

# 一边是爆款频出,“破圈”不断;一边是品类同质化,盈利有限

## 文创产业的“长”和“短”

本报记者 王维现

连日来,三星堆遗址不断“上新”,成功带火文创产品——三星堆盲盒。事实上,近年来,文创产业一直爆款频出,广受消费者热捧。自北京故宫文创走红后,各地博物馆争相打造文创IP卖萌,“文物”雪糕、“神兽”巧克力、主题咖啡馆等不断“上新”,让此前形象“高冷”的博物馆成功“破圈”。

此后,文创版图不断扩张,“文创+”涉足各个领域。数据显示,在2020年,仅上海文创产业的全年总产出就超过了2万亿元。不过,文创产业在我国的发展历程并不算长,文创产品在创意转化深度、商业价值实现、版权保护等方面仍存短板。

### 产品与用户之间存在“精神连接点”

电影主题日历、四大名著书签、文博印花T恤……在北京从事影视行业的95后解延慧是一位资深文创“玩家”。在她向记者展示的文具、生活用品、摆件中,文创元素随处可见。不少产品贴上文创标签,价格通常会比普品高出几倍。以日历为例,普通日历价格在20~30元,文创日历的价格普遍会升高2~3倍。而一款世界地图主题的手摇机械日历,价格甚至超过了150元。

不过,对于解延慧这样标榜个性、且具有一定购买力的年轻人,与标价相比,他们更在意的是,产品设计和价值输出是否能在某个瞬间“击中”自己,刺激消费冲动。

人民文学出版社文创部负责人邝丙芮解释说,文创产品和走量的普品爆款在销售逻辑上并不相同。“普品每降低一角钱就可能用开很多竞争对手,但是文创产品的目标用户一般对价格没有那么‘敏感’,他们更看重产

### 阅读提示

近年来,“文创+”涉足各个领域,一直爆款频出,广受消费者热捧。然而,文创产品在创意转化深度、商业价值实现、版权保护等方面仍存短板。走红的持久性在于持续的内容输出能力,“上新”速度快过用户产生审美疲劳的速度。优秀的文创设计需要兼具实用性、审美性和设计感。

品是不是带有个人标签色彩,能够标识自己的阅读区位和审美品位。”

“文创产品本质上是IP,消费者愿意为文创产品买单,更多是认同产品背后的精神调性。”文创行业从业者、北京原野盛放联合创始人王君毅分析称,以航天主题文创为例,圈粉的大部分是航天爱好者、硬核理工男,他们认同航天所代表的探索未知、勇于突破的精神,更容易建立共情和精神寄托。

为找到产品与用户的“精神连接点”,文创产品的用户画像通常十分精准。

豆瓣豆品销售负责人张超举例说,此前豆瓣豆品推出了一款收藏夹,根据票据不同尺寸划分收藏专区,供用户收藏车票、电影票、门票等回忆凭证。这款产品的走红正是成功找到了豆瓣社区文化与用户现实需求的“接口”,让用户通过收藏票据记录美好生活。

邝芮告诉记者,“人文之宝”的用户定位通常在20~35岁之间,除了文艺青年,会重点关注小众爱好圈。比如,此前推出的正子公也系列三国、水浒插画闪存卡,就很受集卡爱好者欢迎。

### 商业价值转化并不容易

在文创市场,文具、杯子、T恤、摆件这样的品类构成了产品基本盘。

张超分析说,在起步阶段,文创产品选择

这样的品类“不容易犯错”,消费门槛较低,方便消费者用较低成本给自己“贴标签”,“有时,冷门的东西反而不如杯子、笔记本这样的品类卖得好”。

当然,文创从业者的选择也出于现实考量。“书签、笔记本这类产品,打版费用较低,可以小规模生产试水。”王君毅透露,像金属模型这样的文创产品,成本很高,一个手指长的地铁模型,模具费用就需要8万元左右,制作2~3万个模型后,还需要重新更换模具。

