

IP LIST

重磅IP推荐

| 博物馆

| 文旅

| 文化遗产

| 文化符号



云豆传媒（北京）有限公司

2025

故宫观唐



故宫观唐
The Palace Museum
Cathay View



2026

什么是故宫IP：故宫博物院，作为世界著名的文化遗产之一，是中国现存规模最大、古代宫殿建筑保存最完整的古代宫殿建筑群，也是中国最大的古代文文化艺术博物馆，亦是一个集古代宫廷生活方式、器具选用制造、文物收集保存的世界级文化宝库

独家资源：故宫《石渠宝笈》数字版权，市面上唯一持有故宫《石渠宝笈》著录作品十年数字版权，包括《千里江山图》《韩熙载夜宴图》《清明上河图》等重要IP及高清图库

授权模式：产品授权、外包装授权、营销授权、线下实体店授权、联名活动授权、数字虚拟授权等

合作品牌：Danisa皇冠丹麦曲奇、小龙坎、六神、美宝莲、仁和集团、长安汽车、宫御颜、Whiskey Art Journey、开心消消乐、蛋仔派对、支付宝等

「故宫观唐」核心优势：
独家IP+商标+藏品IP



该「石渠宝笈」藏品高清数字版权及图库收录我国上述藏品，下载授权近2000年间书画名家最优秀的7000余幅书画作品

故宫观唐标识

该部分囊括了故宫藏品以外的顶级艺术藏品IP，兼具极高文化价值，又拥有市场影响力、号召力，具备稀缺性的艺术藏品IP





简介：“中国京剧”IP是国内首个拥有国家级背书和年轻化视觉表现力的潮流京剧美学IP

合作品类：美妆清洁、食品饮料、服装服饰、玩具周边、电子数码等

合作品牌：吉利、良品铺子、易开得、英特尔、京东、美图等

图库数量：多系列图库300+

中国京剧
CHINESE PEKING OPERA
2025

商业化案例



传千年国粹 汇四海良品

京东 酷睿 Ultra 大牌上新就在京东

京东 酷睿 Ultra 大牌上新就在京东



背书单位：敦煌博物馆、敦煌美术研究所
 图库数量：70+套、1500+张，持续更新

敦煌
 DUN HUANG 2025

IP影响力：100+百亿级品牌达成合作；200亿+联合传播量；天猫数据报告中，文化艺术IP关注度排名第二；90后偏好指数排名第一

商业化案例



百雀羚 × 敦煌

马牌 × 敦煌

李宁 × 敦煌

敦煌 × 康师傅

敦煌 × 许府牛

民藝 非遺

北京民藝
非物質文化遺產
研究院

BEIJING FOLK ART
INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE INSTITUTE

背书单位：北京民艺非物质文化遗产研究院

非遗门类180+ 签约非遗大师800+ 合作大师1000+

自媒体矩阵：微博、公众号、抖音、小红书、bilibili

合作品类：全品类

合作品牌：NBA、华为、IDO、巴黎欧莱雅、泸州老窖、朱炳仁铜、爱慕、谢瑞麟、周大福、小米、飞鹤、伊利等

非遗门类示例（部分）

粵绣

汝瓷

满绣

缂丝

玉雕

花丝

皮影

印泥

绒花

年画

粉彩

景泰蓝

蓝染

泥塑

侗锦


石雕

茉莉香膏

湖笔

女书

剪纸


 传承2600余年的世界文化遗产
 孔子博物院 传统思想文化类第一IP
CONFUCIUS MUSEUM



背书单位：孔子博物院

IP介绍：曲阜“三孔”：曲阜孔庙、孔府、孔林的统称，又称孔子博物院；是首批全国重点文物保护单位、首批国家5A级旅游景区、世界文化遗产

合作品类：全品类

授权元素：千古一圣·孔庙祈福·诗礼传家·儒风雅韵

特色优势：世界级IP·一种东方智慧的象征，是代表中国传统文化的典型符号

丰富渠道：全国300余家孔庙+文庙+书院联动，线下+线上结合，旅游+研学+活动+购物一体化

授权案例





甲骨文源

- 国家总书库 / 国家书目中心
- 国家古籍保护中心 / 国家典籍博物馆
- 馆藏文献4000万册(件) / 古籍文献近330万册(件) / 数字资源总量超过1000TB
- 亚洲规模最大的图书馆 / 居世界国家图书馆第三位



