

国产动漫 IP 衍生品设计的创新策略

——以哪吒为例

山丹枫

武汉工程大学艺术设计学院, 湖北武汉 430205

摘 要： 本研究聚焦国产动漫 IP 衍生品设计领域，系统分析当前发展现状，选取成功的“哪吒”IP 作为典型案例，深入探讨其衍生品设计的创新特色及市场表现。研究从设计理念革新、技术创新应用、商业模式优化和产业链协同发展等维度提出系统性策略，旨在为国产动漫 IP 衍生品设计突破发展瓶颈、实现可持续增长提供理论支撑和实践指导，助力国产动漫产业高质量发展。

关 键 词： 国产动漫；IP 衍生品设计；哪吒；创新策略

文章编号：A202507A006

Innovative Strategies for Domestic Anime IP Derivative Design — Taking Nezha as an Example

Shan Danfeng

School of Art and Design, Wuhan Institute of Technology, Wuhan, Hubei 430205

Abstract: This study focuses on the field of domestic anime IP derivative design, systematically analyzing the current development status, and selecting the successful “Nezha” IP as a typical case to deeply explore the innovative characteristics and market performance of its derivative design. The research proposes systematic strategies from dimensions such as design concept innovation, technological application innovation, business model optimization, and industrial chain collaborative development, aiming to provide theoretical support and practical guidance for domestic anime IP derivative design to break through development bottlenecks and achieve sustainable growth, and help the high-quality development of the domestic anime industry.

Keywords: domestic anime; IP derivative design; Nezha; innovative strategies

引言

在文化产业蓬勃发展的背景下，动漫产业作为极具活力与潜力的重要组成部分，正迎来快速发展的新阶段。近年来，国产动漫作品质量显著提升，从《大圣归来》重振国产动画电影市场，到《哪吒之魔童降世》（以下简称《哪吒》）凭借精良制作和出色叙事创造票房奇迹，不仅展现了国产动漫创作实力的飞跃，更印证了市场对优质动漫内容的旺盛需求。

动漫 IP 衍生品作为产业链价值延伸的关键环节，蕴含着巨大的发展潜力与商业价值。这类产品不仅是动漫形象的物质化呈现，能够满足粉丝的情感连接与收藏需求，更能通过多样化的产品形态，将 IP 影响力辐射至更广阔的消费场景，为动漫产业创造持续的经济效益。行业数据显示，全球动漫游戏 IP 衍生品市场规模稳步增长，其中中国市场表现尤为突出，增速领跑全球，已成为这一领域的重要增长极^[1]。

一、国产动漫 IP 衍生品设计现状剖析

近年来，国产动漫 IP 衍生品市场规模持续快速增长。随着动

漫产业整体发展，优质动漫作品不断涌现，为衍生品市场提供了丰富的 IP 资源。2010 年至 2020 年间，中国动漫衍生品市场规模从不足百亿元增长至数百亿元，年复合增长率达两位数。2020 年

作者简介：

山丹枫（2004 年—），女，汉族，湖北十堰人，本科，研究方向：视觉传达设计。

后,虽受疫情影响,市场规模仍保持稳定增长,预计2025年将突破千亿元。

从消费群体来看,国产动漫IP衍生品的主要消费群体覆盖各个年龄段,其中以青少年和年轻消费群体为主力。90后和00后作为核心消费群体,他们成长于动漫文化蓬勃发展的时代,对动漫文化具有较高的认同感和热爱度,同时具备较强的消费能力和消费意愿。这部分消费群体追求个性化、高品质的动漫周边产品,对喜爱的动漫IP表现出较高的忠诚度,愿意为其支付溢价。此外,随着动漫文化的社会影响力不断提升,亲子家庭正逐渐成为动漫衍生品的重要消费群体,家长更倾向于为孩子选购兼具教育意义和趣味性的动漫衍生产品。

在消费需求方面,当前消费者对动漫IP衍生品的需求正从传统的玩具、文具、服饰等品类,向更多元化、个性化方向转变。一方面,智能穿戴、虚拟现实等新兴技术开始广泛应用于动漫衍生品领域,如智能手办、AR动漫周边等创新产品,满足了消费者对科技感和互动性的新需求;另一方面,定制化产品如定制手办、个性化服饰等也越来越受到市场欢迎,消费者希望通过这些产品展现个人独特品味和对动漫IP的热爱^[2]。

值得注意的是,政策支持对国产动漫IP衍生品产业发展起到了重要推动作用。近年来,国家和地方政府相继出台了一系列扶持政策,包括税收优惠、资金扶持、产业园区建设等,为动漫企业创造了良好的发展环境。具体措施包括设立专项动漫产业发展基金支持企业研发和产业升级,以及部分地方政府对入驻动漫产业园区企业给予租金减免、税收返还等优惠政策。这些政策措施不仅有效降低了动漫企业经营成本,还吸引了更多人才和资本进入动漫产业,有力促进了动漫IP衍生品市场的繁荣发展。

