

高温挡不住火热的心

CCG EXPO今天开幕

上周末刚刚在电影院二刷了《排球少年!! 垃圾场决战》的Naka, 背着一个亮眼的橙色“痛包”, 出现在今早上海展览中心开幕的中国国际动漫游戏博览会(以下简称: CCG EXPO)入场观众行列。“痛包”是一种专门设计了透明层用以展示周边的包包, Naka在其中摆满了《排球少年!!》主角日向翔阳的周边。今天, 顶着38度的高温, 她是冲着展会为今年奥运设立的“CCG EXPO×羚邦运动主题街区”而来, 《排球少年!!》就是主题街区的5个运动主题IP体育挑战项目之一。

二次元早已不是“宅男”“宅女”的专属, 像“Naka”这样追逐某个动漫IP参与各种线下活

动, 去商场和展会购买衍生品, 已经成为新一代二次元群体文化生活的常态。

今早开幕的CCG EXPO现场, 云集了国内外各大热门动漫游戏IP。除了《排球少年!!》, “CCG EXPO×羚邦运动主题街区”还囊括了《蓝色禁区》《黑子的篮球》《强风吹拂》《摇曳露营》这几个火热的运动类型日本动漫, 让运动番爱好者趋之若鹜。

CCG EXPO于2015年首创的集卡活动——国色天香Plus卡牌活动, 一直是各大动漫游戏IP争相亮相的平台。本届展会, 活动再度升级, 汇聚来自全球的30多个知名IP, 以独家盲盒卡包的形式, 让观众在现场拆盲盒、换卡片, 社交互动趣味

十足。

CCG EXPO也一直致力于打造自己的IP形象——看板娘此绫。借着展会20周年的契机, 此绫不仅登上了20路公交车的车身, 还与邮政、餐饮、金融行业均有联动, 已经积攒了自己的一批粉丝。每年为收集此绫限定卡片而来CCG EXPO的观众也不在少数。

“不只是CCG。”来自江苏的观众小徐说, “上海的众多展会, 乃至于展会之外的百联、静安大悦城、迪美购物中心等二次元商场, 都拥有最多最全的动漫IP内容。像我喜欢的虚拟主播就是比较小众的, 但在上海也有主题店可以打卡。这也是我一有空就来上海玩的原因。我们也经常开玩笑说, 上海是国内‘二次元的老家!’”

本报记者 吴旭颖

■ CCG现场
记者 王凯 摄



《中国动漫游戏IP产业报告》首次发布

消费群体变化 国产IP崛起

在今天上午举行的CCG EXPO开幕仪式上, 组委会首次与第一财经合作发布了《中国动漫游戏IP产业报告——“IP大战进行时”》(以下简称“报告”), 记录对中国动漫游戏IP商业模式及消费业态的观察。

谁为IP买单

报告指出, IP市场的主力消费者已从过去的男性手办模型爱好者转变为女性游戏玩家, 在一线城市, 甚至已经出现了第二代消费者, 父母带着孩子一起消费成为一种常见现象。目前, 中国IP消费的主力是00后的年轻人。据2022年《第一财经》杂志对1000多名00后进行的调查显示, 超半数受访者有自主进行游戏充值的能力, 80%以上的受访者愿意为音乐、书籍等文化内容消费, 超过70%的受访者有消费或收集文化衍生品的习惯。

万代南梦宫(上海)娱乐有限公司CEO&COO宫谷大树认为, 中国第一批IP受众来自观看电视动画的儿童, 也就是80后, 他们长大后开始消费衍生品。90后和部分00后的信息来源则不同, 他们会用电脑上网看动画、分享创作。等到了2020年, 基本就是手机媒介的天下。

国产动漫发力

到了2020年, 国产IP的迅速崛起成为一大趋势。根据微博动漫今年1月1日至6月11日的统计, 3800个IP超话中, 国产动漫占46%, 其中《天官赐福》《魔道祖师》《时光代理人》的超话互动量均超百万级。此外, 《雾山五行》和《大理寺日志》等国产IP不仅在国内受到追捧, 也在国际市场上赢得广泛关注。

