

IP 介入湖州绫绢文化创意产业链的构建研究

邵陆芸, 韩超

(湖州师范学院, 湖州 313000)

摘要: **目的** 对 IP 力量介入湖州绫绢文化创意产业链的构建模式进行探索分析, 对构建实践中的重点与难点进行预测, 并寻求解决方案。**方法** 在分析 IP 现状的基础上, 结合成功 IP 产业链的“培育、变现、生产、升级”环节共性, 以及文创产业链和 IP 产业链的契合要点, 推导出 IP 介入湖州绫绢文化创意产业链的基本模型和实践特性。**结果** 得出 IP 力量介入湖州绫绢文化创意产业链构建存在的可行性和有效性, 对该产业的发展具有现实意义和时代价值。在构建过程中, 应注重内容资源的梳理与深化、主 IP 形象的培育、各类 IP 资源的融通与联动、版权维护及专业人才培养等工作。**结论** 在当代文化创意的大潮中, 湖州绫绢有潜力成为广受欢迎的超级 IP, 但相关产业链的构建仍存在困境, 建立“湖州绫绢文化创意产业联盟”是有效的解决方法之一。

关键词: IP; 湖州; 绫绢; 文化创意; 产业链

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)20-0361-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.20.044

IP's Involvement in the Construction of the Cultural Creativity Industry Chain of Huzhou Silk Damask

SHAO Lu-yun, HAN Chao

(Huzhou University, Huzhou 313000, China)

ABSTRACT: It analyzes the construction path of Huzhou silk damask cultural and creative industry chain with IP power, predicts the key points and difficulties in the construction practice, and seeks solutions. Based on the analysis of the current situation, combined with the common features of successful IP industry chain such as “cultivation, realization, production and upgrading”, as well as the key points of cultural and creative industry chain and IP industry chain, it deduces the basic model and practical characteristics of IP intervention in Huzhou silk damask cultural and creative industry chain. It is concluded that there is feasibility and effectiveness for IP power to intervene in the construction of Huzhou silk damask cultural and creative industry chain, and it has practical significance and time value for the development of the industry. In the process, attention should be paid to the carding and deepening of content resources, the cultivation of main IP image, the integration and linkage of various IP resources, copyright protection and professional personnel training. Huzhou silk damask has the potential to become a popular super IP, and it can be realized in the tide of contemporary cultural creativity. However, the problems that may be encountered in the process should also be concerned. It is one of the effective methods to solve the dilemma to establish “Huzhou silk damask cultural and creative industry alliance” as soon as possible.

KEY WORDS: IP; Huzhou; silk damask; cultural creativity; industry chain

有“世界丝绸之源”之称的湖州所产绫绢历史悠久、工艺精湛、品类繁多, 且产量占全国总量的 90%

收稿日期: 2021-07-15

基金项目: 2020 年度浙江省哲学社会科学规划课题“文旅融合视角下浙江传统食俗文化考察及其创意设计研究”(20NDJC189YB)

作者简介: 邵陆芸(1983—), 女, 浙江人, 硕士, 湖州师范学院副教授, 主要研究方向为视觉传达设计。

以上,可以说湖州绉绢的行业面貌基本映射了中国绉绢市场的整体面貌。湖州绉绢文化创意开发的第一波高潮始于 21 世纪初^[1]。随着社会信息化水平的不断深化,这项深扎于湖州民间的传统技艺又被注入了新的时代养分,湖州绉绢文化创意产业链已经呼之欲出。

IP 即“Intellectual Property”,直接翻译为“知识产权”。在当代产业大融合背景下,IP 主要指可产生间接网络效应和范围经济效应的形象、故事和世界观等概念,是一种“互联网+”语境中的文化符号和话语体系,具有高辨识度、高受众群和高变现能力等特征。在国内,IP 市场大约于 2016 年前后出现,并迅速工业化、体系化和完善化,如今已经成为一种广受欢迎的社会现象和商业手段。

近年来,伴随着中国“文化自信”的崛起和“中国符号”的流行,“国潮”与“文创”在新一代消费群体中“生根发芽”。许多传统文化项目,尤其是经典的“非遗”内容开始借助 IP 力量寻求突破,跨界发展,转型升级。探讨正处于发展机遇期的 IP 介入方式,对于湖州绉绢文化创意产业链的构建具有理论启迪和实战意义。

