

深挖明星IP價值 周同學賺錢有法

新零售+內容化場景 強化消費者認知

曾在杭州、福州、長沙等地掀起粉絲互動狂潮的周杰倫官方二次元IP——「周同學」在中秋節前夕來到了深圳。由巨星傳奇(6683.HK)主辦的「周同學愛次元空間」全國首展，結合周杰倫《嘉年華》世界巡迴演唱會深圳站舉辦的系列線下活動「尋找周同學」、粉絲打卡6米高「周同學」大娃、體驗「周同學」快閃店等，成了這個假期大灣區遊客和粉絲娛樂放鬆的又一勝地。

巨星傳奇集團執行董事兼首席財務官賴國輝在接受香港文匯報訪問時，揭示了企業運用IP變現的秘訣，「具象化的落地場景可以將IP與衍生產品、主題內容等融為一體，加強消費者對IP的認知，擴大周同學IP的影響力並拓展IP變現路徑。」



●圖/文：香港文匯報記者 李薇

被譽為「明星IP第一股」的巨星傳奇，在IP產業賽道上，開闢了「自有明星IP+新零售+內容化場景」的獨特流量變現商業模式。8月29日，巨星傳奇發布了2024年中期業績，上半年實現營收2.67億元(人民幣，下同)，同比增長76%。其中，IP業務收入佔總收入59%，首次超越新零售業務，收入由2023年同期的6,269.6萬元升至1.57億元，增幅149.8%。賴國輝指，IP業務收入的最主要引擎是公司參與製作的兩檔頭部綜藝——周杰倫全參與的戶外真人秀《周遊記》第二季，播出首集即創下同時段收視率第一位；以庾澄慶為管理人的音樂脫口秀《樂來樂快樂》，播出後連續創下同時段同類綜藝節目的最高收視率。

綜藝吸引贊助 構建商業循環

「綜藝節目帶來的好處非常大。」賴國輝認為，一億元的製作費已經能拍攝一部電影，而該公司用來製作綜藝，這是對公司市場定位的認證。而綜藝所吸引來的品牌贊助實現了可觀的節目版權收益，最後是IP帶來的效應和對自身新零售品牌的賦能也直觀體現在年報數據上。該公司另一項重要收入來源，「魔洞咖啡」在2019年推出的時候銷售額是7,000萬元，2020年植入《周遊記》後銷售額3個多億元。今年也在《周遊記》第二季植入，3月份的銷售額創下我們近三年來的單月最高。」

綜藝製作看似投資了1億元，但廣告盈利1億多元，並撬動了新零售銷售額幾億元，賴國輝強調，這樣的流量貢獻非常可觀，構建了一個高效且完整的商業化循環。

賴國輝直言，巨星傳奇從誕生之初即具備「不可複製性」。「我們在明星IP方面，有兩個頭部合作方，一個是周杰倫，一個是劉畊宏，他們不僅主打的領域不同，而且在市場上也很難找到類似等級的。」賴國輝指，明星IP特別強調獨特性。如「周同學」會更多圍繞與粉絲互動，「劉教練」(即劉畊宏IP)主要和運動相關，「方夫子」(即方文山IP)則主打中國風和中國文學。

緊貼明星特質 打造人設規劃

在挖掘明星IP價值上，該公司的做法是緊貼明星的個人特質。賴國輝以劉畊宏舉例，他在圈裏有非常多的藝人朋友，很多人接到需要展露身材電影的時候就會諮詢劉畊宏，如何才能在3個月內變出6塊腹肌。「他很想告訴大家，健身不是一下就成功的事情，大家更需要注重健康，但朋友就會覺得他很嘮叨。」於是，在該公司的協助下，對劉畊宏IP在內地的整體規劃與開發，包括為其打造社交平台的人設規劃。彼時，劉畊宏在抖音上的粉絲是100萬，經過打造，僅6個月時間，粉絲量就突破7,000萬，劉畊宏擁有了「全世界最大的健身房」，隨時隨地會有幾十萬、幾百萬人在線聽他「嘮叨」，宣傳大健康。

