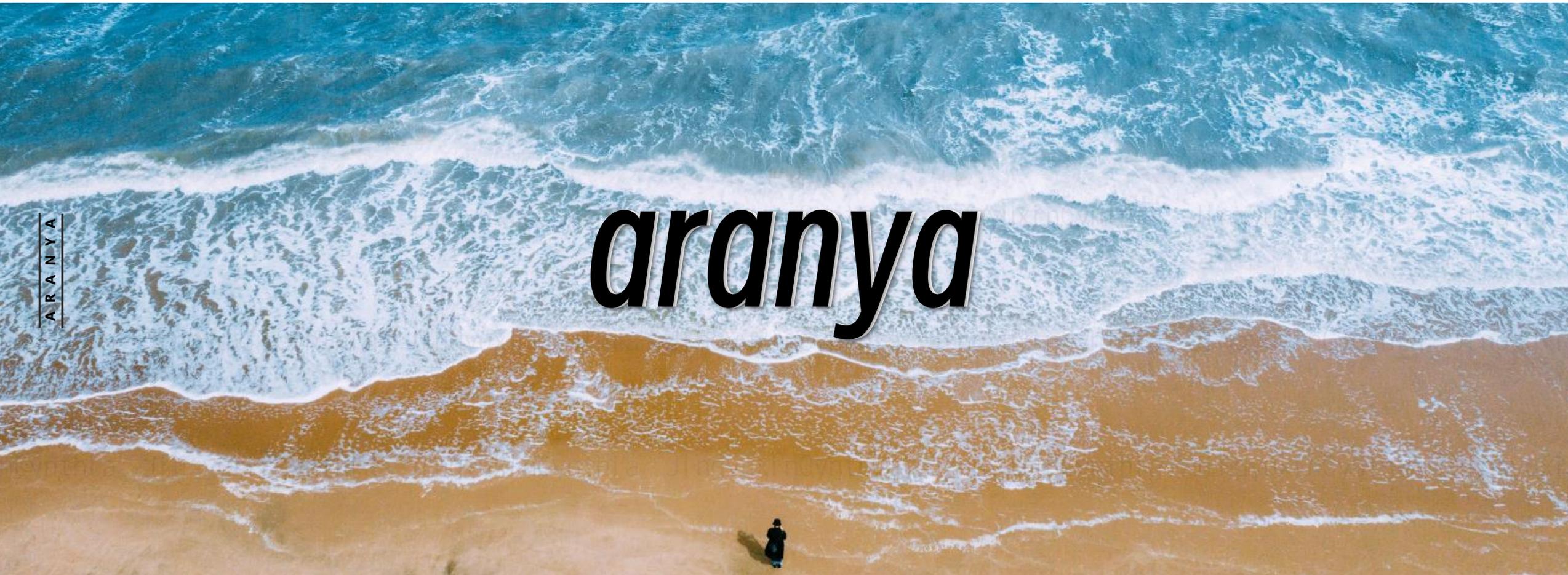


Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

nCynthi a Ji ngyuxi nCynthi a Ji ngyuxi



A R A N Y A

aranya

nCynthi a Ji ngyuxi nCynthi a Ji ngyuxi nCynthi a Ji ngyuxi nCynthi a Ji ngyuxi nCynthi a Ji ngyuxi



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA

“ SAY
MY
NAME...”



