



# 从毕业设计到 Z时代国潮游戏品牌

2023

“良渚文化”

“老庄思想”

“阳明心学”

“孙子兵法”

市场空缺+文化输出的理想+自身擅长技能  
=孕育东方审美的“迪士尼”

“UNITY”

“GAMEPLAY”

“PS”

“SUBSTANCE PAINTER”

“3DMAX”

汉字玩法

老庄哲学

种子轮融资

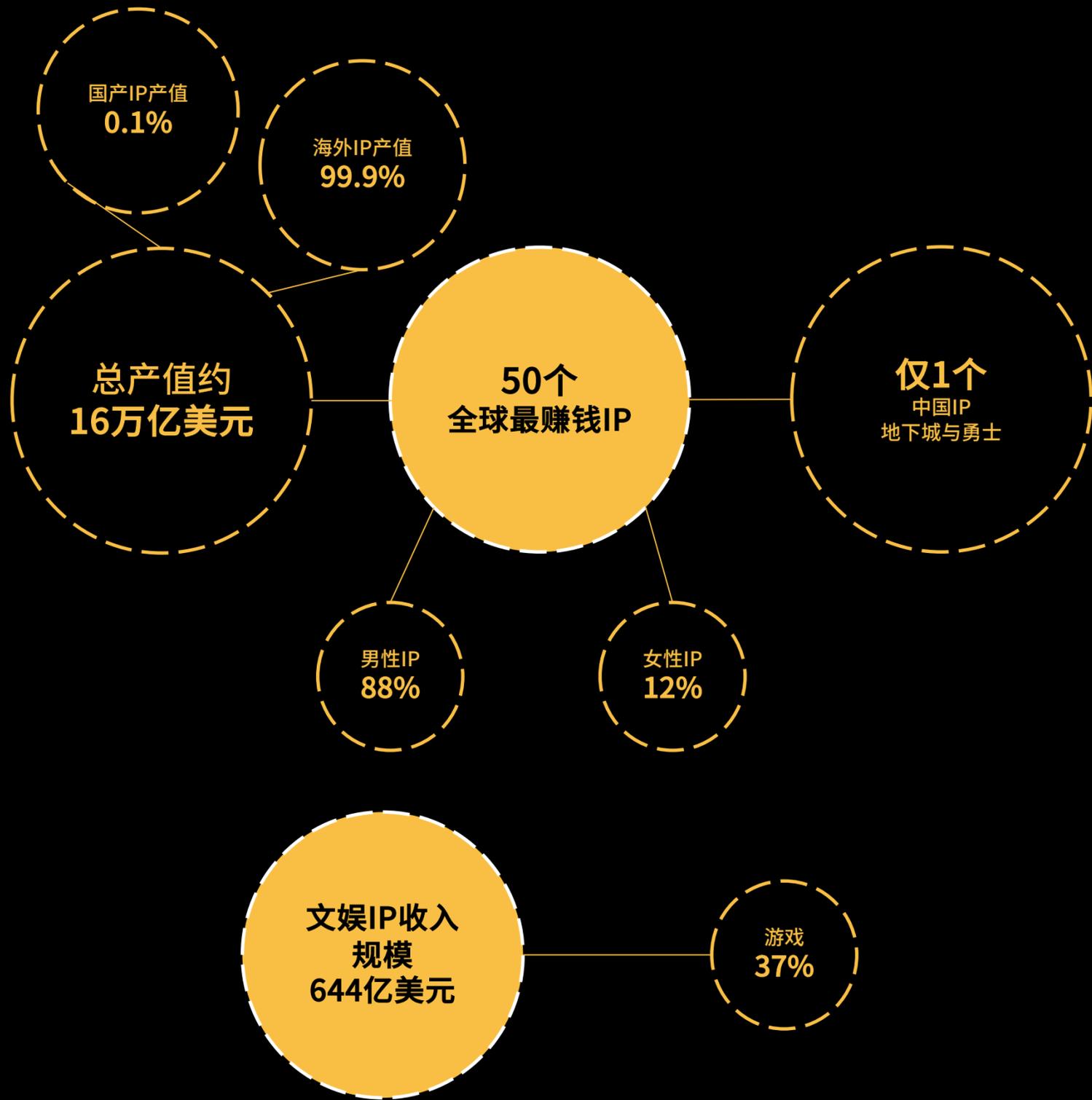




# 市场与机遇

游戏赛道切入孵化多态IP收入可观  
国产“她经济”IP出海空间巨大

全球最赚钱的50个IP (信息统计截至2022年12月29日, 收入单位亿美元)						
排名	IP系列	诞生年份	总收入	分类收入	IP来源媒体	IP拥有方
1	维尼熊	1924	737	零售-734.5 光盘-0.59 票房-2.14	图书	华特迪士尼
2	精灵宝可梦	1996	710	衍生品-692 票房-18.5	电子游戏	宝可梦公司 任天堂
3	米老鼠和他的朋友们	1928	667	零售-659.7 票房-4.57 光盘&录像带-2.8	动画片	华特迪士尼
4	星球大战	1977	650	衍生品销售-422.17 票房-103.16 家庭视频-63.66 电子游戏-40.10 图书-18.2 电视收入-2.8	电影	卢卡斯影业 (华特迪士尼)
5	迪士尼公主	2000	460	零售-463.31 家庭娱乐-0.15	动画电影	华特迪士尼
6	面包超人	1973	448	零售-447.6 票房-0.67 博物馆-0.15	漫画(绘本)	FROEBEL馆 (凸版印刷集团)
