



## 探索啤酒城

□本报记者 梁玉鹏

7月28日上午,哈舅大本营在西海岸新区金沙湾啤酒城启幕,哈舅IP运营授权集中签约仪式同步举行。集哈舅文创综合体、哈舅多元化生活方式平台、青岛文化旅游商品联盟基地为一体的文创试验地——哈舅大本营“重装亮相”,这也标志着金沙湾啤酒城永久IP形象“哈舅”的市场化运营迈出关键一步。

▶参观者在大本营的玩偶展示长廊两侧穿行。□记者 李亮 报道



# 文创集结地 哈舅带你玩

哈舅大本营“重装亮相”,三大主题为游客打造全方位IP文旅体验

## 多方合作签约 助力品牌市场化

签约仪式上,苏州不厌文化传播股份有限公司获得“哈舅”IP唯一指定运营商的授权,并与上海隐居酒店集团、上海趣味人创业孵化器有限公司、青岛新大陆文化传播有限公司、苏州巴莉奥化妆品有限公司现场签约。

走进大本营,门口右侧的毛绒玩具区吸引了记者的目光——哈舅和哈舅妈带着他们家的宠物狗“哈不够”,和好朋友小海鸥“欧耶”等毛绒玩具整齐地摆满了一面墙,令人心生欢喜。往里走,各种哈舅主题文创产品应接不暇。

“这个场馆的特点是结合了很多设计师的想法一起开发哈舅的衍生品。未来,我们会借助设计师把这些文创衍生品通过各种渠道推向全国各地。”苏州不厌文化传播有限公司董事长杨鑫说。据了解,哈舅大本营将利用不厌原创设计师平台和文创品牌商业孵化空间优势资源,以“大本营”模式实施市场化、品牌化运营;尝试文创IP和本地特色产品品牌孵化平台商业转化器形式,打造项目示范和商业转化样板;为做好金沙湾啤酒城永久IP“哈舅”形象的市场化运营、文创产品定制及宣传推广工作,同时为青岛国际啤酒节后续IP开发提供落地支持。

## 大本营看点多 新奇项目添人气

作为金沙湾啤酒城的“哈舅”IP形象输出窗口,哈舅大本营设有“哈舅带你游、哈舅带你品、哈舅带你玩”三大主题,打造全方位全龄段IP文旅体验;“毛绒玩具区、舅家好物区、颜值香氛区、文艺声活区、悠享美食区、哈舅有礼区”六大区域,覆盖全品类



哈舅大本营里的特色文创产品摆满一整面墙。□记者 梁玉鹏 报道



参观者被微型“哈舅微醺馆”吸引,拍照留念。□记者 李亮 报道

哈舅衍生品,展现超丰富超品质化文创综合体。

记者进入参观体验时,台阶处一个由12个旋转“风扇”设备组成的裸眼3D设备已启动调试。工作人员介绍,此处裸眼3D设备是针对本届啤酒节专门定制打造的,通过高速旋转的“风扇”展示播放3段3D视觉效果

的动画,展示哈舅和他的朋友们欢快畅饮的场景。

在大本营的右侧,一个影视机械臂吸引了大家的目光,众人纷纷上前体验特技拍摄。“这台MOCO影视机械臂平时主要应用在影视拍摄中,很高兴有机会参与青岛国际啤酒节。”克苏鲁影视科技创始人孟君韬说。

“来到哈舅大本营的游客可以在这里与哈舅产品进行体验互动,并通过我们的产品记录下来,为自己的金沙湾啤酒城之旅留下美好的回忆。”

## 整体运营模式 IP推广新尝试

哈舅大本营将是文创知识产权商业转化和品牌化推广的一次全新尝试,整体运营模式分为商业品牌项目包和城市IP形象打造。

“商业品牌项目主要包括特色文旅产品平台打造和哈舅品牌集合店两大板块,分为‘舅家好物’和‘一起来哈舅’。”杨鑫介绍,“舅家好物”是集合青岛及全国文创产品设计师与哈舅跨界联名合作,打造哈舅衍生品一站式购物体验空间,未来将走向全国,开设更多独具青岛特色的“舅家好物”购物空间;“一起来哈舅”板块则将联合全国知名民宿酒店、连锁餐饮业打造专属的“哈舅微醺馆”酒店行政酒廊店以及“哈舅微醺馆”社区店,推广“哈舅微醺馆”精酿啤酒文化。“我们会与上海隐居酒店集团进行合作,把他们的酒店大堂打造成‘哈舅微醺馆’。我们还会与万达、永旺梦乐城等商业体合作,推出‘舅家好物’的独立店。”杨鑫说。

城市IP形象打造则主要打造哈舅IP的啤酒品鉴官和旅游体验官人设形象,通过与各知名IP的互动和商业展览快闪等活动,逐步推广成为具有高辨识度 and 传播力的城市特色主题文旅品牌形象,以期成为西海岸的文化名片和特色品牌。

随着哈舅IP商业化品牌化成熟,青岛啤酒节这一特色文旅IP及产品将走出青岛,形成以知识产权为核心的具有巨大市场价值的商业品牌和衍生项目。通过哈舅IP的外对推广和文创赋能,为本地特色品牌企业产品对外输出开拓新思路、打造新渠道。

