

甘坑客家小镇“IP Town”模式是如何炼成的？

关键词 IP 文化 甘坑客家小镇

孔 蓉 胡梅林

文化和旅游部艺术发展中心从2016年开始对文化新经济产业开发进行探索研究,2017年探索以文旅特色小镇为空间载体,围绕文化IP内容的生产、管理、运营形成IP资产,打造IP产业链,依托“IP Town”模式设计选取深圳甘坑客家小镇项目作为全国首个文旅融合先导区试点,文化和旅游部艺术发展中心与深圳华侨城文化集团采用央地共建、协同创新方式联合开展,双方充分利用各自优势资源互为支撑共同发展。

甘坑客家小镇位于深圳市龙岗区吉华街道清平高速与机荷高速交会处,北起甘坑村、凉帽村,南至三联村,占地面积18万平方米,扩展区面积2.3平方公里,统筹旧改治理区域13平方公里。

文化IP与“IP Town”模式

在过去的数年中,IP进入了大众视野,并随着互联网公司生态的建立,从游戏界逐步延伸至动漫、影视、衍生品、文学等多个领域。优质IP可以等同于好的故事和角色,这也成为商业成功的基础。

中国近年来最典型的一个例子是故宫博物院,通过对最豪华历史文化IP——故宫文物的创意开发,形成了约1万种文创产品,销售额从2013年的6亿元增加到2016年的10亿元。与此同时,超级IP故宫也成为新一代“网红”,故宫文创从研发、设计、生产、落地到线上销售、线下体验,形成了完整的体系支撑。

“IP Town”模式是IP模式延展与特色小镇开发相结合的一种创新模式。例如,熊本熊是日本熊本县的吉祥物,由知名作家小山薰堂和著名设计师水野学联手打造,其诞生后短短两年多时间就给当地带来了约68亿元的经济效益。

IP将快速有效构建文旅产业特色

甘坑客家小镇“IP Town”在深挖甘坑片区非物质文化遗产“凉帽”以及传统特色客家文化的基础上,创造性地设计出系列与客家文化气韵相匹配的“小凉帽”IP形象,提出“IP Town”的运营发展模式。通过挖掘传统文化,形成原创IP,与小镇开发相结合,以当代的文化表达语言与小镇文旅生活相呼应,形成新的特色小镇发展模式。

“IP Town”是“文化+旅游+产业+城镇化”四位一体创新开发模式,其要义包括以下几个方面。一是IP挖掘。以非物质文化遗产为元素,形成可视化的动漫形象。二是IP构建。赋予其独特的历史和文化背景及世界观(IP世界观+IP主角和辅助角色+IP故事)。三是衍生开发。进行传播运营和衍生产品开发。四是产业化。通过资本嫁接,利用“IP创意+科技媒介+产业资本”,促使IP产业化。

“IP Town”小镇场景规划与营造

2016年5月,深圳市龙岗区政府、华侨城文化集团、甘坑生态文化发展公司签署“华侨城甘坑新镇”合作协议。项目签约后,华侨城启动规划和定位,结合文化梳理,对小镇进行分区规划和改造提升,通过IP文创、VR内容产业、古镇生态旅游和旧城改造实现“产城游一体化”。

修旧如旧,尊重原生态文化。坚持尊重本土客家文化,通过七都116街区、关帝庙、甘坑炮楼院、家风家训馆、甘坑博物馆、凤凰谷、南香楼艺术酒店等改造提升,营造公共文化氛围,提供公共活动空间。

保护客韵资源,传承客家文化。深圳特区的发展只有40年历史,却有着1700多年的郡县史,600多年的南头城、大鹏城史,以及350多年的客家人移民史。350多年前,甘坑村的开基始祖、梅州的客家人谢文明和卓美发定居于此。

