

2023
CHENGDU
WORLDCON

共生纪元 科幻未来 2023成都世界科幻大会特别策划

《流浪地球2》爆单 科幻产业周边真的火了吗？

业内人士：国内科幻产业周边产品整体还处于上升和初级阶段

预售目标为10万元的《流浪地球2》文创产品，最终官方授权模型周边筹到1.2亿元。今年年初，这场科幻界的上亿元爆单项目，你参与了吗？

《三体》的强势出圈，《流浪地球》的爆火，使科幻产业周边受到追捧，其他科幻IP也争相试水，一场“新世纪烧钱计划”正在开启……能挂在墙上的moss蓝牙音箱、互联网主机密钥外形的充电宝、变形万能匣，甚至包括键盘、水杯、服装等，这些售价并不低的科幻电影周边产品，受到众多科幻迷的追捧并乐意买单。

科幻产业周边真的火了吗？据《2023中国科幻产业报告》，2022年，中国科幻产业总营收877.5亿元，其中科幻衍生品产业总营收48.3亿元，同比下降20.4%。总体发展依赖现象级产品，国创二次元宇宙IP走向成熟，增长势头强劲。

2023成都世界科幻大会将于10月18日开幕，来自世界各地的科幻大咖和科幻迷将齐聚成都，科幻产业必将成为一个绕不开的话题。针对科幻周边产品这个话题，记者采访了相关人士，他们认为，国内科幻产业周边产品有可观的发展，但整体产业还处于上升和初级阶段。

国内科幻电影周边众筹较为依赖固定的IP

回忆起6个月前参与《流浪地球2》周边产品的众筹，小马依然觉得不可思议，“我反复看了众筹结果，以为是千万，没想到是1.2亿元，我被大家巨大的购买力震惊了。”

今年1月28日，小马下单了一个“数字生命卡”，本以为能赶上3月女儿过生日时当礼物，没想到，到货时间为6月26日，让她险些记不起来自己曾经买的是什么。“我买《流浪地球2》的周边产品，纯粹是被电影的热度带动，应景买入。其实所谓的数字生命卡，科技含量并不高，就是一个U盘，玩了一个概念。”虽然新鲜劲已过，数字生命卡早被“束之高阁”，但小马觉得，“以后偶尔翻出来看看，想想我们曾经追过的科幻电影，也挺好的。”

玩具博主 dracos 比小马资深，《流浪地球1》《流浪地球2》的周边产品众筹他都参与过。在 dracos 看来，时隔4年《流浪地球2》的周边产品比《流浪地球1》的联名键盘产品，有了长足进步，从生活周边到数码玩具，联名产品层出不穷，甚至能够做到1:1复原影片中出现的形象。

不过，两场众筹还是让 dracos 感受到了国内国外周边产业的差距。“举一个简单的例子，好莱坞的电影工业周边产品就做得比较成熟，比如变形金刚的周边，在电影拍摄之前就做好了产品的预案，会做什么样的概念、会做什么样的形象，都在提前计划方案内。待到电影播出之时，这些产品就会立即同步推出。”dracos 说，较为成熟的电影工业产出，也使国外科幻产业周边形成了一定的规模和生产流程。

“我个人认为，国内对于科幻电影周边众筹的热情较为依赖固定的IP，现



▲ dracos 购买的《流浪地球1》联名键盘产品。

▲ dracos 购买的《流浪地球2》周边产品。

▲ 未来事务管理局研发的桌游。

自己非常独特的一个‘中国式’的科幻审美，开发出的一些产品也会区别于欧美科幻的一些IP产品，目前科幻的整个人群(受众)其实是以年轻人为主，和国外有非常大的区别。单单从科幻文化的角度来讲，国外举办的科幻大会消费主力其实很大一部分都是中年人，而我们中国更多的是年轻人。”

“所以年龄层的优势会决定周边产业市场的发展，这些粉丝，包括消费者，他们会和我们一同来成长。我们未来市场的潜力是非常巨大的。”孙悦说，还有最重要的一点，中国科幻的实体衍生产品，也是科幻迷的交流空间，能够让他们有家的归属感。科幻的粉丝是一个小众文化群体，是一个特殊的存在。当他真正喜欢上科幻以后，黏性又会非常高，而且会一直关注下去。这也是科幻周边群体成长起来的一个过程。

科幻不只是文字的存在 而是一种思维体系

“如果我们今天仍然认为文字之外的科幻产品都属于科幻周边，那就是一种刻板印象了。”姬少亭，既是资深科幻迷也是未来事务管理局创始人，作为行业资深参与者，她创办了另一颗星球科幻大会、铯铯科幻电波(播客)、宇宙抽屉(玩具)等品牌，7年来出版54册科幻书籍，发表了1500万字原创科幻小说。伴随科幻在中国的崛起，未来局在用自己的方式，为科幻的下一个时代而努力。