二、哪吒IP衍生品设计的成功实践

(一) 哪吒IP的崛起历程

哪吒这一经典神话形象最早可追溯至元代《三教源流搜神大全》,后经《西游记》《封神演义》等文学作品的演绎而广为人知。在影视改编方面,1979年上海美术电影制片厂推出的《哪吒闹海》开创性地将这一形象搬上银幕,作为中国首部宽银幕动画长片,其精美的画面表现和深刻的思想内涵成功塑造了一个反抗强权的少年英雄形象。该片在艺术表现上独具特色,画面融合宗教壁画和水墨元素,动作设计借鉴舞蹈语汇,配乐选用编钟等传统乐器。2003年播出的电视动画《哪吒传奇》则以活泼的剧情和可爱的角色形象深受儿童喜爱,进一步扩大了哪吒IP的影响力。

2019年,国产动画电影《哪吒之魔童降世》横空出世,以其颠覆性的故事改编和精良的制作水准迅速成为现象级作品。该片大胆创新,将传统神话中正义凛然的哪吒形象重塑为“魔丸转世”的叛逆少年,通过“我命由我不由天”的核心主题,深刻展现了当代年轻人反抗命运、追求自我的精神内核,引发观众强烈情感共鸣。影片在视觉效果上实现重大突破,1600多个特效镜头呈现出震撼的视听体验,其中“山河社稷图”等场景的设计更是将中国传统文化元素与现代动画技术完美融合。最终,该片以超

50亿元的惊人票房成绩,不仅刷新了中国动画电影的多项纪录,更极大提振了整个国产动漫行业的创作信心和市场期待,标志着中国动画电影工业水平迈上新台阶^[3]。

(二) 衍生品设计特色

《哪吒》IP衍生品设计在角色形象开发方面展现出系统性的创作思路。针对不同年龄层消费者,设计师采取了差异化设计策略:面向低龄儿童群体,开发了Q版哪吒毛绒玩具系列,通过圆润的造型、明快的色彩搭配和安全的柔软材质,充分满足这一群体对可爱形象的偏好;针对青少年及年轻消费群体,则推出了更具设计感的潮流化产品线,包括精细还原电影经典场景的高品质手办,以及融合现代时尚元素的哪吒主题服饰系列,精准契合年轻消费者对个性表达的追求。

在配角形象开发方面,设计团队同样展现了专业的设计功力:敖丙的形象设计融合了东方美学与现代审美,白色长袍搭配精致的蓝色龙纹刺绣,既体现了其龙族身份,又彰显出优雅高贵的气质。太乙真人的设计则着重突出其仙风道骨的特点,通过标志性的圆润体态、和蔼可亲的面部表情,以及手持拂尘的经典造型,成功塑造了一个富有亲和力的仙人形象。申公豹作为反派角色,设计团队采用了暗色系服饰搭配绿色皮肤,锐利的眼神和阴鸷的表情设计,强化了其狡诈阴险的特质。这种基于角色性格特征的差异化设计策略,不仅确保了每个角色形象的辨识度和完整性,更构建了丰富的产品矩阵,满足了不同消费者的多样化需求,为IP衍生品市场提供了更广阔的发展空间。

三、基于哪吒的国产动漫IP衍生品设计创新策略

(一) 设计理念创新

在当代消费市场多元化发展的背景下,消费者需求呈现出前所未有的个性化特征,这种特征正随着流行文化趋势的演变而不断深化。《哪吒》IP衍生品设计团队敏锐把握这一市场脉搏,通过深入分析消费者心理和行为特征,成功实现了设计理念的创新突破。在设计开发过程中,团队采用精准的市场细分策略,针对不同年龄层消费者的差异化需求进行系统性考量,这一方法成为确保产品精准定位的核心竞争力。

面向儿童消费群体,《哪吒》IP衍生品设计特别强调寓教于乐的产品理念。以哪吒主题拼图玩具为例,该产品不仅保留了传统拼图的益智功能,更创新性地融入了中国神话故事元素,在培养儿童动手能力和逻辑思维的同时,潜移默化地传递中国传统文化精髓。产品采用环保材质确保安全性,色彩搭配上选用高饱和度的红、蓝、金等中国传统色系,形象设计采用夸张的Q版风格,大眼睛、圆脸蛋的哪吒造型特别符合3-8岁儿童的审美偏好。市场反馈显示,这类产品在开发儿童空间认知能力的同时,成功实现了传统文化启蒙的教育功能^[4]。

针对青少年及年轻消费群体,《哪吒》IP衍生品设计则聚焦于时尚个性表达。设计团队推出的潮流背包选用前沿材质,将传统哪吒形象与现代艺术风格创新融合,满足年轻人对个性表达的追求。在个性化服务方面,团队开发了在线定制平台,消费者可

通过 AR 技术预览不同图案组合效果，支持上传个人创意元素进行二次创作，最终生成独一无二的个性化产品。这种深度定制服务不仅满足了年轻消费者追求独特性的心理需求，更建立起品牌与用户之间的情感连接。

