

懂用户 有技术 擅融合

国潮IP主题游暑期“出圈”

进入7月下旬,各城市旅游景区都涌入大客流,一方面,大型国际品牌主题乐园以鲜明的主题策划、丰富的娱乐设施,深受游客追捧;另一方面,充满中国文化元素的国潮IP主题景区,通过各种沉浸式活动互动场景,在夜游、亲子、科技等领域不断发力,也成为暑期出游的一大亮点。业内分析,国潮IP“出圈”背后原因在于懂用户,有技术,擅融合,国潮IP主题乐园有望在未来迎来转折点,打造一道亮丽的中国潮风景线。



央视视频截图

国潮IP主题游“出圈”

从汉服,到盲盒,再到唐诗,国潮IP场景越来越受到年轻人欢迎,陕西、河南、四川等多个旅游目的地及国潮IP景区暑期迎来大客流。

近日,电影《长安三万里》的热映,为影片采风地西安的旅游经济平添了一把火。据零售平台美团数据,自7月8日《长安三万里》开播十天以来,西安当地各类业务数据亮眼。门票方面,省外游客旅游订单量同比增长超28倍。美团数据显示,电影上映后至今,景点“大唐不夜城”美团平台搜索同比增长347%,大众点评搜索量同比增长超11倍。乘着“长安热”的东风,西安市曲江新区联合飞猪旅行、《长安三万里》电影出品方推出6条IP同款暑期研学线路。曲江新区暑期文旅消费券也于7月2日在飞猪同步上线。

记者了解到,除了国际大牌和机动游戏

类主题乐园之外,今年暑假国潮类景区热度和营收数据也不断飙升。携程数据显示,截至7月17日,2023年暑期以来主题乐园门票订单量同比增长三成以上,具备更多国潮IP特色、融入更多本地特色的主题乐园受到欢迎,如淮安西游乐园、南宁方特东盟神画、祥源花世界。

其实,这股国潮IP热早已蔓延。今年“五一”假期以来,长春动植物公园因夜间“西游记主题乐园”火出圈,网友们更是将长春动植物公园戏称为“东北迪士尼”。夜游项目开展以后,今年4月份,游客人数比2019年增长了187%。

此外,记者从江苏淮安西游集团了解到,该集团“五一”期间,共接待游客15.8467万人次,总营收占淮安全市A级景区旅游总收入近50%。

“出圈”背后三大原因

原因一:沉浸式场景体验之旅 文化IP社交平台裂变传播

据某在线旅游平台相关人士介绍,大唐不夜城立足盛唐文化,自2019年以来,先后打造“不倒翁小姐姐”“石头哥”“许合子”“李白”等多个文化IP,依托网络平台实现裂变式传播,通过沉浸式历史场景的唐朝体验之旅实力“出圈”。大唐不夜城里,打破次元壁的特色人物,每天都在不夜城街区里上演情景演出,与游人互动。大唐不夜城将“大唐文化+本地特色+沉浸式场景化”旅游模式进一步升级,让游客在历史与现代之间碰撞,感受到了文化自信的力量,独特的游玩体验和旅游感官,成就了西安独有的城市IP——“夜游长安”。如今,“大唐不夜城”不仅是西安市的标志性文化旅游项目,更成为中国文化旅游品牌的重要代表之一。

此外,在国内不少区域市场,一些票价相对便宜,引发怀旧话题的主题景区也深受欢迎。吉林长春动植物公园推出以“梦幻西游季·夜游动物园”为主题的系列夜游活动深受欢迎。不少游客前往江苏淮安西游乐园体验“沉浸式西游记”。淮安是《西游记》作者吴承恩的故乡。当地更是通过推出“西游盲盒”等文创产品,上新“桥头排骨”“八戒冰淇淋”等夏季主题餐品,有效激发景区消费活力。

原因二:消费者越来越有文化自信 景区不断创新提升服务

景域驴妈妈集团副总裁、中国主题公园研究院副院长任国才认为,国潮IP主题乐园

受到欢迎,这与中国消费者越来越有文化自信、越来越青睐传统文化的时代大背景有直接关系,同时也与以上文旅企业在学习借鉴国际优秀主题乐园经验方法基础上,不断创新提升产品和服务行动,推出大量沉浸式、年轻化、社交性强的产品和服务,最终赢得了中国消费者的心。

相比之下,部分国际IP品牌主题乐园步伐较慢,甚至不接“地气”,导致对国际IP品牌主题乐园的喜爱度和忠诚度出现下降。

任国才表示,近年来,中国文旅企业在结合国潮、延长产业链和二次消费方面,创造出多个创新案例成为业界典范项目,如大连熊洞街文商旅综合体、洛阳《无上龙门》数字体验馆、襄阳唐城景区、方特东方神画景区、上海《探秘山海经》沉浸式艺术展等。

