

推原创 IP 玩中国梗 国产潮玩启航出海

■ 陈斯

2023 年是近年来国内玩具展会最为集中的一年,各大潮流玩具展陆续在北京、上海、香港、深圳等城市举行,国产玩具品牌与艺术家、工作室集中亮相,与国际知名品牌同台“竞技”。同时,本土玩具品牌开始布局海外市场,将具有中国文化特色的原创 IP 推向世界。

融合艺术与创意 潮流玩具市场火热

潮流玩具,也被称为艺术家玩具或设计师玩具,是玩具与艺术摆件融合的产物。作为融合了艺术与创意的新品类,潮玩成为当下一种火热的消费现象。

谈及潮流玩具的历史,最早可以追溯到 20 世纪 90 年代的日本和中国香港。前瞻产业研究院相关研究显示,目前,全球潮流玩具行业主要 IP 供给来自于独立艺术家、工作室、潮玩品牌和综合玩具厂商。

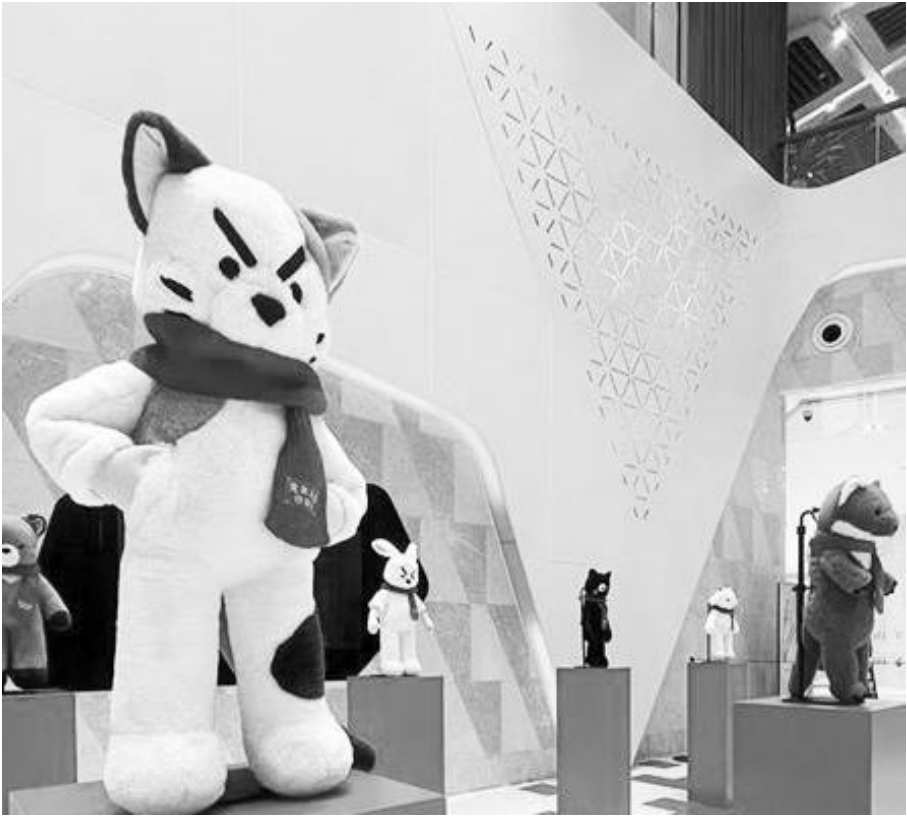
独立艺术家、工作室一般以 IP 设计师为首组成小型工作室,产品更新迭代速度较慢;潮玩品牌则具有规模化经营优势,产品迭代速度较快,旗下拥有多个自有或者授权 IP,潮玩品牌倾向于与独立设计师、工作室合作。

而综合性玩具厂商如万代、多美、孩之宝和乐高玩具巨头,旗下产业线包含成人玩家的收藏玩具以及儿童玩家玩耍的传统玩具。收藏玩具有模玩、手办、兵人、可动人偶等多种类型;乐高部分积木产品具有收藏价值,部分玩具如兰博基尼、星球大战、蝙蝠侠等系列精细度高,是年轻人喜爱的收藏玩具产品系列。