简约美学 华夏基因
文明起源 文化传承

「中华文字」

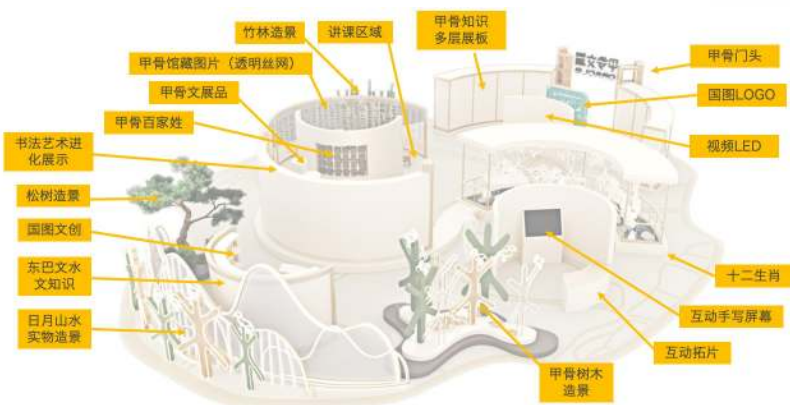
象形流变 字之始祖 字进化

国家图书馆履行国内外图书文献收藏和保护的职责，指导协调全国文献保护工作；为中央和国家领导机关、社会各界及公众提供文献信息和参考咨询服务；开展图书馆学理论与图书馆事业发展研究，指导全国图书馆业务工作；对外履行有关文化交流职能，参加国际图联及相关国际组织，开展与国内外图书馆的交流与合作

空间美陈

二创图库：十二生肖示例

350-450平米



中國恐龍

龍

ACADEMIC SUPPORT BY KINOC
DESIGN / WRITTEN BY GAOSHENHUBAO
COPYRIGHT © BY CULTURE & KINOC

中國古動物館

- 世界学术权威机构
- 国家级知识内容IP机构
- 国家重点科普教育基地
- 世界首家古生物青少年互动基地“小达尔文俱乐部”
- 奇妙的进化之旅科普IP创造



中国古动物馆（英文简称PMC），位于北京市西城区，是中国科学院古脊椎动物与古人类研究所创建，中国第一家以古生物化石为载体，系统普及古生物学、古生态学、古人类学及进化论知识的国家级自然科学类专题博物馆，也是目前亚洲最大的古动物博物馆。

