文化演出举办及资源整合

音乐节、文娱产业IP孵化落地及运营

- 中杉文化以先锋视野重构文娱产业生态，专注打造国际级音乐节IP矩阵、沉浸式室内音乐剧场及文娱产业超级IP孵化体系。依托集团全域资源，我们开创“音乐×艺术×商业×文旅”多维业态融合模式，通过差异化内容战略架构——既深耕音乐内容的稀缺性与文化纵深，更以跨界艺术装置、数字视觉革命及现象级IP联名构筑多维感官盛宴，为受众创造沉浸式文化元宇宙。
- 我们以“音乐+”生态引擎驱动产业革新，构建囊括国际级音乐节全案运营、城市音乐地标焕新、明星艺术策展等全维度文娱场景。通过独创IP全链路价值开发体系，将音乐节IP延伸至衍生内容开发、品牌联营生态及文旅融合项目，实现商业价值的指数级释放。中杉文化始终秉持“城市文化运营商”使命，以前沿的产业思维激活城市文化基因，以现象级文娱IP为城市锻造世界级文化地标与经济增长极，让每一座城都绽放独特的精神图腾与商业生命力。



重点项目-文化演出举办及资源整合

文化科技创新

AR及3D特效，让音乐体验全面升级。

文化价值跨境流动

引进战略合作伙伴，
打造国际级音乐节IP。

促进区域经济增长

集音乐演出、文创市集、美食部落，
促进二次消费、夜间经济、关联旅游等。

展现地域文化特色

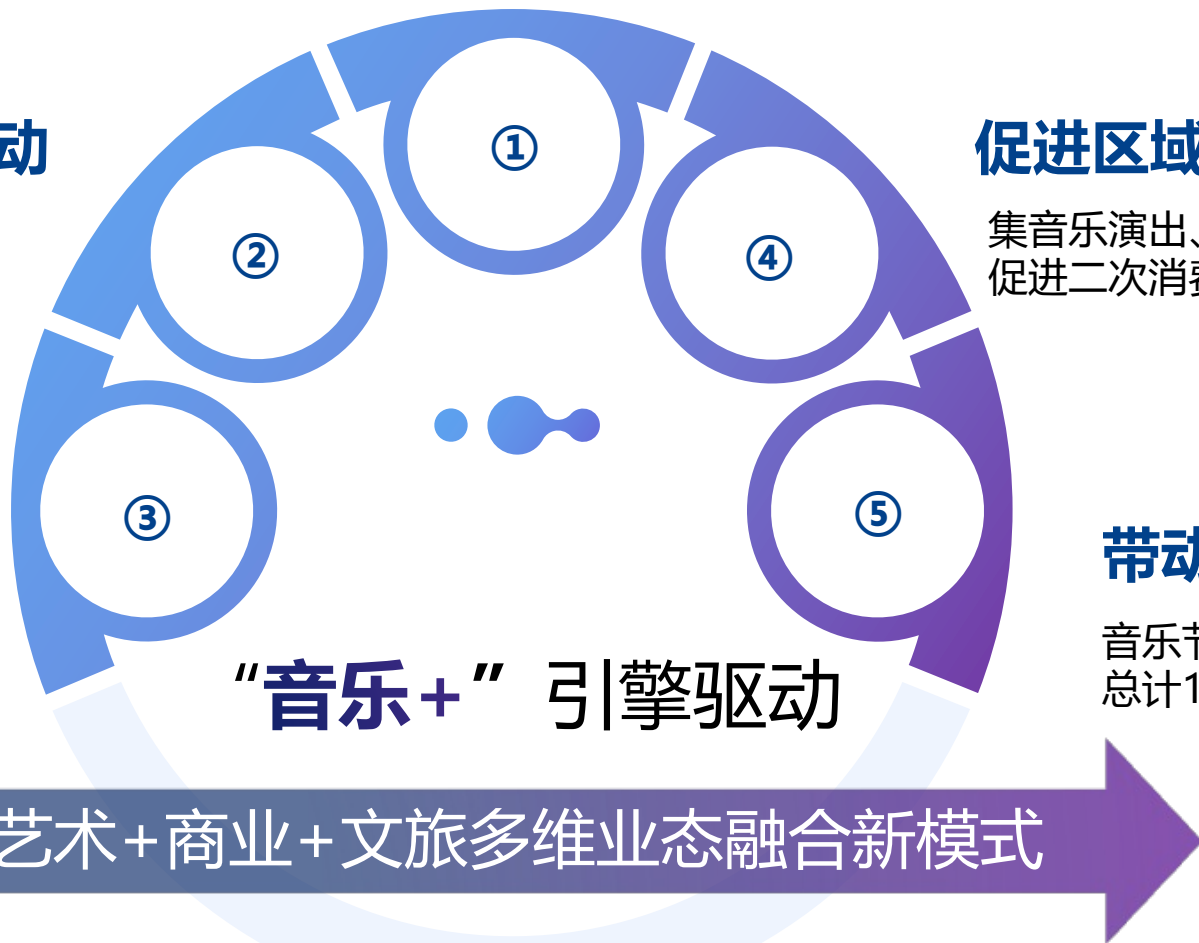
增强音乐节科技互动玩法，
打造音乐创新体验。

带动当地文旅消费

音乐节每日预计3万+观众，
总计10万+人次。

“音乐+”引擎驱动

艺术+商业+文旅多维业态融合新模式



重点项目-文化演出举办及资源整合



中杉文化引入世界知名音乐节，并与国内知名音乐节厂牌深度合作，将国际音乐潮流元素与本地文化、数字艺术展演融合，打造“音乐+”螺旋生态模式，既为Z世代构建零时差触达全球音乐潮流的「感官方舟」，更以现象级文旅地标为城市激活「文化引力波」——通过音乐节期间的万人级流量虹吸效应，联动周边文旅商业体形成沉浸式消费生态圈，单次即可创造千万级消费增量，使城市在社交媒体时代收获国际传播声量与文化资本溢价，实现艺术价值、商业势能与城市品牌的三重裂变。