站在文创风口,快速占据市场实现增长成为入局者角力的焦点。然而,一些新入局的文创品牌,盈利状况并不乐观。

近两年,不少大型企业成立了专门的文创部门,希望此前作为员工福利或对外赠礼的文创产品能够实现商业价值转化,在文创市场分一杯羹。但是,想用文创产品为企业、行业赋能,目前还存在不少瓶颈。

王君毅说,一件普通T恤,根据材质和工艺不同成本需要50~100元,因此一般文创T恤的价格在100~200元之间。而批量生产的成熟服装品牌,一件T恤的成本较低但能卖的价格更高,因此,文创产品盈利空间相对有限。

另一个难点在于,如何让用户对于文创产品的文化内涵“买单”。

张超认为,文创产品实现商业转化的关键在于,把“IP最能拿得出手的点放大,让消

费者对IP产生人格化联想,为消费者提供差异化价值”。

### 持久走红需要持续的内容输出能力

最近,解延慧在北京的网红胡同——五道营、南锣鼓巷闲逛时发现,“文创商店里卖的商品高度同质化,都是首饰、火柴盒、冰箱贴、免考一类的产品。”

张超分析说,目前,文创行业的门槛并不高,有小的创意就可以变成“泛文创产品”,这类同质化的文创产品通常进货价格较低、利润空间较高,很容易受到景区或商业街的商贩青睐。

“和身边的朋友聊起文创,很多人想到的还是胶带、帆布包、手办……”解延慧觉得,“文创的空间还有很大”。文创产品的同质化,也在一定程度上说明,目前的一些创意转化仍停留在浅层次。

王君毅向记者梳理了目前文创产业的几种孵化路径:传统文创类似迪士尼,由高知名度内容IP衍生出各种文创产品,或者依托品牌的文化属性进行衍生。

喜欢上博物馆文创,然后有兴趣了解文物背后的故事;迷上了科技文创,而后有兴趣走进科学,这也是很多人对于文创产品的期待——能够通过“潮范儿”“不土”的表达,让年轻人对品牌产生新的认知。

在张超看来,文创产品走红的持久性在于持续的内容输出能力,“上新”速度快过用户产生审美疲劳的速度。此前,故宫文创、敦煌文创的走红均是基于厚重的历史积淀和持续的文化输出。

此外,受访者都不约而同地提到了文创行业的版权保护问题,“如果不尽快完善版权保护机制,行业很容易被‘玩坏’”。



## 国产芯片的缺与不缺

### 经济观察

本报记者 杜鑫

近来,蔚来汽车因芯片短缺暂停生产的消息引发舆论持续热议。尽管此番汽车缺芯是全球性的问题,但也折射出国产汽车对进口芯片的依赖。中国汽车芯片产业创新战略联盟的数据显示,2019年中国汽车芯片进口率超90%。

此前,手机行业也曾陷入缺芯危机,“芯荒”的国内企业越来越多。与此形成反差的是,工信部副部长王志军去年在公开场合表示,前些年,在钢铁、水泥、电解铝等领域存在着重复建设和产能过剩,目前芯片制造等行业也出现了盲目投资和烂尾项目。

据媒体报道,截至2020年10月初,全国的芯片相关企业超过5万家。2020年新成立的芯片公司就超过1.2万家。在一年多的时间里,全国有6个百亿级半导体大项目先后停摆。

芯片荒和与数量众多的芯片企业,甚至是产能过剩并存,看起来让人有些不解,实际上正反映了国产芯片产业存在的问题——低水平重复建设,核心技术受制于人。

以汽车芯片为例,业内分析,在这一轮芯片危机中,短缺芯片主要集中在电子稳定程序和电子控制系统等中高端芯片方面。而数据显示,2020年,全球汽车芯片市场规模约3000亿元,我国自主汽车芯片产业规模仅约70亿元,且主要分散在低附加值和低可靠性领域。

