

IP 产业背后的百亿市场

记者 谢斌

“你抢到了T恤了吗?”

“没有，我在二手平台高价用299元收了一件，过几天到，凭自己真的抢不到。”

小棒（化名）口中所指的T恤是6月3日优衣库与KAWS（考斯，原名布里安，街头艺术家）的联名款T恤，当天一经上线便遭市民疯抢，网站上被瞬间秒罄。“哪怕定好时间，依旧没有买到。尽管花费比原价多2倍的钱买了一件KAWS的衣服，但还是值得。”

同日线下，全国多地出现抢购该系列T恤的热潮，疯狂程度堪比春运。在这一浪潮下，凭借KAWS的影响力，优衣库的联名款T恤顺利走上“人生巅峰”，不仅销量高涨，还进一步扩大了在国内的影响力。而其背后，正是优衣库利用IP（知识财产）打开消费新模式，为企业创造了新利润。

A 币的诞生

“一开始，IP是指知识产权中可以被改编为电影、影视剧的‘文学财产’，像米老鼠、唐老鸭、Hello Kitty，这些动画创造出来的虚拟角色，统统都可称之为IP。”浙江八瓦文化创意发展有限公司总经理马培峰介绍，IP的具体英文注解为“Intellectual Property”，即知识财产。

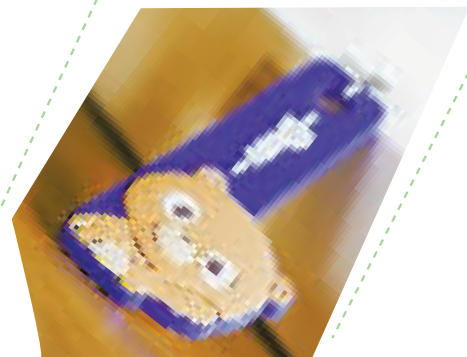
而如今，IP已演变成“能够仅凭自身的吸引力，挣脱单一平台的束缚，在多个平台上获得流量进行分发的内容。”

从业多年的马培峰表示，像《诛仙》《三生三世十里桃花》等之所以成为IP，最核心的是内容本身。《诛仙》这本小说共有8本，已经积累了大量的粉丝群体，端游上线的时候人气火爆，至今依在运营，现在手游端也上线了。此外，电视剧制作上邀请了当红演员，播放量破百亿，这就是一个好的IP案例。KAWS设计的产品，也是基于庞大的粉丝群体，把艺术价值和商业价值两者进行融合，从而达到市场消费的效果。

当然，并不是所有的IP都是故事形式，也有基于人设产生的，如熊本熊和Hello Kitty。比起上述IP，这些形象更多的是依靠本身的性格和造型来吸引粉丝——熊本熊的萌蠢和小贱心态获得很多粉丝喜爱；Hello Kitty没有嘴巴不言不语的乖乖形象深入人心。

根据赛迪顾问数据显示，到2020年，中国IP经济规模将高达9320亿元，其中，游戏和动漫合计占比55%。而根据《潮流文化发展白皮书》所述，随着90后、95后、00后成为大众娱乐和消费的中流砥柱，潮流文化已经逐渐成为一种主流文化，IP的双重价值正在被越来越多的从业者所重视。

B 如何变现?



“一个好的IP项目，要经历内容提炼、产权保护、二次开发、授权管理、维权协作、产品开发和推广策略七大步骤。”马培峰分析，IP项目能否成功，取决于是否获得人们内心文化的认同感。“关键是如何将IP转化为商业价值，这很有技巧。”

他举例，“诛仙”这一IP，先是网上可以免费阅读，然后，游戏可免费畅玩，以此来扩大IP影响力。这充分表明了迎合粉丝心理、加强粉丝黏性的重要性。有了数百万粉丝后，这些IP就等于有了潜在客户，因此，在研发时，要有的放矢地设计适合顾客群体的商品。

马培峰透露了变现门道，制作抱枕、帆布袋、出版物都是最为快捷的，但仅有印刷类商品是远远不够的，还要求IP持有方进一步研发，向公仔、服饰、文具、食品等多个领域进军。“早前，八瓦联合横店影视城制作的诛仙衍生文具卖得不贵，就是为了吸引粉丝群体。”

衍生产品开发有两大模式：一种是自主开发衍生产品，找第三方厂家生产并销售，自负盈亏；第二种是授权给合作伙伴，由合作伙伴负责生产和销售，IP拥有方收取授权费，盈亏则由合作伙伴承担。

“目前大部分涉足IP产业的企业采用的都是后者，因为IP拥有方风险较小。”马培峰表示，像宁波得力集团与小黄人的联名文具，用的就是这种模式。

北士设计负责人唐圣瀚认为，衍生产品生活化的同时，设计时需建立品牌识别意识。他在北京故宫设计纪念T恤的过程中，将北京故宫10个殿的名称藏于服饰。“无论是T恤，还是杯子、扇子等产品，把故事变成商品，必须围绕同一个核心去创意设计，这样才能吸引潜在顾客。”

这里不得不提爆款，在马培峰看来，爆款带有偶然性，但也并非不可预测。优衣库与KAWS的联名产品就是最好的例子。他介绍，作为潮流Icon（图符），KAWS本人在Instagram（照片墙，一款运行在移动端上的社交应用）上累积了超过180万的粉丝，各类明星都是KAWS粉，为品牌带来了更多的支持者。

市面上，KAWS x AIR JORDAN4联名款球鞋全球货量只有2000多双，定价为350美元，但在eBay上标价高达3500英镑，折合人民币3万多元。Dior和KAWS联手推出的穿西装的粉色BFF公仔，售价5000美元，折合人民币3万多元，即使相对便宜的联名T恤，也要人民币6000多元。

“99元一件的KAWS联名T恤，其收藏价值毋庸置疑，遭疯抢也是预料之中。”马培峰说，具有标签意义的商品成为爆款的几率较大。“定价很有讲究，多走平民化路线，一般定价在100元至300元，粉丝能接受，企业的利润空间也比较合理。”