重点项目-文化演出举办及资源整合

主办-2025 北京奇遇海音乐节



2025年端午假期

汇聚19组流行、偶像、说唱等顶尖演唱阵容

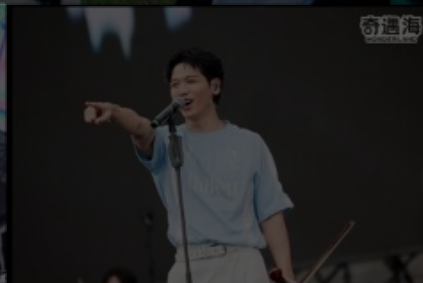
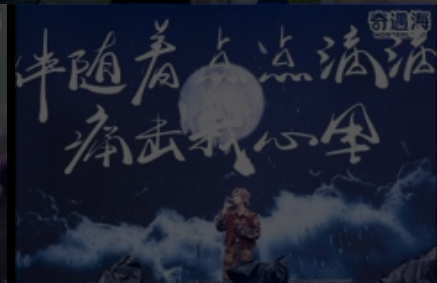
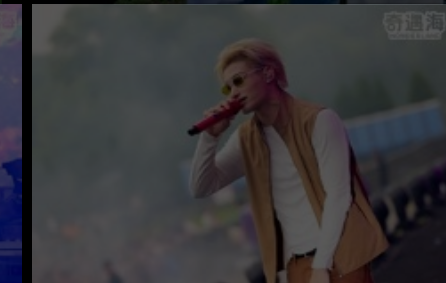
电竞擂台 音乐&电竞奇趣体验

重点项目-文化演出举办及资源整合

主办-2025 北京奇遇海音乐节

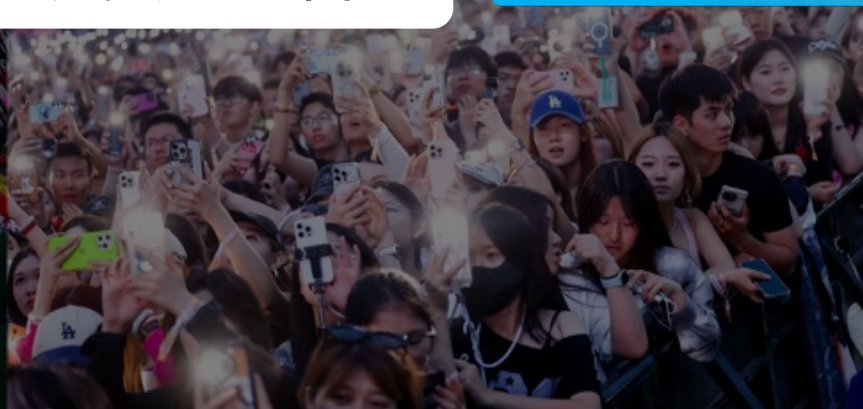
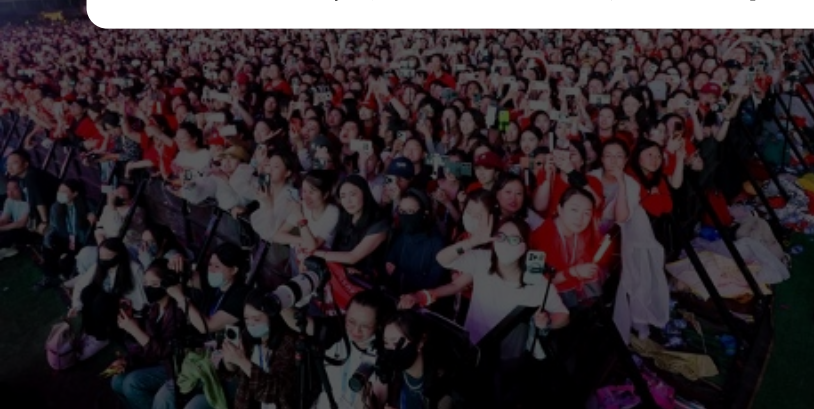
19组嘉宾点燃7万乐迷嗨唱氛围