华侨城文化集团以客家风情建筑为载体,融合文化、休闲、娱乐业态,对建筑群坚持修旧如旧、保护性开发的原则,通过老屋修缮,对建筑立面、屋檐、外围景观进行改造提升、整体修缮,保留当年的砖墙、屋瓦、飞檐,增加客家特色景观元素,着力打造一个世界级客家文化地标。

通过旧村改造,赋予废旧村落以新生。在保留原始客家古村落风貌的基础上,结合当代文化理念,对小镇建筑、景观进行再造,赋予其全新的生命力。

甘坑客家小镇自2012年开始进行内部改造,对客家文化、建筑等进行梳理。甘淳庄、城门口等通过“穿衣戴帽”式改造、保护性开发等途径,最大限度地保留古村落原貌。通过雨污分流、河道治理,构建甘坑客家小镇全新的水系。通过建筑风貌改造、景观提升、招商优化,七都116街区成为甘坑客家风情浓郁的商业街区,引入了客家酿酒坊、客家豆腐坊、客家擂茶铺、客家糕点铺等纯正的客家特色店铺,让游客全面体验客家生活风情。

深入挖掘小镇客家文化主题,提升旅游互动体验。结合高科技对小镇的客家文化主题进行深入挖掘,加强游客互动体验;挖掘本地地区的客家文化传统习俗、民间艺术等,开发更多体验性的文化旅游创意产品;加强客家特色餐饮的产品打造,促进特色餐饮与客家文化相结合。

打造客家“小凉帽”文化IP 助推甘坑客家小镇全面发展

客家凉帽,是一种辨识度非常高的特色民俗文化,被列为广东省第五批非物质文化遗产。甘坑以凉帽闻名,全村家家都是凉帽作坊,成为深圳最大的凉帽生产基地。凉帽工艺精湛,出口东南亚、英国、法国等。凉帽村、凉帽街打凉帽的老师傅,都见证了这段鼎盛的历史。客家文化IP模式,通过挖掘和开发本土文化IP凉



近日,根据《中共深圳市委宣传部 深圳市规划和自然资源局 深圳市文化广电旅游体育局 关于认定深圳特色文化街区的通知》,甘坑客家小镇获评首批深圳特色文化街区。

帽,推动特色城镇和文化创意产业发展。

小凉帽酒店。小凉帽酒店是全国首家原创亲子IP主题酒店,以“小凉帽的家”为主题,打造中国首家本土原创IP主题酒店。46间客房,5款不同设计风格的房型,让游客在此体验最温暖、最舒适的童话世界。小凉帽酒店也是全国首个“IP+VR”亲子度假酒店,将小凉帽IP元素植入酒店空间与用品,同时考虑儿童活动规律,打造多元亲子活动空间。

小凉帽农场。以“白鹭回来了”为主题线索,将小凉帽绘本故事“白鹭回来了”的主题元素与项目和活动设计相结合,引入传统自然游乐方式,让游客体验客家农耕文化,感受“小凉帽”的日常生活,返璞归真,寓教于乐。小凉帽农场包含凉帽广场、自然课堂、农耕学堂、泥浆乐园等乐学体验,致力于打造成为全国首个本土原创IP亲子农庄。

V谷乐园。V谷乐园是全国首家以原创IP为主题的室内VR乐园,以小凉帽、魔幻奇兵、铁道飞鹰、二十四史等原创IP故事为核心内容,用“VR/AR/MR/XR+娱乐”的方式呈现,在主题环境包装中融入原创数字内容,多维度、立体化地展现IP形象故事与魅力。

小凉帽国际绘本馆。为巩固成果,扩大IP影响力,自2017年开始华侨城文化集团在甘坑客家小镇创办了国内首个城市级绘本奖,每年投资约300万元,以小凉帽IP为核心,打造深圳市级最高、范围最大的原创国际绘本大赛。

小凉帽之家。小凉帽之家是小凉帽系列衍生品主题商店,以原创IP“小凉帽”为角色元素,开发绘本、手办、魔幻光盘、古诗互动学习卡等约500种文创衍生产品,实现了商业变现。