从舆论的热度、动辄数百亿元的芯片项目、国家到地方频频出台的支持政策来看,全社会对于缺芯问题的认识是很深刻的。但是落实到“做”上,却出现了偏差。钱没少花,问题却还摆在面上。

究其原因,一方面是由于各地匆匆上马的一些项目缺乏统一的顶层设计,具有一定的盲目性。芯片产业有一条长长的产业链,涉及设计、装备、材料、封装、测试等各环节。不能哪个环节好就做做哪个或者都峰拥至短板环节。

另一方面,一些项目具有很强的投机性,甚至只为拿到政府的补贴。而个别急于抢得先机的地方政府,又缺乏判断产业前景和辨别团队实力的专业能力。在媒体的调查中,一些后来烂尾的项目,项目方竟然极少出资甚至零成本出资,主要是地方政府出资。

小小的芯片已经接连卡住了电子、汽车等行业的脖子,促进国产芯片的高质量发展,加快国产化替代,已迫在眉睫。当务之急是加强顶层设计,不能再各自为战,要形成合力。有关部门应该将规划和监管前置,以产业链为主线构建创新系统,集中规划和合理配置资源,指导各地根据自身人力、技术、资金等实际上马项目,注重整体协同和配套,实现产业整体升级。

总体来看,国产芯片不缺企业数量,缺的是高端产品;不缺各界的重视,缺的是产业协同的解题思路;不缺投入的热情,缺的是静下心来研发。去年以来,有不少芯片企业陆续上市,估值普遍比较高。这表明了市场对行业的长期看好。期待高估值能够带来高价值的芯片。

国家知识产权局:

## 九种行为属非正常申请专利行为

本报讯(记者杜鑫)国家知识产权局近日发布的《关于规范申请专利行为的办法》(以下简称《办法》)给出了非正常申请专利行为的基本定义:任何单位或者个人,不以保护创新为目的,不以真实发明创造活动为基础,为牟取不正当利益或者虚构创新业绩、服务绩效,单独或者勾连提交各类专利申请、代理专利申请、转让专利申请权或者专利权等行为都属于非正常申请专利行为。

《办法》列举了九种属于非正常申请专利行为的行为。其中包括:同时或者先后提交发明创造内容明显相同,或者实质上由不同发明创造特征或要素简单组合变化而形成的多件专利申请的;所提交专利申请存在编造、伪造或变造发明创造内容、实验数据或技术效果,或者抄袭、简单替换、拼凑现有技术或现有设计等类似情况的;所提交专利申请的发明创造与申请人、发明人实际研发能力及资源条件明显不符的;所提交多件专利申请的发明创造内容系主要利用计算机程序或者其他技术随机生成的;所提交专利申请的发明创造系为规避可专利性审查目的而故意形成的明显不符合技术改进或设计常理,或者无实际保护价值的变劣、推翻、非必要受限保护范围的发明创造,或者无任何检索和审查意义的内容等。



### 悠享假期

4月4日,游客在河北省邯郸市峰峰矿区义井镇万亩秀林海棠园里游览(无人机照片)。当日是清明小长假第二天,人们纷纷走出家门踏青休闲。

新华社发(郝群英 摄)

## “十四五”时期,如何端牢中国饭碗、守住大国粮仓

### 将统筹提升国家粮食安全的协同保障能力、收储调控能力、节粮减损能力等

本报记者 杨召奎

4月2日,国家粮食和物资储备局副局长梁彦在国务院新闻办公室举行的“十四五”时期粮食和物资储备发展情况发布会上表示,“十三五”时期,我国粮食和物资储备工作取得历史性成就。粮食连年丰收,产量连续稳定在1.3万亿斤以上,市场供应充裕,活力不断增强,粮食储备库存充足,粮食安全形势持续向好。

“十四五”期间,我们将统筹提升国家粮食安全的协同保障能力、收储调控能力、产业支撑能力、现代化治理能力,以及节粮减损能力,保障粮食供给,端牢中国饭碗,守住大国粮仓,保障国家粮食安全。”梁彦说。

