

2025年开年,《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》)热度节节攀升。据灯塔专业版2月11日数据,该影片总票房(含点映及预售)已突破90亿元,成为中国影史首部90亿电影。随着《哪吒2》大热,其周边产品同样火爆,供不应求。盲盒、徽章(吧唧)、色纸、透卡等哪吒系列“谷子”(源自“goods”音译,指IP衍生周边)受到市场热捧,不少产品卖断货,二手市场甚至出现溢价数倍的现象,官方手办众筹项目上线后更一路狂飙,掀起“谷子经济”层层热潮。

记者了解到,其中卖断货的许多周边产品,都产自“中国潮玩之都”东莞。作为《哪吒2》官方合作品牌FunCrazy的哪吒系列周边独家生产商,位于东莞万江的广东衡立泰工艺品有限公司(以下简称“衡立泰”)自春节复工以来,就开足马力紧急备货,预计3月初陆续出货,满足市场对哪吒“谷子”的旺盛需求。无论是近年来风靡的“谷子”,还是其他电影周边、大型体育赛事吉祥物、出海游玩,“顶流”背后的“东莞制造”都频频“上分”“出圈”,展现着这座制造业名城的“硬实力”。



文/羊城晚报记者 石梦卓
图/叶何湘

《哪吒2》东莞制造“谷子”脱销 工厂紧急备货“开绿灯”

“谷子经济”背后,制造业名城展现硬实力

A
『哪吒』难求,生产商开足马力赶制100多万套

“全公司只剩下这一套样品了!没想到这么火爆,现在在紧急备货的阶段。”衡立泰总经理陈祺接受记者采访时表示,大年初十公司开工,客户FunCrazy就又下了100多套的订单,目前工厂正开足马力,加班加点生产。

作为FunCrazy《哪吒2》系列周边的独家生产商,衡立泰生产的哪吒系列“谷子”包括亚克力色纸、亚克力徽章夹盲袋、反光马口铁徽章、剧情胶片卡、MINI吧唧盲袋、亚克力透卡等,其中卖得最火爆的要数反光马口铁徽章和亚克力色纸。

据陈祺介绍,这两款爆品均采用闪底技术,用闪光灯拍摄即可显现出闪亮的视觉效果,复刻出电影中哪吒火焰燃烧的画面。在社交平台上搜索“哪吒反光徽章”,可见众多粉丝晒出商品,直呼“绝美”“帅炸了”“上等周边好物”等。FunCrazy淘宝店铺则显示,售价35元一张的亚克力色纸当前在电商平台土人人气指数10万以上,已有3万件以上历史成交,是店铺热销第一名,且仅支持预售。店铺内,反光徽章盲袋、亚克力挂件盲袋也均显示无现货,预售产品可正常购买。

日前,记者来到衡立泰

B
『谷子经济』兴起,莞企全产业链显优势

的工厂车间,只见工人们正在用冲压机赶制哪吒系列的马口铁徽章。“一天最多能生产40万个徽章。”陈祺说,企业的自动化设备可解决前端的印刷和零件制作,后端组装、包装等流程主要还是靠人工。

“现在对哪吒系列的产品是‘开绿灯’,第一时间为市场供货。”陈祺透露,去年10月收到订单后,今年1月初交货30多套,产品经过设计、修改、打样等前期流程,工厂正式生产时间为一个月左右。这些哪吒周边产品在《哪吒2》上映后销售火爆,三天就开始卖断货,年后企业收到的品牌方补货订单达到100多套。产品需求大、工期紧,因此工厂年后一开工就加紧生产,新增人手,还专门成立应急小组,优先处理哪吒周边产品生产。

“非常开心,也非常荣幸看到哪吒的周边受到大家的喜爱,下一步我们会更加努力做一些新品去推广。”陈祺说,年后这批订单,预计3月初就能够陆续出货。谈到社交媒体上网友对石矶娘娘、飞天猪等配角的关注和喜爱,陈祺告诉记者,目前其他类型的新品也在同步与客户对接设计,全力推进中。

