

IP 到 DP 的价值跃迁机制： 虚拟形象全产业链开发的协同演化路径

杨雅轩¹ 李佳纯² 马思雨·马存军² 苏涛² 胡珂²

(1.武汉传媒学院 湖北武汉 430205; 2.哈尔滨金融学院 黑龙江哈尔滨 150030)

摘要:在当前数字经济快速发展的形势下,虚拟形象 IP 在文化产业里占据着关键地位,它从 IP 转变为 DP 的价值提升过程较为复杂,本文运用复杂系统理论来分析这一转变机制,明确其核心特性、阶段特征以及协同演化机制,并且凭借案例研究其发展路径。迪士尼在创意、产业以及技术方面所取得的成功经验为全球树立了典范,中国的杰外动漫和 A-SOUL 同样也有一定成果,然而本土产业发展遭遇了版权、技术以及市场等挑战。文章给出了相应对策,像政策方面建立国家标准、推动版权集中管理,产业方面构建管理平台,技术方面开发生产工具,以此为虚拟形象产业发展提供参考,帮助其突破困境,推动文化产业走向繁荣。

关键词:虚拟形象 IP; 价值跃迁; 协同演化; 复杂系统理论; 发展策略

基金项目:哈尔滨金融学院大学生创新创业训练计划项目“虚拟形象赋能数字生活——基于虚拟形象的全产业链打造”(G202410245034)

DOI: doi.org/10.70693/rwsk.v1i5.963

一、引言

在数字经济时代,虚拟形象 IP 已成为文化产业的关键战略资源,深度嵌入影视、游戏、消费等多个领域,创造出巨大的商业价值。例如虚拟偶像初音未来,不仅发行音乐、举办演唱会,还跨界与多品牌合作推出各类周边产品,其商业版图不断拓展,彰显出虚拟形象 IP 的强大影响力。

复杂系统理论指出,IP 向 DP 的价值转化是创意、产业、技术等多要素协同演化的过程,并非单一环节的线性发展。就像热门动漫 IP 的衍生开发,既要有精彩的创意内容,也要依赖产业的合理运营和技术的有力支持。从理论层面看,传统产业链研究多为静态分析,本研究构建的协同演化框架引入复杂系统理论,能弥补传统研究的不足,完善产业链理论体系。在实践方面,迪士尼的创意激发机制和杰外动漫的跨界协同模式,为中国虚拟形象产业提供了可借鉴的经验。本研究综合运用文献分析法梳理相关领域文献,通过案例研究法剖析典型案例,采用对比研究法对比中美虚拟偶像产业链,如初音未来与 A-SOUL,旨在为中国虚拟形象产业发展提供有益参考。

二、复杂系统视角下的 IP-DP 演化

在剖析 IP 到 DP (衍生产品) 的价值跃迁机制时,复杂系统理论提供了关键的分析视角,其核心特性深刻影响着这一过程,IP-DP 价值跃迁呈现出阶段性特征,且各阶段存在着多种协同演化机制。

复杂系统理论包含自组织、适应性、非线性与涌现等核心特性。自组织特性使 IP 生态能借助用户互动自发形成社群。以游戏《原神》为例,其丰富的角色设定和宏大世界观激发玩家热情,大量用户在网络平台进行二次创作,形成了充满活力的二创圈。玩家们通过创作绘画、小说、视频等内容,不仅丰富了《原神》的文化内涵,还吸引了更多潜在用户,促进了 IP 的传播与价值拓展^[1]。适应性则体现在产业链能依据技术变革动态调整策略。随着 AI 技术的兴起,部分虚拟偶像制作公司迅速做出反应,利用 AI 优化虚拟偶像的形象设计,使其更加逼真、

作者简介:杨雅轩(2004—),女,本科,新媒体交互体验构建、跨文化传播;

李佳纯(2004—),女,本科,研究方向为数字经济与贸易;

马思雨·马存军(2005—),女,本科,研究方向为数字经济与贸易;

苏涛(2004—),男,本科,研究方向为产业组织协同行为、产业生态管理;

