

# “黑神话悟空”赋能山西旅游的IP营销路径探究——基于SIPS模型

林小瑞

山西大同大学商学院, 山西大同, 037009;

**摘要:** 本研究基于SIPS模型, 深入剖析“黑神话悟空”赋能山西旅游的IP营销路径。通过挖掘两者的结合点, 提出针对性营销策略与实施措施, 旨在为提升山西旅游的综合竞争力提供理论与实践参考。

**关键词:** 黑神话悟空; 山西旅游; IP营销; SIPS模型

**DOI:** 10.64216/3080-1486.25.02.012

## 1 引言

随着信息技术蓬勃发展, 人们的旅游需求日益多样化, 旅游营销模式不断革新。IP营销作为新兴力量, 逐渐成为旅游行业发展的关键趋势。备受瞩目的游戏“黑神话悟空”, 凭借其独特魅力, 为山西旅游营销开辟了新路径。SIPS模型聚焦消费者在信息传播和消费决策中的共鸣、认同、参与和分享扩散四个阶段, 为研究二者融合的IP营销提供了有力理论支撑。深入探索这一营销路径, 对提升山西旅游的知名度、吸引力以及品牌价值意义非凡。

## 2 “黑神话悟空”的特点与影响力

### 2.1 精美的画面与音效

“黑神话悟空”运用先进游戏引擎, 构建出极为逼真的画面与震撼音效, 给予玩家身临其境的沉浸式游戏体验。游戏里的场景、角色和特效制作精湛, 细节丰富, 极大地吸引了玩家的目光, 充分激发了他们探索游戏世界的热情。

### 2.2 深刻的文化内涵

游戏以中国神话为深厚背景, 巧妙融入神话传说、武侠文化、道家思想等丰富的传统文化元素。其故事剧情跌宕起伏, 角色塑造有血有肉, 蕴含着深刻的文化底蕴, 极易引发玩家的情感共鸣, 让玩家在游戏过程中深切感受到中国传统文化的独特魅力。

### 2.3 强大的市场影响力

游戏一经发布便引发了广泛的关注和热议, 吸引了大量玩家的目光, 拥有庞大且活跃的玩家群体。在社交媒体平台上, 相关话题热度持续居高不下, 传播范围不断扩大。同时, “黑神话悟空”推动了国产游戏行业

的进步, 为行业树立了新的品质标杆。

## 3 山西旅游资源分析

### 3.1 历史文化资源

山西留存有众多极具价值的古建筑, 平遥古城完整地展现了明清时期城市的风貌与格局; 乔家大院、王家大院等建筑彰显了晋商的辉煌历史与独特的建筑风格; 云冈石窟、天龙山石窟是中国古代石窟艺术的杰出代表, 石窟内精美的佛像雕刻和绚丽的壁画, 承载着千年的艺术传承; 五台山作为中国佛教四大名山之一, 拥有众多的寺庙和佛塔庄严肃穆。

### 3.2 自然景观资源

雄伟壮丽的太行山, 奇峰罗列、峡谷幽深, 为游客提供了徒步、登山、摄影等多样的旅游体验, 让人们在亲近自然中感受大自然的鬼斧神工; 黄河流经山西, 形成了气势磅礴的壶口瀑布, 其奔腾汹涌的水流、震天动地的涛声, 带来强烈的视觉和听觉冲击; 五岳之一的恒山, 山势陡峭, 沟谷深邃, 自古就是道教圣地和旅游胜地。

### 3.3 民俗文化资源

山西民间艺术形式多样, 剪纸、面塑、皮影等民间艺术作品造型精美、寓意丰富, 充分体现了山西人民的智慧和创造力; 平遥古城的国际摄影大展、五台山的佛教文化节等传统节日活动, 不仅展示了山西独特的文化特色, 还为游客带来了丰富的文化体验; 山西面食、平遥牛肉、陈醋等特色美食闻名遐迩。

## 4 “黑神话悟空”与山西旅游的结合点分析

游戏在视觉设计方面, 从山西丰富的历史和自然景观中汲取了大量灵感。大同的云冈石窟, 其宏伟的石窟

外观和神秘氛围被融入游戏场景，游戏中类似石窟场景的纹理和质感设计参考了云冈石窟的岩石特点和雕刻风格；朔州的应县木塔，作为世界上现存最古老、最高大的纯木结构楼阁式建筑，其独特的多层塔身结构和斗拱设计为游戏中塔楼建筑形象提供了借鉴；忻州的五台山佛光寺，游戏在描绘古老寺庙时，借鉴了其建筑风格和色彩搭配。此外，晋中、临汾、晋城、长治等地的众多历史建筑和文化遗迹，也都在游戏的场景、角色、道具等设计中有所体现，二者在文化和景观上有着紧密的联系。

