

2017.07 中文特辑

LICENSE[®]

全球领先的授权行业刊物
LICENSEMAG.COM

GLOBAL

TOP 150

Global Licenseors
全球150强授权商榜单

Plus:

- 行业解读：影片速递
- 中国授权业大奖入围名单
- 对话：美泰
- 访谈：孩之宝 / 奥飞娱乐
- LIMA 专栏



CHINA LICENSING
EXPO 2017
全球授权展·中国站

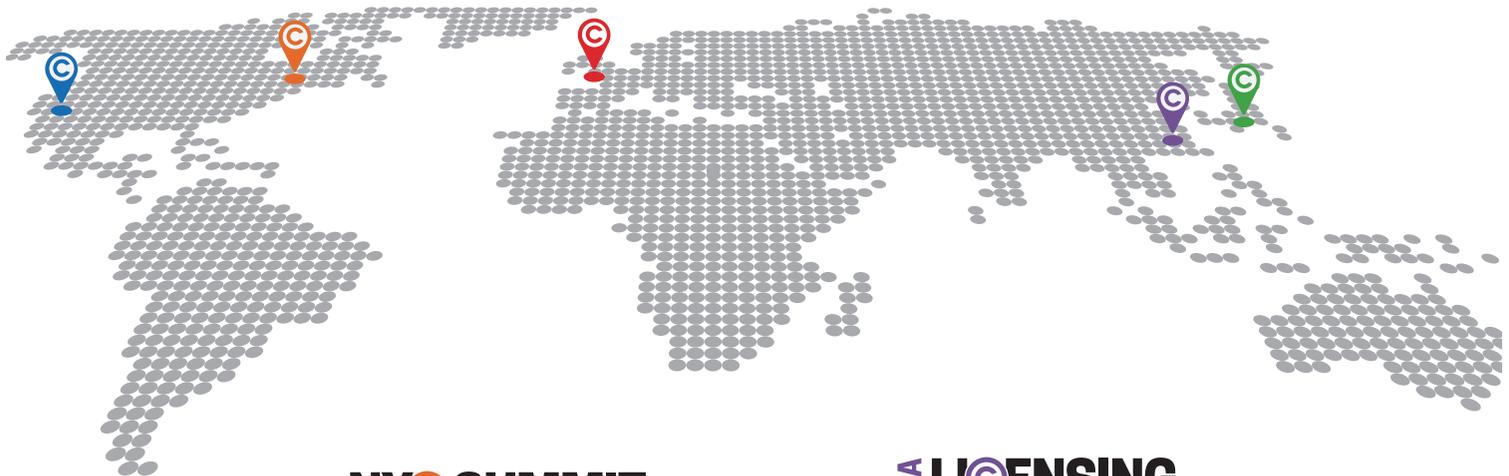
GLOBAL LICENSING GROUP

BRINGING BRANDS AND PRODUCTS TOGETHER

LAS VEGAS LICENSING EXPO

LONDON BRAND LICENSING EUROPE

JAPAN LICENSING EXPO



NYC SUMMIT
THE BUSINESS OF BRAND LICENSING

CHINA LICENSING EXPO

WWW.LICENSINGEXPO.COM/GLOBAL

To learn more about global licensing opportunities and resources, contact
+1 (310) 857-7560 or enquiries@licensingexpo.com.

OFFICIAL PUBLICATION

LICENSE GLOBAL

EVENT SPONSOR





出版人的话

03 HELLO CHINA! 你好, 中国!

“《License Global》致力于帮助全球授权的与会者筛选授权资源, 从而在您想要达成授权合作的特定产品类别中做出正确的选择。请您仔细阅读本刊, 它定会让您受益匪浅!”

42 China Licensing Awards 中国授权业大奖入围名单

中国授权业大奖 (China Licensing Awards) 由国际授权业协会 (LIMA) 及全球授权展·中国站 (LEC) 联合主办, 由来自全球授权各领域的专家评委以及全体业者投票产生, 鼓励在中国授权行业不断原创、开拓、进取的授权商、授权代理商、授权零售商等, 促进中国授权行业的交流和发展。

China Licensing Awards



04 行业动态

“泰迪珍藏”零内容做授权, 1 年达 10 亿零售规模
《小鸡彩虹》2017 下半年将开展近 50 场主题巡展
红纺文化携旗下品牌亮相全球授权展·中国站
品源文华携多家顶级博物馆 IP 亮相全球授权展·中国站
华强方特适龄动画《熊熊乐园》获好评
卡斯波和丽莎亮相广州地铁吉祥物嘉年华
万童互动独家引进 Studio 100 四个享誉全球的动画 IP
筑梦十余年 梦之城从童话走向现实
吾皇驾到: 超级 IP 通过社交媒体取得巨大成功
咏声动漫新剧《猪猪侠之超星萌宠》火热播出
《赛尔号大电影 6: 圣者无敌》将于 8 月 18 日全国上映
《天线宝宝》迎来 20 周年
日本动画光盘上半年销量排行: 《冰上的尤里》夺冠, 女性消费力旺盛

32 访谈 / 对话

做好授权业务的关键是为合作伙伴和消费者创造价值——对话美泰公司大中华区消费品总监
新系列创造良好“情绪”专访孩之宝管理层
奥飞娱乐 IP 授权商业化之道



54 LIMA 专栏

2016 年全球授权商品零售额高达 2,629 亿美元, 同比增长 4.4%

46 行业解读

影片速递 (Flick Pics)
License Global 的年度“影片速递”为您盘点 2017-2018 年已上映和即将上映的热门电影, 这些电影均拥有巨大的消费品授权潜力。

07 全球授权展动态

助力“大”授权市场崛起 全球授权展·中国站开展
全球授权展·美国站首次成功举办“授权周”
全球授权展·欧洲站 (BLE) 将于 10 月 10-12 日亮相
全球授权展·日本站圆满落幕
核心高管齐聚纽约授权峰会, 商讨业界趋势和应对策略



17 封面报导

全球 150 强授权商榜
《全球 150 强授权商榜单》展示各大授权商提供的零售数据, 分享世界主流品牌的深度观察与趋势分析, 对授权行业具有重要参考价值。该榜单显示 2016 年全球各大授权商的授权商品零售总额已达 2722 亿美元, 较去年同期增加了 100 亿美元。



LICENSE®

THE LICENSING INDUSTRY'S THOUGHT LEADER
LICENSEMAG.COM **GLOBAL**

THE LICENSING SECTOR'S PREMIER PUBLICATION



License Global is the most reliable **daily** source for brand licensing and retail news, data, analysis and trends.

SUBSCRIBE NOW!

As a subscriber to License Global you will gain access to the news you need, five times a week.

Visit LICENSEMAG.COM

today!



