

# 从“功能驱动”转向“文化IP驱动”，全球多地探索打造以当地动物为核心的文化符号——走进城市中的“图腾经济学”

◎ 彭德倩

互鉴

文明因交流而多彩  
文明因互鉴而丰富

● 动物IP相较于历史人物、地域符号等传统城市文化IP，在文化表达、情感联结和商业转化层面具备显著、独特优势

● 以城市文化或生态特质为根基，让动物IP形成独特情感共鸣；通过旅游体验构建场景感知，让自然资产可触摸、可参与

● 以文创商品实现价值固化，让城市记忆可携带、可传播；借品牌联动打破产业边界，让IP价值跨区域、跨领域延伸

中国农历马年近在眼前，国内各类“马元素”商品的创新开发已“蹄声嗒嗒”。

其实，在全球城市竞争从“功能驱动”转向“文化IP驱动”的背景下，打造以当地动物为核心的文化符号的探索，正形成一门“图腾经济学”。

从德国的柏林熊到南非开普敦的非洲企鹅……它们往往承载着城市的生态记忆、文化认同甚至精神象征，通过旅游体验、文创商品、品牌联动的三重开发，将自然资产转化为经济增量。

考拉是澳大利亚布里斯班“阳光之城”形象的自然延伸——它们抱着桉树打盹的样子，恰好契合城市“慢生活”的气质。布里斯班的推广从“建立认知”开始：当地的龙柏考拉保护区是全球第一家考拉互动保护区，游客可亲手喂食考拉、参与“考拉体检”体验。

同时，龙柏保护区推出考拉专属文创，如印着考拉爪印的笔记本、桉树叶形状的香薰等。布里斯班市政府公布的数据显示，考拉商品年销售额超2000万澳元，成为游客“必买伴手礼”。更具长期价值的是，考拉IP令布里斯班在“全球最友好城市”评选中脱颖而出，被评为“最适合与动物互动的城市”。

在文化IP驱动城市竞争的当下，这种“自然资产—文化符号—经济增量”的转化路径，为全球城市挖掘本土特色资源、实现高质量发展提供了借鉴。

## 南非开普敦“企鹅守护计划”

从设计学科视角来看，动物IP相较于历史人物、地域符号等传统城市文化IP，在文化表达、情感联结和商业转化层面具备显著、独特优势。

在文化表达上，它拥有极强的穿透力与通用性。人类对动物天然存在亲近感，这种情感共鸣使得动物IP能够轻松绕过不同地域、不同族群的文化界限，实现跨文化的有效传播。

情感连接层面，动物IP具备出众的叙事亲和性。这种普适性的情感吸引力让IP拥有广阔的叙事延展空间，能够持续产出丰富的内容，深化与受众的情感联结。在商业转化方面它也展现出多业态适配的强大能力。

南非开普敦与非洲企鹅的故事始于1982年的一场“意外相遇”。当时，几对非洲企鹅在开普敦以南40公里的博尔德斯海滩登陆，这片由花岗岩构成的避风港成为它们的繁殖地。作为南非特有的濒危物种，非洲企鹅的黑白配色及萌态可掬的步态引人关注，很快被开普敦市政府纳入“城市生态名片”。

在生态保护与经济开发的平衡中，开普敦走出了濒危物种驱动区域发展的独特路径。旅游体验开发以“负责任旅游”为核心，桌山国家公园园方在博尔德斯海滩打造企鹅专属繁殖地，建起海滨木板散步道、专属观景区等设施，既保障游客近距离观赏企鹅的需求，又避免打扰其繁殖栖息。

在此基础上，开普敦推出“企鹅守护计划”，将科普教育融入旅游体验，游客可参与栖息地修复志愿活动，观看生态保护纪录片，在互动中建立对城市生态品牌的认同。文创商品开发秉持“轻量环保”原则，所有产品均采用可降解材料，涵盖环保袋、纪念徽章、手绘明信片等品类，10%的销售额度定向用于企鹅栖息地修复，形成“消费反哺保护”的良性循环。

品牌联动则聚焦生态价值放大，开普敦市政府联合濒危野生动物信托基金、林业渔业环境部，将企鹅IP纳入城市旅游整体推广体系，在国际旅展重点推介“海岸企鹅生态之旅”，联动好望角、桌山等核心景点打造精品线路。数据显示，2023年非洲企鹅聚居地的经济价值已达20亿至45亿南非兰特，城市的生态品牌价值大幅提升。

## 肯尼亚内罗毕“大象旅行”

许多城市的成功实践有其共性经

验——以城市文化或生态特质为根基，让动物IP形成独特情感共鸣；通过旅游体验构建场景感知，让自然资产可触摸、可参与；以文创商品实现价值固化，让城市记忆可携带、可传播；借品牌联动打破产业边界，让IP价值跨区域、跨领域延伸。

