



故宫观唐

The Palace Museum  
Cathay View

# 故宫观唐 IP授权合作业务介绍

# 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。

“故宫IP”是由180余万件文物藏品和整个故宫建筑群衍生出来的建筑元素、审美体系与生活方式，以及它们背后的历史故事。近年来，随着故宫文创产业的发力，涉及故宫元素知识产权的影视作品、动漫游戏等产品也越来越多，“故宫”本身也成为了一个超级IP。

## 1.故宫标识

主品牌官方标识



子品牌衍生标识



## 2.故宫藏品

故宫博物院馆藏的180余万件文物藏品及藏书IP，其数字图像版权及文物名称均属于故宫IP范畴。

## 3.其他文化元素

①故宫的建筑样式、殿宇院落名称、匾额、宫廷机构名称等，如太和殿、御膳房、造办处、脊兽等；

②故宫的无形资产，包括宫廷文化、礼仪仪轨等；

③故宫宫廷人物，如历代皇帝、贵妃等。

# 「故宫观唐」核心优势： 独家IP+商标+藏品IP



故宫观唐  
The Palace Museum  
Cathay View

## 石渠宝笈精粹

最具生命力的中国国宝级  
书画藏品IP集合

+



故宫观唐

The Palace Museum  
Cathay View

+

## 顶级艺术藏品IP

价值百亿的《石涛-罗汉  
百开册页》为代表

该「石渠宝笈」藏品高清数字版权及图库  
收录我国上迄魏晋，下至清初近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，指既具备文化价值，又拥有市场影  
响力、号召力，具备稀缺性的艺术藏品IP

# 独家资源： 故宫《石渠宝笈》数字版权

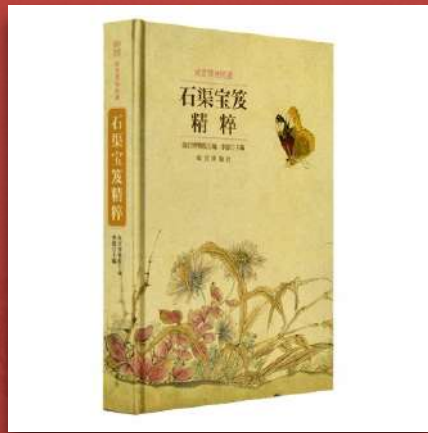


故宫观唐

The Palace Museum  
Cathay View

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。

观唐文化于2018年2月26日与故宫出版社签署了《合作出版协议》，观唐文化与故宫出版社共有《石渠宝笈》数字版权。



# 故宫《石渠宝笈》IP 是什么？



故宫观唐  
The Palace Museum  
Cathay View

故宫所藏历代书画清单，是中国传世书画作品的集合，一座巨大的IP资源宝库

《石渠宝笈》是清代乾隆时期集清宫书画收藏之精华编纂而成的一部大型书画著录，是中国历史上最为辉煌的皇家书画秘藏，是中华民族历史和艺术史上最为珍贵的文化遗产。

《石渠宝笈》作为中国历代书画的汇总，几乎涵盖所有传世书画作品，其中包括大量国宝级书画作品，如：王希孟《千里江山图》、张择端《清明上河图》、赵孟頫《五牛图》、顾恺之《洛神赋图》、王羲之《快雪时晴帖》等，它们是中国美术史的丰碑，中国文化艺术的代表。