Group Publisher
Steven Ekstract
+1 212-600-3254
steven.ekstract@ubm.com

Advertising Manager
Sharon Weisman
+1 917-727-1155
sharon.weisman@ubm.com

HELLO CHINA!

你好，中国！



史蒂文·埃克斯特拉克特
(Steven Ekstract)
License Global 集团出版人

欢迎阅读《License Global》中文特辑第一期。英文版的《License Global》已有近 20 年历史，但这是我们首次面向中国读者推出的中文特辑。

本刊也是全球授权展·中国站 (Licensing Expo China) 的官方刊物。全球授权展·中国站 (LEC) 由博闻中国主办，旨在促进全品类授权商与被授权商及销售渠道的有效对接，拓展中国授权市场。全球授权展已成功举办 35 年，其中包括：美国拉斯维加斯 (Licensing Expo Las Vegas)、英国伦敦 (Brand Licensing Europe in London)、日本东京 (Licensing Expo Japan)。

《License Global》致力于帮助全球授权展与会者筛选授权资源，从而在您想要达成授权合作的特定产品类别中做出正确的选择。请您仔细阅读本刊，它定会让您受益匪浅！

过去 20 年来，授权 IP 业务呈爆发式发展。在本期《License Global》中文特辑中，您将获得有关授权产业的第一手信息，并发现这一蓬勃发展产业的巨大潜力。我特别建议您关注我们的封面报导《全球 150 强授权商榜单》，该报导提供了全球最大授权商的被授权产品零售额排名。通过该榜单，您将会深入了解到全球领先的授权商，例如：华特迪士尼公司 (The Walt Disney Company)，2016 年零售销售额为 566 亿美元；华纳兄弟消费品部 (Warner Bros. Consumer Products)，销售额为 65 亿美元；孩之宝 (Hasbro)，销售额为 62 亿美元；Universal Brand Development，销售额为 61 亿美元；尼克国际儿童频道 (Nickelodeon)，销售额为 55 亿美元；二十世纪福克斯公司 (Twentieth Century Fox)，销售额为 15 亿美元。

除了众多娱乐品牌，该榜单中还包括了时尚与服饰、

汽车、生活方式和传统品牌等各种类别的授权商，它们都是全球数百万消费者所熟知和信赖的国际品牌。我们整理出这一榜单供您参考，也希望您能从中得到启发。

所有好莱坞影片工作室都有一个共同点：它们都将目光聚焦中国，以发展其系列影片以及与这些影片相关的消费品授权业务。中国观众对好莱坞电影的喜爱，催生了对相关电影授权产品的巨大需求。阅读《行业解读：影片速递》时，请注意可能带来衍生消费品授权机遇的热门影片。一些拥有相关 IP 的影业公司或电影工作室也将在全球授权展·中国站中安排负责中国市场的授权代表，欢迎您到现场与他们洽谈并了解更多合作信息。

本刊也介绍了孩之宝 (全球授权商 10 强之一)——曾成功创造《变形金刚》(Transformers) 系列 IP 资源并获得数十亿美元收入的成功企业。孩之宝目前不仅仅是一家玩具和游戏公司，而是一家世界级的，能够制作电影、电视及线上动画的品牌娱乐公司。《为新系列创造良好“情绪”——专访孩之宝管理层》重点介绍了该公司新的动画系列短片 Hanazuki，该动画已成为一个热门的订阅视频点播 (SVOD) 节目，并有计划在中国上线。

本刊介绍的另一家授权商是在中国快速成长的奥飞娱乐，它是中国为数不多以原创 IP 为核心进行产业拓展的上市企业，奥飞娱乐也会谈到作为一家中国本土企业，他们是如何成功走向海外市场的。

此外，美泰也向本刊介绍了他们眼中的中国授权产业和市场，以及美泰是如何在中国取得不俗业绩的。

最后，我谨代表全球授权展·中国站和《License Global》团队，感谢各位抽出时间参与我们的全新展会并阅读本刊。未来，我们将一如既往竭力满足您的各种授权需求。©



“泰迪珍藏”零内容做授权，1年 达10亿零售规模

“泰迪珍藏”天络行创始人张丽华近期表示：“与迪士尼的IP运营之路不同，“泰迪珍藏”走的是先产品，后内容模式。”两年多里，在没有高强度内容支撑的情况下，天络行将这个IP的零售市场仅2016年就做到了10个亿。目前，“泰迪珍藏”已拥有招商银行信用卡、中艺黄金、晨光等近100家授权商，超过1500个SKU在市场上流通，基本涵盖了日常生活所需的所有商品。“泰迪珍藏”打破了卡通形象做只做小童授权的趋势，另辟蹊径，力做把卡通用于现代都市风授权品的品牌。



《小鸡彩虹》2017下半年将开展近 50场主题巡展

天雷动漫旗下《小鸡彩虹》品牌授权北京力拓开发并运营线下主题移动乐园，预计于2017下半年在全国开展近50场的主题巡

展，核心巡展地区包括全国各省会城市，每场客流量500万人左右。

乐园增加了丰富的软性教育类项目。小朋友在游戏中学会与其他人建立良好的关系，同时通过乐园内的教育互动、老师寓教于乐的指引，在音乐、舞蹈、艺术方面的能力有所提高。

小鸡彩虹主题移动乐园基于动画片“温暖与爱”的核心理念，旨在将暖萌、治愈的不同性格、不同颜色的七只小鸡，通过线下主题乐园的方式，成为小朋友生活中真实存在的小伙伴，伴随其健康成长。



红纺文化携旗下品牌亮相 全球授权展·中国站

作为目前国内知名的IP商业转化平台，红纺文化此次携旗下品牌：Paul Frank、Pancoat、The Simpsons、PUCCA、Angry Birds 品牌亮相全球授权展·中国站，倾力展现轻松童趣的生活娱乐方式。一直以来，红纺文化致力于IP的商业转化和落地，最早扎根本土市场，将Paul Frank、Pancoat、The Simpsons、tokidoki等潮流IP引入中国。通过对IP的解读、重塑、跨界，一次次地引爆粉丝热潮。过往的经验让红纺逐步构建起独有的商业模式——IP品牌化，并迅速成为其发展的核心优势。2016年，红纺文化旗下品牌Paul Frank携手中观传媒与海航集团旗下首都航空联合推出全主题飞机，令Paul Frank大嘴猴率先成为中国首个与航空全方位主题合作的卡通IP。随后跨界联合不断升级，红纺文化旗下品牌由以往大众认

知的服装逐渐转变为消费者身边的餐厅、车饰、文具、床品……传递快乐的生活方式。近期，红纺文化旗下品牌The Simpsons同温德姆集团达成战略合作，双方将通过挖掘时尚IP与酒店多层次跨界的文化价值和商业价值，打造全星级酒店新生活方式的场景式体验。与此同时，红纺与《愤怒的小鸟》品牌方Rovio的合作也将达成，未来《愤怒的小鸟》在中国市场的表现令人期待。



