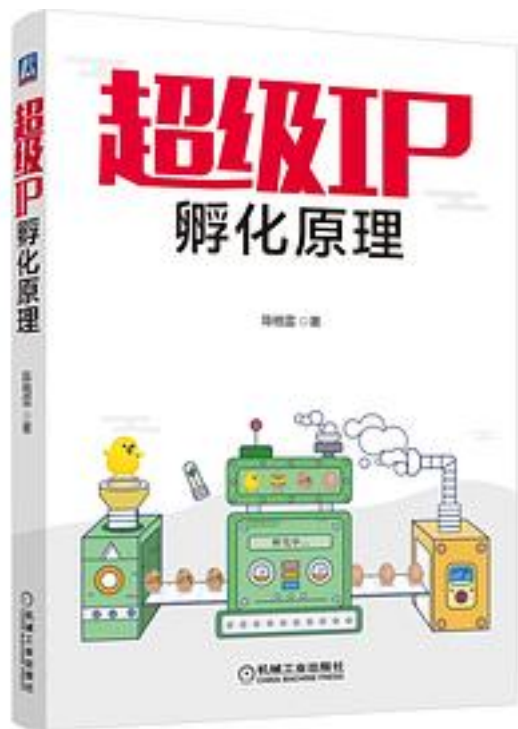


超级IP孵化原理



[超级IP孵化原理 下载链接1](#)

著者:陈格雷

出版者:机械工业出版社

出版时间:2020-5

装帧:

isbn:9787111648529

孵化IP需要产品思维，而不只是文创思维或营销思维。

孵化IP需要5S原理，包括情感定位、世界观设计、角色设定、故事塑造和符号设计，并且以文化母体为底盘。

超级IP是超级文化符号。

作者介绍:

12年IP孵化及开发经验，10年广告营销经验

张小盒IP创始人，和女儿的日常IP总监制，键盘仔IP创始人

曾被评为中国十大广告创意人

营销案例曾4次获得国际艾菲实效奖

中国广告金长城奖全场大奖获得者

现在是IP蛋炒饭咨询机构创始人

造梦盒子及盒成动漫创始人

目录: —— 目录 ——

导入部分：IP和超级IP是什么？

λ IP是无形资产的权益

λ 用IP思维孵化IP

λ 超级IP其实是超级文化符号

λ 泛IP时代的五大IP领域

λ 八种超级IP孵化模式

第一部分：超级IP需要情感定位

1.1 定位异同：品牌入脑，IP走心

λ IP和品牌都是对人性心智的占位

λ 品牌判断在脑，IP感受在心

1.2 定位情感：洞察人心的情感层次

λ 人性意识分层：情绪、情感、情结

λ 孵化IP的情感发展三步骤

1.3 定位依据：「三位一体」脑科学

λ 什么是“三位一体”脑原理

λ 显意识与潜意识的9种相爱相杀

λ IP定位=80%情感+20%理智

1.4 深入定位：贴近潜意识的16种情结

λ 在情结上的IP定位最强大

λ 16种贴近潜意识的情结

λ 成功IP角色有多种情结

1.5 落实定位：共情效应是IP成功的关键

λ 情感定位是IP的CPU

λ 共情效应是情感定位的钥匙

λ 共情效应案例列举

1.6 反思定位：中国现代IP不强的原因

λ 中国现代IP实力与经济水平不相称

λ 中国现代IP的五个不足

第一部分小结：有情感定位的IP，才能成为现代的超级IP

附：全球50大IP的总表

第二部分：超级IP孵化的5S原理

2.1 IP孵化的5S要素

λ IP成功发展的5S要素

λ IP成长，依托于文化母体

λ 5S原理是一种产品思维

2.2 5S原理之○：文化母体是IP的底盘

λ 什么是文化母体？

λ 在文化母体上孵化强大IP

- λ 文化母体影响力，决定IP的边界
- λ IP创造，需要文化母体的新组合

2.3 5S原理之1：打造IP的情感内核

- λ 情感内核的组成
- λ 情感内核是IP的能量场
- λ 有些IP不需要价值观，有些特别需要

2.4 5S原理之2：创造高感动力的IP角色

- λ 情感鲜明的IP角色，才能成为超级IP
- λ 创造高感动力IP角色的三步法
- λ 8种IP角色的属性
- λ 为什么IP形象不够萌？
- λ 怎样开发好的IP形象？

