# 关于咸阳市IP产业开发的理性思考

**丁华** (中共咸阳市委党校 陕西咸阳 712000)

摘要：大秦帝国》、《那年花开月正圆》等一批影视剧提升了咸阳城市的曝光率和影响力，促进了咸阳城市IP产业的初步发展。本文试图梳理可供开发的城市IP资源和目前IP产业存在的问题，为咸阳市IP产业的发展提供新的视角和思路。

关键词：IP产业 ；咸阳市；产业开发；思考

我国IP产业经过近几年的发展已经开拓出一片商业蓝海，IP市场繁荣发展且有大展宏图之象。《大秦帝国》《那年花开月正圆》等诸多影视剧IP曾在全国掀起热潮，提升了咸阳城市的曝光率和影响力。但光环逐渐淡去，IP产业仍期待新的高潮。本文试图梳理可供开发的城市IP资源和目前IP产业存在的问题，为咸阳市IP产业的发展提供新的视角和思路。

**一、咸阳市IP资源与IP产业**

1. 咸阳市的IP资源优势

1.历史文化资源

咸阳市的历史文化资源在中华历史文化发展长河中占有举足轻重的地位和作用。历经百家争鸣之后，先秦诸子百家大放异彩，到秦汉逐渐形成主流学派和大一统的国家制度形态，从而影响中华发展几千年。咸阳作为大秦的国都虽只有短短的144年，但是这144年中所形成的中华文化和国家制度却影响至今。周公在渭水河畔完成礼乐制度建设，长幼有序、长幼尊卑的社会风气至此形成，“吾道一以贯之”影响至今；立木为信的故事成为诚信建设的源头文化并开启了商鞅变法，“治国不一道，变国不法古”开创因时因地实事求是的国家治理体系和治理方式；一字千金炫耀治国理政方略，也成就杂家经典，为国家治理能力建设提供理论支撑；“百代皆行秦政治”，郡县制运行上千年；

2.文物旅游资源

“南方的才子北方的将，咸阳塬上埋皇上”，咸阳曾号称拥有“中国的金字塔群”。2241年前“渭水贯都以象天汉，横桥南渡以法牵牛”的咸阳城市格局就已被奠定，渭水作为咸阳的母亲河仍奔流不息，风雨廊桥上似乎能遥望到咸阳城曾经的辉煌。丝路明珠、世界遗产“彬县大佛寺”、“彬县灯山会”、“旬邑彩贴剪纸”、“乾县弦板腔”等一批国家级的非物质文化遗产展示着关中的风土人情。还有很多文物资源犹如明珠般耀目。

1. 咸阳市的IP产业发展现状

1.IP影视的过去式

《大秦帝国》让咸阳都城声名鹊起，第一帝都风范犹存；《那年花开月正圆》让秦商声名鹊起，秦商信誉延续至今；《柿柿红》让秦人声名鹊起，秦人孝老爱亲美名远扬。这些影视IP都曾显示出巨大的带动效应，咸阳城涌进巨大的客流量，而那时，咸阳城却并未做好迎接的各项准备。

2.乡村旅游的现在时

乡村旅游占据了咸阳旅游产业的半壁江山，依托丰富文化旅游资源，乡村旅游走出了一条创新发展、不断完善之路。经过市场的淘洗，袁家村、马嵬驿、龙泉山庄等旅游品牌不断创新完善，成为咸阳乡村旅游产业的领头羊，形成了早期的乡村旅游品牌IP。产业扶贫加乡村振兴中又崛起了很多依托创意农业、观光农业的乡村旅游景区，发展速度极快，规模效应可观。

虽然影视IP和乡村旅游IP为咸阳文化创意旅游产业做出了积极的贡献。但相较于其他城市，咸阳城市IP产业还存在着这样那样的问题，例如并未充分开发现有城市IP资源、影响力也并未充分彰显、与消费者仍未有效衔接、IP产业各阶段互动性不强甚至相互独立，并未形成完整的产业链条。

