


阅文集团《诡秘之主》IP开发 分析

从小说到全产业链布局

by Nancy 





目录

- 1 IP背景简介
- 2 目前开发进度
- 3 潜在开发机会
- 4 机遇和挑战



IP背景简介

小说概况

《诡秘之主》是一部由爱潜水的乌贼创作，于2018年-2020年在起点中文网连载的玄幻小说。它融合了蒸汽朋克、神秘主义与克苏鲁风格，讲述了主角克莱恩·莫雷蒂从普通人成长为非凡者的故事。

世界设定

故事背景设在一个蒸汽与神秘并存的架空世界，设定了22个晋升途径（也称为序列），每个途径代表一条特定的非凡之路，不同途径的非凡者具有不同的能力。

IP价值

作品以其独特的设定吸引了大量读者，成为近年来网络文学中的现象级作品。被国家图书馆永久典藏，并上榜2020年度最具版权价值网络文学排行榜，在起点中文网上获得3414.39万总推荐。

世界观设定

关键词：蒸汽朋克、克苏鲁风格、非凡力量、序列体系

时代背景

《诡秘之主》的故事发生在类似19世纪欧洲的架空世界。工业革命带来巨大社会变革，但在表面繁荣背后，隐藏着强大的非凡力量和古老的神秘教派。

超凡力量体系

核心是"序列体系"，非凡者通过服用特定魔药获得力量。非凡力量的等级体系从序列9（最低等级）到序列0（神祇）依次递增。每个序列职业都有独特能力，但使用魔药也面临失控风险。

主要势力

包括类似维多利亚时期英国的鲁恩王国，与之敌对的费尔曼联邦，以及控制宗教、政治与超凡力量的各种教会与神秘组织。



IP目前开发进度

《诡秘之主》作为阅文集团旗下顶级IP，具有强大的内容延展性。阅文通过全链条开发模式，欲将其打造成跨越小说、影视、动漫、游戏等多个领域的超级IP。

1

小说续作与出版

阅文集团与天闻角川合作，推动《诡秘之主》及其续作《宿命之环》的实体出版。目前续作仍在起点中文网连载中。小说出版是打造“诡秘宇宙”的重要一步，为IP的深度开发奠定了基础。

2

有声作品开发

《诡秘之主》的有声剧在喜马拉雅平台上已完结，截至目前播放量达到11.5亿，订阅量92.7万，这将进一步扩大其受众群体。

3

官方设定形象：

为了统一视觉标准，官方已经发布了包括主角克莱恩在内的多个角色的官方设定形象，这为后续的动漫化、游戏化、影视化等开发打下了基础。



IP目前开发进度

4

游戏开发

快手游戏的自研游戏厂牌弹指宇宙在进行《诡秘之主》的游戏改编。游戏设定将引入魔药与序列体系，玩家可以扮演不同的超凡职业，通过任务、战斗和探索提升序列等级。游戏由虚幻5引擎开发，类型定位为角色扮演类（RPG），强调玩家与神秘组织的对抗，决策性和策略性较强。目标用户是RPG爱好者和喜欢复杂世界设定的玩家。游戏化是IP开发的重要方向，有望成为IP收益的新增长点。

5

动漫开发

与腾讯动漫合作开始动画化计划，官方已经发布了动画的首支预告片，引起了广泛的关注和讨论。动画风格可能融合暗黑和神秘元素，展现小说中的克苏鲁式恐怖氛围。目标受众是年轻的二次元观众，尤其是对蒸汽朋克、魔法与神秘主义题材有兴趣的群体。

6

社交媒体运营&粉丝互动

通过微博、LOFTER等社交平台上的庆生活动和同人创作，鼓励粉丝参与和互动。《诡秘之主》的官方和粉丝之间的互动频繁，包括庆祝角色生日、发布新的人物设定等，这些活动都有助于维持和增加IP的热度。社交媒体活动增强了作品的社区活力和粉丝粘性。

7

海外市场

- 《诡秘之主》自连载之初就是中英文同步更新，在Webnovel（起点国际网站）上的总阅读量已经超过了4700万。
- 《诡秘之主》的泰文版由泰国著名的媒体出版集团SMM PLUS出版发行，在曼谷国际书展上受到热烈追捧。