品源文华携多家顶级博物馆IP亮相 全球授权展·中国站

在本届2017全球授权展上，国内专注于欧美影视IP与顶级博物馆IP授权与运营的领军企业——品源文华，将携多家顶级博物馆IP亮相国家会展中心北厅NF11展位。此次参展的顶级博物馆IP包括全球四大博物馆之一，拥有800多万件藏品，大名鼎鼎的大英博物馆；全球最具艺术设计、时尚美感的大英博物馆；全球最具艺术设计、时尚美感的英国V&A博物馆，世界最大的博物馆体系——美国史密森尼博物馆；以及丰富的欧美影视IP，如BBC地球频道的1400多部影片等。

此次众多博物馆IP的亮相，无疑是本届展会的一个亮点，近年来，博物馆艺术文化类IP成为IP授权界最热的话题。源于生活又高于生活的艺术元素，如何赋予合作商家更高的附加值？此次展会上，品源文华将以多元、有趣的展示方式，将欧美博物馆IP带入观众视野。



华强方特适龄动画《熊熊乐园》获好评

央视索福瑞收视数据显示，由华强方特（深圳）动漫有限公司出品的动画片《熊熊乐园》自2017年4月开播以来，收视表现抢眼，在包括央视少儿、五大卡通卫视及全国各省市电视台的收视排行中囊括前三，《熊熊乐园》以其暖心、寓教于乐的内容受到了广泛好评。

《熊熊乐园》是为3—6岁学龄前儿童打造的成长益智系列动画作品，也是华强方特动漫提出“为不同年龄段的孩子创作不同动画内容”这一“适龄动画”理念的实践。

目前，《熊熊乐园》在中央电视台少儿频道、金鹰卡通、卡酷少儿、炫动卡通、嘉佳少儿及全国各省市电视台持续热播，并在爱奇艺、乐视视频、腾讯视频、优酷视频、芒果TV、搜狐视频、PPTV等全网视频平台持续热播，获得了一致好评。在国际市场上，《熊熊乐园》的表现同样精彩，目前已成功进入大部分亚洲国家与地区，深受海外观众的喜爱，并即将在俄罗斯等欧洲国家和地区播出。



卡斯波和丽莎亮相广州地铁吉祥物嘉年华

2017年“六·一”，法国知名艺术形象卡斯波和丽莎（Gaspard et Lisa）来到广州，应邀参加广州地铁集团第二届吉祥物嘉年华。巡游表演一开始，热情的大小粉丝就聚集在卡斯波和丽莎身边，争相与其合影。国内知名漫画家十九番先生也亲临活动现场，指导小朋友们描绘卡斯波和丽莎的形象。

卡斯波和丽莎作为源自巴黎的艺术生活品牌，现已出版绘本40余套，总销量逾600万。同名动画片在80多个国家发行。2002年在日本开设卡斯波和丽莎主题小镇。目前全球有超过5000种周边商品在市场上销售。



万童互动独家引进 Studio 100 四个享誉全球的动画 IP

万童互动，作为中国领先的儿童与家庭娱乐国际IP制作、运营和推广公司，与比利时著名动画公司 Studio 100 签署协议，将其旗下四个最为知名的动画系列带给中国观众。

Studio 100 横跨比利时、德国及荷兰，是欧洲最大的儿童与家庭娱乐产品公司。

本次万童独家引进的是其旗下最著名的四个动画IP《Nils Holgersson》《Maya the Bee》《Vic the Viking》以及《Blinky Bill》，并已经获得了在大中华地区电视、网络等平台的播放权。

“我们非常激动，能够与储晓治（Sean Chu，万童互动CEO）以及他的团队就我们最著名的4个动画品牌展开合作，” Studio 100 全球推广负责人马丁·克雷格（Martin Krieger）表示，“我们确信与万童互动的合作将极大提高我们动画品牌的知名度，期待合作能够圆满成功。”



筑梦十余年 梦之城从童话走向现实

梦之城近期宣布阿狸系列绘本突破300万销量，动画片在线点击超过7亿，商品多达上千款，并且成功地与中国银行、麦当劳等过百家知名企业跨界合作。

作为国内知名的原创动漫平台，梦之城于2006年12月成立，致力于中国原创动漫的平台化与产业化，运营了包括“阿狸”、“罗小黑”、“象扑君”、“皮揣子”等在内的知名动漫品牌。2016年，梦之城正式挂牌，成为一家公众公司，迎来了企业的快速增长。

区别于传统动漫企业，梦之城以互联网为核心传播动漫内容，积累了数千万线上用户。业务包含：图书和动画的制作发行，衍生品开发销售，以及商业授权。目前，梦之城除了天猫旗舰店、京东旗舰店等线上店铺，还在全国落地了几十家门店。此外，梦之城还在不断进行新的尝试，包括主题展览、游戏、漫画阅读APP以及阿狸咖啡馆。

日本动画光盘上半年销量排行：《冰上的尤里》夺冠，女性消费力旺盛

继 2017 年出版物销量排行之后，日本公信榜 oricon 公布了动画光盘（BD&DVD）销量排行。《冰上的尤里》强势登顶。在日本光盘销量仍是衡量一部动画是否成功的重要指标，从总销量排行来看，女性在动画商品的消费力依然惊人。女性向动画《冰上的尤里》《歌之王子殿下》《刀剑乱舞-花丸-》纷纷进入销量总榜前 5，同时还有《月歌》《文豪野犬》

《B-Project- 鼓动 *Ambitious~》也进入了前 30。其中，《冰上的尤里》以 40 万 6328 张稳居榜首，与第二位的《LoveLive!Sunshine!》拉开将近 20 万张，其分榜中的优势更为明显，四部分卷全部进入销量前十。而去年动画光盘销量榜首同样是在女性中大受欢迎的《阿松》。

《天线宝宝》迎来 20 周年

2017 年《天线宝宝》迎来了 20 周年！世界各地都有不同的庆祝活动！英国广播公司为这四个家喻户晓的明星娃娃制作了新版节目，全新的系列由 DHX 制作。从六月开始，爱奇艺和优酷同步引进了新版《天线宝宝》到中国，首集上线至今已有逾亿的点击次数！

《天线宝宝》呈现孩子在游戏中学习、发展的有趣经验，从幼儿的角度出发，将喜剧趣味作为节目的中心基调。

《天线宝宝》家族由四个可爱的天线宝宝和太阳娃娃组成，超过 100 个国家和地区都引进了他们的故事，被翻译成多种语言播出。经过了 20 年的时光，《天线宝宝》节目和各式各样的周边商品一直伴随着幼儿成长。PPW 作为拥有丰富经验的体育、娱乐行业环球品牌授权代理公司，引进了《天线宝宝》、《小猪佩奇》及《恰恰特快车》等多个国外品牌进入中国市场，带动行业活力，与客户同步迈进国际化时代。