胡珂(2005—),女,本科,研究方向为跨境商务营销、跨文化商务谈判。

独特,同时借助 AI 进行内容创作,提升虚拟偶像的表现力和与粉丝的互动性,增强了市场竞争力。非线性与涌现特性表明,小 IP 有可能通过衍生品开发实现价值的指数级增长。上海迪士尼的“玲娜贝儿”便是典型案例,这一 IP 凭借可爱的形象,通过开发大量周边产品,如玩偶、文具、服装等,以及举办相关主题活动,迅速在全球走红,创造了巨大的商业价值,实现了从小众 IP 到高价值 IP 的跨越^[2]。

IP-DP 价值跃迁可划分为四个阶段。创意孵化阶段,构建独特且富有吸引力的 IP 世界观是关键。如刘慈欣构建的“三体”宙,以其对宇宙的独特想象、深刻的科学思考和宏大的叙事架构,吸引了全球大量粉丝,为后续影视、游戏、动漫等多领域的产业开发奠定了坚实基础。产业延伸阶段,围绕核心 IP 开发多元衍生品矩阵,实现 IP 价值的多元变现。热门网络文学 IP 常常被改编成影视剧、动漫,开发成游戏,还会举办线下主题体验活动。像《盗墓笔记》,不仅有影视改编作品,还开发了相关游戏,以及线下沉浸式体验活动,满足了不同粉丝群体的需求,充分挖掘了 IP 的商业价值。生态扩张阶段,IP 与文旅、教育等不同行业形成跨行业联盟。一些地方文旅部门借助热门 IP 打造特色文旅项目,提升旅游吸引力;教育机构与 IP 合作开发教育产品,丰富教育内容。例如,故宫博物院与多个 IP 合作推出文创产品,将传统文化与现代创意相结合,既传播了文化,又实现了 IP 价值的拓展。当 IP 进入价值衰减阶段,需要采取重启策略。“奥特曼”IP 在发展过程中曾面临热度下降的问题,通过推出新的剧集,对角色形象进行优化,开发新的周边产品,重新吸引了观众和消费者,实现了 IP 的重启与价值重塑^[3]。

在 IP-DP 价值跃迁进程里,有着多种协同演化机制,就创意与产业协同而言,优质内容乃是衍生品开发的关键驱动力,动漫《鬼灭之刃》依靠精彩的剧情以及鲜明的角色设定,吸引了众多粉丝,其周边产品销售额突破百亿,有力地显示出优质内容对衍生品开发有着强大的带动作用^[3]。在技术与市场协同方面,AR/VR 等技术的运用提升了 IP 的沉浸感以及用户体验,拓展了市场,迪士尼在“星球大战”系列中运用全息投影技术,打造出沉浸式体验项目,使观众如同置身于电影场景之中,提高了项目的吸引力,提升了 IP 的市场影响力,政策与资本协同对产业发展同样有着意义。政府扶持与风险投资相结合,可加快产业整合,像河南设立文旅 IP 基金,吸引资本投入,为当地文旅 IP 的开发给予了资金支持,推动了文旅产业的升级与发展^[4]。

三、国际经验:迪士尼的协同演化路径

迪士尼作为全球娱乐产业的巨头,在 IP 到 DP(衍生品)的价值跃迁及虚拟形象全产业链开发的协同演化方面有着卓越表现,其成功经验值得深入剖析与借鉴。

在创意层面,迪士尼致力于构建庞大的 IP 宇宙。通过收购漫威、皮克斯等知名品牌,极大地扩展了自身的 IP 矩阵。这些丰富多样的 IP 在“统一品牌、不同体验”的理念下,形成了一个相互关联且充满活力的生态系统。例如漫威系列超级英雄电影,每一部都有独特的故事与风格,但都统一在迪士尼的品牌之下,为观众带来多元化的娱乐体验。在创意激发机制上,迪士尼内部的“铜锣秀”发挥了重要作用,这种紧张的头脑风暴会议能在短时间内激发员工的奇思妙想,为 IP 创作提供源源不断的灵感。同时,迪士尼积极开展外部合作,与故宫文创联名就是典型案例,将东西方文化元素巧妙融合,创造出兼具文化内涵与商业价值的新产品,进一步丰富了 IP 的文化内涵与市场吸引力^[2]。