C
『顶流』迭出,全国逾八成潮玩产自东莞

“哪吒2”票房口碑双丰收,带火东莞制造的“谷子”。事实上,这并非东莞制造在2025年的首次“出圈”。春节期间前,由文化和旅游部组织设计开发的2025年“欢乐春节”吉祥物“吉祥蛇”出海全球140多个国家和地区,在美国、德国、维也纳、泰国、越南、老挝等春节活动以及国务院新闻办举行的2025年新年招待会中陆续亮相。这只喜庆可爱的“吉祥蛇”毛绒玩偶,正是由位于东莞茶山镇的东莞皓奇乐文化产业有限公司生产。这也是该公司继兔年、龙年春节后,第三次成为“欢乐春节”吉祥物的独家生产商。

再往前追溯,2022年北京冬奥会期间一“墩”难求的吉祥物“冰墩墩”,由东莞石排镇的广东狼博旺实业有限公司制造;2022卡塔尔世界杯,吉祥物“拉伊卜”手办、“大力神杯”形象摆件、纪念币、钥匙扣、徽章等近200款

盛,企业外销和内销占比从原先的七三分到如今的三分,实现强势逆转。

为何《哪吒2》的官方周边生产选择了衡立泰?陈祺表示,企业具备全产业链生产能力是其中一个重要原因。“我们生产的‘谷子’品类比较齐全,像亚克力产品、吧唧、色卡等,全套产品都由我们来做,从设计到运输,客户很省心。”他说,从单一的产品加工生产起家,衡立泰已发展成为集设计、规划、生产、包装、销售、运输功能于一体的全产业链集团公司,掌握“谷子”生产全流程工艺,同时有专门的研发团队进行创新设计。

在当今动漫周边产品的激烈竞争下,为了提升产品色彩细节及敏感度,衡立泰还聘请多名专业出版工程师,力求做到100%还原客户对色彩的要求。

《哪吒2》的爆火,让哪吒“谷子”随票房一路热卖,也让“谷子经济”热度再攀升。位于东莞核心商圈的民盈·国贸城,线下“谷子”店如雨后春笋般涌现,穿着各类动漫游戏装扮的coser(角色扮演者)不时在此聚集,购买心仪的“谷子”。

“我也会经常刷社交媒体,看看‘谷粉’们喜欢什么、哪些原创设计可以批量生产,及时掌握市场变化。”

陈祺说,东莞作为世界制造工厂,具有特别的优势,再加上近年来国漫崛起,带动了整个行业的发展。“好IP的生命周期很长,肯定不止一两个月,可能有几年甚至几十年。”陈祺对“哪吒”的未来充满信心。

在东莞,包括潮流、“谷子”在内的玩具制造具备强大的上下游产业链配套和供应链网络,涉及造型设计、原料供应、模具加工、零件制造、装配成型、包装装潢等玩具设计研发生产制造全产业链条。强大的全产业链优势,让东莞成为全国乃至全球IP商业化的首选地。公开数据显示,全球动漫衍生品1/4由东莞制造,中国近85%的潮玩产自东莞。截至2022年,东莞涉及潮玩生产的规上企业共计87家,工业总产值达166.57亿元,同比增长29.8%。

近年来,东莞大规模布局潮玩行业,2023年发布了《东莞加快潮玩产业发展若干措施(试行)》,从开拓潮玩产业市场、活跃潮玩文化氛围、提高企业竞争实力等三个方面提出11条政策措施,加快潮玩产业集群高质量发展,进一步擦亮“中国潮玩之都”城市文化名片。



盲盒、卡牌、联名牛奶……哪吒IP产品销量火箭式飙升

《哪吒之魔童闹海》(《哪吒2》)无疑是今年开年最受观众喜爱的电影。随着电影票房一同大卖的,还有各色周边商品,大呼“看不够”的粉丝将对哪吒的热情延展到大银幕之外。记者从淘天集团获悉,近期,在天猫上,平均每天有超过2万人在线搜索泡泡玛特《哪吒2》“天生羁绊”系列手办盲盒,影片周边卡牌一周即销售超过70万张。

截至2月6日,天猫平台上,由导演饺子创作的哪吒系列形象授权周边在平台上销售额已突破5000万元。其周边种类覆盖了盲盒、卡牌、毛绒、搪胶娃娃、胶片卡、冰箱贴、徽章、贴纸等数十种,且成交量还在继续飙升。