德国柏林的柏林熊IP，以文化认同为内核，通过多重开发实现了从历史图腾到经济引擎的跨越。

柏林熊IP深度植入城市空间，2001年启动的“United Buddy Bears（熊熊联盟）”公益艺术项目成为关键转折点——全球140个国家的设计师为两米高的玻璃纤维熊彩绘创作，中国熊身着京剧铠甲、巴西熊身披雨林图案，多元文化表达让首批展品在阅兵广场亮相即成为现象级话题。在此基础上，柏林旅游局推出“集熊地图”，标注100多处街头常驻小熊景观打卡点，完成20张合影即可兑换限量版胸针，这种沉浸式探索体验让熊IP成为游客感知城市的重要媒介。

同时，柏林熊实现跨领域渗透：柏林电影节最高荣誉“金熊奖”强化文化符号属性，柏林赫塔足球俱乐部以充气熊为吉祥物激活体育消费场景，2009年世界田径锦标赛吉祥物“柏林熊”更让熊IP通过赛事传播走向全球。这种开发的协同效应显著，仅以柏林熊为重要元素的电视剧《完美音调：邦珀在柏林》为例，就为德国GDP贡献超3100万欧元，创造了700个本地就业岗位。

肯尼亚内罗毕的选择是非洲草原象。作为内罗毕国家公园的“旗舰物种”，大象是肯尼亚“野生动物王国”的象征。内罗毕的推广策略是“保护+教育”：公园推出“大象旅行”项目，游客可乘坐越野车跟随象群，听导游讲解大象的“社会结构”；联合肯尼亚野生动物服务局举办大象保护论坛，邀请全球专家讨论盗猎问题。有温度的推广方式取得良好的效果，2024年的数据显示，内罗毕国家公园每年吸引40万游客，带来2亿肯尼亚先令收入，其中大象相关活动贡献25%。

## 周五下班去中国，吸引韩国年轻人的是什么

◎ 董碧辉

有大韩民国临时政府杭州旧址纪念馆，这几乎是韩国游客的“必打卡目的地”。在西湖边慧因高丽寺的陈列室，陈列着韩国与中国文化交流的历史故事，历史的回响、文化的共鸣，让韩国年轻人纷至沓来。

是独特的城市景观和消费场景。围观韩国年轻人在社交媒体上的晒照，你也会跟着他们的视角发出赞叹。灯火璀璨的外滩夜景，静谧典雅的武康路，温婉秀丽的西湖，无论是上海如万国博览馆般的建筑，还是杭州几步从繁华商业街入景区的自如切换，都是值得细细观赏的风景。而散落在城市里的宝藏美食、网红店铺，更是迎来一波又一波带着思密达口音的拥趸。游客和土著的身份还会发生神奇的互换，有网友评论说，自己在上海找一家美食店，是一位韩国游客看出了他们不得其门而入的窘境，指引他们找到了

准确位置。韩国的年轻人可以在大商场买拉布布等时尚潮品，也可以在平民超市扫货。上海平型关路上一家原本平平无奇的大润发超市，被韩国博主发掘后迅速走红，如今日均接待200—300名韩国游客。

是日新月异的现代化图景带来的期待值和创新体验。在杭州，有制造出3A游戏《黑神话：悟空》的游戏公司游科互动，这款3A大作发行两周内就卖出了1800万张，在韩国市场曾到达销量第二的位置。杭州六小龙之一的宇树科技的机器人舞蹈视频火爆全球。无论科技还是文化，年轻人总是对酷炫的东西充满期待感，并产生体验欲望。据此前潮新闻报道，在杭州，很多韩国游客会来一场工业旅游，从融合工业互联网、AI等多项前沿科技的未来工厂，到配有自动空中物流系统的智能仓储物流中心，都让他们大

饱眼福。智慧农业、AI菜场让他们感受到现代农业的魅力。还有人工智能小镇、机器人小镇，这些黑科技对偏爱沉浸式旅游的韩国游客充满了吸引力。

而浙江、上海，对周五下班来中国的韩国年轻人，对慕名而来的越来越多的国外游客，拿出了开门迎客的热忱。浙江发布《浙江省入境旅游“125”跃升计划》，提出打造“China Travel”的浙江样板，杭州望湖宾馆等场所实现全流程自助入住，智慧平台“嗨游”提供多语言导览；上海乐高乐园等配备多语种标识和国际支付方式，在一些超市里增设了韩语服务指引，还开通了即买即退服务。

