



# 《哪吒2》撬动的“市场蛋糕”有多大？ 不仅创造了票房奇迹，它背后还有千亿衍生品的潜在价值



## A 撬动 100 亿级电影消费市场

《哪吒2》不仅荣登全球动画票房榜第一名，这部现象级国漫影片以其强大的IP效应，还撬动了百亿级市场，更带动了影视、消费及其周边产业链的发展。据不完全统计，截至目前，与《哪吒2》联动的品牌已超20个，包括蒙牛、卡游、泡泡玛特、荣耀、长城汽车、兔头妈妈等，合作形式涵盖品牌联名、线上品牌推广等。“哪吒”也不负众望，展现出了其惊人的“带货”能力。某电商平台数据显示，上映10天《哪吒2》在单一线上消费渠道带动联名款销售已超1200万元。

此外，《哪吒2》也撬动了相关IP消费衍生品市场，部分周边产品卖至脱销。记者发现，在天猫，盲盒热销榜排名前三的盲盒玩具均为哪吒手办周边。其中，泡泡玛特哪吒手办盲盒销售量突破10万件，但目前商品显示为“预售”，现在买都是6月30日前才能发货。

有专业机构预测，《哪吒2》的总票房有望冲刺150亿元，进入全球票房榜前5指日可待。重庆UME影城品宣王兴认为，《哪吒2》的成功，掀起了国漫崛起的浪潮。对中国电影制作最直接的影响就是，动画产业制作迎来了一个新的春天。王兴预测，《哪吒2》将带动整个动画产业的发展，未来可能会有更多从业者加入这个行业，包括动漫爱好者乃至专业技术人才，他们的涌入将共同推动中国动画产业创作出更高质量的作品。“放眼全球，它也是一个突破。在动画电影市场，不再是好莱坞一家独大了。”王兴说，在整个电影市场，好莱坞的地位也有所撬动，中国电影的整体质量提高，中国电影也会越来越国际化。以后，讲述中国老百姓的故事，包括讲述中国传统神话故事的电影，可能也会越来越多。



2月19日，据猫眼专业版数据，电影《哪吒2》总票房(含点映、预售、港澳台及海外票房)已突破137亿元。记者梳理发现，这部现象级国漫影片不仅创造了票房奇迹，更以其强大的IP效应，带动了相关影视、金融、文旅等多个产业的蓬勃发展。比如，《哪吒2》官方正版手办在阿里鱼、造点新货的众筹已超3100万元；光线传媒作为电影主要出品和发行方，股价也上演一路“狂飙”；与哪吒相关的景区景点也迎来旅游热……“像《哪吒》这种百亿票房收入的影片，它背后有千亿衍生品的潜在价值。如果能把这部分充分做好，中国电影产业的成熟和发展壮大将更加辉煌，成绩更加斐然。”华夏电影市场拓展部副经理刘莉莎这样告诉记者。



## B 背后A股公司市值暴涨近千亿元

在电影市场，如果说《哪吒2》撬动了100亿级市场，那么在资本市场，《哪吒2》则撬动了千亿级的市场。《哪吒2》创造的票房奇迹直接推升了参与方的市场价值，光线传媒作为电影主要出品方和发行方，股价也上演一路“狂飙”。

《哪吒2》于大年初一(1月29日)起在中国大陆地区公映，上映后口碑不断提升，蛇年春节后首个股市交易日(2月5日)光线传媒开盘即涨停。2月14日，光线传媒再度涨停，走出8天6(涨停)板的暴涨行情。1月27日是春节假期前的最后一个交易日，记者粗略计算，从1月27日至2月17

日最高点，光线传媒涨幅超过了300%。光线传媒的股价在1月27日收盘价为9.53元，到2月17日，其股价一度涨至最高点41.68元，涨幅超过了300%。这段时间内，光线传媒市值从约280亿元增长到超过1200亿元，市值增长了约920亿元。

与此同时，《哪吒2》的“吸金效应”持续外溢，带动影视行业发行出品、院线排片等相关上市公司股价上涨，中证影视主题指数近一月上涨25.15%。此外，公募也是“隐形赢家”。据Wind数据，截至2024年末，20家公募基金旗下的35只公募基金重仓持有光线传媒，持股总市值超过10亿元。持仓前三的

基金净值节后均伴随光线传媒的股价飙升而同步上涨，复权单位净值涨幅均超10%。

对此，华龙证券投资顾问赵海宏表示，光线传媒近期的大幅拉升的确是受到了高票房所带来的利好刺激，但二级市场股价从目前的情况看，也极大地透支了预期。在17日出现高位剧烈震荡后，他认为短期资金出现较大分歧，在股价大幅上涨后获利盘累计巨大，会给个股盘面带来很大抛压，大概率光线传媒将进入高位震荡阶段。有业内人士表示，光线传媒的“哪吒利好效应”或许已接近尾声，想要真正站稳千亿市值，需要更多的爆款影视作品支撑估值。

