

《哪吒之魔童鬧海》(簡稱《哪吒2》)票房大熱,這潑天的富貴也降臨到相關衍生品市場,《哪吒2》的「谷子」持續火熱。內地咖啡茶飲品牌庫迪宣與《哪吒2》開啓聯名活動,引得不少粉絲搶購;泡泡瑪特與《哪吒2》聯名產品熱門款已售罄現貨、開啓預售模式;集卡社、森羅萬象母公司傑森娛樂旗下品牌與《哪吒2》聯名產品的全渠道銷售額在春節期間突破1億元(人民幣,下同),成為收藏卡牌行業冠軍。據開源證券預計,哪吒系列IP衍生品收入或達100億至150億元,IP總商業價值或達300億至350億元。

●文/圖:香港文匯報記者 倪夢璟 上海報道



●內地不少線下潮玩和卡牌店將《哪吒2》立牌放在顯眼位置,吸引顧客。



●上海一泡泡瑪特專門店將《哪吒2》衍生品放置在入口位置。

從百億票房到百億零售 聯乘產品如雨後春筍

哪吒IP價值直撲300億元

●《哪吒2》與茶飲品牌聯乘。



「昨天在泡泡瑪特官方店購買了兩個《哪吒2》系列盲盒,顯示要等到6月30日前發貨,雖然要等約3個月,但確實是很喜歡魔童哪吒這個IP,所以也只能等了。」今年春節假期,王小姐買完《哪吒2》電影三刷,為了感受更好的影視效果,她不僅將2D、3D版本的《哪吒2》全部觀賞一次,更在網絡攻略特意找到IMAX、CINITY等特效廳觀看影片,「國漫確實越做越精彩了,能出現這樣一部好電影真的也很讓我們漫迷驕傲,所以《哪吒2》的周邊產品我也一直在收集,不僅僅可以實地觸碰到喜歡的IP,也滿足了我的收集慾。」

泡泡瑪特花半年時間打造盲盒

精美的設計與強大的IP影響力,讓系列聯名產品迅速點燃粉絲熱情。泡泡瑪特相關負責人表示,此次聯名產品開發歷時1年半,在追求產品品質的同時做到了與電影同步上市,不僅還原了電影中的經典場面,也通過與版權方對電影進行的深度溝通做了不少二創設計,預想了人物不同造型和組合,「這也是為什麼相關產品會熱銷的原因之一。」據透露,為了更好地還原IP形象,設計人員對人物角色進行了深度調研,「還原」人物性格及核心場景,比如「戰鬥哪吒」用挑眉、歪嘴笑,展現出了哪吒玩世不恭、叛逆隨性的性格。設計人員還考量到互動體驗,在相關的配件上加入了一些巧思,比如「藕粉哪吒&藕粉敖丙」,取走藕粉外罩可以看到哪吒與敖丙的手辦造型。

傑森娛樂旗下集卡社,則通過獨家約稿知名插畫師特別繪製哪吒、敖丙新立繪,製作兩人同遊新春燈會的收藏卡。同時,集卡社還推出獨家AR觀影特典卡,配合手機軟件,將電影角色以3D立體形象呈現於卡面上,增強了卡牌玩法的互動性與趣味性。傑森集團市場總監

Judy表示,為了更好地展示國漫IP產品,品牌不僅在線上推動抽卡玩法,更在線下與超1,000家影院展開聯動合作,讓觀眾們在影院現場即可購買到聯名產品,形成觀影與收藏的雙重體驗,「春節期間,傑森娛樂集團旗下森羅萬象專門店哪吒系列專區吸引超100萬人次打卡購買。」

實現電影與衍生品雙向賦能

相較於以往的國產原創IP,此次《哪吒2》衍生品展現了「雙向賦能」。泡泡瑪特相關負責人表示,「比如此次天生藕絲系列產品的顧客中,電影粉絲佔了較大的比例,但我們也發現電影粉絲和泡泡瑪特自有粉絲是高度重合的。有消費者在門店裏看到盲盒陳列後,會向門店小夥伴了解產品信息,反向通過產品獲得到電影上映信息,選擇購票觀影。這體現了電影與衍生品可以雙向賦能,共同為IP造勢。」盤古智庫高級研究員江瀚對記者表示,《哪吒2》的成功讓國產IP在商業化道路上邁出重要一步。「電影不僅取得票房上的佳績,更在衍生品市場、版權授權等多個領域展現了強大的吸金能力,這表明國產IP開始探索並實踐多元化的盈利模式,不再單一依賴票房收入。」

突破「票房依賴症」仍需努力

同時他表示,儘管《哪吒2》的成功為國產IP突破「票房依賴症」提供了有力例證,但國產IP要真正實現全面突破,還需要更多作品在內容創作、市場營銷、品牌建設等方面取得綜合成功,形成可持續的商業模式。國產IP的突破還需要整個行業的共同努力和支持,「比如政策環境的優化、產業鏈的完善、創新能力的提升以及國際市場的拓展等,都是推動國產IP走向成熟和強大的重要因素。因此,我們不能僅僅因為《哪吒2》的成功就認為國產IP已經完全突破了『票房依賴症』,而需要持續關注和推動整個行業的健康發展。」