吾皇驾到：超级 IP 通过社交媒体取得巨大成功

霸气的猫形象已经悄然刷屏了我们的朋友圈：黑白毛色、肉墩墩的身材，一张大圆脸，一双半眯着的细长的眼睛，把自己家主人唤作“奴才”，而这位养猫少年则把它尊称为——吾皇。

作为知名插画师“白茶”在 2014 年底创作出来的艺术形象，借助社会化媒体，迅速爆红互联网。随后他又创作出了八哥犬“巴扎黑”、小黑猫“人中”等形象，连同穿着裤衩拖鞋的宅男“少年”、和二次元版达康书记“老爹”，组成了整个“吾皇万睡”漫画 IP 形象。

2017 年，“吾皇万睡”打通了线下营销，并且已经在北京朝阳大悦城和上海静安大悦城开设了主题展览，展出期间每天吸纳上万人围观，并且设置了巧妙的环节吸引观众在社交媒体分享，取得了巨大而成功。而在此之前，像大悦城这样的商业巨擘仅和极少数海外知名 IP 合作。事实证明，社交媒体和吾

皇的结合取得了巨大的成功，也一举刷新本土同类原创 IP 的影响力。

在社交媒体上，可以看到很多明星本人就是“吾皇”“巴扎黑”的忠实粉丝，在微博上也经常能看到像姚晨、傅园慧等明星和“吾皇”的互动，翻看《人民的名义》中爆红的“达康书记夫人”岳秀清工作室微博，也看到吾皇巴扎黑的形象。

为什么如此受到粉丝喜爱？吾皇万睡的团队认为，吾皇和巴扎黑的形象不像以往的漫画形象单纯“简洁”“可爱”的形象，而是完成了如明星般的“人设”——具有强烈的“人格化”特征——傲娇，这一点特别能获得年轻人的共鸣。年轻人总有一些任性、自我的脾气，所以吾皇的“人设”特征、台词、与少年的日常故事，都时常能够戳中他们。得益于这样的群众基础，吾皇万睡的道路显然不局限于“卡通网红”，未来，最具国民性格的超级 IP 呼之欲出。

《赛尔号大电影 6：圣者无敌》将于 8 月 18 日全国上映

《赛尔号大电影 6：圣者无敌》近日正式公布了档期，影片将在今年暑期 8 月 18 日全国上映。赛尔号系列电影已推出 5 部，6 年的时间，赛尔号系列已经逐渐成长为独属于 90、00 后的童年回忆。今年的新作还采用了超宽屏制作，画质画幅较往年都有很大的提升。

赛尔号、小花仙和摩尔庄园为淘米目前旗三大国民级 IP，现共拥有超过 5.5 亿的注册用户，同时也是国产动漫的领跑者。每年超过 300 多集的动画在央视、五大少儿卫视等全国 350 多家电视台以及八大视频网站等网络媒体播出。另外，图书年销售码洋也是接近 2 亿。淘米正致力于打造中国最大的儿童娱乐平台。

咏声动漫新剧《猪猪侠之超星萌宠》火热播出

2017 年猪猪侠全新系列动画第十三部《猪猪侠之超星萌宠》火热播出，一共 104 集动画，首集播出获得观众的一致好评。自 5 月 27 日开播以来，覆盖了三大卡通卫视及六大网络媒体平台，北京卡酷、金鹰卡通、嘉佳卡通都在黄金时段开播，收视一直稳居电视收视率及各平台动漫热播榜前三名；在各网络媒体平台上，全网点击量 1 小时内突破 1600 万，5 日内全网播放量破亿。

CHINA LICENSING
EXPO™ 2017
全球授权展·中国站

助力“大”授权市场崛起 全球授权展·中国站开展

2017年7月18至20日，首届全球授权展·中国站（LEC）在上海国家会展中心（NECC）北厅举办。中国授权市场正进入爆发式增长，虽然2014-2015年增长为24%，但作为全球第二大消费市场，中国被授权消费品整体零售额仅占全球市场的3%，潜力巨大。本次展会多元化的授权类别拥有者与代理商同消费品制造商、被授权商和零售商有效对接，全面激发中国“大”授权产业潜能。

目前中国热门IP授权主要集中在娱乐/卡通形象和游戏、动漫，而企业品牌、体育、艺术、文化等授权类别尚未得到足够重视。授权合作模式上，成长中的中国授权业虽然偶有亮点，但与成熟的美国、欧洲、日本授权业相比还有很大扩展空间。

全球授权展首次登陆中国，汇聚234个多元化IP

由博闻公司主办的全球授权展已有超过35年历史，此前已在美国拉斯维加斯，英国伦敦和日本东京成功举办，博闻公司同时也是授权行业最具影响力刊License! Global.的出版方。博闻中国已与国际授权业协会（LIMA）和阿里巴巴旗下版权交易与创新娱乐版块阿里鱼宣布达成战略合作关系，携手开拓中国授权市场。

首次登陆中国的全球授权展带来78家展商和234个多元化的热门IP，不仅汇聚热门娱乐/卡通形象，也有艺术与文化、品牌/商标、电视节目、体育、生活方式等不同类别IP亮相。全球授权展·中国站（LEC）还开设非遗文化展示区，现场有剪纸、年画、连环画三类非遗文化的作品及其衍生品展示，同时现场还有艺术家现场创作；另外，三位著名当代画家丁设，李磊，周长江也现场展示画作，寻求与众多被授权商的合作机会。

以全球视野透析行业现状，分享优秀授权合作案例

授权研讨会：2017年7月18-20日（北厅）

从卡通动漫、游戏、影视、运动、艺术、生活方式等领域分享授权案例与经验，探讨授权合作模式，发掘中国授权IP合作潜力。

中国授权业大奖（China Licensing Awards）：2017年3月-7月

由国际授权业协会（LIMA）及全球授权展·中国站（LEC）联合主办，鼓励在中国授权行业不断原创、开拓、进取的授权商、授权代理商、被授权商等，促进中国授权行业的交流和发展。展会现场展示七大奖项入围IP、企业或项目，并于7月18日晚的颁奖典礼上公布获奖名单。

