

文化产业信息动态

2023 年 第 21 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2023 年 7 月 28 日

目 录

1. 传统文化 IP 主题游暑期“出圈” 国潮 IP 赛道能否迎来拐点？
2. 夜经济还能干点啥

传统文化 IP 主题游暑期“出圈” 国潮 IP 赛道能否迎来拐点？

来源：广州日报 2023 年 7 月 25 日

记者 罗磊 通讯员 王华北 龚佩 王坚

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。

现象

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其为“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

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，打破次元壁的各个人物，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爱奇艺奇巴布乐园开始试运营。该乐园客群定位在拥有 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。

业界声音

未来国潮 IP 主题游怎么走？

IP 打造要脚踏实地

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。

拒简单“拿来主义”

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 结合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”。

记者观察

要做“留”量而非流量

2023 年是文旅消费复苏大年。暑期旅游市场的火爆也吸引了各路资本和社会关注，各种主题乐园以及国潮玩法等话题层出不穷。但是，主题乐园依然是投资大、回报周期长、营收压力大的品类，重资产投入和轻资产运营之间的拿捏是对所有业者的挑战，结构性矛盾依然突出，需要慎重对待。

流量来得猛，去得也快。国潮 IP 主题乐园因为灵活，体量相

对较小，市场应变速度更快，取得了一定的成效，但是要想有增量，做“留”量，还必须学习国际品牌主题乐园的经验，找准定位，坚定长期发展思维，不断提升自主文创能力，强化版权意识，通过讲好故事，做深消费场景，打造好产品和口碑，形成长久的竞争力，实现可持续发展。

话你知

国潮 IP 主题游

随着“90后”和“00后”的年轻人成为主流消费群体，购买国潮产品、古风文化城打卡、日常穿着汉服、体验围炉煮茶……各大关于国风生活方式的关键词在多个社交平台上掀起一波波热潮，这在表示为一种文化潮流的同时，也藏着一种经济机会。

在文旅板块，不少目的地和景区从中华文化的瑰丽宝库中淬炼精华，将非遗等文化 IP 以现代科技及潮流方式演绎。高品质策划主题节庆和场景，让游客充分感受到传统文化和现代生活相结合的独特魅力。

夜经济还能干点啥

来源：经济日报 2023 年 7 月 22 日 余颖

夜经济最受欢迎的主题是逛吃。看看各地网友们晒出的打卡记录，这边小烧烤、小龙虾、夜啤酒，那边拇指生煎包、网红大香肠、芝士烤榴莲，夜西安、夜长沙、夜上海好像也差不多。

夜经济是个洋概念。上世纪 70 年代，英国为改善城市中心区夜晚空巢现象提出这一经济学概念，特指发生在当日 18 时到次日 6 时，以本地市民和外地游客为消费主体，以休闲、旅游观光、购物、健身、文化、餐饮等为主要形式的现代城市消费经济。大家对夜经济的内容有基本共识，那就是吃住行游购娱一条龙，绝不仅仅是“逛吃”。

夜经济的主题可以是文化演出。鲁迅在《社戏》中，记录了一段属于他的“夜回忆”：“最惹眼的是屹立在庄外临河的空地上的一座戏台，模糊在远外的月夜中，和空间几乎分不出界限，我疑心画上见过的仙境，就在这里出现了。”这场故乡的社戏，让鲁迅记了一辈子。

现在很多城市也热衷于办演唱会、音乐节，但一般是邀请当红歌手，与自己的城市形不成共鸣，缺了点文化味儿。动辄数百元、上千元的演出票价，注定了这些火爆的演唱会不属于普通人。能不能多一些契合城市文脉，又适合各个年龄段、各个消费群体观看的夜间演出呢？尤其是一些定期上演的节目，或者是体验式活动，还

可能成为城市的夜名片。

夜经济的主题可以是参观游览。国内有部分景点开放了夜游，北京的北海公园、慕田峪长城，西安的大唐不夜城，都是其中较为著名的。博物馆承载城市记忆，公园点缀城市美丽，是最容易给居民、游客留下独特印象的地方。既然费心推出了夜游活动，景区不能再多走一步，把信息同步给各个 OTA 平台，让他们设置“开放夜游”等标签，方便游客一键查询呢？而且，就全国而言，开放夜场的景点还是少。大多数图书馆、博物馆一般下午 4 点就不再接受预约，公园晚 9 点左右就开始清场。人们期待的夜经济还没开始就结束了，有点意犹未尽。

夜经济还需要配套的城市管理新“夜”态。目前，西安、北京、长沙等多地已开通夜间交通，还对夜间经营的商户实施补贴。但问题也随之出现——夜经济活跃的地区往往人员聚集，少不了噪声、垃圾。对于许多市民来说，晚上是自己的休息时间，希望安静一点；对于公共交通、城市卫生等公共服务部门人员来说，自己已经下班了，服务夜经济等于加班。还有食品安全这件大事，同样需要监管部门上夜班盯防。如何让夜经济在满足消费者需求的同时，做到不扰民、不添乱，不仅需要经济学家回答，也需要城市管理者思考。

“夜经济”不是“日经济”的简单延伸和复制，更不等同于单纯延长餐馆与商场的营业时间。更重要的是，“网红化”雷同、千篇一律“夜”一面不是夜经济该有的模样。只有当文化的灿烂、生活的缤纷和规范的管理从夜色中浮现，并成为城市吸引力的一部分，城市

才能越夜越美丽。

(编辑 杨珠峰)