「谷子」經濟迅速成長 4年後規模或破3000億元

在去年的上海旅遊節期間,《狐妖小紅娘》和《斗破蒼穹》兩個熱門國風國漫IP與上海新世界大九百貨、邵萬生、泰康、稻香村等商業體和中華老字號聯動,全面推動東方美學生活與現代都市文化進一步融合創新發展。近日,經典動畫《葫蘆兄弟》IP主題餐廳開業,吸引眾多粉絲打卡。而作為內地「二次元濃度」最高的購物中心之一的上海靜安大悅城,有媒體指,蛇年春節期間其「二次元」業態店舖銷售額近1,000萬元(人民幣,下同),同比增長120%。

江瀚指出,「谷子」這種在二次元文化中特指基於動漫角色或故事背景所設計製作的各種周邊產品,不僅具實用性,更重要的是它們承載着消費者對某個角色的喜愛之情以及對背後故事世界的嚮往。在這樣的背景下,「谷子」經濟應運而生,並迅速成長為一個不可忽視的新興市場板塊。

滿足年輕人情感需求

艾媒諮詢數據顯示,2023年中國谷子經濟市場規模1,201億元,2024年升至1,689億元;隨着泛二次元生態及周邊衍生市場的發展,未來數年谷子經濟市場規模將呈持續增長態勢,2029年市場規模有望達3,089億元。「谷子」經濟的走紅,是當前市

場對於情感需求和情緒價值追求的重要趨勢。在節奏快和壓力大的現代生活中,年輕人越來越注重自我滿足和情感體驗。他們希望通過購買周邊商品來寄託自己的情感、表達自己的喜好和追求。而谷子經濟正是滿足了這一需求,為年輕人提供了一個展示個性和情感的平台。」江瀚認為,當前動漫或原創IP化轉型已經成為了一個不可逆轉的趨勢。通過打造獨特的IP形象和周邊商品,企業不僅可以提升品牌知名度和美譽度,還可以增加用戶黏性和忠誠度。

推限量版炒高價格兼人氣

另外,熱門IP的谷子往往會推出產量稀少的限量版,這些版本在二手市場上可能炒到高價,這種稀缺性和高價值性不僅激發了消費者的購買慾望,還為他們帶來了一種獨特的情感體驗和社交價值。在小紅書等社交平台上,不少玩家通過「擺陣」等方式展示自己的谷子收藏,與其他粉絲進行交流和分享,形成了一種獨特的社交文化。江瀚說:「通過預售、限量、盲盒等方式製造商品稀缺性,進一步提升了消費者的購買慾望和情感體驗。這些營銷手段不僅為商家帶來了高額的利潤,還為消費者提供了一種獨特的消費體驗和娛樂方式。而當90後、00後等年輕一代成為社會中堅,他們對文化娛樂產品的需求將更為旺盛,這無疑是『谷子』經濟繼續向前邁進的強大動力。」

什麼是谷子?

谷子,由Goods(商品)音譯而來,即漫畫、動畫、遊戲、偶像、特攝等版權作品衍生出的周邊產品,屬於二次元相關產品,包括海報、徽章(吧唧)、卡片、掛件、立牌、手辦、流麻、娃娃等。

國泰賺近百億 年底前擬再請4000人

香港文匯報訊(記者 殷考玲)國泰航空(0293)去年純利98.88億元,按年升1%,第二期中息每股派0.49元,連同的第一次中息,全年每股派息0.69元,按年升60.5%。期內,撇除非經常性項目,基本溢利91.37億元,按年升逾19%。

受累機型停飛 快運蝕4億

國泰航空行政總裁林紹波昨於業績會上表示,旗下香港快運去年錄得虧損4億元,主要受到去年平均有五架空中巴士A320neo型飛機因涉及整個業界的普惠發動機問題而停飛,為飛機使用率及營運效率帶來影響。他稱,因發動機而

停飛相信只是短期問題,長遠有信心香港快運會有盈利。

客運航點將超越100個



●國泰航空林紹波(左)和賀以禮出席業績發布會。香港文匯報記者曾興偉攝

新增航點方面,國泰主席賀以禮表示,集團於今年至今已公布新增11個目的地,並將陸續揭示更多新航點。在今年內,國泰航空與香港快運的網絡將超越100個客運航點,以及已經開始接收100多架新一代的飛機,並推出世界領先的客艙,包括爾雅商務艙和全新特選經濟客艙,以至全新的旗艦機場貴賓室和創新的數碼服務。

人手方面,為了支持重建計劃,國泰去年新增聘及培訓了約7,000名新員工。集團將繼續壯大全球團隊,計劃在今年底前將員工人數進一步增加最多4,000人,至合共約3.4萬人,為業務的持續增長提供強大的平台。