精准商贸配对，开拓潜在授权商机

商贸配对：2017年7月18-20日（北厅商贸配对专区及展商的展位内）

帮助授权商和目标被授权商精准配对、高效对接，来自各个领域的被授权商报名与234个IP面对面洽谈，开拓潜在授权商机。

邀请服饰、食品及饮料、婴童、文具、美容、珠宝、家具、投资等行业与优质IP专场洽谈，拓展商机。

IP狂欢大巡游：2017年7月18-20日（北厅）

知名IP玩偶现场大巡游，以生动活泼的方式展示各IP的形象及特色，给您带来现场零距离的互动体验。

中国非遗艺术展示区 & 当代艺术馆：2017年7月18-20日（北厅）

中国博物馆专区：2017年7月18-20日（北厅）

CHINA LICENSING EXPO 2017
全球授权展·中国站

授权研讨会详细日程

时间: 2017年7月18-20日 地点: 北厅现场论坛区

7.18

时间 Time:
11:00am - 11:30am

主旨演讲: 解析迪士尼消费品授权业务的成功
Keynote Address: The Power of Disney Franchise Licensing Business



林家文 先生 迪士尼消费品及互动副总裁及总经理
Mr. Kermid Rahman, Vice President & General Manager,
Disney Consumer Products & Interactive

时间 Time:
13:00pm - 13:20pm

演讲: 授权业概况与机遇
Overview and Opportunity of Licensing Industry



Charles M. Riotto 先生 国际授权业协会主席
Mr. Charles M. Riotto, President, LIMA

时间 Time:
13:20pm - 14:40pm

演讲 + 论坛: 抓住中国电影市场的授权机遇
Panel Discussion: China Film Market - Licensing Opportunities



主持人: Steven Ekstract 先生
License! Global Magazine 集团出版人
Moderator: Mr. Steven Ekstract, Group Publisher, License! Global Magazine



许鹏翀 先生
东方梦工厂衍生业务总经理
Mr. PC Xu, GM of Ancillary Business,
Oriental DreamWorks
演讲题目: 如何延长影视授权衍生品的生命力
Topic: How to Lengthen Movie Licensing
Derivatives' Sales Cycle?



Andy Anderson 先生
印纪影视娱乐传媒有限公司副总裁
Mr. Andy Anderson, Vice President of
DMG Motion Picture Group and Head
of DMG International Entertainment



江旭恒 女士
爱奇艺 IP 增值业务事业部高级总监
Ms. Nancy Jiang, Licensing Senior Director, IQIYI
演讲题目: 互联网 + 下的新授权模式
Topic: New Licensing Business Model under the China Internet Plus Strategy

时间 Time:
14:50pm - 15:20pm

演讲: 游戏 IP 的“变现”门道——从游戏到衍生品
Topic: Turn Game Licensing into Real Money - from Games to Gaming Peripherals Products



叶厦军 先生
罗威欧(上海)商贸有限公司副总裁
Mr. Vincent Ye, Vice President, Rovio (Shanghai)
Commerce & Trading Co., Ltd.

时间 Time: 16:10pm - 16:40pm | **2017 奥飞品牌授权 IP 介绍会**
ALPHA GROUP Licensing Properties Seminar 2017

 **樊硕恒 先生** 奥飞娱乐股份有限公司授权总监
 Mr. Shuoheng Fan, Licensing Director, Licensing Business Division, ALPHA GROUP CO., LTD.

7.19

时间 Time: 9:30am - 10:30am | **授权工作坊：被授权商如何挑选授权 IP**
Workshop: How to Choose Licensing Properties?

 **主持人: Tani Wong 女士**
 国际授权业协会（中国区）董事总经理
Moderator: Ms. Tani Wong, Managing Director, LIMA China

 **朱焕涛 先生** 伟华全球有限公司董事总经理
 Mr. Tony Zhu, Managing Director, VIPO GLOBAL LIMITED
演讲题目: 作为被授权商, 如何选择授权品牌?
 Topic: How to Choose Licensing Properties?

 **王国毓 先生** 北京凡米粒文化有限公司创始人
 Mr. Gary Wang, Founder & CEO, Beijing Familyout Culture Co., Ltd.
演讲题目: 爆款与 IP 的互惠
 Topic: Win-win Strategy for In-Demand Licensing Properties and Products

时间 Time: 10:50am - 12:20pm | **演讲 + 论坛: 动漫卡通授权的大热时代**
Panel Discussion: Prime Time for Cartoon/ Animation Licensing

 **主讲嘉宾: 武力 先生** 上海时代卡通研究院院长
 Mr. Leon Wu, Dean, Shanghai Times Cartoon Institute
演讲题目: 中国动漫 IP 授权发展趋势
 Topic: China Animation Licensing Properties Development and Trends

 **主持人: 占世伟 先生**
 三文娱创始人
Moderator: Mr. Shiwei Zhan, Founder, 3wyu.com

 **陈博 先生**
 北京鲜漫文化创意有限公司 CEO
 Mr. Bo Chen, CEO, COMICLOFT

 **段斌 先生**
 乐游资本合伙人
 Mr. Bin Duan, Partner, LEYO CAPITAL

 **林武锋 先生**
 深圳市萌奇文化发展有限公司 CEO
 Mr. Wufeng Lin, CEO, MEKICULTURE

 **罗晓星 先生**
 奥飞娱乐股份有限公司授权事业部总经理
 Mr. Xiaoxing Luo, General Manager, Licensing Business Division, ALPHA GROUP CO., LTD.

时间 Time: 13:00pm - 14:00pm | **论坛: IP 与娱乐体验场景的“化学反应”**
Panel Discussion: Explosive Effect of How Licensing Properties Can Shape A Location or Event



主持人: Maura Regan 女士
国际授权业协会执行副总裁

Moderator: Ms. Maura Regan, Executive Vice President, LIMA



朱晓菊 女士
艾影 (上海) 商贸有限公司 / 上海童曼文化传播有
限公司总经理

Ms. Julia Chu, General Manager, Animation
International Ltd. (Shanghai) / Toons Max
Shanghai Ltd.



Patrick Marshall Harmon 先生

Discovery Adventures Park 战略发展总监
Mr. Patrick Marshall Harmon, Strategic
Development Director, Discovery Adventures
Park



黎艳婵 女士

广东咏声动漫股份有限公司乐园事业部负责人
Ms. Tracy Li, Deputy General Manager
(DGM), WINSING COMPANY LIMITED



尚琳琳 女士

深圳华强方特文化科技集团股份有限公司高级副总裁
Ms. Daisy Shang, Senior Vice President,
Fantawild Holdings Inc.

时间 Time: 14:15pm - 15:15pm | **论坛: 生活方式品牌 IP 在中国的授权之路**
Panel Discussion: Licensing of Lifestyle Properties in China



主持人: Steven Ekstract 先生
License! Global Magazine 集团出版人

Moderator: Mr. Steven Ekstract, Group Publisher, License! Global Magazine



诸剑石 先生
红纺文化总裁

Mr. Tony Chu, CEO, China Brands Group



许夏林 先生

森科产品有限公司董事总经理 / 创意总监
Mr. Eddie Hui, Managing Director and Creative
Director, SEMK Products LTD.



