

浅谈动漫IP与文旅融合的发展与互动

王邑雯

周口师范学院 河南周口 466000

摘要：动漫IP与文旅融合的发展与互动是一种趋势，动漫IP作为一种具有强烈文化属性和市场价值的创意产品，具有用户黏性强、产业链长、可塑性高等特点。文旅产业是文化产业和传统旅游业的结合，动漫作为文化产品其自身的文化特点就与文旅融合发展这一举措十分契合。二者结合可以丰富文旅产业的形式与内涵，同时也为动漫IP的商业化运营提供了新的思路和渠道。

关键词：文旅融合；动漫IP；产业融合

文旅融合是一种双向互动，交点在于文化产业与旅游业之间具有不可割舍的内在联系，一方面文化引导着旅游需求，为旅游业提供充足的养分，世界各国著名的旅游景点无一不与文化有关。动漫IP通过其独特的文化魅力和市场影响力，为文旅融合注入了新的活力。动漫IP的引入，使得文旅项目在内容、形式、体验等方面更加丰富多样，满足了消费者对于个性化、差异化、高品质文旅产品的需求。另一方面旅游业是文化交流与传播的重要平台，为文化价值的实现提供了外部需求支撑。文旅产业为动漫IP提供了更广阔的市场空间和更多的商业机会。通过文旅项目的推广和营销，动漫IP的知名度和影响力可以得到进一步的提升，促进动漫产业自身的发展和壮大。动漫IP与文旅融合的发展，促进了两者之间的互动与共生。

一、我国动漫产业的发展情况概述

2022年，在党的二十大报告中的第八部分“推进国家文化数字化战略”着重阐述了未来我国民族传统文化建设的开发方向和前景，强调要推动民族传统文化信心自强，铸就社会主义文化建设新光辉，并且明确提出了建立完善现代文化产业体系和市场体系，实行重点文化发展项目带动战略的重要举措，推动文化事业的蓬勃发展。动漫产业是以“创意”为核心，以动画、漫画为主要表现形式的文化产业。动漫产业已经形成了以内容生产、内容传播、衍生品的再创作与销售为一体的成熟的

产业链。产业链上游为内容生产，中游产业为电影院线、电视台、在线短视频平台的播放，下游为衍生产业，内容包括手办、海报、玩具等商品的销售，动漫IP版权、各种跨界合作等。现如今动漫产业已经成为文化产业的重要组成部分，以及国民经济的支柱产业之一。

在中国，动画发展经历过“中国学派”的辉煌，但因艺术和市场的严重脱节导致最后难以为继，再加上历史因素等诸多原因，动画发展落于人后。近些年在我国大力发展文化产业的新形势下，中国动漫产业快速发展，年均增长率超过30%^[1]。在国家政策、资金、基地建设扶持以及互联网发展的大背景下，动漫市场规模稳步扩大。中国动漫产业虽然暂时落后于海外，但其正处于高速发展阶段，用户规模的不断扩大、市场需求的不断增加、政策措施的不断完善等利好背景，都将推动动漫产业的进一步发展。预计2026年中国动漫产业市场规模将超4500亿元^[2]。

二、动漫IP与文旅融合的意义

IP是“intellectual property”的首字母缩写，主要包含著作权、商标权和专利权等。动漫作为一种文化产业，IP是其产业链的核心，主要环节包括动画、漫画的制作与发行，各类衍生品等。无IP不文旅，动漫IP正在成为文旅产业转型最具有转化能力的领域。而90后、00后客户群体的出现，使动漫产业的消费水平及需求大幅度提升，带有IP特征的动漫产业发展前景极其强劲^[3]。动漫爱好者越来越倾向于通过旅游的形式，造访自己喜爱作品的故事背景所发生的区域和地点。这种行为表明了动漫IP的输出能有效带动旅游产业的发展，动漫产业和文旅产业的相互赋能，是实现产业价值最大化的客观需要。