Ma Yin

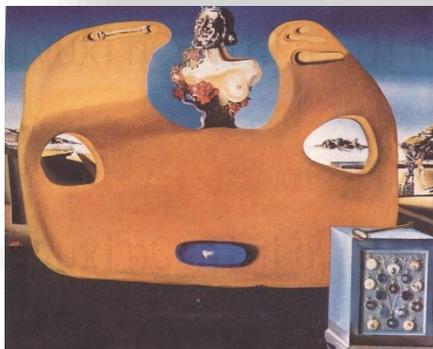
马寅



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

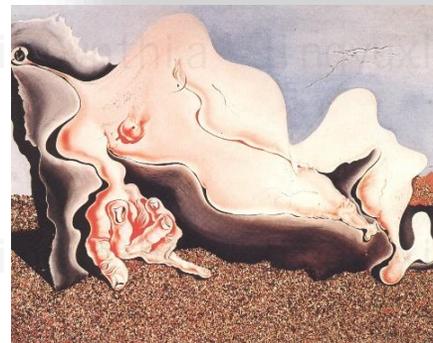
ARANYA



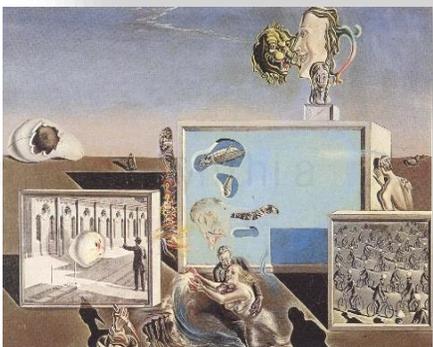
01
体验
Experience



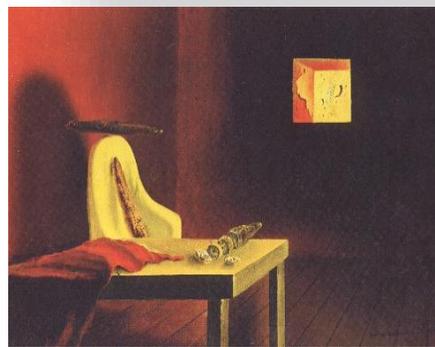
02
情境
Environment



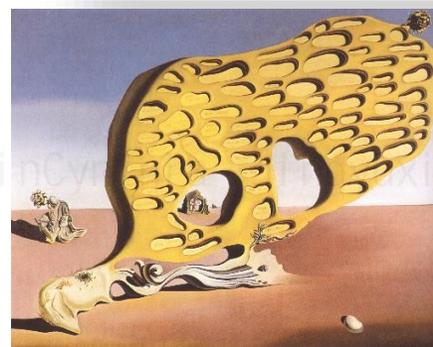
03
事件
Event



04
浸入
Engaging

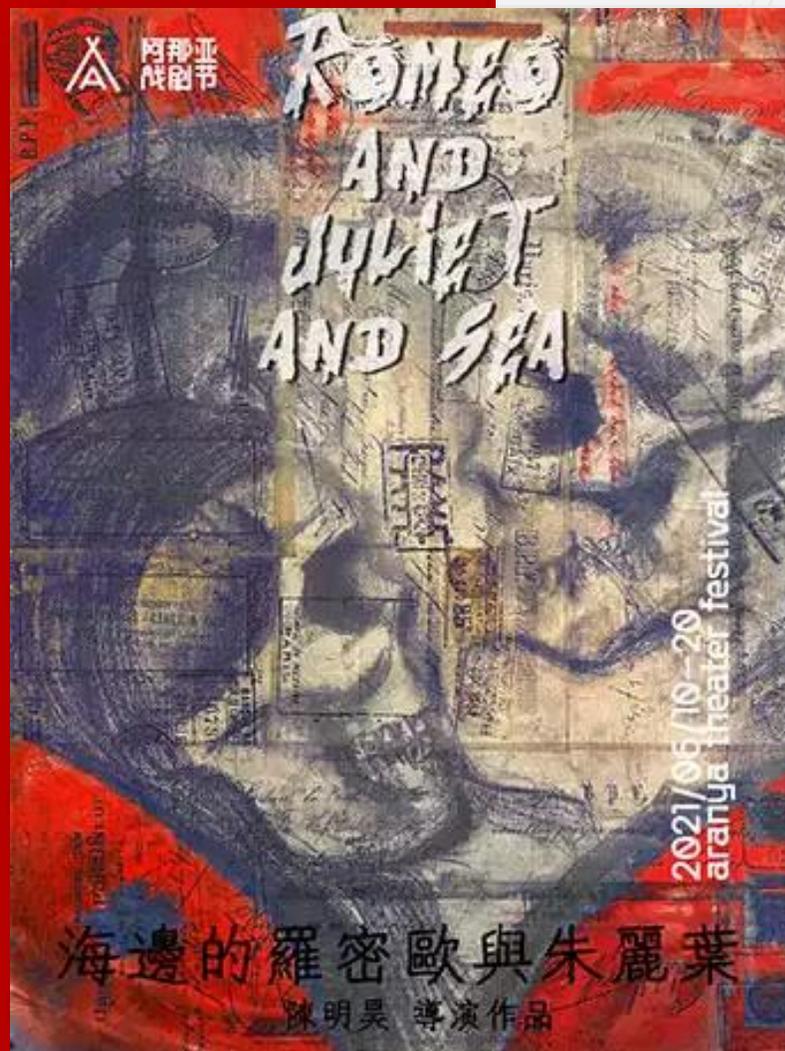


05
印象
Effect



06
延展
Expand





Part. 01

北戴河边，阿那亚靠海而建，在辽阔的大海旁，点上一片看似缭乱的建筑，与不远处的钢铁森林相比，自带文艺气息

阿那亚主要为前来的游客打造两种特殊体验，分别是“独特的人文艺术之旅”和“温暖静谧的心灵港湾”





