

衍生品，蕴藏电影产业“财富密码”

近年来，电影衍生品市场渐趋火爆，成为中国电影产业的热点现象和新的收入增长点。如2023年春节档上映的《流浪地球2》衍生品销售过亿元，今年春节档上映的《哪吒之魔童闹海》衍生品销售额又超过前者。更值得一提的是，今年暑期档的电影衍生品收入比去年明显增长，《流浪山小妖怪》等国产影片的衍生品在各销售渠道热卖，受到众多观众青睐。

电影衍生品是将电影中的角色、故事、场景等关键创意元素转化为消费者可购买的商品或服务。它不仅是电影IP的价值延伸，更是整个电影产业生态链中不可或缺的一环。海外电影衍生品收入常常在电影产业总收入中占比很高，单片衍生品收入占影片总收入一半以上的情况并不罕见，一些电影衍生品收入极高的系列影片，衍生品收入甚至是电影总票房的数倍。

中国电影产业很长一个时期以来高度依赖票房收入，衍生品市场起步较晚。但随着中国电影产业迅速发展，电影IP开发逐渐成熟，爆款影片不断涌现，尤其是优质动画电影备受观众青睐，国产电影衍生品市场终于迎来爆发式增长。

票房火爆带动热销

电影衍生品销售的火爆，是近期电影市场的一道亮丽风景线。

据报道，国产动画片《流浪山小妖怪》片方围绕影片角色和剧情推出207款衍生品，授权衍生单品超400个，覆盖毛绒潮玩、文具礼盒、拼图卡牌等多元品类。影片在暑期档公映之初，相关衍生品销售额即突破700万元，小猪妖毛绒公仔上线即告售罄。另一部国产动画片《罗小黑战记2》的衍生品销售同样表现不俗，线上线下累计销量近14万件。

数据显示，今年暑期档中国电影衍生品收入同比增长120%，正从昔日

电影周边的“小配角”，跃升为推动产业增长的新力量，展现出强大的市场潜力。

国产电影衍生品之所以能迎来爆发式增长，直接原因是国产动画电影票房的火爆。

继春节档的《哪吒之魔童闹海》之后，国产动画电影愈战愈勇，又涌现出多部口碑和票房俱佳的优秀作品。与真人电影相比，动画电影的角色形象活泼可爱，具有高辨识度，而且观影人群中青少年占比更高，更适合开发衍生品并吸引观众购买。这一点通过几部动画电影得到鲜明体现：《流浪山小妖怪》中憨态可掬的小猪妖，《罗小黑战记2》中萌趣十足的角色群像，本身就具备极强的视觉吸引力和情感连接点，加上这两部电影凭借好口碑分别取得约17亿元和超过5亿元的高票房，为其衍生品的热卖创造了有利条件。

如果青少年接受动画电影衍生品是因为其可爱、有趣，那么成年观众更多的是被影片的情感元素、文化内涵所打动，衍生品成为他们的情感寄托。比如《流浪山小妖怪》对普通人职场生活的细腻刻画，引发众多打工人的共鸣，他们购买小猪妖等衍生品，映射出对奋斗励志精神的认同。这种情感共鸣使衍生品不再仅仅是商品，更是一种文化符号和社交媒介，观众在购买和使用电影衍生品的过程中，能够找到归属感和认同感。

产业发展奠定基础

多年来，中国电影产业在创作、制作、发行、宣传等各个环节都取得了显著进步，为电影衍生品的发展奠定坚实基础。

一方面，电影创作水平不断提高，涌现出一批具有较高艺术价值、观赏价值和市场影响力的作品，塑造了众多令人难忘的角色形象，为衍生品开发提供了丰富的素材。如优秀国产电影《流浪地球2》《满江红》《唐探1900》，

动画电影《大圣归来》《大鱼海棠》《长安三万里》《哪吒之魔童闹海》《流浪山小妖怪》等，在故事讲述、人物塑造、画面设计、特效制作等方面取得显著成绩，使影片中的角色深入人心，具备强大的IP效应和衍生品情感寄托价值。如《满江红》剧情本身就是一场剧本杀，片方顺势推出电影IP授权的剧本杀套装，让观众实现了从观影到亲身参与的体验延伸。

另一方面，电影制作技术的提升为衍生品的设计和开发提供了更多可能。如今，国产动画电影制作在特效、建模、动画渲染等方面运用了先进技术，能够打造出更加逼真、精美的视觉效果，这些技术优势也延伸到衍生品制作中。通过高精度的3D建模和先进的制造工艺，相关影片的衍生品能够更加精准地还原观众喜爱的角色形象，从面部表情到服装纹理，都能做到栩栩如生，极大地提高了衍生品的品质和吸引力。如《哪吒之魔童闹海》与泡泡玛特联名推出的“天生羁绊”盲盒系列，因制作精美，随着电影热映大受欢迎。