线上平台话题阅读量突破9亿次



重点项目-文化演出举办及资源整合

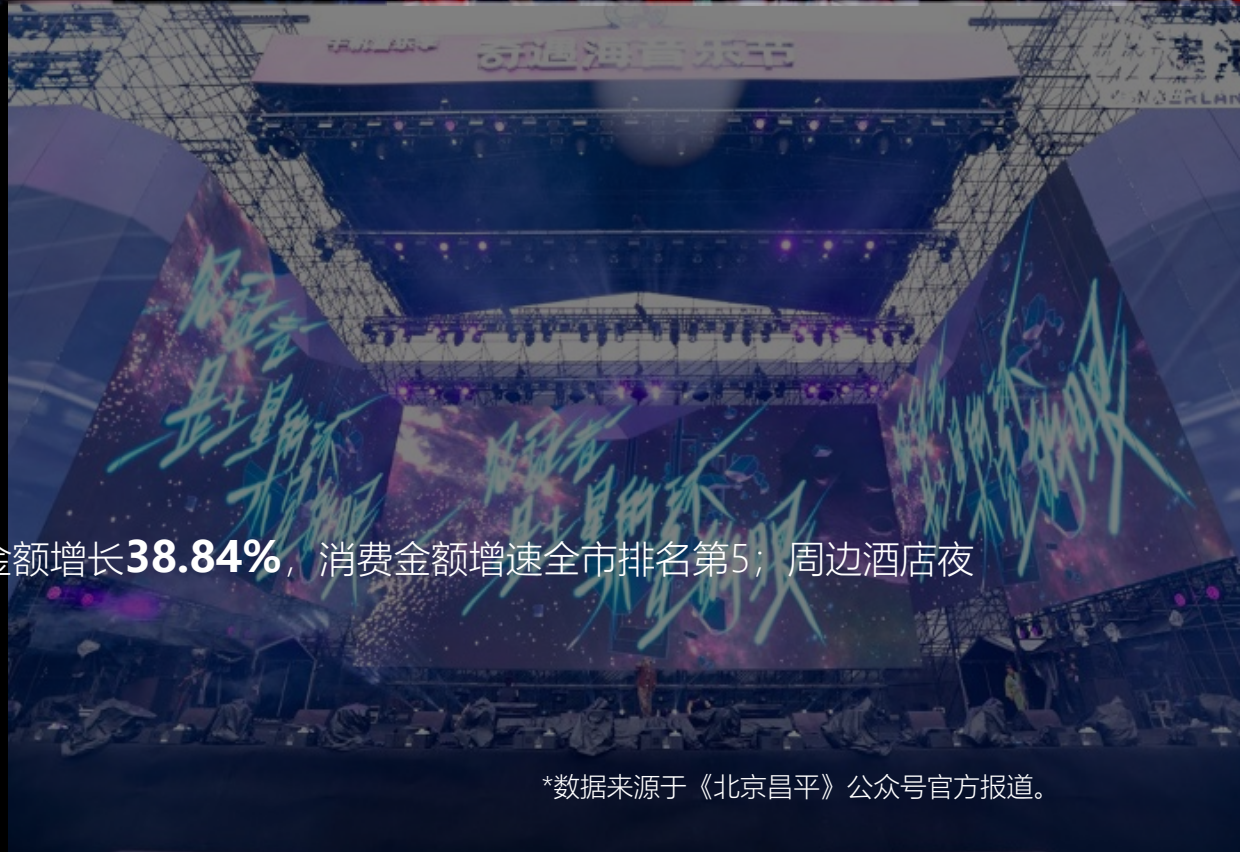
主办-2025 北京奇遇海音乐节



2天接待近 **7w**人, **80%**外地乐迷

带动地区综合收入 **6183万元**

2025年端午节期间, 昌平OTA平台旅游人次增长**5.34%**, 旅游消费金额增长**38.84%**, 消费金额增速全市排名第5; 周边酒店夜间数量同比增长**22%**, 整体消费金额增长**23%**。



重点项目-文化演出举办及资源整合

主办-2025 北京奇遇海音乐节

奇遇海音乐节吸引蒙牛酸酸乳、景田、星巴克、昌平文旅、电竞战队、文创美食市集等合作伙伴参与，为7万乐迷打造多元的文化美式体验，打造创新文旅项目，为地方文旅高质量发展提供新动力。



头部快消品牌展区



文旅推广展区

餐饮美食市集



电竞娱乐竞技互动区



综合服务点位

跨界营销展位

重点项目-文化演出举办及资源整合

主办-姚琛万里挑一 特别派对演唱会



市集



特展



演出



YAOYOU
10,000 & 10000

创造性地通过户外露营形式，将市集、影展、粉丝互动、演出等多元素融为一体的极致文化演出体验

主办-姚琛万里挑一 特别派对演唱会

姚琛以“户外爱好者”和“冒险玩家”身份



打造人生一万天创意展，与粉丝深度互动

姚琛 万里挑一

特别派对



YAOYOU
10,000 10000

2025/08/09

北京丘比特露营营地

SVIP 1480 VIP 1180 普N 880 普R 680

艺人经纪 泛领文化 主办方 Future Vibe 官方指定售票平台 秀动

独家社交媒体平台 微博 独家宣发合作伙伴 微博音乐 微博演出 独家传播合作伙伴 sina 新浪娱乐 微博明星

人生第一万天特别舞台 超长3.5小时演出



一场极具创意性的沉浸式主题文化演出

主办-奔赴少年巡回见面会 广州站



#奔赴向你的那一天 新生代正能量男团全国首次巡演

北京站



广州站



重庆站



重点项目-天安门文旅IP



中杉文化作为即将全面启动商业化运营的天安门文旅吉祥物IP战略合作伙伴和被授权方，我们希望携手合作伙伴，以“文化解码+创新表达”为核心路径，构建“文创产品开发、数字互动展览、品牌跨界联名、红色文旅体验”四位一体的多维开发体系，将天安门背后的文化魅力与爱国主义精神转化为年轻人喜闻乐见的文化符号。在搭建品牌联名合作生态圈之外，更通过「党建+文旅」融合模式，开发可复制的爱国主义教育场景解决方案，让文化自信与家国情怀在沉浸式体验中实现代际传承，助力构建新时代文化传播超级IP，推动社会主义核心价值观的传播和实践。