独特的人文艺术之旅

阿那亚在前期的筹备工作中确定了品牌调性，
把自己定位成了一个海边文化艺术目的地

这里就像一个超大型的文创产业园，买手店、
艺术品店、香氛店、杂货店遍布街区

它们兜售生活方式，售卖“新，奇，特”
在高密度的文化活动与创意店铺的影响
下，为游客打造别样的文艺体验



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA

这里三不五时策展，邀请一些“小人物”到这儿交流

曾邀请过朴树、许巍、崔健、贾樟柯等人到这里参与活动、交流思想，与业主和旅客亲密接触。迄今为止，已经举办了大小活动逾2000场



温暖静谧的心灵港湾

A R A N Y A

“阿那亚是一个具有深厚情感价值和高度精神价值的生活方式品牌。通过营造面向未来的先锋性社区，全面呵护居住者的衣食住行、情感关系、精神世界，进而探寻中国人的美好人生何以可能。我们将共同打造基于文化和价值观基础上的新型亲密关系，在此过程中，追求更多智慧、自我实现，以及更多的爱”

在日趋原子化的社会当中，人与人之间的连接越来越弱，虽然有照比以往更为丰厚的物质条件，但心灵却日益孤独。忙碌的工作生活与快节奏的社会时钟增加了人们对“慢下来”放空心灵的诉求。因此，阿那亚为来到这里的游客打造了一个有温度、有情感的街区，用来慰藉游客孤独的心灵。



安顿精神的场域

“不管外边是什么样的天气，刮风还是下雨，图书馆的夏天自然通风，冬天有地暖采暖，一年四季都可在这里以最舒服的状态或看海、或发呆、或沉思、或冥想。它是阿那亚安静之道的最好诠释。”

Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



公共空间

相应的配套设施包括海边咖啡屋、海边啤酒屋、海风酒吧、水上运动中心等等，不同的人在这里相遇、交往，体验一种“高品质的日常”。不富贵逼人，却温暖动人。



Part. 02

阿那亚三个字来自梵语阿兰若，讲的是一个离城市不远的灵修之所，或者叫返璞归真之地。

它为游客创设了一个具有人文情怀的社区，在这里，倡导的是人与人 的亲密关系，提倡追求人文、追求本心。





孤独图书馆



由一个阅读空间、一个冥想空间、一个活动室和一个小水吧休息空间构成，根据每个空间的不同，来设定空间和海的具体关系，来定义光和风进入空间的方式



阿那亚礼堂

悬浮带来了上下两层人的生活。下层是一个有遮盖的临海空间，它可以给这片沙滩上活动的人提供避雨遮阳休憩的场所。而上层属于宗教的空间，教堂内部10米高的空间更多是被一种幽暗氛围的光所笼罩。其他几处的自然光源，也都是通过墙体之间的缝隙渗入内部，包括空间正对的十字架上下微弱的三角光源。在自然之下，让人静下心来，感受精神的宁静与心灵的舒适。



沙丘美术馆

它面朝渤海，拥有7个连续的室内展厅，和3个沙滩上的展览平台，每个展厅几乎都有朝向不同的天窗，在一天的不同时刻引入自然光，但又通过精确的计算，避免阳光直射到艺术品上。靠海的洞口用几面通透的落地玻璃，营造弧形的框景，让人置身海天之间，感受光与影的变换、风与沙的流动，以一种前所未有的方式，在建筑中漫游，接近自然与艺术。在阿那亚，追求的是回归自然、回归灵性的本真生活，管内不同的艺术设计，都让人体验到自然的神奇，让人融于自然，回归到本真。夜幕之下，沙丘图书馆海水的声音加上满天的繁星，一种大自然的静谧之美让人在这里得到彻底的放松，孤独之下，感受自我心灵的宁静。