在发行和营销方面，中国电影产业逐渐形成多元化、全方位的推广体系，衍生品推广成为电影的重要营销手段之一。片方通过提前曝光衍生品、举办衍生品首发活动等方式，吸引粉丝关注，为电影上映预热。同时，衍生品的销售渠道也日益丰富，除了传统的影院售卖、玩具店销售外，电商平台、主题快闪店、IP授权专卖店等新兴渠道的出现，使消费者能更加便捷地购买到心仪的衍生品，进一步推动衍生品市场的发展。如《哪吒之魔童闹海》衍生品在淘宝的销售额超3亿元，《罗小黑战记2》片方为助力影片衍生品销售，在全国主题影城设置的快闪小店达千家。

深耕市场助IP长效发展

中国电影衍生品市场依然存在巨

大的发展空间。目前，绝大多数国产影片大部分收入来自票房，与电影工业发达国家相比差距明显。业内普遍认识到，未来中国电影应从依赖票房逐渐走向多元收入。近年来，上海电影、光线传媒等影视公司积极布局衍生品市场，建立IP价值评估体系，对具备衍生品开发潜力的项目提前规划，同步开发。《流浪山小妖怪》的衍生品之所以卖得好，和出品方未雨绸缪，在影片立项之初就启动衍生品开发不无关系。

大力发展电影衍生品市场对中国电影产业做大做强具有多方面的积极影响。衍生品收入成为电影产业新的重要收入增长点，有利于缓解影视制作的资金压力，降低投资风险。电影衍生品热卖还有助于延长电影IP的生命周期，提升IP的影响力和商业价值。影片在上映一段时间后，票房热度会逐渐消退，但衍生品却能持续吸引粉丝关注。通过不断推出新的衍生品、举办主题活动等方式，电影IP能够保持市场活跃度，让观众对其持续产生兴趣。如《喜羊羊与灰太狼》系列电影自2015年的《喜羊羊与灰太狼之羊年喜羊羊》后，间隔7年才推出新作《喜羊羊与灰太狼之筐出未来》，其间衍生品的持续热销对这个IP重返大银幕起到了重要作用。

在衍生品市场高度发达的电影产业中，一部电影散场，消费才刚刚开始。观众从银幕故事中寻找到情感共鸣，还将通过电影衍生品延伸观影体验，让电影文化从影院走向生活的各个角落。近年来国产电影衍生品的热卖，也顺应了全球电影产业发展的趋势以及文旅融合的时代潮流。借此“东风”，中国电影产业有望进一步摆脱对票房的依赖，在未来实现更可持续的发展，在全球电影市场中占据更加重要的地位。

《中华书院》 一幅中华书院文化地图



千年来，古韵悠悠的书院不仅是知识的殿堂，也是文化传承的灯塔，更是中国人心中的文化底气和情感根脉。近日，江苏卫视出品的大型文化纪实探访节目《中华书院》收官。节目从中华优秀传统文化宝库中萃取书院智慧，邀请文化名家踏足古老书院，将传统文化与当下人的生活对接，带给观众思想启迪与精神力量。

从最初的藏书之地，到后来逐步演变成读书、教书、写书的文化教育机构，每一座书院背后都有一段鲜活的文化史，在中华文化长卷上写下了浓墨重彩的一笔。作为中华优秀传统文化“皇冠上的明珠”，书院凝练着精深厚重的思想。《中华书院》迎难而上，聚焦这一看似“高冷”却亟待与大众对话的领域，用沉浸式场景、感性互动呈现古老书院的独特气韵。在白鹿洞书院，众人驻足观看《白鹿洞书院揭示》，细致讲解这一学规缘何能成为中国现代大学校训的“精神之源”，剖析其如何深刻塑造了中华书院文化的传承方式；在武夷山上，面对奇妙秀美的丹山碧水，嘉宾李春颖和杨宁一边品茗一边体悟朱熹所说的“醒心”之道；在船山书院拜谒王夫之墓时，嘉宾西川与杨立华以酒祭先辈，并在墓前三鞠躬以示尊敬；在万木草堂，嘉宾们溯源戊戌变法策源地，探讨中国近代各种思潮的革新演变……一趟趟书院的浸润之旅，既有对书院建筑风貌、历史沿革与治学传统的细腻还原，也有现代学者对古老书院的细致讲解和新奇体验，为观众搭建起了解书院文化的桥梁。这不仅擦亮了“皇冠上的明珠”，更打破了“高深文化难呈现”的认知，为传媒行业提供了破题样板。