7	漫威电影宇宙(MCU)	2008	404	票房-279.82 衍生品-72.28 家庭娱乐-52.54	电影	华特迪士尼 索尼(蜘蛛侠) 环球影业(绿巨人)
8	哈利波特	1997	320	票房-96.91 衍生品-71.1 图书销售-77 家庭娱乐-40.28 电子游戏-25 电视收入-10 Studio Tour-4.36 舞台演出-1.74	小说	JK罗琳(书籍) 华纳兄弟(电影)
9	使命召唤	2003	300	电子游戏-190 衍生品-117.52	电子游戏	动视暴雪
10	变形金刚	1984	296	票房-48.53 家庭娱乐-8.74 零售-213.29	动画系列	孩之宝 Takara Tomy
11	蝙蝠侠	1939	280	家庭娱乐-12.12 票房-60.59 电视收入-3.40 衍生品-191.14	漫画	DC娱乐
12	汽车总动员	2006	218	票房-20.26 零售-6.54	动画	华特迪士尼
13	地下城与勇士	2005	200	电子游戏-200	电子游戏	腾讯 Nexon





# 颠覆文娱品牌的新模式

“  
科创+文创”  
新模式

## 行业传统模式及痛点



模式	传统内容营销模式
前期耗费资金额度 高	纯手工制作，无自有渠道，研发与推广成本极高
用户体验 差	无沉浸式体验，留存不高
展现形式接受度 低	传统媒介展示内容转化率不高
全球化 无	纯手工制作，无法做到全球的元素本地化
内容产出效率 低	纯手工制作，效率和质量无法被永久保障
流量转化率 低	流量易被平台所牵制