重点项目-天安门文旅IP



天安门文旅吉祥物发布会

千人发布会概念策划、执行管理、活动管理。

天安门文旅吉祥物IP合作体系

IP衍生产品授权

将IP元素用于产品上，或根据合作品牌需求进行定制。

外包装授权

将IP元素用于礼盒包装上，或配合平台主题营销活动的物料中。

礼赠品授权

非卖品、员工节庆福利礼盒、礼赠品、工会福利赠品等。

数字资产授权

数字影像、云旅游小程序、表情包、主题壁纸等授权。

品牌营销合作

基于合作品牌需求，与IP联名进行的整合营销合作，包括但不限于战略伙伴身份、营销campaign推广、产品定制、线下店售卖等。

知识产权合作

将IP改编成动漫、游戏等，或结合IP发行的出版物，组织的赛事、文化内容分享活动等。

场景营销合作

合作快闪店、场景体验店、VR虚拟现实体验店等。

文旅党建合作

爱国主义教育活动、企事业单位党建活动、定制文旅产品等。

重点项目-明星周边经济

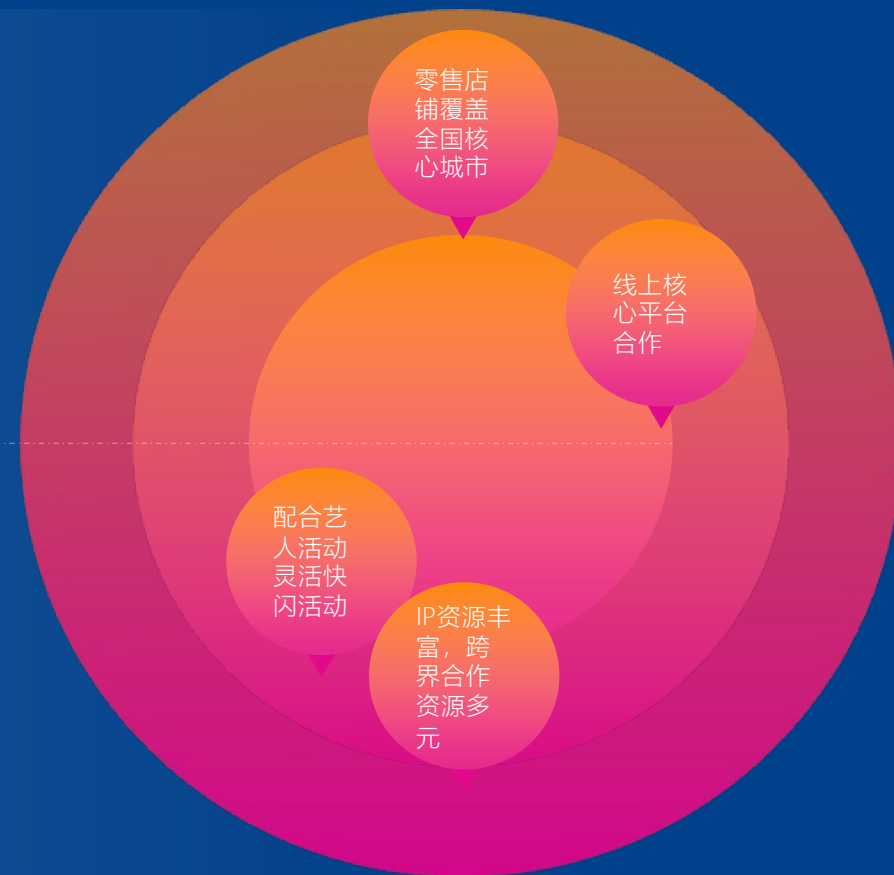
全渠道覆盖能力：高效触达核心消费群体

线下零售网络：

- 自有零售店铺覆盖全国核心城市（一线/新一线），可快速实现明星周边产品线下铺货，精准触达K-pop粉丝聚集地（如商圈、高校周边）。
- 支持快闪店/主题展等灵活形式，结合明星艺人活动周期（如回归期、演唱会）提升曝光与转化。

线上协同优势：

- 与小红书、抖音、扑淘商城、天猫等平台深度合作，可搭建官方旗舰店+直播带货+社交电商+垂直矩阵，覆盖全域粉丝消费场景。
- 联动音乐节、地方市集等多领域跨界渠道/平台合作，扩大品牌声量。



重点项目-明星周边经济

开放型合作生态+高效决策执行链路：拓展更广阔的市场

成熟的IP运营经验

成功运营多个IP衍生品项目，高规格IP授权管理能力，可保障明星IP调性与版权合规性。

高效决策执行链路

从立项到落地高效执行；快速接入第三方合作伙伴（物流、内容等），构建一体化生态

多元跨界合作资源

可根据经济公司要求接入更多合作伙伴，拓展更广阔市场

开放型合作生态

“商品+服务+体验”一体化生态

重点项目-明星周边经济

本土化用户洞察与精细化运营能力

深度理解K-pop粉丝偏好（如小卡、应援棒、演唱会周边），可针对性优化SKU结构，爆款率提升50%。

需求精准匹配

供应链与价格管控

统一市场定价策略，避免渠道乱价问题，维护明星品牌价值。

通过数据分析预测区域消费差异（如一线城市偏好高价收藏品，下沉市场倾向实用周边），实现分区域动态铺货管理。

自建仓储物流体系，支持48小时发货，解决跨境周边配送时效痛点。

重点项目-明星周边经济

线上平台矩阵构建+线下沉浸式场景营销

① 线上平台：主流消费+年轻受众活跃平台深耕

- 小红书/抖音/小程序/扑淘商城/天猫等平台择优合作，聚合所有合作明星/艺人周边产品，打造线上核心销售矩阵

② 垂直新零售渠道整合+mini快闪活动

- 一直娱等所有在售明星产品的垂直渠道整合，销售授权+定期快闪店形式售卖明星产品



③ 明星官方快闪+握手会活动

- 基于较高粉丝影响力明星/组合/艺人定制官方快闪店+握手会活动

④ 官方线下观影会

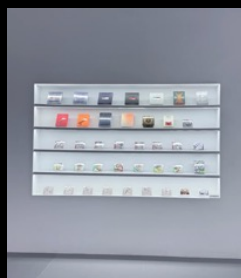
- 基于知名艺人/组合团体定制粉丝音乐会、观影体验活动，搭配应援产品销售

UNSEEN

ENHYPEN 线下特别活动《UNSEEN》in SHANGHAI
25.08.01.FRI — 25.08.31.SUN
上海环球港4F环球展馆



ENHYPEN BELIFT HYBE INSIGHT



序言

影像志 1 (格调)

幕后故事

影像志 2 (独一无二)



