

衍生品,蕴藏电影产业“财富密码”

胡建礼

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,《浪浪山小妖怪》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。

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《浪浪山小妖怪》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:《浪浪山小妖怪》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《浪浪山小妖怪》对普通职场生活的细腻刻画,引发众多打工人共鸣,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体,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。

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》



左图:《流浪地球2》衍生品:可变形玩具机器狗“笨笨”。
下图:《浪浪山小妖怪》衍生品:角色毛绒玩具。

本文配图均为网络图片

2》《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》《浪浪山小妖怪》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》剧情本身就像一场剧本杀,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。

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。《浪浪山小妖怪》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。观众从银幕故事中寻找刺激共鸣,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)

深观察

岂曰无声 河山即名 ——观电视剧《沉默的荣耀》

苗春



《沉默的荣耀》海报。

徒,而是智识与阴骘的结合体,他的存在令英雄步步惊心。剧中他通过几本书推断中共工委密码本的情节尤为精妙。他从《死魂灵》《家》判断其主人的思想倾向,而真正的突破口,在于那本崭新洁净的《雅舍小品》。他断言,此等散文非坚定、勇敢的共产党人所喜,只能是做密码本这种工具之用,能从阅读品味窥见主人的精神内核,此种对手之可怕,远超枪炮酷刑。从这里出发的正邪较量,正是光明与黑暗在人性泥潭中的生死搏杀。

《沉默的荣耀》播出后,最令人关注的并非破3的收视率,而是其在现实中激起的巨大涟漪。无数观众自发前往北京西山无名英雄广场,祭奠剧中烈士的英灵。这部剧作为影视作品,完成了它的一个重要使命:不仅讲述历史,更激活了尘封许久的历史记忆。

无名英雄广场本身,便仿佛是一部沉默的史诗。它坐西朝东,遥望台湾。纪念碑上的铭文有云:“夫天下有大勇者……别亲离子而赴水火,易面事故而求大同。风萧水寒,旌霜履血……乃至殒后无名。”这正是吴石、朱枫们的真实写照。“岂曰无声?河山即名!”《沉默的荣耀》之所以动人心魄,归根结底在于所有戏剧冲突皆深植于真实的历史土壤,它唤起观众沉甸甸的历史责任感,亦引发对信仰最深刻的叩问。它提醒观众,今日的阳光灿烂,确系有人曾以生命为火,将黎明前的黑暗一寸寸点亮。烈士的荣耀,不应归于沉默;而我们的铭记,更应铿锵有声。

当历史的黑白影像在荧屏上渐次染上色彩,当泛黄照片中凝固的面容重获呼吸与温度,这已不仅是一部电视剧的场面,更是一场庄严的致敬。《沉默的荣耀》选择在9月30日烈士纪念日开播,其意图不言自明:它旨在拂去历史尘埃,引领我们凝视一段几近被遗忘的、悲壮的过往。

长久以来,隐藏战线的故事常出现在影视作品中。与一些虚构的人物不同,《沉默的荣耀》中的吴石、朱枫、陈宝仓、聂曦等,都是历史上真正存在的历史人物。

这部剧颠覆了传统谍战剧以悬念为核心的叙事方式,从一开始便通过暗示与旁白宣告:这是一条不归路,这是一群走向牺牲的英雄,“他们能否成功”的疑问被“他们还能走多远”的叹息取代,这种向死而生的悲壮结构,为剧中每一次选择、每一回交谈、每一个眼神赋予了千钧重量。吴石获得情报后的片刻欣慰,朱枫卷发藏胶卷的情报传递,都表现了他们在生命的倒计时中,将每一分、每一秒燃成信仰的烛火,照亮前路。

这部剧还通过细腻的人性刻画,将英雄还原为有爱有恨、有牵挂有软肋的普通人。于和伟饰演的吴石将军,是蒋介石亲点的“国防部参谋次长”,也是代号“密使一号”的顶级特工,但冷硬的面具之下,他更是丈夫、父亲和思乡的游子。剧中与夫人“约法三章”的片段颇为动人。当夫人含泪提出“不许在外喝酒”“每日九点前回家”“你到哪,我到哪”这些看似家常的要求时,吴石的每一次点头,都是对平静生活的无限眷恋与无声告别。他面

“我喜欢泡泡玛特!我喜欢拉布布!我想买所有款式的拉布布!”10月13日下午,北京朝阳区泡泡玛特城市乐园内,黎巴嫩时尚生活内容创作者Sara Fnesh张开双臂,与园区内标志性的拉布布雕像合影,兴奋地高喊。这一幕,正是2025“丝路大V北京行”活动的生动缩影。

10月10日至15日,由北京市人民政府新闻办公室主办、迪拜驻华大使馆承办的这场以“丝路相连,民心相通”为主题的国际人文交流活动,吸引来自埃及、沙特、阿尔及利亚等7个国家的10位网络大V深度参与。他们来自各个领域,粉丝总数超过1100万。在北京这座古老又现代的城市,他们将所见所闻、所思所感转化为镜头语言,架起中阿民心相通的桥梁。

活动启动仪式别具匠心地设在通州大运河游船上。碧波荡漾间,千年水道承载着郑和下西洋的和平记忆,也映照出北京城市副中心的现代天际线。

埃及尼罗河电视台新闻记者Ahmed Mohamed Saad Eldin感慨道:“通州大运河两岸的景色很美,我了解到它将中国的历史和未来连接在一起。”

