

Research on Developing County-Level Characteristic IPs and Cultivating Corporate Core Competitiveness in the Digital Era

Yanan Song

Fushun Vocational and Technical College, Fushun City, Liaoning Province, 113000

Abstract

Against the backdrop of deep integration between digital economy and rural revitalization strategies, county economies are undergoing profound transformation from traditional factor-driven models to innovation-driven development. Creating distinctive county-level IPs represents not only digital revitalization of cultural resources but also a critical pathway for enhancing corporate competitiveness. This study examines practical challenges in digital-era IP development—including severe homogenization, fragmented industrial chains, and weak operational entities—while analyzing underlying technical bottlenecks, market mechanisms, and organizational barriers. Based on these insights, we propose optimization strategies encompassing IP positioning, digital empowerment, industrial integration, and stakeholder collaboration, providing theoretical references and practical guidance. The research aims to offer theoretical support and actionable pathways for county enterprises to achieve leapfrog development in core competitiveness through IP-based operations.

Keywords

digital era; county-level economy; distinctive IP; core competitiveness

数字时代县域特色 IP 打造与企业核心竞争力培育研究

宋雅楠

抚顺职业技术学院, 中国·辽宁 抚顺 113000

摘要

在数字经济与乡村振兴战略深度融合的背景下, 县域经济正经历从传统要素驱动向创新驱动的深刻转型。打造县域特色 IP 不仅是文化资源的数字化重塑, 更是培育企业核心竞争力的关键路径。本文旨在探讨数字时代县域特色 IP 构建中存在的同质化严重、产业链条割裂、运营主体薄弱等现实问题, 深入剖析其背后的技术卡点、市场机制与组织障碍, 并据此提出从 IP 定位、数字赋能、产业融合、主体协同等维度构建优化路径, 为提供理论参考与实践指引。为县域企业通过 IP 化运营实现县域核心竞争力飞跃发展提供理论支撑与实践探索路径。

关键词

数字时代; 县域经济; 特色 IP; 核心竞争力

1 引言

随着数字技术的爆发式增长, 数据已成为继土地、劳动力、资本、技术之后的第五大生产要素。县域作为连接城市与乡村的节点, 已成为激活县域经济、塑造区域品牌、提升企业竞争力的核心触点。特色 IP 作为县域文化、资源与产业的集中符号, 是区域差别定位的核心。在数字经济与实体经济深度融合背景下, 县域特色 IP 延伸至农业、制造业、服务业等多元产业, 成为县域企业突破同质化竞争、构建差异化优势的关键载体。然而, 长期以来, 多数县域特

色 IP 打造仍停留在资源罗列、符号堆砌阶段, 与企业核心竞争力培育脱节, 县域经济面临着“有资源无 IP、有 IP 无产业、有产业无竞争力”的困境。在数字时代, 将县域特色资源转化为具有高辨识度的知识产权如 IP, 并以此为核心培育企业的核心竞争力, 已成为推动县域经济高质量发展的必由之路。IP 不仅是符号的堆砌, 更是情感连接、价值共识与商业变现的载体。本文遵循“发现—探析—解决”的逻辑框架, 系统研究数字时代县域特色 IP 的打造机制及其对企业核心竞争力的赋能效应。

2 数字时代县域特色 IP 打造过程中存在问题表现

尽管全国各县域区域纷纷提出“一县一品”战略, 但

【作者简介】宋雅楠 (1981-), 女, 中国河北武安人, 硕士, 讲师, 从事企业管理、县域经济研究。

在实际操作层面, 县域特色 IP 的打造与企业核心竞争力的培育仍面临多重掣肘, 主要体现在以下三个层面。

2.1 IP 形象同质化严重, 缺乏文化深度与辨识度

当前, 许多县域在打造 IP 时, 往往陷入“千县一面”的误区。大量县域 IP 过度依赖简单的卡通形象设计或通用的吉祥物, 简单地将特色产品拟人化, 导致 IP 形象缺乏独特的灵魂和故事内核。特色资源的挖掘停留在表面, 存在“重资源罗列、轻文化提炼”问题, 未能将历史文化、民俗风情、传统技艺等深层元素转化为 IP 核心价值。这种浅层化的 IP 开发, 使得产品难以在消费者心中形成深刻的记忆锚点, 无法构建起差异化的品牌护城河。缺乏文化根脉的 IP 只是“无根之木”, 难以在激烈的市场竞争中存活^[1]。

2.2 产业链条割裂, IP 价值转化能力不足

县域 IP 呈现“单点化、分散化”特征。县域特色 IP 的打造往往局限于营销推广环节, 未能形成“县域主 IP+ 产业子 IP+ 企业产品 IP”的层级化体系, 未能有效贯穿研发、生产、销售及服务的全产业链条。许多企业将 IP 视为单纯的广告工具, 而非核心资产。一方面, IP 授权机制不健全, 导致 IP 形象在周边产品开发、文旅融合、数字内容创作等延伸领域的应用受限; 另一方面, 数字化基础设施薄弱, 导致 IP 数据无法有效沉淀和复用, 难以形成数据驱动的精准营销与供应链优化。这种“重设计、轻运营, 重前端、轻后端”的模式, 使得 IP 的商业价值无法充分释放, 企业核心竞争力难以通过 IP 实现系统性提升^[2]。

