

热点关注

# 《哪吒2》周边销售火热 “IP经济”再获关注

■本报记者 李万晨

灯塔专业版数据显示,截至2月11日记者发稿,动画电影《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)总票房已突破90亿元,其在创造票房佳绩的同时,也在A股市场掀起了千层浪,带动IP经济概念强势上扬。

截至2月11日收盘,IP经济相关概念股中,浙报数字文化集团股份有限公司、武汉金运激光股份有限公司、北京光线传媒股份有限公司(以下简称“光线传媒”)等涨停,广博集团股份有限公司(以下简称“广博股份”)等涨幅超4%。

“《哪吒2》票房口碑双丰收,与IP经济热度形成强劲共振,有力彰显了IP经济的商业价值。这一现象不仅将吸引海量资金蜂拥而入,还极大地推动了IP开发、衍生品打造以及产业链整合进程,有望为我国娱乐经济高质量发展打造全新增长点。”北京科方得科技发展有限公司研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示。

## 商业与文化价值兼具

除了票房成绩斐然,《哪吒2》电影周边商品也掀起抢购热潮,泡泡玛特《哪吒2》天生羁绊系列手办盲盒上架后迅速售罄。FunCrazy作为官方衍生品合作品牌,推出的亚克力色纸等产品,目前也基本全线售罄。此外,多地文旅也在积极打造哪吒IP,以期赢得流量。

IP经济作为以知识产权为核心驱动力的新型经济形态,覆盖周边商品(谷子经济)、内容创作、影视制作等多个细分领域。在数字化趋势下,它还能借助数字技术,将文学、动漫、游戏等知识产权转化为数字资产,在数字空间

实现多元运营、交易与商业变现。

“IP经济的火爆反映了消费者需求的增长和市场的多元化发展。年轻一代对文化娱乐内容的消费习惯改变,他们更愿意为喜爱的IP及其衍生品买单,从而推动了IP经济的蓬勃发展。另外,电商、社交等平台的兴起,也为IP经济提供了更便捷、更高效的营销方式。”广州兆远营销咨询有限公司总监高承飞在接受《证券日报》记者采访时表示。

“当前,我国IP经济呈现出强劲的发展态势,已从单一的内容创作环节,逐步向涵盖内容孵化、IP授权、多业态衍生开发的全产业链生态模式转变。众多市场主体敏锐捕捉到IP的战略价值,纷纷投身布局,通过多元化运营,构建起丰富多元的盈利体系。”北京艾文智略投资管理有限公司首席投资官曹敏在接受《证券日报》记者采访时表示。

IP经济逐渐繁荣同样离不开政策的助力。2024年以来,政策层面持续为IP经济发展营造良好环境。例如,2024年2月份,上海市杨浦区人民政府印发的《杨浦区促进文化创意产业发展的若干政策》提到,构建多元内容融合的原创数字IP产业链条。同年7月份,浙江省人民政府办公厅公布的《关于加快推进大视听产业高质量发展的实施意见》明确,实施特色IP和导演编剧扶持计划,支持原创动漫IP授权经营。2025年1月份,国务院办公厅印发的《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》提出,重点支持文学、艺术、新闻、出版、影视、动漫等领域的精品创作。

中信证券发布研报称,2025年,国内IP衍生品市场规模有望突破5000亿元。另据深圳中商产业研究院有限公司预测,2025年内年度授权商品零售额将达到1467亿元;中国网络文学IP市场2025年规



崔建斌/制图

模预计将突破3000亿元。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅认为,未来,IP的表现形式将形成多元化发展。虚拟数字人、沉浸式数字体验、区块链数字藏品等新业态不断涌现,持续拓展IP的商业应用边界。此外,IP经济还将与文旅、教育、零售等传统产业深度融合,创造出更多的商业与文化价值。

## 迎来黄金发展期

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示,在政策利好不断与市场热度上升的双重推动下,IP经济展现出强大的发展潜力与活力,产业链上下游的上市公司也顺势成为资本市场竞相追逐的热点,或将步入一个黄金发展期。

近期,多家A股上市公司相继披露了与IP经济相关的业务动态。光线传媒相关负责人表示,公司拥有数量丰富、类型多样的IP资源,“目前,公司的IP衍生品业务在正常推进中,未来将根据项目及合作情况适时推出更多衍生产品。”

据杭州顺网科技股份有限公司相关负责人介绍,目前,2025 ChinaJoy(中国国际数码互动娱乐展览会)招商工作已全面启动,在互动娱乐领域,公司将逐步推进“ChinaJoy”这一IP的品牌影响力和内容多样化,后续将积极推动与游戏及动漫等头部IP的业务合作关系。