具有社交属性满足情感需求 潮玩粉丝群体不断扩大

95 后,即 Z 世代是潮玩行业的主要消费群体。根据京东此前的数据,25 至 45 岁购买潮玩的消费者占比超过 75%。另外,以 95 后为主的 Z 世代表现出了强劲的购买力,该群体占总体比重超过 40%,Z 世代购买盲盒类商品的成交额同比增长达 580%。

根据 CBNDATA 数据,中国潮玩行业消费人群中男性消费者占比不到 40%,女性消费者占比较高。从一定程度上说明,目前女性消费群体对于潮玩产品有较强的性别偏好。根据泡泡玛特和 TOPTOY 的公司资料,目前两家公司的主要产品均主打女性向消费,但是公司均计划对消费者群体进行分层分级,前者将通过推出连接男性群体所更喜欢的漫威、变形金刚等爆款 IP,以及潮玩设计师龙家升、大久保博人等,吸引更多的男性粉丝群



●奋斗兔

体。

《潮玩产业发展报告(2023)》课题组组长、中国社会科学院财经战略研究院研究员李勇坚认为,当下潮玩产业已渗透到各个年龄段,其消费人群不断扩大,预计 2025 年 Z 世代将成为中国劳动力的主流,其消费趋势将成为主潮流。

上述报告认为,潮玩产品不仅满足了人们对于娱乐、个性表达的需求,还成为了社交互动的媒介,其价值不仅在于其实际的质量和功能,更在于特定的情感和体验:独生子女一代面对现代社会繁忙的生活与工作压力,具备较强的情感消费需求;潮玩产品充满创意,注重个性化设计,能够激发人们的想象力和创造力,给人们带来了满足感、成就感;随着物质需求得到满足,人们的价值观发生了变化,更加重视社会责任、可持续性、社会公平、精神富足和人际关系,潮玩行业提供了一种符合现代社会价值观和精神需求的消费体验。

打造独特 IP 中国品牌成长迅速

2016 年,泡泡玛特联合 Kenny Wong(王信明)推出 MOLLY 第一代星座系列盲盒,推动中国内地潮玩市场进入到迅速发展阶段。

2023 年上半年品牌营收中,自主产品收入占比 91.9%。今年 9 月,泡泡玛特城市乐园在北京正式营业,作为国内首个潮玩行业沉浸式 IP 主题乐园,以小而美的方式为消费者提供沉浸式体验,实现 IP 的破圈和受众群体的扩大。据悉,未来该品牌将进军动画和电影领域,赋予 IP 更多的内容与灵魂。

潮玩品牌拼酷来自“中国潮玩之都”东莞,以中国传统文化为设计特色,推出了还原古代嫁娶习俗的十里红妆系列、展现盛唐风貌的大唐小街系列等中国风 3D 金属拼装系列产品。如今,拼酷产品被翻译成 7 个语言版本,在 100 多个国家和地区销售,仅“凤冠”一款产品就月销 22 万件,年销售额过亿元。

“撸起袖子加油干”的奋斗兔带火了国产潮玩品牌问童子。该品牌推出的奋斗猪、熊猫,个个都是奶凶奶凶、斗志满满,击中了“社畜”的心。智慧之神“傻狍子”、代表自由的驴、象征美貌的藏狐,这些中国梗与人们的固有印象形成了强烈反差,创意大胆有趣。

国产积木拼奇通过 IP 联名不断破圈,从 2023 年开始,与灵笼、阿童木、福尔摩斯、小鹏汽车、中国南方航空等知名 IP 合作,机械阿童木、武林外传同福客栈、小王子永恒的玫瑰等爆款产品不断涌现。

