

《流浪地球2》周边产品众筹总额达预期目标464倍 电影“周边经济”是一门好生意吗？

随着春节假期结束，春节档收官，兔年电影市场迎来“开门红”。

有意思的是，随着春节档电影《流浪地球2》口碑、票房的双增长，其电影周边产品也大卖。截至记者发稿，其相关周边产品众筹总额已突破4646万元，这一数字是10万元预期目标的464倍。

2021年，我国电影总票房达472.58亿元，全年总票房全球第一。面对如此庞大的电影市场，卖电影周边产品是一门好生意吗？

《流浪地球2》大热 其周边产品大卖

随着《流浪地球2》票房一路飘红，其衍生品销售也格外红火。该片上映伊始，电影合作方赛凡科幻空间就推出了相关周边产品，随着影片影响力的不断扩大，其周边产品的销量也在不断激增。

记者在赛凡科幻空间淘宝店看到，电影《流浪地球2》的周边产品包括“笨笨”和“MOSS”拼装积木、数字生命卡U盘等。

在《流浪地球2》中，机械狗笨笨虽然出场次数不多，但给不少人留下了深刻印象。在该电影的周边产品中，销量最高的是“笨笨”拼装款，目前已有超5万人付款。截至记者发稿，在项目众筹页面可以看到，相关周边产品众筹总额已突破4646万元，这一数字是10万元预期目标的464倍。目前，距离众筹结束还有25天，众筹金额将继续提升。

对于众筹金额的不断上涨，赛凡科幻空间近日发文，呼吁大家理性消费，建议大家在观看完电影后冷静几天再购买。此外，赛凡科幻空间还特别提醒大家，众筹与普通的商品预售不同，存在一定风险。

电影《流浪地球2》周边产品的火爆并不是个例。之前的《流浪地球》第一部就曾创下国产电影衍生品众筹最高纪

录，其预售总额达到1452万元。此外，电影《白蛇2：青蛇劫起》正版授权周边衍生品众筹活动用时15天，众筹达成率9042.71%；电影《西游记之大圣归来》推出衍生品首日，销售收入就突破1180万元；电影《哪吒之魔童降世》的官方授权手办众筹项目，仅3个小时销售额就突破百万元。

其中，2015年上映的《西游记之大圣归来》创造了国内影视衍生品日销售额新纪录，因此这一年也被看成中国影视衍生品产业化的元年。

我国电影衍生品市场 目前处于起步阶段

那么，电影衍生品的市场潜力究竟有多大？

事实上在国外，电影衍生品已是一个很成熟的行业，更是一座巨大的“富矿”。以产业链更加成熟的美国为例，相关数据显示，票房收入只占电影总收入的30%左右，其余则来自电影衍生品授权和主题公园等版权运营。反观国内，电影收入的90%都来自票房和植入式广告，衍生品收入只占10%左右。

就庞大的电影市场而言，毫无疑问，中国的电影衍生品市场潜力巨大。但与国外成熟的发展模式相比，中国仍处于起步阶段。有关数据显示，近年来，国内电影衍生品开发及授权产业的市场规模呈逐年增长态势。2021年，中国年度授权商品零售额和年度授权金额同比增长24.2%和28.2%。当前，国产影视衍生品往往以玩具、手办、饰品等产品形式出现，产品形态较为表面化，实用性、生活化不足。

“中国电影衍生产业市场空间巨大，未来或将催生千亿级市场。”天使投资人、知名互联网专家郭涛说，不过，当前国产电影衍生品市场仍存在消费习惯有待养成、衍生品产业链不成熟、产业研发



笨笨成品版 (第二批)



数字生命卡定制版 请在订单中备注信息



电影《流浪地球2》周边产品。

和推广专业人才匮乏等诸多问题。

“从经济逻辑上来看，电影衍生品属于‘粉丝经济’，周边产品大卖也是一种长尾效应。”北京社科院研究员王鹏说，电影衍生品确实是一门好生意，比如迪士尼、环球影城、奥特曼等，都是非常成功的案例。但这门生意要做好并不简单，首先IP本身要常做常新，不能老化；其次，电影IP的质量一定要过关；最后是要走出差异化，去适应市场和消费者的需求。

青年剧作家、导演向凯的观点和王鹏一致，他认为，“周边经济”肯定是一门好生意，但这背后需要好的IP、好的电影支撑，“还是要看IP的经典程度、流量多少以及受众人群有多大。”

华西都市报-封面新闻记者 马梦飞

新闻多一点

全球衍生品收入TOP10电影 几乎被迪士尼和好莱坞包揽

作为泛娱乐（影视/动漫/游戏等）产业链的下游，衍生品行业无疑是IP变现的重要途径之一。

不过，与美国、日本相比，国内的电影衍生品产业链条仍有待完善。电影衍生品市场在美国经历了几十年的发展，已经形成非常完整的产业链条。数据显示，全球衍生品收入TOP10电影几乎被迪士尼和好莱坞包揽。

该市场的巨大潜力在国外也不乏案例：迪士尼靠《冰雪奇缘》“艾莎裙”一项就获得了约4.5亿美元收入；美国漫威每年来自其授权衍生品的收入可以达到10亿美元；而在周边市场最为发达的日本，周边商品的销量甚至超过了电影和动漫行业本身的收入。数据显示，日本动漫产品播出环节与衍生品开发环节的利润比为3:7-1:9。与国外相比，中国电影衍生品市场还是一片不折不扣的蓝海。据中国证券报微信公众号

