



新华指数
Xinhua Indices

新华·文化产业IP 指数报告 (2021)

中国经济信息社
2021年6月

前言

党的十九届五中全会明确提出“到 2035 年建成文化强国”的远景目标，文化产业迎来政策利好。顺应信息社会发展趋势，灵活运用数字技术，能够**有效推动我国文化事业和文化产业繁荣发展、提高国家软实力**。

近年来，数字技术与文化产业的深度融合日益加深。数字技术的介入，重塑了文化内容表达、传播、消费的生态和格局，**以体验、交互、共生为特征的数字文化生产模式正在形成**。

IP 的打造和建设，是文化产业高质量发展的重要标志。随着中国数字文化产业的快速发展、逐步成熟，在经历了一个“被关注、讨论和争议”的起伏后，整个行业对 IP 的理解回归理性、渐有共识。IP 的开发，也进入到方法与体系探索升级、价值再评估的新阶段。IP 的高质量发展，**已日益成为推动文化创造性转化、创新性发展的重要动力**。

优质 IP 的培育和运营依然是大势所趋。随着移动互联网的普及，新时代需要系统、可持续的 IP 培育和运营方法论。在平台布局、行业生产不断加码的背景下，**如何联动更广泛的主体、消融边界、有秩序地去打造更具生命力的中国文化符号**，是全行业面临的重要课题。

中国经济信息社于 2019 年启动了“**新华·文化产业 IP 指数**”项目研究，旨在依据指数这一量化工具，挖掘中国文化产业原创 IP 价值，多维度评估 IP 综合表现，并监测其发展动态，提炼优质 IP 打造经验，从而为行业发展提供镜鉴，为文化 IP 的塑造及提质增效、扩大优质文化产品供给、提高国家软实力提供决策参考和持续动力。本期报告的监测周期为 **2019 年 1 月 - 2020 年 12 月**。



目录

一 研究背景：新发展理念下的 IP 建设

二 研究意义：为 IP 价值开发与转化提供参考

三 数字工具：新华·文化产业 IP 指数

四 指数结果：数字文化生产生态革新进行时

五 未来发展：“有序规划 + 迭代升级 + 跨界融合”成就优质 IP

01

研究背景

新发展理念下的 IP 建设

推动文化产业数字化，助力打造鲜明中国特色的文化 IP

“十四五”时期文化建设位置更加突出

“十三五”期间，文化产业高质量发展破题并取得实质性成果；“十四五”规划提出要推进社会主义文化强国建设。文化建设迎来了新历史机遇。

IP 打造是文化产业数字化战略重要一环

《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》指出，要顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，要培育和塑造一批具有鲜明中国文化特色的原创 IP，加强 IP 开发和转化。

IP 经济已成为文化产业各领域高速发展的重要动力。

优质 IP 打造是大势所趋

中国文化产业打开新空间

当前，网络文学、移动游戏、电影、网络连续剧、网络动漫等产业在中国高速增长，已经形成了较为可观的产业规模。同时，具备国际竞争力的数字文化产品显著增加，海外领先地位增强。

文化 IP 溢出效应显著

由于 IP 兼具文化属性与商业属性，因此作为其现实载体的电影、电视剧、游戏等产品也兼具社会效益与经济效益。据《中国数字文化产业发展趋势研究报告》，2020 年我国数字文化产业产值或达 8 万亿。伴随着围绕同一 IP 进行跨领域、跨媒介的开发机制更加完善，以及平台搭建生态更趋成熟，IP 打造愈发成为整个文化产业的重头戏。

行业亟需新的 IP 运营方法论

优质文化 IP 打造是大势所趋，如何联动更广泛的主体、以更加整合性的思维，有秩序地去打造具有长线生命力的中国文化符号，是行业面临的重要课题。

新时代内容消费者期待优质 IP

超大规模市场优势提供广阔空间

根据《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 12 月，我国网民规模达 9.89 亿，互联网普及率达 70.4%。这为中国数字文化产业的发展提供了巨大空间。

数字文化消费迸发活力

消费场景向线上集中，消费能力在线上释放，线上消费需求短期内急速上升。随着疫情防控常态化和复工复产有序推进，文化消费回补和潜力释放已成为发展新命题。优质 IP 不仅是国家文化产业经济中的重要组成部分，也是承载内涵、盘活文化、传播价值理念的重要载体。

