

视听传播专业丛书

视听内容的产业链开发

Derivatives Development of Audio-Visual Art

曹 畅 编著

中国传媒大学出版社

视听传播专业丛书

视听内容的产业链开发

Derivatives Development of Audio-Visual Art

曹 畅 编著

中国传媒大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

视听内容的产业链开发 / 曹畅编著.
—北京: 中国传媒大学出版社, 2016.6
(视听传播专业丛书)
ISBN 978-7-5657-1683-6

- I. ① 视…
II. ① 曹…
III. ① 视听传播—产业链—研究—中国
IV. ① G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 080296 号

视听传播专业丛书

视听内容的产业链开发

Derivatives Development of Audio-Visual Art

编 著 者 曹 畅

策划编辑 姜颖映 司马兰

责任编辑 姜颖映 司马兰

封面设计 赵 彤

责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话 010-65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京盛旺世纪彩色印刷有限公司

开 本 710mm × 1000mm 1/16

成品尺寸 170mm × 240mm

印 张 9.5

印 次 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1683-6/G · 1683

定 价 45.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序

Foreword

随着社会的进步和经济的发展，我国视听内容产业逐渐形成了商业意识和市场意识，呈现出多元化的商业运作理念，凸显了跨界融合的时代特征和产业趋势。视听内容的商业属性，是技术和艺术相结合的综合体现，也是视听内容产业发展新格局提出的要求。商业化产品已成为视听内容产业发展的主要方向，一些规范性和策略性的发展措施已经出现。在当下的时代，新媒体占据主导地位，是以“互联网+”为发展趋势的时代，出现了适应新媒体时代发展的视听内容，发生了从IT到DT、从受众到用户等的转变。当行业之间的壁垒逐渐被打破之后，用户需求成为产业决策的依据，因此，视听内容产业链的形成与发展需要借鉴传媒产业的发展形态，也需要提升定位精准的用户意识和创新意识。这就要求新时期的视听内容创作者具备更加开放的视野和更加敏锐的头脑，能够看清市场的发展趋势、有选择倾向地对市场的诸多可能性进行分析和预判，从而把握正确的市场导向和产品价值。

目前，国产电影走向了院线和IP主导的双重发展道路，IP是新的产业形态的代表，小说、音乐、综艺节目、网络剧、漫画、游戏等都为电影提供了诸多可供改编的参照物。IP成为时代的宠儿，一个好的IP可以开发出接近全领域的好产品，IP的商业价值和产业形态呈现出可持续发展的态势。在这种情况下，IP的作用无形中被放大了，被推上了时代的风口浪尖，这就要求视听内容创作者与电影人一样，具备多元化的IP思维，注

意将某个领域的成功案例复制到内容制作与视听内容产业的发展之中，实现跨界的优势融合，从而减小行业风险，拓展行业价值。如果说 IP 是目前产业运作的前期阶段，衍生品则指向与之对应的后续产品的开发，作为产业链条运转的重要环节，两者之间的发展是相互影响、相辅相成的。

本书正是从新时期、新发展对视听内容创作者的要求出发，从热议度逐渐升温的视听内容衍生品的角度出发，通过对大量当代影视产业、电视综艺节目、流行文化、现代演艺，以及 IP 等视听内容成功与失败案例的对比分析，阐释了法律制度、资本市场、人才储备、电影模式等因素对于视听内容衍生品产业的现实意义。本书参考了大量的学术资料和数据，深入探讨了国内外电影、电视剧、综艺节目、网络游戏等衍生品的形态与发展，并对消费者心理和衍生品发展策略进行了分析，期望能够为打造较为完善和具有新意的视听内容产业链提供借鉴和参考，给“互联网+”时代视听内容产业的发展提供更多的策略构想和观念启发。

当然，新媒体时代视听内容产业链的形成与完善并非一朝一夕就可以实现，本书涉及的内容与观点也仅是冰山一角。也许，正确的道路需要经过几十年甚至更长时间的历练与磨合；也许，产业链自身展现出的创新、解体、再创新……如此的循环往复会一直持续下去。只要我们始终保持对这份事业无限的热爱和执着的信念，视听内容产业链的发展将会呈现出一个良性的、持续的全面发展形态，既顺应不同时代的需求与想象，又顺应人类固有的物质与精神的发展历程。

本书参考借鉴了大量的数据与资料，编写过程也是作者自我完善和学习的过程。对于帮助过我的人，在此一并致谢！也感谢给我提出意见的老师和同学们！在本书的编写过程中，正值我参与拍摄江苏卫视大型励志真人秀节目《前往世界尽头》和中央一套的《挑战不可能》节目，感谢在拍摄期间节目组给予我的配合和帮助！