空间美陈



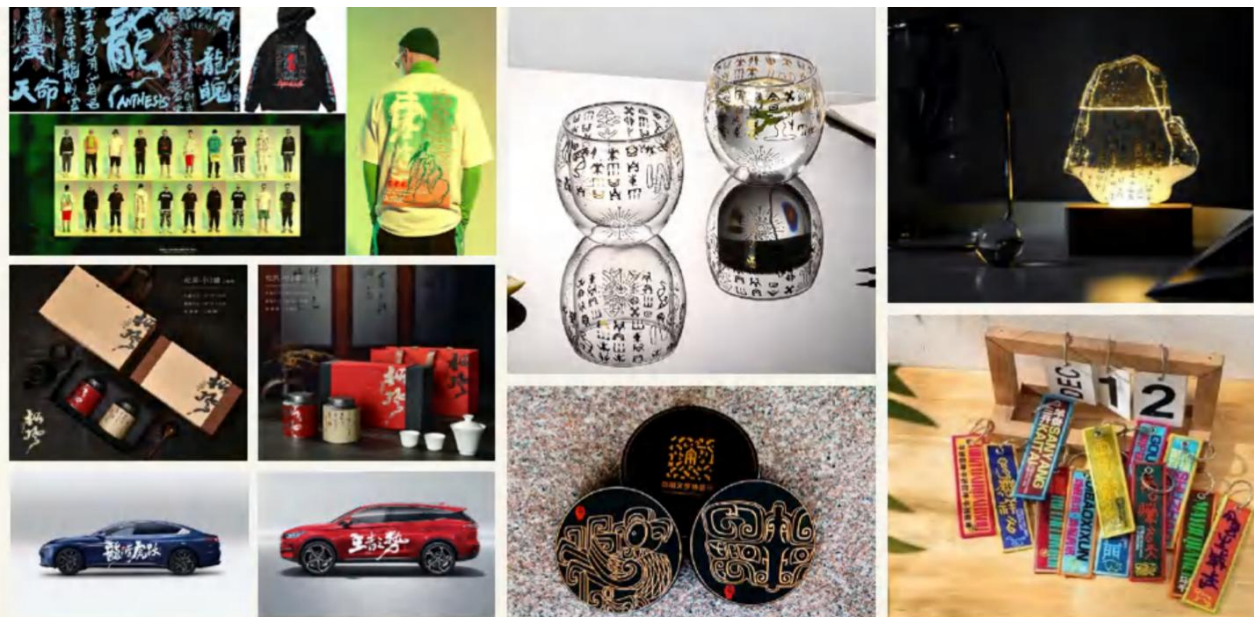
中国文字博物馆

NATIONAL MUSEUM OF CHINESE WRITING

“一片甲骨惊天下”



商业化案例



背书单位：“中国文字博物馆”位于甲骨文的故乡——河南省安阳市，是经国务院批准建设的集文物保护、陈列展示和科学研究为一体的国家级博物馆；基本陈列以世界文字为背景，以汉字为主干，以少数民族文字为重要组成部分，荟萃历代中国文字样本精华，讲解中国文字的构形特征和演化历程



十二生肖系列

鲜活甲骨系列

如果文字会说话系列

甲骨造字系列

» IP COOPERATION MANUAL

唐富贵

一切美好马上实现



设计原型为唐太宗的昭陵六骏，中原的马匹一般体型偏瘦，唐马肥硕是因为在唐朝时期引入了大量的胡马。唐太宗李世民是一位马上皇帝，他拥有的六匹宝马是在唐朝建立前先后骑过的战马，伴随他冲锋献阵，屡立奇功。唐富贵外形膘肥体壮，骁勇矫健，造型圆润，线条优美，寓意富贵安康，并且壁画上的六骏刻画是有箭伤的，而且很多都是迎面射来的，说明马和主人的相互信任，我们在设计唐富贵时也有着一层精神含义：不止高贵，而且忠诚、勇敢、顽强

IP从2019年诞生，截止2024年获得业内十大奖项，包括：

2020年“唐富贵”荣获玉猴奖“2020年度十大最具商业价值文旅吉祥物”

2021年“平步青云之华山有礼”获首届华山国际文创设计大赛纪念品类金奖

2024年“唐富贵之任逍遥”入选陕西好礼年度推荐名录等

联名产品渠道销售赋能：西安市主要景区全部覆盖（200+）、全国共计300+文创直营店

产品案例



秦、唐文化系列IP

灵感来源

作为一个西安人,一直以来我都有为这个城市设计一款形象的冲动!西安,这个13朝的古都,什么才是他的灵魂?我想无论历史怎样发展,城市如何改变,生活在这片土地上人的精神和习性是代代相传的,所谓一方水土养一方人,西安的土地上会生长怎样的人呢?男人像秦兵马俑,刚强倔强,女人像唐仕女,外柔内刚。

2013年4月的一个晚上我在禅修打坐,恍惚间看到两个笑眯眯的小孩在向我招手,在向我诉说一段关于他们的故事.....第二天,我根据脑海里的记忆画出他们的样子,于是就有了西西、安安.....

西西、安安是一对失散多年的恋人,一场战争将两人分开,为了临别时的一句誓言,他们历经秦、汉、唐一直到现在,在几千年的历史长河中轮回。为了找到对方他们矢志不渝,粉身碎骨,无论遇到怎样的变故始终信守当初的诺言,终于在公元2013年的西安这个国富民强的时代重逢.....

百年修得同船渡,千年修得共枕眠!西西、安安的故事告诉我们:今生的每一段爱情都是在历经千难万险之后的重逢。

请珍惜自己身边的爱人,TA正是你我前世约定好,今生苦苦寻找的人!