## 栖云宇宙“科创+文创”新模式

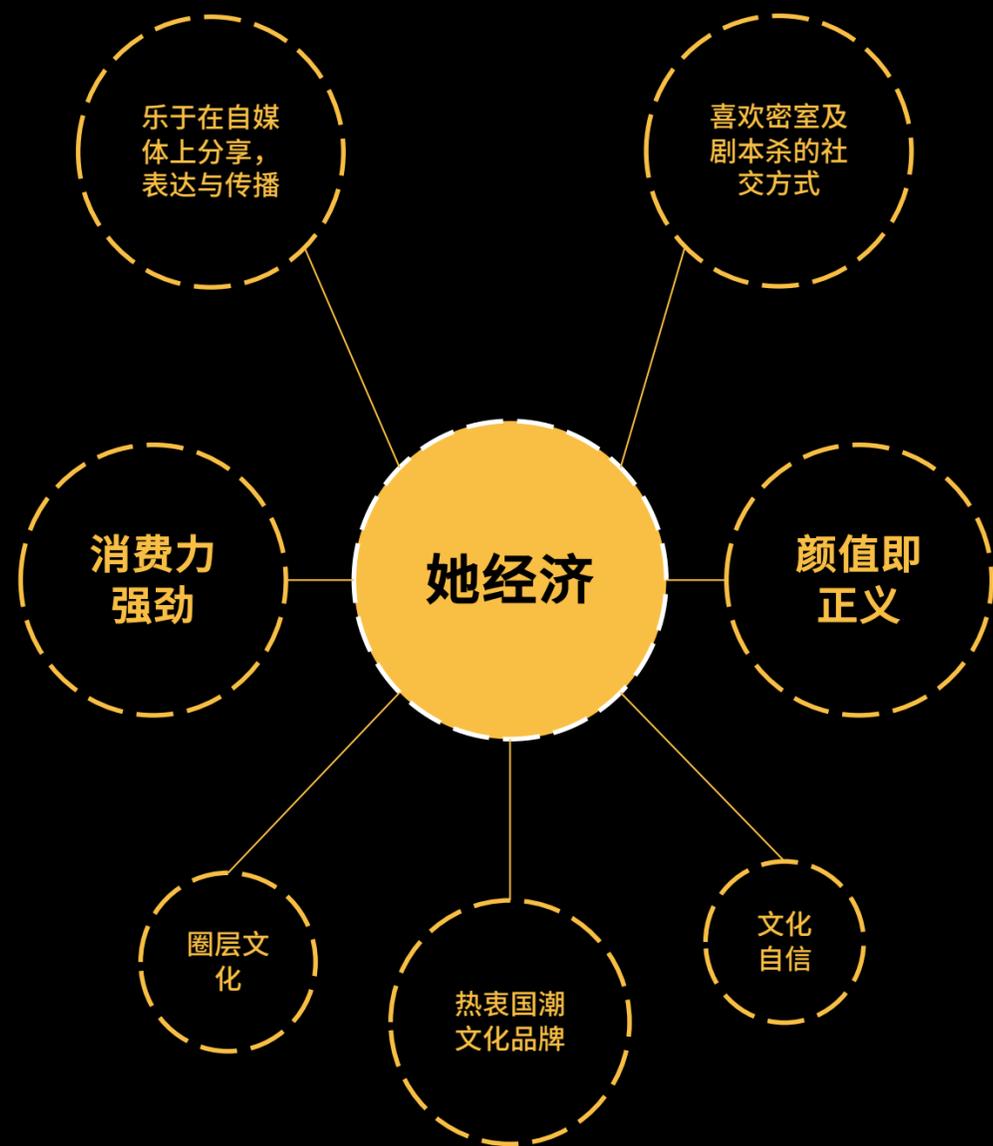


模式	“科创+文创”新模式
前期耗费资金额度 低	AIGC辅助创作，自有渠道，研发与推广成本大大降低
用户体验 好	剧本杀式密室及XR沉浸式体验，留存较高
展现形式接受度 高	新媒体符合当今用户习惯，转化率高，留存时间长
全球化 有	已训练多种体系的LORA大模型辅助创作，全球元素本地化一键生成
内容产出效率 高	AIGC辅助创作，效率和质量都有统一标准
流量转化率 高	自有流量池，不被平台牵制，同时也能赋能其他IP内容