“ENTYPEN 之旅”
ENHYPEN's journey

“所见之外” 超越视觉
Beyond the seen

终章

周边商店

•30天超长展期 •7大独家展区 •限定商品售卖

让粉丝感受ENHYPEN不为人知的更多面

重点项目-明星周边经济

ENHYPEN UNSEEN SHANGHAI 展览及快闪承办方



为中国粉丝用户打造一场独具创意、国际品质、体验与口碑俱佳的明星周边特展

重点项目-明星周边经济

NCTWISH ONE SUMMER WISH 摄影展主办及承办方



NCT WISH 摄影展·广州

重点项目-明星周边经济

姚琛·右肩的约定 系列粉丝活动 主办及承办方



北京--姚琛&Cookies的秘密花园 快闪活动



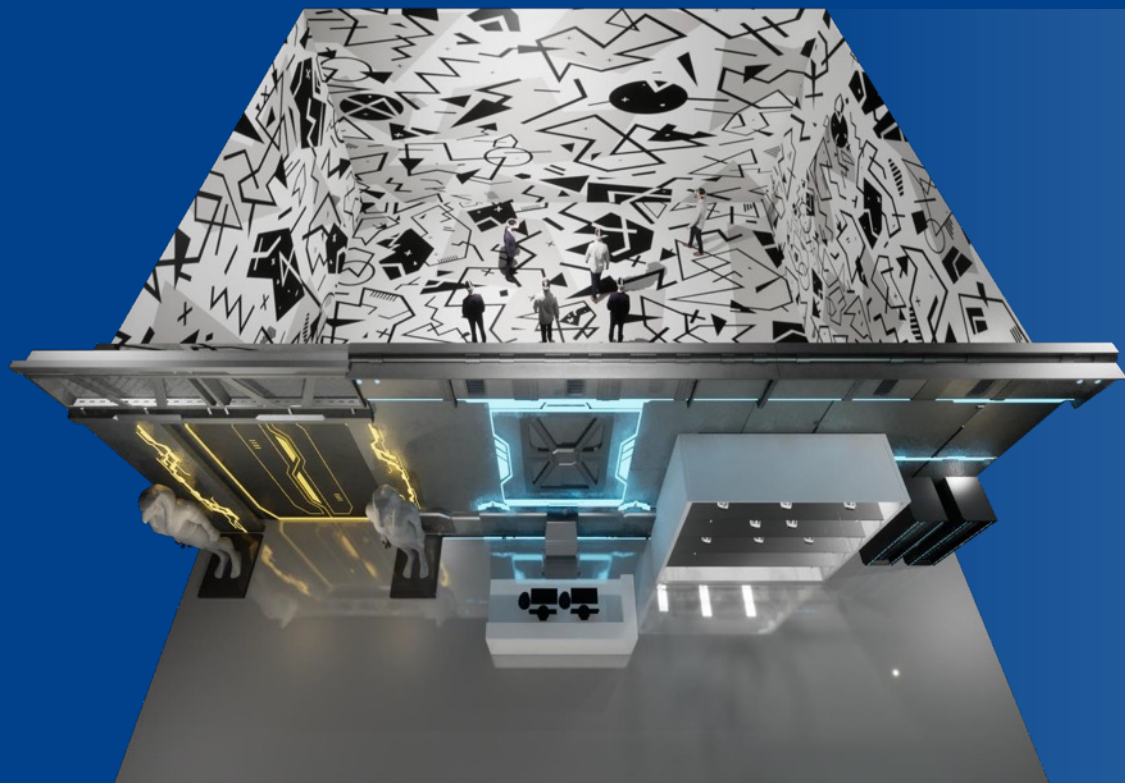
上海--粉丝见面会

广州--粉丝见面会

姚琛 右肩的约定 “以音乐为信，用鲜花做笺”

重点项目-LBE大空间

全沉浸LBE 大空间项目



作为全球元宇宙市场发展最为迅猛的主形态之一，从全球市场看，大空间沉浸式LBE项目在业务形态、解决方案和商业模式均呈现蓬勃发展态势，正持续向规模化爆发的“奇点”时刻逼近。据相关数据显示，2026年中国沉浸式产业有望达到2500亿元。本项目是以封闭物理空间为核心基石，以增强现实体验为核心场景，以数实融合消费为核心业态，以三维数字资产制作、播放、运营为核心环节的新一代沉浸式体验业态。

重点项目-LBE大空间

• 全新技术构建虚拟现实空间新业态，激活文旅产业新势能

【品牌】我们通过「技术+内容+运营」三位一体解决方案，为商业体打造可持续盈利的沉浸式消费场景。

【创新】以数字技术解构文化基因，通过空间叙事技术构建虚实共生的平行宇宙，形成“文化挖掘-数字转化-体验设计”全链生态，激活文旅产业新势能。

【成果】目前可用内容：文明探秘（如金字塔/三星堆），时空穿越（如夜游长安/始皇登基），科幻幻想（如火星任务/山海经）三大系列、多款LBE大空间IP产品。



LBE大空间 × 博物馆/大流量场馆

年轻消费者更喜爱的社交新赛道



用户年轻化

目前文博旅游及科技体验市场的用户已经向年轻化发展，去博物馆参观已经成为年轻人旅游的新选择。



接受新知识

用户对新知识以及新鲜事物的接受度高，通过这样的方式提升阅历。



社交属性强

博物馆及科技馆成为新的社交场所。不仅是亲子出行，甚至交友，约会都成为博物馆及科技馆的重要属性。



付费意愿

通过调研得知，博物馆及科技馆用户具有较高的在馆内知识付费、获取新感受、购买纪念品的消费意愿。

LBE大空间-运营项目参考

巡展内容

大唐穿越记

古风、穿越、仙侠、探险题材的沉浸式大空间VR项目

玩家在博物馆参观唐代文物时意外触发了蓄积千年的灵根之力，误入仙界，遇见了和蔼可亲的老神仙和他古灵精怪的小徒弟琉璃。老神仙告诉玩家想要回到现实必须前往大唐长安寻找办法，指派作为见习神仙的少女琉璃陪同玩家一同前往。

对人间充满好奇的琉璃，被奇花楼舞臺所吸引，怂恿玩家与李白对诗赢得观看机会，这一举动意外的打乱了历史进程……



Copyright © 2022 LBE. All Rights Reserved.

