

城市文化IP体系架构研究

——基于全要素、全媒体、全产业链发展模式

王玥 欧芷君 陈德伟

珠海科技学院

DOI:10.12238/ej.v7i11.2046

[摘要] 文化型城市化是当下城市发展的重要战略,城市发展的异军突起由城市文化的特殊性决定,而城市文化的重要表征就是文化IP。文化IP的构建根基在于“文化特色、经济特色、自然风貌特色”的有机融合与凝练,它深植于城市独有的历史脉络、社会群体结构、自然地理优势及产业布局之中。城市文化不再是静态文化,而是以信息媒体、物质空间、精神体验等要素共同叠加的动态内容,以全要素、全媒体、全产业链相结合的发展模式,构建城市文化IP,是城市发展的关键所在。

[关键词] 全要素; 全媒体; 全产业链; 城市文化IP

中图分类号: TP316.5 **文献标识码:** A

Research on the Architecture of Urban Cultural IP System

——Based on the development model of all elements, all media, and all industry chain

Yue Wang Zhijun Ou Dewei Chen

Zhuhai College of Science and Technology

[Abstract] Cultural urbanization is a vital strategy in contemporary urban development. The remarkable rise of urban development is determined by the uniqueness of urban culture, with cultural IP being a significant manifestation of this culture. The construction of cultural IP is fundamentally based on the organic integration of "cultural characteristics, economic characteristics, and natural landscape characteristics." It is deeply embedded in the city's unique historical context, social group structure, natural geographic advantages, and industrial layout. By showcasing the forms of mainstream urban culture and its diverse expressions, the comprehensive and distinctive nature of a city's holistic development is highlighted. Urban culture is no longer static but has evolved into dynamic content composed of information media, physical spaces, and spiritual experiences. The development model that integrates all factors, omnimedia, and the entire industrial chain to construct urban cultural IP is essential to urban development.

[Key word] All Factors; Omnimedia; Entire Industrial Chain; Urban Cultural IP

前言

本文将探讨文化IP体系架构在全媒体、全要素和全产业链背景下的发展趋势与策略。探索文化IP在增强城市综合竞争力、推动可持续发展中的关键作用,为未来城市文化产业发展提供新的理论和实践指导。

1 文化IP体系架构的研究背景与意义

1.1 研究背景

文化是国家和民族的灵魂,文化兴则国运兴,文化强则民族强。党的二十大报告明确提出,意识形态工作是为国家立心、为民族立魂的工作^[1]。文化产业的发展对当前我国所推进的“文

化导向型城市化”战略起到了举足轻重的支撑与推动作用,深刻影响着这一进程的走向与发展。其在城市空间内的集聚态势持续扩张,对城市经济发展的贡献度日益凸显,成为推动经济增长的重要力量。而促进城市文化发展的核心要素是文化IP的设置,文化IP因具有特色及意向性因而具备较高传播力。

2015年,联合国教科文组织推出了首个全球文化创意产业发展报告——《文化时代——首张文化创意产业全球地图》,确立了文化创意产业的文化与社会价值,得到了全球的关注与认可^[2]。借助IP授权策略及线上线下深度融合的协同效应,各大金融业务板块实现了紧密无间的协作,共同构建并驱动了覆盖

全产业链的开发与运营体系。在欧洲，文化IP产业被冠以“创意产业”之名，通过深入挖掘传统文化富矿，促进该产业结构的精细化调整与高级化升级，进而实现文化的经济潜能最大化。

在国内，城市的文化产业蓬勃发展，已成为推动城市全面进步的重要引擎，为城市的繁荣与发展注入了强劲动力。在文旅产业迅猛发展、竞争激烈的当下，深度挖掘、整合城市潜在的文化资源，创建具有品牌价值、产业价值、文化价值的高质量文化IP，讲好城市故事，是当今城市在激烈竞争格局中谋求发展的核心策略与必然之路。

1.2 研究意义

①树立城乡文化自信——随着“文化兴国”的提出，文化产业蓬勃发展，传统文化创造转化与创新发展最重要的方式之一，也是激活“非物质文化遗产”活态传承的重要路径之一。

②强化区域业态耦合——城市在血脉、地理、历史和文化遗产上紧密相连，地缘优势、旅游资源互补性强的地区通过某种制度安排，实现旅游市场的互相开放、资源要素自由流动和旅游服务标准一体化等，从而达到共赢的局面^[3]。

③赋能城乡发展动力——在城乡一体化发展的框架下，城市的文化资源应充分发挥其集聚效应，广泛整合区域内既有资源，借助文化的深度挖掘、创新重构与生动再现，激发城乡各类要素资源的内在价值，实现其增值与升级，打造文旅产业发展的新策略。