中国潮玩行业目前仍处于成长时期,并在过去几年间经历了快速扩张的早期行业开

拓阶段。随着中国潮玩越来越受到消费者欢迎和喜爱,市场规模将不断扩大,2024 年有望超过 760 亿元,自 2019 年起的复合年增长率接近 30%,按照该年均复合增长率继续成长,2027 年中国潮玩市场规模将突破 1600 亿元的规模。

与其他国家相比,我国潮玩产业在市场规模、产业链发展、文化底蕴方面都有着显著优势。报告认为,在万代、MEDICOM TOY 等企业在全球市场持续扩张的情况下,国内本土潮玩企业,依托国内超大规模市场优势,为企业的发展找到了合适的方向,实现了逆势突围和营收增长,同时通过合理的市场布局 and 独特的 IP 打造,在海外市场也开始崭露头角。

可见,潮玩产业在中国的兴起不仅引领了新的消费趋势,推动了消费者需求的多样化和个性化,也给经济增长提供了新的驱动力。

线上线下载布局 本土企业进军海外

作为蕴含较强文化属性的行业,潮玩产业的发展有助于增强国民文化自信感;并且,由于潮玩产品受到全世界消费者的欢迎,其产业链的发展有助于帮助中国企业进军海外市场。对潮玩企业而言,随着 IP 受欢迎程度提升,IP 授权及改编可以创造更大的商业价值。

《潮玩产业发展报告(2023)》认为,潮玩 IP 的打造和世界观的构建极其重要,通过在产品中融入传统文化元素,赋予了潮玩 IP 温度,为传统文化的传承提供了载体。

中国潮玩企业自 2018 年开始在海外布局,如今已打开局面。通过多种模式,在过去几年内实现了海外营收的大幅增长,在走出去的同时,推出许多具有中国文化特色的原创 IP,积极参与国际动漫展等活动,为推广潮流文化和中国传统文化做出了积极贡献。

近年来,潮玩企业海外影响力持续上升,推动潮玩企业和全产业链国际化。其中,泡泡玛特作为中国潮玩企业代表,已在海外布局了 55 家线下店,并实现盈利;52TOYS 也通过与当地大型经销商和零售商合作的方式在多个海外市场布局了业务;TOPTOY 已在新加坡、日本、韩国等地组建了团队并进行选址;十二栋文化 TikTok 账号粉丝已超过 200 多万。文化创意产业的海外扩张不仅将产品推向外国消费者,也将中国的创意和设计理念推向了全世界。

潮玩产业市场规模持续增加的同时,全球范围内的竞争也将进一步加剧。报告建议,政府层面应支持潮玩产业中小企业、创新创业发展,推动产业要素集聚,提升国际竞争力。

嵩明:打造新品牌 迈向大市场

■ 张雁群 舒倩 隋鑫

当前,云南省正致力建成全球最大的高品质鲜花主产区、世界一流的花卉创新辐射中心和花卉交易集散中心。嵩明县加快构建现代产业体系,推动花卉产业高质量发展,打造云花新品牌,助推云花走向国门。目前,位于嵩明县的云南省花卉示范园区聚集院士专家工作站 16 个,国家级科研平台 6 个,农业农村部科学观测实验站 7 个。力争到 2025 年全县花卉产业总值达 60 亿元年均增长 30%,出口达 5 亿元。

科技破局 一朵花从培育到问世

“这是高山杜鹃新品种红粉佳人,由我们公司和省农科院联合自主研发。”嵩明瑞枫花卉种植园负责人高建文指着一簇簇白里透红的杜鹃花说,这样高品质又稀有的杜鹃花在国内市场供不应求。

该公司过去主要培育和经营进口杜鹃种苗,但一直以来存在资金风险大、成本高等问题。为解决“卡脖子”问题,该公司与省农科院联合研发高山杜鹃,取得了一系列新突破。“一个新品种从研发到培育种苗再到上市,大概需要四到五年的时间,只要静下心来精心培育,相信未来有望摆脱杜鹃花种苗长期依赖进口的格局。”高建文信心满满。