Part. 03

这里每年举办上百场文化艺术活动，通过活动吸引游客

ARANYA

以季节为主题，按照时令打造不同事件，发挥艺术建筑的功能性；
以文化设施为依托，邀请艺术家、作家驻扎阿那亚，体验生活并进行创作；
以业主为活动主体，引导业主排演话剧、音乐剧并举办阿那亚戏剧节；
发挥社区组织能力，开设乐器夏令营与系列讲座。



戏剧节

戏剧节包括传统话剧、肢体/音乐剧及环境剧本朗读将戏剧、音乐、影像、建筑、舞蹈、生活方式等跨界融合，为所有喜爱戏剧的人们创造的一个新的平台，让艺术家与观众们，感受人与人之间真实的相遇和真切的交流，探讨戏剧更广泛地与生活和其他艺术相融合的美妙的可能性。



音乐节

ARANYA

摇滚乐、放克、后朋克、电子音乐等不同类型的音乐流派，将打破白昼与暗夜的交界，让游客体验最纯粹的音乐盛宴，用全新的音乐理念，消融世界的边界，带来最开放包容的音乐现场。



车库音乐驻留计划面向全球招募乐队进驻海边的车库音乐排练厅，并登上这里的舞台。乐队能在这里自由地创作、歌唱和表达，



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



文学节



单向街书店文学节已经成为阿那亚社区的年度文化盛事，2018年以“到未来去”为题，2019年以“十年之后”为题，2021年以“我们与真实的距离”为题，不断向精神上的同路人发出邀请，在一场场文化盛宴中，展开关于自我与世界、现实与梦境、历史深处与当下处境的探讨，在海边，通过一次次上天入地的文学冒险，一次次真诚幽微的深度对话，游客在文学节中回溯自我与他者的关系，探寻时代与个体的映像，解答精神迷惘，洞见未来路径，开启新的人生可能。



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA

阿那亚的客群定位是“具备一定文艺情怀及相关爱好的北京中产”，因此，在宣传和营销中，阿那亚将重点放在其独特的文化属性之上，这里所有环境和设施都浸润着一股文艺的气息

Part. 04



“一部分人在来过阿那亚一次后，便选择成为这里的业主，不仅因为这里的环境和建筑，也因为这里有一群志同道合的人。阿那亚的业主需要遵守社区公约，公约要求业主们保护大海、热爱自然、彼此尊重、热爱社区，这一纸公约，让每位业主都意识到自己是社区的一份子，只要扮演好自己的角色，才能共同打造一个美好的诗意家园。”



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

“我们抵达阿那亚，临海而居，与海为伴，展开诗意的生活，大海会滋养我们的人生，我们更有义务保护大海的洁净，让中国最美的海岸生态得以持续发展”

“我们感谢大自然的恩赐，与大自然相惜相护，我们悉心爱护阿那亚的湿地、树木、植物，乐于欣赏但不去惊扰飞鸟，野生小动物的正常生活”

“阿那亚就是家到家乡的那条路，我们仿佛回到儿时，邻居们见面问候，每个人乐于彼此分享自己的收获、快乐与感动”

“阿那亚是个大家庭，我们关心邻里间的老人和孩子，我们愿意奉献自己的专长，为邻里提供各种生活帮助”

“孩子的成长只有一次，我们应为孩子创造回归自然，培育人格的机会，让社区的孩子们有更多的时间在一起”

ARANYA



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



“我们尊重老人，并希望老人在这里能够忘掉年龄，参与社区的各类活动，提高生命的质感”

“我们提倡步行、自行车和其他环保交通工具，鼓励所有居民使用绿色低碳方式或共享交通工具出行”

“我们希望宠物的主人在和宠物共享快乐的同时保持园区卫生，自觉清理宠物粪便，为宠物办理合法证件，保证宠物在指定区域活动，避免打扰他人”

“我们热爱社区，把阿那亚当成人生中的第二个家，也乐于为社区发展提供建议”

“基于对美好人生的追求，我们共同努力，将阿那亚营建成一个文化、情感与精神的共同体，一个真正意义上的面向未来的社区”



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



其中最为特色的就是在海边露天演出的剧目，将天地作为舞台和布景，使游客全身心投入剧目的演出，有参与者分享道“这种宽广的开阔感，让我非常感动，觉得自然和艺术本来就应该是合二为一的。让我觉得整个世界都是一个无边无际，无休无止的舞台”



