

## 财金视用

## 好莱坞顶级IP市场表现分化带来三大启示

■ 谢若琳

作为今年最受关注的两部好莱坞大片，《疯狂动物城2》和《阿凡达：火与燃》(即《阿凡达3》)于近期先后在中国内地上映，市场反馈却分化明显：一边是《疯狂动物城2》不断刷新票房纪录，另一边则是《阿凡达3》预售遇冷、口碑争议不断。

具体来看，截至12月21日，《疯狂动物城2》内地票房已达37.92亿元，首周末斩获6.55亿元，豆瓣评分达8.4分。而《阿凡达3》的首周末票房仅为3.84亿元，豆瓣开分7.6分，不及前者。

在全球电影票房总榜上，《阿凡达》系列前两部作品分居第一位与第三位，也正因如此，《阿凡达3》一度被看作年度票房冠军的最有力竞争者之一。然而，从目前走势看，该IP或难以重现昔日辉煌。灯塔专业版“票房预测”显示，《阿凡达3》内地总票房预期为10亿元。

市场表现分化，不仅反映出技术红利边际效应的递减，更凸显出当下电影产业面临的深层问题，顶级IP的市场“确定性”正逐渐减弱。此次两大IP在内容表达、运营策略与受众适配

层面的表现差异，也为中国电影产业的IP化发展提供了三重启示。

其一，坚守内容为王，构建有深度的IP内核。

IP商业化的根基在于情感共鸣，能否建立跨代际、跨文化的精神联结，直接决定其市场生命力。

《疯狂动物城2》的成功，得益于其IP内核的持续进化。该系列始终围绕“打破偏见、拥抱多元”的叙事框架展开，这一主题天然具备跨文化感染力。反观《阿凡达3》，其叙事与当下年轻观众青睐的个性化、细腻化情感表达有所脱节。

近年来，国内电影公司在IP开发中，往往过于侧重视觉冲击与短期票房，缺乏对世界观构建的重视。许多IP续作质量波动，根源正在于缺乏系统性的故事蓝图与角色脉络。真正成熟的IP开发，需在主题与个性表达之间取得平衡，并构建能穿越时间、持续引发共鸣的精神内核。

其二，创新运营模式，打造全链路商业化体系。

IP的商业活力离不开运营创新，全链路、

场景化的策略是实现价值延展的关键。《疯狂动物城2》构建了“内容预热—观影体验—衍生消费”的完整商业生态，通过与70余个品牌的跨界合作，覆盖从快消品到珠宝、从潮玩到汽车的多类消费场景，成功将IP渗透至观众日常生活。

其本土化运营尤为精准：与上海美术电影制片厂合作推出衍生短片，贴近本土审美；在短视频平台发起UGC(用户生成内容)互动，激发二次传播；线下打造“Zootopia”城市漫游等联动主题园区实现文旅融合。这种“内容本土化+传播场景化+消费全链路”的模式，让IP从银幕走向生活，实现文化认同与商业价值的双向提升。

相比之下，《阿凡达3》仍延续“票房+传统衍生品”的单一路径。长达198分钟的片长抬高了观影时间成本，影响院线排片效率，部分影厅票价高达215元，进一步抑制消费意愿。重票房、轻运营的模式，在如今的多元消费生态中已显乏力，难以充分释放IP潜力。

对中国电影而言，亟须打破“票房依赖”，构

建影视、消费、文旅等多维融合的商业体系。一方面，推动IP跨界融合，开发场景化衍生品；另一方面，借助UGC与AI等新技术，提升用户参与感，激活传播循环。另外，“出海”作品更应注重本土化运营，围绕地域文化调整内容与传播策略。

其三，平衡技术与内容，防止IP价值透支。

《阿凡达》系列的成功，根基于技术革命。2009年，《阿凡达》首部作品以颠覆性3D视效重塑行业标准，重构了电影工业的想象边界。然而，随着技术普及，观众对视觉奇观的阈值不断提高。其续作虽维持顶尖特效，却未在叙事与意象上实现突破，陷入“视效惊艳、故事平庸”的评价困局。这提示我们，技术是IP的展现手段，而非核心价值所在。

