

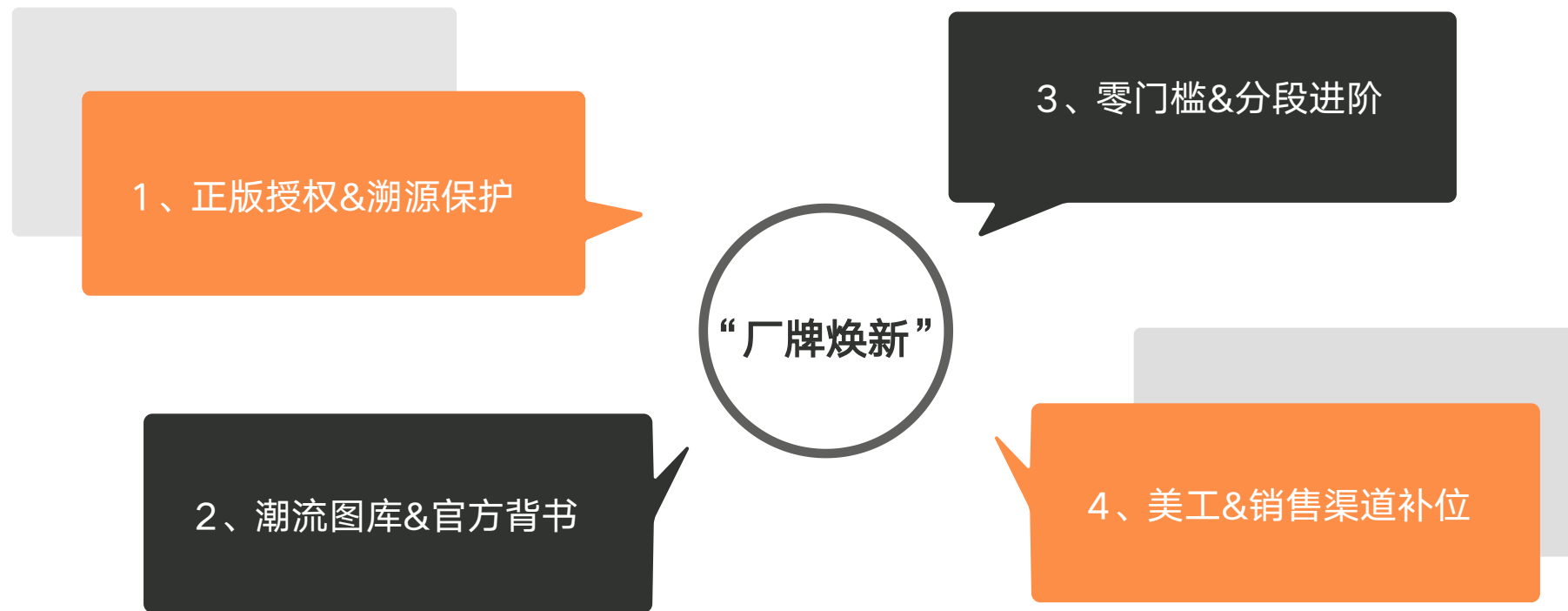
Hello.

IP赋能

厂牌焕新计划

IP ENPOWERS · BRAND RENEWAL PLAN

“IP赋能 · 厂牌焕新计划” — 互信，互惠



精选IP概览

SELECTED IP OVERVIEW

「可追溯 & 可分账 & 可升级 & 可独家」

授权证书 Certificate of Authorization



- 所有图库经官方监修确认，可追溯到IP源头
- 所有合作方满足年度版税分成收入规模可升级为官方合作伙伴，获得专家图库支持、官方联合营销、官方场地支持等扶持

“鲜豆豆”版权所有

【云豆传媒】与【鲜活万物】共同打造

精选IP概览「京剧」

激活传统美学的当代生命力

- 符号化转译与全球共鸣：京剧的视觉符号（脸谱、服饰、程式化动作）与哲学内核（忠孝节义、虚实相生）可通过现代设计语言重构，形成跨越文化障碍的审美共鸣。例如脸谱元素与潮流服饰的结合，既保留东方神秘感，又契合国际时尚的抽象表达逻辑
- 叙事母题的现代化诠释：京剧经典剧目（如《霸王别姬》《贵妃醉酒》）中关于人性、命运、情感的永恒主题，可通过影视、游戏等媒介进行跨文化改编，形成类似“莎士比亚戏剧全球再造”的文化现象

构建差异化商业生态

- 提升中国品牌溢价能力：京剧IP为国产消费品注入文化附加值，如李宁融合靠甲纹样的运动装、茶饮品牌以生旦净丑划分产品线，通过文化叙事打破“中国制造”的廉价刻板印象，联名系列产品首日销售额破亿
- 拓展文创产业链条：从衍生品到沉浸式戏剧体验，从数字藏品到各类文创产品，京剧IP可推动传统文化与实际产品的深度融合，实现传统文化IP的跨次元增值

