

台湾文创小微企业组团拓展大陆市场

2019年10月17日 10:44 来源：中国新闻网



10家台湾的文创小微企业组成“台湾馆”参展上海国际品牌授权展。 张亨伟 摄

中新网上海10月16日电 (记者 李佳佳)在16日开幕的上海国际品牌授权展上，10家台湾的文创小微企业组成了“台湾馆”，在台湾贸易中心的牵头下挺进大陆市场，推广他们的原创角色图像和创意软实力。



虽然在大陆市场属于新面孔，但仔细了解会发现其中不少品牌在台湾地区已经是“老字号”。比如台湾百年不老的最佳IP经典-丘比娃娃，即将110岁。 张亨伟 摄

今年，台湾贸易中心征集到必应创造、佳瑞国际、宏智国际文创、玛玛文坊、飞跃文创、统一超商、罗丝欧尼尔丘国际智权、七顶创意、旺得福国际与元宁贸易等10家业者组成“台湾馆”进行展出。他们拥有完整的品牌策略及多元丰富的品项，展出的内容涵盖原创图像、动漫角色、图像授权、品牌经纪代理、主题乐园营销等，其中8呖的搞怪乐园、黄阿玛的日常生活、旺得福国际的汪来汪趣wdog等，皆是在台湾地区知名的重点IP。

在服装领域经营多年的旺得福国际早前已有成功IP形象活跃于台湾市场，此番首次参加上海国际品牌授权展，推出了全新的“汪来汪趣”原创IP，主要定位于十几岁到三十几岁的年轻市场。“我们做了40多年的被授权商，现在换了角色做授权商，很知道客户需要的是什么”，旺得福国际有限公司CEO执行长谢兆琳认为，大陆市场广阔且多元，包容性和接受度都很大，能为她们提供更大的市场空间，“我们有实际品牌运作经验和国际化经验，同时我们也是一家很有使命感的公司，能够不断传递正能量，所以我们并不惧怕竞争”。

来自必应创造的“8呖的搞怪乐园”，是台湾首创的移展式亲子乐园。与普通的IP形象授权不同，必应创造近年来积极开发故事绘本、亲子乐园、剧场等IP项目，更首度开创结合IP角色个性，打造体验互动展，由于其在台湾本就是偶像团体五月天的演唱会制作公司，故在该领域积累了大量经验。必应创造股份有限公司专案经理许舒婷说，首次来到大陆虽然还是最希望通过乐园的IP授权方式打开市场，但也知道这个领域门槛比较高，所以愿意通过IP形象授权慢慢起步，“自有IP以及合作的弹性空间大，将会是我们最大的优势”。

玛玛文坊的“黄阿玛的日常”，以黄阿玛(猫)为首带领六位后宫成员(猫)与两位猫奴(创作者)的趣事分享，宣扬“领养不弃养”的理念。品牌至今已迈入20周年，在亚洲拥有500多万粉丝爱戴，2015年起固定每年发表书籍著作。而飞跃文创的“庖斗星球”则发源于日本知名扭蛋品牌，在全球其IP玩具的销量就达3000万颗，去年参展已有3到4家香港买家表达合作意愿，今年再度参展希望吸引更多的关注。

本次“台湾馆”的10家台湾文创小微企业，带来的幽默且具有疗愈功效的创意IP，着实令人眼前一亮。很多IP形象虽然在大陆市场属于新面孔，但仔细了解会发现其中不少品牌在台湾地区已经是“老字号”。作为这次“台湾馆”的团长、宏智国际集团、宏钜品牌管理(上海)有限公司董事长韩佳宏告诉记者，在台湾，文创产业起步早，呈现百花齐放的景象，很多人会把文创产业作为职业发展的重要方向。而在大陆，文创产业最早出现在2013年，此后随着消费者、资本、媒体的关注，这个市场越来越成熟，呈现出全新的特点，比如说知识产权的保护，“过去人们发现这个IP很可爱，就会想那我画一个跟它很像的就好了，可是现在用IP形象做活动之前，大家最先想到的就是看商标”。

他还说，过去大陆厂商选择IP形象合作，只关注像迪士尼、漫威这样的头部IP，现在却会根据自身情况和需要，选择能够跟目标消费者进行连通的IP形象，不再单纯追求知名度。而且现在大陆的IP授权市场更加多元，比如最近大热的艺术IP，产业开始做细分，说明这个产业开始百花齐放。“大陆的IP授权产业在很多方面都出现了质变”，韩佳宏说。(完)

注：请在转载文章内容时务必注明出处！

编辑：王丹沁