

文化产业信息动态

2024年 第10期

台儿庄古城管委会文化产业部

2024年4月26日

目 录

1. 当国潮艺术遇见新质生产力
2. 五一出游开始升温

当国潮艺术遇见新质生产力

来源：中国文化报 2024 年 4 月 24 日 王伟杰

“新质生产力”与“国潮”成为今年全国两会上的焦点，为文化和旅游行业开辟了新的增长空间。随着文旅经济的回暖、文化艺术消费受重视，文化 IP 的开发在促进文旅融合和城市创新推广中发挥着关键作用。数据显示，2022 年中国文化旅游 IP 市场总规模达到 4656.2 亿元，其中 IP 授权行业的市场份额逐年上升。“忒 PANDA”等国潮艺术 IP 正成为发展新质生产力的强大力量。

擦亮熊猫 IP 讲好中国故事

中国文化传媒集团于 2022 年 12 月正式推出“文旅中国元宇宙”项目；2023 年 10 月文旅中国元宇宙第二届生态大会召开，“文旅中国元宇宙”正式发布。2024 年 3 月，“文旅中国元宇宙”发布了第二款 PFP（社交头像）数字文化版权商品“忒 PANDA·国风”。该款藏品基于“忒 PANDA”形象，融合了传统文化元素，通过传统服装、配饰、纹路以及非遗元素，展现了传统文化的魅力。藏品在中国文化传媒新文创藏品平台限量发售 1800 份，很快售罄。

“‘忒 PANDA·国风’ PFP 数字藏品融合国风、非遗及历史文化元素，创新呈现于时尚单品，深受年轻人喜爱。相较于首期‘忒 PANDA·街头’ PFP 数字藏品，此款更显文化魅力。”北京时尚华漫文化科技有限公司视觉设计师程韵说，“市面上的熊猫 IP 众多，但我们希望‘忒 PANDA’能代表我们自己的文化，并具有独特之处。我们在细节打磨上花费了大量时间，包括露眼白、下垂眼和身体体

态等，以塑造一个有个性的中国熊猫 IP。”

在程韵看来，“忒 PANDA”作为诞生在中国本土的潮流艺术 IP，结合中国历史故事、民俗文化、中西方潮流艺术和 Web3.0 玩法，具有得天独厚的优势。未来，“忒 PANDA”的涉猎范围将逐渐扩大，涵盖 2D 到 3D、线下到 Web3.0、传统到时尚领域。

拥抱数字科技 开辟链上领域

数字藏品作为文化产业的新业态，体现了新质生产力在文化领域的全新应用场景。作为中国文化传媒集团的直属子公司，《时尚》杂志社有限责任公司响应集团元宇宙战略，聚焦数字内容 IP 孵化与营销，打造“忒 PANDA”系列数字文化版权品，推动潮流艺术 IP 进入链上领域，加快培育新质生产力。

“‘忒 PANDA’ PFP 数字文化版权商品的成功发售，预示着时尚潮流艺术 IP 可以在数字科技领域不断探索，创新文化创意产品创作模式。这种模式重构了多样的 IP 内容生产方式，重塑了全新的 IP 商业模式，为文化商品的创造性转化和创新性发展开辟了新道路。我们期待与各方共建更完善的内容资产生态系统，助力‘忒 PANDA’的转型与演变。”程韵说，为实现这一目标，他们需要行业内外“破圈”式地营销。目前，“忒 PANDA”系列 PFP 藏品第三期正在紧锣密鼓地筹备中。

“忒 PANDA”的家族形象承载着中国文化的丰富内涵。为克服单一形象的发展局限、提升 IP 形象在市场的多样化定位及品牌融合度、实现商业与人文双重传播，“忒 PANDA”家族形象未来将进行多元化、宽领域的孵化。该 IP 将突破性别、年龄和属性限制，