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



定期举办文化活动，使得阿那亚不再是一个纯粹的海边社区，而是变成了一个强情感粘性，贩售生活美学的综合性文化地标，形成品牌效应，也成就了阿那亚在文旅联动中不可复制的成功。从阿那亚马会，到全国最好的风筝冲浪基地，再到每个星期不重样的先锋音乐现场，阿那亚用优质的活动把具备相同爱好与价值观的客群就聚在了一起，使他们沉浸在阿那亚的模式中，阿那亚成了精英的“精神家园”。



05 Part.

ARANYA

随着《全中国最孤独的图书馆》的爆红，让阿那亚受到了大众瞩目，一时间成为了“网红爆款”。在目前同质化严重的旅游市场，阿那亚独树一帜，打造了众多极具特色的景观设施和文娱活动。

阿那亚的一切弥漫着静谧而神圣的精神光辉，荡漾着自然与艺术的回响，给人世外桃源之印象。



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合



生活
Life

我们的节日，我们的传统。



阿那亚开设了官方网站，在微博、小红书等社交平台开通了官方账号，专门打造了APP。借助这些平台，阿那亚运营者展现当地风光，发布最新动态，及时处理问题，对印象进行管理。

2015年以后，阿那亚在不断更新网红打卡地的同时也更加注重配套的参与感与体验性。把食堂、餐厅等日常服务配套，小区内的球场、游园、步道等运动设施，当做网红地标进行打造。从关注颜值到关注生活体验，是阿那亚配套产品的迭代思路，也体现了阿那亚关注“人的体验”的思想内涵。



06 Part.

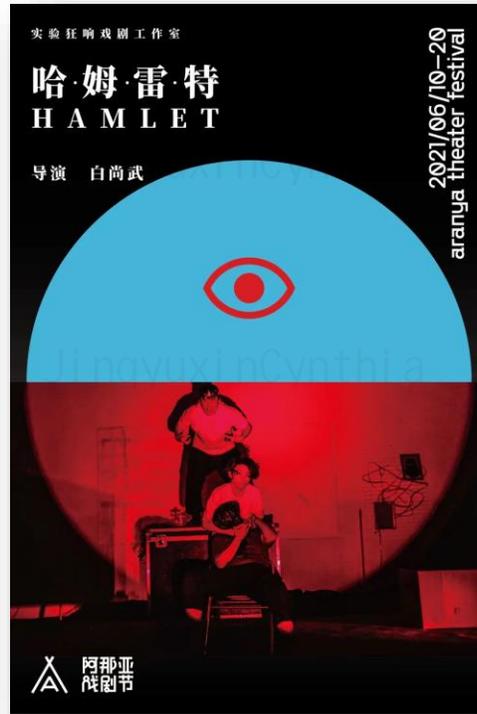
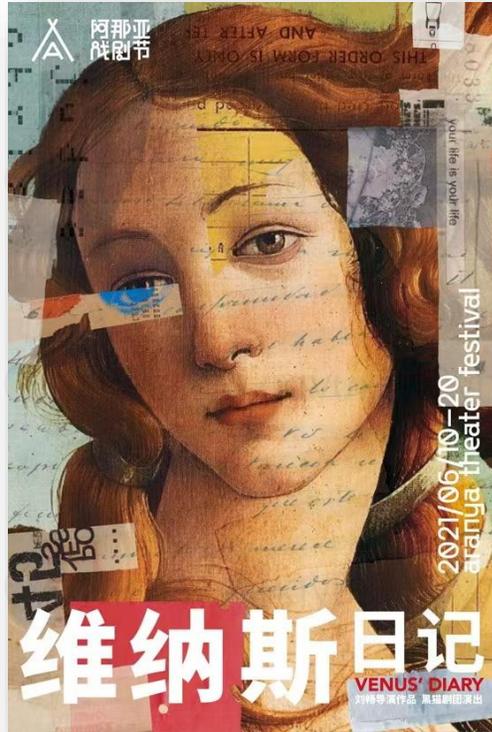
在阿那亚的价值观和价值体系中，强调一个核心价值，“人生可以更美”，在精神层面讲求回归。提倡回归家庭、回归自然、回归传统，回归一种有灵性的本真生活。因为共同的价值观，阿那亚吸引了一批诗人，艺术家，音乐人，建筑师到此，他们在阿那亚展开了美好的生活，与邻居共同探索海边生活的日常之美。



