

《十万个冷笑话》《甄嬛传》《芈月传》《蜀山战纪之剑侠传奇》
《捉妖记》《仙剑奇侠传》等超级IP影游漫文联动之道

国内著名游戏制作人、仙剑主创王世颖力作

INTELLECTUAL
PROPERTY

引爆IP

影游漫文超级IP打造之道

王世颖 著

寇晓伟 王鸿冀 韩志海 吴奇隆 宋 炜
沈浩波 蒋 涛 董志凌 孙 渣 楚云帆

赞赏推荐



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

引爆IP

影游漫文超级IP打造之道

INTELLECTUAL PROPERTY

王世颖 著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

引爆IP : 影游漫文超级IP打造之道 / 王世颖著. —
北京 : 人民邮电出版社, 2016. 5
ISBN 978-7-115-42108-1

I. ①引… II. ①王… III. ①游戏—产业—研究—中
国 IV. ①G898

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第061325号

-
- ◆ 著 王世颖
责任编辑 恭竟平
责任印制 周昇亮
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
固安县铭成印刷有限公司印刷
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
印张: 14.25 2016 年 5 月第 1 版
字数: 225 千字 2016 年 5 月河北第 1 次印刷
-

定价: 69.80 元

读者服务热线: (010)81055296 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

创建一个沉浸与感动的虚拟世界

在 1979 年发行的 RPG 游戏《Temple of Apshai》的说明书里，有这样一段话，描述了自己所面向的玩家是怎样的群体。

“你是不是在《格林童话》《白雪公主》《红皮童话书》《飞侠哥顿》《三个火枪手》《圆桌骑士》，或者《巴格达大盗》这些作品的陪伴下长大的？你是否读过《指环王》《奥伯伦巨虫》《不完善的巫师》或者《征服者》？你是否期望过可以和赛拉诺或者达尼昂比剑，或者站在他们身边在黎明的曙光下等待着红衣主教的卫士。有没有想过你会如何对付蛇发女怪、海龙、鹿厅的毁灭，或是那和人一样行走的公牛怪？有没有想过与辛巴达或者铁血船长一起，在启明星的指引下航行到世界尽头？……如果对这些任何一个问题你的答案是‘是的’，你就是一个角色扮演游戏玩家，或者你应该是。”

我们是角色扮演游戏玩家吗？我想都是。我们会沉浸在游戏所构建的虚拟世界中，扮演着生活中所无法企及的人物甚至仙魔鬼怪，体验在另外一个世界中的恩怨情仇。在《仙剑奇侠传》中，我们会为李逍遥与灵儿、月如的情感纠葛与各自的命运而唏嘘；在《云和山的彼端》中，我们会为赛特在追寻的过程中所经历的东西方历史事件和不同人物的命运而感叹；在《皇家骑士团 2》中，我们甚至会面临是否屠村的选择——与《魔兽争霸 3》中王子阿尔萨斯所面临的抉择一样。在策略游戏上，我们是成千上万的军队的指挥官；而在《魔兽世界》《无尽的任务》等网络游戏中，我们又可以选择扮演不同的种族与人物，参与另一片世界中的重大事件与进程……游戏的魅力，尽在于此。

曾几何时，国内的游戏开发者也以创建一个能够让玩家沉浸与感动的虚拟世界为目标，创造了一些让玩家们有着深刻记忆或感动的游戏，即便在网络游戏时代也有很多让玩家们无限回味的作品。不过在近些年，我们最常听到的一个词就是 IP，所代表的则是文学、影视、游戏等作品的知识产权所带来的价值，而在这背后，游戏开发者们普遍不再在创造属于自己的游戏世界而努力，而是借助一个有着天然巨大影响力的世界吸引玩家：和路飞一起寻找海贼王的宝藏，与鸣人一同为着成为火影的目标而努力，或者是让《仙剑奇侠传》历代的人气角色们凑在一起战斗……