# 《石渠宝笈》 著录古画题材类型

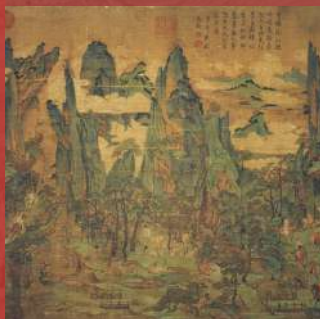
山水



王希孟《千里江山图》



马远《水图》



李昭道《明皇幸蜀图》

人物



顾闳中《韩熙载夜宴图卷》



顾恺之《洛神赋图》



赵孟頫《人骑图卷》

花鸟



黄荃《写生珍禽图》



韩滉《五牛图卷》



赵昌《写生蛱蝶图》

风俗



张择端《清明上河图》



李嵩《货郎图》



李嵩《骷髅幻戏图》

# 故宫石渠宝笈素材宝库

故宫石渠宝笈元素提炼与市场产品创意结合点



故宫观唐

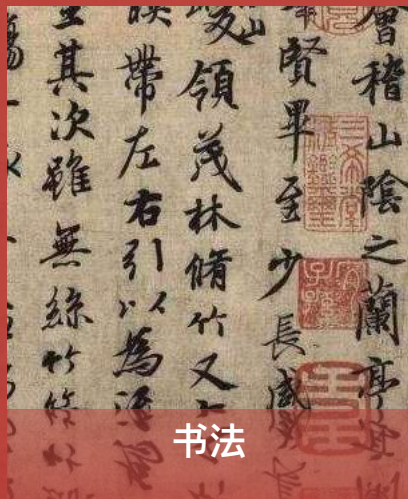
The Palace Museum  
Cathay View



人物形象



家具



书法



印章



建筑



动物



植物



器物



食物



服饰

# 与「故宫观唐」合作可以得到什么？



故宫观唐  
The Palace Museum  
Cathay View



## 提供名画加持+与传统相关的出处性背书

通过故事化的产品包装及与传统相关的出处性背书宣传，使联名产品成为连接消费者和相关传统文化历史的纽带，培养更为成熟和忠实的消费者基础，深化对消费者的传统文化教育。



## 增强产品文化性溯源为品牌做价值增项

结合故宫文化资源增强消费者的品牌忠诚度和口碑传播效应，促使消费者更加认同忠诚合作品牌。



故宫观唐

The Palace Museum  
Cathay View

## 帮助品牌拓展受众适应层级

利用故宫IP受众属性，深化多年龄多消费层级对品牌印象及好感度。

# 故宫IP 受众群

深受全年龄层、不同性别的受众喜爱，经久不衰



故宫观唐  
The Palace Museum  
Cathay View

## 故宫博物院参观人群分布



0岁-18周岁 20.34%



19岁-35周岁 42.69%



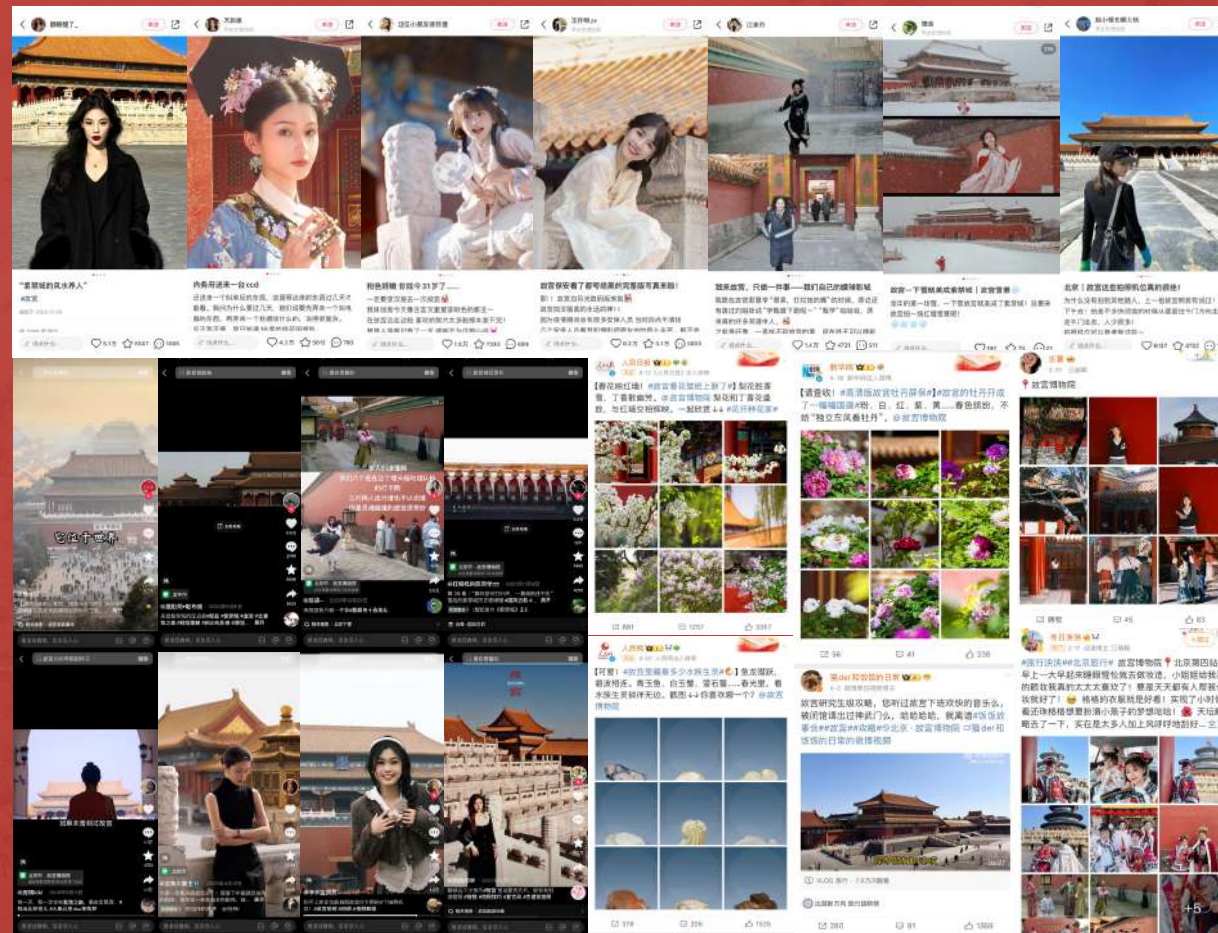
36岁-59周岁 31.16%