其中,西西和安安的形象创作灵感分别来自唐代仕女俑和秦跪射俑的原型。西西的形象生动的表现出14岁女孩的知书达理,善良大方;安安的形象则体现了西安当地男孩坚韧不拔,朴实内敛。



西西、安安系列

姓名: 西西
性别: 女
年龄: 14岁
出生地: 西安市东门外
爱好: 爱吃凉皮

姓名: 安安
性别: 男
年龄: 16岁
出生地: 西安市东门外
爱好: 爱吃羊肉泡, 爱吃面。

典型的西安女孩,乐观、善良、仗义、大气、心灵手巧、有文化爱读书,喜欢唐诗。

典型的关中男孩,性格倔强不服输、生性乐观、朴实、谦逊内敛、喜欢历史、会武术、书法好。

- 西西、安安,第二届中国创意设计大赛铜奖
- 第四届中国旅游纪念品设计大赛银奖
- 西安市吉祥物,省长赠送给印度总理莫迪的礼物



状元换装



秦、唐文化系列IP

唐系列

根据唐代画像中唐明皇、唐仕女形象创作，遵照原画中人物动态，使其形象更加可爱，符合现代人的审美。

根据唐代画家张萱《捣练图》制作，通过卡通的手法，夸张了原画中仕女形象，创作时保留原画中人物动态，使其形象更加可爱。



唐陕记糕点



秦、唐文化系列IP



俑乐绘的设计灵感来自于2012年李向宇先生敦煌的旅行。兵马俑作为中国文化最具代表性的符号之一，有能力成为中国文化符号的载体，所以在设计时把中国的传统文化元素有机的排列在兵马俑的脸上，这些图案来自：青铜器的纹样、青花瓷里的纹样、丝绸上的纹样、剪纸里的纹样、皮影里的纹样等等。构成一个新的文化系统。俑乐绘兵马俑里的元素全都来自于中国传统文化，却产生出具有当代艺术感的视觉形象，这正是中国文化的魅力，来自传统，却具有国际风范。



青铜器兵马俑

俑乐绘系列



茶砖

巧克力茶

可口可乐

COMPANY IP IMAGE



“厚壹百年·精彩瞬间”
可口可乐图形艺术设计大赛
陕西省冠军作品——秦俑

1917年，可口可乐开始其辉煌旅程，持续的激情和创新精神使其在百年间，成为全球最畅销的饮料。百年华诞之际，百事集团携手可口可乐公司，共同推出“厚壹百年·精彩瞬间”可口可乐图形艺术设计大赛，旨在致敬经典，传承文化，展现当代设计力量。本届大赛的主题为“秦俑”，旨在通过设计的力量，让古老的秦俑文化焕发新的生机与活力。

竟然在
兵马俑坑发现了



秦、唐文化系列IP



关于秦腔三滴血

设计来源于秦腔剧作家、易俗社的创始人范紫东的代表作《三滴血》。秦腔是中国西北地区传统戏剧，是四大声腔中最古老、最丰富的声腔戏剧，其服饰也极其丰富多彩。此设计采用卡通趣味的手法来展现剧中人物形象，将秦腔特有的视觉符号展现出来，让更多的人了解秦腔朴实、豪放，西北浓厚生活的独特魅力。



JANUS 关于门神

这对门神是参考秦琼和尉迟恭的传统艺术形象，按照当代人的审美眼光和生活趣味，运用现代艺术手法设计而成。他们是家庭平安的守护神。

左门神秦琼



右门神尉迟恭



YU MEIREN

关于虞美人

创意原形来自于南京博物馆藏品“南唐的鸾镜”，高髻长裙，仪态从容，举止优雅。正是“南国佳人，容华若桃李”。

以此为题材，开发人物公仔系列摆件，取名：虞美人。一如“云想衣裳花想容，春风拂槛露华浓”的气；二展“不学礼，无以立”的风范；三为“问君何能尔？心远地自偏”的惬意。这正是现代人的心之所往！



武士俑
Warriors

文官俑
Civilian figures

秦始皇
Qin shi huang

皇后
Queen

将军俑
General figures

铠甲俑
Armor warrior

兵萌俑系列

兵萌俑原型为秦始皇兵马俑，运用了比较Q萌的手法表现，此系列角色包括秦始皇、皇后、文官俑、将军俑、铠甲俑、士兵俑，这些角色不仅生动而且有趣。



珠峰文旅IP：二创图库示例



● 热血攀登风

● 赛博民俗风



● 经典国风

● 复古唯美风

青海省博物馆

国家一级博物馆

青海省博物馆

qing hai
青海

中华文明之源

青海省有43个少数民族，是长江、黄河、澜沧江发源地，昆仑文化肇发地，西宁为丝绸之路、茶马古道重要驿站，边塞诗回数不胜数。青海省形成了以昆仑文化为主体，不同民族文化构成的多元文化，被认为是华夏民族和中华文明的发祥地。