产业层面,迪士尼实现了全产业链的高效联动。以影视、衍生品和主题公园为核心,形成了一个紧密的闭环。在电影上映时,同步推出与电影相关的玩具、服装等衍生品,借助电影的热度带动衍生品的销售。如《冰雪奇缘》热映时,艾莎公主和安娜公主的玩偶、裙子等周边产品销量惊人。而主题公园则成为强化 IP 体验的重要场所,游客可以在公园中沉浸式体验 IP 故事,这种线下体验又进一步反哺电影和衍生品的市场。此外,迪士尼利用数据驱动产业发展,通过对用户画像的深入分析,精准把握消费者需求,指导衍生品的设计。“冰雪奇缘”公主裙的迭代升级就是基于对消费者喜好和市场反馈的研究,不断优化产品设计,提高市场竞争力^[2]。

在技术层面,科技给予迪士尼的 IP 发展强有力的支持,随着 AI 技术不断进步,迪士尼着手尝试运用 AI 生成虚拟形象,如此一来,开发成本得以降低,创作效率也有所提高,比如说借助 Midjourney 这类工具设计新角色,为 IP 内容增添新的生机与活力。区块链技术在迪士尼的 IP 运营里也有应用,借由区块链达成数字藏品的确权,保证了数字资产的安全与唯一。“漫威”NFT 拍卖突破千万美元,这便是区块链技术在 IP 价值挖掘方面的成功实例,拓宽了 IP 的商业变现渠道^[5]。

迪士尼于创意、产业以及技术这三个层面展开协同发展,有力支撑了其 IP 达成从源头至衍生产品的价值最大化,还为全球虚拟形象全产业链开发提供了宝贵的经验范式,相关产业可学习此范式,推动自身在 IP 价值跃迁以及全产业链开发方面实现发展。

四、本土实践:中国虚拟形象产业的挑战与突破

在虚拟形象产业逐步发展的进程当中,中国本土企业始终保持积极探索的态势,已然取得了一些成果,然而也面临着许多挑战,借助对典型案例展开分析、将技术进行创新应用以及依靠政策给予扶持等多方面的共同努力,中国虚拟形象产业正在持续不断地寻求突破。

杰外动漫于虚拟形象产业的跨界协同领域有着颇为较大的表现,其凭借对游戏公司实施并购,成功取得了渠道优势,为虚拟形象的多元发展构筑起了稳固根基,就“洛天依”这一广为人知的热门虚拟偶像而言,杰外动漫凭

借自身所拥有的渠道资源,推出了“洛天依”联名耳机,达成了虚拟形象与实体产品的紧密结合,拓宽了盈利途径,提高了“洛天依”这一IP的商业价值。用户的UGC即用户生成内容,对IP的迭代发挥了关键的反哺作用,在B站平台上,与“洛天依”相关的二创视频数量已超过50万条^[1]。这些二创内容丰富了“洛天依”的文化内涵,契合了不同用户的个性化需求,吸引了更多潜在粉丝,提高了IP的影响力与生命力,促使“洛天依”IP持续进化与发展。

技术创新给中国虚拟形象产业给予了新的发展契机,A-SOUL的直播电商模式就是典型的例子,A-SOUL借助实时动作捕捉以及AI交互技术,达成了虚拟偶像24小时不间断直播,这一新模式给用户给予了全新观看感受,增进了用户和虚拟偶像之间的互动,还拓宽了虚拟偶像的商业变现渠道。在电商变现方面,A-SOUL的直播带货成果较大,GMV(商品交易总额)成功突破亿元,其衍生品牌“A-SOUL Store”年销售额增长了200%,这种由技术驱动的直播电商模式,为虚拟形象产业在电商领域的发展树立了范例,呈现了虚拟形象在商业领域的巨大潜力。

政策扶持在中国虚拟形象产业发展进程中扮演着关键推动角色,河南专门设立了规模高达20亿的文旅IP基金,将重点放在支持像“唐宫夜宴”这类优质IP的开发上,此项举措给文旅IP的创作、推广以及产业转化给予了充足资金支撑,促使文化与旅游产业深度融合,推动了相关虚拟形象的发展。另外产融平台的搭建把银行、PE机构和文创企业连接起来,切实缩短了文创企业的融资周期,为虚拟形象产业发展提供了有力金融支持,利于企业开展IP开发、技术创新以及市场拓展。