这种借助 IP 的影响而进行游戏开发的思路大行其道，好处自然是让这些文学、影视、经典游戏 IP 的爱好者们的情怀得以悬系，但是也产生了大量粗制滥造的游戏，背后则是游戏自身创造力的缺失。IP 自然是好工具，但是应该在保证品质的前提下让其成为影响更多玩家的助力，而不应该成为单纯的兴奋剂——药效过后，便让人觉得百无聊赖了。

本书正是王世颖老师用多年的游戏开发与 IP 打造、经营的经验来告诉大家如何用正确的姿势开发和经营 IP，以及隐藏在 IP 背后的游戏商业逻辑。对于游戏而言，IP 仅仅是一部分，如果不能了解产业的发展、用户的需求以及游戏本身的艺术、设计方法，那么也无法有效利用 IP 本身所能带来的巨大效力，而这些在本书中也有精彩的论述。

楚云帆

游戏行业资深媒体人

前新浪游戏主编



IP 是文化产业融合的催化剂

这本书，是我近两年来工作的总结和思考，而这种思考，建立在我近 20 年游戏行业从业经验的基础之上。太阳底下没有新鲜事，很多变化都可以在历史的轮回中找到痕迹，而历史的过往，又能为预测将来提供一些线索。

这两年的游戏行业，和之前三十几年唯一的不同就是，它变化太快了，快得让我们来不及反应。我们必须一边全力奔跑，去追赶行业的脚步，一边思考，下一个增长点在哪里？一个潮流，从萌芽到成长，再到开花结果，直至被下一波浪潮淹没，整个生命周期都不到一年的时间，从大发行到游戏出海，从通用 SDK 到 H5 游戏，都是如此，火的时候一拥而上，半年之后纷纷铩羽而归，只剩下几家还在坚持。而这个潮来潮去的轮回中，我们发现唯一不变的是 IP，它一直都在，而且越来越重要，从前几年的三国、西游公版 IP 最吸量；到影视、动漫、网文 IP 热潮；再到端游 IP 霸榜……小热点在变化，但是大趋势却没有变，IP 越来越重要。

手机游戏不仅给游戏产业带来了变革，更搅动了整个文化娱乐产业。手机游戏让游戏的用户群从小众走向公众，和文化产业其他领域的用户群逐渐重合，带动了泛娱乐的进一步深化。在这个过程中，手机游戏因其高增长率、高产值、高活跃度和长生命周期，扮演了举足轻重的作用。

这场变革对于整个文化产业都是一场全新的挑战，每个身处其中的企业，都要迅速伸出自己的触角，扩大自己的外延，才能在新的竞争格局中立于不败之地。游戏、影视、

动漫、文学、音乐……以 IP 为轴心，相互之间融合渗透，形成一个统一的整体。这就要求每个文化产业从业人员，不仅要精通自己身处的领域，还要站在更高的视角去了解相关的领域。

说到 IP 合作，我在 2000 年开发的 PC 单机游戏《情人节·不见不散》应该算是开启了游戏业 IP 合作的先河。我参与的《仙剑奇侠传三》也曾被改编为热播电视连续剧和舞台剧。我自己在游戏行业深耕的同时，也出版了《仙剑前传之臣心似水》和《杏花如梦作梅花》两部小说，也算是在泛娱乐领域实践颇丰。

这本书的问世，首先要感谢这个时代，让游戏成为主流文化娱乐方式，这在 20 年前我刚入行的时候，是难以想象的。还应该感谢我在从事发行工作一年期间，所有跟我有过深度沟通的近 500 个手游 CP，思想的碰撞催生了我对产业、对产品的深层思考。还要感谢我做公关工作一年期间，就媒体合作、IP 合作、商务合作以及资本合作方面跟有所交流和各个领域的资深人士，影视业的、动漫业的、文学出版业的，大家互通有无，彼此加深了解。还要感谢为这本书撰写推荐和撰写序言的各行各业的大佬们。更要感谢我所供职的蓝港互动集团董事长兼 CEO 王峰和总裁廖明香，以及蓝港互动集团的所有小伙伴们。