2.3 运营主体薄弱, 缺乏复合型人才与长效机制

县域 IP 的打造需要懂文化、懂技术、懂市场的复合型团队, 而当前县域企业普遍面临人才匮乏的窘境。传统的县域企业多由家族式管理主导, 缺乏现代企业治理结构, 难以适应数字时代快速迭代的 IP 运营需求。同时, 由于缺乏长效的投入机制和容错机制, 许多 IP 项目往往“虎头蛇尾”, 初期投入巨大但后期运营乏力, 导致 IP 生命周期短暂。此外, 政府、企业、农户之间的利益联结机制不完善, 导致 IP 打造过程中各方动力不足, 难以形成合力^[3]。

3 县域特色 IP 塑造中存在问题的原因

3.1 数据要素赋能不足与数字鸿沟

数字时代的核心在于数据要素的流动与增值。县域特色 IP 的打造本质上是对文化资源的数据化重构。然而, 当前县域在数据采集、清洗、分析及可视化应用方面存在明显短板。一方面, 县域特色资源多以非结构化数据如口述历史、传统技艺等形式存在, 缺乏标准化的数字化转换手段, 如缺乏统一的数据中台与共享机制。IP 运营数据、企业生产数据、市场消费数据相互割裂, 难以实现数据驱动的 IP 精准迭代、产品精准研发、市场精准匹配, 导致“数据孤岛”现象严重; 另一方面, 人工智能、大数据、区块链等前沿技术在县域的应用场景有限, 难以支撑 IP 的个性化定制、动态演化及版

权保护。这种技术层面的滞后, 直接导致了 IP 与消费者之间缺乏精准的互动连接, 使得 IP 无法形成“数据飞轮”效应, 难以通过算法推荐实现精准触达^[4]。

3.2 资源错配与价值评估体系缺失

市场经济发展的时下, 需求侧的消费者已从单纯的功利性消费转向体验性、情感性消费, 对 IP 背后的故事、价值观及社群认同感提出了更高要求。然而, 供给侧的县域企业往往仍停留在“卖产品”的初级阶段, 未能敏锐捕捉消费趋势的变化, 导致供需资源的错配。此外, 县域特色 IP 的价值评估体系尚不健全。由于缺乏权威的第三方评估机构和标准化的定价模型, IP 的无形资产价值难以量化, 导致企业在融资、交易及合作中处于被动地位。这种价值评估的模糊性, 抑制了社会资本对县域 IP 项目的投资热情, 阻碍了 IP 产业化进程^[5]。

3.3 组织协同机制缺位

县域企业长期受依赖传统发展路径的影响, 习惯于依靠资源禀赋和低成本优势竞争, 缺乏通过创新 IP 构建核心竞争力的战略定力。在组织协同方面, 县域 IP 打造涉及政府引导、企业主体、农户参与及科研机构支持等多方主体。由于组织缺乏有效的协同机制和利益分配方案, 各方往往各自为战, 甚至存在利益冲突。例如, 政府主导的 IP 项目可能忽视市场规律, 而企业主导的项目可能忽视社会公益, 导致资源内耗。这种组织层面的碎片化, 使得县域难以形成“政府搭台、企业唱戏、全民参与”的 IP 生态共同体^[6]。

4 构建“数据赋能 + 产业融合 + 多方协同”的发展策略

4.1 精准定位, 深度提炼 IP 核心价值

立足县域资源禀赋, 运用大数据分析市场需求、消费者偏好、竞争格局, 挖掘独特文化基因、产业特色与地域符号, 避免同质化。

1. 深度挖掘文化基因, 企业应组建文化研究团队, 对县域的历史传说、非遗技艺、风土人情进行系统性梳理, 提炼出具有独特辨识度的文化符号。避免简单模仿, 力求在 IP 故事、视觉形象及精神内核上实现“人无我有, 人有我优”。

2. 构建叙事体系, 利用数字技术如 VR/AR、全息投影等现代化技术手段将静态的文化资源转化为动态的沉浸式叙事体验。通过开发 IP 虚拟形象、文创产品、沉浸式场景、短视频、动漫、游戏等数字化载体, 讲述县域特色故事, 赋予 IP 鲜活的人格特征和情感温度, 增强消费者的情感共鸣与品牌粘性。

3. 动态迭代机制, 建立 IP 内容的动态更新机制, 结合时事热点与用户反馈, 不断丰富 IP 内涵, 保持 IP 的活力与时代感, 避免 IP 老化^[7]。

