

# IP争夺战升级，“得IP者得天下”？

星城商场热衷蹭“大IP”，能带来数十万客流 部分商场开始尝试打造原创IP

“

“什么是IP?不是地址么?”两年前,著名导演冯小刚一句玩笑让“IP”一词快速传播开来。两年后,IP概念已广为人知,甚至成为了实体商业眼中的一棵“救命稻草”。

上周,长沙海信广场发布《印象莫奈》艺术展相关信息,并表示,这是“全新莫奈艺术展首次登陆长沙”。作为法国画家、印象派代表人物和创始人之一的莫奈,其作品衍生展对艺术爱好者而言,无疑拥有强大的吸引力。从华创的“一人一展”到海信的《印象莫奈》,再到梅溪新天地的快乐大本营20周年IP展、史努比巡展,这仅仅是大型商业体借助IP“变身”的开始。

从利用大流量IP到将自身打造成IP,星城商家们正在不断进行着新鲜的尝试。

■记者 朱蓉



熊本熊展会为长沙海信广场带来数十万客流。 记者 朱蓉 摄

【兴起】

从免费到收费,商场热衷蹭“大IP”

对一家拥有宽阔中庭与外广场的商业综合体而言,定期举办主题展,借用大IP流量来实现引流并不是一件新鲜事儿。8月31日,据不完全统计,长沙如开福万达广场、悦方ID Mall、乐和城、德思勤四季汇购物中心等购物中心均在中心或外广场先后举办过如卡通明星、摄影作品、新锐画家作品等各类展览,供消费者免费观看与合影。

如今,除了商场免费陈列外,购物中心也开始尝试与更好的商业模式相结合,举办如史努比展、画展、静态展,并收取一定金额的门票。“即使自掏门票也想去看看。”

【变现】

带来数十万客流,周边销售额达百万元

找到一个大IP能对商场的客流起到多少推动作用?来自长沙海信广场的统计数据 displays,受到广大年轻人喜爱的动漫形象熊本熊展的35天展会,为商场带动50万人次以上的客流,其周边商品的销售额也达近百万元。展会期间,仅一场熊本熊部长的见面会人数就突破千人,其强大的吸客能力由此可见一斑。

不过,记者同时注意到,长沙的商场也在逐渐从蹭现成的强IP开始向打造原创IP的方向进行尝试,一些卖场甚至设计了专属的卡通形象,并推出周边商品进行售卖,吸引了众多年轻消费者的注意。

去年十月,五一商圈内最年轻的小型商业体之一tag A标签百货开门迎客。与

啊,顺便在商场逛一下。”8月30日,在省文化厅工作的王小姐就告诉记者,为了参观史努比展,她和闺蜜曾先后两次前往步步高梅溪新天地,第一次去时,展览还没开始,于是又去了第二次并买票入场,两人一共花费90元。即将在长沙海信广场开锣的《印象莫奈》,也已开始预售门票,每张“早鸟票”售价39元。据该商场官网介绍,这场展览将由光与影的科技手段来展现莫奈的画作,还将引进3D Mapping技术。看到宣传海报的郭女士就对记者表示,“对这场展览很感兴趣,希望开展以后能够有机会去看看。”

这家定位年轻、潮流和时尚的商场同时亮相的,还有一个名叫“A酱”的卡通人物,圆胖的身材很引人注目。

据该商场负责人高女士介绍,设计这一形象的初衷,是为了打造一个受到90后、00后喜爱的IP,符合他们的喜好,吸引到更多目标客群到店。除人形玩偶外,标签百货在去年年末还推出了如年历、徽章、钥匙扣等多款A酱的周边商品。

拥有原创IP的商场远不止tag A一家,如王府井百货就以大象为原型设计了每年周年庆都会准时亮相的“韩火火”,长沙海信广场每年年末也会以卡通形象小C为主角设计一系列美陈并拍摄宣传片,通程喜乐汇的“喜乐仔”在商场内也随处可见……

【趋势】

地段效应稀释,热门IP上位

在商业运营法则中,地段被奉为圭臬,“地段为王”则成为业内广为流传的至理名言。不过,在市场竞争日益激烈的当下,这一黄金法则似乎也已经开始失灵。即使在被公认为湖南客流最中心的五一商圈,也不停地上演着如世纪情珠宝广场缩减经营面积,乐巢酒吧、小乐吧等多个酒吧相继停业,弥顿道改头换面等商业更替事件。