④促进产业多元互动——创造大产业体系，借助文化对旅游的驱动力，我们能够将文化资源转化为文旅产业的活力源泉，在文化创意的强劲引领下，服务业作为核心驱动力，携手其他关联产业，共同构筑起一个相互渗透、相互促进的生态系统，其中服务业与文化创意深度融合，彼此激发创新活力，共同推动产业结构的优化升级。

⑤融合数字经济发展——“新文创”旨在不断打造具有影响力的中国传统文化符号，通过倡导文化与科技的融合创新、文化价值与产业价值相互赋能，从而引导社会价值观走向、创造社会新价值。人工智能技术、虚拟现实技术、数字化技术等技术的出现，拓展了全方位的增值渠道，缓解并改变了诸多传统文化IP面临的创新难、保护传承难、无法适应当下的社会文化环境等困境^[4]。

2 文化IP体系架构发展趋势

2.1 全媒体“网红”语境下城市文化IP的建设

随着新媒体浪潮的迅猛推进，网红现象蔚然成风。当前，学术界对于“网红”这一概念尚未形成共识性的界定。

关于网红的概念，目前学界尚无统一论，通俗意义上讲，是指某人或某事短时间内在网上迅速引发关注，并收获大量粉丝。网红不局限于个人，而是演变成为一种新型的消费符号^[5]。网红代表着新媒体时代的文化标签及流量吸引，加快了文化的传播与发展。

新媒体技术的广泛应用极大地拓宽了城市形象传播的途径，通过多元化、普及化及视觉化的视角，为城市形象传播注入了创

新思路与活力。因而，需要充分利用全媒体时代的传播特点，鲜明展现城市文化要素，从物质空间层面到文创类型特色消费品，构建符号意义，使得这些特色符号对城市产生符号建构与意义延伸。

由此得出，全媒体时代，城市文化IP构建需要以下三要素：

(1)文化基因的挖掘、符号的设定；(2)媒体的传播与价值的设定；(3)受众的获取与意义的设定；

2.2 全要素文化基因模式文化IP的框架

对市域范围内的历史文化、人文要素、资源环境、非物质文化遗产、饮食特色等进行全要素分析与归纳、将本土文化价值最大的载体进行梳理与分类，借鉴成功的文化IP的经验，挖掘本土文化基因，打造立足于本土特色的全要素文化IP系统。对城市文化全要素进行甄别，优中选优。

同时，在萃取城市文化IP核心价值过程中，我们聚焦于三个核心维度进行深入剖析与提炼。首要考量的是专属性，它着重凸显独特性，力求达到“独树一帜，优中更优”的境界；紧随其后的是导向性，其核心目标在于引导游客心驰神往，前往那些独具魅力的目的地；最后，我们强调认同性，这要求城市文化IP需蕴含深厚的文化底蕴，能够作为令人铭记的身份象征，从而在公众心中树立独特的记忆点。对于拥有深厚历史文化的城市而言，借助IP形象设计的力量，将城市的内在精髓与悠久底蕴以视觉艺术的形式生动展现，无疑是塑造城市独特名片的有效途径。

2.3 全产业链文化IP体系的开发

文化IP的价值演变轨迹，以及围绕其展开的开发策略、运营模式与传播途径的革新路径，构成了文化IP运营推广领域中的关键研究议题。

“新文创”视角下文化IP的体系构建，由建立文化IP基因数据库、搭建用户模型库、文化基因符号提取与转化、文化IP孵化路径、打造文化IP全产业链五部分构筑而成。将文化资源进行分类整合，通过建立文化IP基因数据库来确定文化IP的核心价值观，通过搭建用户模型库来确定设计目标群体^[6]。

文化体系的建构主要聚焦于以下三大核心维度：

2.3.1 设计师在创新探索传统文化资源时，应采纳新颖的文化生产理念作为指引。在探讨传统文化的精髓与价值时，需强化系统性思维的应用，以便更深刻地剖析其内涵，从而精准提炼出文化IP的核心竞争优势。此举旨在促进传统文化的深度传承与创新的融合发展，确保其在当代社会中的有效延续与活力焕发。

2.3.2 为文化IP产业的开发者提供全面的市场洞察，助力其精确锁定目标客户群体，强化用户体验，提升产品文化价值，塑造具有市场适应性与推广力的文化内容。

2.3.3 加速构建完善的文化IP体系，强化开发者对文化创意内容IP化转型的重视程度，深入发掘各类文化内容的独特属性与表现形式，进而加强对创新创意成果的有效保护与推广。