巨星傳奇對劉畊宏IP價值的挖掘不止於此。因為劉畊宏夫妻推崇配料表乾淨、無防腐劑的健康飲食理念，雙方又一起研發推出「愛吃鮮摩人」系列健康食品。據統計顯示，愛吃鮮摩人抹茶粉在2022年推出後，在2023年即實現抖音天然粉賽道市佔率第一。

目前巨星傳奇旗下簽約的還有孫耀威、陳法蓉、方文山、王婉霏、南拳媽媽、昆凌等明星IP，累計粉絲數超過2.4億。「我們會幫助別人去做一些流量貢獻，包括直播帶貨。」賴國輝強調，帶貨也不會簡單將其視為賺佣金的創收途徑，更重要的是作為新零售業務的一個渠道，發展自有品牌。



●「周同學愛次元空間」全國首展，是周同學與粉絲的進階互動。



巨星傳奇從誕生之初即具備「不可複製性」。

巨星傳奇集團執行董事兼首席財務官 賴國輝



▲「愛在西元前咖啡店」提供的周杰倫限量飲品。

▶周同學的授權業務已覆蓋潮流時尚、手辦潮玩等範疇。



▲在「愛次元空間」十二宮殿互動街區中，水瓶宮講述兩個AI機器人的愛情故事。

▲「愛次元空間」十二宮殿互動街區裏的場景裝置。



IP強調長期積累 重視粉絲參與感

成功秘訣

為了讓IP具備廣泛的知名度且長盛不衰，以巨星傳奇的經驗來看，其IP商業化策略採取「四步走」戰略，即設計IP形象、開發衍生產品、進行內容輸出和推動落地體驗。在賴國輝看來，運營藝人和運營IP是兩個截然不同的思路，前者重視賺錢快，但工作結束後可能留存下來的東西有限；後者重視積累，強調定位和優化，看得更加長遠。

由手辦發展至各個領域

然而並不是每一個明星都能變成一個IP。以周同學為例，它從2019年開始布局，始於與浦發銀行的活動合作，經過多年的培育，直到去年才借助周杰倫演

重現粉絲參與感

唱會的熱度徹底引爆，成為現象級IP。「長期追蹤我們的人就會知道，周同學起初也只是一手辦，因為手辦和粉絲的互動會更快。但現在授權業務已覆蓋潮流時尚、手辦潮玩、文創周邊、食品等領域，並打通了實景娛樂、快閃活動、演唱會、視頻彩鈴等應用場景，積累越來越多，影響力也越來越強。」賴國輝指，公司的IP運營團隊都是從迪士尼過來的，有非常豐富的經驗，會通過線上線下活動、衍生品開發等方式，不斷增強粉絲的參與感和歸屬感。

至於新誕生的IP，則會通過已有成熟IP的交叉賦能，出現在粉絲視野。「比如周董9月份的深圳演唱會，大家就會看到更多方夫子的出現。」



●周同學手辦

借助出海 冀誕更多跨界衍生產品

在海外市場的探索上，巨星傳奇也是步履不停。賴國輝指出，一方面是希望通過出海，吸引更多內地遊客到相關的外國旅遊，另一方面也希望可以誕生更多跨界衍生產品。

周同學涉足曼谷東京景點

早在2023年11月，周杰倫的《嘉年華》全球巡迴抵達泰國曼谷時，周同學IP也同步在曼谷亮相。一個超過6米高的巨型周同學玩偶出現在曼谷的Union Mall購物中心，成為歌迷們的聚集地，泰國國家旅遊局甚至將這個大娃景點列入City Walk推薦路線。

今年7月，為期三周的周同學IP快閃活動在東京塔舉辦，27個周杰倫在綜藝節目《周遊記》中經典裝扮卡通造型集中亮相。這也是周同學歷次巡展中規模最大、形象最多的一次。

賴國輝透露，隨著周杰倫《嘉年華》世界巡迴演唱會、《周遊記》第三季的拍攝製作，周同學IP將涉足世界各地，包括中東、亞太、歐美等地區。「起初我們把周同學帶出海，目標不是賺錢，是為了積累和曝光。」賴國輝續指，持續擴大IP海外影響力是現階段的目標，目前已有非常多地標性建築地區想邀請周同學過去辦展，「一方面是希望通過周同學，吸引更多國內遊客到當地旅遊，另一方面也是希望借助出海，可以誕生更多周同學跨界衍生產品。」

