

《魔兽》衍生品预订火爆,靠真爱更靠实力 作为全国动漫第一方阵,在周边产品的开发上却处于起步状态 宁波距自有品牌输出还有多远?

过了六一儿童节，《魔兽》的上映日期离我们就越来越近了。

据猫眼统计，截至昨日，《魔兽》6月8日零点场的预售票房已突破2070万元，排片场次超50220场，而同期上映的其他电影基本沦为“炮灰”。

《魔兽》改编自暴雪娱乐经典游戏《魔兽世界》。作为全世界拥有最多付费玩家的多人在线RPG游戏，《魔兽世界》这个超级IP，通过十几年的累积，已拥有超过一亿粉丝。《魔兽》上映这场盛宴，在许多商家眼里已不容错过。

记者 顾嘉懿



《魔兽》周边产品。

全市各大影院紧急采购《魔兽》周边

今年年初，《魔兽》电影的出品方之一美国传奇影业被万达集团收购。受这次收购的影响，《魔兽》电影无疑会得到万达更多的宣传与排片支持。目前，《魔兽》在甬城各大影院的零点预售场出票率基本都在90%以上。

“我们零点首映场有送阵营大礼包，还有提供零点场限量定制红蓝队纪念影票或者海报盖章。”鄞州万达影城工作人员小张表示，为了迎接6月的《魔兽》大潮，他们早早向集团总部预订了一批周边产品，包括魔兽马克杯、指环、杜隆坦公仔、遮阳、背包等以满足粉丝需求。

“我们所有电影周边都是由总部出面跟发行方、出品方签购，然后我们再跟总部索要的。因为货源有限，我们会根据市

场需求去申报，每家院线能拿到的数量并不算多。”前几天，鄞州万达首批到货的马克杯只有10个，一下子就被抢光了，“单是满足工作人员的需要都不够”。目前，他们正在向总部要求补订。

宁波UME国际影城也通过影院布置、周边引进等，来迎接《魔兽》粉丝。“我们和时光网有合作，都是采购时光网上正版的官方周边进行销售”，总经理助理方艳玲表示。时光网研发的魔兽周边，大多是跟时下流行结合密切的产品，比如手机壳、U型枕、杯子、耳机、小米手环等等，“因为电影还没上映，现在还处于一个预热的阶段，产品也是陆续到货，销量这块还是可以的，后期肯定会很好”，她有信心地说。

多个平台准备从《魔兽》中吸金

对于全球粉丝来说，电影《魔兽》更像一个共同的嘉年华。而这个嘉年华充满了商机。

5月19日，想从单一视频网站转型成为O2O销售平台的“PPTV聚力”宣布改名“聚力”，并称聚力传媒已拿下《魔兽》电影的独家网络版权。今后将开设200家IP周边专营店，并将定期举办观影会、明星生日派对等活动。电影《魔兽》将会首先试水这种模式。

5月25日，时光网也

宣布要转型做电影衍生品电商，其中《魔兽》衍生品是其重磅品种。根据时光网CEO侯凯文的说法，为了电影衍生品独家授权，公司花了两年半时间，光报告就打了十多次。国内消费者既需要更多优质的正版衍生品选择，同时也需要有平台不断向消费者普及和刺激其对电影衍生品的需求，两者缺一不可。

另根据公开资料，多家A股上市公司也盯上了这一席“盛宴”。美盛文

众所周知，在好莱坞，一部电影的收益30%来自票房，而70%来自周边产品，甚至优质的IP还具备巨大的影响力且长时间的开发价值。而国内，周边产品收入却不过占电影收入的5%，加之产品类别贫乏，始终属于电影的边缘产品。

此前逢大片上映，万达、UME等影城一般都会推出周边产品，比如前段时间很火的《蝙蝠侠大战超人》《美国队长3》，近期的《愤怒的小鸟》《爱丽丝梦游仙境2》等。但据工作人员表示，这些产品的销量一直处于“不温不火”的状态。

据了解，鄞州万达已有计划在售票处旁改造一个“衍生派”区域，主要用来销售电影衍生品，预计年内就会呈现出来。

化是《魔兽》大电影官网玩具产品的中国地区总代理，也是中国唯一正版玩具供应商。5月6日，美盛文化官方网站宣布，已经开发出近百款精致魔兽玩具产品，并将于6月8日与《魔兽》大电影共同上线。美邦服饰的魔兽系列MTEE（T恤）将在聚划算首发。华谊兄弟也在投资者关系互动平台上表示，公司将参与《魔兽》全球票房分成。另外，浙报传媒旗下的战旗TV将直播《魔兽》电影的首映。

“动漫第一方阵”距输出“品牌”还有多远

相比好莱坞、迪士尼，市面上常见的由国内开发的电影衍生品种类依然寥寥。什么时候才能看到由宁波输出的文化“品牌”？

按说，自2008年引进第一家动漫企业以来，“动漫甬军”已是国内动漫行业一支不容忽视的队伍。两年前，动画片备案产量已跻身全国第一方阵，原创动画片年产量亦居全国前列。据市文广新闻出版局文化产业处负责人介绍，在政府大力引导及扶持下，动漫游戏产业已成为我市文化创意产业的一大亮点。但在自有品牌输出与周边产品的开发上，却久久处于起步状态。

在众多动漫企业中相对活跃的宁波民和影视动画股份有限公司多年来一直致力于打造“阿凡提”系列动画影视剧，其作品曾获得国家广电总局的表彰。“我们正在做阿凡提的周边，产品包括校园系列、休闲系列等等”，公司总经理胡天民说，其实宁波活跃着大量做代工的外贸企业，少说也有近千家，其中不乏给迪士尼做产品的，生产品质都非常好。但因为没有自己的品牌，利润低薄，只能靠低成本来吸引外资。

“按说国内市场非常大，如果能做出自己的动漫品牌，利润是不得了的事。”但目前，由于缺乏好的创意与输出等种种原因，影视与动漫的周边产业都起步较慢。

“但这显然是个有希望的新兴产业。”当下，国内正处在文创的风口，创客们兴致高昂，投资人同样在积极寻找极具潜力的项目。而事实上，能给这些文化项目带来最大收益的未必是文化内容本身，创业者不妨把目光放得更远些。上个月举行的宁波文化产业创业创意大赛启动仪式上，国内知名的娱乐大数据专家、ABD爱梦娱乐创始人雷鸣就曾说过，对于制造业发达、商贸氛围浓厚的宁波而言，充分挖掘文化内容“周边市场”正是强项，而这一市场大有可为。