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



阿那亚打造了自己的专业戏剧节，这是阿那亚走向公共的重要事件，也是阿那亚未来继续升级的重要IP。2021年阿那亚举办了以“彼岸和诱惑”为主题的首届海边戏剧节，通过戏剧艺术、生活艺术、跨界艺术、公共艺术四个主题板块，26部剧目、68场演出，以大海景观做帷幕，创造了一场海边戏剧乌托邦。



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合



除了最出圈的阿那亚戏剧节，阿那亚还造了很多专属的节日。大到音乐节、文学节、诗歌节、马术节等等，小到业主之间的读书会

ARANYA



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



法国奢侈品牌 Louis Vuitton
2023 春夏男装秀在中国秦皇
岛阿那亚黄金海岸启幕。此
次大秀在一定程度上是社区
文化的延伸。



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

ARANYA



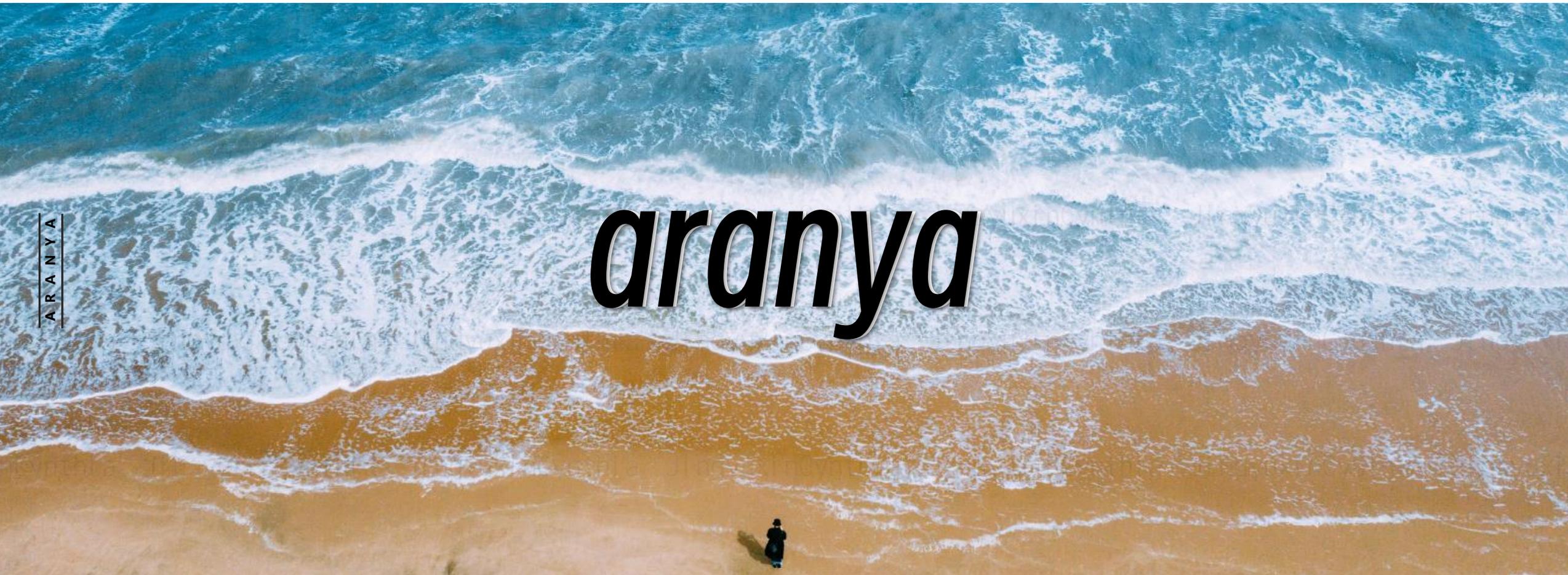
男装秀期间，品牌还与阿那亚黄金海岸社区联合呈现了一系列文化活动，包括现代舞演出、影片放映和落日派对等等，充分展现集体性艺术力量，通过与奢侈品牌的共建，阿那亚又一次向文化艺术品牌进化



Experience Marketing—6E

体验营销6E组合

nCynthi a Ji ngyuxi nCynthi a Ji ngyuxi



A R A N Y A

aranya

nCynthi a Ji ngyuxi nCynthi a Ji ngyuxi



谢谢大家 