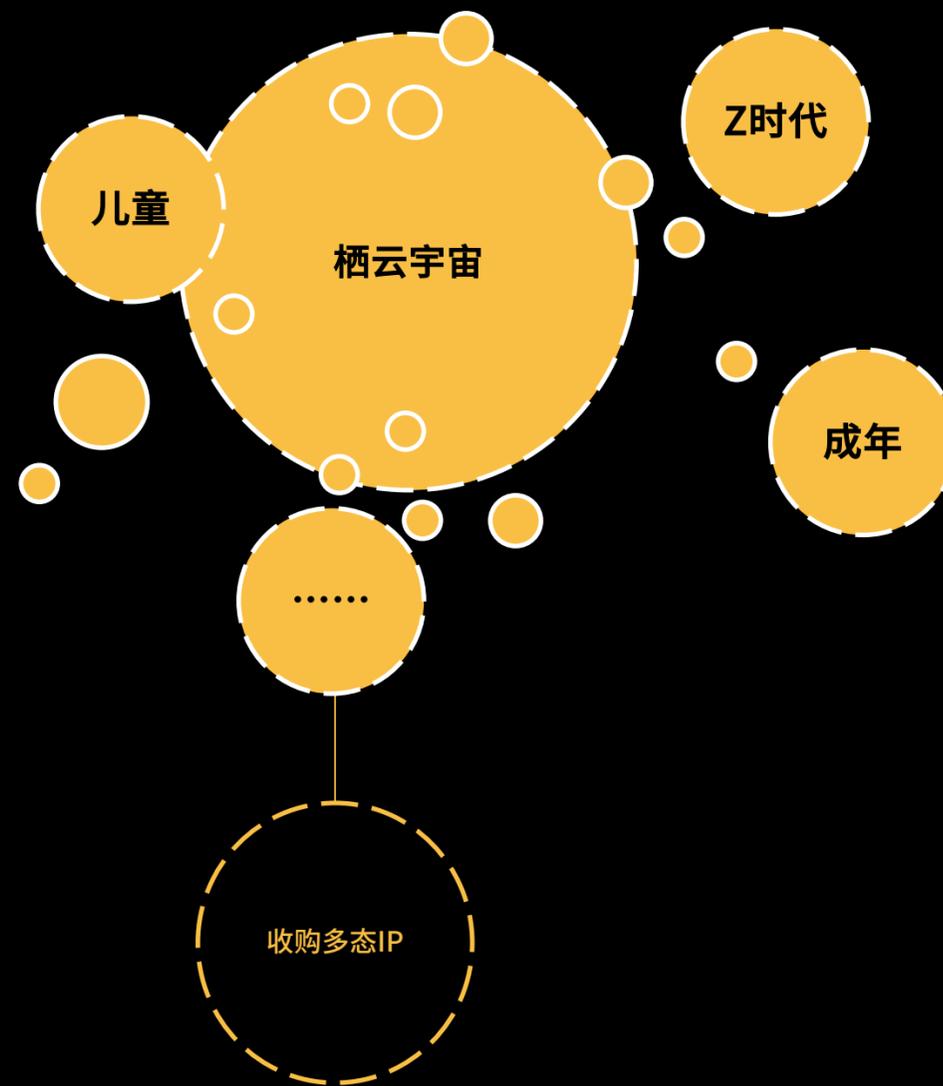


# 用户定位

以不同用户群体定位创作多元化IP



栖云异梦



多元化



# IP系列产品介绍



奇幻元素、竖版解谜

国风推理悬疑题材

亲情、勇气、少年时代的友情与陪伴

栖云  
系列作品



《栖云异梦》开启了《栖云》宇宙的宏大世界观，把时间线拉至**现代**，主角与朋友一起去探寻《栖云》世界中《**文通蝶梦**》背后的真相。

暑假的一个午后，被噩梦惊醒的方哲，收到了一个神秘包裹，包裹指向母亲失踪的真相。循环的噩梦，惊悚的哨音，多年前母亲的来信……将方哲引入无尽深渊。废弃的剧场、隐藏的密室、奇怪的古村、儿时的美梦……他，是否可以逃离这片乐园？



# IP系列产品介绍



汉字元素、横板解谜

中国水墨写意

隐世、庄周的道家净土、东方哲学

栖云  
系列作品



《梦蝶》是《栖云》宇宙的前传，主角穿梭古今，探寻《栖云》世界中《隐世》背后的真相。

游戏把汉字与解谜进行结合，选取了《庄子》一书中近20个典故，设置20个关卡。未来会增加关卡，进一步丰富游戏内容，力求以趣味化、现代化的方式，在寓教于乐的同时还能弘扬中国传统文化。



