

LABUBU、哆啦A梦、高达、米奇、玲娜贝儿……

拆解

广州新消费流量密码：



■正佳星球动漫狂欢节将举办盛大的COSER巡游、COSPLAY大赛。

现场

## 暑期IP主题展扎堆 引大量市民游客打卡

近日,天环 Parc Central 联合泡泡玛特 POP MART 带来 THE MONSTERS 怪味便利店系列华南首展“食来运转”,其中 B1 户外广场 9 米高的 LABUBU 便利店成为城中热门打卡地。除了偷吃香肠的巨型 LABUBU,还有炸虾 LABUBU、玉米 LABUBU、杯面 LABUBU、沙拉 LABUBU、三明治 LABUBU……“一娃难求的 LABUBU 含量直接拉满!关键还是免费的!”“广州成了一座巨大的 LABUBU 痛城!”社交平台上,多位网友晒出了该展的打卡笔记,话题热度拉满,不仅吸引本土消费者蜂拥而至,还引来无数外地游客与全球大热的 LABUBU 同框合照。

“100%哆啦 A 梦&FRIENDS 巡回特展”广州站也赶在暑假前在 K11 亮相,12 米高巨型哆啦 A 梦携 66 尊 1:1 等身雕塑浩浩荡荡来到广州第一高楼户外广场,构成强烈视觉冲击,网友还纷纷在小红书等社交平台上晒出免费打卡点汇总。

LABUBU、哆啦 A 梦、高达、喜羊羊与灰太狼、米奇、玲娜贝儿……暑期已至,“羊城消费新八景”中的“次元站·赛博广州”即将拉开大幕,众多购物中心不约而同推出大热 IP 主题展览、快闪活动。广州变身一个巨大的“次元痛城”,不仅引爆汹涌人潮,还立竿见影地拉动消费增长。

■新快报记者 陆妍思

北京路天河城则带来喜羊羊与灰太狼“奇思妙想嘉年华”,这个以“情景喜剧+寓教于乐”的创作方式一炮而红成为家喻户晓的国民动画迎来开播 20 周年纪念,这波“童年回忆杀”触动无数市民,现场人气爆棚。

而天河路商圈的广州天河城将携手香港迪士尼乐园一起打造“香港迪士尼 20 周年庆典展览”,届时米奇、玲娜贝儿、星黛露等大热 IP 将现身,宾客可于夺目的奇妙梦想城堡布置前与迪士尼一众知名 IP 装置打卡,感受沉浸式欢乐派对体验。

第三届正佳星球动漫狂欢节已在 6 月 14 日拉开大幕,通过联动“宝可梦”“明日方舟”“光与夜之恋”“暗黑破坏神:不朽”等超 100 个国内外知名 IP,推出限定快闪店、IP 主题展、沉浸式生日会、COSER 巡游、COSPLAY 大赛、电竞赛事、ACG 见面会等上千场精彩纷呈的活动,实现 ACG 文化与文商旅体教融合空间的创意碰撞。

亮点

## 时长突破、玩法突破、空间突破

新快报记者注意到,与过往持续一至两周的短期展览、快闪活动不一样,上述商场的 IP 展览活动不约而同将阵线拉长,横跨整个暑期。

“LABUBU、哆啦 A 梦都是受众广且知名度高的 IP,其核心价值在于强大的‘引流’能力。”广州市夜间经济发展联合会会长钟朝晖认为,大热 IP 展览拥有庞大的粉丝基础和广泛的情感共鸣,能将目标人群精准吸引至特定商圈甚至具体商场,但大热 IP 开展初期往往人满为患,影响消费者体验,从商场运营的角度,延长周期既可以提升观展体验,实现最大化引流效果,还可以摊薄成本,提高整体投资回报率。

这个暑期广州的众多 IP 主题展除了精致的美陈设计外,还设置了很多趣味互动玩法。

如天环会员可凭积分兑换限定集章护照,在主题展 4 个指定地点集章后,逢周末 14 时-20 时即可参与 1 次隐藏款拓印。

正佳动漫狂欢节除了同样设置集章玩法外,更将举办大型的室外二次元演出秀及大型 COSER 巡游,M 层西北庭更专设“次元旅人化妆间”,提供二次元人群专属妆造空间服务。

上海夏至良时咨询管理公司的高级研究员、大消费行业分析师杨怀玉接受新

快报记者采访时表示,IP 展览、快闪活动除了比拼 IP 知名度外,商场和策展方也需要注意提供高质量的展览内容,包括但不限于展品本身、互动环节等,以提升观众的参与感和满意度。此外“引流”策略也可进一步升级,如利用社交媒体和其他渠道进行有效的宣传推广,突破单一商场的物理边界,将 IP 影响力扩散至城市不同区域、不同人群,扩大影响力的同时也能吸引更多的潜在消费者。

6 月中旬起,THE MONSTERS 怪味便利店主题展专属巴士行驶于 B25、801 等多条公交线路,众多市民纷纷在社交平台上晒出这份“沿途不期而遇的惊喜”,激发“打卡一分享”行为,形成二次传播,吸引更多潜在消费者的关注。

广州 K11 更联合广州地铁传媒有限公司、广州巴士集团、如约出行、广州城投商管、广东商业集团等推出“哆啦 A 梦城市巡游”主题活动,广州地铁 17 个站的 24 个站台以及城市观光巴士及出租车都换上了“哆啦 A 梦主题皮肤”。策展方更将哆啦 A 梦“任意门”延伸到海心沙亚运公园、花城汇、广州地铁博物馆、一方东山等在内的全城 10 余个文旅景点。这些分散的“任意门”如同路标,最终目的是将分散在城市各处的兴趣人群,引导汇聚至核心消费场景,实现流量的集中转化。



▲正佳 4 楼中庭的芙莉莲限定快闪店广州首站。

►“高达基地·快闪店”的巨型高达立像。

▼THE MONSTERS 怪味便利店系列华南首展“食来运转”。