1 湖州绉绢及其 IP 现状

绉绢即纯桑蚕丝织物“绉”与“绢”的合称。“花者为绉,素者为绢”,“绉”是斜纹或斜纹变化组织的提花织物,“绢”则是平纹素织物。白居易有诗云:“异彩奇文相隐映,转侧看花花不定”,准确地描述了绉绢的视觉艺术特色。传统绉绢主要应用于书画、装裱和服饰等常规领域,见图 1。

湖州吴兴钱山漾遗址出土的绢片是世界上迄今发现最早的丝织品,距今将近 5000 年^[2]。春秋时该地已经成为全国绉绢的重要产区,三国时期已享有“吴绉蜀锦”的美誉。唐宋时期,湖州绉绢的生产进一步规模化,技术水平首屈一指。以专供朝廷奏折装裱的“倪绉”为代表,吴地绉绢被屡屡“充贡”。明清至今,湖州绉绢织造技艺进一步成熟,双林镇成为当之无愧的“绉绢之镇”,并在 2008 年被认定为“国家级非物质文化遗产”。

20 世纪末,由于技术更新工作相对滞后,可替代产品层出不穷,湖州绉绢市场需求大大缩水,生产模式几近倒退,产业状态日渐式微,已呈现“夕阳产业”的疲态。面对这样的窘境,业界人士改换思路,锐意进取,成功研发并交付了北京奥运会证书和火炬传递图、“中国与阿富汗建交 50 周年”小型张(中国首枚丝绸邮票)、湖州日报社“创刊 40 周年”绉绢报等重要项目,让湖州绉绢的产业边界不断拓宽,开始了它的当代文化创意之旅。湖州日报社“创刊 40 周年”绉绢报,见图 2。如今,湖州绉绢文创开发的第二波高潮亟待触发,但是它的产业链依旧处于边界模糊、衔接不畅的状况之中,政策、人才、资金等短板



图 1 常见的湖州绉绢传统产品

Fig.1 Common traditional products of Huzhou silk damask

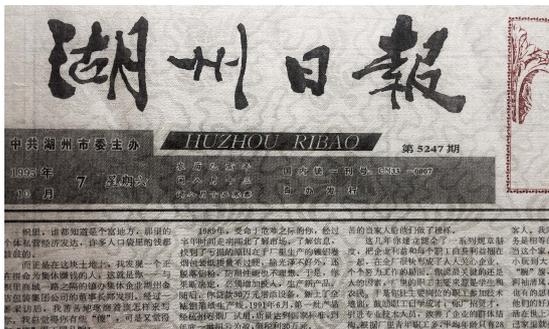


图 2 《湖州日报》绉绢报报头

Fig.2 Header of Huzhou Daily group by silk damask

如鲠在喉。如何抓住国家实施的“一带一路”倡议这个历史性机遇,将历时千年的绉绢文化优势化为现代社会的经济优势,构建、完善和拓展绉绢文化创意产业链,对促进传统行业转型升级,“非遗”资源生产性保护乃至城市文化形象塑造等都具有非凡意义。

“湖州绉绢”具备了“历史验证、民族认同、区域独创、人文情怀”等基本要素,这些都是成为一个“老经典”IP 的关键。衡量一个内容是否能够成为超级 IP 时,受众的普遍认同感成为其重要的深层内核,这一普遍认同感,即是普世元素^[3]。“湖州绉绢”这一传统文化 IP 本身具有深厚的文化积淀和丰富的内容资源,是古代劳动人民智慧的结晶,亦承载了区域受众的集体情感和共同记忆。这样的 IP 资源与现代科学技术和生活方式的结合容易产生“火花”、话题和流量。对其进行具有高瞻性、针对性和系统化的孵化、打造和衍生,具有重大的传承价值和创意意义。

2 文创产业链构建价值与 IP 介入意义

产业链指经济布局和组织中不同地区、不同产业或相关联行业之间构成的具有链条综合作用的经济组织关系^[4]。基于此,“文化创意产业链”以文化为核心,以创造力为灵魂,以创作、创造、创新为根本手段,通过各环节协同运作,开发、生产和营销文化产品的经济模式。“湖州绉绢文化创意产业链”在本质上就是绉绢产业和文化创意产业在交叉融合过程