60周岁以上 5.81%

\*年轻人已经成为北京故宫博物院观众的主力军

## 故宫IP深受多受众群体喜爱



# 授权模式



故宫观唐

The Palace Museum  
Cathay View



## 产品授权

产品授权是直接提取IP的文化元素，并融合于实物产品中。



## 外包装授权

外包装授权的形式是将IP元素仅用于礼盒外包装或是物流外包装上，不包含产品本身。



## 营销授权

营销授权是将IP元素用于营销推广中，如营销海报、推广软文、网店装饰等。



## 数字虚拟授权

常见的数字虚拟授权为数字藏品授权、游戏皮肤、壁纸授权、红包皮肤授权等。



## 知识产权改编授权

将IP改编成动画、电影、游戏等，这类授权常见于小说IP改编成动画作品或是电影。



## 线下实体店授权

线下实体店授权以各种主题餐厅、主题咖啡厅、主题商城为场景，以授权IP的相关元素作为布展和装修基础。



## 联名活动授权

通过IP联名与品牌跨界合作，打造具有话题性和营销性的线上/线下传播活动，通过社交传播引爆声量。

# 「故宫观唐」合作模式



故宫观唐

The Palace Museum  
Cathay View

## IP授权模式

公司仅提供IP的使用权，但不包括后续的设计和宣传工作。

采用一口价的授权合作模式，只负责对IP授权相关的期限和权限做把控，一次性付清授权费用。

## IP授权+设计模式

除授权外，故宫观唐还需承担与IP相关的创意设计工作，将IP与产品深度融合，确保合作方获得更加完善和专业的视觉效果。

采用分批次付款的授权合作模式，故宫观唐除了对IP授权把控外，还会对相关产品系列的KV、VI和产品设计等负责。

## IP授权+设计+宣传 一站式服务模式

故宫观唐全面负责IP的授权、设计以及后续的市场推广和宣传工作。为产品前端提供一站式的整合方案。

采用分批次付款的授权合作模式，除固定的IP授权外，还会对产品设计和主视觉方案进行把关，同时配合线上+线下渠道推广，提升品牌影响力，增加产品的曝光量，将联名IP营销方案收益最大化。



