

# 《IP时代》

## 图书基本信息

书名：《IP时代》

13位ISBN编号：978711322167X

出版时间：2016-10-1

作者：韩步伟

页数：232

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《IP时代》

## 内容概要

作为互联网八大发展分支趋势之一的IP，将在未来5年内迎来它的发展高潮。未来互联网公司在发展渠道上，无可避免的，一定会走入打造自主的强IP内容和把自己塑造为强IP渠道的两条路上。韩布伟的《IP时代(从0到1打造超级IP)》分三个层次进行详细解说。第一层次：概念前景层，即什么是IP、支撑IP高速增长的动力是什么、IP市场的空间到底如何。第二层次：实际操作层。如果你和你的团队想打造一个超级IP，那就需要具体的操作。首先，好的IP都具有良好世界观的共性，如真、善、美等，这是价值定位。好的IP不一定能够得到好的传播，这就涉及传播定位。此外，我们在打造IP的过程中，会遇到一些误区，也会面临一些理论的斗争，这就需要我们掌握极具潮流的思维和方法，如聚集思维、社群思维、衍生思维等。第三层次：重生与回顾层。再好的IP也是有生命周期的，不过我们可以通过一些方法去让IP具有衍生性重生的能力。最后，我们回顾整个IP的打造过程，将一些核心以图表的形式，再现到读者面前。

## 作者简介

韩布伟，北京华文智赢科技公司CEO，经常走访500强企业，同时担任多家企业的战略顾问，长期专注于金融、理财、投资及互联网大趋势的研究，擅长财经领域的创作，已出版《泛娱乐战略》，一直以实践应用、启发思维为切入点，为读者带来实用性的操作手法。

## 书籍目录

### 第一章 “IP热”到来，万亿增长空间

“IP热”正在全球蔓延，各界纷纷助力  
大数据时代“互联网+”助推IP经济  
美国、日本、中国的IP热一览  
巨头们在行动，热门IP价格暴涨10倍  
高回报潜力、强大的吸金能力  
好IP越来越少，编剧、作家纷纷“下海”  
被重金收购的IP资源汇总  
被影视圈炒热的“IP”是什么  
IP的前世今生，趣味解读  
影视圈IP热现象

阿里影业推出畅销书作家张嘉佳的《摆渡人》

### 第二章 IP价值观定位：价值观、真善美

价值观  
“美国队长”是隐藏在故事背后的价值认同  
“奔跑吧兄弟”带来的正能量  
真善美

《新济公活佛》全新诠释“济公”这一形象

超级亲情IP“爸爸去哪儿”

超级爱情IP“三生三世十里桃花”

友情IP《同桌的你》

### 第三章 IP商业定位：高频、易传播、潜在回报率高

高频

潜在用户基数大、用户参与场景多

《万万没想到》所对应的巨大关注人群

一堆悬疑迷，成就《名侦探狄仁杰》高人气

《咱们结婚吧》瞄准单身的痛点

易传播

移动互联网工具

形成强话题感

大V、大牌影星助推传播狂潮

可衍生性强

多种形态布局

令投资人震惊的《港囧》回报

### 第四章 IP产品制作方法与误区

IP制作空间

以过程为先，结果为后

IP内容面临转型升级

精致主义，安安静静地做个“产品经理”

制作求快误区

慢下来，创造引人入胜的剧情

有步骤地科学地讲故事

### 第五章 如何让新的IP获得关注

选择IP发布平台

原创文学平台

阅文集团设立IP集散地

软文营销

《大圣归来》9.56亿元票房，背后的百余篇软文

如何写一篇高质量的软文

第六章 聚集思维：跨平台多元化推广

互联网思维

病毒式营销

让用户去营销

乐高玩具让《乐高大电影》票房涨起来

根基地推广

点对点资源投放

点对面资源投放

从阿里巴巴下乡学到的

社会化营销合作推广

与合作方优势互补

设置考核环节

迪士尼与游戏公司的双赢

第七章 社群思维：建立社群，维护第一批粉丝

吸引忠实粉丝

有趣、有味、有料

依靠粉丝成长起来的《罗辑思维》

粉丝信息回馈

制作一个粉丝回馈系统

让粉丝陪你做一件事

鹿晗坐高铁遭粉丝疯狂围堵，无法出站

设置粉丝门槛

一个精华粉丝胜过数个虚假粉丝

果粉偏向于年轻人

粉丝无底线支持

TFBOYS粉丝所表现出来的疯狂汇总

盗墓笔记小说让其衍生电影冲击高票房

以“三个爸爸”IP为例，从0开始打造社群

第八章 如何维持新IP的开发运营

会员制：只向少数人收费

《罗辑思维》百万元最无理会员策略

陈坤可轻松收入千万元，微信为明星揽金

推广合作

引入信誉良好的广告推广商

《哆啦A梦》推出玩具制作计划

制订融资计划

优质项目永远不会缺资源

通过3W咖啡平台产生的IP

第九章 IP衍生布局之一：影视

IP开发技巧与轻产业链模式

原创判断机制的局限性

IP提升沟通效率

如何与影视公司谈合作

影视公司最看中作品的要素

如何知道作品价码高低

如何以编剧的身份参加影视制作

全程参与确保IP不浪费

天下霸唱全程参与制作《寻龙诀》，票房火爆

## 第十章 IP衍生布局之二：游戏

如何寻找游戏制作商

游戏制作商去哪些平台找

从文字走向游戏的IP

如何与游戏公司谈授权

常见的授权种类

最有利的授权方法

先授权游戏还是先授权影视

影视与游戏的互相衍生

《花千骨》从小说、影视、游戏

## 第十一章 IP衍生布局之三：一般消费品

一般消费品衍生商机

动漫衍生品市场白热化

迪士尼数亿美元的衍生性收入

IP衍生消费品应当如何发展下去

IP授权消费品终端现状

从动漫IP看衍生消费品的未来

## 第十二章 衍生之后：IP生命周期延伸密码

持续成长

《热血传奇》的长生命周期

传奇IP一步步壮大

蜡笔小新年龄从小变大

自我潮流演变

《西游记》的经典版本

《变形金刚》紧跟潮流变化

## 第十三章 IP打造回顾：让IP流程化

一张图解析IP开发流程

核心点一：IP筛选

核心点二：商业定位

核心点三：跨媒介互动设计

核心点四：长期运营

一张图解析IP推广流程

环节一：建立用户基础

环节二：产品的自推广

环节三：粉丝自动转向运营

一张图解析IP衍生流程

# 《IP时代》

## 精彩短评

1、的确讲了一些知识，比如如何创造和使用IP、如何宣传，但是整的来说废话太多，亮点太少。

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)