北京捷成世纪科技股份有限公司相关负责人表示,公司积极布局IP全权、深度参与谷子经济,目前已与多个知名IP达成合作,如赞萌露比、夏日友人帐等。公

司聚焦文旅赛道促进IP周边的线下体验和线上消费,IP衍生品合作品类包括不限于毛绒玩具、盲盒等。此外,公司正全力推进自有渠道的搭建。

广博股份相关负责人表示,公司将持续抢占热门IP,并培育推广沙西酱、MIMO等自主IP的知名度,打造多元化IP矩阵。

在浙大城市学院文化创意产业研究所所长、副教授林先平看来,相关上市公司应将核心竞争力聚焦于IP的原创性与内容质量,打造具有独特文化内涵与市场辨识度的IP。同时,加强产业链上下游企业间的协同创新与资源整合,实现优势互补、互利共赢。此外,企业还应积极拥抱AI、大数据等新兴技术,将其深度应用于IP内容创作、用户洞察、精准营销等环节,提升运营效率与用户体验。

# 《哪吒2》振奋影视行业信心 为今年电影市场繁荣奠定坚实基础

■本报记者 贺王娟

《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)掀起的热潮还在持续。多位业内人士表示,对于影视行业而言,《哪吒2》证明了优质内容对市场的强大吸引力。

## 拉动影院消费

猫眼专业版数据显示,截至2月11日记者发稿,《哪吒2》的票房已经突破90亿元,且还在朝着更高的纪录不断迈进。

2月10日晚间,两家专业的影视数据平台均预测《哪吒2》的票房有望超过140亿元。据猫眼专业版数据预测,《哪吒2》的内地总票房有望在3月29日达到142.57亿元,灯塔专业版AI预测其总票房有望在3月28日达145.28亿元。

截至2月11日19时,《哪吒2》的累计票房已达88.87亿元,分账票房则有80.12亿元,除片方分走39.31%的票房外,有52.27%的票

房比例留存给影院。

万达电影股份有限公司(以下简称“万达电影”)相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,《哪吒2》的火爆对公司影院票房收入产生了一定的拉动作用,同时也带动了卖品、衍生品等相关业务收入。

此外,《哪吒2》等影片的火爆也促进了高格式影院的票房收入。据统计,2025年春节除夕至初七期间,全国CINITY影厅票房同比2024年春节档上涨82.6%,累计观影人次同比上涨80.2%,场均人次上涨73.3%。

IMAX Corporation(以下简称“IMAX”)也在2月5日宣布创下春节档历史最高票房纪录,2025年春节档票房较2023年同期的2.31亿元大幅增长66%。同时,全国IMAX影院观影人次突破550万,也创下IMAX春节档观影人次的历史新高。

## 坚定创作信心

《哪吒2》的火爆不仅给2025

年的电影市场带来了“开门红”,更提振了行业创作者的信心。

从记者采访了解的情况来看,业内人士均认为电影行业高度依赖内容质量,《哪吒2》的火爆证明了优质内容对市场的强大吸引力,也让从业者更加坚信优质内容创作能收获高回报。

猫眼娱乐市场分析师翰力在接受《证券日报》记者采访时表示,“过去人们对于电影票房的认识,可能觉得50多亿就到顶了,但是《哪吒2》的票房说明,单片100多亿的票房也不是不可能的,甚至能够上升到全球影史票房榜的前列。这有力地提升了创作者的信心,说明只要潜心创作,做出真正优质的内容,消费者会愿意为此买单。”

在一位影视行业从业者看来,《哪吒2》的火爆也说明了中国传统文化正在走向自信,未来或将有更多中华民族系列IP逐步崛起,带动国潮内容成为创作主流

方向之一,同时也将带动中国动漫电影的崛起。

翰力认为,《哪吒2》作为一部具备中国传统文化元素,代表中国动画技术成就的作品,取得如此高的成绩,展现了中国观众对于民族文化的信心与自豪。这一类展现民族文化、彰显时代情绪的影片,也有望成为当下市场观众们热衷于见到的主流创作题材。

此外,《哪吒2》目前已经是国内单片市场的票房冠军,且是一部动画影片,若其最终达到超140亿元的预测票房,将会超过目前的全球影史动画影片票房冠军《头脑特工队2》的票房。

