2017互联网+智慧中国年会资料

国脉互联 GOVMADE

IP数字化趋势与企业品牌应对

国脉研究院

2017年11月

IP溯源：国民级IP时代已经结束

李白

杜甫

白居易

白蛇传

梁祝

三国演义

过去……

无阶级IP

李杜诗篇万口传，无阶级的IP，老少皆宜，童叟无欺；

无阶级，诗歌是所有人都能接受的

www.govmade.cn

IP溯源：网络传播空间下的“认知鄙视链”

现在……

IP是有阶级的

读财新、环球时报和朋友圈保健资讯的人不一样

VS

IP是有层次的

喜欢凯文凯利的 和喜欢鹿晗的人可能相互不认识

www.govmade.cn

IP溯源：迪士尼一样的跨时空IP已没有群众基础

现在……

IP是有时限的

李杜不再，无人流芳百世
如今的IP转瞬即逝，没人能记住几个月以前的热门文章。

词云：弓虽，94，叉腰肌，做人要厚道，很好很强大，很黄很暴力，关我X事，我是出来打酱油的……

盛行于2007-2008年网络流行语、网络小说，如今已很少人使用和追捧……

IP诞生的三种动力与模式

春晚模式

权力驱动

宋祖英、阎维文、谭晶、王宏伟……
春晚舞台上的主旋律歌手，体现主流精英的价值标准与品位，其背后是权力推动IP

超女模式

资本驱动

李宇春，周笔畅，张靓颖……
湖南卫视打造了超级女声，票选偶像看似满足了草根群体的情感寄托与消费对象，其实质是资本的盛宴下塑造的IP

直播模式

信息力驱动

MC天佑、Papi酱……
各路网红在直播平台生根发芽，一切以观众需求为导向的圈粉行为创造了分众化的按需定制偶像，其核心是信息生产力驱动的IP

www.govmade.cn

数字化视野的IP三种形态

平台即IP

平台及IP，政务公开不仅仅在政府网站上独自发声，而是在各种平台上百花齐放

人物即IP

越来越多的官员进入开通博客、微博，以往高高在上的领导主动接触网民

内容即IP

内容更加多样化，单调的新闻联播，一本正经的播音腔已经老掉牙，创新的形式更受欢迎

从政府网站延伸为政务微博、微信、APP等；今日头条

知名官员微博主：张春贤、张新实、廖新波

内容更加多样化，创新表现形式：中国政府网信息图解

www.govmade.cn

IP数字化的背后

信息噪音

不同频率的声音造成用户的无所适从

过滤机制

机器推荐算法使用、过滤手段、传播方式的改变

用户偏好

用户分层，每个人有自己的社交圈与内容信仰

行业属性

互联网的规模效应迅速养成，使不同领域的IP可以迅速聚敛拥趸

www.govmade.cn

一个成功IP的自我修养

被谈论

IP首先具有足够的内容含量

国民老公

被吸引

IP有掌控追随者心智的能力

好声音

被参与

与其远观IP，不如亲自参与

刷弹幕

被消费

转化为商业利益是一切IP的最终目的

锤子手机

www.govmade.cn

IP的本质是一种“代理”与价值符号

信任代理

朋友圈微商

卸下陌生人
的心理防备

购买

情绪代理

徐晓东打假

自己无法践
行和实现的
梦想“委托人”

支持

意志代理

人民日报

代理和传播
一种组织的
意志

追随

www.govmade.cn

IP产业化借助资本形成“IP经济”

如今，当一部作品成为IP，无论其以什么形式：游戏、小说、动漫、影视…… 嗅觉敏锐的商家总会将其迅速产业化。作品会被改编，被重新演绎，以其他产业的形式再现，供粉丝消费。

游戏

魔兽争霸

小说《部落的暗影》等
电影 《魔兽 崛起》

小说

盗墓笔记

电影 《盗墓笔记》
游戏 《盗墓笔记》

动漫

口袋妖怪

游戏 《精灵宝可梦GO》

影视

星球大战

游戏 《星球大战 前线》等
动漫 《星球大战克隆人战争》等
小说 星球大战系列小说

www.govmade.cn

产业IP化正在成为内容产业时代的鲜明特征

IP能被产业重新诠释，同样地，产业也正在被IP化

制造

格力电器

格力电器董明珠，早前因一篇朋友圈爆文《网红董明珠》走红，其一系列营销手段，通过10亿巨赌事件、99张自拍事件、心疼成龙事件，使公众印象中的处于传统制造业的格力电器开始IP化

智能手机

锤子科技

罗永浩，曾先后创办过牛博网、老罗英语培训学校，因"情怀"而创立锤子科技，主营智能手机。像传教一样开发布会，这只属于罗永浩，彪悍，叛逆，幽默，独立，这是老罗的标签，也是锤子科技被IP化的印记

知识

罗辑思维

《罗辑思维》是罗振宇的个人知识型脱口秀节目，从2012年开始，罗振宇依托《罗辑思维》脱口秀身价倍增，抛出了一个又一个互联网经济、内容付费、知识变现等现象级话题，被定义为知识传播的IP

直播

MC天佑

从被网吧老板辞退的收银员、炸串摊摊主，到年收入千万的当红主播，YY直播平台彻底改变了MC天佑的生活，天佑的逆袭不仅是他个人的成功，同时也彰显了直播产业造就大IP的能力。

www.govmade.cn

粉碎

粉碎你的标识—杜蕾斯

粉碎你的形象—故宫

粉碎你的语言—读金庸

粉碎你的行为

粉碎你的渠道

粉碎你的……

www.govmade.cn

镶嵌

嵌入平台……

嵌入场景……

嵌入语境……

嵌入流程……

嵌入身份……

嵌入……

www.govmade.cn

凝固

凝固你的用户认知……

凝固你的市场预期……

凝固你的价值取向……

凝固你的阐释权力……

凝固你的……

www.govmade.cn

国脉能为企业数字品牌发展做什么

战略

面向平台经济的大型企业发展策略设计

评价

面向企业数字化水平的能力诊断

咨询

面向垂直行业的数字化发展咨询研究

www.govmade.cn

国脉合作伙伴

中国神华 CHINA SHENHUA

中国民生银行 CHINA MINSHENG BANKING CORP.,LTD.

中国中纺集团公司 Chinatex Corporation

華潤 與您攜手 改變生活

中国航信 TravelSky

国家电网公司 STATE GRID CORPORATION OF CHINA

e-Hualu 易华录

中国煤地 CNACG

中国海运(集团)总公司

ICBC 中国工商银行

FUJITSU

中国铁建 CRCC

神州数码 Digital China

中国石油

China unicom 中国联通

ECC

中国南方电网 CHINA SOUTHERN POWER GRID

中国电力建设集团有限公司 POWER CONSTRUCTION CORPORATION OF CHINA

中国电信 CHINA TELECOM

CHALCO 中国铝业

ADVANTECH 研華科技

国脉研究院

互联网+

智慧城市

大数据

新媒体

行业前沿趋势研究

国家高层智库支撑

BAT互联网+战略咨询

国脉互联
GOVMADE

智慧就是力量
WISDOM IS POWER

国脉互联

igovmade

国脉研究院

ethinktank