# IP系列产品介绍



双人解谜、双世纠葛

国风水墨岩彩

深宅幻境、乱世情感、奇幻探险

栖云  
系列作品



《瞳生壹 两生怨》是《栖云》宇宙的支线，故事发生在政局迭代又战争频发的乱世，一高门深宅中，玩家与朋友分饰两角，一起探索老宅中的过往。

大学生徐果，在一次课外任务中，进入一所老宅，恰遇一个鬼魅又熟悉的人影一闪而过……追随人影，徐果与前世兰因、导员苏现业、同学魏若柳一起经历了一场跌宕起伏的两世纠葛。她与兰因，可否逃过宿命的循环？



# IP系列产品介绍



## 《栖云异梦》

65w下载量

TapTap  
推荐

APP STORE推  
荐

ROI=  
300%

13次玩家  
COSPLAY

小红书600+条相关笔记



该作是梦蝶系列的第二部，在庞大世界观的牵引下，以现代视角探索《文通蝶梦》背后真相。

2022/8/20

柯良

★★★★★ 期待值



很有独特国风美术风格的解谜游戏！

2022/9/18

小表妹UpUp

★★★★★ 期待值



## 栖云前传：《梦蝶》

上线首日手机端12w下载

Tap解谜排行榜：2

拥有700w粉丝的  
KOL自发种草

B站《梦蝶》话题KOL安利视频播放  
量累计达75w+



很久没有碰到这种风格的解谜了，让人眼前一亮！

2022/8/19

薄冰心中

★★★★★ 期待值



画风我真的很喜欢，有些cg真的超漂亮，最后那首《囚徒》我真的很喜欢，很好听

2022/9/6

只为篱归

★★★★★ 期待值



哇人物互动我好爱

2022/9/7

旧瓶新酒

★★★★★ 期待值



# IP系列产品介绍



栖云支线：《瞳生》

上线每日新增4w+用户

付费率100%

为别人购买章节  
25%

每日解锁线索券数3w+



# AIIGC的技术沉淀

## 自研岩彩绘画LORA模型



核心参数:

Stable Diffusion 模型(ckpt)

revAnimated\_v11.safetensors[d725be5d18]

使用Controlnet为Stable Diffusion已训练各种基于国潮风格LORA大模型，通过不同的代码底层架构的算法控制生成的内容，例如通过canny边缘、人体位姿、甚至线稿等等，可以用webui方便地使用。