整洁的环境、便利的交通、繁华的街道，对周五下班来中国的韩国年轻人说，欢迎你们，这里是上海，这里是杭州，这里是越来越现代化的中国。（据潮新闻客户端）

## 巴黎市计划增加“花园道路”

2026年新年伊始，法国巴黎圣母院周边绿化改造工程进入前期推进关键阶段。作为巴黎街道绿化步行化改造计划中的标志性项目，该工程预算达5000万欧元，将同步配合圣母院主体修复进度分阶段推进，既凸显历史底蕴，又强化生态降温与游客接待功能。

去年3月，法国首都巴黎市政府通过市民公投，决定对市区500条街道实施绿化与步行化改造。巴黎市长安妮·伊达尔戈表示，这一结果体现了民众对减少机动车通行、增加城市绿化面积的广泛共识，相关改造工作将在各区逐步启动。此次街道绿化和步行化改造计划，是巴黎应对气候变化、改善人居环境、提高城市韧性的重要举措。巴黎市政府对于城市绿化颇为重视，据统计，过去几年该市已有220条街道完成相关改造。

巴黎市政府在2024年底发布的《2024—2030气候计划》中提出，植被作为“天然空调”，具有降温遮阴、吸纳雨水、净化空气等多重生态功效，同时能美化城市景观、保护生物多样性。而城市公共空间的“去硬化”改造，可有效减轻排水系统压力，促进雨水自然渗透。巴黎市政府计划到2050年将非硬化地面比例从2023年的33%提高至40%，扩展公园绿地、增加“花园道路”，创建更多“城市森林”。

按照计划，巴黎市政府未来几年将逐一公布选定的改造街道名单。此前公布的巴黎协和广场改造方案显示，这座大型汽车环岛将转型为“花园广场”，计划新增2.8公顷绿地，种植131棵新树，建设10米宽步行与骑行长廊，预计可使地表温度降低约8.5摄氏度。该工程预算为3600万至3800万欧元，计划3年内完成。除协和广场外，塞纳河码头、香榭丽舍大道、凯旋门等标志性区域也被纳入改造范围，通过增加绿地面积缓解交通压力，凸显历史韵味与绿色风采。

但也有一些反对声音表示，街道改造计划将减少10%的地面停车位，且改造计划未公布具体街道，导致公众难以预判项目对交通、商业和环境的实际影响。目前，巴黎市已邀请多位建筑领域专家，就古迹保护与城市绿色现代化的融合路径展开研讨。巴黎市副市长帕特里克·布洛什表示：“过去25年，我们一直在为行人、慢行交通收回公共空间，‘花园道路’正是要在市区中打造城市绿洲。”（记者 尚凯元《人民日报》1月7日）

## 当免签遇上“智慧旅游”，中韩互动开启新体验

韩国庆熙大学酒店与旅游管理学院教授具铁谟近日在《中国日报》撰文指出，中国对韩国游客实施的免签政策与人工智能赋能的“智慧旅游”模式相结合，正为中韩人员往来与旅游合作注入新活力。

文章指出，免签政策是激发旅游市场活力的关键举措，能够显著降低游客在心理、行政与成本等方面的出行门槛。短期来看，该政策有效刺激了旅游消费；长期而言，则有助于深化两国商业合作、增进文化理解，并推动更广泛协作。具铁谟强调，免签政策本身也体现了国家间的互信水平，具有重要的象征意义。

文章提到，自2024年11月中国对韩

国公民实施免签政策以来，成效显著。以深圳为例，2025年当地旅客吞吐量已明显回升，免签入境旅客占比大幅提升，充分显示出该政策对入境旅游的强劲拉动作用。

具铁谟分析认为，中韩两国地理相近、航班往来密集、旅游体验多元，使中国成为韩国游客理想的短途出境目的地。然而他也指出，目前不少游客仍以“超短期停留”为主，下一步的重点应是如何将“首次访问”转化为“多次重游”。

文章强调，提升游客体验比单纯追求客流增长更为重要。近年来，中国积极推动以人工智能为核心的“智慧旅游2.0”建设，通过数据驱动实现服务个性化、资源优化

配置，并为游客提供实时智能支持。这一发展有效消除了韩国游客以往在语言、支付、信息获取等方面遇到的障碍。

自动翻译工具极大降低了沟通成本，韩国移动支付系统与中国主流支付平台实现互联互通，社交媒体的传播也进一步放大了游客的真实好评，促使韩国年轻群体对中国的认知持续向好转变。

文章表示，免签政策只是一个开端，真正的成功取决于游客在华的实际体验及其重访意愿。随着科技全面融入旅行全过程，旅游正日益成为促进中韩民间交流与相互理解的重要桥梁。

（英文原文刊发于《中国日报》智享汇栏目）



韩国游客在上海市马当路上的大韩民国临时政府旧址排队等候参观。  
汤彦俊 摄

柏林熊资料图。