

万物可IP时代 如何挖掘宁波城市文化力量？

记者 朱一诺

从国潮联名到故宫文创，文化IP的热度直线上升，也成了讲好中国故事的生动途径之一。

名为“知行合一”“知难而进”“知书达礼”和“知恩图报”的四只宁波汤圆形象，活灵活现，分别代表宁波历史上四位先贤：格物致知的王阳明、英勇抗清的张苍水、藏书万卷的范钦、汲水奉母的董黯，其代表的宁波精神，自“宁波帮·帮宁波”发展大会后深入人心，“宁波小知”也成为了宁波的时尚文化IP。

“小知”的背后有哪些人的推动？宁波有哪些文化值得挖掘？这其中又有哪些生意可做？浙江意佳文化传媒有限公司创始人，将在东南商报第74期创业分享会上，解读IP的文化力量。

1

创业初期， 「一条腿走路」

大学时，李克强总理关于“大众创业，万众创新”的讲话给了孙良勇极大的鼓励。他从大一一开始创业，组织过礼仪模特兼职，运营过阿里巴巴-淘点点、口碑、阿里旅行城市服务商，之后又被文化产业的魅力所吸引，开始承接设计类、活动类项目。

在同一片蓝天下的另一个角落，葛晨野也在为他的创业计划做着积累。

2010年，设计专业毕业的葛晨野，在雅戈尔、万科等大企业做营销策划，在工作期间跑遍了整个华东地区，把一个在全校师生面前发言都会紧张到腿抖的男生逼成了业务精英。职场上的残酷历练，无疑大幅度提升了他的谈判能力与判断能力。

从大公司辞职后，葛晨野蹲在杭州的出租屋里试着折腾电商服务项目，却无心插柳，在红红火火的杭城电商环境中，看到了“眼球经济”的未来。2015年，葛晨野决定创业建立文化创意设计公司，与曾经有过业务合作的孙良勇走到了一起，共同创立意佳团队。

创业路上，合伙人的重要性不言而喻。

“人与人走到一起，要一条腿走路。在三观和对事情的看法上基本同频，想法默契，思想一条心，不为了妥协而妥协，而是要在彼此尊重基础上的互相磨合。”孙良勇说。

创业初期，公司主营企业VI打造、品牌升级包装、文化氛围系统建设以及承接各类活动，而靠甲方“吃饭”的乙方，常要面临业务断层的巨大考验。

“整体市场行情不好的时候，或是天气最热的时候，通常很难接到业务。但即便没有业务，公司也要养人，也要发展。”孙良勇还记得团队刚成立之初，他投入了几乎所有积蓄租用办公室，又遇业务寒冬，穷得吃了许久的泡面。

创业路不好走，两人磕磕绊绊，扶持前进。就像马云曾经卖义乌小商品补贴公司运营一样，葛晨野白天上班，晚上创业，用上班挣的钱支持创业，每天还承受着害怕失败带来的巨大压力。他说：“我不担心亏钱，担心做了那么多、投入那么多却没法对自己和团队做交代。无论如何，都想求一个结果。”

从成立之初仅3人的团队，到如今拥有25位员工的意佳文化传媒有限公司，公司的组织架构也更加成熟完善。去年11月，意佳负责执行于杭州举办的国际展望大会。大型活动的成功承接，亦体现了团队逐渐壮大的实力，但乙方公司天然受限的条件使得孙良勇与葛晨野不甘现状，寻求突破。

2

突破瓶颈， 从乙方到甲方

“五彩斑斓的黑色”，“字要大、要显眼”，“说不上来哪里不对但就觉得不行”……这些常在網上被调侃的“甲方金句”虽然带点夸张的成分，但也基本属实。

众所周知，设计是不能被标准化的，而在长期合作的过程中，意佳团队已经能够摸准客户的个人偏好和喜好，至少，想要单纯讨好对方并不困难。但限制乙方公司发展的，不仅是永远被动的“地位”，还有难以突破的利润空间。“传统服务业竞争激烈，初创公司很难拿到头部资源，且商业模式简单，业务量不稳定，市场价格战消耗严重，使得大家都非常疲惫。”孙良勇坦言，“乙方公司一路发展，无非承接更多的业务，靠招更多的人来堆砌执行实力。而且在这个过程中，团队虽然很忙很累，但收入却不高。”

今年8月，寻求转型突破的意佳遇上了“宁波小知”。

2018年，郑栅洁书记在首届世界“宁波帮·帮宁波”发展大会上用知行合一、知难而进、知书达理和知恩图报这四个“知”描绘了宁波人群像。“四知”既体现了以“宁波帮”人士为代表的宁波人的气质，也是“宁波帮”精神的主要内涵。

2019年1月，甬城求“知”·中国（宁波）特色文化产业博览会吉祥物征集大赛启动，主办方为宁波文博会推出“宁波小知”创意形象，更生动地向海内外观众展示宁波形象。

“小知”形象诞生后，全市上下也在不断挖掘其价值。机缘巧合下，相关部门委托意佳团队为“小知”做一款茶产品。

“在全民文创的环境下，我们相信玩法不止这些。”除了包装设计，意佳团队还凑到一起为“小知”主题策划了许多可延展性的项目，主动进行了其他衍生品的开发。今年8月，首次举办的“地铁展”也将团队的名声一炮打响。

“创意宁波地铁展”举办期间，以“宁波小知”为设计灵感的一系列文创新品亮相鼓楼、樱花公园、海晏北路、福庆北路四个地铁站，共有近25家企业参展，不但成为了一道宁波的新风景线，也将每日10多万的地铁人流量转换成了有形的价值。活动后，也有不少机构主动上门寻求合作。

最终，意佳团队不但围绕“四知精神”打造了“知茶”等城市伴手礼，还拿下了IP授权。目前，“宁波小知”相关创意设计作品已有30款。

“珍惜机会，将‘小事’放大，主动创造更多可能性，是我们成功的经验。”孙良勇总结道。