如何评价甘坑客家小镇“IP Town”模式

作为前期启动的甘坑客家小镇,要进一步做大做强文化旅游产业,带动本地区的经济发展。以甘坑客家小镇为核心,打造文化创意产业平台,带动周边地区成为产业集聚区。甘坑客家小镇试点未来将打造五张国家级文化名片,即中国历史文化名镇、全国重点特色小镇、国家5A级旅游景区、国家文化产业与旅游业融合发展示范区、国家级战略性新兴产业示范区。

甘坑客家小镇采用“IP Town”创新发展模式,通过小镇客家渊源、民风民俗等系统梳理,理清甘坑历史文化发展脉络,以新老客家文化为内涵依托,打造多元复合型文化旅游目的地;并率先导入IP的开发和投入,通过对客家非物质文化遗产“凉帽”元素的深入挖掘,甘坑客家小镇举办了“创意十二月之HOT甘坑周末”“2016中华文化人物”颁授典礼等文化活动,并迎来“年度中华文化人物颁授典礼”的永久落户。通过文化创意、民谣音乐等导入,甘坑客家小镇实现了新型城镇化的文化再造。

甘坑客家小镇是一个流量池,通过自创的品牌产品,来把流量转换成消费力。甘坑客家小镇IP Town模式把小镇变成IP的主题商场,创造消费环境,通过销售周边的文创产品、手绘的草帽、特色农产品等,形成旅游产品的形象标识,以此增加小镇产品的含金量和标志性。通过周边的物业和土地的增值,以及数字创意产业的经营来提升小镇的经济效益。

华侨城文化集团目前通过轻资产的管理输出、IP的导入运营进行全国的品牌复制,贵安新区北斗湾VR小镇为当地政府委托其进行代建代运营,目前以深圳12

甘坑客家小镇在深挖深圳市龙岗区吉华街道甘坑片区非物质文化遗产“凉帽”以及传统特色客家文化的基础上,创造性地设计出与客家文化气韵相匹配的“小凉帽”IP形象,提出“IP Town”的运营发展模式,即通过IP挖掘、IP构建、衍生开发和产业化路径,通过赋予IP形象,独特的历史文化背景及世界观,借助媒体传播运营与系列衍生品开发,发展“IP+文化创意产业”。通过“IP+”模式,以当代文化表达语言与小镇文旅生活相呼应,快速有效地构建城镇文化、旅游、产业特色,实现传统文化的当代表达和发展,促进旅游产业大幅度增长,推动新型创意产业的形成,打造文旅融合、带动片区经济社会全面发展的全新模式。

商业影响。目前,通过加强市场招商,提升小镇文旅品位。在保留客家腌面、客家擂茶、牛状元、东方神曲(客家黄酒)等客家特色产品的基础上,通过业态分区规划,对小镇商业进行重新梳理,打造特色商业街区。陆续引进手痒痒部落(汉服坊、布艺坊、纸艺坊、沙艺坊、美食坊)、壹米食、德国餐厅、新加坡妈妈烤包、西尾抹茶、玉颜阁、一树繁花花艺DIY体验、陶也陶艺DIY体验、老蔡工作室(玉器)、福禄斋(木艺)等,营造消费氛围,提升小镇文旅品位。

提升当地文化内涵,重塑古镇文化形态 甘坑客家小镇“IP Town”总结

开发方式。在原有行政建制的基础上,采取“政府+企业+村股份”合作开发,充分发挥政府政策引导,企业资金、管理、创意,村股份土地资源优势,为特色小镇长效发展提供机制保障。重点是与村民的合作,实现村民就业的当地转化,通过文旅与乡村振兴的结合,将特色小镇打造为造福一方的民生工程。