零合作门槛，低成本试品合作机制

- 超低成本试品：首批货达基础版税分成规模，即可无保底领权，享衍生图库支持、销售渠道支持
- 合作进阶：首年版税分成 $\geq 500,000$ 元，次年获国家京剧院背书、官方联合营销等扶持



京剧「大闹天宫」

3. 图库素材/Introduction

3-2 戏出

3-2-1 闹天宫



戏出-闹天宫.psd

大闹天宫

京剧传统戏，西游记代表剧目。该剧目讲述了玉皇大帝派孙悟空看守蟠桃园。因王母娘娘蟠桃会未邀请孙悟空参加，从而大闹天宫的一系列故事。

本作品描绘了玉帝派天兵天将捉拿孙悟空，孙悟空在花果山与哪吒、二郎神、巨灵神、李靖、太上老君等角色的战斗场景。

注：请注意孙悟空金箍棒样式，本风格手册中的示意为正确元素



京剧「戏中人」

3. 图库素材/Introduction

3-4 戏中人系列

戏中人系列灵感源自古代戏台与京剧艺术，将京剧经典服饰与经典动作“亮相”以现代设计重塑古典韵味。色彩汲取京剧脸谱精髓，红黑蓝白间，角色性格与故事情感跃然纸上。每幅作品都是微型舞台，让人仿佛置身戏中，听唱腔悠扬，观人生百态。



戏中人系列 白蛇传.ai



戏中人系列 春草回堂.ai



戏中人系列 野猪林.ai



戏中人系列 武松打虎.ai



戏中人系列 锁麟囊.ai



戏中人系列 白蛇传01.ai



戏中人系列 五女拜寿.ai



戏中人系列 三岔口.ai



戏中人系列 龙凤呈祥.ai



戏中人系列 红鬃烈马.ai



戏中人系列 小放牛.ai



戏中人系列 状元.ai



戏中人系列 西施.ai



戏中人系列 贵妃醉酒.ai



戏中人系列 霸王别姬.ai



戏中人系列 红娘.ai



戏中人系列 诸葛亮.ai



戏中人系列 断桥.ai



戏中人系列 空城计.ai



戏中人系列 九更天.ai



戏中人系列 杨门女将.ai



戏中人系列 孙悟空.ai



戏中人系列 孙悟空.ai



戏中人系列 杨香武.ai

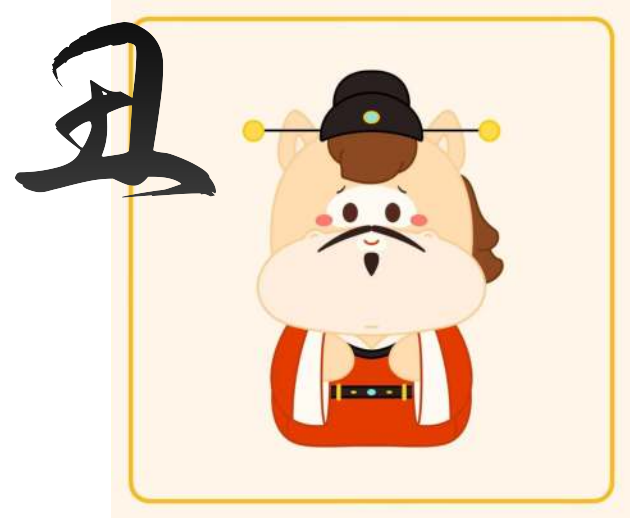


戏中人系列 logo竖.ai



戏中人系列 logo横.ai

「京剧-马年四角」



参考剧目、人物：生“《何文秀》何文秀”、旦“《穆桂英挂帅》穆桂英”、净“《铡美案》包拯”、丑“《七品芝麻官》七品芝麻官”

设计思路：根据生肖马年加以传统戏曲元素特性创作出京剧马的形象。作品色调以传统京剧中生旦净丑传统配色为主

「京剧-戏韵风华」

生

设计灵感

我们这一组图标由京剧中的小生儿提取其的帽子样式以及脸谱显著特征。生行：主要扮演男性角色，包括：老生、小生、红生和娃娃生。

旦

设计灵感

我们这一组图标由京剧中的旦角提取其的帽子样式以及脸谱显著特征。去进行局部放大处理，且行包括青衣、花旦、刀马、且武旦、老旦。

净

设计灵感

我们这一组图标由京剧中的净角儿提取其的脸谱显著特征。净行：俗称花脸扮演男性角色，包括：正净（忠臣良将）副净（性格暴躁的人物）武净（以武打为主的角）。

武

设计灵感

我们这一组图标由京剧中的末角儿提取其的脸谱显著特征，去进行放大处理。呈现其风格化。丑行（小花脸）：扮演伶俐风趣或阴险狡诈的角色，以及精明干练或风流倜傥的豪杰义士等。