## 5 基于 SIPS 模型的“黑神话悟空”赋能山西旅游的 IP 营销路径

### 5.1 共鸣阶段

深入挖掘“黑神话悟空”与山西旅游的情感共鸣点。例如，游戏中的神话传说与山西丰富的历史文化故事相呼应，武侠文化与山西曾经的江湖文化氛围相契合，道家思想与山西的宗教文化底蕴相互交融；游戏中的自然风光与山西的太行山水、黄河风光相似，古建筑风格与山西的众多古迹一脉相承。利用社交媒体、游戏论坛、旅游网站等多元化渠道，通过发布精美的游戏截图、富有特色的旅游景点照片等，吸引消费者的关注。邀请游戏资深玩家、知名旅游达人、文化领域名人作为体验官，分享他们在游戏和旅游中的真实感受和独特体验，引发更多人的情感共鸣。

### 5.2 认同阶段

将“黑神话悟空”的文化内涵与山西旅游的特色资源深度融合，打造“神话之旅，魅力山西”的独特旅游品牌形象。围绕这一品牌形象，设计具有高辨识度和文化内涵的品牌标识，制作精美的宣传海报，开发一系列富有创意的旅游纪念品。运用广告宣传、公关活动、促销活动等多种手段，全方位传播品牌形象和价值主张。在电视、报纸、杂志等传统媒体上投放广告，扩大品牌传播范围；在社交媒体、在线旅游平台等新媒体上进行精准推广。举办新闻发布会等公关活动，详细介绍“黑神话悟空”赋能山西旅游的项目背景、发展规划、特色产品等内容，增强品牌的影响力和公信力。

### 5.3 参与阶段

根据“黑神话悟空”的游戏玩法和山西旅游的资源特色，设计丰富多样的互动体验活动。举办“黑神话悟空”主题的旅游线路设计大赛，设计独特的旅游线路；开展摄影大赛、短视频大赛，激发游客用镜头记录山西

旅游的美好瞬间。在旅游景点设置游戏互动体验区，让游客在参观景点的同时，能够亲身体验游戏的乐趣。与游戏开发商合作推出游戏联名旅游产品，如游戏主题的旅游套餐、限量版旅游纪念品等；与旅行社合作开展旅游促销活动；与酒店、景区合作如打造特色餐饮、主题住宿等，提升游客的整体旅游体验。

### 5.4 分享与扩散阶段

建立完善的分享奖励机制，鼓励消费者将他们在“黑神话悟空”赋能山西旅游中的精彩体验和深刻感受分享到社交媒体、旅游论坛等平台上。利用消费者的分享和口碑进行口碑营销，如精彩的游记、精美的照片、感人的视频等，进行整理和编辑，在各大社交媒体、旅游网站等平台上进行二次推广。

## 6 实施“黑神话悟空”赋能山西旅游 IP 营销的措施

### 6.1 加强合作与创新

与“黑神话悟空”的游戏开发商建立长期稳定、互利共赢的合作关系。例如，合作推出以游戏剧情为线索的主题旅游线路，开发与游戏角色、场景相关的旅游纪念品，举办融合游戏元素和山西文化的大型文化活动等，丰富旅游产品体系，提升旅游体验的趣味性和独特性。积极引入虚拟现实（VR）、增强现实（AR）、人工智能（AI）等新技术，创新旅游营销手段。利用虚拟现实技术打造“黑神话悟空”主题的虚拟旅游景区；借助增强现实技术在旅游景点设置游戏互动体验区；运用人工智能技术为消费者提供个性化的旅游推荐和服务。

### 6.2 提升旅游服务质量

加大对旅游基础设施建设的投入力度，全面改善交通、住宿、餐饮等服务设施。在交通方面，加强旅游交通建设，开通更多连接主要城市和旅游景点的旅游专线、直通车，优化公共交通网络，提高游客出行的便捷性；在住宿方面，提升旅游住宿品质，建设更多具有山西地方特色的酒店、民宿，满足不同层次游客的住宿需求；在餐饮方面，丰富旅游餐饮种类，挖掘和推广更多的山西特色美食、小吃，让游客品尝到地道的山西味道。加强对旅游从业人员的培训，通过开展旅游服务技能培训、文化知识培训等多种形式，全面提高他们的服务意识和专业水平。建立健全旅游服务质量监督机制，加强对旅游从业人员的管理和监督，确保为消费者提供优质、高效的旅游服务。

