



特色小镇文库

CULTURAL  
TOURISM  
INTELLECTUAL  
PROPERTY

# 文旅IP

特色小镇

IP化运营策略与落地

陈 琼 / 著



以“特色为目的，文化为先导，区位为根基，创新为前提，融合为核心，科技为依托，金融为翅膀”打造新经济时代的特色小镇。



经济管理出版社

ECONOMIC & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



特色小镇文库

CULTURAL  
TOURISM  
INTELLECTUAL  
PROPERTY

# 文旅IP

特色小镇

IP化运营策略与落地

陈 琼 / 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

## 图书在版编目(CIP)数据

文旅IP——特色小镇IP化运营策略与落地/陈琼著.—北京：经济管理出版社，2018.5

ISBN 978-7-5096-5801-7

I . ①文… II . ①陈… III. ①乡镇—旅游业—网络营销—研究 IV. ①F590.8  
中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第103897号

组稿编辑：张莉琼

责任编辑：张 艳 张莉琼

责任印制：黄章平

责任校对：张晓燕

出版发行：经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦A座11层 100038)

网 址：[www.E-mp.com.cn](http://www.E-mp.com.cn)

电 话：(010)51915602

印 刷：北京晨旭印刷厂

经 销：新华书店

开 本：720mm×1000mm/16

印 张：14.5

字 数：165千字

版 次：2018年10月第1版 2018年10月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5096-5801-7

定 价：48.00元

•版权所有 翻印必究•

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。

联系地址：北京阜外月坛北小街2号

电话：(010)68022974 邮编：100836



## 前 言

特色小镇并不是一个行政意义上的城镇，而是一个大城市内部或周边的、在空间上相对独立发展的、具有特色产业导向和居住生活功能的项目集合体。比如乌镇以及日本的熊本县等富有特色的旅游小镇，形成了“特色民宿游、工业观光游、智慧安防体验游”三位一体的专属旅游体验区。

以上这些规划合理、各具特色的小镇建设案例，都属于特色小镇IP化运营的典范和案例，我们将在本书中进行分析和探讨。

特色小镇是我国经济发展进入新常态、大力推进新型城镇化背景下的新举措和新模式。本书既有特色小镇建设的宏观理论研究，也有具体的特色小镇典型案例，将具体案例融合到理论中，具有很强的可读性，对行业人士操作和研究特色小镇具有较大的借鉴意义。

建设特色小镇需要考虑六个方面：一是如何选址并进行充分的区位优势运用；二是如何鉴定特色及做好特色定位；三是建设资金的来源及使用期限；四是如何以文化为基石进行多元化融合和创新；五是如何打造最具特色的城市名片；六是如何有效做好合理布局及后期运营。

特色小镇的策划需要有综合能力思维的人，选址很重要，若地址已定，需要以所规划好的区域为基本做好SWOT分析，深度思考其区位特点、人文特点、文博特点，然后做好特色定位，再以已定的主要特色基调为标准，结合民生趋势、产业需求、时代特色、消费热点及当地实际，并运用3D科技、建筑艺术、园林艺术、雕塑艺术进行综合的规划设计和布局，创造



出与众不同、独具特色又具有增添城市名片魅力功效及强大运作落地性的方案，千万不能做千篇一律的小镇。此外，结合政策优势有效帮助政府沉淀城市价值及城市招商魅力，最终快速实现多赢价值。

针对以上六个方面，除了要有合理的规划和设计外，还需要解决两个关键性问题：一是小镇“特色”如何鉴定？二是建设资金从哪里来？

第一，特色小镇是中国经济转型升级的一个新亮点。从国家经济发展模式上看，靠投资、出口、消费“三驾马车”驱动的传统模式已经被证明逐渐失去效用，是时候需要一些创新的思路和模式了。特色小镇在这个时期提出，便被赋予了新的内涵，它对中国传统文化产业的创新创造、对国家城镇化发展思路、对中国城市人群生活方式的品质提升、对传统房地产行业的转型升级、对中国社会资本的投资导向等，都具有历史和现实意义。

第二，特色小镇将会发展成为一个朝阳产业。一个产业能否快速成长需要两个要素：一个是政府倡导和支持，另一个是社会资本在政府政策引导下的投资方向。这两个要素的叠加，将会促进一个产业在某一时期的快速成长，在我国，这种效应在近些年被不断证实。另外，我国土地面积广、民族多、文化多元，因此我国的区域性文化资源非常丰富，这也给特色小镇作为一个产业的兴起和发展注入了天然活力。