Andrew Topkins 先生
Brandgenuity LLC 董事总经理

Mr. Andrew Topkins, Managing Director,
Brandgenuity LLC



王子龙 先生

安素香港有限公司总经理
Mr. Enzo Wong, General Manager, Enzo
e Partners Limited

7.20

时间 Time: 9:30am - 10:30am | **授权工作坊: IP 方如何挑选授权代理商、被授权商, 并走向海外**
Workshop: How do the Licensors Choose for International Markets?



主持人: Tani Wong 女士
国际授权业协会 (中国区) 董事总经理

Moderator: Ms. Tani Wong, Managing Director, LIMA China



仇涛 女士 美泰大中华区消费品总监

Ms. Toni Qiu, Director, Greater China Consumer Products, Mattel

演讲题目: 如何评估潜在被授权商
Topic: How to evaluate a potential licensee?



Roger Berman 先生 ZenWorks Co., Ltd. 创始人 / 总裁

Mr. Roger Berman, Founder / President, ZenWorks Co., Ltd.

演讲题目: 如何让 IP 品牌走向国际市场
Topic: Preparing Your Brand for International Markets

时间 Time: 10:50am - 11:50am	演讲: IP 授权——艺术与传统博物馆的发展新机遇 Licensing Properties - New Opportunity for the Development of Art and Museums
	Sue Perez-Jackson 女士 史密森学会全球授权高级总监 Ms. Sue Perez-Jackson, Sr. Director, Global Licensing, Smithsonian Institution 演讲题目: 授权——博物馆品牌延伸之道 Topic: Museums and Brand Extensions through Licensing
	韩静 女士 上海品源文华市场营销策划有限公司资深合伙人 Ms. Jing Han, Partner, Alfilo Brands Co., Ltd. 演讲题目: 博物馆 IP 之——穿越到现代 Topic: Museum Properties Licensing - Time Travel to Today
	任静文 女士 上海睿和文化艺术发展有限公司运营总监 Ms. Ellie Ren, Operation Director, Shanghai Ruihe Culture & Art Development Co., Ltd. 演讲题目: 博物馆 & 艺术授权的新机遇 Topic: New Licensing Opportunities of Art & Museum
时间 Time: 12:30pm-13:15pm	演讲: 少儿电视节目及其授权合作 Children's TV Program & Licensing
	储晓冶 先生 万童互动科技(北京)有限公司创始人 & CEO Mr. Sean Chu, Founder & CEO, Wekids Interactive Technologies (Beijing) Ltd. 演讲题目: 儿童内容的现代传播与衍生品 Topic: New Marketing Communication for Child Contents and Peripherals
	周鑫 先生 上海炫动传播有限公司品牌与衍生产业总经理 Mr. Terry Chow, President of IP Operation Group, Toonmax Media Co., Ltd. 演讲题目: 少儿电视媒体及其授权业务 Topic: Child TV Program and Licensing Business
时间 Time: 13:30pm-14:00pm	演讲: 运动授权——授权行业的蓝海 Explore the Huge Potential of Sports Licensing
	陈华俊 先生 山成集团行政总裁 Mr. CHAN Wah Chun Ivan, Chief Executive Officer, PPW Promotional Partners Worldwide

*资料截止 6 月 30 日, 具体议程以现场为准

LAS VEGAS
**LICENSING
 EXPO 2017**
 MAY 23-25

全球授权展·美国站 首次成功举办“授权周”

超过 16,000 位授权业专业人士参加了在拉斯维加斯举办的 2017 全球授权展·美国站

2017 年 5 月 25 日在美国内华达州拉斯维加斯，全球规模最大、最具影响力的授权业盛会——全球授权展·美国站 (Licensing Expo) 圆满落幕。全新开辟的授权周 (Licensing Week) 活动首次亮相，在一周时间内成功开展了丰富多彩的授权业活动。访问官方网站 licensingexpo.com，可了解关于全球授权展的更多信息。

“在 2017 全球授权展·美国站上，国际参观者的数量大幅上升，来自韩国和日本的观众人数分别提高了 87% 和 23%。多个产品类别今年也实现了增长，其中电子游戏类别增长了 46%，电视、视频、电影和流媒体紧随其后，增长了 45%。”博闻集团授权业务部高级副总裁 Jessica Blue 表示。“已经有 84% 的展商续订 2018 年的全球授权展·美国站，这证明我们今年的展会非常成功。”

备受瞩目的开幕演讲、主题演讲、名人秀、由国际授权业协会 LIMA 主办的授权大学研讨会、仅限受邀者参加的娱乐产品新品发布会，吸引了超过 16,000 名参观者和 406 家参展商，其中包括 BuzzFeed 和斯科特兄弟 (Scott Brothers) 等 185 家新参展商。此外，众多行业巨头公司，如美国职业摔角 (WWE)、NFL 球员联合会 (NFLPA)、华纳兄弟消费品部、ABG 等悉数参展，再次展示了全球授权展·美国站是授权行业人士交流学习和拓展业务的首选展会。

“参展全球授权展·美国站是我们业务发展战略的重要部分，因为这是我们在美国参加的唯一展会。也是我们向北美及全球市场展示自己品牌的绝佳平台。这次展会让我们不仅有机会与现有合作伙伴面对面洽谈，还能开拓新的合作机遇。”Endemol Shine 北美地区授权事业部副总裁 (vice president, licensing partnerships, Endemol Shine North America) Kelly C. Hill 表示。

2016 年，全球授权展·美国站推出了“授权商贸对接” (Matchmaking) 服务，旨在为授权商和被授权商搭建沟通与合作的桥梁。这项服务在 2017 年再次取得了巨大成功，共计安排了超过 3,800 场会议，相比 2016 年的 1,200 多场大幅增长。

“对于我们来说，全球授权展·美国站是寻求合作的最佳契机，在为期两天半、安排紧凑的展览中，我们有机会一站式接触到来自全球各地的潜在被授权商和零售商。我们有很好的机会介绍自己在零售、产品开发以及品牌发展方面的工作，并与来自世界各地的一流被授权商达成合作。”Nitro Circus 授权与消费品部全球主管 (Global Head of Licensing and Consumer Products) Peter Maule 说。

由博闻公司主办的全球授权展现已成功拓展至欧洲、日本和中国，首届全球授权展·中国站将于 2017 年 7 月 18 日至 20 日在上海举办，第 19 届全球授权展·欧洲站 (BLE) 将于 2017 年 10 月 10 日至 12 日在英国伦敦奥林匹克展览中心举办。2018 全球授权展·美国站将于 2018 年 5 月 22 日至 24 日举办。