4. 强化保护, 完善 IP 知识产权体系。加强县域特色 IP 商标注册、版权登记、专利申请, 构建全链条知识产权

保护体系；建立 IP 侵权预警与维权机制，严厉打击仿冒、盗用行为；规范 IP 授权使用，制定企业使用县域 IP 的标准与流程，保障 IP 规范化、可持续运营。

4.2 强化数字技术支撑，提升 IP 运营效能

技术是数字时代 IP 打造的核心驱动力。县域企业应积极拥抱数字化转型，利用先进技术提升 IP 的运营效率与变现能力。

1. 构建 IP 数据中台。整合县域特色资源数据、用户行为数据及市场交易数据，构建统一的 IP 数据中台。建设区域大数据中心、物联网节点、智能终端建设，重点覆盖景区、产业园区、农村地区，利用大数据分析技术，精准描绘用户画像，实现 IP 内容的个性化推荐与精准营销。

2. 区块链确权与交易。利用区块链技术不可篡改、可追溯的特性，建立县域特色 IP 的数字版权登记与保护机制。通过非同质化代币等技术，实现 IP 数字资产的唯一性认证与便捷交易，激活 IP 的二级市场价值。

3. 全产业链数字化。推动 IP 向产业链上下游延伸。在研发端，利用 AI 辅助设计优化 IP 形象；在生产端，通过物联网技术实现 IP 产品的智能化制造与溯源；在销售端，利用直播电商、社群营销等新模式，构建“线上+线下”融合的 IP 消费场景^[8]。

4.3 多方协同，构建 IP 共生生态

破解组织壁垒，构建多方参与、多方协同的 IP 共生生态，形成合力。

1. 完善利益联结机制，探索“企业+合作社+农户+IP 运营商”的利益共享模式。明确各方在 IP 开发、运营及收益分配中的权责利，确保农户及中小微企业在 IP 价值链中获得合理回报，激发全社会的参与热情。

2. 构建 IP 产业联盟。由政府牵头，联合行业协会、龙头企业及科研机构，组建县域特色 IP 产业联盟。联盟负责制定行业标准、共享数据资源、协调利益冲突，相关企业负责 IP 产业化、产品研发、市场运营；引入专业文创机构、电商平台、运营公司参与 IP 运营。成立县域特色 IP 运营中心，实行市场化、专业化运作模式。积极推动 IP 在文旅、农业、制造等多领域的跨界融合，形成产业集群效应^[9]。

3. 完善政策与资金保障。出台专项政策，在财政补贴、

税收减免、融资支持、用地保障等方面给予倾斜；设立县域特色 IP 发展专项资金，引导社会资本、金融资本参与 IP 建设与企业运营；搭建政银企对接平台，为企业提供数字化转型、IP 开发的融资服务。

4. 培育复合型人才建立“政校企”合作机制。依托本地高校与职业院校，开设 IP 运营、数字创意等相关专业，定向培养懂文化、懂技术、懂市场的复合型人才。同时，引进外部专业运营团队，通过“飞地孵化”模式带动本地企业发展。

数字时代为县域特色 IP 的打造与企业核心竞争力的培育提供了前所未有的机遇。随着生成式人工智能等新技术的进一步成熟，县域特色 IP 的形态与运营方式将更加多元。县域企业应始终保持战略定力，将 IP 打造作为培育核心竞争力的长期工程，通过全面强化数字技术支撑、构建多方协同的共生生态，实现县域特色 IP 从“符号”向“资产”的跃升。在数字化浪潮中重塑县域经济的新质生产力，为乡村振兴与区域经济高质量发展注入源源不断的动力。

参考文献

- [1] 李华. 乡村振兴背景下县域特色文化 IP 的构建路径研究 [J]. 农业经济问题, 2023(04): 88-95.
- [2] 张强, 王明. 数字经济赋能县域产业链升级的机制与对策 [J]. 中国工业经济, 2022(11): 112-128.
- [3] 刘伟. 县域企业数字化转型中的组织障碍与突破 [J]. 管理世界, 2023(02): 56-67.
- [4] 陈思. 数据要素驱动下区域品牌 IP 的价值创造逻辑 [J]. 管理科学, 2022(08): 34-45.
- [5] 赵刚. 县域特色农产品品牌 IP 化的价值评估体系构建 [J]. 统计与决策, 2023(05): 78-82.
- [6] 吴晓波. 多方协同视角下县域产业生态系统的演化机制 [J]. 科研管理, 2022(09): 201-210.
- [7] 孙丽. 数字叙事在地方文化 IP 传播中的应用研究 [J]. 新闻与传播研究, 2023(03): 45-53.
- [8] 周涛. 区块链技术在知识产权运营中的应用前景 [J]. 知识产权, 2022(12): 67-74.
- [9] 郑远. 县域经济高质量发展中的产业集群与 IP 生态构建 [J]. 经济地理, 2023(06): 150-158.