## 市场有望持续繁荣

在业内人士看来,《哪吒2》为2025年电影市场繁荣奠定了坚实基础。

上述影视行业从业者认为,《哪吒2》的大火展现了中国电影

市场强大的消费潜力。

不过,当前《哪吒2》的超高热度对于大盘票房的“虹吸效应”,也给后续影片的上映带来了一定压力。

如何延续《哪吒2》的市场热度,让电影消费市场持续回暖,成为了当前电影行业共同面对的问题。

翰力坦言,接下来市场上已定档的影片数量相对比较有限,为了让这份热度进一步延续,市场也需要更多优质的内容吸引观众。期待2025年的电影市场能够持续繁荣。

上述万达电影相关负责人也表示,公司对于2025年的电影市场充满了信心。未来,公司将持续优化影院布局,不断提升观影体验,加大与优质内容方的合作力度,推动更多高质量影片上映。同时,公司将通过衍生品开发和转授权合作等方式,进一步提升非票房收入占比,为投资者创造更大价值。

# 佳禾食品拟定增募资不超过7.25亿元 用于咖啡扩产建设项目等

■本报记者 陈红

2月11日,佳禾食品工业股份有限公司(以下简称“佳禾食品”)披露公告称,公司拟向特定对象发行A股股票募集资金,募资总额不超过7.25亿元,将用于咖啡扩产建设项目及补充流动资金项目。

佳禾食品在公告称,本次发行,一方面有助于优化公司产品结构,加大对高增长潜力和高附加值产品的产能布局。另一方面,通过新技术、新工艺的应用,能够提升公司生产技术和智能化程度,从而提高生产效率,增强公司产品的市场竞争力。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示,当下中国咖啡市场正处于高速增长、发展与扩容的黄金红利期,咖啡消费人群基数相较于5年前增长了10倍。在这样的背景下,佳禾食品布局咖啡项目,有望搭乘行业发展的快车。

## 完善咖啡产能布局

据了解,佳禾食品早在2017年便积极开拓咖啡业务领域。经过多年的精心耕耘与沉淀,咖啡业务已成为公司的第二大业务板块。然而,在当前咖啡市场持续火爆的形势下,公司精品咖啡产品产能已难以满足市场需求,增加产能迫在眉睫。

具体来看,佳禾食品本次咖啡扩产建设项目计划投入募集资金5.5亿元。项目建成投产后,将形成年产1.6万吨焙烤咖啡豆、3000吨研磨咖啡粉、8000吨冷萃咖啡液、1万吨RTD即饮咖啡以及610吨冻干及混合风味咖啡的生产能力。

佳禾食品在公告中表示,公司将建设契合品质化消费时代咖啡产品格局的生产线,完善咖啡产能布局,拓展利润增长点。

众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示,通过扩大咖啡生产规模,佳禾食品能够更好地满足不同客户的需求,提升品牌知名度和市场影响力。

此外,佳禾食品还计划使用1.75亿元募集资金用于补充流动资金,以充分满足公司业务不断增长的资金需求。中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平向《证券日报》记者表示,随着资金逐步到位,佳禾食品的扩产计划将稳步落实,业绩有望进一步提升。同时,在国内市场发展需求持续增长的背景下,这一举措契合了市场发展趋势。此外,补充流动资金还有助于公司优化财务结构,提高运营效率。

## 市场潜力巨大

近年来,随着我国国民经济的稳健发展,人民消费水平的稳步提升、消费者咖啡消费教育的不断深化以及电商与新零售的迅猛发展,咖啡需求总量呈现出持续上扬的态势。

广州艾媒数据信息咨询有限公司数据显示,2023年中国咖啡行业市场规模为6235亿元,预计2025年将突破万亿元。

佳禾食品在公告中表示,在本次募投项目建设过程中,公司将进一步升级冻干、RTD(即饮产品)生产、冷杀菌等生产工艺,并构建智能化生产制造执行系统、综合能源管理系统、仓库管理系统、数字孪生生产辅助系统等智能系统,实现生产工艺与智能化水平的双重提升,进而增强产品竞争力,满足消费者日益增长的口感风味需求。

柏文喜认为,目前,咖啡市场的产品创新正呈现出专业化、本土化、健康化以及便捷化的发展趋势。各品牌也在通过不断推出新产品来满足消费者的多元化需求,以期在激烈的市场竞争中寻求突破。

“在高速增长、发展与扩容的态势下,咖啡市场竞争也在进一步加剧。”朱丹蓬认为,从上游到下游门店都将进入高度“内卷”阶段。在这样的市场环境中,要实现可持续发展,项目的资金投入规模、供应链的完整程度以及产品品质把控都至关重要。对此,佳禾食品需要建立稳定的供应链体系,保障原材料的稳定供应和品质,才能在竞争中站稳脚跟。

# 控股股东拟将长江电力4%股份 无偿划转至长江环保集团

■本报记者 贺王娟

2月11日晚间,中国长江电力股份有限公司(以下简称“长江电力”)公告,公司近日接到控股股东中国长江三峡集团有限公司(以下简称“中国三峡集团”)(《关于划转长江电力部分股份的通知》)。根据公告,中国三峡集团与其全资子公司长江环保集团有限公司(以下简称“长江环保集团”)签署了《关于中国长江电力股份有限公司国有股份无偿划转协议》,中国三峡集团拟将其持有的长江电力9.79亿股股份(占公司总股本4%)无偿划转至长江环保集团。