夥數字王國拓AI數字版權庫

今年6月，巨星傳奇與數字王國(0547.HK)成立合資公司共同開發以AI驅動的數字版權庫，用於媒體娛樂內容製作。未來，巨星傳奇也計劃將AIGC應用於新零售業務的發展，如其應用程序中引入配套AI營養師功能，為用戶提供營養分析及飲食建議，並通過優質的垂類市場爆品，引領公司產品及品牌出海。

憧憬減息 元朗二手成交量按月增近60%

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)市場憧憬減息周期快將重臨，加上業主肯減價，銀行審批按揭取態轉趨積極，不少買家於減息前趁低吸納，9月上旬香港二手樓成交略為轉旺。其中元朗區不少二手樓呎價已跌穿1萬元，刺激交投量，本月至今累錄30宗二手買賣成交，較上月同期升近60%。

御景園連天台戶458萬沽

中原地產王勤學表示，元朗區本月至今累錄30宗二手買賣成交，較上月同期升58%，其中御景園第5座高層連天台戶，實用面積505方呎，兩房兩廁，叫價468萬元，議價後以458萬元易手，實用呎價9,069元。原業主於2013年1月以332萬元買入單位，持貨11年轉售，賬面獲利126萬元或38%。

同區御景園第8座低層D室，實用面積489方呎，兩房兩廁，王勤學表示，業主原本叫價450萬元，最終減價32萬元，以418萬元沽出，實用呎價8,548元。原業主於2014年10月以328萬元買入，持貨10年，賬面獲利90萬元，升值27%。

中原張禮傑指出，元朗尚城本月以來連錄4宗成交，較上月全月1宗成交明顯增加，而呎價則繼續回落，本月平均實用呎價約7,410元，按月下跌約1%。其中尚城第8座高層D室成交，實用面積526方呎，兩房兩廁，叫價415萬元，有上車客見減息在即，料利好樓市，議價後以408萬元承接，呎價7,757元。原業主於2018年3月以543萬元買入，持貨6年，賬面虧損135萬元，單位期內貶值25%。

荃威花園中層呎價7771元

荃灣區本月暫錄約30宗二手買賣成交，與上月同期相若，中原地產凌活忠表示，近日入市氣氛向好，荃威花園M座中層3室，實用面積480方呎，兩房兩廁，叫價390萬元，議價後以373萬元易手，實用呎價7,771元。買家為內地家庭，預計減息後樓價將止跌回升，見上址價錢合預算，所以加快決定，購入單位作安樂窩。原業主於今年4月以370萬元入市，入住後覺得間隔不太合用，思前想後決定換樓，持貨約5個月，微賺3萬元離場。

中原地產胡耀祖表示，市場普遍憧憬減息周期快開

始，整體入市信心增加，馬鞍山區本月暫錄約16宗二手成交，其中新港城D座低層03室，單位實用面積321方呎，兩房兩廁，議價後以455萬元易手，呎價14,174元，買家為上車客。據了解，原業主於2021年以615萬元購入單位，持貨約3年，現轉手賬面蝕讓約160萬元離場，單位期內貶值約26%。

豐寓連租約戶398萬易手

樓市現轉角，有投資者遇到連租約筍盤立即入市。中原許偉業表示，葵涌豐寓中層F室，實用面積244方呎，一房兩廁，單位今年以月租1.4萬元租出後，業主隨即以410萬元連約出售。由於連租約不能做到高成交按揭，雖然單位價錢吸引，也較難出售。近日減息訊號強烈，有投資者對上址感興趣，眼見無樓睇，還價要求樓價低於400萬元，業主與家人商討一日，減至398萬元成交，呎價16,311元，買賣雙方傾妥價錢即往地產代理行簽約成交。許偉業指，原業主於2017年8月以406.3萬元一手購入單位，持貨7年，賬面微蝕8.3萬元，蝕幅約2%。



●御景園第8座低層D室，減價後以418萬元沽出。資料圖片