**二、咸阳市IP产业存在的主要问题**

（一）IP产业并未充分开发现有IP资源

1.文物资源并未充分被开发

故宫博物院IP的形成除了依托自身所具有的高规格、高级别、数量众多的文物资源，还依赖于故宫里有大量的文物专家、文创专业人士等专业性强的顶级人才。同时在横向对比的过程中，与故宫齐名和能够参照的基本上都是国际著名博物馆，所以故宫IP必然走在IP产业的前列。咸阳可以称为一座地上的天然博物馆，地上、地下都聚集有数量大、等级高、时代序列完整的文物资源，每一件拿出来都是精品。秦汉雄风、大唐气象，这些有口皆碑的优质内容并没有进行全方位、立体化的开发。

2.历史文化资源并未充分被开发

西安市和咸阳市在历史文化上的同质性早已决定其文化的发展具有一体性，你中有我，我中有你，不可分割。同时又可偏重不同侧重点而避免同质化竞争。“长恨歌”这一IP运作的非常成功，还有大唐不夜城、大明宫、芙蓉园等，衍生文创产品种类众多，在机场、高铁站也都能看到。但是咸阳市作为秦国和秦帝国都都城，虽然被项羽一把火烧掉了，但是秦都历史文化元素仍旧有很多，历史故事、传说仍旧在这片土地口口相传。法制和法治在这里得以实施、“郡县制”在这里推向全国、有最早的高速公路、吸引各国人才共商国是、“一字千金”、“徙木立信”人人皆知，等等。几乎全国人民都知道的优质IP资源没有转化为IP产业。

（二）IP产业影响力并未充分得到彰显

电视剧《大秦帝国》已播放三部，是一部以秦国发展视角和脉络展现战国时代波澜壮阔的史诗般电视剧。咸阳城汇聚天下英才，成为“天下”中心。秦文化是咸阳市最有价值的IP，影视播放之后虽带来一些知名度但并未有更深入的带动发展。《那年花开月正圆》是由孙俪主演的一部展现秦商的电视剧，该剧以咸阳市安吴堡吴氏家族的史实为背景，讲述了清末陕西女首富周莹跌宕起伏的一生，收视率当年排位第二，仅次于《人民的名义》。这一现象级IP的成功为咸阳安吴青训班（曾吴氏庄园）和附近“龙泉山庄（乡村旅游点）”带来了井喷的人流量。随着影视剧的结束，后续IP衍生品的开发停滞，流量不断减少，影响力和收益率大规模衰减，造成了IP资源的浪费。

（三）IP产业与消费者并未有效衔接

虽然影视IP曾一度让咸阳这个城市在全国知名，但是这样的IP产业影响力有限，衍生品开发不足，并没有让消费者认可的、具有持续性的、与消费者关联度较高的产品。“龙泉山庄”因其于咸阳其他乡村旅游产品的同质性也曝出其产品黏性不足、吸引力不强、产品独特性不够、后续产品特性不明确等问题，从而出现IP产业同消费者之间距离较远，没有粘性产品，发展乏力。

**三、促进咸阳市IP产业开发的理性思考**

在泛娱乐化的大背景之下，充分运用互联网的优势，抢占优质内容产业高地，对优质IP的商业性开发是文化创意产业的一大发展趋势，只有抢占先机，形成复合型的产业模式，才能提升咸阳城市的影响力和软实力，才能带来源源不竭的发展动力。