了解更多详情请访问：licensingexpo.com



LONDON BRAND LICENSING EUROPE 2017
11-13 OCTOBER

全球授权展·欧洲站 (BLE) 将于 10 月 10-12 日亮相

今年的全球授权展·欧洲站 (BLE) 将于 2017 年 10 月 10-12 日, 在伦敦奥林匹亚展览中心举办, 新的展商、全新的行业活动及一个大型的授权零售指导项目将首次亮相。

第十九届全球授权展·欧洲站 (BLE) 将展区分为三个部分: 艺术与 设计、品牌与生活方式、角色与娱乐, 囊括众多新品牌和知名品牌。截至目前已有 180 多家公司报名参展, 包括诸多广受欢迎的授权品牌, 例如 Nickelodeon、Toei Animation、Mattel、玛莎和熊、Moomins and Smiley 等。

同时, 大批新展商也已预订展位, 包括 Emoji Company、Endemol Shine U.K., Ty、Historic Royal Palaces Enterprises、Juventus Football Club、Kitkase、May the Thoughts Be with You (去年的 License This! 奖得主)、Crazy Bell Agency、Last Lemon、Rugby World Cup、Ypsilon Licensing 等等。

今年的展会还将推出多项新的行业活动。首先, 展会将扩大品牌和生活方式剧场项目 (Brands & Lifestyle Theatre), 展会期间每天都将上演更多节目, 并通过现场活动展示该类别的授权潜力, 包括走秀和现场音乐等。

展会期间还将设立一个全新的游戏活动区, 该区域两个部分。第一部分是用作演示和竞赛的互动空间, 而第二部分则将重点展示游戏从概念创作到上架这一过程背后的零售潜力。

“我们非常高兴能在今年十月的 BLE 上推出这些新计划。”全球授权展·欧洲站 (BLE) 品牌总监 Anna Knight 表示。“去年的品牌与生活方式剧场广受观众欢迎——我们希望能够进一步满足这个快速成长的授权领域需求。” Knight 继续说道, “我也特别期待我们全新的游戏活动。这是今年一个非常重要的主题, 我希望它不仅能够展示我们出色的游戏展商, 也能为发展中的游戏授权市场带来更多关注, 深度展示并解读游戏授权。”

BLE 还公布了众多加入今年授权零售指导计划的零售商。该计划旨在帮助采购和销售的专业人士更深入地了解授权行业。参加今年课程的学员现已获得 CPD 认证, 他们来自多个零售品类和领域, 包括服装、礼品、玩具以及休闲娱乐业的采购人员、营销人员和设计师等等。

今年授权零售指导计划的新成员包括在线零售商 Character.com、专业玩具采购集团 Toymaster、服装零售商 M&Co、连锁超市 Morrisons、以及英国院线 Odeon 和 UCI Cinemas Group 等。



LONDON

JAPAN LICENSING EXPO 2017
APRIL 26-28

全球授权展·日本站圆满落幕

首次举办的全球授权展·日本站吸引到 13,200 位观众



2017年4月26日至28日在日本东京有明国际展览中心（Tokyo Big Sight），全球授权展·日本站携400个来自全球和日本本土的品牌首次亮相，此次展会吸引到13,200位被授权商和零售商在为期三天的展会上深入交流、洽谈商机，包括阿童木、B.Duck、贝蒂娃娃、CAA-GBG、Capsubeans、Caterpillar、Copyrights Asia、克尔维特（Corvette）、《黑暗塔》（2017）、Dwell Studios、Gaia、Hoppe-chan、IMG、Jean-Michel Basquiat、坎戈尔袋鼠（Kangol）、《小鼠波波》、Maui & Sons、NECA、日产、帕丁顿熊、Panda no Tapu Tapu、Pokopan、Popeye、Poppy Cat、辛西娅-洛蕾（Cynthia Rowley）、《芝麻街》、《小羊肖恩》、Sumikko Gurashi 和《聪明的沃里》等品牌和企业悉数登场。

全球授权展·日本站由国际授权业协会（LIMA）赞助，同期举办日本东京国际时尚展（IFF MAGIC Japan）。博闻集团授权业务部高级副总裁 Jessica Blue 表示：“我们非常高兴能和博闻集团的日本同事一道将全球授权展这一品牌带到日本。我们的目标是举办一场高品质的授权业盛事，展示丰富多样的品牌，吸引不同领域的被授权商和零售商。展商的积极反馈证明我们做到了这一点，我们已经在为举办规模更大的下一届全球授权展·日本站努力，与MAGIC的同期举办也取得了非常好的效果，展会观众的跨界融合非常棒，这并不让人意外，因为服装是日本及全球的最大的授权产品类别。”

此次展会上，25场研讨会几乎每场都座无虚席，吸引了大量观众参加。“我们对于LIMA教育项目在首届全球授权展·日本站的成功举办感到非常高兴。”LIMA主席 Charles Riotta 表示，“来自阿里巴巴和YouTube等大公司的演讲嘉宾的精彩分享，让每场研讨会都座无虚席，热情的观众迫切地希望了解日本及全球授权市场的整体趋势。”

在展会第二天晚上举行的鸡尾酒会上，众多业内人士深入交流并建立了商务关系。许多品牌商也表示2018年将继续参展，全球授权展·日本站将继续同他们携手合作，帮助他们达成在亚洲的业务目标。

“我们对于首届全球授权展·日本站的参展体验非常满意。”Copyrights Asia 总裁 David R. Buckley 先生表示。“我们的展台接待了大量观众，既有已经建立合作关系的伙伴也有新的联系人，期待在明年的展会上通过授权商贸配对服务（Matching Service）提前安排洽谈对接。”

2018年全球授权展·日本站将于4月25日至27日在东京 Big Sight 国际展示中心举办。了解更多详情，请访问：<http://www.licensingexpo.com/en/>。

NY© SUMMIT

THE BUSINESS OF BRAND LICENSING

核心高管齐聚纽约授权峰会， 商讨业界趋势和应对策略

今年在纽约时代广场马奎斯万豪酒店举行的第二届纽约授权峰会，有近 400 名授权相关领域的业内人士出席会议。此次授权交流峰会座无虚席，与会人员包括来自各大公司的 23 名高管，这些公司包括动视暴雪（Activision Blizzard）、A+E Networks、宾斯达克（Beanstalk）、CAA-GBG、Cartoon Network、Epic Rights、艾康尼斯品牌管理集团（Iconix Brand Group）、Loot Crate、梅西百货（Macy's）、Nickelodeon Viacom Consumer Products、百事可乐（PepsiCo）、PVH 公司（PVH Corp.）、Sequential Brands Group、索尼影视娱乐有限公司（Sony Pictures）、乐购（Tesco）、Xcel Brands 等；另外，女演员兼企业家德鲁·巴里摩尔（Drew Barrymore）这样的名流也出席了峰会。