2.5 5S原理之3：IP世界观设计的6脉神剑

- λ 每个IP都有一个独属的世界观
- λ 世界观设计的6脉神剑
- λ 从“6脉神剑”看几个IP的成败
- λ IP世界观的情境力量

2.6 5S原理之4：超级IP的9种故事原型

- λ 原型化故事最有情感力
- λ 创造超级IP的9种故事原型

2.7 5S原理之5：走向超级IP的符号设计

- λ 符号设计是IP到超级IP的通行证
- λ IP符号设计的4个原则
- λ 独特辨识度是第一要求
- λ 设计师IP的符号设计能量

第二部分小结：5S原理是超级IP的产品思维

第三部分：超级IP的发展之道

3.1 孵化之道：用产品思维做IP

- λ 行业不同，做IP的出发点不同
- λ 企业为何需要IP化赋能？
- λ 企业的IP化，要和产品/服务结合
- λ IP化像孵蛋，从内到外才是生命
- λ 产品/服务IP化的四种方法
- λ IP化与5S原理

3.2 爆发之道：打造IP爆款的四大要素

- λ IP爆款背后的规律
- λ IP爆款的四个必要条件

3.3 成长之道：通往超级IP的三大进阶

- λ 超级IP的三大进阶过程
- λ 再红的IP，都会有春、夏、秋、冬
- λ IP还需要“破圈”和“文化扩散”

3.4 成功之道：超级IP的两大实力指数

- λ IP两大实力指数：情感共鸣度与文化共识度
- λ 怎样进行IP实力评估？
- λ 用“IP精神文化系统”评估IP案例
- λ IP思维决定IP实力

第三部分小结：超级IP的成功，是产品思维的厚积薄发

总结：超级IP孵化的知识图谱

• • • • • ([收起](#))

[超级IP孵化原理_下载链接1](#)

标签

品牌

IP孵化

IP

营销

思维方法

商业

品牌营销

产品思维

评论

孵化IP需要5S原理，包括情感定位、世界观设计、角色设定、故事塑造和符号设计，并且以文化母体为底盘。超级IP是超级文化符号。

这种书鸡贼的地方就在于，一个孵化成功的业界人士，把一套自己的理论摘出来，再往里面填成功案例支撑，其实是将个例无限量放大的一种做法，比较马后炮。

情感共鸣+文化共识 小众狂欢、大众围观

因为作者不是小说和影视创作者出身，内容创作部分有点外行了，但其他部分写的很好。

陈老师这本书非常值得一读，特别是从一个消费品创业者的视角看，ip消费品是一个很重要的组合，同质化的产品，复制成本低，价格战一直是消费品行业的低纬度的竞争态势，而ip后，消费品自身可以被竞争对手复制，而ip不可以复制，你拥有这个知识产权，就是拥有了消费品的核心竞争力。

格雷是我多年一起的拍档，他的思维很活跃，能够快速总结发现一些事情的原理和方法。超级IP孵化原理这本书应该说是把IP打造的最根本的特点、方法、逻辑等都非常简单清晰的表达出来了。实操性很强，如果想进入或者打造IP，看这一本就非常合适。

非常专业的ip解读，受益匪浅

陈格雷，张小盒之父！对于想要从业动漫设计以及已经从业动漫设计行业的人来讲，《超级IP》都是一本不可多得的极佳参考“文献”。

超级IP需要情感定位！情感鲜明的IP角色，才能成为超级IP！好书值得分享推荐！

[超级IP孵化原理_下载链接1](#)

书评

[超级IP孵化原理_下载链接1](#)