中国的青海，世界的净土

青海省融世界屋脊青藏高原的东北部，境内山脉高耸，地形多样，河流纵横，湖泊棋布，草原茫茫。

青海省博物馆

国家一级博物馆 | 中西方交流文物 | 江河源文明 | 多民族文化

青海省博物馆位于西宁市，是西宁古城的标志性建筑，建筑面积20800平方米，馆藏文物15627件(组)，珍贵文物2069件(组)。青海省博物馆以延续与弘扬中华优秀传统文化为己任，在做好青海故事与中国故事、激发青少年爱国热情等方面发挥着重要作用，已成为展示宣传青海的重要平台和窗口。



昆仑——《山海经》中的重要地标

昆仑之墟，方八百里，高万仞。上有木禾，长五寻，大五围。面有九井，以玉为栏。面有九门，门有青明兽镇之。——《山海经·海内西经》



昆仑山：昆仑山是昆仑山、祁连山、阿尔金山、喀喇昆仑山、帕米尔高原等山脉的总称，是青藏高原的重要组成部分。昆仑山是青藏高原的脊梁，也是中华民族的精神家园。昆仑山是青藏高原的脊梁，也是中华民族的精神家园。昆仑山是青藏高原的脊梁，也是中华民族的精神家园。

青海之最

- 最早的原始舞蹈——舞蹈纹彩陶盆
- 最大的石罅
- 最早的铜器——三星堆铜器
- 中国最古老的鸟纹样的铜镜——七星纹铜镜
- 最早的陶制鞋子——彩陶鞋
- 最早的祭祀纹饰——双羊纹彩陶盆
- 最早的铜条
- 最大的彩纹彩陶瓮
- 最早的泥塑人像彩陶壶——柳湾泥塑人像彩陶壶

青海省博物馆IP：二创图库示例



· 历史神话风

· 星际炫酷风

· 时尚潮流风

· 潮玩风

· 自然风

· 禅井风



· 手绘风

· 纹样风

· 古典海报风

· 简约风

· 民族风

· 杂志风

· 插画风

· 赛博风

· 魔幻山海经



·国家一级博物馆·

西安博物院

西安博物院为**国家一级博物馆**、**全国AAAA级旅游景区**、**全国古籍重点保护单位**。

总占地面积约16万平方米，由**博物馆**、**唐荐福寺遗址**、**小雁塔**三部分组成。

截至2022年末，西安博物院藏品有**113977件**，多数出土于**周秦汉唐**等具有重要影响的朝代，形成了文物等级高、代表性强、影响面广的藏品特点。

陶俑 | 唐三彩 | 金银器 | 青铜器 | 瓷器 | 玉器



镇馆之宝-三彩腾空马【唐】

策马奔腾，彪悍勇猛，精神抖擞，无何无求。

唯马能逐鹿，英雄少年精神抖擞，此文物是盛唐之雄文化文豪的见证，见证了人们对美好生活的向往。

唐朝是中国封建社会的鼎盛时期，长安作为当时的国际大都市，彰显了唐朝在世界上的政治、经济、文化地位。唐三彩就是这一时期产生的一种彩陶工艺品，以造型生动逼真，色泽艳丽，富有生活气息而著称。