丑

设计灵感

我们这一组图标由京剧中的丑角儿提取其的脸谱显著特征，去进行放大处理。呈现其风格化。丑行（小花脸）：扮演伶俐风趣或阴险狡诈的角色，以及精明干练或风流倜傥的豪杰义士等。

表情延展



戏韵风华 **非遗**
Inheriting Classics

● 青衣 ● 花旦 ● 刀马旦 ● 武旦 ● 老旦

旦角

01

戏韵风华 **非遗**
Inheriting Classics

● 未扮演的是中年男子

老生 ● 小生 ● 红生

生角

02

戏韵风华 **非遗**
Inheriting Classics

● 俗称花脸扮演男性角色

正净 ● 副净 ● 武净

净角

03

戏韵风华 **非遗**
Inheriting Classics

● 通常有文末 ● 武末之分

未扮演的中年男子

末角

04

精选IP概览「唐富贵」

深厚的历史文化根基

设计原型源自唐太宗昭陵六骏，这六匹战马是李世民开国征战的功勋伙伴，承载着唐朝初年的军事史诗与帝王记忆。唐马肥硕的造型并非艺术虚构——唐朝通过丝绸之路引入大量胡马，融合中原马种形成独特体态，既体现盛唐开放包容的文化特征，也让IP具备扎实的历史考据支撑

行业与市场的双重认可

权威奖项背书：

- 国家级：2019中国旅游商品大赛金奖、2021中国特色旅游商品大赛铜奖、2020玉猴奖“年度十大最具商业价值文旅吉祥物”
- 省级：陕西旅游商品大赛金奖、西安市优秀文创产品金奖

国际国内传播：

- IP曝光量超8亿次
- IP产品年营收破亿



唐富贵

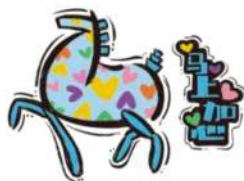
多元的精神文化内涵

- 吉祥如意：外形膘肥体壮、线条圆润优美，直接传递“富贵安康”的美好祝愿
- 文化融合：通过敦煌马、五行马、秦马等延展设计，串联汉唐文化、敦煌艺术、五行哲学等多元元素，丰富IP的文化层次

合作模式

- 超低成本试品：首批货达基础版税分成规模，即可无保底领权
- 销售渠道支持：西安官方直营门店8家、KA渠道200+、全国KA渠道300+
- 合作进阶：首年版税分成 $\geq 200,000$ 元，次年可优先洽谈已合作单一细分品类的独家授权

「唐富贵-七彩缤纷」



精选IP概览「敦煌」

东方美学的代表性IP

- 文明交汇：100+民族汇聚、东西方交流站覆盖10+个国家、美术作品跨越10+个朝代
- 文化输出：多语言宗教、社会、天文、医学、文学文献50000+
- 合作李宁、伊利、百雀羚、良品铺子等百亿级品牌500+
- 流量指数TOP级IP

敦煌（莫高窟）

- 历经4-14世纪（1000余年）营造，现存735个洞窟，集建筑、彩塑、壁画于一体，是“墙壁上的博物馆”
- 彩塑与壁画：早期受印度、中亚风格影响，隋唐后形成中国化佛教艺术体系（如唐代佛像的丰满圆润）；壁画涵盖佛教故事、社会生活（耕作、商旅）、乐舞（唐代反弹琵琶图）等题材，还原中古社会风貌



敦煌记忆

藏经洞

- 文物规模：出土超7万件经卷、文书、艺术品，涵盖公元4-11世纪的多元文化遗存
- 补充正史空白：如唐代《地志》填补地理学研究缺口，官府文书复原中古行政体系
- 多元文化实证：祆教、摩尼教、景教文献证明宗教共存，吐蕃、回鹘等民族史料见证多民族共建文明

合作模式

- 超低成本试品：首批货达基础版税分成规模，即可无保底领权，享衍生图库支持、销售渠道支持
- 合作进阶：首年版税分成 $\geq 800,000$ 元，次年获敦煌美术研究所背书、专家图库支持、官方联合营销等扶持

「敦煌-惊艳敦煌」



《惊艳敦煌·飞天与瑞虎》



《惊艳敦煌·飞天与神鹿》



《惊艳敦煌·飞天与孔雀》



《惊艳敦煌·飞天与神龙》



「敦煌-鹿见敦煌」



「敦煌-十二生肖」



敦煌十二生肖·鼠



敦煌十二生肖·牛



敦煌十二生肖·虎



敦煌十二生肖·兔



敦煌十二生肖·龙



敦煌十二生肖·蛇



敦煌十二生肖·马



敦煌十二生肖·羊



敦煌十二生肖·猴



敦煌十二生肖·鸡



敦煌十二生肖·狗



敦煌十二生肖·猪

「敦煌-皇家友友」



「敦煌-敦个party」



「更多IP……」

敬请查阅：

1, 《云豆传媒IPLIST-文博文旅-国潮》

2, 《云豆传媒IPLIST-动漫卡通-二次元》

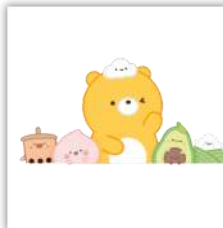
.....