3 文化IP体系架构发展策略

3.1 文化IP基因数据库

文化基因,作为民族文化深层结构的基石,承载着文化的传承及历史风貌的核心内容,也构成了城市与城市之间的差异,这些差异构成了它们各自独特的文化景观。基于文化基因的深厚底蕴,形成系统、全面的文化资源存储体系。对城市内部适宜作为文化IP的素材进行甄选和收集,建立文化IP基因数据库。

3.2 全媒体运营下搭建用户模型库

立足于用户体验的核心理念,精心整合提取的文化IP标识元素,与用户的行为模式及个性化偏好深度交织,旨在细致剖析用户行为背后的逻辑与特性,从而实现对文化体验层次与品质的精准强化与提升。借助数据可视化的先进方法,这些企业能够细致勾勒出各类用户群体的价值观蓝图、消费倾向及生活形态轮廓,进而打造出更加精准、专业且立体化的用户画像集合库,为决策提供坚实的数据支撑。

3.3 文化基因符号提取与转化

从收集的文化IP基因数据库中提取文化基因并借助丰富的表现手法进行符号化的提取与呈现。以一种意象化的方式美学精华及造物哲学的智慧结晶。通过运用多重表现手法,将文化基因进行意象上的提取与重构,使其具有文化标识性,并遵循当下审美趋势,深入演绎具有文化标签的资源。最终塑造出既承古又启今、独具魅力的文化IP形象。

3.4 文化IP孵化路径

文化IP的孵化路径依托于跨领域、多主体及广泛跨界合作的联合衍生模式,实现了IP价值的多元化变现与持续增长。跨界融合作为一种创新策略,旨在拓宽用户信息接收的多元渠道,通过提升用户与文化内容的互动频次与深度,有效挖掘并吸引潜在用户群体,进而推动文化IP的多元化孵化与繁荣发展。

3.5 全要素体系下文化IP全产业链

在构建健全的文化IP全产业链体系过程中,关键在于激发城市文化要素与产业产生耦合作用,充分挖掘城市自然资源、历史文化资源、物质与非物质文化资源、特色建筑、特色美食、历史名人、神话传说、诗词歌赋等资源,形成以文化IP为核心的产业链模式,激发城市文化产业、数字产业等第三产业项目与一产、二产之间形成全产业模式。将文化IP与数字化平台深度融合,借助新兴技术的强劲动力,采取跨领域协作的战略路径,同时加固品牌保护机制,旨在全面构建文化IP的闭环式全产业链生态体系,实现其价值的最大化与可持续发展,开发主体深度挖掘并整合文化资源。



图一 文化体系IP构架图(作者自绘)

4 结语

基于城市发展条件,基于文化IP的发展模式及发展价值,建立全要素、全媒体、全产业链模式下城市构建文化IP基因数据库是一项系统工程,它涵盖了用户模型库的精心构建、文化基因符号的精准提取与创造性转化,以及文化IP孵化路径的清晰规划,旨在全方位推动并实现文化IP的深度开发与成功打造。整合政府及研发企业、投资企业、媒体及民间力量,共同打造具有推广性、渗透性、体验性、文化性的城市文化IP形象。

以全要素挖掘旅游资源-优化资源组合, 重塑城市品牌

以全产业链创造旅游产品-促使产业增值, 增强核心竞争力

以全媒体强化旅游营销-增加产品渠道, 拓展客源市场

图二 全要素、全产业链、全媒体模式下城市文化IP体系架构(作者自绘)

以全要素体系下文化IP基因库作为研究对象,借助全媒体信息传播手段,我们针对文化基因库中的丰富内容,采取多元化、跨领域的文化IP孵化策略,进行深度符号提取与创意转化,旨在为城市构建起一个覆盖全产业链的文化IP生态系统。

[基金项目]

2023年珠海市哲学社会科学规划项目项目立项编号:2023GJ136;广东省教育厅2023年度广东省普通高校青年创新人才类项目,2023WQNCX122。

[参考文献]

- [1]周建新,吴美英.习近平文化思想:引领文化产业高质量发展的理论基础与行动指南[J].特区实践与理论,2023,(06):5-11.
- [2]刘潇,周欣越.基于新文创视角的文化IP体系构建[J].包装工程,2022,43(10):183-189.
- [3]李颜.珠海澳门旅游一体化的经济学分析[J].商场现代化,2016,(01):148-151.
- [4]解学芳,张佳琪.技术赋能:新文创产业数字化与智能化变革[J].出版广角,2019,(12):9-13.
- [5]郑洁,姒晓霞.全媒体时代网红城市形象传播研究——以长沙市为例[J].中国报业,2023,(02):10-11.
- [6]刘潇,周欣越.基于新文创视角的文化IP体系构建[J].包装工程,2022,43(10):183-189.

作者简介:

王玥(1984—),女,汉族,吉林省长春市人,硕士研究生,高级城乡规划师,研究方向:城市设计、城市更新。