在大银幕, 去年中国总计有62部动画电影上映, 票房呈国产电影引领、进口电影跟随的趋势。在日前闭幕的上海国际电影节上, 两部漫画改编的真人电影《异人之下》和《镖人》展示了中国历史和武侠特色。另外, CCG EXPO也积极推动中国动画电影在日本的线下放映。

支撑产业发展

二次元是人类幻想出来的虚拟世界, 但如今二次元的IP却渐渐在三次元的现实世界里活得如鱼得水。二次元综合性企业漫魂主要业务涵盖零售批发、展会、主题餐饮等, 他们在上海就有4家店, 手头也有独家授权的游戏IP。

集卡社是一家专门从事卡牌产品研发、设计、生产、销售的公司。去年, 他们参与了《有兽焉》IP衍生品的开发, 推出一系列中国瑞兽形象的收藏式卡牌, 受到广泛欢迎。目前, 集卡社以全球知名IP为核心布局产品全产业链, 国内外版权合作方超100个, 合作IP矩阵已达500个。

根据近年来这些新兴二次元公司的发展历程, 报告总结: “未来可能每个专卖店都需要发掘独家IP和特长。”

为一部作品逛展

展会现场, 有不少年轻人并非展会这项活动的忠实拥趸, 而是专门为了自己心仪的某个动漫游戏IP而来。这些年轻人往往为了某一部作品, 而参与各种相关的文化消费活动, 去看电影, 去吃主题餐厅, 去购买联名服装、联名奶茶, 去逛展会, 去听音乐会……有的爱好甚至可能很小众, 比如组队、独立游戏、虚拟主播、插画等, 但都是需要保持高度自主、重度参与的创造性活动。

这种现象也会促进以二次元游戏、动漫为主要驱动力的IP产业进一步完善和发展。正版IP授权体系、收藏与交易市场、快闪主题展等模式, 都将为国产动漫游戏IP商业化发展提供更多可能性。

本报记者 吴旭颖

特展+活动+文创+社交+生活

「博物馆奇妙夜」很奇妙

本报讯 (记者 徐翌晟) 暑假开启, 博物馆之旅再度启程。从7月5日起至8月31日, 全市共有14个区的45家博物馆于暑期周末晚间开展各类“博物馆奇妙夜”活动。在延长开放时间、举办特展及教育活动的基础上, 今年的“博物馆奇妙夜”活动将以“博物馆赋彩美好生活”为主题, 跨界融合, 形式更丰富, 内容更精彩, 让观众体验“特展+活动+文创+社交+生活”的综合性博物馆奇妙夜。

其中的重磅特展包括上海博物馆“金字塔之巅: 古埃及文明大展”、上海市历史博物馆(上海革命历史博物馆)“光荣之城——上海市革命场馆联盟红色文物史料展”、世博会博物馆“一梦华胥——中国皮影艺术光影展”、奉贤区博物馆“巧问造化——中国古代科技文物精华展”、闵行区博物馆“大汉未央——汉代王室精品文物展”等。特色活动包括上海自然博物馆化石挖掘活动、上海天文馆“邂逅星空”夜间观测活动、上海鲁迅纪念馆“笺”倾心活动、奉贤区博物馆“文物医生”文物修复科技体验系列活动等。

特色文创可以到中共一大纪念馆的老字号集市上去找, 包括上海自然博物馆、上海鲁迅纪念馆、闵行区博物馆、上海观复博物馆、上海纺织博物馆、中国工业设计博物馆、上海嘉云艺术博物馆、上海周虎臣曹素功笔墨博物馆、零食博物馆和上海四海壶具博物馆等也都推出了文创优惠活动。

年轻人的“社交”活动也可以到博物馆来体验, 世博会博物馆帐篷夜活动、闵行博物馆的王室探秘活动、嘉定博物馆的缙丝入门体验课程、上海体育博物馆的青少年奥运主题沙龙等都给“同好们”提供了交流的平台和空间。

博物馆让生活更丰富多彩。上海市历史博物馆电竞比赛、中国航海博物馆“青少年海洋守护者课题营”、中国近现代新闻出版博物馆的探索龟兹文化遗产之美系列艺术体验活动、上海纺织博物馆的暑期夏令营等, 都成为夏夜生活的新选择。



扫码了解博物馆奇妙夜相关信息