

本期关注

近段时间,不管你是否曾关注或走入主题公园,对于已成为明星宠儿的“川沙姐”玲娜贝儿,和以与粉丝互怼为乐的“话痨”威震天,恐怕都有耳闻。作为分属上海迪士尼度假区和北京环球度假区的两大“新晋顶流”,玲娜贝儿和威震天一改以往主题公园IP与游客的互动形式,凭借个性突出的花式路线成功“出圈”,频频登顶热搜,给业界带来了新的热议与思考。

“玲娜贝儿”出圈 给文旅IP建设带来哪些思考?

热点回放

据统计,近一个月内,玲娜贝儿多达近20次登上微博热搜,其抖音相关视频播放超2亿次。为购买其首发周边,有游客不惜排队7小时,甚至不远千里来带她“回家”,在迪士尼粉丝中,甚至掀起一股“玲娜贝儿主题色”“风潮”,就连依轮这样的老牌明星都为她沦陷。最值得玩味的是,其所属的达菲家族本身既没有动画也没有电影或任何文学作品,有的只是简单的IP人设——玲娜贝儿的人设是“聪慧又热衷于解谜的小狐狸”,其前辈顶流、同属达菲家族的星黛露是“爱跳舞的兔子”,而家族灵魂人物“达菲”的人设,仅仅是一只“天真善良的小熊”。

专家热议

话题1

横空出世、没有作品的玲娜贝儿,为何能PK掉拥有经典荧幕形象的米老鼠、唐老鸭?其走红给主题公园IP建设带来何种新的启发?



话题解析:潮流玩具的兴旺将冲击主题公园衍生品传统模式
受访人:熊晓杰(时代文旅首席战略顾问、著名文旅营销实战专家)

熊晓杰:过去我们常常认为,想造就一个好的IP,必须先有充足的内容支撑,例如文学作品、电影、动漫等,但火爆的玲娜贝儿却给出了另一种非常有价值的启发。
玲娜贝儿的火爆,更多是迪士尼营销的成功。玲娜贝儿以及早前的星黛露,都是迪士尼最近很火的衍生品。这两款衍生品与迪士尼过去的IP和衍生品很不一样。一是它们不像米奇、唐老鸭那样,源自迪士尼的影视作品,其所属的达菲家族IP没有动画或电影作为内容支撑,只有简单的人设;二是它们火爆的速度非常快。对于玲娜贝儿这位顶流明星,迪士尼只用了一个月的时间打造。

内容支撑,从而让新人坑的粉丝有了观看的内容,开始向其他人“安利”……由此源源不断形成热度。

迪士尼的这一尝试是革命性的,它可能根本性地改变全世界主题公园衍生品的生产方式。

综观全世界的主题公园,以往由影视IP到线下IP,由IP到衍生品,包括迪士尼、环球影城在内,全世界都坚持着这个一成不变的路径,每个景区都在效仿,但所谓潮流玩具的兴旺,从很大程度上冲击了这一传统模式。一些完全没有影视和文学作品加持的玩具,由于设计上的突破和迎合年轻人的审美而迅速走红。

时代变了,“逛逛逛”和“买买买”已经合体。商业与文旅行业的界限在迅速模糊,商业中心越来越成为休闲度假的场所,而景区也将越来越成为主题性的商业空间。未来,越来越多的潮流玩具和设计品牌将进入主题公园和景区,收费的主题公园和景区则将呈现更丰富的消费业态,对于各主题公园和景区经营来说,消费者的经营将成为未来最重要的工作。

话题2

玲娜贝儿的成功案例能否简单复制? 文旅IP角色要“出圈”,应靠什么?