“地段对商业项目的发展来说确实起到至关重要的作用,但客流集中的黄金码头毕竟是少数。”一资深商业运营人士对记者表示,如果“码头”不够好,商家会考虑通过招商以及运营等形式去弥补,目前,像星巴克、快时尚品牌等自带IP流量的品牌就是招商的“重中之重”。

从抢码头到抢品牌,抢IP,也意味着,过去“一劳永逸”的商业运营时代已经过去,想要吸引到更多的消费者,需要用更多的商业内容进行支撑,“好码头”并不再是商家们眼中的免死金牌。

一位曾打造了拥有百万量级粉丝自媒体平台的互联网业内人士就表示,“炒热一个IP也是有技巧的,挖掘生意与众不同的地方,怎样抓住消费者‘爱美’、‘爱分享’,甚至是‘爱炫耀’的虚荣心都很关键。”他说,在整个市场推广的过程中,抓住90后甚至00后喜好表达、强调自我和与众不同的特点,一些偏小资、文艺的东西更能抓住年轻女性消费者的心理,而她们则是由IP衍生而来的实体经济的主要消费人群,也是最具有消费力的人群。

延伸

长沙商业未来一年仍处井喷状态

8月20日晚间,友阿股份发布公告称,公司拟与长沙出版物交易中心有限公司签署《合作框架协议》,共同出资设立湖南友阿城市奥特莱斯有限责任公司,并由合资公司受让出版物公司拥有的长沙出版物交易中心大楼所有权益,开设城市奥特莱斯。其中,友阿股份出资2.19亿元,持股51%开发城市奥特莱斯。

这也意味着,在不久的将来,长沙的“奥特莱斯大军”中又将再添一新成员。据记者不完全统计,进入9月,长沙将迎来新一批购物中心开业潮,富兴、华创等购物中心将相继开业,2018年,九龙仓、百联空港奥莱也将先后亮相。这还不包括如正密谋转型的华远汇城,已进入招商阶段的友阿五一广场购物中心,已陆续试营业的国金街、五一里等商业项目。

“长沙的商业正在酝酿巨大的能量,将在未来一年内迎来井喷。”

手记

仅得IP者可能难得天下

有句话说,粉丝是这个世界上最善变的物种——今天喜欢这个明星,明天视另外一个为“本命”。其实,这句话对IP经济也同样适用,一个IP可以瞬间大热,为商家吸引来百万量级的粉丝也不是难事,但是,能热多久又是一个新的课题。

对商家而言,做生意并非一朝一夕,而是长久经营的事儿。能够做成一家“百年老店”,更是无数商家梦想的荣光。而这一过程中,市场环境不断变化,消费者喜好不断变化,一个IP究竟能够热多久?这

一位拥有丰富商业运营管理经验的业内人士对记者表示。

如她所言,在一份《第一财经周刊》于日前发布的“2016中国城市商业魅力榜”上,长沙排名第八,位居成都、杭州、武汉等7城之后,也成为对长沙去年以来商业发展的肯定。

2016年,星城迎来了长沙海信广场、金茂览秀城、步步高梅溪新天地、tag A标签百货、时代·奥特莱斯、通程喜乐汇等多个商业体的密集开业,这其中,既有国内商业领袖企业的抢先落地,也有湖南本土商业大佬的持续发力,呈现出一派百花齐放的景象。而这一股气势,并未在2016年划下句点,而是在2017年呈现出“愈演愈烈”的势头来。

在国内商业版图中,长沙正以惊人的速度抢占位置,而五一商圈、梅溪湖等也正在成为商家必争之地的“新IP”。

个问题可能谁也没个准数。

这也就是说,虽然抢占好码头已不是一劳永逸的事儿,但其实,有热门“IP”也并非能够一劳永逸。正如湖南卫视名牌栏目《快乐大本营》的发展史一样,虽然经过二十年的发展,它已经成为卫视一块金字招牌,但其实,在这过程中,节目的内容和编排在不断的根据时代的变化而改变,这不正是这个最有价值的综艺IP能够常做常新的秘诀所在吗?

IP易泛滥,做生意,仅得IP者可能难以如愿兼得天下。