通过文化、艺术、商业、传统、科技和时尚等多元板块，实现资源整合和线上、线下融合。“我们致力于不断丰富‘忒 PANDA’的内涵与外延，拓展其影响力，以满足市场对多元化 IP 的需求。同时，我们期望推动更多中国文化元素走向国际舞台。”程韵说。

提升 IP 价值 赋能文旅发展

优质的 IP 为文旅行业提供了强大内容竞争力。以“忒 PANDA”为核心，《时尚》杂志社有限责任公司将潮流艺术与数字化内容运营深度结合，积极探索如何持续运营、变现 IP 价值，进一步赋能文旅行业。

在 IP 赋能非遗方面，“忒 PANDA·国风”数字藏品的衣服、帽子等融入了诸多非遗元素，如油纸伞、团扇、苏绣、国画等，展现了非遗技艺及文化的独特魅力。在景区方面，“忒 PANDA”的大型雕像出现在一些城市的标志性地点，成了当地的网红打卡点。今年，“忒 PANDA”还计划与更多景区合作，推出联名产品或文创、线上动画等内容，并融入 PFP 数字文化藏品项目中。

在博物馆领域，以“忒 PANDA”为主角，《时尚》杂志社有限责任公司与上海自然博物馆密切合作，致力于“忒 PANDA”熊猫星球系列故事绘本的筹备和打造。该项目将绘本与科普知识相结合，让知识以更生动、更有趣的方式传递给读者。“当该绘本正式发行后，还将在上海自然博物馆展出，进一步与公众互动。”程韵说，“我相信绘本中的男主角‘忒 PANDA’，将成为孩子们心中的新英雄。”

目前，“忒 PANDA”熊猫星球系列故事绘本已进入正式筹备阶

段，后续将联动衍生品的生产持续造势强化 IP 属性。该绘本计划于今年 5 月至 6 月开始发售。

“2024 年，‘忒 PANDA’将以新内容全新启航，数字文化版权品领域的成功让我们更有信心探索国潮 IP 与元宇宙的融合。今年，我们将持续对 IP 进行内容赋能，挖掘出更多在简单数字符号背后可以承载的内容与文化理念，并持续独立开发出更多 IP 以及相关角色的三维数据支撑产品。”程韵说。

五一出游开始升温

来源：中国旅游报 2024 年 4 月 19 日 记者 李志刚

国务院新闻办公室于 4 月 17 日举行新闻发布会，国家发展改革委相关负责人解读宏观经济形势和政策。据介绍，服务消费较快增长，一季度服务零售额同比增长 10%，比商品零售额高 6 个百分点。文旅消费需求旺盛，清明假期电影票房创历史新高，国内出游人次按可比口径较 2019 年同期增长 11.3%，游客出游花费增长 12.7%。目前五一假期出游已经开始升温。

今年以来，我国消费市场总体恢复良好。从年初的“冰雪经济”到春节期间的“年味经济”，再到现在的“假日经济”，消费新热点新潮流不断涌现，持续带动消费平稳增长。国家发展改革委相关负责人表示，展望全年，在扩大内需、促进消费政策带动下，各地方各领域不断创新消费场景、优化消费环境，支撑消费增长的积极因素在增多，消费有望保持平稳升级、稳步向好的发展态势。下一步将扩需求优供给，持续打造消费新增长点。鼓励以市场需求和消费者需求为导向，培育打造消费新场景新业态。积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等消费新热点。

今年低空经济被写入政府工作报告，引发关注。此次发布会上，有记者就低空经济提问。对此，国家发展改革委相关负责人介绍，低空经济涉及物流运输、城市交通、体育休闲、文化旅游等领域，是前景广阔的战略新兴产业，也是新质生产力的典型代表。当前，我国发展低空经济已经具备较好基础。下一步，国家发展改革委将

与有关部门协调配合，以市场需求为牵引、技术创新为驱动、空域开放为保障，推动形成场景丰富多元、供给智慧高效、监管安全规范的低空经济健康发展良好局面。

（编辑 杨珠峰）