## AI音乐生成辅助



借用AI辅助音乐制作应用程序Flow Machines Mobile能够根据音乐制作人选择的风格提示旋律、和弦和贝斯线生成音乐。

## AI配音



在《栖云异梦》产品中用逆熵AI技术实现“用AI配音取代真人配音演员”。



# 商业模式

内容、渠道、衍生与授权  
的全产业链IP

- 游戏
- 短视频
- 广播剧
- 动画
- 音乐
- 剧本杀



- 自有私域流量
- 自媒体
- 深度合作头部平台：保量与保价



- 收购IP
- 产业孵化



- 衍生潮玩
- 零售合作
- 文化主题活动
- 场景植入

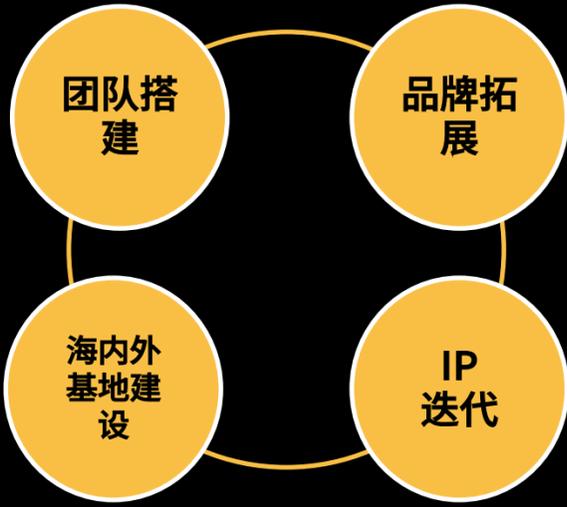




# 未来规划

## 近期规划

继续提升国际化团队能力，深入建设技术专家团队、内容创意团队及顾问团队，开展高校合作。



拓展品牌的跨界联动客户，短期内形成口碑与规模效应，形成大量品牌案例。

充分发挥合伙人海外资源优势，将在欧洲、亚洲搭建海外基地，本地化内容后，拓展海外喜欢栖云IP内容的用户。

基于用户需求，逐步开设新的IP系列支线，实现IP内容规模化的高质量的用户增长。



## 长期图景：孕育东方审美的“迪士尼”

- 栖云动画番剧及动画大电影-----形成现象级的IP规模
- 栖云乐园-----创造一个真实的栖云乐园，从虚拟世界延续到现实世界
- 传统景区----- IP植入，景区活化
- 度假酒店----- 体验升级，品牌增值
- 城市公园----- 配套刚需，城市品牌
- 社区公共空间----- 功能补充，高频使用
- 商业综合体----- 新型业态，商业引流
- .....



# 核心团队

内容创作 + 技术沉淀 + 商业化的全链能力

## 宋海麒

### CEO



上海视觉艺术学院 数字媒体专业  
 上海视觉艺术学院企业导师  
 曾任莉莉丝游戏制作人  
 19年组建独立游戏团队  
 曾获UST全球设计大奖赛金奖  
 负责整体企业运营，公司战略，对外合作，团队管理

## 李垚

### CPO



中国美术学院 游戏专业 硕士 & 美术史 本科  
 中国美术学院游戏专业工作坊导师  
 B站万粉up主  
 晋江网女频网文作者  
 广播剧制作人  
 负责产品质量与内容创意的把控

## 张越然

### COO



法国SKEMA高等商学院 国际商务硕士  
 连续创业者 22岁在海外创立BRANDX 数字创意科技公司  
 服务LVMH、历峰、欧莱雅等时尚品牌  
 曾任主板上市公司投资总监  
 曾任国内B轮独角兽公司市场负责人  
 负责商业化，品牌营销与融资

## 罗杰

### 技术总管



曾积累7年XR技术经验  
 19年加入独立游戏团队  
 网易游戏MINI-GAME挑战赛最佳技术奖  
 负责游戏前端的底层架构的搭建以及XR项目的技术落地

## 于杰

### 技术架构顾问



十多年游戏行业从业经验  
 参与多次创业 数款游戏0-1上线经历  
 曾任腾讯游戏 后台开发/技术PM  
 曾任网易游戏 高级服务端开发工程师  
 负责AIGC融合剧本杀式游戏的底层框架搭建



# 所获荣誉

2020年  
大公报报道



2020年  
第二届TapTap原创游戏大赛  
最佳院校奖



2021年  
第18届中国动漫金龙奖  
最佳游戏奖提名奖



2022年  
法国innodesign创新设计大赛  
视觉传达奖



2020年  
上海世博会十周年创意设计作品展  
参展作品



2021年  
国家级大学生创新创业计划项目  
完成结题



2023年  
“E启创想 漫游未来” 动漫游戏  
创业大赛  
最具商业价值奖



# 合作伙伴

Tencent 腾讯

咪咕

TT 语音

中国美术学院  
China Academy Of Art

TapTap  
发现好游戏

快手

SMG  
上海东方传媒集团有限公司  
SHANGHAI MEDIA GROUP



上海视觉艺术学院  
Shanghai Institute of Visual Art

e2w  
东品游戏

LOFTER



中国移动  
China Mobile

Xi'an Jiaotong-Liverpool University  
西交利物浦大学

Martian Game  
火星互动娱乐

Unity®

长安汽车

南京大学  
NANJING UNIVERSITY



# 为全球带来东方文化的沉浸式体验。

## Unity 黑马计划

扫码即刻申请

创始人个人微信号



Unity黑马计划是一个聚焦独立开发者及游戏工作室、游戏公司、工业设计、媒体艺术的生态项目，我们将对申请计划的团队提供专业的技术支持、培训、产品服务折扣、市场宣传以及生态合作资源对接等一系列服务，伴随开发者成长，助力其获得盛誉及成功。

杭州炭焱网络是Unity黑马计划的成员之一，加入黑马计划为我们提供了非常好的产品宣传机会，感谢黑马计划的服务和支持，我们会不断提升技能水平，成为更好的开发者，为游戏和应用程序的发展做出贡献。