话题解析:塑造真实感,让IP成为令人信服、真实存在的朋友
受访人:顾超群(上海星等文化传播总经理、文旅IP项目规划专家)

玲娜贝儿的走红其实不完全偶然,仔细看看,其具备IP运营的几个基本要素。

首先,玲娜贝儿是有故事的,她来自迪士尼的达菲家族,是达菲在冒险路上遇到的狐狸朋友,手拿标志放大镜发现新鲜事物。背后的逻辑是:任何IP都不能只是一个形象,都需要基础的“人设”定位,哪怕是性格塑造,一来给观众真实的存在感,二来也能让IP在后期营销上有动作、角色扮演上的依据,从而更加鲜活。

其次,达菲家族本身就是迪士尼的人气IP,其中的星黛露深受亲子家庭和少女喜爱,而每家乐园都拥有自己的达菲成员也是迪士尼一向的习惯,因此玲娜贝儿在出道前粉丝的期待值已经非常高,走红不属于意外。

玲娜贝儿的“出圈”还有一

个重要的加成,就是新媒体、直播的常态化。随着抖音视频、朋友圈的普及,每个消费者都成为一个传播渠道。在此过程中,IP如何做好跟消费者的互动越来越重要,无论上海迪士尼的玲娜贝儿还是北京环球影城的“威震天”,都会根据消费者的互动给出不同反馈,不管是卖萌还是碎嘴,都让消费者有独特的、值得发布的个人社交平台的体验,从而愿意主动分享、传播。

玲娜贝儿、威震天的走红路径,对本土主题公园有如下启发:IP角色要出圈,需要抓住几点:一是要有故事内容,哪怕是简单的人物性格设定,让IP成为令人信服、真实存在的朋友,包括只在一处出现、有真实的时间表行为准则,才能让营销有依托。以嘉善大云的独创IP“云宝”为例,是一只生活在大云、爱吃巧克力的地下精灵,

让小朋友相信是跟他们一样成长的陪伴;二是营销上,要始终围绕IP性格保持一致性。如“云宝”带有暖男陪伴属性,围绕设计的诸如陪小朋友第一天上学、每年“六一”一起给云宝过生日等活动,让大家觉得云宝在真实地参与小朋友的成长;最后,IP需要积极跟消费者互动。一些IP的扮演者往往只完成了合照作业,时间久了,互动流于表面,成为工作模式,游客的消费热情自然会降低,从而缺乏自主传播,这一点是国内IP需要提升的重要一点。

当前国内IP逐渐起步,如大云的云宝深受当地喜爱,动画片的熊大熊二、长隆的白虎、动漫中的喜羊羊等都有一定的粉丝基础,但IP不是一蹴而就的过程,“顶流”爆红的现象之下,都离不开长期运营的策略,孕育一个成功IP,需要耐心。

文/羊城晚报记者 刘星彤 图/景区、受访者提供



玲娜贝儿(左一)与其所在的达菲家族换上最新的冬日服装卖萌迎客

话题3

“玲娜贝儿式”的走红能否持久? 新生代引领市场消费的背景下,如何重新审视IP与粉丝之间的关系



话题解析:讨喜年轻人、掌握社交媒体时代的IP营销逻辑
受访人:潘军(资深市场营销专家、橙氏数字首席顾问)

玲娜贝儿的走红是互联网社媒时代的产物,就如SNH48、时代少年团等当红的流量明星一样,没有作品的支撑,但靠社媒营销也能迅速“火”起来,并在短时间内聚集大量粉丝。

随着以90后、00后为首的“Z世代”年轻人逐渐成为消费主力,在新时代打造IP,需要理解、掌握社交媒体时代的IP营销逻辑。

首先,要有讨喜年轻人的IP故事或人设,就如玲娜贝儿,靠

“达菲家族”出圈的同时,有自己独特的人设;其次是靠社媒营销吸粉,通过明星带货等方式制造话题,聚集粉丝;第三是激发圈层效应,比如玲娜贝儿通过闺蜜炒作,成为其迅速走红的关键;第四是制作稀缺,通过周边产品断货等方式,能让粉丝产生更多期待。