1. IP资源的战略规划与设计

1.IP资源开发的战略规划

IP资源开发就是要将一些独具特色的优质项目内容经过立体化的产品开发，形成一种复合型的产业模式。IP产业是内容为王的产业，即IP本身内容质量的高低会影响IP产业发展。比如IP产业链条的长短、IP衍生品的价值、IP产业的互动反哺等。很多人一提到IP就会想到小说、剧本、游戏等，IP就是知识版权，发展初期由个人或企业进行商业运作开发。对于咸阳市来说，内容产业发展较为滞后，商业环境也不如一些大中城市，IP产业发展也相对滞后。要促进IP产业发展，当务之急是出台一些促进发展的政策措施，积极引导IP产业落地。对于历史文化资源相对丰富的现实情况，应进一步组织专家学者进行资源的梳理，整理出独具特色的优质内容，然后再进行战略规划，积极引导企业参与优质内容的商业开发以及IP链条的开发工作。如利用历史文化资源、文物旅游资源、非物质文化遗产等优质内容进行开发，将内容（如历史故事、历史传奇、游戏、文学等形态）商业价值展现出来带来粉丝经济，再加大衍生物的开发宣传，实现IP链条延长，从而实现IP内容变现，促进当地经济社会发展。

2.IP资源开发的战略设计

IP资源的战略性设计，主要是在IP资源的战略性规划之后有计划、有目的的开始实施。有针对性地对咸阳市历史文化、文物资源进行深入研究，力争形成具有高度相关性和互促性地资源网络，通过政府投资进行前期公益性研究、宣传，供给优质内容，可以适当给予奖励性补助金来实施引导、组织相关个人、企业对这些优质内容进行商业性开发和衍生品设计、宣传，从而达到促进IP产业发展之目的。

1. IP战略的全产业模式开发

IP产业就是将优质内容进行全方位、立体化的开发，所以说IP产业是一个综合性的产业模式，链条较长，带动作用明显，是一个关联度较高的产业模式。从产业链条的角度来看，IP产业开发也具有上游、中游、下游三种开发模式。只有充分关注上中下游的开发模式，才能避免IP不至于成为一时的流行文化元素，成为后续开发动力不足的一时“现象级”IP，所以合理布局上中下游模式的开发很有必要。

1.上游模式开发

IP产业的上游开发主要是针对IP本身的版权内容，优质内容本身就具有一批拥趸，依靠“粉丝经济”突出重围。IP产业的上游开发阶段主要关注内容优势，这是IP孵化的关键前提，也是基础，具有主导地位。比如美国的迪士尼，就是利用米老鼠、唐老鸭、白雪公主等一批优质的IP资源进行开发而大获成功。所以，深入挖掘IP的产业价值是上游模式开发的重中之重。比如一带一路上的佛教文化明珠——彬县大佛寺的IP开发，首先就要深入研究挖掘彬县大佛寺在一带一路发展当中的文化价值和其在佛教文化中的地位、作用，使其真正成为一带一路中一个不可或缺的“点”，这个“点”具有不可替代性和不可复制性，依靠“大佛”作为流量的中心，“粉丝经济”的崇拜物进行资源开发，利用自身的发光点吸引优质企业参与进来。

2.中游模式开发

中游模式承上启下，上游优质内容资源自带光环，拥有大批粉丝，影响力巨大。中游模式主要是针对上游优质内容进行开发后的展示，目前主要是IP同影视、互联网等结合起来所形成的传媒产业，也是IP产业链中最为繁荣耀眼的一环。IP同影视结合，比如泾阳县的茯茶产业，有茯茶话剧《骆驼巷》，有茯茶博物馆，有在泾河新城开发的茯茶小镇、陕商博物馆，影视剧《那年花开月正圆》、重走丝绸之路的文化交往活动等，引起现象级的反响。可以说这样的IP产业中游的运作是成功的。

3.下游模式开发

IP产业的下游模式常常被忽略，但这一阶段蕴藏着巨大的开发潜力和前景，难点在于寻找下游衍生品与上中游的结合点。如何使下游的衍生品受市场和消费者的欢迎，使消费者愿意掏钱购买。故宫博物院依托自己的馆藏文物进行IP资源的开发，《我在故宫修文物》等纪录片的播放又成功吸引大批渴望了解故宫的拥趸，本来自带流量的故宫就拥有大规模的“粉丝经济”，经过中游IP+纪录片、科普读物、高端活动、互联网宣传等，使故宫这个超级大IP里众多小IP活力无限，由此开发出来的故宫文创产品大受欢迎，下游衍生品又借助故宫的品牌优势获得巨大的利润。