# 「故宫观唐」合作案例—生活用品类目



故宫观唐 x  
六神  
联名花露水系列



故宫观唐 x  
仁和集团  
角楼芭比系列珍珠维生素E乳



# 「故宫观唐」 合作案例—文创类目

故宫观唐 x  
山东省旅游发展大会  
伴手礼



故宫观唐 x  
长安汽车  
「营」地回潮系列文创



# 「故宫观唐」合作案例—美妆类目



故宫观唐 x  
美宝莲纽约MAYBELLINE NEW YORK  
飞花妆限量礼盒



故宫观唐 x  
宫御颜  
「晨钟暮鼓」唇部护理礼盒



# 「故宫观唐」合作案例—联名活动类目



故宫观唐 x  
万达广场  
新春妙物节

故宫观唐 x  
成都航空  
走进《石渠宝笈》联名主题航班



# 「故宫观唐」合作案例—礼品、礼盒类目



## 故宫观唐 x 大千映画 “深藏宫茗” 联名茶礼盒

## 故宫观唐 x 树德堂 “东阜宝仁” 系列艾草产品



# 「故宫观唐」合作案例—礼品、礼盒类目



故宫观唐 x  
Whiskey Art Journey  
“GONG (宫)” 系列威士忌酒

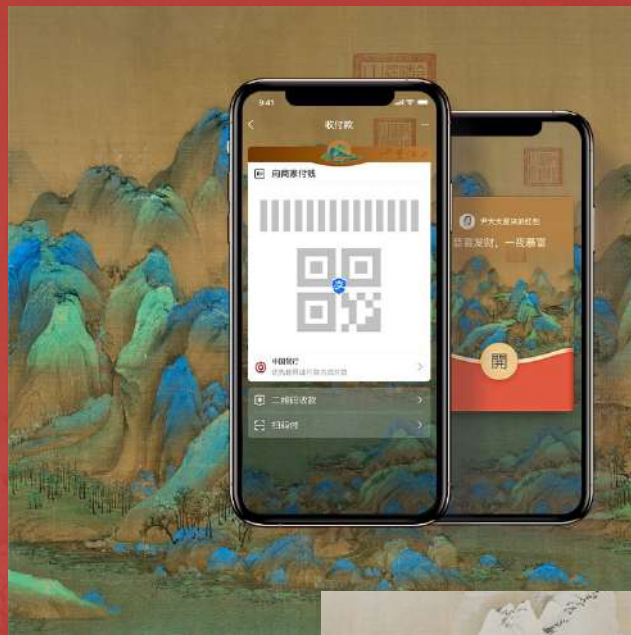


故宫观唐 x  
北京柏悦酒店  
中秋月饼礼盒

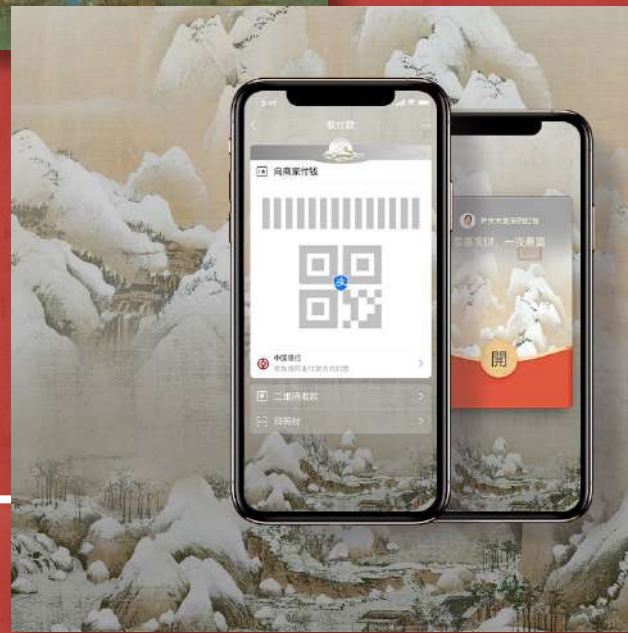
# 「故宫观唐」合作案例—金融类目



故宫观唐 x  
浦发银行  
联名借记卡



故宫观唐 x  
支付宝  
《千里江山图》NFT皮肤



# 「故宫观唐」合作案例—游戏类目



故宫观唐 x  
开心消消乐  
2023宫迎开心年



故宫观唐 x  
蛋仔派对  
故梦相聚  
蛋游紫禁城



# 故宫观唐

The Palace Museum  
Cathay View

联系人：顾建华

联系电话（同微信）：15810438814