## C 掀起“跟着哪吒去旅游”热潮

文旅方面，《哪吒2》的影响力同样不可小觑。在影片的带动下，不少与哪吒相关的景区景点也迎来旅游热，掀起了“跟着哪吒去旅游”的打卡热潮。在《哪吒2》影片中，一口四川方言的太乙真人、说着天津方言的陈塘关百姓，这样的设计不仅给角色增添了许多幽默感，也让观众感受到了更浓厚的地域文化氛围。



影迷在成都天府长岛数字文创园哪吒形象雕塑前合影



观众展示在成都一影院换取的《哪吒2》海报

四川宜宾，传说中哪吒出生地“陈塘关”以及“大战龙太子”的龙脊石都在此地。如今，宜宾有哪吒行宫、哪吒欢乐世界等景点。数据显示，2月上旬，宜宾在某旅游出行平台的搜索量环比增长225%，翠屏山景区凭借哪吒行宫等主题景点，成为热门打卡地，日均游客人数已达4000人。从正月初四至今，哪吒行宫累计接待游客已超过6万人次，较往年同期增长了300%。

距离宜宾翠屏山大约400公里的绵阳江油乾元山，则流传着太乙真人在此得道飞升的传说。景区内的金光洞、哪吒肉身坟、哪吒点将台、哪吒庙等同样迎来了大量游客，此外，在广汉三星堆博物馆，也迎来扎堆围观结界兽原型的“哪吒迷”。都江堰青城山作为二郎神杨戩的“老家”，近日热度也在不断攀升。

天津陈塘庄此前一直有“陈塘关”的地名，还流传着“哪吒闹海”的传说。《哪吒2》中，陈塘关百姓和龙宫将士的角色使用天津方言配音，也让《哪吒2》和天津的联系更加紧密。天津文旅趁热打铁，推出了多条“哪吒”主题体验线路，客流量增加了近30%。

携程旅游此前数据显示，《哪吒2》电影上映两周以来，天津的旅游订单同比增长超20%，四川江油的旅游订单同比增长约30%，与电影相关的天池公园、汉中天师堂等景区搜索热度同比增长均超过四成。

“哪吒热”给文旅带来了泼天流量，但如何将这种短期效应变为长效流量，从而带动可持续的文旅消费，也给各地文旅部门提出了新课题。中国旅游研究院院长江旅游研究基地首席专家、重庆市政府旅游发展高级顾问罗兹柏教授认为，如何接住流量、保住流量、持续流量，更重要的是需要借助《哪吒》的热门文化现象，引导当地展示出地域、区域文化的魅力。通过地域特色窗口效应，让当地文旅资源故事化、场景化、娱乐化、休闲化，从而带动相关地域的旅游经济持续发展。另外，文旅要持续融合发展，需交通、住宿、餐饮、娱乐等多个要素支撑，提升可进入性和便捷性，同时还需提高旅游的服务质量和水平。

### 新闻延伸

## 假冒账号甚至还带货 饺子导演权益被侵犯

近日，随着《哪吒2》爆火，不少网友发现网上出现多个疑似假冒饺子导演的账号。这些账号主要以“饺子导演”“饺子(杨宇)”之类的名字命名，使用导演本人照片或者魔童哪吒图片当头像，发布“饺子导演正式入驻某某平台”“杨宇小号，感谢支持”之类的信息。一些账号粉丝量一度飙升至数十万，并挂出了商品链接。目前，相关视频平台已查处400余个高仿号。

这些假冒账号进行带货的行为，侵犯饺子导演的哪些合法权益？

北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红律师表示，这些仿冒账号使用“饺子”“饺子导演”“饺子(杨宇)”之类的名字，冒充饺子导演，属于盗用、假冒他人姓名的行为，侵犯了饺子导演的姓名权；其次，仿冒账号未经饺子导演同意，使用其照片作为头像，在一定程度上侵犯了饺子导演的肖像权；此外，这些仿冒账号未经授权使用、传播《哪吒》系列电影的片段、海报等，也侵犯了该影视作品的著作权。而且，这些仿冒账号利用饺子导演的名气“吸粉”，让其粉丝误以为是饺子导演在带货而购买商品，这也从某种程度上侵犯了饺子导演潜在的财产权益。

马丽红律师建议饺子导演，首先需要保存这些假冒账号的相关信息、带货内容等证据。证据搜集完毕可以向短视频平台投诉，要求封号。还可以向市场监管部门举报虚假宣传和不正当竞争行为，必要时可起诉假冒账号的运营者，要求其停止侵权、赔偿损失，此外，若涉及诈骗等犯罪行为，可及时向公安机关报案。 据法治日报