科威特旅行者协会副主席、纪录片制作人Mariam Alkandari曾踏足94个国家,但北京仍带给她全新震撼。她说:“我过去世界各地的许多图书馆,北京城市图书馆真的非常美丽且宏大。大运河博物馆里展出了许多中国人过去使用的东西,中国悠久的历史和灿烂的文化很动人。”

在小米汽车工厂,大V们试乘、与“小爱同学”对话,一片欢声笑语。巴勒斯坦中文教师Anood H.A.Albawayk已经是“米粉”,用的手机是小米12 Ultra。她曾在中国学习7年,普通话很流利,“我很了解中国,但世界上还有很多人不太了解。现在我开始拍视频,给别人看中国什么样,北京什么样,我感到很开心。”

“中国就像在2050年一样!”在北京人形机器人创新中心,沙特旅游内容创作者Ammar Mohammed与智能机器人互动后惊叹,“这里的机器人令人印象深刻。你可以问它们任何问题,它们还能陪你玩。”

北京广播电视台向沙特旅行内容创作者Reem赠送了爆款文创礼物:天官赐福冰箱贴,她爱不释手,连连表示:“很漂亮!我很喜欢!”这个冰箱贴是5层可拆卸立体结构,Reem了解后惊喜地说:“我第一次看到这种冰箱贴,中国文化很有意思,也很有深度!”



“丝路大V”们参观北京人形机器人工厂并拍摄视频。

主办方供图

《请回答1937》:青春与历史的精彩对话

游海洋

抗战题材微短剧《请回答1937》在爱奇艺平台播出后,取得社会效益与市场效益的双重认可。笔者认为,其成功根植于多维度、深层次的创新实践:

在题材把握与历史叙事上,这部剧以深刻视野与时代呼应。今年是中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年,上海致力于推出多元化的精品力作,既有电视剧《八千里路云和月》、纪录片《心安何处》,也在微短剧这一新兴领域进行积极探索。

《请回答1937》采用“小切口、大叙事”的手法,结合上海作为中国抗战初期重要战场的历史,成功地将地域记忆融入民族叙事。在当前微短剧领域强娱乐类型为主的环境下,该剧作为影视作品,完成了它的一个重要使命:不仅讲述历史,更激活了尘封许久的历史记忆。

现了主流价值引领与青春审美表达的有机统一。

在制作理念上,这部剧坚持高品质对标微体量,坚守“上海出品”的匠心标准,致力于以长剧的匠心,打造微短剧的品质标杆。剧中场景精细复原海派风格,视听语言运用差异化影调巧妙区分时空,体现了对艺术品质的极致追求。

在形态创新与产业融合上,这部剧实现了“影视+”的广链接与高价值。该项目是文化产业跨界融合的典型案例。剧集与上海城市文旅深度结合,选取拥有百年历史的张园作为主要取景地,既还原上20世纪30年代的历史风貌,也展现当下这座国际大都市的时代画卷,成功入选国家广播电视台“跟着微短剧去旅行”第七批推荐剧目。

(作者单位:上海市广播电视台)

『丝路大V』北京行:

用镜头架起中阿交流之桥

本报记者 苗春

在天坛,大V们换上汉服,在祈年殿前打卡留影;在前门大街,他们品尝烤鸭、体验铛铛车穿越中轴线;夜游亮马河时,两岸灯火与国际化氛围令他们频频驻足。巴林电视主持人Hamed Albaloooshi说:“北京之行太棒了,我喜欢这个地方,也喜欢这里的人。我迫不及待地想了解更多关于中国的事情和中国文化。”Ammar Mohammed说:“我看到了太多很美的东西,我爱这里的一切。”

中阿卫视记者、出生于伊拉克的方浩明作为主办方的工作人员,全程陪同大V们参加活动。他说,大部分大V是第一次来中国,他们常常被自己看到的东西所震惊,“他们很乐意很主动地拍视频、做解说,甚至晚上回到酒店后还想出来继续拍摄。他们看到了中国的美好,也想让更多人看到。”

通过这次活动,阿尔及利亚旅行与美食内容创作者Ines Nayli给了自己新的定位和计划:“我将在我的社交账号上发布大量关于中国的短视频,搭建一座中阿交流的桥梁,因为中国应该被更多的人了解。”

“中国就像在2050年一样!”

在北京人形机器人创新中心,沙

特旅游内容创作者Ammar

Mohammed与智能机器人互动后惊

叹,“这里的机器人令人印象深

刻。你可以问它们任何问题,

它们还能陪你玩。”

北京广播电视台向沙特旅行

内容创作者Reem赠送了爆款文

创礼物:天官赐福冰箱贴,她爱

不释手,连连表示:“很漂亮!

我很喜欢!”这个冰箱贴是5

层可拆卸立体结构,Reem了解后惊

喜地说:“我第一次看到这种

冰箱贴,中国文化很有意思,也

很有深度!”

“中国就像在2050年一样!”

在北京人形机器人创新中心,沙

特旅游内容创作者Ammar

Mohammed与智能机器人互动后惊

叹,“这里的机器人令人印象深

刻。你可以问它们任何问题,

它们还能陪你玩。”

北京广播电视台向沙特旅行

内容创作者Reem赠送了爆款文

创礼物:天官赐福冰箱贴,她爱

不释手,连连表示:“很漂亮!

我很喜欢!”这个冰箱贴是5

层可拆卸立体结构,Reem了解后惊

喜地说:“我第一次看到这种

冰箱贴,中国文化很有意思,也

很有深度!”