### 粮食生产已“十七连丰”,口粮完全自给

梁彦表示,目前,我国的粮食安全形势是好的,粮食安全是有保障的,粮食安全形势好主要体现在产量高、供应稳、储备足。

“我国粮食生产已经‘十七连丰’,全国粮食总产量连续6年稳定在1.3万亿斤以上,口粮完全自给。同时,人均粮食占有量470公斤以上,

远远高出国际400公斤的平均水平。”梁彦说。

据梁彦介绍,多年来,我国粮食市场供应充裕、不脱销、不断档,即使在疫情最严重的时候,粮食市场供应也是货足价稳、百姓米面无忧。同时,国家粮食库存储备数量充足。国家在稳定中央储备规模的同时,按照产区3个月、销区6个月、产销平衡区4.5个月的市场需求量增加地方粮食的储备规模。最低收购价、临时收储政策等形成的政策性库存数量也非常可观。稻谷、小麦库存量能够满足一年以上的市场消费需求,36个大中城市米面成品粮有15天以上的市场需求量储备。

### 国家粮食安全这根弦不能放松

“尽管粮食安全形势是好的,国家粮食安全是有保障的,但是国家粮食安全这根弦还是不能放松。”十四五”时期,我们将按照“十四五”规划的总体部署,在各环节进一步加强粮食安全的保障措施,使中国人的饭碗牢牢端在自己手上,碗里主要是中国粮。”梁彦说。

梁彦表示,为加快构建更高层次、更高质量、更有效率、更可持续的国家粮食和物资储备安全保障体系。在“十四五”期间,将重点

在“五个坚持、五个统筹”上下功夫:一是坚持立足国内,统筹强化粮食产销衔接协同保障能力;二是坚持精准调控,统筹提升粮食收储调控能力;三是坚持高质量发展,统筹实施优质粮食工程,提高粮食产业质量效益和竞争力;四是坚持全链条管控,统筹推进节粮减损和健康消费;五是坚持改革创新,统筹推进粮食安全治理体系和治理能力现代化。

记者注意到,在统筹强化粮食产销衔接协同保障能力方面,我国将完善重要农产品供给保障体系,坚持藏粮于地、藏粮于技,提高粮食综合生产能力,立足全链条保障粮食安全,完善粮食产销衔接体系。

在统筹提升粮食收储调控能力方面,我国将深化粮食收储制度改革,加快培育多元市场购销主体,改革完善中央储备粮管理体制,科学确定政府储备规模,完善“通道+线路+枢纽+节点”的粮食物流骨干网络,强化监测预警,完善粮食市场体系,在更高水平上实现供需动态平衡。

### 增加粮食有效供给的“无形良田”

有关专家指出,粮食产业链贯穿粮食的

生产、分配、流通、消费各环节,要构建更高层次、更高质量、更有效率、更可持续的国家粮食安全保障体系,还要大力促进节粮减损。

对此,国家粮食和物资储备局规划建设司司长钱毅表示,减少粮食损失浪费也是粮食增产增收增效、保障国家粮食安全的内在要求,是增加粮食有效供给的“无形良田”。

钱毅介绍说,国家粮食和物资储备局已于去年9月印发了《关于创新举措加大力度进一步做好粮食节粮减损工作的通知》,目前正在制订开展粮食节约减损健康消费提升行动的指导意见,完善顶层设计。“十四五”时期,将坚持“全链条管控,统筹推进节粮减损和健康消费”,开展粮食节约减损健康消费提升行动,实施全产业链节粮减损。

此外,钱毅表示,“十四五”时期还将陆续制订节粮减损有关标准和配套的制度,强化依法管粮、依法节粮。同时,减少粮食损失离不开科技支撑,我国粮食仓储技术处于世界较领先的水平,“十四五”时期将积极开展粮食储储藏、物流、加工等领域减损技术和装备研发,强化成果推广运用,通过技术创新实现高效减损。