第三，特色小镇的发展模式至关重要。作为一个新兴产业，其发展模式是这个产业在未来3~5年能否兴起并步入正轨的关键成长要素。比如，如何梳理特色小镇的外部发展环境和本地特色资源，并清晰界定特色小镇的发展方向（定位）；如何构建特色小镇的顶层架构以解决市场化运作问题，如何使政府与社会资本以及小镇运营主体在核心诉求上相互协调



一致，如何思考长期发展以解决小镇可持续性的问题等，都是特色小镇在规划、建设、成长、发展过程中必须考虑的问题。

第四，任何一个新型项目的诞生和发展，都离不开资本的助推，产融互动是特色小镇成长的必由之路。而特色小镇的房地产属性，注定了其重资产特征，这就更需要用新的思维方式来系统思考如何融资的问题。可以说，在特色小镇的成功要素“功能定位、运营模式、资本、治理结构”四个维度当中，资本要素是特色小镇能否成功的基础要素，同时也是未来特色小镇能否持续发展的核心要素。

基于这几个方面的考虑，本书在前几章梳理和分析了文旅IP如何策划、开发以及可行的架构路径，在后几章主要分析了特色小镇的经营管理、金融资本运作。

美丽、健康、文化、体育、艺术、民俗、特色永远是文旅不离的内容。如何在文旅小镇中植入合适的传统养生产业、科技健康产业及综合性产业也是推动小镇持续发展的至关重要的影响因素。

文化产业的创新，是通过与旅游、体育、信息、物流、建筑等相关产业的跨界融合，经过加强交流，达成共识，最终让创意变成现实。文化产业的跨界融合就是落实“文化+”战略，“文化+”使文化更加自觉、主动地向经济社会各领域渗透，其核心是赋予事物活的文化内核、文化属性、文化精神、文化活力、文旅IP——特色小镇IP化运营策略与落地化形态和文化价值，为事物植入文化的基因。

所以，无论是影视、游戏等都需要有参与，文化旅游同样需要打造IP。在中国，IP超越了“知识版权”的本义，成为一个概念。比如，一个故事、一个形象、一个商业入口、一个标志性的产业、一种特色的文化形



态等，均可演变成独有的IP。

而“文化+旅游”既可以是一个故事、一个形象，也可以是一个无形的创意，运用得好，就能打造一个超级文旅IP，建造一个“特别”的特色小镇。

本书在编写过程中，借鉴了很多前辈与同行的观点和思路，希望能给有志于文旅IP的开创者、创业者以及经营者一些指导，希望更多的旅游小镇能借助资本的力量，成为真正的特色小镇。



# 目 录

## 引 言 / 1

### 第一章 文化旅游的资源及其分类 / 5

文化、文化旅游与文化旅游资源 / 6

依托项目的文化旅游资源有哪些 / 10

文化旅游三大类型：历史文化旅游、现代文化旅游、民俗文化旅游 / 13

文化旅游资源整合的现实意义、制约因素与对策 / 17

### 第二章 文旅IP化 / 21

无IP不文旅，有IP则称王 / 22

到底什么是文旅IP / 25

文旅项目超级IP的特征 / 29

如何运用IP做文旅 / 34

乌镇：中国经典的文旅IP / 38

### 第三章 文化旅游项目策划 / 41

文化旅游策划的基本原则 / 42

文旅项目策划三要素：主题与风格、景观与建设、运营与体验 / 46

文化旅游项目策划如何提取当地文化载体 / 50

文化旅游项目的设计 / 53

### 第四章 文化旅游项目开发 / 57

文化旅游开发四项基本原则（存真、做深、活化、延展） / 58

文化旅游开发的基本路径 / 61

文化旅游项目开发的工作流程 / 65

文化旅游开发中的环境保护问题探讨 / 70



## 第五章 产品IP化运作与营销 / 75

- 基于地区形象设计的产品IP化 / 76
- 与文化产业相结合的产品IP化 / 81
- 产品IP系列化开发 / 85
- 文旅IP的营销：文旅卖的是IP / 88
- IP运营成功案例：华侨城的文旅IP组合拳 / 92

## 第六章 特色小镇释放文旅商业的洪荒之力 / 97

- 特色小镇的概念及政策解读 / 98
- 文旅特色小镇的功能及类型 / 104
- 特色小镇，必有其“独特”的IP / 111
- 中国特色小镇的未来之路 / 114