与荷兰等花卉产业强国相比,云南花卉产业核心技术受制于人的现象依然存在。提高核心竞争力,利用科技创新破局,是目前花卉产业发展的重要一环。经过多年发展,位于嵩明县的云南省花卉示范园区已成为全省乃至全国重要的种子种苗研发和推广示范中心,成为全省云花产业创新源头。

位于园区内的昆明虹之华园艺有限公司 30 余年只做菊花育种一件事。虹之华园艺行政主管李瑞告诉记者,每年大约能研发培育出 5 至 10 个新品种,目前研发培育有自主知识产权的菊花新品种已达 70 余个,产学研一体化是虹之华菊花研发培育中的关键一招。

近年来,嵩明县积极与中国科学院、省农科院等 23 家院校科研单位建立合作关系,园区聚集了国家林草局月季测试站、国家花卉 DUS 测试中心以及崔敏龙菊花等 16 个院士专家工作站,有国家现代农业科技示范展示基地 1 个、国家级科研平台 6 个、农业农村部科学观测实验站 7 个、省级科研平台 9 个,科研试验基地 1000 余亩。一批具有自主知识产权的花卉高山杜鹃、小玫瑰、多肉花卉从实验室进入百姓庭院。

园区引领 一朵花从无名到知名

从“一张白纸”到一片花海,随着 1999 年云南省花卉示范园区在嵩明创园,嵩明的花卉产业也进入专业化、高速化发展阶段。

“中国市场上的红掌花苗绝大多数都是由安祖培育的。”昆明安祖花园艺有限公司相关负责人告诉记者,该公司是荷兰安祖在中国设立的唯一子公司,2005 年入驻省花卉示范园区。在其展示温室里,数千盆各式各样的红掌花和蝴蝶兰令人赞叹。

一些顶尖的国际国内知名花企相继落户嵩明,带动园区管理理念和研发技术的创新,不断延伸着产业链。目前,园区还相继落地了美国博尔、英国海盛、上海虹之华等知名涉农企业 68 家、花卉企业 32 家,带动全县花卉园艺面积 2.62 万亩,总产值达 27.97 亿元。

目前,园区拥有自主品牌 22 个,对市场份额贡献率达 17.5%。花卉园区先后被认定为国家现代农业示范区、云南滇中国家农业科技园区国家农业产业化示范基地,园区品牌示范效应成效显著。

出口海外 一朵花从国内到海外

花团锦簇、游人如织,今年中秋国庆假期举办的嵩明第六届花博会,展示了嵩明花卉种子种球种苗培育科技创新、国际高端花卉及流行新品种培育成果,成为世界看云花的一个窗口。

现在,鲜花正成为昆明对外交往的一张靓丽名片。2022 年,依托中老铁路、中国(云南)自贸试验区昆明片区磨憨口岸等平台,昆明花卉销往全球 60 余个国家和地区,鲜切花出口份额占全国 40%以上。

“我们的菊花苗出口销量很好,主要面向韩国、日本等国。”昆明虹之华园艺有限公司是亚洲最大的菊花种苗出口基地,该公司负责人告诉记者,公司拥有近 3000 亩的菊花种苗出口生产基地,连续 10 余年出口通关率超过 99%,占日本菊花种苗进口市场 42%以上的份额。

截至目前,云南省花卉示范园区出口创汇 6000 万美元,产销量占出口量 44%以上,蝴蝶兰、菊花种苗占全国出口份额 90%以上,推广到迪拜、日本、韩国、德国等 20 多个国家和地区。



●蝴蝶兰新品

百年蔗吃出新花样

■ 薛志伟

百年蔗产业已从最初的红糖粗加工发展到针对不同功效开发的产品精细加工,从单一产品到多产品线并行,研发出茶点、酒、功能性饮料等产品。

红糖小米酥、红糖饼干、蔗酒……在福建省南平市松溪县,一根甘蔗可以有多少种吃法?