当前，中国电影在技术层面上已达到世界一流水平，但如何将技术优势转化为情感冲击与叙事张力，仍是关键命题。在笔者看来，成熟IP的续作应注重内核焕新，避免套路化；原创IP则需统筹“内容—技术—运营”的协同发展，让IP价值得以长期积淀。

IP商业化的本质是情感价值的持续转化。内容共鸣是根基，运营创新是引擎，技术应用是助力。中国电影若要在IP化道路上走向成熟，必须坚守内容初心，革新运营思维，平衡技术叙事，方能培育出真正具有全球影响力的超级IP，推动产业走向高质量发展。这不仅是两部好莱坞大片带来的启示，也是中国电影走向未来的必经之路。



## 竞逐千亿美元减重市场 中国药企当自强

■ 张敏

随着全球超重与肥胖人口持续攀升，减重市场已成为制药行业增长最快的新蓝海之一。其中，以GLP-1为靶点的药物因显著的减重效果，成为当前研发与商业化的明星赛道。有机物预测，其市场规模有望超千亿美元。

当前，跨国药企诺和诺德以及礼来占据全球GLP-1领域绝大多数市场份额，国产药企奋起直追，进口与国产药物正逐步形成同台竞技的格局。

笔者认为，面对日益激烈的竞争，国内企业若能在以下三个方面构建优势，有望走出一条更具韧性的道路。

第一，瞄准临床痛点，加快技术迭代。

当前，GLP-1类减肥药仍存在明确的临床未满足需求，包括停药后体重反弹、患者长期依从性挑战、胃肠道副作用等。这些痛点正驱动企业向差异化创新迈进。

给药方式的革新成为竞争焦点。口服制剂

与长效注射剂成为研发热点，企业若能率先实现更便捷、高效的给药方案，有望在用户体验上构建独特护城河，从而跳出单纯拼疗效的同质化竞争。

此外，适应症的持续拓展正为市场打开更广阔的空间。龙头企业研发战略已不局限于减重本身，而是深入探索GLP-1类药物在代谢相关性脂肪肝炎(MASH)、心血管疾病、慢性肾病等肥胖相关疾病的治疗潜力。这不仅能创造新的价值增长点，也通过拓宽临床边界避免了在单一适应症上的同质化竞争。

第二，通过对外授权(License-out)模式，积极融入全球产业链。

截至目前，恒瑞医药、复星医药、石药集团、联邦制药等企业已完成多笔GLP-1相关产品授权交易，合计授权金额达数十亿美元，覆盖口服、双靶点等多个技术方向。这不仅拓宽了国产创

新药的海外市场，也反映出国际市场对中国药企研发实力的认可。随着更多国产GLP-1药物走向全球，市场格局有望生变。

第三，抓住销售渠道结构性变革机遇，扩大市场份额。

与PD-1抑制剂高度依赖院内市场不同，减肥药因庞大的患者基数和慢病管理属性，正在催生全新的商业渠道模式。

一个独特的“双层市场结构”正在形成：司美格鲁肽、替尔泊肽等产品已通过糖尿病适应症进入国家医保；在自费端，市场也为高端差异化产品保留了充足空间。这种“医保覆盖+消费

升级”并行的结构，为多元化产品提供了差异化的生存土壤。

此外，线上渠道的崛起打破了传统进院瓶颈，帮助创新药企，尤其是新兴品牌，更直接、快速地触达和服务海量用户，为其建立品牌认知和患者基础提供了全新路径。国内创新药企要积极抓住渠道变革机遇，努力扩大市场份额。

笔者认为，对于中国药企而言，唯有紧扣未满足的临床需求，坚持技术创新，积极融入全球产业链，才能在千亿美元减重市场占据更多主动权。



## 推动投保机构提名独董常态化 构建公司治理新生态

■ 吴晓璐

合法权益、夯实资本市场健康发展基础具有重要意义。

首先，拓宽上市公司独董来源，完善独董选任机制，进一步提高独董的独立性、专业性。

2023年独董制度改革引入了投保机构通过公开征集股东权利的方式提名独立董事的规则。两年多来，投服中心发起4单公开提名独董案例，覆盖中央国有企业、地方国有企业和民营企业，涉及医药商业、水泥、电力和工业金属等行业。

投服中心提名的独董候选人普遍具备深厚行业背景与丰富履职经验。此类“既独又懂”的独董，既可以对损害公司利益和中小股东合法权益的行为说“不”，也能为公司长远健康发展提供专业建议，助力上市公司提升

