

衍生品,蕴藏电影产业“财富密码”

近年来,电影衍生品市场渐趋火爆,成为中国电影产业的热点现象和新的收入增长点。如2023年春节档上映的《流浪地球2》衍生品销售过亿元,今年春节档上映的《哪吒之魔童闹海》衍生品销售额又超过前者。更值得一提的是,今年暑期档的电影衍生品收入比去年明显增长,《流浪山小妖怪》等国产影片的衍生品在各销售渠道热卖,受到众多观众青睐。

电影衍生品是将电影中的角色、故事、场景等关键创意元素转化为消费者可购买的商品或服务。它不仅是电影IP的价值延伸,更是整个电影产业生态链中不可或缺的一环。海外电影衍生品收入常常在电影产业总收入中占比很高,单片衍生品收入占影片总收入一半以上的情况并不罕见,一些电影衍生品收入极高的系列影片,衍生品收入甚至是电影总票房的数倍。

中国电影产业很长一个时期以来高度依赖票房收入,衍生品市场起步较晚。但随着中国电影产业迅速发展,电影IP开发逐渐成熟,爆款影片不断涌现,尤其是优质动画电影备受观众青睐,国产电影衍生品市场终于迎来爆发式增长。



《流浪地球2》衍生品:可变形玩具机器狗“笨笨”。



《流浪山小妖怪》衍生品:角色毛绒玩具。本文配图均为网络图片

2

产业发展奠定基础

多年来,中国电影产业在创作、制作、发行、宣传等各个环节都取得了显著进步,为电影衍生品的发展奠定坚实基础。

一方面,电影创作水平不断提高,涌现出一批具有较高艺术价值、观赏价值和市场影响力的作品,塑造了众多令人难忘的角色形象,为衍生品开发提供了丰富的素材。如优秀国产电影《流浪地球2》《满江红》《唐探1900》,动画电影《大圣归来》《大鱼海棠》《长安三万里》《哪吒之魔童闹海》《流浪山小妖怪》等,在故事讲述、人物塑造、画面设计、特效制作等方面取得显著成绩,使影片中的角色深入人心,具备强大的IP效应和衍生品情感寄托价值。如《满江红》剧情本身就是一场剧本

杀,片方顺势推出电影IP授权的剧本杀套装,让观众实现了从观影到亲身参与的体验延伸。

另一方面,电影制作技术的提升为衍生品的设计和开发提供了更多可能。如今,国产动画电影制作在特效、建模、动画渲染等方面运用了先进技术,能够打造出更加逼真、精美的视觉效果,这些技术优势也延伸到衍生品制作中。通过高精度的3D建模和先进的制造工艺,相关影片的衍生品能够更加精准地还原观众喜爱的角色形象,从面部表情到服装纹理,都能做到栩栩如生,极大地提高了衍生品的品质和吸引力。如《哪吒之魔童闹海》与泡泡玛特联名推出的“天生羁绊”盲盒系列,因制作精美,随着

电影热映大受欢迎。

在发行和营销方面,中国电影产业逐渐形成多元化、全方位的推广体系,衍生品推广成为电影的重要营销手段之一。片方通过提前曝光衍生品、举办衍生品首发活动等方式,吸引粉丝关注,为电影上映预热。同时,衍生品的销售渠道也日益丰富,除了传统的影院售卖、玩具店销售外,电商平台、主题快闪店、IP授权专卖店等新兴渠道的出现,使消费者能更加便捷地购买到心仪的衍生品,进一步推动衍生品市场的发展。如《哪吒之魔童闹海》衍生品在淘宝的销售额超3亿元,《罗小黑战记2》片方为助力影片衍生品销售,在全国主题影城设置的快闪小店达千家。

