

有望成为企业打通“内循环”的金钥匙

IP 授权 广受宁波企业青睐

“今天的这个会，是我今年参加的规模最大、人数最多的会。”不久前，中国动漫集团有限公司董事长虞祖海在宁波参加第四届IP品牌对接会时激动地说。

IP品牌对接会是市委宣传部、市经信局、市文化广电旅游局联合打造的重要品牌活动，至今已成功举办了四届。“这一届是最火的一届。前几届我们还要做些工作，动员企业来参加。今年绝大多数企业自己报名，非常踊跃。”承办了多届IP品牌对接会的宁波市授权联盟秘书长胡云霄说。

宁波企业为何如此青睐IP授权？在外贸形势存在变数、国家倡导“构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的当下，这一现象值得关注。



礼盒印上宁波文化地标后身价倍增。

己的产品类型更丰富，再度寻求IP授权，与卡通动漫鸭嘴兽达成合作，同样取得不错的业绩。2019年，优和卡套在天猫商城中的销售量占同类产品总销量的30%。

借助授权IP的影响力，能够增强企业自有品牌的竞争力，提高自有品牌的认知度。在宁波第四届IP品牌对接会现场，宁波世纪炫文化发展有限公司在会场门口展陈

了一系列文创产品。据了解，该企业已获得本土艺术家林绍灵、骆建钧等人的授权，将他们的作品印在陶瓷杯垫上，这种杯垫在网上的售价比同品质杯垫提高了50%。

据专家介绍，授权合作的主要模式有商品授权、品牌联名、主题空间、促销授权、内容改编等。目前，保底+溢缴授权金是最主要的授权金收取模式。

多花精力维护品牌 让IP授权产品长盛不衰

专家们认为，2020年儿童IP将持续发力，二次元文化将逐渐成为主流，新国潮运动已悄然兴起，游戏IP或迎来红利期，IP内容将越来越丰富。IP授权的商业模式运用得好，对企业来说可以省时省力省钱；如果盲目引进，则可能造成亏损。据了解，均瑶乳业集团引进国际知名IP品牌、《神偷奶爸》中的小黄人卡通形象，因为种种原因，造成巨额亏损。

专家们对宁波的中小企业提出忠告：首次试水IP授权不要追求“高、大、上”的国际头部IP。这些IP虽然知名度高，但价格也很高，将大大增加产品的成本。而且，国际知名IP的使用十分严格，限制条件多，稍有不慎，会引发知识产权纠纷。而国内的IP品牌价格合理，比较适合宁波的中小企业。

此外，引入IP还要了解这个品牌是否有完整的视觉表达系统、知识产权保护体系和卡通形象图库。比如有的热播动画片有很好的

卡通形象，但如果没有形象图库，就无法直接使用。因为动画的格式与产品要用到的平面格式完全不一样，从动画形象到平面形象还有很多路要走，需要投入不少精力和费用。所以，企业在引入IP品牌前，要了解清楚IP授权单位是否有完整的产品设计团队和设计开发能力。

专家们还提醒宁波企业，要注意IP形象的版权问题，分清楚是独家授权还是非独家授权。如果是非独家授权，意味着一个形象会授权给多个同类产品，这样会导致互相竞争，挤压利润空间。另外，引进IP品牌时定位要准确，IP粉丝人群与产品的目标人群要一致，才能“巧借东风”，实现双赢。

业内人士介绍，即使引入IP很成功，也不意味着一劳永逸，还要花相当多的精力进行品牌维护，通过举办线上线下活动，保持一定的关注度，才能让IP授权产品长盛不衰。

记者 崔小明 文/摄

连续四年举办IP品牌对接会 参会企业一年比一年多

据了解，IP授权是一种跨界合作的商业模式。授权方将自己所拥有的具有商业价值的商标、品牌、形象等知识产权(Intellectual Property, 简称IP),以合同的形式授予被授权方使用。被授权方获得IP在规定的地区、规定产品范围和时间期限内使用授权后，需要向授权方支付一定的佣金，也叫授权金。这就是IP授权的典型合作模式。

据了解，IP授权这种商业模式已经在美国发展了100多年，在日本也有六七十年的历史。本世纪初，IP授权在我国出现，2010年后逐渐受到关注。来自中国玩具和婴童用品协会的统计数据表明：2019年，该行业实际开展品牌授权业务的授权企业总数为542家，同比增长31.6%；实际开展授权业务的IP共有2006项，同比增长36.2%；全国授权商品零售规模992亿元，同比增长15.9%，年度授权金总额38.2亿元。

IP授权业务在我市起步比较晚。2017年起，市委宣传部牵头举办了首届IP品牌对接会。“举办这个对接会，是为了顺应我市经济结构调整、企业转型升级的大趋势。希望借力IP品牌，推动‘文化+产业’融合发展，为实体经济赋能。”市文化产业促进会有关负责人说。从2017年到2020年，IP品牌对接会连续举办了四年，参会企业一年比一年多。

今年，因为新冠肺炎疫情影响和中美关系不确定性增加，出口贸易阴云笼罩，很多代工企业把目光转向国内。“我们原来为国外的品牌进行加工生产，经营活动比较简单。现在外贸形势不好，我们一方面要保住国际市场，一方面也要拓展国内市场。”与会的一位企业负责人说，“打开国内市场要有自己的品牌，建立自己的销售渠道，这往往需要数年时间。而借力知名IP品牌，则可以达到事半功倍的目的。”