最后，隆重感谢在各个社交平台上，跟我交流过的各个社交圈的朋友们，虽然你们粉的东西有些我并不太懂，但是你们构成了我的多彩的世界。尤其是新浪网友 @ 蜜 - 糍、@ 树袋熊奇小滴 - 坚持就是胜利、@ 一只鱼很花癡、@ 王茶水儿、@ 诗雨_sS、@ 魔王真央，以及百度网友侏罗纪公园 __，为这本书提供了丰富的素材。

本书只是我在工作中的一孔之见，希望能对大家有所启发，也欢迎大家跟我探讨。

新浪微博 @ 王世颖

微信公众号“贝勒王的游戏文字”

推荐序

创建一个沉浸与感动的虚拟世界 I

自序

IP 是文化产业融合的催化剂 III

001

第一章

拥抱大 IP 时代

人人都在说 IP / 002

浅文化时代文化产品的文化内涵 / 005

文化外延决定了 IP 衍生性 / 007

各类 IP 和游戏的速配指数 / 013

IP 的 N 种卖法以及背后的逻辑 / 019

执子 IP，与子换皮 / 022

IP 的知名度、美誉度和迁移度 / 025

IP 对游戏的作用 / 029

影游联动，为什么是现在 / 032

泛娱乐，说近不近，说远不远 / 036

IP 的火爆能持续多久 / 040

IP 热的冷思考 / 043

怎么解决 IP 荒 / 046

049

第二章

如何打造超级 IP

怎样成为一个受游戏业欢迎的 IP / 050

怎样做好一款 IP 游戏 / 054

网游剧情是否依然举足轻重 / 058

营造沉浸式开发环境 / 062

用典，提升产品的文化内涵 / 065

“埋梗”与“秀梗” / 068

蹭IP，文化人的事儿，能叫偷吗 / 072

079

第三章

执子之手论用户



是谁在粉丝里划了一个圈 / 080

有粉丝的地方，就有江湖 / 087

为什么会有人给虚拟角色过生日 / 092

大R的哲学，用生命在玩游戏 / 096

滚滚玩家东逝水——“累觉不爱” / 100

抢滩二次元？你也配姓赵 / 105

女性向游戏，你真能一手掌握 / 109

蹲下来，仰望00后用户 / 114

119

第四章

登高望远看产业



人口红利还在不在 / 120

手游豹变，产业革面 / 124

用户消费习惯的再造 / 128

你是不是那只待兔的猪 / 130

永远不可越界的公序良俗 / 134

支持原创，用脚投票 / 137

素人效应和素人红利 / 141

“第二款必须死”魔咒 / 144

从棋牌到卡牌的嬗变 / 146

单机不死，只是凋零 / 152



第五章 游戏表演艺术



- 浅谈游戏中的表演 / 158
- 角色扮演与代入感 / 163
- 游戏里的那些名字 / 168
- 人没有目标，和咸鱼有什么区别 / 171
- 手游文案的7个简单技巧 / 174
- 仿佛有细语，在画面间游走 / 180
- 歌以咏志，余音绕梁 / 185
- 用有音感的方式，去描述声音 / 187
- 名可名，非常名 / 189
- 你看，你看，游戏的脸 / 195
- 怎样用卖点为游戏加分 / 200



第六章 移动设备的交互魔法



- 直接操作与间接操作 / 206
- 操作投射区与视觉死角 / 208
- 横屏游戏和竖屏游戏 / 212
- 你想点一点，还是舔一舔 / 216

第一章

拥抱大 IP 时代



01

2000 年的 Web2.0 有多热，现在——2016 年的 IP 就有多热；
2014 年前的微商有多热，现在——2016 年的 IP 就有多热。我们可以在网上找到一大批对 IP 指点江山的文章，有电影人写的，有投资人写的，也有出版人写的；有科普的，有唱衰的，还有添柴加火的；但这些都只是全豹，真正的 IP，他们只看到了其中的一部分。因为要唱好 IP 这场大戏，影视、游戏、动漫、文学，四大天王，缺一不可。而大部分高谈阔论的专家达人们，有没有玩过游戏暂且不说，更不要说做过游戏了。其实，这一次的 IP 热最初也是从游戏行业火起来的，之后才辐射到影视行业。严格意义上说，IP 这个词用在这里不够精准，但它简单，易传播，比较上口，也就这么叫开了。