巡展内容

戏鬼

国风恐怖惊悚类沉浸式大空间VR项目

在偏远的青镇，若干年前有一支小有名气的剧团在一场离奇的火灾中消失。

传说，这场大火是当家花旦吴曼含所放，但她放火的原因却一直是个谜。剧团火灾中，许多人丧生，变为鬼城的宅宅成为了祭奠逝者的场所，由吴曼含恨意凝聚成的鬼魂在附近来回游荡寻找自己的孩子。



Copyright © 2022 LBE. All Rights Reserved.

巡展内容

重返金字塔

项目体验以中埃联合考古为故事背景，观众扮演中方考古队员从金字塔旁的狮身人面像进入从未允许涉足的机密通道，踏上不平凡的旅程。

在金字塔内部，观众将跟随导游及古埃及神话中的智慧和学习之神·托特，探秘金字塔内部结构，揭开狮身人面像与金字塔的神秘联系。



Copyright © 2022 LBE. All Rights Reserved.

巡展内容

火星任务

沉浸式体验火星科考探险的大空间VR项目

观众扮演的太空科考队员从休眠仓醒来，他们将携带重要的生物密匙前往中国火星祝融基地，准备激活基地的新能源系统，火星祝融基地将成为人类探索宇宙的新港口。

在基地工作人员梅的引导下，观众于空间站内游览太空景色，了解火星常识。飞船离港时突发事故，观众乘坐逃生舱避险。偏僻的逃生舱掉在了封存的气球附近，太阳风暴恶劣，观众失去梅的引导，明站站内观众遇到了机器人42，作为火星上的老员工，42熟知这里的一切，就这样观众与这位又黏人又话多的机器人踏上了旅程。42驾驶飞行器带观众穿过奇异广阔的火星，找到火星车，准备前往基地，火星尘暴突然来袭……



Copyright © 2022 LBE. All Rights Reserved.

巡展内容

三星堆的召唤

三星堆，距今约4800年至2800年，三星堆文物，如青铜神树、面具和金杖等，以其独特的造型和精湛的工艺，展现了古蜀人丰富的想象力和高超的技艺。

三星堆的发现，实证了古蜀文明是中华文明的重要组成部分，极大地丰富了中国古代文明的多样性。然而，许多未解之谜仍待探索，如这些文物的具体用途、古蜀人的生活方式等，这些都为三星堆增添了神秘色彩。利用LBE大空间技术，近距离感受三星堆文化的震撼，探寻三星堆遗迹的秘密。



Copyright © 2022 LBE. All Rights Reserved.

金字塔探秘·LBE大空间沉浸展

《金字塔探秘》于今年8月在南昌落地，累计接待观众3000余位，并与南昌地标景点“南昌之星”摩天轮形成双景联动，在国庆期间取得营业佳绩。

国庆消费数据回顾

LBE大空间展示出租大空间项目	50万元
项目营收、国庆期间营收占比	3000人
项目营收占比、国庆期间营收占比	100%
项目营收占比、国庆期间营收占比	3小时



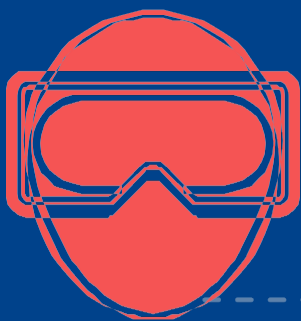
Copyright © 2022 LBE. All Rights Reserved.