作者简介：王邑雯（1994.03.28-），女，汉，河南周口，硕士研究生，助教，研究方向：动画创作、动画文化传播。

新冠肺炎疫情对旅游业的影响不言而喻，统计数据 displays，自新冠疫情暴发以来中国旅游出行下降了50%，依托于旅游业的地方文化发展受到严重打击，大量依附于旅游业的文化宣传活动基本取消。近期疫情虽已成过去式，但其影响还并未完全消散，文旅产业对类似新冠疫情这种黑天鹅事件的应对能力较弱。在此背景下为旅游业及地方文化选择一种新的传播载体并发挥其载体自身优势推动文旅产业发展就显得至关重要。

三、动画IP推动文旅产业发展的方式

目前中国国内以文旅和动漫IP互相赋能为宣传点旅游地不多，据《新文旅时代：消费升级与去地产化趋势下的产业创新发展》白皮书的结论显示，中国文旅产业正面临着品质化、专业化、智能化、IP化方向上的深度变革与整合^[4]。据统计23家上市文旅企业2019年公开财报信息，大多数传统景区业绩下滑明显，而运营主题乐园的企业整体表现较好。主题乐园在适应市场新动向方面表现出了较高的灵活性。通过打造IP、引入IP、品牌输出以及推出定制化和个性化服务等措施，抓住年轻人消费市场。业绩前五名中就有4家属于主题乐园类^[5]。2018年马蜂窝平台所出的年度《全球新旅游用户行为分析报告》中调查数据显示，73%的90后和54%的80后的旅行意愿中都有一定要去动漫取景地的旅行计划。因此，推行以动漫IP为宣传点的文旅产业是大有可为的，深入挖掘动漫IP的各种资源并有效运用，可以打造出独具魅力和吸引力的文旅产业品牌和产品，在吸引更多的游客前来观光消费的同时，也能促进文旅产业的长久、健康发展。以下是几个可供选择的措施：

（一）主题公园建设

以知名动漫IP为基础打造主题公园是促使文旅产业发展的常见途径之一。例如迪士尼主题公园、马里奥主题乐园、吉卜力主题公园等。以搭建与动漫世界相符合的游乐设施与互动设计将动漫主题元素贯穿始终，以精彩绝伦的表演吸引游客眼球，促使游客前来体验，促进园区所在地旅游业的发展。

（二）IP衍生品

IP衍生品可以表现为衍生图书、周边产品、玩具、游戏、影视改编等形态，这些衍生品能够进一步扩展原作的影响力，使原作的故事、角色、设定等元素得到更广泛的传播和认知。动漫IP衍生品具有巨大的消费潜力和商业价值。通过授权、衍生开发等途径，衍生品可以实现多元化的商业价值转化，如衍生品销售、影视改编、

游戏开发等，成为动漫知识产权持有者的重要收益来源之一。对于动漫的粉丝来说，他们可以通过购买、收藏、使用这些衍生品来表达对原作的喜爱和支持，同时也可以在衍生品中找到与原作的共鸣和情感连接。上海迪士尼的原创IP玲娜贝儿玩偶曾一度被炒出超过1000元的高价，这种IP衍生品销售与动漫文旅相结合的方式为文旅产业带来了新的商机。

（三）合作推广与联动营销

动漫作为新媒体的代表之一，在数字化传播方面占有得天独厚的优势，能够通过社交媒体、视频平台等新媒体渠道快速在全球范围内进行传播和营销，吸引更多的目标受众对相关文旅项目的认识和关注。并且动漫IP也常被用在联动营销方面，例如与旅游公司、酒店、航空公司等文旅企业进行跨界联动营销合作，从而为相关企业带来更多的流量和收益。另外，动漫新媒体所具备的影响力和覆盖面并不局限于动漫产业本身，还可以延伸到电影、游戏、音乐等其他领域。跨界合作的加入能够给文旅产业带来新的商业机会和发展空间，推动产业链的整体提升和进化，更好地满足游客在游览中的需求。

（四）打造沉浸式体验环境

得益于科学技术的迅猛发展，结合科技手段打造的虚拟世界或者科技机械装置可以为观众创造出更具真实感和沉浸度的虚拟空间。结合VR/AR技术将动漫IP中所展现的场景人物等元素呈现给用户，为观众提供“身临其境”的游玩体验，增强了用户对文旅活动的参与度和体验感。另外，动漫角色的“NPC”互动环节也是提升观众体验的有效手段，例如北京环球影城中的机械装置“威震天”可以在工作人员的操控下模仿动漫与电影中角色的特点与观众进行互动，大大提升了观众对旅游活动的热情。