“我们原本准备的会场只能容纳200多人，没想到报名参会的实体企业就有200多家，再加上IP品牌授权单位，最后有300多人参加了这次会议。”主办单位市文化产业促进会有关负责人说。

据了解，今年参会的实体企业主要来自宁波市服装协会、市家电行业协会、市文具行业协会、市玩具和婴童用品行业协会和宁波工业设计联合会等。

此外，这次对接会还邀请到一批重量级的嘉宾，除了中国动漫集团有限公司董事长虞祖海，还有中国玩具和婴童用品协会会长梁梅、上海电影股份有限公司副总经理谭新政等。除了参加对接会现场的有关活动，他们还应邀走访了数十家企业，为企业开展IP授权经营活动把脉定向，并与不少企业达成了合作意向。

探索实践全新商业模式 与顶级动漫IP开展合作

经过各方多年持续努力，IP授权商业模式越来越受到宁波企业

的重视。据宁波市授权联盟统计，2017年，与授权联盟洽谈对接的

企业只有221家，2018年上升到536家，2019年达到727家。

一些行业龙头如得力、广博、博洋、贝发、优和、国亿贸易、华丰包装、知客文化、酷乐潮玩等企业，已经在积极探索并实践品牌授权这一全新的商业模式。广博牵手电视剧《都挺好》剧组开发商务文具，联名推出包括记事本、中性笔、和风胶带及一枚剧照纪念徽章的伴手礼，随着电视剧的开播，其系列产品也在网络上日趋火爆。宁波卓艺家纺有限公司原来是一家以外贸代加工为主的企业，2019年下半年开始转向做内销，通过引进IP独角兽，迅速打开了销售渠道。

除了传统的商品授权以外，宁波还出现了大量主题类项目授权合作案例，比如方特乐园、阿狸农庄、安徒生童话乐园、哆啦A梦舞台剧等。2014年，象山引

进美国动画片《海绵宝宝》IP，建成4000平方米的海绵宝宝主题乐园，受到孩子们的欢迎。宁波一家民营妇产医院引入HelloKitty品牌，打造了一个HelloKitty主题月子会所，会所的窗帘、沙发、抱枕、地毯，甚至时钟、冰箱、电源开关都印上了粉色的Kitty卡通形象，看上去十分温馨。

据了解，宁波青睐IP品牌授权的企业主要集中在文具、玩具、服饰、家居用品、食品、主题乐园等领域。与这些企业合作的IP品牌涵盖了国内外顶级的动漫IP，比如国内的IP阿狸、蘑菇点点、鸭嘴兽、独角兽、Bduck、几米、故宫等；国外有日本的IP皮卡丘、哆啦A梦，美国的IP迪斯尼、漫威、芝麻街，丹麦的IP安徒生童话，韩国的IP流氓兔、Oringa，英国的IP海底小纵队、窝比，意大利的IP兰博基尼等。

IP品牌本身自带流量 企业“借船出海”收益良多

IP品牌是具有知识产权的标志标识，本身自带流量。企业获得IP授权使用后，能获得多方面的收益。

中国玩具和婴童用品协会会长梁梅透露，根据该协会的问卷调查，69%的实体企业负责人认为IP品牌可以提高产品的销售量，64%的人认为可以拓宽消费人群；49%的人认为可以提高定价和消费群体档次。

IP授权有利于企业拓展新产品，把喜欢IP形象的粉丝变成产品的消费者。得力文具原来以生产办公文具为主，2016年开始生产学生文具。为了迅速开拓市场，得力文具开始与几米、皮卡丘、托马斯、汪汪队等一些激励IP合作，这些卡通人物形象不仅为每个文具增添了色彩，

还让小朋友们在学之余感受到无尽的欢乐。2019年，得力文具又和韩国“国宝级”卡通人物啾啾乐的授权方合作，推出颜值与实用性并存的文具，他们在啾啾乐系列的活动铅笔尾部安上了一个啾啾乐造型，孩子们对这款活动铅笔爱不释手。据得力集团文具事业部有关负责人介绍，IP授权带动了得力儿童文具销售，产品复购率比较高，这体现了客户对IP产品的忠诚度。

IP授权还可以促进销售，提升企业利润。宁波优和办公文具有限公司主要生产胸牌和卡套，是办公文具细分领域的全国“单项冠军”。2018年参加宁波第二届IP对接会时，与卡通动漫蘑菇点点达成合作协议，在卡套上印上蘑菇点点的形象，深受消费者欢迎，售价翻番。2019年，优和文具为了让自

图 示

IP授权合作的主要模式有商品授权、品牌联名、主题空间、促销授权、内容改编等。保底+溢缴授权金是目前最主要的授权金收取模式。



IP授权商业模式越来越受到我市企业的重视

据宁波市授权联盟统计，2017年，与授权联盟洽谈对接的企业只有**221家**，2018年，上升到**536家**，2019年，达到**727家**。

从2017年到2020年，我市已经连续举办四届IP品牌对接会。参加会议的实体企业主要来自市服装协会、市家电行业协会、市文具行业协会、市玩具和婴童用品行业协会和宁波工业设计联合会等。

企业获得IP授权使用后，能获得多方面的收益

- IP授权有利于拓展新产品，把喜欢IP形象的粉丝变成产品的消费者
- IP授权可以促进销售，提升企业利润
- 借助授权IP的影响力，能够增强企业自有品牌的竞争力，提高自有品牌的认知度



来自上海的文化企业在品牌对接会上推介自己的IP品牌。



宁波第四届IP品牌对接会现场展示的部分授权产品。