A

公开

常文广旅复〔2024〕77号

关于对常州市政协十五届三次会议提案

第0333号的答复

常丽杰等5名委员：

你们提出的《关于用短视频思维打造文旅强 IP 的建议》收悉，现答复如下：

后疫情时代，文旅产业已成为市场复苏、消费复苏的重要阵地，在新形势下，常州文旅高度重视营销推广工作，通过深耕细分市场，充分挖掘潜在目标群体，近两年利用短视频平台持续打造了“骑着恐龙游常州”“青春乐都常州”“常州又多了一个名字叫唱州”“龙年游龙城”等热点爆点，这种营销推广的思路和委员们提出的《关于用短视频思维打造文旅强 IP 的建议》不谋而合。具体以三方面为重点，着力打造新媒体平台的专属IP：

一、与城市IP紧密结合，让城市形象“柔”起来

常州素以制造业闻名，注重发展实体经济，文旅调性相对不足。为此，我们一是围绕“新能源之都”建设，探索将新能源经济、新文旅玩法、新夜间体验相结合，举办“新能源 新城市 新生活”常州文化旅游节，让新能源链动文旅消费新潮流。文化旅游节期间，理想汽车、星星充电等常州本土新能源龙头企业联合发布“常州Citydrive计划”，打造一场集绿色、时尚、休闲娱乐于一体的“新能源生活节”，全国各地100多位新能源车友会会长参加，力图通过这一特定群体的传播推广，让常州成为全国新能源车主自驾游的首选之地。二是围绕“江南美食之都”建设，以美食为切口，赴澳门举办“ao妙无穷、心动常在”常州—澳门双城旅游嘉年华启动仪式及双城美食活动，在澳门客流集中地设立常州菜展示中心、常州（澳门）旅游推广中心，推动常州与澳门及大湾区旅游市场的紧密对接，深化常州城市品牌影响力。

二、与文旅IP紧密结合，让文旅形象“活”起来

恐龙IP是常州文旅最具区分度的IP，进一步传播好恐龙IP，有利于吸引更多的恐龙爱好者来常打卡。一是打造恐龙主题新能源共享单车。响应网友要到常州骑恐龙的热梗，我们顺势而为，在永安行投运2000辆恐龙主题新能源共享单车，营造出“骑着恐龙游常州”的网红城市氛围，让常州“恐龙之城”从网络走向现实。一经推出，便成爆款，网上传播量破亿，全民关注，常州顶流！为打造传播性和娱乐性俱佳的城市符号增添了重要载体。我们还打造了恐龙主题的公交车和恐龙地铁专列，让来常游客实现“坐着恐龙游常州”的良好体验。二是集中推广恐龙话题。每到暑期和秋季等旅游旺季，常州文旅在上海核心社区和沪宁大学食堂投放“放假啦！来常州骑恐龙！”的梯户广告和桌贴广告，精准链接有消费能力且愿意消费的年轻白领、亲子家庭及大学生群体，打造到常州旅游成为一种时尚的氛围。三是延伸恐龙周边产品。秉承“不让恐龙的昨天，成为我们的明天”理念，打造首个以生命健康和应急安全教育为主题的恐龙人防灾避险体验馆，包含了地震灾害、气象灾害、交通安全、日常安全、消防安全和紧急救护等多个主题板块，通过各种沉浸式场景的模拟，教会体验者自救互救，科学应对各种紧急状况，成为学生开展研学游的热门之选。另外，投资60亿的“东方侏罗纪”正在建设之中，2025年建成后将与中华恐龙园旅游度假区已建成区域联袂成片、东西联动，释放度假区聚合效应，进一步打响常州恐龙品牌。

三、与粉丝IP紧密结合，让粉丝经济“热”起来

随着市委市政府《关于加快推进全市文商旅融合发展的实施意见》发布，常州文旅演艺市场充分激活，各类演唱会、音乐节纷纷在常举行，引流效果明显，“青春乐都”初具雏形。为了更好擦亮这张新晋名片，我们用好常州文旅官方抖音号、微信视频号，组织团队长假期间密集宣发文化广场超级野生演唱会、太湖湾音乐节、青年潮流音乐节的实时场景，多个视频登上抖音排行榜，抖音号粉丝增长迅速，年轻人因音乐而奔赴常州，常州因音乐而日趋年轻化。据统计，2024“五一”假期超44%来常游客为30周岁以下，常州继“乐园之都”这张名片后，又打响了“青春乐都”这张新的名片。今年，凤凰传奇在常州举办“吉祥如意”首站演唱会，常州文旅在全网搜索量暴增，冲上抖音全国热榜、百度热搜等，让常州的知名度正式出圈。五一期间，第八届“太湖湾音乐节”在环球动漫嬉戏谷激情开唱，流行、摇滚、独立等多种音乐风格满足不同受众喜好。据统计，此次音乐节吸引乐迷超13万，营收破亿，刷新票房收入全国纪录，市外乐迷、18-35周岁人群占比分别达93.9%、87.2%。在市区，也有多个音乐场景上演：常州文化广场野生演唱会伴着多个主题活动，解锁“微度假”模式，不仅吸引着无数常州市民，还引来大量外地的热情乐迷。油罐公园、环球港、青果巷等各处都充满着青春和音乐的气息。除了大型音乐节、野生音乐会，深藏街边巷内的民间歌手给这座城市带来了不一样的音乐小惊喜，煎饼女孩李维佳登上音乐节大舞台，引发热议。通过策划和营销传播，“青春乐都常州”这一话题仅在抖音这一平台上就突破了2亿，实现了粉丝经济与市场经济的双赢。

近两年，“常州文旅+短视频”的实践充分展现了新时代数字赋能文旅融合的魅力，让常州文旅的新业态、新路线及新产品迅速获得流量，进而成为爆款，催生了新的文化消费增长点。但我们也深知这个赛道的风口变幻莫测，短视频的“开窗效应”必须加上常州文旅精心打磨，经得起市场检验的文旅产品，因此，今后常州文旅会继续以多元化、精品化的文旅资源为基础，运用好短视频思维加强营销推广，将常州优质的历史文化旅游资源优势转化为社会效益、经济效益。

签 发 人：严 俊

经 办 人：季雯君

联系电话：85686356

常州市文化广电和旅游局

2024年6月7日

（此件公开发布）

抄送：市政协提案委、市政府督查室。

常州市文广旅局办公室 2024年6月14日印发