总的来说,一个IP要有长期的生命力和作品去支撑,否则就如一些流量明星一样,可能昙花一现。



北京环球影城功夫熊猫主题景区内平先生的神龙大侠大百货

主题游

赣深高铁将通车,深圳到赣州只需2小时 “湾区+老区”五城联游新方案

作为连接江西省赣州市与广东省深圳市的高速铁路,京港高速铁路赣深段即赣深高速铁路(简称“赣深高铁”),预计12月上中旬全线正式开通。沿线的广东深圳、东莞、惠州、河源与江西赣州等5城市之间的交通将大提速,赣州与深圳的列车运行时间将由现在的近7个小时缩短为2个小时左右,赣南与珠三角之间的联系进一步加强,对粤赣两省旅游发展带来新机遇。记者为大家介绍赣深高铁沿线五城不可错过的旅游亮点。



深圳海滨 羊城晚报记者 林桂炎 摄

了解赣深高铁

赣深高铁线路途经江西省赣州市,广东省河源市、惠州市、东莞市、深圳市,线路长度约436.37km,其中广东省境内301.8km,设计的最高速度为350km/h。全线共设14个车站,其中江西段4个、广东段10个;站点依次为:赣州西站(既有站)、信丰西站、龙南东站、定南南站、和平北站、龙川西站、河源北站、河源东站、博罗北站、惠州北站、仲恺站、东莞南站、光明城站(既有站)、深圳北站(既有站)。

赣深高铁建成通车后,赣州至深圳的列车旅行时间将由现在的近7个小时缩短为2个小时左右,南昌经赣州到深圳的铁路最快旅行时间也将由现在的9.5小时缩短至3.5小时左右。赣深高铁对于完善大湾区路网布局,加速江西融入粤港澳大湾区,发挥“生活后花园”作用,促进“湾区+老区”的“双区联动”,带动沿线经济社会发展具有重要意义。

深圳 设深圳北站、光明城站

深圳作为中国改革开放的最前沿,旅游娱乐资源和设施独具特色,拥有世界最大的风景微缩区锦绣中华、世界之窗,主题公园欢乐谷等,还有大梅沙、南澳等海滩、海滨浴场,以及众多的现代化观光娱乐场所。

特别是在深圳的东部地区,东部华侨城作为大型生态度假区,包括大侠谷生态公

东莞 设东莞南站

东莞有鸦片战争博物馆、威远炮台等战争遗址等爱国主义教育基地;有可园、粤晖园等岭南园林代表杰作,也有南社村、塘尾古村等古村落;年轻活力城市里还有着松山湖、银瓶山、大岭山等自然景观。

惠州 设仲恺站、惠州北站、博罗北站

惠州旅游资源丰富,从南昆山到罗浮山,从西湖到巽寮湾,山河湖海泉一应俱全,历史文化沉淀深厚,全域旅游发展如火如荼,是粤港澳大湾区的热门旅游城市,去年入选国家文化和旅游消费试点城市。

在仲恺高新区游玩,幸福村是著名民主革命先驱廖仲恺先生的故乡,仲恺公园、潼湖湿地公园、仲恺中学、陈江文化广场等地点值得一去。

河源 设河源东站、河源北站、龙川西站、和平北站

目前,河源打造了“客家古邑、万绿河源、温泉之都、恐龙故乡、红色经典”五大特色旅游品牌,成功推动河源区、东源县、和平县、龙川县获评省级全域旅游示范区。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

河源 设河源东站、河源北站、龙川西站、和平北站

河源被誉为“客家古邑、万绿河源、温泉之都、恐龙故乡、红色经典”五大特色旅游品牌,成功推动河源区、东源县、和平县、龙川县获评省级全域旅游示范区。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

赣州 设定南南站、龙南东站、信丰西站、赣州西站

赣州被誉为“中国魅力城市之一”,素有千里赣江第一城、江南宋城、客家摇篮、红色故都等美誉,也是江西三座国家历史文化名城之一。

羊城晚报记者 黎存根 摄