记者了解到,《哪吒2》“天生羁绊”系列手办盲盒自1月30日起在泡泡玛特平台上,《哪吒2》也表现出其作为国产动画IP

的顶级带货能力,上映10天即带动平台上联名款销售超1200万元。其中,蒙牛与《哪吒2》联名推出的3款牛奶产品,自影片上映至今销售额突破500万元;兔头妈妈品牌与电影联名推出新品“奥拉氮气蛀儿童牙膏”,上线7天成交额环比增长383%,此联名款成为该品牌牙膏“第一爆品”。

有业内人士指出,饺子所创造的“哪吒宇宙”或成为国内最有商业价值的影视IP之一。不同于其他影视作品中IP周边主要通过主角来吸引核心粉丝人群,《哪吒2》中大量的配角也吸引了广大观众的喜爱:三星堆元素拉满的结界兽,一反刻板印象、可爱软萌的石矶娘娘,甚至出场只有10分钟左右的申小豹,都靠着独特的角色魅力吸引了一众粉丝,大大带动了其周边商品延展创作的可能性。

天猫玩具潮玩行业相关负责人告诉记者,《哪吒2》相关商品的搜索和成交的增长是爆炸式的,平均每天较前一日有超过10万的搜索人数增长,这种情况在近几年的IP衍生品销售中罕见,作为开年最火爆的IP,预计这股“哪吒旋风”还能再刮至少1个月的时间。

羊城晚报记者 沈钊

佛山艺术家用VR复刻70年前“行通济”盛况

数字技术激活民俗传播新花样

羊城晚报记者 梁善茵 周欣怡

你见过70年前佛山“行通济”的盛况吗?2月11日,佛山“行通济”民俗再次开启,值此之际,佛山本土艺术家崔衡晋用VR技术720度全景还原昔日“行通济”景象——爆竹声声,烟雾缭绕,人们提生菜和元宝穿过通济桥,其乐融融,热闹非凡。

通济桥建于明代,1626年得名“通济”,寓意“必通而后有济也”“以正义通,以亨通济”。从明末清初开始,每逢正月十六,佛山四乡家家户户都会扶老携幼走过通济桥,祈求来年平安顺遂。

“现在元宵‘行通济’已成为粤港澳大湾区的年度盛事之一,但很少人知道以前的‘行通济’是怎样的,数十年来经过了哪些演变。”崔衡晋希望通过数字技术,吸引更多年轻人了解“行通济”的历史演变和在意蕴。



崔衡晋“行通济”VR 绘画作品封面

全景式复刻昔时“行通济”场景

崔衡晋是土生土长的佛山人,作为广东环境保护工程职业学院人居环境学院专任教师,他以油画笔触结合VR数字技术,历时五年,一笔一画复刻出上世纪50年代佛山人“行通济”的场景。

打开VR视频,鞭炮声声入耳,通济桥及周边热闹非凡。桥上人群熙熙攘攘,或扶老携幼、或三两结伴,手持生菜、“利是”等寓意吉祥的物品鱼贯而行。通济桥一侧,几个孩童点燃鞭炮,鲜红的鞭炮纸屑与火光交相辉映。细看之下,还可以发现通济桥北面牌坊上的陶瓷公仔、灰塑、浮雕等岭南文化元素……

为了考证当年“行通济”的真实场景,崔衡晋翻阅了上世纪50年代、70年代的通济桥照片,走访了住在通济桥一带的老街坊,结合文献资料对比查证,最终选取了部分代表性建筑进行复原。

“当年人们会在桥上烧鞭炮,下桥后在通运社烧香,然后提着生菜回家。通运社与三条

路相连,往东北方向走可以到佛山大都会,西南方向的两条路则通往南村、南浦等村落。”崔衡晋告诉记者,如今大家熟知“行通济有‘闭翳’(粤语:发愁、不安)”这一谚语,但其中一些习俗已随时代变迁而不同于往日。

例如,传统“行通济”的时间从正月十五23时(子时)开始,现已提早到正月十五白天开始;以前人们会在通运社拜社公,但后来通运社被拆除;“行通济”“三件套”中的“利是”,香烛也逐渐被风车、风铃所替代。