## 第七章 特色小镇的文化旅游开发与规划 / 119

- 打造特色小镇的原则 / 120
- 特色小镇的综合开发架构 / 124
- 文旅特色小镇的开发要点 / 127
- 特色小镇规划须遵循的法则 / 130
- 特色小镇导入IP的两个“命门” / 135

## 第八章 特色小镇经营管理 / 139

- 经营特色小镇的内容“抓手” / 140
- 特色小镇产业圈层的构建 / 145
- 特色小镇的商业模式和盈利模式 / 150
- 特色小镇的投融资模式 / 154
- 特色小镇IP孵化的IEPCO模式 / 159

## 第九章 特色小镇IP打造的路径 / 163

- 挖掘内涵，为景区找到标识 / 164
- 找爆点吸引粉丝群体 / 169
- 寻找载体，为无形资产找到支点 / 172
- 让游客流连忘返才是小镇生存之道 / 177

第十章 “资本+文旅”，助推文化旅游产业发展 / 181
资本追逐文旅产业，全产业链形成 / 182
金融与文化旅游产业的融合 / 186
暴风以VR技术再造文旅超级IP / 190
新华联打造“地产+文旅+金融”产业链 / 193
诸暨打造“金融+文化+旅游”中国原创IP产业链 / 196

## 附录 文化旅游项目名录 / 199

一、演出类名录 / 200
二、遗址遗迹类名录 / 202
三、博物馆类名录 / 205
四、全球主题公园类名录 / 210
五、全球有名的会议展览中心 / 215

## 参考文献 / 219



## 引言

# 特色小镇真正的“特”是什么

特色小镇的首要目标是不走寻常路，打造“新、奇、特”，那么，就需要创新和独特，在文化融合下实现产城融合、康养融合、科技融合和创新融合。

首先，特色小镇的生命力在于以产业为主导的产城融合。

发达的产业是基础，没有特色产业，即使小镇景观、空间做得再好再美，迟早也会衰落。由于产业不是完全可以人为规划的，因此产城融合的特色小镇，就不是完全可以人为炮制的，而必须以本地的比较优势为基础，以本地化产业为基础来构建。我国是人口大国，制造业强国，未来这个是不能丢的。我们把产城融合视为重要的发展路径。简单地说，我们在一个区域去做特色小镇定位的时候，要分析它的原点，这个原点路径就是让我们考虑三个因素，即这个地方有什么、缺什么、要什么，然后根据这个路径去打造小镇。

产城融合的精髓，实际上在于融合。产城融合包括产和城空间上的融合，主要有四个方面的内容：产业发展和政策导向互助、产业资源和城镇资源对接、产业布局与城镇空间匹配、产业文化与城市文化交融。

特色小镇逐渐成为区域经济转型升级的重要载体。特色小镇在建设过程中一定要做到产城融合、平衡发展。“产”是灵魂，“城”是肉体，两者缺一不可。只有“产”，而缺乏稳定的消费人群，商业配套设施很难发

展起来，小镇生活就会不便利；只有“城”，没有嵌入的落地产业和文化底蕴，容易出现“鬼城”，也会出现“好山好水好寂寞”的窘境。一个成功的特色小镇，正是要“望得见山、望得见水、望得见乡愁”。在产城融合的基础上，较为完善的特色小镇有四个特点，即小而精、小而美、公共设施便捷和公 共产品服务完善。

其次，在实现了产城融合的基础上，还要兼顾未来的健康养生经济，做到康养融合。

我国已经进入并将长期处于人口老龄化时期，养老问题受到越来越多人的重视。“身体健康、心情愉快，生有所养、老有所乐”成为人们对幸福生活的基本诉求。涵盖养老、养生、医疗、物联网、文化、体育、旅游等诸多业态的康养产业已经引起国家的高度重视，开始在中国蓬勃发展，成为备受国民关注的新兴产业。

康养产业涵盖诸多业态，关联城市建设、生态环境、民风民俗、科技信息、文化教育、社会安全等众多领域，康养小镇是指以康养产业为中心形成的关联城市建设、生态环境、民风民俗、科技信息、文化教育、社会安全等行业的综合产业小镇，是人类精神文明和物质文明发展的集中体现。我国城市发展过快，“城市病”特别严重，给大城市居民生活带来了不便。但随着互联网技术的发展，给大城市以外的地方远程“智慧养老”模式已经实现。培育康养小镇能促进“智慧养老”科技的发展和应用。

