

俑。刘昱阳和搭档就决定：“兵马俑这个IP挺大，还是陕西本土的，不仅有历史属性，还有文化属性，咱就占有一下顺势而为吧。”

THISARMY品牌的核心团队有13人，外围团队17人。核心团队成员中，有十年品牌设计、五年商业美陈装置设计制作、九年影视制片策划、五年自媒体推广经验。“从一开始，我们创立一个品牌的力量就很成熟。”刘昱阳说。

与别的想快速占领文创市场赚快钱的产品不同，THISARMY更注重文化内核，而且更重视迎合年轻人的需要。于是，在产品之初，THISARMY的思路就是一方面增加年轻一代的文化认同感，通过潮流元素与中国文化的结合，让年轻人更容易接受和理解传统文化，同时让传统文化更具有时尚感和吸引力。另一方面，他们通过文化与潮流的结合，推动文化创意产业的发展，并从中获得经济收益。

“光是品牌方案书，我们就写了一年多。”THISARMY团队一次又一次确定思路，一次又一次推翻，因为这个品牌方案决定着THISARMY未来的走向。刘昱阳说，“俑的各种形象包括跪俑、射俑等等，我们都有设计出来，最终决定先推出将军俑。”后来在THISARMY品牌书中，将这一过程总结为：一个想法到一次实验，一张草图到一款产品。一处角落到一座城市，一种声音到影响世界，我们经历了52560小时。

五年的时间，THISARMY将军艺术品手伴以中国文化为创作起点，以全球文化符号为元素进行融合和联名创作，形成了文化守护系列、精神致敬系列、地球保护系列、潮流联名系列、非遗文化系列、十二生肖系列以及航天系列等七大板块的将军俑形象。

西安曲江书城一楼文创区C位区域，黄色的将军俑与黄底黑字的THISARMY宣传画非常醒目。一位20岁左右的女孩子停驻在《草间弥生》的手伴玩偶前仔细端详着，这款标注为全球限量发售1000款的手伴售价1569元的价格，或许也是她停驻很久的原因吧。

在决定品牌前期，刘昱阳和张钦都清楚文创市场中能让女性和孩子喜欢的呆萌形象不仅讨巧，也易于打开市场，但他们依然按照自己的思路设计了将军俑。“将军俑的设计太冷太硬朗，会缺失很多女性的粉丝，但是我们还是想这么做，因为任何时代的将军形象，都应当是坚韧不拔。”他们选择果然收到不错的效果，独辟蹊径的设计、赋予经典文化的内涵、潮牌限量版的销售策略，反而让消费者印象深刻，吸引了一众女性铁粉。

THISARMY品牌在五年的生长期，快速占领以秦

俑形象为核心产品的高端潮牌文创市场。“据我所知，目前市场上还没有能超过或替代THISARMY的新产品出现。”说到这里，刘昱阳很是自信。

高端产品研发成熟后，这两年，THISARMY品牌也开始注意贴近生活，兼顾时代潮流与各个年龄段、消费段的需求。刘昱阳自己佩戴的缀饰为将军俑头像的金属项链和手链，都是新开发的产品。

“去年开始，来西安必开盲盒成了旅游热点，我们的盲盒也特别受欢迎。”据刘昱阳介绍，目前THISARMY产品种类有100多种，整个品牌年销售额约500万元左右。

擅长品宣是THISARMY成功的原因之一。这几年，THISARMY很注重参与国内各项社会潮流与慈善活动，与壳牌、法拉利、陕西长安联合足球俱乐部合作发布了联名款新品的同时，还参与了长安联合足球俱乐部的球迷活动。参与中国慈善展，为陕西省红十字会助力。还被推荐成为2023年西安新浪微博盛典活动官方奖杯；被推选成为第九届丝绸之路国际电影节短片嘉年华官方奖杯以及第三届中国西安国际文创产品设计大赛官方奖杯；成为陕西外交礼品、陕西省红十字会官方礼品，还入选CCTV文创总台优质文创产品。

在产品销售方面，THISARMY尽管定位是文化潮牌，但并不只单纯迎合年轻人的消费习惯。THISARMY在淘宝、小红书、小程序、得物等线上销售店的同时，对线下实体展示店也很重视。在西安的各大景区和主要的文化市场，THISARMY品牌都非常耀眼。另外，在横店影视城秦王宫主题景区，THISARMY品牌也有沉浸代销店。

2024年5月，第88届意大利佛罗伦萨国际手工艺展览会、2024年香港国际授权展和香港礼品及赠品展相继举办，陕西省商务厅组织的2024“陕耀全球”境外百展活动精彩亮相，THISARMY独特的潮流品牌获得多方青睐。通过洽谈，THISARMY与多个品牌达成联名意向，同时确定在香港、澳门地区和马来西亚举办“这就是俑文化共感”全球秦文化艺术巡回展。

其实从2019年开始，THISARMY已经启动了全球秦文化艺术巡回展，足迹到达南昌、广州、深圳、香港、洛杉矶、纽约等十多个城市。负责品牌推广的刘昱阳热爱参加马拉松赛事，他的推广节奏和他的脚步一样快速。从2024年世界品牌莫干山大会到香港国际授权展，再到第二十届中国（深圳）国际文化产业博览会。8月28日，他又跑到呼和浩特，带领THISARMY参加第八届内蒙古文博会。

有业内人士分析，像THISARMY品牌这样以单一秦俑形象为设计核心，并让国潮文化形成如此高端文创IP的