（三）提升咸阳市IP产业的规模效应

1.开出一株牡丹花 一枝独放艳压园

IP产业的规模效益在于产业链条和产业大闭环结构产生的反哺效应。正如前文所举之泾阳茯茶的产业发展路径。泾阳茯茶是古丝路上的重要商品，是西北各少数民族所必须的生活物资，只有泾阳独特的气候条件加泾河水发酵的茶叶才能生出“金花”（冠突散囊菌），自然界中的“金花”也只有千年灵芝才有，是补充维生素和矿物质，消食化滞、解腻降脂的佳品。建国后消失了一段时间后又重新崛起。茯茶制作技艺几乎失传，现已成为记录在册的非物质文化遗产。正是这样一个具有优质内容（茯茶品质），又有大规模的“粉丝经济”（茶叶贸易），还得到大量关注的现象级IP被迅速关注开发。话剧《骆驼巷》、影视剧《那年花开月正圆》、文化活动——重走丝绸之路、旅游产品——茯茶小镇、茯茶博物馆、陕商博物馆等走进人们视野，热潮带来的是茯茶的大量生产、大量销售，带动了茯茶产业发展，实现了经济回报。一支独放不是春，咸阳市需要依靠IP产业的繁盛发展来促进经济的跨越式发展。

2.形成一片牡丹园 满园春色放光彩 依靠前期政府公益性的IP资源梳理、规划、战略设计吸引有资质的企业进行立体化开发，关注IP产业的全链条开发和上中下游全模式开发，关注中游同影视、互联网等的结合，关注下游衍生品的设计生产，实现资源变现、经济增收。百花齐放才是春，只有满园春色才能实现规模效应，成长为复合型的产业模式，成为对优质内容全面开发、多次变现的价值链条。这样才能实现“一业兴百业旺”，带动实体经济崛起，实现咸阳追赶超越的战略目标。

（四）有效提升IP产业的影响力

要想促进IP产业的繁荣发展，仍不能忽视优质内容IP的成长过程。这是一个大发展大繁荣的时代，是一个充斥着物质主义福音的时代，也是一个思想文化更趋多元化的时代。在这样一个利益多元、需求多元、文化多元的时代要想成就IP产业的发展就要敢于冲出重围，做自我宣传和推介。

1.网络媒体的宣传推介

网红城市也可看成是一个自带流量的IP，怎样成为网红城市？抖音、快手等小视频app成功带出了一批网红打卡地，于是人们蜂拥而至，带来了人流、物流、资金流。在这样一个自媒体时代，网络媒体的宣传推介能快速使优质内容被人所熟知，才能带来“粉丝经济”，这样才具备开发的潜质。

2.好口碑的宣传推介

只有真正做得好才能得到群众的认可，群众才会口耳相传，才能形成好的口碑，这是最早、最质朴的粉丝经济。优质内容也需要大众熟知，可以利用大众“病毒式”口碑宣传的效果实现宣传推介的目的。

3.IP产业自身的宣传推介

IP产业还可以利用互联网的大面积覆盖和迅速的传播模式，扩大IP影响力，促进IP的进一步开发，促进上中下游产品互促互进、循环反哺。

**作者简介**

丁华（1981--），女，陕西泾阳，中共咸阳市委党校经济学教研室讲师，研究方向：生态文明、文化旅游产业发展。

姓名：丁华

电话:15909277016

邮箱：253903019@qq.com

地址：陕西省咸阳市秦都区秦皇中路11号中共咸阳市委党校139信箱 邮编：712000