优质 IP 是满足人民美好生活需要的新动能

随着中国社会、经济持续发展，人民群众生活水平日益提高，对文化消费的需求、对美好生活的期许持续提升。对美好生活的期待包含着高品质的文化需求，如何进一步提升文化生产的效率和质量、如何以更创新的方式，去长线满足人民的精神需求，需要更多符合时代特色的文化产品涌现。

文化内容生产需要创新机制

消费者对 IP 认知不断深化

随着中国文化产业的不断发展、大众对 IP 的感知和理解不断深化。

IP 已经成为承载大众情感、有效传递核心信息的重要形式与符号。

以共通、共创、共生为特征的行业生态正在形成

多平台的联动、跨媒介的表达、主客体的交互，成为互联网时代下数字文化生产模式的显著特征。

文化的内容表达、形式、传播和消费逻辑正在被重构。高质量 IP 的作用正在逐步提升。

文化产业价值延伸和发展模式升级再探索

在新的内容生产与消费时代，政府、行业和市场都需要以新思维去理解当前的文化生态环境。同时，大众对优质文化产品的需求不断高涨，需增加优质文化 IP 供给。

需要有一套系统客观的量化体系，能够动态监测我国各大文化产业 IP 的建设现状，并据此提炼优质 IP 的打造经验、从而为行业发展提供镜鉴，为扩大优质文化产品供给、提高国家软实力提供决策参考和持续动力。

02

研究意义

为 IP 价值开发与转化提供参考

作为大数据应用领域的核心成果，指数是数字化时代综合评价的重要工具。指数的引入，能够为 IP 价值的开发与转化提供参考。

归纳行业经验 强化引导价值

本研究以指数的指标体系为引领，对相关大数据资源进行有效整合与交叉分析。
借助**持续运营、不断优化的 IP 价值量化体系**，客观记录中国文化产业 IP 的发展历程，以长线的动态监测归纳行业经验、为行业提供更加有效的价值导向。

促进提质增效 提供决策参考

指数以**第三方视角**，为管理者、经营者、投资者及其他从业者提供决策参考，推动各方跨领域打造集统一价值内核与多元丰富内容于一身的产品矩阵，不断深挖 IP 价值。

承载文化内涵 打造“中国符号”

以指数为抓手，对于推动**行业**以 IP 构建为核心进行文化生产、打造出更多具有广泛影响力的中国文化符号具有积极意义。

03

数字工具

新华·文化产业 IP 指数

IP 内涵

文化价值与产业价值**统一**；
能够被市场和时间所验证，形成**长期消费行为与消费期待**；
凝聚并沉淀**用户情感和文化价值**；
持续创新和开发，通过不同主体的接续创造，形成**一系列具有共同内核与共生关系**的文化产品。

评价 范围

2019 年 1 月至 2020 年 12 月，电影、网络连续剧、移动游戏、网络文学、网络动画（不含儿童动画）、网络漫画六个领域最新发布或仍提供更新、下载等服务的前 20 名中国当代文化产品。共计 120 个文化产品、113 个 IP，最终本期报告对外公布排名位居**前 50 位**的 IP。

指标体系

IP 价值 = 用户参与 * 口碑评价 * IP 开发 * 跨文化拓展

一级指标	二级指标
用户参与	使用人数
	平均时长
口碑评价	公众认可度
	行业引领性
IP 开发	开发类别
	生命周期
跨文化拓展	全球认知度

指标说明

用户参与：产业价值是 IP 价值的“底盘”，它能够代表一个文化产品所拥有的基本要素：经受住了市场和用户情感的验证。该指标建立了不同产品或 IP 之间“用户量”“用户时间”的可比体系。

口碑评价：利用 NLP 进行公众态度分析，并基于主管部门监管奖惩情况考察行业引领性。该指标重点考量社会效益、艺术价值与品质。

IP 开发：IP 在各个领域的产品总数与 IP 年龄，进一步衡量 IP 受到市场与时间验证的效果。但产品多、改编多并不一定实现 IP 价值的增长，因此在实际计算时会综合考量其他指标（如口碑评价）。