### 6.3 加强品牌建设与推广

深入挖掘“黑神话悟空”与山西旅游的文化内涵，以“神话之旅，魅力山西”为品牌核心。通过举办各类文化活动，以及推出一系列文化产品，如文化书籍、文创产品等，传播山西的历史文化、民俗文化、宗教文化等。利用多种渠道进行全方位的品牌传播。在传统媒体方面，持续在电视、报纸、杂志等平台投放广告；在新媒体方面，充分利用社交媒体、在线旅游平台、短视频平台等进行精准营销和创意推广。积极举办公关活动，如新闻发布会、旅游推介会等，向外界介绍“黑神话悟空”赋能山西旅游的项目情况；踊跃参加各类旅游展会、文化活动，展示品牌形象和产品体系。

#### 6.4 注重游客体验与反馈

始终以游客需求为出发点，不断优化旅游产品和服务的质量。加强旅游产品创新，根据不同游客的兴趣和需求，推出更多主题鲜明、特色突出的旅游线路和特色旅游产品。提升旅游服务品质，从游客的接待、行程安排到后续服务，都要做到细致入微、贴心周到。高度重视旅游安全管理，建立健全安全保障体系，加强对旅游设施设备的检查和维护，确保游客的人身安全和财产安全，让游客能够安心旅游。建立完善的游客反馈机制，通过问卷调查、在线评价、投诉处理等多种方式，及时收集游客的意见和建议。对游客的反馈信息进行深入分析和整理，及时采取针对性措施进行改进。将游客的反馈信息作为不断优化旅游产品和服务的重要依据。

#### 7 结论

“黑神话悟空”为山西旅游营销带来了全新的机遇。基于 SIPS 模型的 IP 营销路径，通过挖掘情感共鸣点、打造品牌形象、设计互动体验活动、鼓励用户分享等一系列策略，可以实现“黑神话悟空”对山西旅游的有效赋能。同时，通过加强合作与创新、提升旅游服务质量、加强品牌建设与推广、注重游客体验与反馈等实施措施，能够保障这一 IP 营销模式的顺利推进。“黑神话悟空”赋能山西旅游具有广阔的发展前景和巨大的潜力，通过不断地探索和创新，有望为山西旅游的发展注入新的活力，推动山西旅游迈向更高的发展水平。

#### 参考文献

- [1] 陈志军, 黄细嘉. 美丽中国视阈下的乡村旅游转型与升级[J]. 未来与发展, 2014(08): 78-81.
- [2] 任润蕾. 网络关注对地区旅游发展的影响——基于百度指数的实证分析[J]. 经济论坛, 2020(12): 67-78.
- [3] 降帅杰. 疫情中旅游直播的传播特点及影响[J]. 新闻论坛, 2020, 34(04): 30-32.
- [4] 李沁. 沉浸媒介: 重新定义媒介概念的内涵和外延[J]. 国际新闻界, 2017, 39(08): 115-139.
- [5] 杨晓安. 基于网络直播的乡村旅游营销策略分析[J]. 大众标准化, 2021(19): 226-228.
- [6] 夏迪亚·买尔旦, 张岩, 万霞. 网络直播对新疆乡村旅游发展的影响及促进策略[J]. 农村经济与科技, 2022, 33(08): 121-123.
- [7] 裴书哈. 从受众角度看“旅游+直播”[J]. 合作经济与科技, 2022(13): 78-80.
- [8] 周文丽, 王雨晨. 旅游直播游客满意度影响因素及路径研究——基于 CCSI 模型[J]. 长江师范学院学报, 2022, 38(02): 11-19.
- [9] 钟晴, 文永胜. “直播+乡村旅游”模式营销策略浅析[J]. 现代营销(学苑版), 2021(09): 66-67.
- [10] 赵茹. 基于沉浸式体验的“旅游+直播”新型营销模式探究[J]. 旅游与摄影, 2022(03): 34-36.

基金项目: 本文系山西省大同市科技局 2023 软科学基金项目(2023080)。本文系山西省教育厅 2023 年山西省高等学校哲学社会科学项目立项名单(2023W133)。本文系山西省大同市 2024 年山西大同大学教学改革创新基金项目(XJG2024263)。本文系山西省大同市 2022 山西大同大学云冈学专项基金项目(2022Y GZX015)。

作者简介: 林小瑞(1987.12-), 女, 汉族, 山西大同人, 硕士(在读博士), 讲师, 本科毕业于天津科技大学, 专业国际经济与贸易; 研究生毕业于中北大学, 专业管理科学与工程。研究方向社交媒体营销、旅游营销。工作单位山西大同大学。