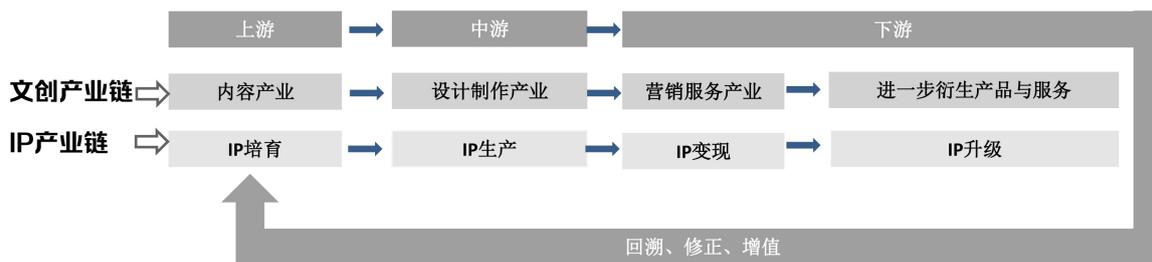


图 3 简明文化创意产业链与 IP 产业链对比

Fig.3 A brief comparison of cultural and creative industry chain and IP industry chain

中产生的所有具有连续追加价值的活动所构成的价值链^[5]。

作为目前广受关注的新兴产业之一，文化创意产业的发展水平优劣已经成为评估某区域经济活跃程度和文化更新能力的重要指标之一。欧美日韩的诸多成功案例显示，在多方资源整合的前提下产生的实体或虚拟的优秀文化创意产品，以及在此基础上开创的新概念营销服务模式等都能创造可观的市场价值；国内《熊出没》《猪猪侠》等动画片的大量衍生产品在影片热映之余生成巨额财富；“故宫”“荣宝斋”“钟书阁书店”等以传统文化为题材的现代文创品牌也让风格陈旧的图文信息获得了新生，受到大量年轻消费者的青睐，这些都有赖于高效的文化创意产业链。就共性而言，不同行业的文创产业链都可以简要分解为内容产业、设计制作产业、营销服务产业和衍生产业等环节。各环节之间存在一定关系，且各个环节都有增值，都能带来利润^[6]。

IP 是文化产业的内核^[7]，它以创意、内容和技术为核心，这与文化创意产业十分相似。参考国外成熟的 IP 开发路径，如迪士尼、好莱坞、漫威等，可以得到一条简明而普适的 IP 产业链：IP 培育—IP 生产—IP 变现—IP 升级。它与文创产业链的本质属性、关键环节和联动模式互相契合、互相支撑、互为动力，能够在某一文化主题的引领之下进一步结合、交互与增效，由此产生规模效应，并最终帮助主题内容去粗存精、焕发新生、变现升值。简明文化创意产业链与 IP 产业链对比，见图 3。借助 IP 力量对传统非遗文化进行转化、创新和升级，不仅丰富了文化的表现形式，提高了产品附加值，还改革了传统营销模式，整合了文化产业结构。一个强大的依托非遗文化的 IP 能够展现中国精神、中国力量、中国担当，为推动中华优秀传统文化的转化和发展提供更多的可能和空间，这才是 IP 品牌应有的格局，也是非物质文化遗产焕发新生的路径选择^[8]。

IP 力量介入湖州绫绢文化创意产业链的构建具有可行性与高效性，它不仅能够成为该产业链全新的逻辑起点，也能为其供给创意内容，注入新鲜血液，甚至成为产业链构建的核心，使得湖州绫绢的相关产