跨文化拓展：统计 IP 在境外的公众认知情况。旨在表征其市场、文化的双重占有与开拓能力，体现 IP “产业价值”与“文化价值”的统一。

04

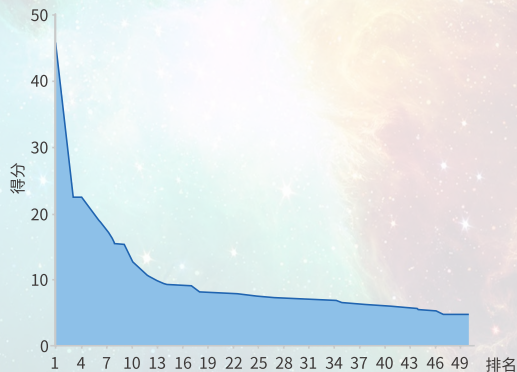
指数结果

数字文化生产生态革新进行时

综合排名	IP 名称	原生类型
1	斗罗大陆	文学
2	流浪地球	文学
3	庆余年	文学
4	知否知否应是绿肥红瘦	文学
5	魔道祖师	文学
6	一人之下	漫画
7	王者荣耀	游戏
8	都挺好	文学
9	我叫白小飞	漫画
10	哪吒之魔童降世	电影
11	和平精英	游戏
12	武庚纪	漫画
13	少年的你	文学
14	八佰	电影
15	诡秘之主	文学
16	万界仙踪	文学
17	我和我的祖国	电影
18	妖神记	文学
19	某天成为公主	漫画
20	元尊	文学
21	剑来	文学
22	第一序列	文学
23	驭灵师	漫画
24	狐妖小红娘	漫画
25	非人哉	漫画

综合排名	IP 名称	原生类型
26	倚天屠龙记	文学
27	九星霸体诀	文学
28	中国机长	电影
29	欢乐斗地主	游戏
30	烈火英雄	电影
31	武动乾坤	文学
32	闪婚总裁契约妻	漫画
33	逆天邪神	文学
34	女王的手术刀	漫画
35	三生三世枕上书	文学
36	QQ 飞车	游戏
37	灵剑尊	文学
38	QQ 炫舞	游戏
39	开心消消乐	游戏
40	斗破苍穹	文学
41	权宠天下	文学
42	亲爱的，热爱的	文学
43	大话西游	电影
44	小欢喜	文学
45	笑傲江湖	文学
46	画江湖	动画
47	西行记	漫画
48	倩女幽魂	电影
49	万界神主	文学
50	天龙八部	文学

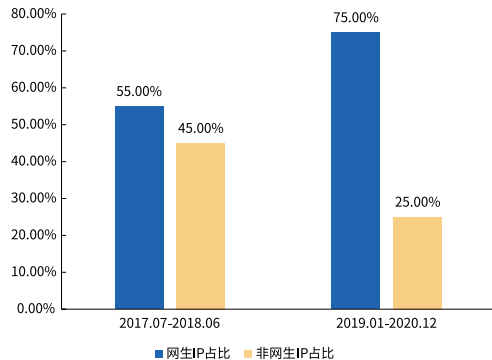
注：如“西游记”“三国演义”等优秀传统文化 IP，已分化为多个各具特色的当代文化 IP。因此在本报告中，上述 IP 以不同的当代分支 IP 参与评价。



文化产业 IP 综合表现 TOP50 (2019.01-2020.12) (单位: 分)

从排名曲线看, IP 综合表现的长尾效应显著。排名越靠前、曲线斜率越高, 表明 IP 的综合表现越好, 优势越明显。

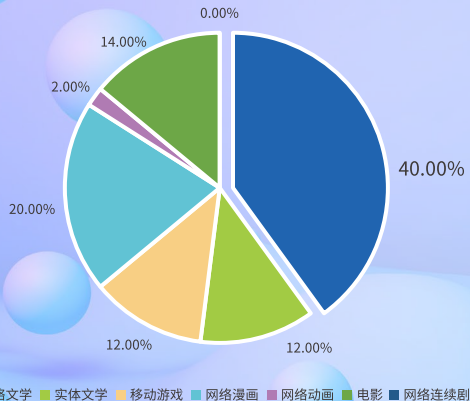
“斗罗大陆” “流浪地球” 分列第一、二位。“流浪地球” 在中国科幻电影, 尤其是重工业科幻电影这一领域实现了较大突破, 在较大社会范围产生影响力; “斗罗大陆” 则是以网络文学为源点, 经过长期布局, 先后被改编为多种文化产品, 不断与用户建立情感关联, 实现了经典 IP 的不断衍生、价值升级。