（二）技术应用创新

数字化技术在《哪吒》IP 衍生品设计中扮演着关键角色，显著提升了设计质量和效率，为产品多元化和个性化提供了技术支持。在 3D 建模应用方面，专业软件的使用使设计师能够精确构建角色的三维模型。以哪吒手办为例，3D 建模技术实现了对身体比例、面部表情、服装纹理等细节的精细调整，确保最终产品的逼真度和生动性。特别是在设计战斗姿态手办时，多角度的观察和调整功能保证了最佳的展示效果。此外，该技术还能快速生成多个设计方案，便于设计师进行方案比较和优化选择，有效提高了工作效率。

虚拟设计技术的引入为《哪吒》IP 衍生品带来了创新突破。通过 VR 和 AR 技术，设计师能够在虚拟环境中进行创意构思和效果展示。例如在设计互动玩具时，VR 技术让设计师能够沉浸式体验不同场景下的互动效果，及时优化设计方案。对消费者而言，AR 技术实现了虚拟形象与现实场景的融合，创造了更具吸引力的互动体验。以 AR 哪吒卡片为例，手机扫描即可呈现立体形象，支持拍照、游戏等互动功能，大大增强了产品的趣味性和市场竞争力。

（三）商业模式创新

1. 跨界合作与联名策略

《哪吒》IP 在跨界合作方面取得了显著成效，为国产动漫 IP 衍生品市场拓展提供了成功案例。以《哪吒》与某知名运动品牌的合作为例，双方共同开发了联名款运动鞋及服装系列。产品设计巧妙融合哪吒 IP 元素：运动鞋采用火焰纹样装饰鞋面，鞋底设计灵感源自哪吒风火轮；服装系列则借鉴哪吒服饰的红黑配色方案，并融入标志性图案，打造出兼具运动功能与动漫特色的时尚产品^[5]。

此次合作充分发挥了双方品牌优势，实现互利共赢。运动品牌借助《哪吒》IP 的文化内涵和粉丝基础，成功吸引年轻消费群

体关注；《哪吒》则通过运动品牌的成熟渠道，进一步扩大市场覆盖。市场数据显示，联名系列上市后迅速获得消费者认可，销售额在短期内突破数千万元，验证了跨界合作的商业价值。

2. 粉丝经济与社群运营

《哪吒》IP 通过系统化的粉丝运营策略，有效提升了用户粘性和品牌忠诚度，推动了衍生品销售。在活动运营方面，打造了多元化的线上线下活动矩阵：线下举办主创见面会、主题艺术展等活动，前者通过幕后故事分享加深粉丝情感连接，后者通过原画手稿、模型等展品强化 IP 体验；线上开展投票互动、话题讨论等数字营销活动，持续保持粉丝参与热度。

在社群建设方面，构建了包括微信公众号、微博超话、QQ 群在内的全平台粉丝社区网络。通过定期推送 IP 资讯、衍生品信息等内容保持日常互动，同时鼓励粉丝进行内容共创和分享，形成良性的社区生态。这种立体化的社群运营模式不仅增强了粉丝归属感，更通过社交传播有效扩大了 IP 影响力。

四、结束语

国产动漫 IP 衍生品设计的创新发展对推动整个动漫产业升级具有重要意义。在文化产业快速发展的时代背景下，动漫 IP 衍生品作为产业链价值延伸的关键环节，其创新突破能够深度开发 IP 商业潜力，为动漫企业创造持续稳定的收益增长点。通过创新设计满足消费者个性化、多元化的需求，可以有效提升用户对动漫 IP 的情感认同，促进动漫文化的广泛传播。基于对哪吒 IP 衍生品设计的系统研究，我们总结出以下创新策略体系：设计理念层面，需要精准把握市场趋势和消费者心理，将文化元素与现代审美相结合；技术应用层面，重点推进数字化设计工具的应用，同时探索新型材料与工艺的创新使用；商业模式层面，着力发展跨界合作与粉丝经济，构建线上线下协同的营销体系；产业链层面，强化从内容创作到衍生品开发的全链条协同，打造良性发展的产业生态。

参考文献：

- [1] 刘年有. 动漫 IP 的创新设计研究 [D]. 洛阳：河南科技大学，2022.
- [2] 王怡真. 国产网络动画中的女性消费符号研究 [D]. 西安：陕西科技大学，2021.
- [3] 马阳阳. 传统国产动漫 IP 在品牌包装中的设计转化 [J]. 绿色包装，2024(3): 87-90.
- [4] 刘茜，段婷婷. 跨媒介叙事视角下国产动漫 IP 运营策略研究 [J]. 动漫研究，2024(1): 93-98.
- [5] 刘怡辰，鄢建业. 文化引领与 IP 创新：国产动漫的发展路径探析——基于《哪吒之魔童降世》的分析 [J]. 传媒，2020(2): 82-84.
- [6] 丁凤蕾. 媒介融合背景下 IP 电影的叙事策略分析——以国产动漫电影《哪吒之魔童降世》为例 [J]. 西部广播电视，2024(1): 104-107.