据公告,中国三峡集团此次无偿划转股份的目的,是为了贯彻落实国家共抓大保护大发展发展战略,加强生态环保业务可持续发展资金支持,促进清洁能源与生态环保业务融合发展。此次无偿划转后,中国三峡集团对于长江电力的持股比例将由46.81%降至42.81%,变动后的持股数量为10474432302股,长江环保集团则将一举跃升为长江电力第五大股东。

长江环保集团承诺,自公司股份划转过户完成之日起六个月内,不减持所持有的长江电力股份,也不存在任何减持计划。

资料显示,长江环保集团于2018年12月28日成立,注册资本金300亿元,截至2023年底,公司员工总数超2000人,资产规模突破900亿元。其使命是全面参与长江经济带生态环境保护修复工作,并以科技型环保企业为战略发展方向。

值得一提的是,长江电力此前曾将分红承诺写入《公司章程》,规定2021年至2025年分红比例不低于70%。公司2024年度业绩快报显示,2024年公司实现归属于上市公司股东的净利润325.20亿元,同比增长了19.36%。通过持股分红,长江环保集团或将获得可观收入。

# 头部纸企纷纷调涨文化纸产品价格

■本报记者 王僮

近日,造纸行业头部企业山东太阳纸业股份有限公司(以下简称“太阳纸业”)、华鲁集团股份有限公司、金光纸业(中国)投资有限公司(以下简称“金光纸业”)等纷纷宣布,自2025年3月1日起,在现有价格基础上,对所有文化纸系列产品每吨上调200元。

据了解,本轮纸企集体涨价仍然基于成本考量。金光纸业在涨价函中表示,由于原辅料价格持续高位运行,使得公司原纸生产成本居高不下,公司此次推动涨价主要是为了缓解营运成本。而接受《证券日报》记者采访的太阳纸业相关

工作人员则特别强调,本轮提涨实属“不得不”。

文化印刷用纸生产中,主要使用针叶浆、阔叶浆以及化机浆三种纸浆。山东卓创资讯股份有限公司(以下简称“卓创资讯”)数据显示,截至2月10日,进口针叶浆现货市场均价为6586元/吨,较1月末上涨0.93%;阔叶浆市场均价为4971元/吨,较1月末上涨2.57%;化机浆市场均价为3683元/吨,较1月末上涨0.14%。三个浆种价格均有不同程度上涨。此外,海外浆厂新一轮外盘报价继续提涨,幅度在20美元/吨。

长江证券股份有限公司发布研报称,木浆国际核心供应商在近

期市场浆价触及现金成本线后,集中进行检修减产,市场供应有减少预期。因此对于下游造纸企业而言,近期生产成本及后续成本仍面临压力。

2024年第四季度,纸浆市场价格虽然呈现震荡下行趋势,但从整体来看,浆价仍处于高位。同时,虽然多家文化纸企业在2024年第四季度末相继宣告了2025年1月份和2月份的两轮提涨行动,但落实情况并不理想。

卓创资讯分析师尹婷向《证券日报》记者表示,从以往经验来看,受春节假期影响,市场需求在1月份会逐渐变淡,春节假期期间市场交易相对迟缓,这些都不利于纸价

的提涨。

在尹婷看来,当前纸厂挺价意愿较强,且上游浆价运行趋势偏强,从需求端来看,文化印刷用纸即将迎来传统旺季,即2025年秋季教辅教材用纸的招标季,也是被行业俗称的“小阳春”,此阶段将从刚需层面给与市场偏强支撑。

尹婷认为,本轮文化纸提涨的实际落实空间还需要观望下游对于高价纸的消化进程。此外,各纸企发起新一轮涨价,也会使得市场竞争加剧,可能会对市场价格产生一定影响。因此,业内预计今年上半年文化纸行业特别是双胶纸市场价格将呈现波动上涨的趋势,但涨幅或相对有限。

反观高位浆价背景下的国内木浆产能变化,2024年尤其是下半年以来,国内一体化木浆新产能持续投放,头部企业如仙鹤股份有限公司、山东华泰纸业股份有限公司等,均在持续增加一体化木浆自给率。同时,作为浆纸一体化乃至林浆纸一体化的优秀龙头,太阳纸业也在持续完善木浆产能布局,并进一步发展老树林地。

众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示,林浆纸一体化是纸企发展的趋势。对于纸企来说,把木片和纸浆掌握在自己手里,将大大降低企业运营方面的风险,提高经营效益。