品、品牌和服务逐步具备强辨识度、强分享链接感和高价值沉淀性等优势特征。借助 IP 的自信、跨界和创变之力构建湖州绫绢文化创意产业链，是市场之势和时代之趋。

3 湖州绫绢文化创意产业链基本模式构建

IP 力量介入的湖州绫绢文化创意产业链的基本模型，见图 4。可见，作为一门起源甚早的传统手工艺，湖州绫绢本身包含丰富的物质文化和非物质文化遗产。其中，物质文化主要是指官绢、裱绢、倪绫等名优品种，冰梅纹、双凤纹、环花纹等经典纹样，纯桑蚕丝等制作原料，花楼机、石元宝、批床等特色器具，倪家滩、织旋漾等盛产村镇，“云鹤”“邢窑”等知名工厂企业，传统绢市、绢庄、绢行等实地遗存和相关的桑蚕农庄。而非物质文化则包括具体的绫绢织造技艺和装裱工艺，绫绢的起源与历史发展，《蚕花娘娘》《倪绫与梅英》等传说故事，《采葛妇歌》《夜夜曲》等诗词歌赋，“烧田蚕”“织歌比赛”等民俗事象。这些人事物、史料和情怀等元素可以被提炼演绎，成为广阔的内容矩阵。“内容”是给人们的精神带来满足感的“信息”，也是可以进行交易的“财产”^[9]。这些内容资源本身是培育、生成和丰富湖州绫绢 IP 的肥沃土壤。同时，湖州作为历史文化名城、“长三角城市群”成员城市和 G60 科创走廊中心城市等，其城市 IP 拥有“世界丝绸之源”“丝绸小镇”“半部书画史”“湖笔”“赵孟頫”“茶经诞生之地”等重磅标签，这些都是值得利用的城市 IP 资源。同时，绫绢产品造型、绫绢面料纹样和绫绢文化宣传品装饰等载体更是其他“老经典”“新经典”和“快时尚”IP 的展示平台，此为该产业链上游。各类相关 IP 资源经过具备知识储备、科学方法和创新精神的相关机构和专业人士的文化创意过程，形成具有时代特征和先锋价值的创意概念，再通过资源重组、技术革新或艺术设计等 IP 跨界和融合手段，生产制造出符合当下市场潮流的湖州绫绢创意产品，即进入产业链的中游“设计制作产业”环节。创意产品又可分为实物化产品和虚拟化产品。在拥有丰富的绫绢创意产品的基础

