



商业与综艺的融合 看当代商管如何嫁接“综艺星”文化

在商业竞争日益加剧的大环境下,越来越多的商业地产运营商开始不断寻找能够吸引并留住消费者的营销方式,热点借势、话题营销则是当前数字化经济时代下的不二选择。全国各地已有许多购物中心将真人秀节目与商业紧密联系起来,建立深度合作,如:《这!就是街舞》《极限挑战》《奔跑吧,兄弟!》等,将综艺节目线上的高流量发展到线下,成为购物中心吸引客流、提升销售的商业新营销模式,打开了多元化的想象空间。

随着《极限挑战》剧组来聊城拍摄录制的高度迅速发酵,更多的消费者、品牌商家看到了活动自身所具备的IP属性、明星效应带来的巨大流量和粉丝经济。山东当代商业管理有限公司旗下的聊星城、当代购物中心、月季里特色文旅街区作为本次剧组选择的拍摄场地,与聊城文旅经济的不断提升和当代商管高效运营有密不可分的关系。3个项目有着地理位置、消费便利性、基础设施完善的优势,购物中心、街区差异化的经营,呈现出品牌的多样化,同时在迎合消费者社交互动上,业态搭配上,满足了不同消费客群需求,引领当地消费升级。

作为极限挑战节目录制的主场之一,聊星城能够从众多的景点中脱颖而出,与光岳楼、月季公园、沙滩浴场等聊城知名景点一起成为极限挑战剧组选择的拍摄场地,很好地印证了它自身的独特魅力。

聊星城位于聊城市东昌湖风景区中华水上古城东北部,毗邻聊城四中,总占地面积7000余平方米,街区总长350米,其中包括26个商铺、1个沉浸式园区、1个客栈。以原城隍庙三进院落古建筑为基底,由山东当代商业管理有限公司精心运营打造,形成

了以餐饮娱乐、古风演艺、剧本杀为主力业态,定位为水城首座沉浸式演艺餐饮互娱综合体项目,实现了现代文化与市井文化相融合,为节目的录制拍摄提供了强有力道具资源输出和场地支持。红墙灰砖、古色古香,一秒就打卡出片的氛围环境,在娱乐中消费,在消费中娱乐,让商品增加了文化属性及趣味性,给予消费者更多的刺激和新鲜感,抓住流量的眼球,从线上引流到线下消费,提升了消费者的购买欲望及体验感。后期将不断提升众明星互动录制的打卡场景氛围,体验明星同款挑战游戏,品尝明星同款美食,欣赏古风舞蹈演绎。

当代购物中心作为极限挑战的明星路演拍摄现场,充分发挥了与伊利品牌的联动,将明星路演引到了场内,借助明星效应,收获了巨大的客流红利,带动了销售业绩的增长。项目于2016年12月3日盛大开业,聊城首家集休闲、娱乐、购物、体验于一体的家庭娱乐型购物中心,项目建筑面积9万平方米,百余家优质品牌,2000余个停车位,享受便捷和多样化的消费体验。目前项目招商率99%,全国连锁品牌占比63%,2023全年客流同比提升42%,销售同比提升37%。

作为夜经济新地标的当代·当街,项目全长约200米,占地面积3000余平方米,由50余组集装箱建造而成。市级示范街区,汇聚特色烧烤、网红小吃众多品牌,丰富了消费业态,完善夜间产品供给,刺激了“夜购”“夜食”“夜游”“夜娱”多元化消费,打造为主城区新的夜宵聚集地。

作为聊城高新区商业新地标的月季里特色文旅街区,填补了高新区的商业空白,项目于2023年4月29日完美绽放,开业期间客

流超20万人次。定位为文旅百花齐放城市会客厅,建筑面积3.8万平方米,招商率100%,开业率94%,连锁品牌占比82%,多个聊城首店,开放式主题街区,体现着城市的时尚潮流和生活气息,成为城市居民和游客喜爱的休闲购物胜地,也积极利用地域优势,与当地居民产生共鸣,激发消费者对特色文旅街区文化价值观的认同感。

节目拍摄录制期间,为项目带来了大量的客流,拍摄地也都成为热门旅游地,很多人在观看明星旅游趣事外,也萌生了出游或逛街的兴趣。在商业地产营销方式不断推陈出新的时代,谁抓取了消费者的眼球,谁就能在同行业竞争中掌握主动权。同样,对于当前大多数的消费者而言,消费行为已经不再是单纯的购物,而是出现了多元化、个性化的消费需求。强调个性化,结合热点营销精准把握消费者诉求,是越来越多的商业品牌所关注的。

山东当代商业管理有限公司作为专业的从事综合商业运营管理、商用资产投资经营的商业管理企业,致力于多品牌、多业态的经营,对时尚零售、高端餐饮、儿童娱乐产业有先进的管理经验。汇聚了肯德基、麦当劳、必胜客、星巴克、阿迪达斯、耐克、华为、小米、大疆无人机、喜茶、奈雪的茶、会飞的哈林等国内外众多知名品牌,重新定义多元城市商业,缔造美好生活引力场,同时,也将秉承“年轻、时尚、潮流、品位”的调性,将不断对品牌进行更新、对消费场景、消费服务进行升级,不断注入新鲜的时尚活力元素,为聊城城市更新、消费及生活方式带来理念革新,全力演绎消费领域新体验。

招商热线:0635-7107006