曹 畅

目 录

CONTENTS

第一章 电影衍生品内容和产业链发展介绍	001
第一节 电影衍生品	002
第二节 国外电影衍生品产业链蓬勃发展之路	004
第三节 我国电影衍生品产业现状	017
第四节 我国电影衍生品产业发展之路荆棘密布，但前途光明	021
第二章 电视剧衍生品内容和产业链发展介绍	026
第一节 我国电视剧衍生品概述	027
第二节 我国电视剧衍生品产业链开发遭遇的尴尬与机遇	031
第三节 电视剧衍生品的开发思路和完善电视剧产业链的路径	039
第三章 综艺节目衍生品内容和产业链发展介绍	047
第一节 综艺节目衍生品的概况	048
第二节 当前热门综艺节目形态分析	058
第三节 综艺节目衍生品开发	064
第四节 综艺节目衍生品的产业链推广	071
第四章 网络游戏衍生品内容和产业链发展介绍	074
第一节 网络游戏衍生品	075
第二节 同样的衍生品，不同的命运	077
第三节 网络游戏衍生品未来将何去何从	081

第五章 大型演出衍生品内容和产业链发展介绍	084
第一节 大型演出产业概况	085
第二节 大型演出衍生品开发	092
第三节 大型演出衍生品的产业链推广	094
第六章 国外视听内容衍生品产业发展现状解析	099
第一节 美国视听内容衍生品产业的发展现状	101
第二节 视听内容衍生品产业的介绍——以《复仇者联盟2》为例	103
第七章 国外视听内容衍生品产业发展对中国的启示	110
第一节 国外视听衍生品风潮席卷下的中国	111
第二节 新时代中国视听衍生品产业的探索	115
第三节 “中西合璧”——中国视听衍生品产业发展的思考	120
第八章 视听内容衍生品产业的营销机制与消费者心理	125
第一节 国外视听内容衍生品产业营销机制与消费者心理完美契合	126
第二节 视听内容的营销机制成为衍生品产业发展的关键	127
第三节 探寻视听内容衍生品产业消费者心理	132
第四节 未来视听内容衍生品产业的发展趋势	136
参考文献	139

第一章

电影衍生品内容和产业链发展介绍

- + 第一节 电影衍生品
- + 第二节 国外电影衍生品产业链蓬勃发展之路
- + 第三节 我国电影衍生品产业现状
- + 第四节 我国电影衍生品产业发展之路荆棘密布，但前途光明

随着数字技术、网络技术和信息技术的飞速发展，视听时代趋向产业化，特征越来越清晰。在视听时代，文化事业得到了很大发展。首先，广播影视文化成为社会消费文化的主流；其次，基于信息网络技术的视听新媒体出现后，视听文化得到普及并且变得日益大众化，一切文化、传播、媒介、信息均可以“视听”作为表现形式。视听文化将在历史的长河中留下属于这个时代的印记。

视听内容是指一切与影像和听觉有关的内容。我们在这里介绍的视听内容主要以大众娱乐产业中大家比较熟悉的电影、电视剧、综艺节目、网络游戏和舞台剧大型演出为主，探讨视听内容所衍生出的产品的产业链开发。延长视听内容产业价值链，重视对视听内容产业链的开发和经营，已经成为全球视听产业运营模式的重要特征。对于“视听内容的衍生品产业”的理解有多种方式，国内外对此也有很多研究，可以肯定的是，它首先是指一切与视听内容相关的产品和收益。

第一节 电影衍生品

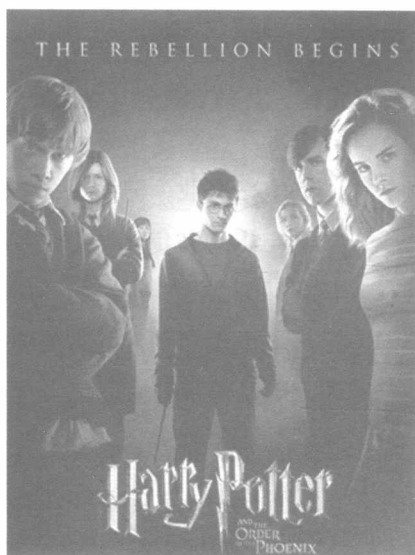
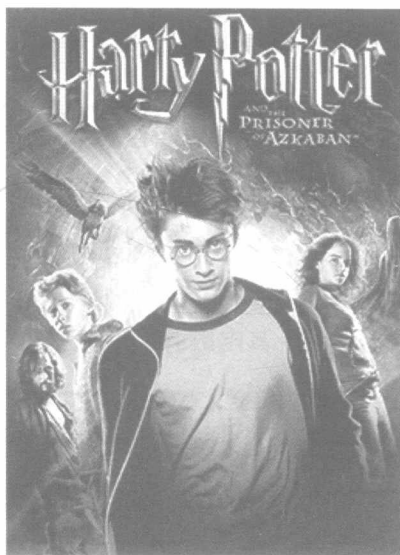
一、何为电影衍生品