原因三:数字科技+潮玩创意 线下主题乐园纷纷升级

除了传统文化元素,科技及潮玩也不断丰富国潮IP的内涵,成为中国景区创新方向之一。

高科技互动、亲子场景等领域成为国内主题乐园发展的又一赛道。位于广州白云区的广东南湖游乐园改造项目已进入实施阶段。新的南湖游乐园将集沉浸式游乐、光影夜游、科技研学于一体。

此外,主题乐园业迎来新晋者。近日,由爱奇艺授权,与北京世园公司联合打造的爱奇艺奇巴布乐园开始试运营。该乐园客群定位为拥有3-12岁儿童的亲子家庭。近期业内传出泡泡玛特首个线下主题乐园将于9月在北京朝阳公园正式开业。

专家观点

国潮IP主题游未来怎么走?

著名旅游学者、暨南大学深圳旅游学院博士生导师董观志教授认为,国潮IP主题公园接近乃至超过国际品牌主题公园,这个现象应该为时尚早。IP本质是商家营销策略的一部分,IP打造要脚踏实地,如果是虚假的、纯商业策划的IP,只是昙花一现。

华南师范大学旅游管理学院会展经济与管理系主任李军教授表示,随着国内自主创造内容重视程度增加,国潮IP在主题乐园中可能会取得更大的市场份额。其背后原因在于懂用户,有技术,擅融合,国潮IP结合主题乐园有望在未来迎来转折点,打造一道亮丽的中国潮风景线。

他表示,中国很多本土主题乐园依托得天独厚的文化遗产,深挖当地传统文化内涵,全力打造中国人自己的文化IP主题乐园,探索出“中国文化+潮流IP”融合主题乐园发展新模式。

相对于传统的国际IP品牌主题乐园,国潮IP主题乐园具备三大优势:以文化人,以游通心;以差异化定位,避同质化怪圈;以深挖本土文化IP变现,拒简单“拿来主义”。

国内消费者在文化娱乐等精神方面的支出不断增加。李军建议,国潮IP主题乐园的发展既要原汁原味,又要有滋有味;既要独立自主,又要合作共赢;既要线上营销有流量,又要线下服务增“留量”。

据广州日报

张雨霏女子100米蝶泳“封后” 夺个人世锦赛首金

在24日进行的福冈游泳世锦赛女子100米蝶泳决赛中,中国“蝶后”张雨霏力压众多名将夺冠,摘得个人世锦赛首枚金牌。

张雨霏预赛和半决赛均排名第一晋级,状态火热的她在半决赛后就表示这次的目标是争冠。当天决赛中她从第四泳道出发,前50米处于领先位置。后半程面对其他对手的冲击虽一度落到第三名,但还是通过冲刺阶段的发力以56秒12夺冠。加拿大选手麦克尼尔和美国选手赫斯克分获银牌和铜牌。

赛后的新闻发布会上,张雨霏提到这次比赛采用了新战术,“过去这三年,我的战术一直都是前冲后顶,今年在训练中有意去练习后程能力。这次比赛就想试一试能不能发挥出来,效果还是蛮好的,但是我觉得远远不够,如果说想在明年奥运会上取得突破的话,还需要再加一把劲。”

决赛中,东京奥运会女子100米蝶泳冠军麦克尼尔、铜牌得主澳大利亚选手麦基恩、2022年布达佩斯世锦赛冠军赫斯克,都给张雨霏争冠带来不小的挑战。展望未来,张雨霏希望和老对手们一起游出更好的成绩,为这个项目增添更多的光彩,并继续对女子100米蝶泳的世界纪录发起冲击。“我一直渴望着(打破)100米蝶泳的世界纪录,很期待在杭州亚运会上能够实现。”张雨霏说。接下来张雨霏还将参加女子200米蝶泳的比赛,力争再夺一金。

另外,中国队25日在福冈游泳世锦赛凭借李冰洁的出色发挥收获了一枚铜牌,新科男子100米蛙泳冠军覃海洋继续带来惊喜,在50米蛙泳半决赛中不但以头名晋级决赛,还打破了亚洲纪录。

据新华社电

吴亦凡 强奸、聚众淫乱案 二审开庭

新华社北京7月25日电 北京市第三中级人民法院25日依法开庭审理了上诉人吴亦凡强奸、聚众淫乱一案。因涉及被害人隐私,案件依法采取不公开开庭审理方式。

2022年11月25日,北京市朝阳区人民法院对本案作出一审判决,对被告人吴亦凡以强奸罪判处有期徒刑十一年六个月,附加驱逐出境;以聚众淫乱罪判处有期徒刑一年十个月,数罪并罚,决定执行有期徒刑十三年,附加驱逐出境。被告人吴亦凡不服,向北京市第三中级人民法院提起上诉。

人民法院在开庭前依照相关规定通知了加拿大驻华大使馆。案件审理过程中,依法保障了上诉人吴亦凡的各项诉讼权利。该案将依法择期宣判。