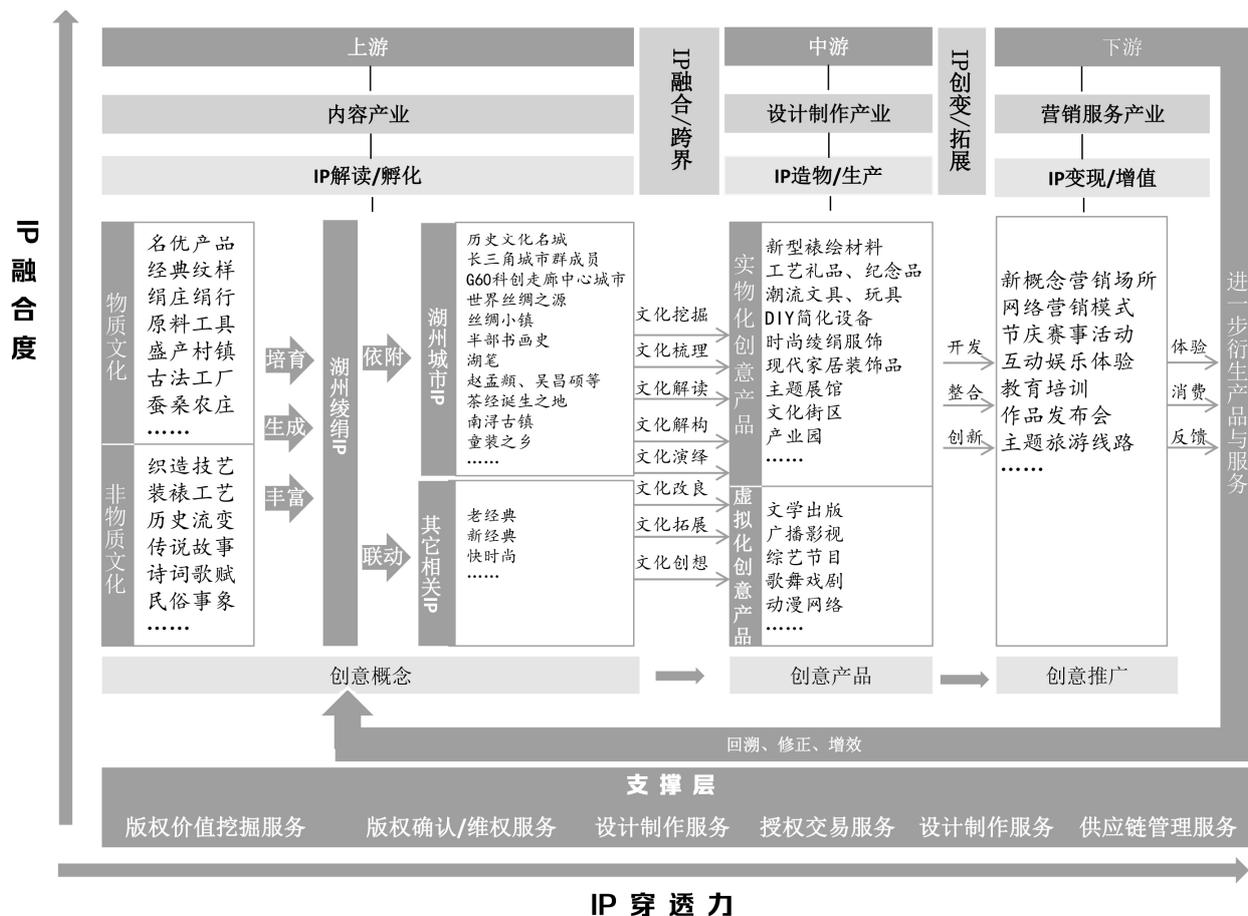


图4 IP介入的湖州绉绢文化创意产业链

Fig.4 IP's involvement in the construction of the cultural creativity industry chain of Huzhou silk damask

上,相关人士通过有创意的开发、整合和创新开拓产业链下游,即新型的营销服务产业。以新概念营销场所、网络营销、节庆赛事、互动娱乐、教育培训、作品发布会和主题旅游线路等创意推广模式实现相关IP的变现与升级,提高绉绢产品的经济附加值,并进一步开发相关衍生品。由此产生的大量创意产品和创意推广模式又反过来增加了绉绢文化的时代内容,丰富其内涵、提升其内核,实现了资源“反哺”,从而形成传统工艺文化更新和产业发展的良性循环。

打造这样一条能够满足消费者精神需求,创造大量物质财富,甚至能引领时代风尚的文化创意产业链,这不仅是湖州绉绢等古老的人类文化遗产在当今社会的生存之道,也是中国文化产业的整体需求,而链条产生的互动、叠加和规模效应正是IP融合度和穿透力的具体表现。从宏观上讲,传统精神与时代特色、“国际范儿”和民族味道、文化品位和通俗趣味的和谐统一是这条文化创意产业链构建的坚定方向和最终目标。

4 湖州绉绢文化创意产业链构建的重点与难点

这条IP介入的湖州绉绢文化创意产业链为典型

的资源互补型产业链,适用于湖州等绉绢生产集中且相关支持性产业较为齐备的区域。然而在行业现实中,这条产业链的实践存在着结构性困境,许多环节缺失或者尚处于概念阶段,导致产业链运作不畅甚至中道而止。要扩大产业链的辐射面积和力度,使其达到横向和纵向的一体化模式,仍面临着诸多难题。

4.1 内容资源的梳理与深化是前提

湖州绉绢相关的内容资源作为湖州绉绢IP孵化的“土壤”,其系统化整理、数字化储存和学术化研究仍然不够。目前,湖州绉绢的文化资源主要散布于传统绉绢生产厂家(包括家庭作坊),双林、善琏等生产重镇的古城环境,“非遗”文化传承人的笔记口述及大量相关古籍中的图文信息等,广阔的当代丝绸市场和大量私人珍藏也是重要补充。当地政府和有识之士已经做了一定努力,例如《双林绉绢织造技艺》(2014年),《湖州绉绢——非物质文化遗产》(2017年)和零星论文(1981年至2020年)等的发表,南浔区双林绉绢传统制作技艺传承基地的成立(2010年),民办绉绢博物馆(2012年)和绉绢文化研究所(2016年)的建立等。然而现有研究大多限于典型绉绢产品的罗列,绉绢历史的概括性陈述和绉绢制作

使用方法的写实性记录等。具备学术价值和独到见解的专题研究却鲜有发现，将绫绢文化进行解构、演绎乃至创想的作品更是少之又少。总之，作为产业链上游，湖州绫绢文化的创造性哲学社会科学成果还远远不够，这是产业链中下游诸多环节未能实际运作的源头矛盾，也是湖州绫绢 IP 缺乏适应时代的能量储备的根本原因。