崔衡晋表示,受限于交通条件,曾经往来通济桥的多是附近村落的村民。随着改革开放和城市化的发展,佛山人的足迹遍及全国各地,也有更多外地市民游客成为“行通济”的一员。“不论‘行通济’的风俗习惯如何改变,人们对美好生活的憧憬始终不变。我希望将那些已消失的城市记忆还原出来,延续这份年味和祝福。”崔衡晋说。

数字技术助力民俗传播“出圈”

崔衡晋用VR技术复原上世纪佛山人“行通济”的场景,并非首例。2023年3月,佛山首次应用虚拟现实还原“行通济”民俗场景,像素小人在虚拟空间内跨点派发红包,玩出数字激活文旅消费的“新花样”。

“新技术、新手段正为非遗传承发展与传播带来新的契机。”广州美术学院工艺美术学院院长齐喆认为,非遗借助数字技术平台,走进更广阔的公共空间,非遗传播才更有机会“破圈”。

以中国西北传统戏剧秦腔为例,依托全息投影、数据云和AI等技术,其成功实现了“全数字化”的艺术生产。虚拟角色“秦筱雅”是国内首个成功开发的秦腔数字人角色,可基于全网

大数据资源,提供实时服务和音视频资源即时抓取。

中央文化和旅游管理干部学院副研究员孙佳山则提醒,在拥抱数字技术的同时,我们也需要对它保持清醒的认识。应警惕对数字娱乐的沉溺,还要避免传统民俗、非遗技艺被过度娱乐化、商业化以及偶像化。

谈及VR绘画作品的进步与传播,崔衡晋表示:“现在更多是个人兴趣使然,至于如何更立体地呈现人们‘行通济’的动作细节,仍需进一步的技术加持。”

谈起作品的传播效果,他更注重非遗本身的历史查证,“不能单看某张老照片或者只听某几位老村民的口述,需要结合历史资料反复比照,越原汁原味的非遗越能够引发大家共鸣。”

非遗花灯点亮千年传统

广州入选元宵灯会十大热门城市

羊城晚报记者 刘星彤

2025年元宵节将至,非遗花灯以其独特的文化魅力点亮各地元宵夜,各式传统文化盛宴在全国各地上演,带动了文旅消费热潮。

据大众点评数据,今年元宵节相关展览、节庆演出活动较2024年增长超75%。结合全息投影、3D裸眼、声光电现代科技手段的户外沉浸式灯会展、非遗活动等内容成为节日亮点,相关笔记攻略数同比增长1104%,笔记浏览量增长309%。

同程旅行发布的《2025年元宵节非遗灯会赏灯地图》显示,元宵灯会十大热门城市中,沈阳居首,其后分别是南宁、镇江、成都、广州、开封、苏州、上海、南京、杭州。

元宵佳节,南北花灯齐放,形式各异的花灯游览活动吸引众多游客。同程旅行数据显示,沈阳作为元宵赏灯的“黑马”,游客预订量居首。成都的“天府灯会”将川剧变脸、蜀绣等非遗元素融入花灯设计,杭州的西湖灯会、乌镇的“水乡夜宴”带游客体验别具韵味的水乡元宵,各具魅力,新意盎然。

在广州,越秀公园、文化公园等多个公园、景区都将举办元宵

灯会及相关主题活动。正佳星域内,正佳极地海洋世界等七大主题乐园准备了上千份元宵和百场演出、动物科普、猜灯谜互动等活动,让前来过节的大小游客度过一个欢乐好玩的元宵节。

作为“广府味·幸福年”2025广府庙会也将于2月12日元宵节当日在盛大启幕。本届广府庙会以城隍庙忠佑广府为主会场,以北京路步行街、梅花街、矿泉街、五仙观等为支点,将在线上线下结合开展,持续7天。

2月10日启动的“广州过年·花城看花——2025国际旅游知名人士花城广州幸福之旅”活动,带领70多名国际游客深入体验这一岭南标志性传统盛会,感受广式新春佳节。

值得一提的是,今年元宵节期间,传统非遗花灯与现代高科技结合的打卡项目深受游客喜爱。同程研究院相关负责人表示,各地推出的“花灯+文化体验”“花灯+美食”“花灯+民宿”等特色线路,将非遗花灯与旅游场景深度融合,不仅延长了游客的停留时间,带动了周边住宿等需求,更让当地夜间经济因非遗花灯焕发新的活力。