时至今日，湖南大学学子仍在岳麓书院研习，广雅中学学生仍在广雅书院读书，其间满是动人的文化传承之韵。那么，如何让屏幕前的观众也能感受到这份传承？《中华书院》找到了那座通往历史的桥梁。它并非简单堆砌历史知识，而是让现代学者与先贤进行跨时空的精神对话，探讨“人生价值”“社会意义”等无论是古代

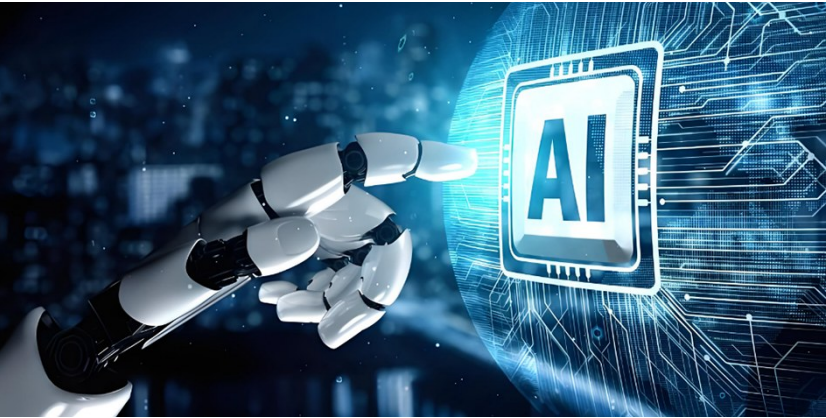
还是当下人们都必须直面的根本性问题，并从中探寻传统文化在现代生活中的价值延续。在白鹿洞书院，嘉宾们对着“紫阳手植丹桂”碑文畅聊古代科举制度，为广大高考考生填报志愿给出建议；在武夷精舍，结合朱熹的读书法，深入探讨当代学习和阅读中的一些误区，强调系统性学习和深入思考的重要性；在船山书院，从王夫之“六经责我开生面”的深邃思想中讲解“敬畏”二字，提醒人们在追求个人发展和幸福的过程中，要始终保持对道德规范的敬畏之心，避免陷入极端个人主义和享乐主义的泥潭；在龙岗书院，从王阳明的人生智慧中提炼出如何走出内耗、提高工作效率的良方……《中华书院》在书院文化溯源中，从哲学、文学的角度出发，最后落到“与自己相关”的人生话题上，带领观众将千年哲思转化为“切己自用”的精神滋养，使他们明晰自我认知，进而积极生活、笃实力行。

在表现形式上，《中华书院》跳出单一模式，将纪录片、综艺等形态进行“打碎重组”，形成一种全新的综合性艺术样态。其手法看似自由随性，实则章法严谨，所有元素都服务于其清晰的文化内核，做到了形散而神不散，观看体验流畅自然。此外，作品顺应媒体融合发展趋势，综合运用AI等技术手段。比如，节目在呈现书院历史与著名学者的经历时，采用中国风动画、第一人称自述与方言配音。李渤用河南话讲述自己和兄长被李白、陶渊明等人的诗句“种草”，来到庐山。李泌用陕西话“安利”大家来衡山。这种讲述方式，使内容格外诙谐有趣、接地气。

当然，作为一种艺术探索，《中华书院》还有提升的空间，比如可以进一步凝练设置的话题，突出核心观点，从而提升节目内容的整体节奏。但瑕不掩瑜，《中华书院》找到了传统文化与社会价值、时代内涵的连接点。其成功不仅彰显了主流媒体的价值引领，也将激励和带动更多创作者在文化类节目的赛道上寻求突破。

(本版内容均据新华网)

AI 影视浪潮正在重构行业边界



不久前落幕的第30届釜山国际电影节上，一波AI影视浪潮汹涌而至。这场由即梦AI、火山引擎与上海电影股份有限公司联合主办的“未来影像”AI电影国际峰会，不仅是AI技术的展示场，更是如今影视创作生态的大检阅。从心理学背景创作者执导、描摹童年幻想与孤独的温馨短片《小怪物》，到取材古典志怪、以黑白版画格调呈现的《一目五先生》，颠覆传统叙事、以锐利视角完成女性宣言的《权利童话》，中国香港团队打造、以科幻外壳包裹社会观察的《九宵》，再到韩国创作者用视觉语言还原神秘梦境的《法体》，这些作品共同描绘了一幅图景：AI正在打破专业壁垒，让“人人皆可创作”的梦想照进现实。