电影衍生品从严格意义上来讲是属于经济范畴的词语，主要是指伴随电影的上映而推出的电影周边产品，通常包括带有电影元素的玩具、饰品、服装、音像、图书、日用品等多种商品，同时，诸如由电影改编的游戏、电影院在线下销售的其他商品、与电影有关的主题乐园等，也都被广泛地认定为电影的衍生品。

二、电影衍生品意义何在

对于传统意义上的电影产业，票房是判断一部电影投资是否成功的主要依据，电影投资者依靠票房来获取丰厚的回报，从而取得一定的经济效益。^①但随着时代的进步，电影产业竞争日益白热化，要想继续从电影产业中获取丰厚的利润，就必须开拓出新的盈利模式，而电影衍生品产业的发展也迎合了这种趋势，在当今社会，电影衍生品产生的利润已经远远超过了电影票房的利润，成为电影产业主要的利润来源。

美国电影产业获得了极大的成功，其中许多知名大片都借助电影衍生品获得了丰厚的利润。以我们熟知的“哈利·波特”系列电影为例，“哈利·波特”系列电影仅有 30% 的利润源自电影票房，其余 70% 的利润均源自电影衍生品，主要包括书籍、录像带、玩具、文具、服装、饰



（图片来自“哈利·波特”系列电影）

① 参见熊波：《新媒体时代中国电视产业发展研究》，武汉大学 2013 年硕士论文。

品等。这些电影衍生品不仅让投资者获取了丰厚的利润，同时也将“哈利·波特”系列电影做成了一种文化符号。在美国，哈利·波特被认为是一位集传统美德和坚韧品质于一身的偶像代表，是一部分美国人的精神支柱，由此可以看出，电影衍生品不仅仅创造了经济价值，更为社会创造了文化价值。^①

电影产业要寻求新的突破、取得新的发展，就要重视电影衍生品的开发，电影衍生品打破了传统电影产业的盈利模式，带给电影产业新的盈利方式；更为重要的是，电影衍生品甚至可以帮助电影筹集拍摄资金，为电影本身的运作提供强有力的支持。

第二节 国外电影衍生品产业链 蓬勃发展之路

国外电影产业起步较早，无论在经验还是技术方面都比较成熟，特别是美国的电影产业，已经是公认的世界电影产业的代表。据权威数据显示，美国电影产业创造的 GDP（国内生产总值）已占美国总 GDP 的 1%。因为有如此庞大的市场，美国电影产业才制造出了许多“大片”，美国电影产业不仅在制作等方面值得我们学习，其电影衍生品产业蓬勃发展的原因更值得我们深思。

一、《复仇者联盟 2：奥创纪元》衍生品内容丰富，合作形式广泛

《复仇者联盟 2：奥创纪元》是一部美国出品的科幻冒险电影，主要讲述的是美国强大的超级英雄拯救世界的故事，是典型的美国英雄主义电

^① 参见孙明强：《市场与规制：国产商业电影市场的实证研究》，武汉大学 2013 年硕士论文。



（图片来自电影《复仇者联盟 2：奥创纪元》）

影。该片是《复仇者联盟》的续集，在美国电影业的影响力巨大。

《复仇者联盟 2：奥创纪元》于 2015 年 5 月上映，上映一周票房已经突破 10 亿美元，成为当仁不让的美国大片。但其实早在《复仇者联盟 2：奥创纪元》上映之前，电影制作方就已经开始进行衍生品产业的开发，《复仇者联盟 2：奥创纪元》与阿里巴巴、天猫、奥迪、乐高等 40 余家企业进行了电影衍生品的产业合作，涉及玩偶、服饰、汽车等诸多领域，并取得了优秀的业绩。以汽车领域为例，《复仇者联盟 2：奥创纪元》制作公司与德国大众公司合作，打造了雷神版奥迪 TT 限量跑车和美国队长版奥迪 TT 限量跑车，该车限量发售当日就被预定完毕，《复仇者联盟 2：奥创纪元》的影迷和奥迪 TT 的车迷都渴望拥有一款如此完美的跑车，拥有限量版跑车的影迷和车迷开始了最低调的炫耀。《复仇者联盟 2：奥创纪元》除了在美国本土拥有超高人气之外，在中国也同样备受关注。自上映以来，中国多地的商家都开始进行以超级英雄偶像为主角的宣传活动，钢铁侠、浩克、美国队长等人物形象的巨型雕像随处可见。同时中国多地的迪士尼专营店也开展了相应的营销活动，限量发售《复仇者联盟 2：奥创