3

深耕市场助IP长效发展

中国电影衍生品市场依然存在巨大的发展空间。目前,绝大多数国产影片大部分收入来自票房,与电影工业发达国家相比差距明显。业内普遍认识到,未来中国电影应从依赖票房逐渐走向多元收入。近年来,上海电影、光线传媒等影视公司积极布局衍生品市场,建立IP价值评估体系,对具备衍生品开发潜力的项目提前规划,同步开发。《流浪山小妖怪》的衍生品之所以卖得好,和出品方未雨绸缪,在影片立项之初就启动衍生品开发不无关系。

大力发展电影衍生品市场对中国电影产业做大做强具有多方面的积极影响。衍生品收入成为

电影产业新的重要收入增长点,有利于缓解影视制作的资金压力,降低投资风险。电影衍生品热卖还有助于延长电影IP的生命周期,提升IP的影响力和商业价值。影片在上映一段时间后,票房热度会逐渐消退,但衍生品却能持续吸引粉丝关注。通过不断推出新的衍生品、举办主题活动等方式,电影IP能够保持市场活跃度,让观众对其持续产生兴趣。如《喜羊羊与灰太狼》系列电影自2015年的《喜羊羊与灰太狼之羊年喜羊羊》后,间隔7年才推出新作《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》,其间衍生品的持续热销对这个IP重返大银幕起到了重要作用。

在衍生品市场高度发达的电影产业中,一部电影散场,消费才刚刚开始。观众从银幕故事中找到情感共鸣,还将通过电影衍生品延伸观影体验,让电影文化从影院走向生活的各个角落。近年来国产电影衍生品的热卖,也顺应了全球电影产业发展的趋势以及文旅融合的时代潮流。借此“东风”,中国电影产业有望进一步摆脱对票房的依赖,在未来实现更可持续的发展,在全球电影市场中占据更加重要的地位。

(作者系中国电影评论学会秘书长、中国文艺评论家协会新媒体委员会秘书长)

据《人民日报》

票房火爆带动热销

电影衍生品销售的火爆,是近期电影市场的一道亮丽风景线。

据报道,国产动画片《流浪山小妖怪》片方围绕影片角色和剧情推出207款衍生品,授权衍生单品超400个,覆盖毛绒潮玩、文具礼盒、拼图卡牌等多元品类。影片在暑期档公映之初,相关衍生品销售额即突破700万元,小猪妖毛绒公仔上线即告售罄。另一部国产动画片《罗小黑战记2》的衍生品销售同样表现不俗,线上线下累计销量近14万件。

数据显示,今年暑期档中国电影衍生品收入同比增长120%,正从昔日电影周边的“小配角”,跃升为推动产业增长的新力量,展现出强大的市场潜力。

国产电影衍生品之所以能迎来爆发式增长,直接原因是国产动画电影票房的火爆。

继春节档的《哪吒之魔童闹海》之后,国产动画电影愈战愈勇,又涌现出多部口碑和票房俱佳的优秀作品。与真人电影相比,动画电影的角色形象活泼可

爱,具有高辨识度,而且观影人群中青少年占比更高,更适合开发衍生品并吸引观众购买。这一点通过几部动画电影得到鲜明体现:《流浪山小妖怪》中憨态可掬的小猪妖,《罗小黑战记2》中萌趣十足的角色群像,本身就具备极强的视觉吸引力和情感连接点,加上这两部电影凭借好口碑分别取得约17亿元和超过5亿元的高票房,为其衍生品的热卖创造了有利条件。

如果青少年接受动画电影衍生品是因为其可爱、有趣,那么成年观众更多的是被影片的情感元素、文化内涵所打动,衍生品成为他们的情感寄托。比如《流浪山小妖怪》对普通人职场生活的细腻刻画,引发众多打工人的共鸣,他们购买小猪妖等衍生品,映射出对奋斗励志精神的认同。这种情感共鸣使衍生品不再仅仅是商品,更是一种文化符号和社交媒介,观众在购买和使用电影衍生品的过程中,能够找到归属感和认同感。



文明健康
绿色环保

节约用餐 杜绝“剩宴”