（五）粉丝互动与个性化定制

动漫作品往往会具有较强的用户参与性与互动性，例如每年的中国国际动漫节和中国国际漫展节（CICF）都会吸引全国大批动漫爱好者齐聚一堂，穿着动漫服饰，表演动漫情节。相关活动的举办不仅增强了用户对动漫新媒体的参与感与互动性，也增加了用户的黏着度与忠诚度。文旅主办方可以通过分析用户的偏好与行为数据来为不同偏好的游客进行个性化旅游线路与活动方案的推荐，通过动漫活动，聚集文旅游客。

四、文旅产业发展对动漫IP的影响

文旅产业与动漫IP相互影响，二者通常是相辅相

成的，互相促进的。文旅产业为IP设立提供了丰富的素材和场景，为动漫IP的内容创作提供了灵感和背景。例如，历史遗迹、民俗习惯、传说故事等都可以作为动漫IP所依托的故事情节的重要组成部分。文化为动漫IP提供养分，不仅能加深观众对文化和历史的认识和理解，还能提升动漫作品自身的文化内涵，增强动漫作品对受众的吸引力。

另一方面，文旅行业为动漫推广提供了宣传平台和推广机会，能够将动漫IP形象通过景区景点、主题乐园、文化活动等形式展现给更广泛的受众群体。如主题公园里的演艺表演、主题景点的布置等，都是有效的IP形象推广手段。这种推广形式在提升动漫IP知名度和影响力的同时，也提升了景区的吸引力和竞争力。并且文旅产业的发展为动漫IP带来了跨界合作的机会。文旅产业的发展为动漫IP的衍生品开发提供了新的商机和销售渠道。与景区、旅游企业等进行合作，可以共同开展IP衍生品开发、丰富的动漫衍生品如玩具、服装、文具等，丰富了产品线，增加了消费者的选择空间。另外还可合作举办各种主题活动，在动漫IP的牵引下，向游客介绍当地的文化、历史、风土人情等，丰富游客的旅游体验，增强他们对文化的认同和理解。这种合作不仅有利于IP的推广和商业化，还可以为文旅产业带来新的活力和创新，推动了产业的多元发展和升级。

总结

从社会经济层面来说，传统旅游业的营收不佳^[5]，各大主题性乐园在适应市场变化、创新发展方面表现不

俗。因此，要充分发挥动漫IP的经济潜力，以IP类文旅项目开发为抓手，带动城市文旅产业在运营思路、手段等各个方面的创新。寻求文旅产业发展的新途径。从文化传播层面来说，动漫作为一种再创作的文化形式，可以展现并推广不同地区的传统文化，向观众展示各个地域历史发展过程中的不同时期的社会生产力发展水平、人们的生活方式、道德习俗与思想禁忌等多个侧面的问题。动漫IP与文旅融合的发展与互动，可以为文化产业的繁荣与创新注入了新的动力与活力。通过充分发挥双方的优势，共同探索合作模式和发展路径，可以实现文旅产业与动漫IP的优势互补，促进文化产业健康发展，丰富百姓文化生活。

参考文献

- [1]符亦文.论动画的跨文化传播[D].浙江大学,2015.
- [2]何文天.基于IP视角的中国动漫衍生品发展策略研究[J].两岸终身教育,2022,25(04):71-80.DOI:10.16416/j.cnki.cn35-1216/g4.2022.04.003.
- [3]余洪.动漫IP与文旅产业的融合研究[J].大众文艺,2020,(18):214-215.
- [4]新华网.山水文园张晓梅:探索文旅新模式 让产业和居住有机融合.<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1650880570582335197&wfr=spider&for=pc>[EB/OL].
- [5]三文娱.23家文旅公司年度业绩:IP化运营提振表现,景区业务多有下滑.https://www.jiemian.com/article/4426575_foxit.html[EB/OL].界面新闻.2020