综合表现 TOP20 的 IP 中网生 IP 占比

源自互联网的优质 IP 占比明显增加。2017-2018 年度报告显示，源于《西游记》《三国演义》等的古典文学 IP，以及武侠经典 IP 在 TOP20 IP 中的占比接近一半。但本期数据表明，TOP20 中，最先在起点、晋江、快看、腾讯动漫等互联网平台出现的 IP 占比达到了 75%。互联网原生 IP 经过一定时间的发展，为文化产业发展注入更多新活力。

有望出现“超级 IP”。用户参与度是衡量某一 IP 市场影响力、竞争力和活力的核心指标，也是“超级 IP”的基本属性。从指数结果来看，已经出现了市场反响较好的跨领域联动改编，也有题材更加多元的优质作品，这为下一阶段相应内容领域的新赋能以及 IP 资产的二次开发奠定了坚实基础。



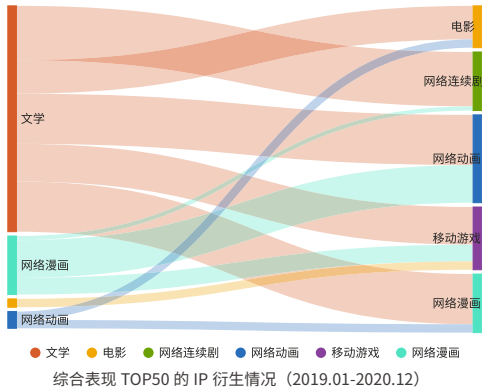
综合表现 TOP50 的 IP 原生类型占比 (2019.01-2020.12)

- TOP50 中，网文原生 IP 占比最高，达 40%；这一占比在 TOP20 中也达到了 40%，**网络文学 IP 孵化集中地效应加强**，是其他文化领域创作的重要生产资料。
- 相较于传统文学，网络文学具有门槛低、交互性强、轻量级的特点，已成为一个**故事素材创意较为集中的平台**。以阅文集团为例，截至 2020 年年底，已拥有 1390 万部作品储备、900 万名创作者，覆盖 200 多种内容品类，为向海外输出网文作品提供强大动力。
- 网文萌芽于 20 世纪 90 年代，历经二十余年发展，如今已进入移动互联网时代，网文的商业模式趋于成熟，**良性的网文生态正在形成**，潜力作家、优质作品不断涌出，平台动能被持续激发。
- 经过动漫、影视等具备更大用户基础的文化形态改编，也进一步放大了网文 IP 的源头价值，不断实现对原生内容的反哺，**推动网络文学商业模式不断升级**。

文学 IP 衍生形式中，**影视类、动画类产品**较多、占比较高，已经成为比较主流的衍生形式。

一方面，通过电影、连续剧、动画、游戏等形式对文学文本进行再创造，丰富了文学的内容表达与对外延展，文学工业化生产的探索逐步深化。

另一方面，动画体量较轻，且与网文相似，多以连载的方式更新和对外输出。预计未来随着网文、网络动漫 IP 改编的需求不断增加，动画产业将迎来新的发展契机。



网文影视化改编进入新阶段。据相关统计数据，由网文 IP 改编的影视剧《庆余年》在 2019 - 2020 年播放量总计 105.13 亿，是 2020 年有效播放量全网第一的连续剧。此外，未纳入本次报告的 2021 年网文 IP 改编剧，如“赘婿”也有不俗表现——《赘婿》播出后就快速打破了播出平台史上热度最快破万的纪录，成为 2021 年开年大戏，按本次报告榜单分值区间，《赘婿》也可跻身 TOP20。此外，与以往网文 IP 改编剧不同的是，《庆余年》和《赘婿》均为季播剧，未来还将持续推出续集。这些作品的影视化方式和市场表现说明，网络文学的影视化改编开始更为体系化，围绕网络文学改编的产业链整合也在加速，在此趋势下，网文 IP 影视剧改编或进入精品化阶段。