手機玻璃商藍思科技擬在港發行H股

香港文匯報訊(記者 岑健樂)港股近期升勢凌厲,IPO也轉趨活躍。在深交所掛牌的手機玻璃製造商藍思科技表示,擬發行H股,並申請在香港聯交所主板掛牌上市,公司將充分考慮現有股東利益及境內外資本市場情況,在股東大會決議有效期內擇機完成本次IPO。藍思科技為包括iPhone在內的許多智能移動終端提供玻璃。

內地電動車阿維塔擬港上市

另據外電消息,由長安汽車、華為及寧德時代聯手投資、影帝梁朝偉為品牌代言人的內地電動車製造商阿維塔科技(Avatr Technology)擬來港上市,集資高達10億美元(約78億港元),最早今年下半年提交上市申請。

阿維塔科技於2018年成立,去年12月曾經透過一輪私募融資超過110億元人民幣,參與此輪融資包括長安、重慶安

譽股權投資基金等。據公司網站介紹,公司名稱取自英文「化身」(Avatar),同時亦是「安為德」的諧音,即長安汽車、華為及寧德時代的組合,三方分別在整車研發智造、智能汽車解決方案和智慧能源生態領域為阿維塔科技賦能。

至於港股大市,美國總統特朗普持續



●內地電動車品牌阿維塔由梁朝偉出任代言人。

向全球多國發動貿易戰,市場擔憂美國經濟將陷入衰退,道指連跌兩日,連帶拖累港股表現,恒指收報23,600點,跌181點或0.76%,連跌4個交易日。大市成交逾2,784億元。國指收報8,682點,跌73點或0.84%;科指收報5,845點,跌2.04%。

新經濟股表現疲軟

多隻新經濟股表現疲軟。騰訊(0700)跌1.06%,美團(3690)跌1.92%,小米(1810)跌3.43%,京東集團(9618)跌2.12%。耀才分析團隊表示,恒指前日低開後隨即見買盤吸納,反映承接力依然不俗,相信有望維持大漲小回格局,並續於23,000至24,000點水平整固。恒指前日下試20天線(23,170點)後即出現反彈,反映港股市底仍強,後市只要企穩23,200點水平,仍有挑戰戰更高位置。

大坑道優悠台拆售 入場價175萬

香港文匯報訊(記者 梁悅琴)伍集成集團將持有收租約16年的大坑道56號C.C. Lodge(優悠台)即時拆售,首推8伙(其中3伙連租約)中低層三房戶發售,入場呎價1.73萬元,入場價1,775萬元,另每伙可配售1個車位,每個車位售價100萬或150萬元。

全屬三房戶 半數有租約

伍集成集團發言人張志國表示,該盤共有16伙,實用面積961及1,026方呎,全屬三房戶,當中一半單位出租中,呎租約65元,之前曾斥資5,000萬進行翻新。他指出,今次拆售主要是想出售非核心物業,再尋找其他投資機會。負責該盤獨家銷售的仲量聯行資本市場部執行董事陳柱衡表示,該盤不受一手樓銷售條例規管,可以隨時拆售,目前已有半租客表示有意購入所租單位,相信該盤的買家以用家為主,加推時料有5%至10%提價空間,頂層連天台單位呎價約逾2萬多元,預料全盤16伙沽清可套現約4億元。

其他新盤方面,萬科香港位於大埔馬路「上然」截至昨晚8時累收逾6,600票,按本週六首輪銷售228伙計算,超額認購逾27倍。項目將於今天晚上8時截票。

南首連沽6伙 套現3700萬

恒基物業代理董事及營業(二)部總經理韓家輝表示,九龍城「南首」昨日連售6伙,當中包括3伙平台特色戶及1伙天際特色戶,共套現約3,700萬元。當中以招標形式售出的3伙平台特色戶為一房至兩房間隔,實用面積221平方呎至

●大坑道56號優悠台



304平方呎,連76平方呎至111平方呎平台,成交價464.98萬至656萬元,成交呎價由20,881至21,579元;另一成交天際特色戶為兩房間隔,實用面積358平方呎,連182平方呎平台,成交價1,038.8萬元,成交呎價29,017元,創項目成交價及呎價雙新高。

路勁地產旗下屯門「凱和山」昨連沽2伙,其中包括第3座3樓G室,兩房戶,實用面積586平方呎,售價585.86萬元,呎價約9,998元;及第1座6樓C室,一房間隔,實用面積375平方呎,以400.16萬元成交,呎價約10,671元。路勁地產夥建鐵公司合作黃竹坑站「晉環」以665萬元售出一伙開放式戶,單位為第1B座26樓B單位,實用面積290平方呎,成交價665萬元,呎價22,931元。

新世界發展夥拍遠東發展合作啟德柏蔚森II新增「精選單位限時禮遇」,凡於3月16日至4月30日期間購買柏蔚森II指明住宅物業,可獲贈額外4%售價折扣,優惠將於本週日生效。入場單位為HARBOUR FOREST第2座3樓B單位,面積389方呎,兩房間隔,折實價以價單總折扣優惠18%及「精選單位限時禮遇」額外4%折扣優惠計算,折實價641.4萬元,折實呎價16,488元。