行业分布。突破传统商业小镇形态,建设系列博物馆、酒店、餐厅、农场、水疗馆等体验设施,实现“文化+旅游+农业+康养”等多业态融合发展,打造“文化+”特色小镇。

文化IP产品。以绘本为中心,融合小说、游戏、TV动画、VR电影、VR乐园、文旅衍生产品开发,打造IP产品集群,实现IP全覆盖。

相关活动。通过对当地非物质文化遗产进行梳理和深度挖掘,举办特色体验活动,如国际绘本赛事、农耕体验活动、民谣节、小凉帽过大年、客家文化节、绘本大师工作坊、客家民俗展等,以活动提振小镇人气,促进挖掘、传播、传承、保护和发展。

就业转化。通过小镇经营,解决了当地村民就地就业问题。一方面,物业租金明显提高,最高达到每平方米280元;另一方面,通过客家滋和、茶果、酿酒等特色餐饮及文化元素的挖掘和展示,间接帮助村民,特别是当地下岗人员实现再就业。

商业模式。通过“虚构+实景”“内容+载体”的结合,配比公共文化空间,引进、孵化特色商业品牌,如凤凰客家酒店、南香楼艺术酒店、手痒痒部落等,打造“小多美”的商业集群,实现租金坪效的大幅度增长,未来通过市场区域的扩大,商业结构将进一步升级。

品牌输出路径与授权机制。目前已成功实现凤凰客家酒店、餐厅、V谷乐园等业态品牌在成都洛带古镇的输出,通过品牌资源导入,实现当地文化内涵提升,重塑古镇文化形态。

“IP Town”模式还有这些创新玩法

绘本故事。小凉帽绘本《白鹭回来了》将IP开发与场地营销相结合,设定了小凉帽世界观与故事创作背景,并于2018年5月代表华侨城文化集团被收录进“CCTV国家品牌计划”美好生活典藏馆。

小凉帽国际绘本奖。2017年成功举办中国第一个城市级绘本大赛——小凉帽国际绘本奖首届赛事,有效带动了绘本产业的发展,也为小凉帽IP的可持续发展提供了灵感与养分。2017年,共征集到来自约40个国家和地区的有效参赛作品1463件。2018年,第2届小凉帽国际绘本奖共征集到来自50多个国家和地区的有效参赛作品1766件,同比增长20.7%。

小凉帽TV动画。《小凉帽之白鹭归来》TV动画是小凉帽系列动画片的第一部,预计制作52集,以生活化场景展示耳目一新、宛如仙境的客家风光,深入浅出地诠释人与自然的关系,回归传统价值观,力求实现“人、心、自然”的统一和升华。

2018年深圳文博会期间,小凉帽动画概念片一经亮相,就广受社会各界关注,继2018年5月14日小凉帽亮相中央电视台《新闻直播间》后,5月21日央视《焦点访谈》栏目走进甘坑客家小镇。“小凉帽”将东方乡土魔幻的个性魅力传递至全世界,并荣膺“玉猴奖2018年度十佳文旅吉祥物”。

小凉帽VR电影。VR电影《小凉帽之白鹭归来》是凉帽宝系列列VR电影,获得第74届威尼斯国际电影节亚太单元最佳沉浸影片、最佳未来影像金狮奖。该影片已在华侨城旗下V谷乐园和成都麦鲁小城VR飞翔影院上映,深受游客的喜爱。

小凉帽AR古诗。选取现行小学校本课程一至六年级所有60首古诗、32位诗人,运用AR技术,以小凉帽姐妹为主角,制作成精美的寓教于乐、互动学习卡片,配套开发APP,让家长和孩子一起开启与小凉帽同行的古诗之旅。既有扫卡即呈现的古诗AR动画,也有考验眼力、记忆力的古诗问答,更有休闲放松的小游戏。

(本文选自《中国文化旅游发展研究报告》,原标题为“文旅融合与空间载体:‘IP Town’模式试点报告”,上版内容略有删改,标题为编者所加。)