LBE大空间-门店运营

- 建立完整门店运营流程，短时间内最大程度提高门店运营效率，提高坪效比。

门店搭建及人员配置

搭建门店，同时根据门店匹配现场运营和店员。



确定内容及店面

确认内容及店面面积、美陈装饰



运营策略及社会化营销

建立运营策略，根据运营策略进行网络推广，短期内营造网红效果



周边衍生品

开发内容相关衍生品，最大程度商业化内容和相关IP



运营周期完成

根据以往运营经验，单个内容最佳运营周期为12个月。

重点项目-数字化零售业务

以泛中台ERP系统为基底，构建新零售全数字化运营生态体系



新零售培训系统及体系

专业的人员培训数字管理系统，从六个维度对人员进行培训、管理、考核、赋能，实现一体化运营：

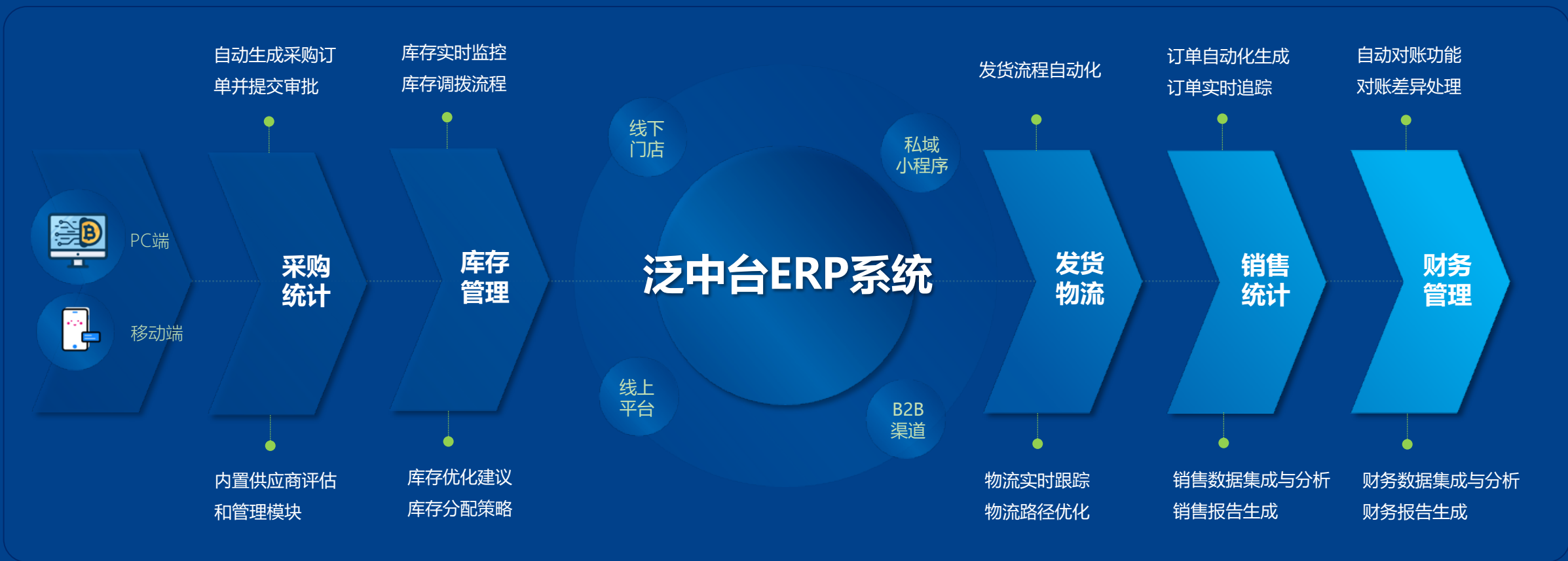
- 1、服务管理中心：
提供管理门店和私教人员信息、物料下载、统计分析
- 2、日程管理中心：
可视化工作日历、清晰任务清单，门店时间管理
- 3、顾客洞察：
深入洞察顾客意愿，精准处理低分评价，提升顾客服务体验；
- 4、认证中心：
用于人员相关认证和考核，线上考核及看成绩
- 5、系统雷达：
工单处理流程线上化，实时查看处理进度，提升问题解决效率
- 6、消息通知：
查看与功能升级、上线、课件更新相关的通知

X-POS系统（全场景数字零售系统）实现线上+线下融合的新零售生态

- 1、以线下实体门店经营管理为核心，提供门店选址落地、店内多终端、移动化作业方式下单支付，告别传统PC收银台，为到店消费者提供随客随时、随地的伴随式体验；
- 2、实现“1小时触达”：支持京东、美团、饿了么、抖超、天猫、高德、品牌私域小程序、品牌B2B企业购等9大即时零售公私域平台，助力品牌快速开展即时零售业务，更好的满足消费者需求；
- 3、以业务中台为底座，以“全渠道融合经营”为理念，为品牌提供线上线下一体化运营能力，包括商品运营、会员运营、促销营销、库存履约、服务等，赋能品牌线上线下信息和资源整合，服务消费者。

重点项目-数字化零售业务

新零售全数字化运营管理系统模型



重点项目-场馆的数字化运营

中杉通过集团产业投资及运营打造多元化、战略性的投资布局，旨在通过资本运作和产业整合，推动集团商业板块的持续增长和产业升级；积极担当“产业升级者、创新驱动”的责任，致力以「产业」赋能「商业」。