4.2 主 IP 形象的培育是基础

当前，湖州绫绢 IP 在书画界、服装界和传统文化界等区域的受众群中已经具备一定的认同度，但定位陈旧、缺乏情感，融合和变现能力非常有限，并不是市场紧俏的超级 IP，需要继续培育与孵化。此过程正是寻求受众的情感认同化的过程。在新媒体背景下，IP 人格化塑造是增加品牌亲和力、提高非遗文化认同感、加速产品信息传达率的有效路径之一。例如业界翘楚“故宫文创”，故宫 IP 本身具有文化性极高的历史积淀、识别度极高的建筑群形象和艺术性极高的古典视觉元素，但是开发者依然坚持不懈地推出了“卖萌的雍正”“鳌拜 ALL BUY”“故宫猫”等富有个性特征的人格化形象，使得高高在上的紫禁城逐渐贴近大众，实实在在地让“文物”活了起来，见图 5。湖州绫绢也可以从深厚的历史文化资源中挖掘出具有温度的故事架构、起伏的情节和人物设定，塑造具有高度亲和力的具象形象，如“身穿绫绢服饰的江南娃娃”“秀美的纺织姑娘”“皱纹中刻满故事的装裱老师傅”等都是具有开发潜力的原型。

湖州本土文创品牌“菰城微光”正策划设计一对“绫绢童子”形象——灵灵（男童）与娟娟（女童）。以现代卡通设计语言，结合传统绫绢视觉元素，创造具有个性特征、符合现代审美、受市场欢迎的人格化 IP。结合湖州绫绢的传说故事、民俗事象和生产经营等内容，为其设定身材比例、服饰配件、性格特点和交际关联，梳理和演绎“绫绢童子”的出生成长、探索寻宝、学艺展示、拿手绝活等故事情节，对其进行“叙事设计”，以“主题要素、故事情节和发展步骤”实现人与产品的信息沟通与交流^[10]，逐步塑造、宣传和根植形象，进而达到链接历史、链接情感、链接市场的最终目的。单个 IP 培育要点见图 6。

4.3 各类 IP 资源的融通与联动是关键

近年来，绫绢文创产品开发主要有以下几条创意路径：一是在技术革新和外观更新基础上进行的传统产品改良，例如将数字印刷手段、当代设计理念与绫绢印染技术相结合生产出的新式卷轴画、扇面、包装等工艺礼品；二是以绫绢为主要材质进行的全新产品设计，例如湖州当地纸媒曾多次在创刊周年庆等重要活动上推出“绫绢报”，将新闻内容印刷于绫绢之上，制成精美珍贵的纪念品，在全国当数首创；三是以绫绢文化为主题的新型衍生产品创造，例如主题明信



图 5 故宫推出的“卖萌的雍正”“鳌拜 ALL BUY”“故宫猫”等形象

Fig.5 The image of “Yong Zheng Acting Cute”, “ALL BUY” and “Palace Cat” promoted by the Forbidden City

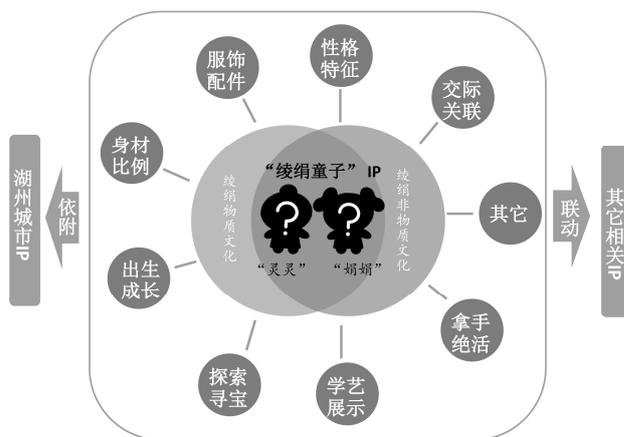


图 6 单个 IP 培育要点

Fig.6 Key points of single IP cultivation

片、文具及小型 DIY 手工织机等；四是新型营销模式开发，例如大众手工活动、绫绢主题游学、疗养旅游线路等大众手工活动，见图 7。上述创意路径的本质是绫绢历史文化与当代大众流行文化之间各类 IP 的碰撞、拼接和融合。这种融通与联动的程度越高，产品的创新、情感、主题与体验力越大，产业链的活跃度和生命力就越强。例如方特 IP（主题乐园）曾与中国著名的青绿山水画卷《千里江山图》这一传统 IP 进行互动，在乐园内运用全三维的技术形式再现宋代画面，使受众站在不同的视角上飞跃“千里江山”，体验“时空穿越”，见图 8。这一碰撞在实体空间和虚拟网络上引起了巨大话题，产生了强大的粉丝效应，并且带来了巨大的经济效益，值得学习和借鉴。

× 湖州绫绢 ...