曾经的行业门槛被跨越

“AI不只是工具，更是创意伙伴，可以帮助创作者在艺术与情感表达上走得更远。”峰会上，学者们指出AI技

术突破了“生成”的单一功能，实现了对叙事逻辑的理解。依托于火山引擎Seedream4.0模型，创作者输入角色形象与分镜描述，即可批量生成连环画式分镜，有效解决了长期困扰AI视频的“一致性难题”，让虚拟人物在长片叙事中保持形象稳定。

早在2023年底，国内首个AI制作中心已成立，并于2024年联合即梦AI、抖音共同推出科幻短剧集《三星堆：未来启示录》。如今该系列第二季已进入最终制作阶段，目标直指院线级水准。“过去用传统CG做一组文物特写，成本高到不敢想，现在AI生成的三星堆文物细节，再经后期微调就能满足大银幕要求。”博纳AIGMS制作中心负责人曲吉小江透露，第二季将打造为首部AI原生动画电影，深度应用火山引擎提供的Seedance、Seedream模型能力，制作周期压缩至1.5—2年，成本较传统院线电影显著降低。在她看来，

这背后是“AI+”到“+AI”的模式升级——从依赖AI生成素材，转向将AI融入传统电影工业全流程，包括剪辑、调色与特效整合。

这种“升级”还体现在对电影语言的创新上。入围短片《权利童话》用一颗苹果的自然腐坏过程串联古今，展现出AI的镜头思维；《法体》则以寺庙长镜头缓慢扫过僧人与佛塔，AI精准控制光线与虚实，让人物微表情的稳定性甚至可以超越真人演员。“国内的短视频生态促使我们比较紧密地向创作者收集各种各样的反馈，创作者也会反过来帮助我们去快速迭代模型。”即梦AI产品经理表示。如今的视频生成模型已能读懂复杂提示词，凭文字描述生成符合叙事节奏的运镜，这道曾经的行业门槛被跨越。

行业对AI的接纳并非一蹴而就。上影股份相关负责人指出，传统影视创作者因技术尚未成熟而对AI应用相对谨慎，而AI技术人员又普遍缺乏影视专业经验。“这两个群体的融合，是当前行业面临的一大挑战。”作为本次峰会的主办单位之一，上影早早便开始系统性布局AI视频生成领域，自2023年6月起，上影先后发起并主办全球AI马拉松、全球AI视觉创意大赛（瓦卡奖）等综合AI赛事。“我们希望做桥梁，让传统电影人拥抱AI，同时发掘优秀AI创作者。在技术成熟的情况下，不排除未来会制作真正的AI电影。”

更多的个体叙事登场

业内人士已经看到，AI在影视中的应用不仅是技术的进步，更是一次

关于表达机会的重新布局。《九宵》团队仅20余人，却在半年内完成传统流程下几乎不可能实现的17分钟高质量短片；首次尝试AI影像的创作者晓微，用《小怪物》中的固定镜头模拟延时摄影，捕捉到失落与怀念的细腻情绪。

技术更便捷的获取正在降低创作门槛，让非科班出身的个体创作者拥有发声机会。过去，搭建一套完整3D模型需耗费大量人力时间，如今通过即梦AI输入一张概念图，即可生成对应的场景与角色——《九宵》团队正是借此在剧情中频繁更换人物造型和服装，这在传统制作中难以想象。

不过，个体创作登场并非意味着“去人工化”。《九宵》团队花四个月训练模型，测试人物稳定性与背景衔接；《小怪物》创作者用即梦AI批量生成“标准件”建立专属素材库，确保角色风格统一。必须看到，AI生成大量可能性，但最终的艺术表达与情感传递，仍依赖人类的选择与打磨。

正如曾任《卧虎藏龙》《英雄》制片人的李少伟在峰会中提醒的那样：“工具在变，但我们讲述故事、讲述自己故事的渴望，是永恒的。”当AI让越来越多“超级个体”站上创作舞台，行业真正的挑战已不再是技术本身，而是如何守住思想与表达的稀缺性。从釜山电影节的两部短片到国内外影视公司的院线级尝试，AI影视的未来已清晰可见：技术将继续降低门槛，拓宽边界，但最终决定作品高度的，仍是创作者对人性的洞察与对文化的坚守。