国际学校



滨海新区文化馆



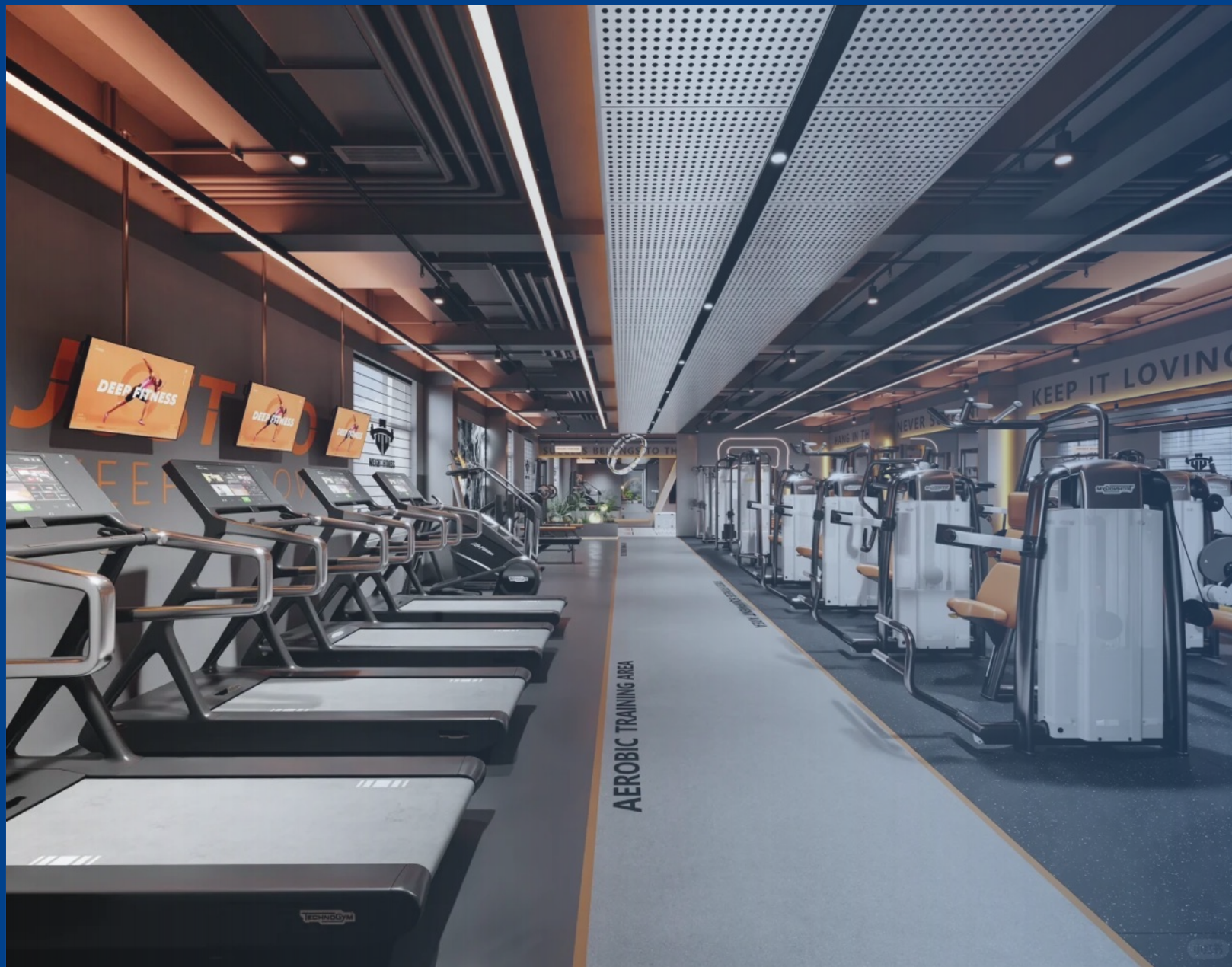
厦航嘉年华酒店



奥林匹克社区全民健身中心



大兴荣华天地



“ 数字化 ”
中杉·百姓健身房



打造惠民「百姓健身房」

响应中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，稳重支持社会力量建设“百姓健身房”，鼓励有条件的企事业单位利用自有资源建设共享健身空间。

中杉文化希望通过自身优质的国家级高水平教练资源、丰富的健身房建设和运营经验，与各地政府共同打造高质量、稳健运营、专业的智慧「百姓健身房」连锁项目。

由街（镇）、社区无偿提供
场地用于建设“百姓健身房”

市级体彩公益金补助，经区体
育部门拨款专项费用

中杉提供

满足要求的健身房建设
健身房专业、智能化运营管理

(实际要求以各地区《“百姓健身房”建设管理办法》为准)

以低于市场商业型健身房的价格，享受该城市由中杉运营的「所有」百姓健身房

中杉·百姓健身房：一卡通用

健身房A

健身房B

健身房C

健身房D

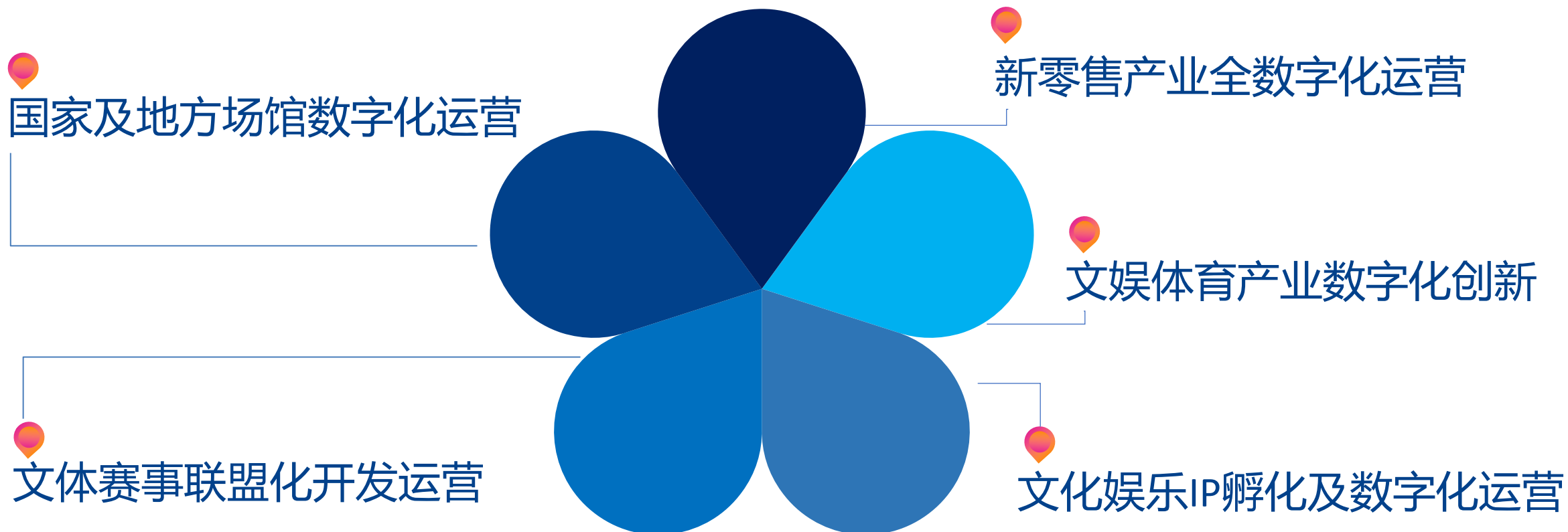
.....

全面的健身设备，满足多样的健身需求

小程序/ APP预约私教或团体课程
提供低于市场价格、高水平的增值服务

业务规划

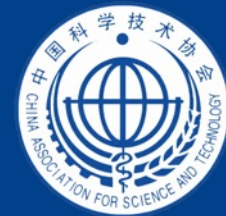
秉持“科技重构文化生态”的发展理念，以“科技+文化”双引擎驱动，推动体育、文化与旅游产业深度融合，实现产业升级与增值创新，为促进国民身心健康、区域经济协调发展创造新引擎。



业务规划



中杉文化将继续秉承“科技重构文化生态”的理念，依托全产业链运营能力，以“科技+文化”双引擎驱动，打造集体育健康促进、文化IP赋能、旅游场景再造于一体的协同发展体系，形成涵盖数字化场馆运营、新零售产业全数字化运营、文体赛事联盟化开发运营、文娱体育产业数字化创新、文化娱乐IP孵化及数字化运营发展的多元生态，带动文体旅产业升级与增值创新，为满足国民身心健康与日益增长的文娱需求、推动区域经济协同发展提供新引擎。



谢谢观看

中杉文化

2026年2月