最后，随着科技和人工智能的不断发展，特色小镇还要实现科技融合。

科技小镇本质上就是科技城的缩小版或者科技地产的升级版，主要体现为“综合体+社区”的产品空间组合。科技小镇的主要功能载体有三类：



一是科技产业综合体，包括智能制造基地、科技研发中心、科创服务中心、科技孵化器、科技加速器等；二是科技旅游综合体，科技主题公园、科技博览中心、科技文化创意中心等；三是城镇服务综合体，包括科技主题酒店、智能医院、智能化社区、科技人才公寓等。

从产品模型看，科技小镇呈现为“科技+文化+双创+旅游+社区”的五维范式，是一个融合产品制造、研发、科技服务的产业生态圈，一个集聚创新资本、双创人才、科学技术的资源集聚区，一个涵盖新型科技文化旅游、科技生活体验的未来消费区，一个空间社区化、引擎互动化、业态融合化的双创空间，一个安全舒适、现代化、信息化、智能化的智慧生活区。

无论是产城融合、康养融合还是科技融合，都在提倡特色小镇打造的精髓，就是需要“创新+特色”。所以，培育特色小镇需要符合以下三点：

亮点：做好特色产业，传承特色文化；

焦点：重点聚焦产、城、人文、生态相互融合；

看点：有可以看的东西和值得看的东西。



# **第一章**

**文化旅游的资源及其分类**

## 文化、文化旅游与文化旅游资源

从广义上说，文化是指人们在社会历史实践过程中所创造的物质和精神财富的总和。在这里，我们谈谈旅游文化。

旅游业的龙头是景点，一个好的景点支撑起一方旅游产业。自然景观、历史人文景观和主题乐园是旅游的三大核心产品，旅游的本质便是带给人们与日常生活和工作所不同的“感觉”，这种“感觉”一是来自人的感官，而更深层次的则来自心灵的感觉。“感觉”的第一和唯一性，将决定市场的吸引力，而这一切都和文化内涵密不可分。

历史人文景观是古人的文化遗存，也就是古人的主题公园，从那里，我们可以看到古人的艺术境界、智慧技巧和精神需求。自然景观是名山大川，那里不但有大自然的壮丽美景，也遍布了历史美妙传说和名人的足迹。现代主题公园虽然只有几十年历史，却也成功地贯穿着一条文化主线。

关于旅游文化的界定目前尚未得到统一，国内对于“旅游文化”的概念主要有以下几个观点：

旅游文化是旅游接待的社会文化和旅游客源的社会文化，借助旅游者作为媒介相互碰撞作用的过程和结果，是旅游经营者和旅游者在旅游经营服务和旅游消费中，所反映、创造出来的外在表现和观念形态的总和。

从狭义上来说，旅游文化是以旅游活动为核心而形成的文化现象和文化关系的总和。

随着社会物质多元化的发展，文化也适时调整过去较为单一的发展方式，以适应高度发展的商品经济。一方面，文化的发展可以促进一个国家社会制度的完善和发展。另一方面，它可以带动旅游经济的提升，满足不同旅客对文化多样性的需求。任何一种文化的产生，都是社会生产力水平和文化素质发展到一定水平的结果。而以旅游形式发展的过程则能够很好地体现当地文化。

在旅游进程中我们能够感受多彩多样的文化。在文化的熏陶下，促使我们不断追寻新的旅游景点。所以，文化与旅游是一种相互依存的关系，两者有机结合才能促进发展。

山川、草木、河流等自然景物是构造地球原始面貌的元素，它们在地壳运动、季节更替等一系列自然变化过程中呈现出惊人巨变的状态，形成褶皱山、断层、地堑等地理文化；宫殿、宗庙、教堂等是人们在社会发展过程中创造的建筑文化，它们体现了世界各个地区不同的宗教信仰和建筑风格。如素有“音乐之都”之称的维也纳，凭借众多著名音乐家的遗迹成为欧洲著名的文化旅游中心，这可以称为“音乐文化”。这些旅游文化丰富了人们的精神文化需求。

旅游在诞生初期便与文化有着不可磨灭的关系。一个新旅游景点的出现必定是在一定的文化背景基础上兴起的。我们喜欢一个地方，就没有理由不喜欢那个地方的文化。文化和旅游好似一对热恋中的“情人”，它们之间的关系越浓烈，个中的美好滋味就越能久存。

了解了旅游文化，我们再看什么是文化旅游。