影视这一衍生类别或将反哺原生网文内容，跨平台的不同场景用户因同样的“故事”加入互动讨论，特别是影视作品所具备的更大公众关注度，也助推网文热度再次升高。

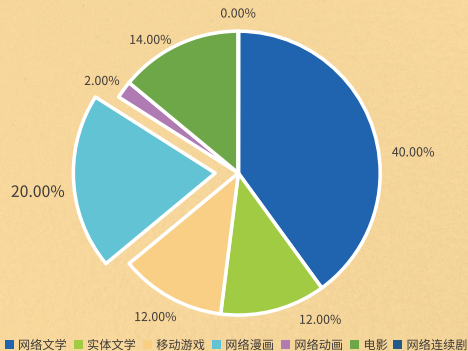
网文原生 IP 增值空间巨大。《2020 年度中国网络文学发展报告》显示，当前，以 Z 世代为主导的读者进一步放大网络文学的“网络性”特点，呈现付费意愿强、高频互动、衍生创作的网络文学用户新面貌。随着内容消费趋于“粉丝化”，以及消费形态的多元化，网文凝聚的用户情感将更多渗透到动漫、影视、游戏等产业当中，从而打开更大增值空间。

TOP50 中,44% 的 IP 都具备至少一种长视频形式(含电影、连续剧)

影视放大了 IP 原有的内容价值。例如《庆余年》《都挺好》等兼具流量与口碑的文学 IP 影视剧改编作品，推动实现自身文学品类的突破，并验证了它们的商业价值。

小众题材有望借影视“出圈”。例如电影《流浪地球》让科幻这一相对小众的领域走入大众视野，实现自身文学品类用户圈层的突破。

主旋律电影大放异彩。数据监测结果显示，在排名前 20 的电影产品中，近一半是主旋律题材，例如《八佰》《我和我的祖国》等透过个体命运观照时代洪流中的国家民族，以更加平民化的视角引起观众的情感共鸣。此外，主旋律电影在表现形式上也实现了突破：《我和我的祖国》“拼盘”式的叙事方式上映后在票房和口碑上表现亮眼；姊妹篇《我和我的家乡》沿用集体创作的方式，也大获成功。



综合表现 TOP50 的 IP 原生类型占比 (2019.01-2020.12)

漫画成数字文化第二大内容源头。TOP50 中，漫画原生 IP 占比为 20%。漫画的受众普遍比较年轻，且制作成本较低、产品周期更长，既能够以低的成本检验 IP 的市场价值和生命力，同时在 IP 大体量开发之后，又能双向引流与固粉。

综合表现 TOP50 中的漫画原生 IP

IP 名称	综合排名
一人之下	6
我叫白小飞	9
武庚纪	12
某天成为公主	19
驭灵师	23
狐妖小红娘	24
非人哉	25
闪婚总裁契约妻	32
女王的手术刀	34
西行纪	47

原生国漫 IP 不断成长且整体表现较好。近年来国漫的发展充分依托行业头部平台，极大地提高了曝光度，出现了诸多优质头部作品。漫改市场也逐渐升温。头部漫画作品经过几年的内容沉淀，以及动画化项目和跨界合作等出圈事件，或已具备影视化开发的优势。

从小说漫改的角度来看，动漫有更好的视觉呈现优势，小说尤其是**网文漫改**目前是一个**趋势**，这也为动漫的发展注入了更多丰富度，更多的题材、更大的产业容量。例如“斗罗大陆”“从前有座灵剑山”等 IP，在网文、动漫、动画等领域均有较好表现，IP 开发链路得到打通，IP 价值不断放大。

综合表现 TOP50 中的游戏原生 IP

IP 名称	综合排名
王者荣耀	7
和平精英	11
欢乐斗地主	29
QQ 飞车	36
QQ 炫舞	38
开心消消乐	39

泛用户类型游戏依然在 IP 价值上占据优势。TOP50 中，以游戏为原生形式的 IP 共有 6 个。从数据结果来看，较高的用户参与度，加之长时间的互动和积累情感，是上述游戏 IP 跻身前列的核心要素。游戏的用户圈层正在向泛大众延展。