“非遗绫绢”手绘系列
手绘非遗绫绢扇

主要教学对象：大众普教（0基础报名）
课程适宜时间：夏季

课程主要内容：
 (1) 湖州绫绢：非物质文化遗产《国家级、世界非遗名录》简介；
 (2) 非遗绫绢扇的历史文化渊源，结合PPT、视频展示；
 (3) 古代扇面艺术赏析；
 (4) 老师讲解：绢扇上色要领和作业评选要求；
 (5) 学员进行绢扇手绘并上色体验活动；
 (6) 学员作品展示
 课时：1.5课时（90分钟）

扇画是传统中国画中特有的形式语言和艺术奇葩。



图7 “湖州绫绢”订阅号推出的绫绢手工活动
Fig.7 Handcrafts organized by official wechat account of Huzhou silk damask

4.4 版权维护工作是保障

通过分析各个国家和地区创意产业发展的经验可以看出，凡是创意产业发展较为成熟的国家和地区都拥有一个共同的特点，那就是版权保护意识强烈，版权保护法律法规完善^[1]。IP的本质是“知识产权”，

传统技艺和文化创意都处于知识密集型领域，其中以产业化为导向而产生的“创新点子”和“优质品牌”本身都是无形财富，不仅易于记忆和流传，而且易于仿效和复制。湖州绫绢传统产业在20世纪末没落的重要原因之一便是大量低价仿制品和替代品的涌现。它们在一段时间内大大挤占了精制绫绢的市场份额。因此，除了不断提高产品的技术含量、实用性和艺术性之外，建立相关产业健全的政策法规，提高从业者的版权保护意识，打造湖州绫绢IP的“金字招牌”更是刻不容缓。近年来，国务院办公厅印发的《知识产权对外转让有关工作办法（试行）》，国家认监委和国家知识产权局联合发布的《知识产权认证管理办法》，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于加强知识产权审判领域改革创新若干问题的意见》等多项政府支持政策出台，知识产权保护持续加强，国民版权意识提升，这让从业者看到了更多“曙光”。

4.5 专业人才培养是根本

湖州绫绢文化创意产业的发展需要特殊人才，这也是解决上述重点与难点的根本方案。湖州地处经济活跃的长江三角洲区域，但相较于周边的上海、杭州、苏州等地，在人才培养和引进方面仍属于“洼地”，尤其是具有综合文化底蕴、绫绢专业知识和当代创新精神的多重复合型人才极为稀缺。湖州丝绸工业学校成立于1965年，在20世纪90年代中后期改名为湖州艺术与设计学校，目前基本没有设置丝绸技术专业。周边原浙江丝绸工学院和苏州丝绸工学院的优良专业传统至今仍在浙江理工大学和苏州大学等知名院校中传承，但学术辐射力有限。湖州本土仅有的一所本科院校湖州师范学院在近几年开设了服装设计、产品设计等相关专业，但与绫绢行业的产教融通



图8 方特《飞越千里江山》启动仪式（2018年8月11日）
Fig.8 The launching ceremony of Fantawild's Flying Over Thousands of Miles (August 11, 2018)

实践较少。湖州绫绢文化研究所曾赴中国美术学院、杭州师范大学、浙江外国语学院等周边院校进行绫绢文化的讲座与交流,现场展示绫绢实物、工艺织造模型、书画材料导入等,反响不错,但该研究所为民办非营利性单位,经费、人力与时间有限,影响力和持续性得不到保证。这些原因直接导致专业丝绸文化尤其是湖州特有的绫绢文化淡出“70后”至“90后”人群的视野,而这一年龄层群体却是能够践行当代文化创意,活学活用IP资源的社会中坚力量。