节后A股明日开市 兔年投资“红包”在哪里？

随着春节假期结束，A股市场将于1月30日迎来节后首个交易日，如何把握新一年的投资机会成为许多投资者关注的话题。值得一提的是，在今天的春晚，各类白酒企业可谓刷足了存在感，不少市场人士表示，白酒板块或存在着阶段性机会。

美股等连续多日上涨

春节假期，全球大类资产表现颇为亮眼，主要股指多数上涨。其中，中国港股市场已经连续两个交易日上涨。1月27日，中国港股截至收盘，恒生指数涨0.54%，报22688.9点，恒生科技指数涨1.04%，报4813.23点，国企指数涨0.87%，报7773.61点。

盘面上，板块走势分化，受商汤大涨约20%影响，软件开发板块领涨；食品板块涨幅紧随其后，卫龙上涨15%；影视娱乐、建材水泥、零售、博彩板块涨幅居前，华润水泥涨5%。科技股多数上涨，京东、理想汽车、腾讯涨超2%，百度、美团涨超1%；中创新航涨16.8%。

此外，1月27日，美股道琼斯指数连续5个交易日上涨。

白酒成春晚“主角”之一

作为一年一度春节期间的“流量聚集地”，每年的春节联欢晚会都是各类商家

刷存在感的必争之地。在兔年春晚中，各类白酒企业可谓是“怒刷存在感”，贵州茅台、五粮液、舍得酒业、山西汾酒、古井贡酒等多家白酒企业以各种各样的形式“亮相”，看得观众目不暇接。

对此，有网友认为，白酒企业努力在春晚吸引观众注意力，是为了抢占春节市场。也有人表示，可能是在过去一年白酒企业获得了较为不错的业绩，才会如此大手笔投入“上春晚”。

事实上，自今年1月3日首个交易日以来，白酒股的走势一直不错。Wind白酒指数从1月3日的92223点，上涨至1月16日的104349点，此后仍在高位徘徊。从资金流向层面来看，根据相关数据显示，主力资金活跃加仓白酒股，五粮液、贵州茅台、泸州老窖、山西汾酒、舍得酒业获加仓额度居前，其中五粮液获加仓居于两市首位。

据东财Choice最新数据显示，2022年四季度，共有139家基金公司的超1800只产品持仓贵州茅台。不仅如此，近期食品饮料行业部分公司还获得基金加仓。光大证券研报显示，2022年12月主动偏股基金仓位小幅提升，较11月上升1.71%，其中食品饮料行业获资金增配。

多数券商策略分析师认为，展望后市，春季行情有望逐渐展开。中金公司指

出，消费场景将持续恢复，白酒需求恢复或将是主方向。从复苏路径上看或将“欲扬先抑”，白酒基本面在春节触底后，将呈环比改善趋势；考虑到婚喜宴回补，2023年双节白酒动销或优于2019年。

后市展望

A股有望走出向好趋势

对于即将迎来兔年首个交易日的A股市场，兴证资管首席经济学家王德伦表示，2023年A股有望走出向好趋势，整体格局可能是“蓝筹搭台，成长唱戏”，即以大消费、大金融、地产链等为代表的内需板块随经济政策落地、数据改善先行上涨，之后伴随海外加息周期结束，全球流动性逐步好转，科技创新为代表的成长板块有望接棒表现。

广发基金基金经理吴远怡表示，站在当前时点来看，微观基本面的趋势力量有望重新成为资产定价的核心要素。从比价效应来看，消费和港股科技经过去年末以来的反弹，整体估值处于历史中枢位置，整体估值已较为合理；而龙头成长股的估值处于历史底部，站在中长期来看，目前阶段机会远大于挑战。具体到行业层面，重点关注光伏、储能与电网和汽车三个方向。

综合广州日报、每日商报

春节假期全国揽投 快递包裹量超7亿件

据新华社北京1月28日电 国家邮政局监测数据显示，1月21日至27日春节假期期间，全国邮政快递业揽收快递包裹约4.1亿件，与去年春节假期相比增长5.1%，较2019年春节假期增长192.9%；投递快递包裹3.3亿件，与去年春节假期相比增长10.0%，较2019年春节假期增长254.8%。

一份份寄往老家的礼品，寄托着游子的牵挂和乡愁；一件件从故乡寄来的年货，承载了家人的思念和祝福。互寄年货已成为人们欢度新春的新方式。数据显示，自春运开始以来（1月7日至27日），全国邮政快递业揽收快递包裹39.4亿件，较去年农历同期增长12.5%，投递快递包裹49亿件，较去年农历同期增长21.7%。

国家邮政局表示，今年春节期间，特色产品和节庆寄递需求旺盛，农产品继续保持增长态势。邮政管理部门始终坚持“保供应、保畅通、保稳定、保安全”，全力保障春节期间医疗物资寄递、行业安全稳定运行和寄递服务畅通有序，为人民群众度过幸福安康欢乐祥和的春节提供了良好的寄递服务保障。