游戏 IP 或成驱动行业升级重要引擎。相较于其他数字文化形式，游戏本身具有双向强互动性、不断进行迭代、代入感强的特点，有相对较高的用户黏性与坚实的用户基础，为日后 IP 衍生奠定良好基础。

游戏盲盒（《梦幻西游》《明日方舟》）、**官方漫画**（《消消乐萌萌团》）、**竞技赛事**（和平精英职业联赛、王者荣耀职业联赛）、**文化活动**（王者荣耀 X 敦煌文化新文创合作）、**虚拟偶像**（“无限王者团”“大天狗”）以及**音乐会、剧本杀、主题公园、主题村落**等其他布局线下的实践等，游戏 IP 已经主动在向其他领域跨界融合。

诸多头部游戏开启“新文创”合作，**强化与传统文化链接与融合**。如此，既提升了其文化内涵和公众认可度，提升了 IP 自身价值，更助力了传统文化的弘扬与创新。它们正以不同的方式渐探索出一条数字技术与传统文化的共生之路，推动产业价值和文化价值互相赋能。

IP 跨平台开发渐成趋势，线上多平台运营成效显著。从 TOP50 中的 IP 开发情况来看，跨产业联动现象较为突出，不少上榜 IP 在文、影、视、游、漫等方面有多种衍生形态。

上下游产业链企业表现出较高参与度，**拥有综合运营开发能力的企业扮演重要角色。**从 TOP50 的开发改编情况来看，多数 IP 是产业链上下游多家企业共同参与，综合性布局的企业在 IP 建设上或发挥更大作用。

强化围绕 IP 打造的整合性发展理念。未来，行业内依然需要头部企业的驱动力量，也需要建立更加完善共赢的协同机制，以有效规避以往随机的、零散的 IP 开发乱局，打造更系统长线的 IP 开发机制、营造健康氛围，更好地实现 IP 文化和商业价值的有机统一。

05

未来发展

“有序规划 + 迭代升级 + 跨界融合”成就优质 IP

甄选优质内容，强化主客互动

从本质上来说，IP 建设并不是对商业价值和变现能力的一味追逐，而应注重其精神价值的挖掘，以**充足的国民性、在地性、当代性锻造文化内核**，用 IP 讲好中国故事。

合理有序的规划是 IP 构建长线价值的必要条件。经过多年发展，互联网培育和打造了一批数量可观的 IP，优质 IP 不断涌现。具备较高的活跃度与文化价值，是 IP 获得用户青睐并将其有效维系的必要条件。部分 IP 因缺乏持续的产品输出，弱化了与用户的情感联结；还有一些 IP 虽然通过授权以扩大品牌影响力和产品销量，但市场认可度并不高。如何平衡好商业价值与艺术价值、打造文化精品，是行业面临的重要命题。

此外，**邀请用户深度参与 IP 的成长历程**，也是打造长线产品、共建 IP 生态的有效途径。

锻造产业链条，积极跨界联动

鼓励对 IP 进行二次创作、积极开发衍生品类并与场景相结合，是促进 IP 价值衍生的重要一环。从本期指数结果来看，“**文学 + 动画 + 连续剧**”“**文学 + 电影**”“**动漫 + 游戏**”的组合收效更加显著。**跨界联动**也将为 IP 带来新势能。尤其是二次元潮流已不再局限于互联网的当下，一些漫画或动画 IP 开始由线上转为线下，加速 IP 的价值转换。

整合内外资源，共建平台生态

IP 生命力的延续需要围绕 IP 的产业化开发，IP 产业化离不开 **IP 运作平台化与良好的协同机制**。

从网络文学、网络漫画两大领域的原生 IP 来看，排名位居前列的 IP 大多都有一定的时间积淀，并在长期的发展历程中积累了丰富的打造经验。与之相比，传统 UGC 模式下产生的新 IP 若仅凭一己之力较难实现“突围”。鉴于此，行业内的**平台化共同运作**就显得尤为重要——以更加系统、长线的 IP 开发机制，实现产业的可持续发展。

行业内应**整合生产关系、协调生产体系**。可参考“新文创”等强调共通、共创、共生的 IP 构建模式，共同打造有着统一价值内核，又同时有着广阔覆盖面、多元多样的内容矩阵，为塑造具备广泛世界影响力的中国文化符号带来更多可能。



感谢
聆听