姬少亭说，很多行业人士在传统思维模式下，只认可文字的价值，而将文字之外的所有科幻产品都视作衍生品。“因为过去在中国科幻领域存在更多的表达形式就是文字，它成本更低，更容易传播。但在今天，如果站在整个科幻领域的立场上来看，科幻产品已经存在于各个领域，包括电影、剧集、游戏、玩具等，不少产品并非从文字衍生而来。是时候转换视角了。”姬少亭说，如果你站在不同的行业来看，比如游戏，从世界观搭建到玩法开发有一套非常复杂的生产规则；如果站在玩具生产角度来看，从创意到绘图到建模再到生产，它也有一套自有的完整体系和流程。所以，科学幻想是一种思维形式，可以被不同的载体表达，“如果我们今天谈论科幻，仍然把所有非文字的内容产品都看作衍生的话，那其实是不完备的，是不符合这个时代真实情况的。”

谈到现在的科幻原创设计产品，姬少亭说：“我们做产品，会非常尊重每一个行业的不同规则。比如电影、玩具、游戏等，都有不同的逻辑和生产流程，我们会摸索如何用科幻赋予产品更大的价值。一直以来，我们都是用这样一种思维方式去工作。”

对于提到科幻作品首先就只能想到刘慈欣，会不会显得有点片面？姬少亭说：“不是有点片面，是非常片面。刘慈欣老师是这个时代稀缺性的存在，但他绝非中国科幻唯一的存在，当我们把目光放在不同的文化载体，就会发现科幻领域还有很多优秀的创作者。”

华西都市报-封面新闻记者 吴德玉
见习记者 车家竹 受访者供图

期的周边产业就会进入一个比较疲软的状态。”dracos 这样分析道。

科幻衍生的范围更广 周边市场潜力巨大

对于中国科幻产业周边产品的现状，赛凡科幻空间大掌柜、未来科幻大师奖创始人孙悦有一套自己的见解。

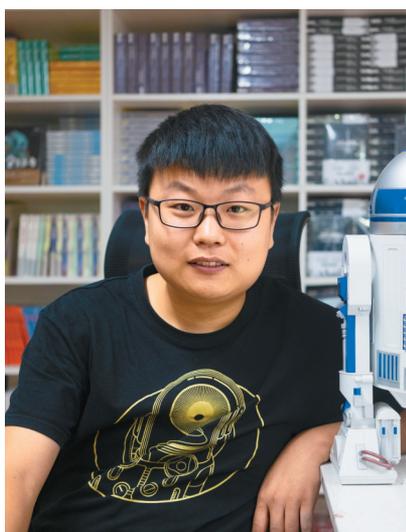
“从《2023中国科幻产业报告》中，其实我们也能看到，科幻产业的规模还是比较可观的，无论在科幻游戏、科幻影视、科幻衍生品，都有一个可观的发展，但是整体产业还是相对比较薄弱。就现在整个产业的构成来讲，也是处在上升和比较初级的阶段。”孙悦认为，科幻产业周边产品作为文化企业和文化行业的一部分，一定是针对内容本身的衍生。广义上来讲，科幻产业周边产品所涵盖的范围非常广，周边产品就是科幻的周边，“举个例子，《三体》小说衍生出来的首先是电视剧，基于电视剧衍生出来的实体产品，都算是这个文本本身所延伸出来的一个产业，或者说它的内容就是一个产品，是多类型产出的产品。”

“狭义的理解上，周边和文创产品有一些相似，它更多的是指实体和面向粉丝面向受众形成的一些消费。这个作品和这个IP内涵会有一些实物的产品，比如模型、手办、T恤，在这个范围内是和文创产品有类似之处的。总的来说，科幻产品周边和文创内涵相似，但是科幻产品周边延伸的范围更广。”孙悦说。

科幻粉丝是一个特殊存在 属小众文化群体

国内国外的科幻周边产业又有什么不同呢？在孙悦看来，其实可以从粉丝群体出发进行划分，这个小众而又特殊的群体，是科幻周边产业中不可忽视的一部分。

孙悦说：“中国本土的科幻作品有



赛凡科幻空间大掌柜孙悦



未来事务管理局创始人姬少亭

在科幻产业周边产品离不开《三体》，也离不开刘慈欣。虽然现在我们都说IP和周边是一个相辅相成的关系，但是当这个较为小众的圈子热度逐渐散去，后