纪元》周边产品，部分城市购买产品的人排队超过 1,000 米。由此可见，电影衍生品的市场需求巨大。

电影衍生品不仅在外国拥有极高的人气，在我国同样受到众人追捧。



浩克绿

1.8T 200 1.8T 200

1.8T 200 1.8T 200

1.8T 200 1.8T 200

一汽-大众



2010年 4月 22日 10:00:00

限量定制 与超级英雄同辉

全新奥迪 TT 黑寡妇版将娜塔莎的美艳与冷酷演绎得淋漓尽致，由 ABT 专属定制的黑寡妇基因个性化方案，将藏在酷黑外表下的惊人爆发力——迸发。



(图片来自网易)



(图片来自百度)

在《复仇者联盟 2：奥创纪元》电影衍生品市场获得成功的背后，我们更应该关注其衍生品的 IP 战略，所谓 IP，即英文“intellectual property”的缩写，直译为“知识产权”。《复仇者联盟 2：奥创纪元》是一部典型的迪士尼 IP 电影，按照迪士尼重要的 IP 战略，迪士尼将该片中的诸多英雄形象 IP 化，不仅仅生产有英雄形象的玩偶、服饰、饰品等简单的电影衍生品，更将诸多英雄形象打造成风靡一时的文化符号，使角色本身更具魅力，以这种角色魅力吸引更多人群的关注，从而在电影衍生品产业上也取得了成功。

二、《冰雪奇缘》衍生品受少女欢迎，目标消费者明确

《冰雪奇缘》是根据安徒生的童话改编的电影，讲述了公主安娜的冒险故事，并更多地向观众介绍了安娜和她姐姐冰雪皇后艾莎的关系，该片



（图片来自电影《冰雪奇缘》）

成为美国卡通电影的代表作。

《冰雪奇缘》是迪士尼的第 53 部动画作品，上映后取得了迪士尼史上电影票房榜第 5 名的优异成绩，其主题曲 *Let It Go* 也红遍大江南北。与此同时，伴随着《冰雪奇缘》的上映，各种相关画作、手工制品、角色扮演（cosplay）等衍生品层出不穷，迪士尼更推出了冰雪奇缘卡拉 OK APP store，成为电影衍生品中比较具有新意的一种产品。冰雪奇缘卡拉 OK App store 是一款音乐随唱软件，它包含了电影《冰雪奇缘》中 9 首经典曲目，并可以根据用户的需要创建个人曲库，随时分享音乐作品。除了富有新意的电影衍生品之外，与之相关的传统的电影衍生品也大获成功。据相关数据显示，《冰雪奇缘》“公主裙”不到一年时间就销售了 300 万条，成为俘获少女芳心的利器，仅公主裙产品的单项收入就达到 4.5 亿美元，而《冰雪奇缘》整个票房才不到 4 亿美元，由此不难看出电影衍生品的经济价值。

除了在传统电影衍生品市场战绩辉煌之外，迪士尼还为《冰雪奇缘》



（图片来自搜狐网）

打造了16款主题食品和医疗保健品,产品种类非常丰富,不仅包括水果、果汁、酸奶,甚至还包括创可贴和牙线。与此同时,《冰雪奇缘》迪士尼主题乐园也将面世,其中最让人瞩目的莫过于届时在每个夜晚,艾莎将会使用她的魔力将迪士尼招牌的灰姑娘城堡变成冰雪宫殿。《冰雪奇缘》的高电影票房值得我们惊叹,而更值得我们惊叹的则是伴随着《冰雪奇缘》电影而推出的丰富的衍生品也用实际案例证明了电影衍生品市场的无限潜力。

三、电影衍生品之主题公园经营模式:迪士尼乐园与环球影城

电影主题公园是指以一部或多部电影的故事题材为主题的大型游乐园,是电影业因开发后电影市场而与娱乐业相结合的一种经典模式。电影主题公园以成功电影的故事或视觉形象为主题,应用各种高科技的手段,以互动性的游戏为载体,形成与电影密切相关的主题公园,它既是游戏,也是一种新的艺术形式。它为受众提供了一种新的参与方式,延续了电影的生命,是电影产业与高科技发展相结合的新兴产品,该产品正处于发展



(图片来自迪士尼公司)