不久前,记者走进松溪县郑墩镇万前村,村里种植的甘蔗进入生长中期,整齐笔挺的甘蔗林十分壮观。“我们现在正围绕百年蔗进行产品开发,做了各种年份各种包装的红糖,还有茶点和酒。我们做的酒有两种,一种是红糖做的保健酒,一种是甘蔗汁做的朗姆酒……”松溪县百年蔗保护和发展领导小组办公室主任周志强介绍。

提升地标品牌

万前村的甘蔗种植始于 1727 年,品种是世界上寿命最长的宿根蔗——百年蔗。“百年蔗可以活几十年甚至上百年,不像别的甘蔗每年都要育新种,能节省 20%的种质资源。”周志强说。

“百年蔗是稀世之宝,种植将近 300 年。它有广泛的药用价值,一定要保护,一定要扩种,不但要造福松溪人民,还要造福全国和世界人民。”已故著名药物学家、中国科学院院士蒋华良在福建省科技厅举办的第 26 次“鼓岭”科学会议上曾这样说。

面对如此宝贵的甘蔗种质资源,从 1992 年开始,松溪县便将百年蔗列入重要保护对象。2012 年,万前村党支部牵头成立全村村民入股的百年蔗合作社,尝试开发百年蔗红糖。2018 年,松溪县以县特色产品发展研究会为申报主体,成功申请注册“万前百年蔗”地标。

周志强告诉记者,一直以来,松溪县将百年蔗产业作为乡村振兴的主导产业之一,推出“国家科研机构+政府+国有公司+合作社+农户”的“五位一体”模式,深挖蔗文化、深化蔗科技、做强蔗产业,扩大百年蔗的附加值,提高产业的影响力、竞争力。

近年来,松溪县通过聘请乡贤松溪籍科学家、国家杰青、中国科学院上海药物研究所



研究员罗成为百年蔗产业科技领军人才,与中国科学院上海药物研究所、国家甘蔗工程技术研究中心等国家级科研机构合作共同保护和开发珍稀的百年蔗,走出了一条国内著名科学家助推地标品牌提升的新路子。

2022 年,松溪县实际种植百年蔗面积 1120 亩,产鲜蔗 1080 万斤,产红糖 20 万斤,产值 2000 万元;酿酒 100 吨,产值 4000 万元。县里成立 8 家种植专业合作社,3 家鲜蔗加工企业,15 家与百年蔗相关联的食品加工厂,带动全县 300 余户农民种植和就业,户均增收万元。

“福建的朋友给我邮寄来一盒百年蔗红糖,吃了以后觉得非常好,不太甜,但清香醇厚。所以后来就一直买百年蔗红糖,成了它的忠实粉丝。”北京市朝阳区居民刘鑫佳告诉记者。

在福建百年蔗微信公众号商城,记者看到,260 克装的百年蔗手工古法熬制红糖售价为 68 元,450 克装的古早原味老黑糖售价为 198 元,虽然价格稍贵,但销量分别已有 1220 多件和 1340 多件。

“前两年是农户自己种,我们收购。这两年,我们以每亩 800 元的价格将农户的甘蔗

田流转过来,进行统一管理,这样甘蔗的品质和产量都更有保障。”万通百年蔗蔬菜专业合作社理事长吴庆有说,合作社成立后,百年蔗每亩的收入能达到 6000 元左右,与之前相比翻了一番。现在合作社一年的收入约有 300 万元。

“马上要丰收了!明年还要邀请更多的返乡农户加入合作社,依托合作社的种植技术及农行资金支持,扩大种植面积,深化甘蔗加工,多多开发甘蔗新产品。”2012 年 9 月返乡创业的陈萍是松溪县果蔬农产品专业合作社理事,农行松溪支行在村里推行的“整村建档”政策让她获得了 30 万元惠农 e 贷。拿着这笔资金,陈萍扩大了百年蔗的种植面积,甘蔗长势喜人,预计今年能收获 75 吨,增收 8 万元。

丰富产品供给

“我们跟普通的红糖没法比,产量没人家高、含糖量没人家高。虽然我们的百年蔗很宝贵,但如果我们不走功能性或者更高端化的路子,在市场上就没有认同度。”周志强告诉记者。