IP潜在开发机会

1

影视改编

2

加强国际化布局

3

IP商品化与衍生品

1. 影视改编

改编优势

《诡秘之主》丰富的世界观和深刻的力量体系具备很强的视觉表现力。蒸汽朋克设定和超凡者能力适合特效制作，原著积累的庞大粉丝基础也为影视作品提供了潜在观众。

影视化计划

阅文旗下的新丽传媒有望参与《诡秘之主》的影视化制作。目标市场包括国内外观众，尤其是对神秘主义、蒸汽朋克、克苏鲁风格感兴趣的群体。计划将其改编为电视剧或电影，借助成熟的影视制作链条和合作伙伴，推动IP的影视化，瞄准国内外市场。

海外影视化

《诡秘之主》背景类似于19世纪的欧洲，天然适合海外演员出演并上线海外视频平台。可以先发起网络票选活动鼓励网友选择心目中最合适的演员，创造话题吸引流量。影视化后可以通过Netflix等全球化平台进行发行，扩大作品的国际影响力。



2. 国际化布局



多语言传播

可以增强AI翻译技术或者投入更多专业的翻译人员，更快速准确地完成《诡秘之主》多语言版本的翻译和发行，降低语言障碍，推动作品在海外市场的传播。



寻找国际化合作伙伴

可以计划在全球范围内寻找更多合作伙伴，通过Netflix等流媒体平台和国际出版商，进一步推动作品在海外的传播。



国际化运营

可以举办国际化的线上线下读者互动活动，提升品牌在全球的知名度，提升海外市场的粉丝粘性。

3. IP商品化与衍生品



卡牌游戏/桌游

《诡秘之主》IP正在被开发成卡牌游戏，通过卡牌玩法呈现序列体系中的不同职业和力量。这种灵活便携的游戏形式适合广大年轻用户，尤其是喜欢策略类游戏的玩家群体。



非凡者测试小程序

制作非凡者性格测试小程序，在社交媒体上发起“测试你的非凡序列”活动，让非凡者测试成为类似于MBTI的热门话题和常用社交手段，提升IP热度和讨论度。



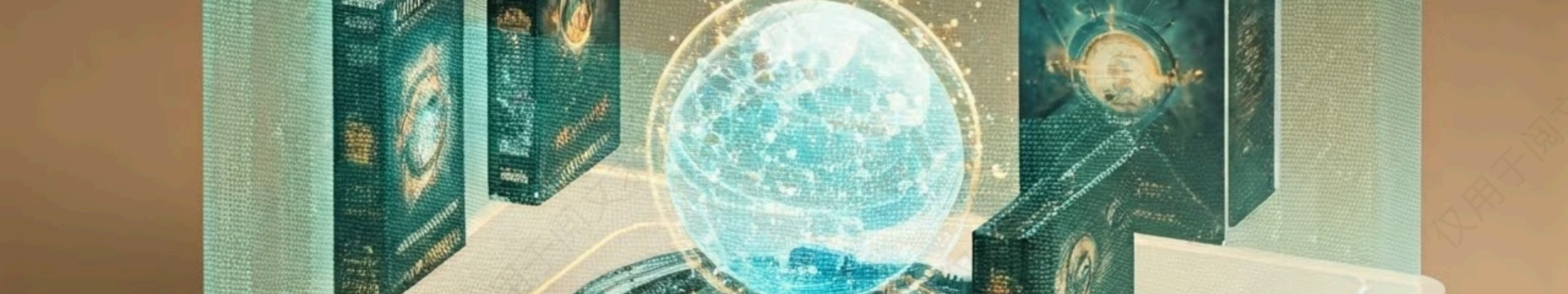
周边商品

可以推出一系列《诡秘之主》相关周边，如角色手办、魔药瓶模型、服装、文具等，以增强IP的商品化变现能力。这些产品主要针对广大原著粉丝，特别是对角色为核心的手办和收藏品有需求的群体。



挑战与机遇

挑战	机遇
全球化竞争：面临来自西方奇幻类IP的强大竞争	全产业链开发的协同效应：可复制《庆余年》等作品的成功经验
文化差异：复杂的东方奇幻设定可能导致部分海外观众接受度有限	IP的独特性：世界观和克苏鲁元素在全球奇幻市场中相对少见，具有差异化竞争力



总结

未来发展方向

阅文集团可以继续深化《诡秘之主》IP的全球化布局，持续开发影视、动漫、游戏等多领域内容，扩大其在国际市场的影响力。

IP潜力

作为阅文集团的顶级IP，《诡秘之主》展现出强大的跨媒体开发潜力，有望成为国际文化现象。

全方位开发

通过小说、影视、动漫、游戏、衍生品等多维度的联动开发，阅文集团有望打造一个完整的、有国际影响力的《诡秘之主》文化生态系统。