然而中国虚拟形象产业在不断发展进程中依旧遭遇一些挑战,像是虚拟偶像形象存在同质化现象、产业上下游协同方面有所欠缺、技术创新成本偏高等问题,要达成的突破,企业应当提高创新能力,着重进行IP的差异化塑造,提升虚拟形象的独特特性以及文化内涵,强化产业上下游之间的合作,构建起完整的产业链生态,加大技术研发投入力度,提高技术创新的效率,降低技术应用的成本。政府和行业协会需要持续完善相关政策法规,加强对知识产权的保护工作,规范市场秩序,推动虚拟形象产业朝着健康、可持续的方向发展。

五、协同演化中的关键机制

在虚拟形象全产业链开发所经历的协同演化进程当中,正反馈循环、风险缓冲机制以及生态位分化起着非常关键的作用,促使着IP朝着DP实现价值的跃迁。

正反馈循环堪称推动价值增长的关键动力,就拿游戏《原神》来说,它凭借持续推出优质内容,像持续更新角色池,给玩家带来全新角色体验^[1]。那些设计精巧的角色有着独特技能、性格以及故事背景,吸引了众多玩家,致使粉丝数量持续攀升,随着粉丝群体的壮大,《原神》的影响力不断提高,其衍生品销售也变得日益火爆。从角色手办到周边饰品再到主题文具等,种类繁多的衍生品契合了粉丝的情感消费需求,为IP给予了丰厚利润,而这些利润又投入到内容制作当中,用于开发更多新角色、新剧情以及优化游戏体验,提升内容质量,吸引更多粉丝,形成了“优质内容→粉丝增长→衍生品销售→反哺内容制作”良性正反馈循环。这一循环持续强化IP的影响力与商业价值,使其在市场竞争里占据优势位置。

风险缓冲机制是保障产业稳定发展的重要支撑。采用多IP布局是分散风险的有效策略,“漫威宇宙”构建了庞大的超级英雄体系,众多不同性格、能力的英雄角色形成了多IP格局^[2]。即使某个英雄系列的作品表现不佳,其他英雄的故事线和相关作品仍能维持整个“漫威宇宙”的热度与商业价值,避免了因单一IP失败而导致的整体产业危机。同时,衍生品预售和版权质押融资等保险机制也能降低投资风险。在项目启动初期,通过预售衍生品,提前获得资金回笼,减少了后期资金压力;将版权进行质押融资,可以在创作过程中获取必要的资金支持,保障项目的顺利进行,有效降低了投资风险,为IP全产业链开发提供了稳定的资金流保障。

生态位分化可帮助IP在市场里精准找到自身定位,达成差异化的发展态势,头部IP依靠其强大的影响力以及广泛的受众基础,将发展重点放在全球化方面,像科幻小说《三体》,凭借其宏大的世界观以及深刻的思想内涵,在海外市场发行之获得了广泛的关注,吸引了全球读者的目光,达成了文化的跨地域传播,扩展了IP的国际影响力。腰部IP则深入耕耘垂直领域,凭借精准的定位来契合特定受众的需求,“罗小黑”以其独特的二次元风格,主要面向二次元受众群体,凭借推出动漫作品以及周边产品等方式,在二次元市场中占据了一定的位置,与头部IP形成差异化竞争,一同推动了虚拟形象产业的多元化发展。

这些关键机制彼此相互配合,正反馈循环可促进价值增长,风险缓冲机制可以保障产业稳定,生态位分化帮助实现差异化发展,它们共同构成了虚拟形象全产业链开发协同演化的坚实基础,推动IP产业持续不断向前发展,达成从IP到DP的高效价值跃迁。

六、挑战与对策建议

于虚拟形象全产业链开发的协同演化进程里,存在着许多挑战,需提出相应解决对策,促使产业持续健康发展。

在现存的诸多挑战里,版权碎片化问题显得颇为突出,就拿“奥特曼”版权纠纷这个例子来说,IP授权处于分散状态,这致使在全产业链开发进程中,各个环节很难形成有效的协同效应^[2]。不同的主体持有不同部分的版权,在衍生品开发以及影视改编等方面,容易出现利益分配不均衡、开发计划相冲突等状况,对IP价值的最大化挖掘造成了妨碍。技术瓶颈同样是一个大难题,实时渲染和情感计算技术的成熟程度不够,对虚拟形象的表现力以