笔者从事游戏行业近 20 年，曾出版过两部小说，“四大天王”的角色至少演绎过 2 种。至于影视和动漫方面，我算资深爱好者，因为工作的关系，和这 2 个领域也有过多次合作。资深也好，行业中人也好，总有些内容希望与大家分享。

人人都在说 IP

在英语中，有所谓的儿童黑话（Pig Latin），在汉语中，也有所谓的火星文、脑残体和各种语癖。人们创造出一种在小范围内流行的语言表达方式，去体现圈层感，将“我们”和“他们”，“自己人”和“外人”，“内行”和“外行”区隔开来。

职场当中也不能免俗，从民国时期的洋行开始，中文夹杂洋文的表述便已经很流行，近年来，在大大小小的外企中，各种首字母缩略词又大行其道。

“王姐，你那个 WTRL 项目进展得怎样了？”

“该去找 DTGZ 研究院董主任审核了。”

“耽误参加 CJ 吗？”

“不耽误，今天提交上去，明天审核结果就能下来。”

这样的对话，听起来狂炫酷拽，既能让送水员、清洁工一头雾水，不至于泄露公司机密；又能让职场新人敬仰钦佩，衬托出自己是公司的元老或主力。于是，职场精英之间的交流就越来越爱用一般人听不懂的缩略词了。

进入手机游戏（简称手游）行业，第一个缩略词拦路虎就是 CP。CP 是什么？不仅圈外人搞不明白，就连做过多年端游、页游的老资格，刚一进来也会发蒙。

“我觉得这家 CP 很不错。”

“听说成都的 CP 已经有上万家了？”

“年底会有一大批 CP 不行了，可以去抄底。”

按照“外事不决问谷歌，内事不决问百度”的原则，先搜一下看看。我们会发现第一条搜索结果是这个：“CP 是英文 Coupling 的缩写，日文为カップリング 或者カプ，表示人物配对关系。”如果你认为游戏圈那些人所说的 CP 是这个，那就大错特错了。在手游行业，CP 的意思是 Content Provider，即内容提供商。其实这个词很早就移动业务领域被提及，指的就是单纯的内容提供商。但自从游戏入侵移动领域之后，这个词的使用频率暴增，但语意却缩小了。如果一个手机游戏行业的人对你说 CP 这个词，他肯定不是要跟你成双成对，也并不泛指所有的移动内容提供商，他所说的只不过是“手机游戏开发商”而已。

第二个令人费解的缩略词是 IP。这个词的流行程度非 CP 能比，游戏圈在谈 IP，影视圈在谈 IP，出版业也在谈 IP，甚至连说相声的都在谈 IP 了……这年头你要不叨叨个 IP，你都不好意思自称文化人。那么，IP 又是什么呢？

IP 是 intellectual property 的缩写，其实就是知识产权的意思。IP 地址肯定不对，但这两年中国文化创意产业中流行的“IP”，也并不完全是传统意义上的知识产权，至少和著作权法中所说的知识产权不完全相同。那么，这个 IP 究竟指什么呢？可以说，一个游戏、一部影视剧、一本小说、一首歌曲甚至一句短语、一张画、一个造型都可以称之为 IP。

譬如，《仙剑奇侠传》这款游戏是一个 IP，而且是一个具有很高价值的超级 IP。它最初是一系列 PC 单机游戏，经过分授权之后，产生了一系列衍生品：电视剧、小说、舞台剧、网页游戏、手机游戏以及周边商品等。