质量。

其次，代表中小股东“发声”，强化事前监督，从源头遏制违法违规行为。

投保机构是中小投资者的代表，其提名的独董也将成为中小投资者的“代言人”，可以对大股东和公司管理层形成有效制衡，在关键议题上，也可以借助投保机构的公开征集表决权，形成监督合力，让小股东发挥大力量，拓宽中小股东参与公司治理的路径。

可以说，一双来自中小股东的“眼睛”，持续关注公司运营过程中的潜在风险，推动决策科学化、民主化、透明化，有助于遏制财务造假、资金占用等违法违规行为，减少中小股东因公司内部人控制，破解公司治理僵局的一项有益实践，对于提高上市公司质量、保护中小投资者

最后，推动投服中心提名独董常态化，优化公司治理内生机制。

Wind资讯数据显示，截至12月21日，A股公司平均每家拥有3.08名独董。随着投服中心提名独董案例增多，上市公司广泛接受，形成可复制、可推广的经验，有望推动该项制度常态化，进一步发挥独董参与决策、监督制衡、专业咨询作用，改善公司治理基因。

展望未来，在推动投服中心提名独董常态化的同时，监管部门也需要在实践中不断完善优化配套机制，促使独董真正成为公司治理的核心监督力量，通过强化内部制衡和事前事中预防，提高上市公司质量和投资价值，为资本市场行稳致远筑牢制度根基。

## 年内铂金价格涨幅何以跑赢黄金

■ 刘琪

在经历了多年沉寂后，今年，铂金以惊人的涨幅重返舞台中央。Wind资讯数据显示，12月19日，现货铂金盘中最高升至1987美元/盎司，创2008年7月下旬以来新高。尽管目前铂金价格远不及黄金(伦敦金现，下同)的一半，但年内涨幅却已远超后者——截至目前，年内铂金价格涨幅超110%，同期黄金价格涨幅约为65%。

在笔者看来，驱动铂金价格上涨的核心因素是供需两端的变化。

一方面是供应端的收缩。作为全球铂金产量占比超70%的核心产区，南非的铂金开采业正饱受矿体老化、电力短缺及极端天气等一系列问题的困扰，产能严重受限。世界铂金投资协会(WPIC)11月份公布的预测数据显示，铂金市场在今年连续第三年出现显著短缺，短缺量预计为22吨。

另一方面是需求端的增长。铂族金属素有“工业维生素”之称，在全球绿色转型浪潮中，铂金的工业属性被赋予了新的价值，在氢能、电解制氢、燃料电池等绿色能源领域扮演着不可替代的关键角色。正是这种工业需求与绿色转型需求的叠加，让铂金跳出了传统贵金属的定价框架，形成了独特的产业驱动逻辑。

黄金价格高企触发的“替代效应”同样不可忽视。今年以来黄金价格一路走高，10月份甚至创下4381.484美元/盎司的历史峰值，金饰、金条等价格亦水涨船高。在此背景下，性价比更高的铂金成了不少消费者和投资者的替代之选，需求显著增长。

世界铂金投资协会发布的数据也印证了这一点：2025年铂金首饰需求预计同比增长7%至67吨，为2018年以来最高水平；投资需求预计同比增长6%至23吨。值得一提的是，中国市场成为拉动铂金条币需求的核心力量——2025年铂金条币总需求预计同比增长47%至16吨，创四年新高，其中中国市场达13吨。

此外，铂金的金融属性也为其实现提供了强有力的支持。国内层面，近期铂、钯期货正式在广州期货交易所上市交易，这不仅填补了国内铂、钯场内衍生品的空白，更有助于提升我国在全球铂族金属产业的国际影响力和定价话语权。国际层面，美联储开启降息周期，流动性宽松预期显著降低了贵金属的持有成本，推动资金在贵金属板块内部轮动，从估值较高的黄金、白银流向相对处于估值洼地的铂金。

笔者采访过的专家普遍认为，铂金强势格局有望延续。一方面，铂金供需紧张的局面短期难以改善，而且随着氢能产业持续发展，铂金的工业需求空间还将进一步打开，供需缺口或持续扩大；另一方面，在资金追求性价比标的的逻辑下，铂金相对黄金的估值优势可能继续吸引资金跟进。