及与用户的情感交互深度形成了限制^[6]。这使得虚拟形象在呈现效果方面难以达到理想的情形，没办法充分契合用户不断增长的需求，市场认知存在偏差，虽说 Z 世代对虚拟偶像的接受程度较高，给产业发展提供了关键的支持，然而银发群体的接受程度较低^[1]。这表明虚拟形象的市场拓展受到了一定的限制，无法充分覆盖更为广泛的消费群体。

面对这些挑战，可以从几个不同层面提出发展建议，在政策方面，建立 IP 价值评估国家标准很关键，借助统一的评估标准，能更科学地衡量 IP 价值，为版权交易以及产业开发提供可靠依据，推进版权集中管理，可有效整合分散的版权资源，减少版权纠纷，提升产业协同效率，促使 IP 全产业链有序发展。在产业层面，构建 IP 全周期管理平台是关键举措，从创意构思阶段起，对 IP 展开全方位规划与管理，涉及开发过程中的资源调配、市场推广，以及后期的 IP 退役处理等^[7]。这样的平台能实现产业链各环节的信息共享与协同作业，保证 IP 在整个生命周期可得到合理开发与利用，提升 IP 的综合价值。在技术层面，开发模块化虚拟形象生产工具，比如 Unreal Engine Metahuman，能降低虚拟形象的制作难度，提高生产效率和质量^[6]。这些工具可让开发者更便利地创建虚拟形象，快速达成不同风格和功能的虚拟形象开发，契合多样化市场需求，推动虚拟形象产业创新发展。

通过应对版权碎片化、技术瓶颈和市场认知偏差等挑战，以及实施政策、产业和技术层面的建议，能够有效推动虚拟形象全产业链开发的协同演化，促进 IP 到 DP 的高效价值跃迁，实现虚拟形象产业的可持续发展，为文化产业的繁荣注入新的活力。

参考文献:

- [1] 解迎春,晏青.数字时代虚拟偶像的生成逻辑与人机互动[J].西南民族大学学报(人文社会科学版),2025,46(03):159-168.
- [2] 石群峰,晏萌.从 IP 到 DP:全产业链开发的难点与出路[J].传媒,2016,(07):80-82.
- [3] 林进桃,谭幸欢.虚拟偶像: 数字时代网络 IP 的升级与重构[J].电影新作,2022,(01):79-86.
- [4] 黄俊又,努尔古丽·阿不都苏力.网络媒介重塑文旅 IP 路径研究——评《文化和旅游 IP: 理论溯源与实践探索》[J].人民长江,2024,55(01):254.
- [5] 张丽锦,吕欣.虚拟数字人: 模因论的新“锚点”——模因论视域下的虚拟数字人: 概念、特征和应用[J].学术探索,2024,(03):57-66.
- [6] 刘建泽.从赋能到“赋魂”: 虚拟数字人在传媒领域的应用现状、挑战及展望[J].传媒,2024,(07):52-54.
- [7] 方红峰.网络文学 IP 跨媒介开发研究[J].传媒,2024,(23):73-75+77.

The Value Transition Mechanism from IP to DP: The Co-evolutionary Path of the Whole Industry Chain Development of Virtual Images

Yang Yaxuan¹, Li Jiachun², Ma Siyue¹, Ma Cunjun², Su Tao², Hu Ke²

¹ Wuhan University of Communication, Wuhan, China 430205

² Harbin Finance University, Harbin, China 150030

Abstract: In the current context of the rapid development of the digital economy, virtual image IPs play a crucial role in the cultural industry. The process of value enhancement from IP to DP for virtual image IPs is complex. This paper applies the complex systems theory to analyze this transformation mechanism, clarifying its core characteristics, stage features, and co-evolution mechanisms, and also explores its development path through case studies. Disney's successful experiences in creativity, industry, and technology have set a global example. China's JieWai Animation and A - SOUL have also achieved certain results. However, the development of the local industry faces challenges in terms of copyright, technology, and the market. This article proposes corresponding countermeasures, such as establishing national standards and promoting centralized copyright management in the policy aspect, constructing management platforms in the industry aspect, and developing production tools in the technology aspect. These measures aim to provide references for the development of China's virtual image industry, help it overcome difficulties, and promote the prosperity of the cultural industry.

Keywords: Virtual Image IP; Value Transformation; Co-evolution; Complex System Theory; Development Strategies