图：《仙剑奇侠传》游戏 IP 的部分衍生产品。（网友 @ 蜜·釉 提供）

从某种意义上说，目前中国文化创意产业中所说的 IP，是知识产权和品牌的结合体。或者我们可以对 IP 下一个通俗易懂的定义，那就是：**凡是有内容、有一定知名度和一定粉丝群的文化产品或文化产品碎片，都是 IP。**

在文化创意产业，IP 具备以下特征。

首先 IP 是有价值的，或者说，IP 是有价格的，是可以出售和购买的。IP 持有方可以对外进行 IP 授权，收取版权费和分成。IP 购买方可以使用这个 IP，去开发、生产由这个 IP 衍生出的其他文化产品。在这个过程中，IP 持有方获得收益，而 IP 购买方则获得这个 IP 的潜在价值红利，这是一个双赢的局面。可以说，我们一旦创作出了一个具有极大商业价值的 IP，就可以通过对外授权获得收益。

其次，IP 价值是在不断变动的。有些 IP 数十年长红不衰，比如 Hello Kitty；也有些 IP 如流星一闪而逝，例如海宝和砵砵。这种变动一方面有着难以捉摸的社会心理动因，另一方面也和 IP 本身的商业运作有关。一个 IP 被授权出去，诞生了质量更高、品牌效应更轰动的衍生产品，那么这个 IP 的价值也会随之水涨船高，原生 IP 持有方会获得更

大的利益。《甄嬛传》从小说到电视剧的演变，就是最好的例子。电视剧的热播造成了小说销量的激增，小说作者从版税中获得了巨大收益。反之，如果授权出去的衍生产品品质低劣，也会极大削弱原生 IP 的美誉度，从而逐渐降低它的潜在价值，这对于原生 IP 持有方是很大的损失。

那么，IP 的潜在价值是由什么构成的呢？文化内涵和文化外延、知名度和粉丝群可以说是 IP 价值最核心的构成部分，而这两部分，都值得用 N 个章节细细分解。

浅文化时代文化产品的文化内涵

在芝加哥我们将用按钮写诗

乘机器鸟看云

自广告牌上刈燕麦，但要想铺设可笑的文化

那得到凄凉的铁路桥下

中国台湾诗人痖弦的这首《芝加哥》写于 1958 年，半个多世纪过去了，诗中描绘的“粗糙的，不识字的”城市，反倒更符合当今中国的现状。一方面，文化创意产业蓬勃发展，产值不断创造新高；另一方面，公众对于文化虽然趋之若鹜，却又浅尝辄止。这是一个泛文化时代，任何商品都试图和文化挂钩，从而提升价值感。这也是一个浅文化时代，无论是生产者还是消费者，都喜欢更浅显的文化产品。文化从来没有像今天这样，被不断锤扁、摊平，稀释从而泛滥到社会生活的各个层面。

十几年前，“漫画诸子百家”“某某说四书”等“嚼过的馒头”式古籍解读书籍开始流行。近 10 年来，“某朝那些事儿”“戏说历史”“某某讲坛”风靡一时，都标志着“浅文化时代”冲击的步伐。随着生活节奏的加快，人们越来越没有耐心静下心来去读一本古籍，更没有耐心对一部学术精品进行精读，人们希望有人能将古籍改刀加工成快餐的样式呈现给自己，让自己能够迅速吞下，并且轻易消化吸收，转化为彰显自己文化素养

的谈资。这是人们物质生活丰富后，转向对精神生活追求的必然，也是较低的社会文化水平与较高的文化产品需求碰撞的结果。

流行文化领域可以说是这种“浅文化”泛滥的重灾区。比如汉服的风靡，其实只是粉丝对古典文化的追捧与表演欲融合的产物，这个领域的商人们又推波助澜地撒上了一些民族的和传统的调料，想不燃都不行。所谓古风歌曲的流行也是一样的，唐诗宋词粉丝不爱读，又对古风古韵动心，一些天下啦、红颜啦、烟花啦看上去有点古色古香的词曲应运而生，歌者唱出“腹有诗书气自华”的自我感觉，听者也被感动得不要不要的。

