

故事像滚雪球一样越滚越大

IP宇宙成了稳赚不赔的生意经？

记者 刘宗智 济南报道

“IP宇宙”热潮又起

IP的初始形态各异，文学、漫画、影视剧、游戏等均可以成为影视“宇宙化”的原点，随着开发程度的加深，逐渐涵盖版权开发、拍摄制作、周边营销等多个领域，自成体系。

以近期完结的《藏海传》为例，该剧最初立项名为《藏海戏麟》，正是南派三叔发在微博上的“盗墓笔记”重启系列的衍生小说，讲述了明朝钦天监监正汪藏海寻找终极之谜以及与操纵历史轨迹的张家的斗争。导演郑晓龙团队在编剧阶段，不愿蹈空务虚，反而用正剧手法、现实主义创作态度，试图打造出一个独立的人物成长故事。神秘学元素被剥除，历史悬疑让位于朝堂权谋，剧中主角“藏海”虽然无法与《盗墓笔记》中的“汪藏海”直接画等号，但两者之间仍存在一些关联。因此，《藏海传》也可被视为“盗墓笔记宇宙”的一角拼图。

目前正在热播的剧集《长安的荔枝》，则进一步丰富了“马伯庸宇宙”的格局。该剧改编自马伯庸创作的同名小说，讲述了唐朝天宝年间，一个九品小官如何完成从岭南运送鲜荔枝到京城的“不可能任务”。剧集播出后，收视热度一浪高过一浪。《三国机密之潜龙在渊》《长安十二时辰》《风起洛阳》《风起陇西》《显微镜下的大明之丝绢案》……一部部由小说生发而来的影视剧撑起了“马伯庸宇宙”。

以刘慈欣创作的科幻小说《三体》为核心，由版权方、影视化开发方、粉丝以及多方共同参与的“三体宇宙”，同样是典型案例之一。一方面，以原著小说为起点，构筑起动画、影视、广播剧等全方位立体式的内容生态；另一方面，通过自主开发和品牌合作，打造三体周边衍生产品的强矩阵效应。这种IP开发布局与华纳操盘《哈利·波特》IP极为类似。两个IP的出发原点都是一套文学作品。三体宇宙和华纳主要的IP开发方式，都是在构筑完善内容生态的同时，用衍生产品和品牌联



随着《藏海传》和《长安的荔枝》接连热播，“IP宇宙”一词再次成为影视圈炙手可热的概念。从最初的“漫威超级英雄”到如今的“三体”“盗墓笔记”“金庸”“马伯庸”，影视公司似乎找到了稳赚不赔的生意经——与其孤注一掷做一部爆款，不如打造一个“IP宇宙”，让故事像滚雪球一样越滚越大。影视IP宇宙果真如此吃香吗？未来又将如何裂变生长？



动帮助IP实现破圈和收益上的提升。

从“单打独斗”到“抱团取暖”

IP的最初概念是知识产权，后被进一步明确为具有高专注度、大影响力并且可以被再生产、再创造的创意性知识产权。IP开发的本质是对一个核心要素进行的跨媒介生产，在不同媒介的生产过程中，同一故事被不断讲述，最终形成一个宏大复杂的宇宙。

不是所有的故事都适合改编。一般来说，民间故事、神话传说、历史故事等具有较为深厚的文化底蕴和历史积淀的故事，更容易被改编。由四大名著之一《西游记》改编而来的《西游记之大圣归来》，被视为国产动画电影的里

碑之作，去年上线的游戏《黑神话：悟空》，让东方神话在世界舞台绽放光彩。

作为中国传统经典IP，哪吒一直以来都是影视作品的热门题材。1961年，上海美术电影制片厂推出动画片《大闹天宫》；1979年，上海美术电影制片厂打造《哪吒闹海》，讲述了哪吒为拯救陈塘关百姓，与东海龙王斗争的故事；2003年的动画连续剧《哪吒传奇》，承载了不少观众的童年回忆；2012年的《十万个冷笑话》、2018年的《非人哉》等动画中，也对哪吒的性格特点、人生故事做出了大胆生动的挖掘；2019年，电影《哪吒之魔童降世》以50.35亿元的票房创当时国产动画纪录，颠覆性塑造了“烟熏妆哪吒”，“我命由我不由天”的呐喊让不少观众记忆犹新；2021年上映的《新神榜：哪吒重生》将故事移

植到赛博朋克世界，塑造了具有想象力、未来感的哪吒形象；今年春节档，《哪吒之魔童闹海》成为口碑票房的双赢家。从早期的传统动画到现代的特效大片，数十年的影视化改编，哪吒的故事被不断创新、重塑，“哪吒宇宙”也愈加丰富。

从以上案例不难看出，有着特定的故事背景、复杂的人物关系、多线索并行的叙事结构、强烈的情感共鸣、开放式结构的影视作品，建构故事宇宙的可能性更大。

IP宇宙还能走多远

影视制作方追逐IP宇宙，归根结底是因为观众愿意买单。

比如擅长奇情与志怪元素的尾鱼，其已播出的作品《司藤》凭借新颖的设定和演员的出色表演成为爆款，随后跟上的《西出玉

门》反响相对平淡。不过仍有《七根心简》《三线谜回》《枭起青壤》在优酷和腾讯视频两大平台手中，由不同的制作公司操刀。天下霸唱的《鬼吹灯》系列也已改编为《龙岭迷窟》《怒晴湘西》等多部影视作品，均取得了不错的收视或票房成绩。这些案例无不证明，一个成功的IP宇宙，不仅能带来票房、收视率的直接收益，还能撬动衍生品、游戏、文旅等长尾市场，形成“一鱼多吃”的商业闭环。

不同于单部作品的“一次性消费”，IP宇宙的魅力在于它的“整体感”与“联动性”。就像漫威粉丝会为了一个彩蛋熬夜刷片，《盗墓笔记》的观众也会因为“张起灵”的一句台词而热血沸腾。这种情感连接，让观众不再是旁观者，而是“宇宙”的参与者。从《长安十二时辰》里的张小敬、《风起洛阳》里的高秉烛，再到《长安的荔枝》里的李善德，他们虽身处不同故事，却共享同一个“马伯庸宇宙”。观众在追剧时，不仅能享受独立故事的快感，还能在细节里挖掘“彩蛋”，比如《长安的荔枝》中长大的季姜，正是《长安十二时辰》里幸存的小女孩。这种“似曾相识”的惊喜，让观众对IP宇宙产生归属感。

IP改编的本质是商业行为，但若只追求变现，忽视内容打磨，最终只会透支观众信任。近两年上线的《金庸武侠世界》《射雕英雄传：侠之大者》等影视作品均改编自金庸的经典小说，但却因叙事混乱陷入“质感有余，内容不足”的困境。这说明，IP宇宙的核心并非单纯的堆砌，而是如何让观众真正“入戏”。无论载体如何变化，一个IP宇宙若想获得持续蓬勃的生命力，就必须不断推陈出新，用创作拓宽“宇宙”的边界。

编辑：徐静 美编：陈明丽

“讲文明 树新风”公益广告



水无形而有万形，水无物能容万物

请珍惜每一滴水