5 结语

湖州绫绢有着数千年的历史文化积淀,这项精美而实用的传统工艺不应仅仅成为历史的标签或小众的标榜,它有潜力成为广受欢迎的超级IP,并在当代文化创意的大潮中实现其价值。因此,构建这条IP介入的湖州绫绢文化创意产业链不仅是时代和市场对绫绢等传统文化载体提出的外部要求,更是传统绫绢产业自身求生存、求发展的内部诉求,是整个产业和谐、快速、可持续发展的根本保障。然而就目前而言,构建该产业链的过程中依然存在着诸多疑难,及早建立“湖州绫绢文化创意产业联盟”是解决上述困境最为有效的方法之一。在“看得见的手”的调度之下,将相关政府部门、主要绫绢织造与装裱厂家、技艺传承大师、旅游发展集团和周边高校、文化单位、设计公司、艺术家等产业链上零散分布的机构与个人联合起来,形成“产业集群”,建立“协同机制”。以创新为导向,通过研讨、座谈和培训等方式明确职责、加强交流、互补优势、优化循环,鼓励科研项目的申报、专业人员的再进修及相关保障性政策的积极拟定等,使得信息、技术、人才、政策等资源得到充分流动与共享,内容传播速度加快,集群内单位、企业与个人因此获得规模经济效益,从而迅速而有效地提高湖州绫绢产业的竞争力。

参考文献:

- [1] 邵陆芸, 温润. 湖州绫绢文化创意开发路径研究[J]. 丝绸, 2018, 55(4): 77-81.
SHAO Lu-yun, WEN Run. Study on the Development Path of the Cultural Creativity of Damask Silk in Huzhou[J]. Journal of Silk, 2018, 55(4): 77-81.
- [2] Провинциальная комиссия по охране культурных памятников Чжэцзяна. 吴兴钱山漾遗址第一、二次发掘报告[J]. 考古学报, 1960(2): 73-91.
Провинциальная комиссия по охране культурных памятников Чжэцзяна. The First and Second Excavation Report of the Qianshanyang Historic Site in Wuxing[J]. The Chinese Journal of Archaeology, 1960(2): 73-91.
- [3] 郝君. 中国传统文化IP价值的挖掘与孵化研究[J]. 文化传播与教育, 2017, 25(3): 158-160.
HAO Jun. Research on the Excavation and Incubation of IP Value of Chinese Traditional Culture[J]. Cultural Communication and Education, 2017, 25(3): 158-160.
- [4] 李思屈, 李涛. 文化产业概论[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2014.
LI Si-qu, LI Tao. An Introduction to the Cultural Industry[M]. Hangzhou: Zhejiang University Press, 2014.
- [5] 杨共朴, 夏大慰. 现代产业经济学[M]. 上海: 上海财经大学出版社, 1999.
YANG Gong-pu, XIA Da-wei. Modern Industry Economics[M]. Shanghai: Shanghai Finance and Economics Press, 1999.
- [6] 傅琳雅. 文化创意产业链的构建及发展战略[J]. 沈阳工业大学学报, 2014, 7(2): 108-111.
FU Lin-ya. Construction and Development Strategy of Cultural and Creative Industry Chain[J]. Journal of Shenyang University of Technology, 2014, 7(2): 108-111.
- [7] 约翰·霍金斯. 创意经济[M]. 上海: 上海三联出版, 2007.
HAWKINS J. Creative Economy[M]. Shanghai: Shanghai Sanlian Publishing House, 2007.
- [8] 于方. IP介入非遗文化创意领域的途径研究[J]. 北京印刷学院学报, 2019, 27(7): 46-49.
YU Fang. Research on the Way of IP's Involvement in the Field of Intangible Cultural Creativity[J]. Journal of Beijing Institute of Graphic Communication, 2019, 27(7): 46-49.
- [9] 谢梅, 王理. 文化创意与策划[M]. 北京: 清华大学出版社, 2015.
XIE Mei, WANG Li. Cultural Creativity and Planning[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2015.
- [10] 王海亚. 基于体验层次的文创产品叙事设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(16): 330-335.
WANG Hai-ya. Narrative Design of Cultural and Creative Products Based on Experience Level[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(16): 330-335.
- [11] 周膺. 杭州蓝皮书 2008年杭州发展报告文化卷[M]. 杭州: 杭州出版社, 2008.
ZHOU Ying. Hangzhou Blue Book·Hangzhou Development Report 2008·Culture Volume[M]. Hangzhou: Hangzhou Press, 2008.