酒文化

青铜酒肆

饮茶文化

禅宗茶饮

民间艺术

百戏杂耍

狩猎文化

游与猎

更多历史文化与馆藏文物

西安博物院IP：二创图库示例

【图库风格参考】精致国朝风



【图库风格参考】萌趣可爱风



【图库风格参考】赛博科技风



【图库风格参考】时尚潮流风



专家资源

【非遗专家】

【西安历史学家】

【学术教授】



场地资源



苏州丝绸博物馆

S U Z H O U S I L K M U S E U M

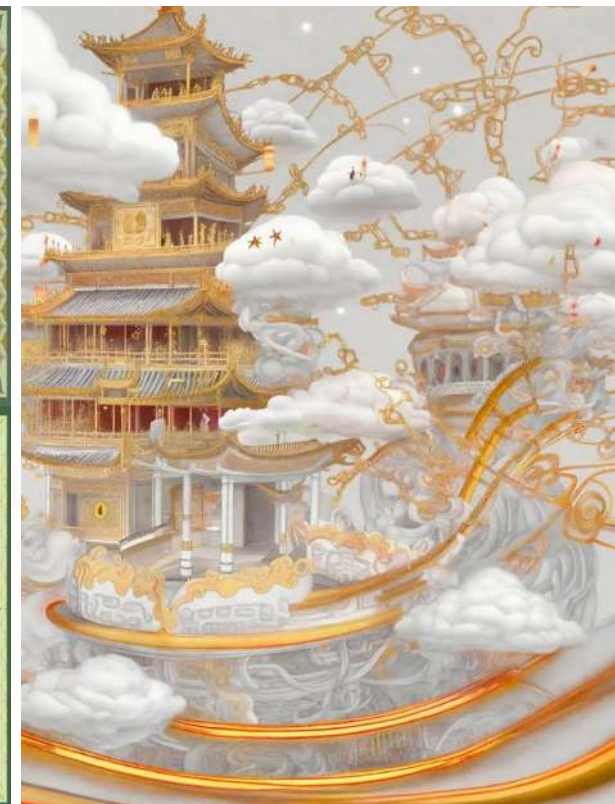
版权所有：苏州丝绸博物馆 苏文投集团

背书单位：“苏州丝绸博物馆”国家一级博物馆，位于江苏省苏州市北寺塔风景区内，是一座丝绸专业博物馆。馆内设有历史馆、现代馆、少儿科普馆、桑梓苑和丝织机械陈列室、钱小萍丝绸文化艺术馆六大展区，其中历史馆包括古代厅、蚕桑居、织染坊、贡织院、民国街和非遗厅六部分。

国家一级博物馆

我国第一座丝绸专业博物馆

7万片近现代丝绸样本



古龍

GU LONG

A Great Master of WUXIA
A genre of Chinese fiction or cinema featuring heroic warriors of ancient China who, depicted as capable of supernatural feats of martial arts.

架空历史 / 大胆创造

来是浪子去时仙，仗剑江湖载酒行。

新派武侠小说鼻祖 / 革新武侠审美 / 开创现代武侠小说新纪元

弃神魔，写人性，反规则，破套路

融合现代文学 / 散文 / 小说 / 诗歌 / 推理 / 电影 / 长篇小说 / 网络体

古龙主题图库 划距等心系列

古龙主题图库 零博侠客系列

古龍 | 致敬大師系列

古龙江湖大事记

2016	2018	2020	2022	2023	
影视剧 《新萧十一郎》 《新边城浪子》	腾讯合作 开启十年全系列 全版权战略合作	有声读物 “古龙剧场” 喜马拉雅有声读物	爆款手游 天涯明月刀 腾讯手游	首次漫改 《绝代双骄》 《楚留香》	互动影游 《楚留香》
朱一龙领衔主演 两部古龙武侠影视剧	互联网想象力 赋予武侠文化年轻活力	首次以广播剧 形式呈现	年度最受关注的 新游之一	S级项目+顶尖团队 倾力打造动画武侠	VR技术支持 沉浸式互动体验

五大经典元素 / 打造江湖侠器

古龙标识
symbol
以古龙标识为主要的视觉识别与象征

名言金句
quotes
“人在江湖，身不由己”
“小李飞刀，例不虚发”
“萧十一郎，例不虚发”
“古龙经典武侠语录”

人物名称
heroes
李寻欢/楚留香/陆小凤/
小鱼儿/花无缺等
古龙经典武侠英雄

经典场景
scenes
江湖地景/江湖圣地/事件地景/江湖地景等
古龙经典武侠场景

抽象元素
icons
提取自古龙作品植物/武器/人物/精神等内容的其他抽象化图形元素

© GOOLONG All rights reserved.

深度渗透的基础用户 / 价值共鸣的年轻社群

重视友情 / 注重个性 / 独立自主 / 渴望自由
认同乐于助人和坦率真诚 / 认为爱情不是生活必需品

原著粉丝和深度影响的基础社群

70/80: 基础粉丝
与古龙价值观/人生观/价值观深度契合的年轻一代

00后: 渴望得到认可 / 90后: 渴望独立自主

63%

37%

机会用户
辐射用户
原著粉丝

古龙主题图库 走又何妨系列

新内容到泛场景的生态覆盖

文学 / literature	影视 / film and TV	动漫 / anime	游戏 / game	地产 / commercial
喜马拉雅FM 古龙有声读物	电影/电视剧/短视频 5部影视作品	动画/漫画/短视频/虚拟偶像 4部重点动画	策略/手游/手机游戏 5款游戏	文旅小镇/生活乐园 江湖地产项目

期待合作!



云豆传媒（北京）有限公司