浅文化的泛滥成灾，颠覆了文化本源，篡改了历史本意，影响到人们的价值观，本身就是一种不应当倡导的现象。但是，我们也应该看到，公众痴迷追逐浅文化现象的背后，投射出的是对文化的向往，对传统的回望与回归。对于游戏等流行文化产品来说，过深的文化内涵曲高和寡，必然有损经济效益。但产品没有文化内涵又是万万不能的，这会让用户认为这个产品浅薄和粗鄙，同样有损经济效益。做到深入浅出那是文化普及领域最需要做的事情，作为游戏来说，只要做到“虽然不明白你在说什么，但好像很厉害的样子”，就足以彰显你的文化内涵了，对，就是“不明觉厉”。处理好这层关系，仍是一道时代难题。

好，我们接着说 IP。

一个文化产品的文化内涵越丰富，那么这个文化产品的 IP 价值就越高。这两者呈现正相关。

请注意我这里的用词是“丰富”而不是“深厚”。前面说过，公众对于流行文化产品的需求就是“浅文化”“深厚”反而会令他们退避三舍，“浅而多”才能在他们眼中映射出繁花似锦的美轮美奂。就好比一杯水，我们把它倒进试管中，它便只有一个小小的圆形水面，而我们把它倒在大托盘中，它便能呈现一块面积很大的水面。体现 IP 价值的是这个水面，而不是水量的多寡。

如何营造出这种丰富而绚烂的文化内涵呢？简单说，就是在每个细节上做深一步。举个例子，一件普通的爆款连衣裙，在淘宝定价 88 元，但如果加上这样一些描述，就可以定价 888 元。“某某明星戛纳红毯同款”“某某大牌原厂尾单”“真丝棉混纺特供



面料”“定位印花”“手工钉珠刺绣”“爱尔兰手工编织蕾丝”“印有 Logo 的贝壳纽扣”“某某品牌高端金属标”。至于这一切是不是真的出类拔萃不重要，重要的是这些描述让买家关注到一些设计细节，并且了解到这些细节背后的内涵。只要加入这样一点点深层的内容，就可以极大提升商品的品质感……至于对应到游戏中具体该怎么做，后面的章节会有详细描述，这里只谈 IP。

一款武侠或仙侠游戏，有诗词，有典故，有考据，有历史人物，场景细节有依据，建筑设计有所本，人物对白略带旁征博引，服装服饰细节有依据……这一盘浅文化大餐已经足够丰盛。一款射击游戏，枪械外观细节高度还原，性能优劣基本符合事实，人物持枪动作真实可信，子弹等消耗品定价符合常理，弹道、爆破、后坐力等物理效果有一定还原……这已经甩出大多数胡编乱造的射击游戏好几条街了。

就如同什么样的男生对女生最有吸引力？博学多才是很重要的一个方面。请注意“博学多才”这 4 个字中的“博”和“多”，其实已经很形象地说明了浅文化的重要性。一个什么都懂一点的男生，和一个除了数学之外什么都不懂的数学天才（换成其他学科也一样），哪一个对女生更有吸引力是显而易见的。

一个“博学多才”的产品，就是一个具有丰富文化内涵的产品，也就是一个高 IP 价值的产品。

文化外延决定了 IP 衍生性

这两年，在 IP 市场上，游戏行业一直在充当疯狂购买者的角色。不仅国内一线大神的网络文学 IP 已经被一网打尽，就连日本知名动漫 IP 也被搜罗得七七八八，那种狂热的战斗力，堪比香榭丽舍大街奢侈品店中扫货的中国大婶。同时，游戏行业也是个 IP 输出者，目前，已经有不少游戏被改编成影视剧，也有不少游戏出了衍生小说、动漫产品，其中还有相当一部分品质优良的产品，也取得了良好的市场效果。这种 IP 势能的