厨神小当家



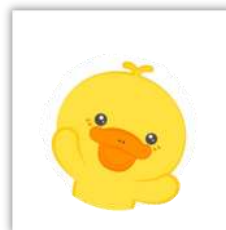
夏目友人帐



元气食堂



犬系女孩



鸭嘴兽宝贝



中国文字博物馆



民艺非遗研究院



卡皮巴拉-小黄豚



虹猫蓝兔



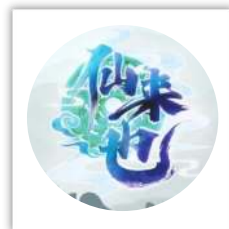
魔卡少女樱



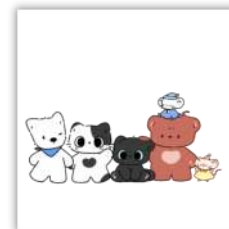
早安蛋蛋



爪爪和巴宝



仙来也



小馒头和朋友们



西安博物院

☑+美工 & ☑+销售渠道

DESIGN & E-COMMERCE EMPOWERMENT

「敦煌-联名系列」



「唐富贵-联名系列」



唐富贵 X 西安



唐富贵之北京一马当先



唐富贵 X 敦煌



唐富贵 X 中国航天

「唐富贵-摆件系列」



「唐富贵-皮质挂件系列」



「唐富贵-冰箱贴系列」



「京剧-文创系列」



「京剧-文创系列」

蝶韵系列-随身镜

国色天香随身镜，设计简约雅致，伴手礼佳品

- 配套皮套、冰丝流苏，提高幸福感
- 电镀哑光玫瑰金边框、粉绿配色，奢华而不失温婉
- 锌合金材质、高清镜面打造，坚韧耐用，视野清晰且耐磨防刮

产品尺寸：80*80mm

套装：随身镜、流苏、皮套、包装盒



「京剧-文创系列」

蝶韵系列-金属冰箱贴

生旦净丑四只行当蝴蝶，展现京剧多元化表达

- 锌合金材质，烤漆、滴胶封层等多重工艺，实现触感细腻、色泽持久亮丽、耐磨耐污
- 添加弹簧、旋转、吊坠等互动设计，还原京剧行当之美，趣味十足
- 添加闪粉、夜光粉如星光点点，色彩斑斓，再现蝴蝶的灵动与璀璨



「京剧-文创系列」

戏中人系列-金属书签

以现代设计重塑古典韵味，还原国粹京剧精髓

- 金属镂空造型，图案与配色还原剧目人物经典动作
- 同主题名称吊坠，相映成趣，择页便捷
- 黄铜材质、烤漆、UV印刷等多重工艺制作，颜色靓丽，质感细腻

产品尺寸：70*65.8mm、链长100mm

套装：书签、背卡、opp袋子



「犬系女孩-甜蜜系列」



「小馒头-朋友系列」



「销售渠道」

渠道名称	产品要求	覆盖
央央好物	质检报告	央视频、央视网、抖音、快手、小红书、视频号
Tiktok	出口相关资质	美国、英国、墨西哥、沙特、日本、欧盟（西班牙/德国/意大利/法国）
线下文创店	敦煌/唐富贵IP产品	敦煌文创、西安东西、西湖丝科互动、央央有品、新华书店、西西弗等全国300+
源头日记	农产品、预制菜、饮料、茶叶、酒水为主	全国300万个社群
敦煌美术研究所旗舰店	敦煌IP产品	天猫、京东、抖音、小红书

更多渠道持续开发中。。。

「渠道合作模式」

领权方：享有所有线下渠道及自营电商店铺的独家经营管理权

云豆传媒：享有互联网电商渠道的非独家经营管理权

如需在领权方管理的销售渠道开展销售业务，具体渠道需双方书面报备确认

供货

1. 【批量销售】：按出厂价供货
2. 【一件代发】：以书面方式另行确认具体SKU（产品规格）及供货价
3. 【定制销售】：一事一议

1. 每季度第一个月结束前，将上一季度结算报表以电子邮件形式提交渠道销售报表（含SKU销量、售价）
2. 对账结算（供货价×实际销量）

结算

see you