峰会上，演讲嘉宾的发言内容涵盖了电子竞技、名人授权、如何在中国开展授权业务、主体性娱乐体验项目等多个主题。

峰会的重点内容包括：

- 动视暴雪（Activision Blizzard）的高级副总裁 Mike Sepso 深入探讨了电子竞技及其在过去几年的飞速发展，他也强调了电竞产业的进取精神是创建更多联赛和平台的源动力，由此培育出该行业的关键品牌——队员、团队和联赛。
- Wunderlich Securities 的 Eric Beder 以独特视角分析了品牌管理市场的当前趋势。他也指出，由于当前美国市场的不确定性（如新任总统和他的税收政策），品牌需要专注管理流程。
- 乐购（Tesco）的 Rachel Wakley、Loot Crate 的 David Morris 和 Spirit Halloween/Spencer Gifts 的 Eric Morse 强调了他们在各自商业模式中所采用的授权方式，他们也对如何决定合作的授权商/品牌，以及授权商需采取什么样的措施来加强零售关系等话题提出了自己的见解。
- CAA-GBG 的 Perry Wolfman 与著名女演员德鲁·巴里摩尔（Drew Barrymore）一道探讨了名人品牌授权的方方面面。巴里摩尔（Drew Barrymore）探讨了其旗下多家公司的近期动态，并向与会人士分享了自己基于娱乐圈丰富经历的建议。
- 索尼影视娱乐有限公司（Sony Pictures Entertainment）的 Jamie Stevens 介绍了其如何在中国处理文化和商业上所遇到的困难，如何适应广阔的中国市场，以及如何解决仿冒商品的问题。
- Sequential Brands Group 前首席执行官 Yehuda Shmidma 在峰会第二天的主题演讲中介绍了当前的“零售危机”，并分享了 Sequential 是如何适应新兴零售市场，和创建玛莎·斯图尔特（Martha Stewart）等重要品牌的宝贵经验。

纽约峰会的赞助方包括行业领先的被授权商、授权商和服务提供商，如铂金赞助商 Concept One Accessories 和白银赞助商 BrandComply.com、Jivago Brands、JPatton、RoyaltyZone 和 Uw·rē Brands；FabNY、Trevco、OpSec Security、Boy Scouts of America 以及 HYP Hosiery 也提供了额外赞助支持。

此次峰会由 License Global 与国际授权业协会（LIMA）联合举办，License Global 是博闻公司旗下杂志，博闻公司同时也是全球授权展·美国站（Licensing Expo）和全球授权展·英国站（Brand Licensing Europe）的举办方。并且想要了解更多有关纽约授权峰会的信息请前往 www.licensemag.com 订阅 License Global 电子新闻，您也可以在该网站查看最新的 LicenseTV 视频，包括峰会的演讲视频、与会高管独家访谈等内容。

NEW YORK



Mark Your Calendars for 2018

LAS VEGAS **LICENSING**
EXPO 2018

— MAY 22-24 —

MANDALAY BAY CONVENTION CENTER

LONDON **BRAND**
LICENSING
EUROPE

CHINA **LICENSING**
EXPO

JAPAN **LICENSING**
EXPO

NY **SUMMIT**
THE BUSINESS OF BRAND LICENSING

LICENSE
GLOBAL

SPONSORED BY:



www.licensingexpo.com

TOP 150

Global Licensors

全球150强授权商榜单

全球150强授权商榜单

我们的独家研究发现,2016年,全球各大授权商的授权商品零售总额已达2,722亿美元,较前一年同期增加了100亿美元,授权商品主要涉及娱乐、角色、时尚/服装、体育、企业品牌、艺术和非营利等领域。

作者: License Global全球编辑总监 托尼·里桑蒂(TONY LISANTI)

* License Global 中文特刊为您整理翻译了30强授权商,获取英文原版完整榜单请您登陆 <http://www.licensingepochina.com/zh-cn/MEDIA/NEWS> 本文内容基于英文原稿翻译,如翻译内容与您所在公司信息有误请联系我们在今后的版本中更新修改,非常感谢。

《全球150强授权商榜单》展示各大授权商提供的零售数据,分享世界主流品牌的深度观察与趋势分析,对授权行业具有重要参考价值。本年度榜单显示,许多2015年授权业发展状况的决定性因素在2016年仍然影响着行业发展,例如经济增长缓慢、企业收购频繁、企业在全中国扩张中加强对中国的关注,电子商务爆炸性的增长引发零售领域格局剧变,以及全球经济不确定性日益加剧等。

该榜单还显示,华特迪士尼公司(The Walt Disney Company)依然稳坐全球最大授权商的宝座,公司旗下的诸多品牌不仅在2016年收获了不俗的票房表现,其授权商品零售额也创造了新纪录。此外,《全球150强授权商榜单》展示了各大授权商为提高IP价值采取的多种战略举措,例如加强品牌合作、制作品牌内容和打造主题性娱乐体验项目等。

《全球150强授权商榜单》每年由License Global编写发布,本年度榜单显示,2016年授权商品全球零售总额达2,722亿美元,相较于2015年的2,622亿美元增加了100亿美元。

2016年华特迪士尼公司(The Walt Disney Company)再次蝉联榜首,其2016年授权商品全球零售总额达566亿美元,较2015年增加了41亿美元,而2015年较2014年则增加了72亿美元。如此强劲而持续的表现得益于公司的众多优质IP,经典的《星球大战》、《海底总动员2:多莉去哪儿》、《美国队长3:内战》、《奇幻森林》、《疯狂动物城》和《海洋奇缘》等均功不可没。

Meredith Corp.紧随迪士尼之后,位居第2

位。公司零售额228亿美元,其中相当一部分来自旗下《美好家园》(Better Homes and Gardens)杂志对房地产代理商的授权,以及与沃尔玛和花卉服务公司FTD之间强大的DTR(Direct to Retail)授权项目。排在第3位的是服装巨头PVH公司,全球零售额180亿美元;艾康尼斯品牌管理集团(Iconix Brand Group)位居第4位,授权商品零售额120亿美元,较去年减少了10亿美元。

华纳兄弟消费部(Warner Bros. Consumer Products)与去年一样名列第5位,授权商品零售额较去年略有增长,达到65亿美元。孩之宝(Hasbro)也收获小幅增长,以62亿美元的零售额位居第6位。随着对梦工厂动画(DreamWorks Animation)的收购以及公司自身的不断发展,Universal Brand Group零售额达61亿美元,排名跃升至第7位。

全球10强授权商中的最后3位分别是尼克国际儿童频道(Nickelodeon),授权商品全球零售总额55亿美元,排名第8位;美国职业棒球大联盟(Major League Baseball),55亿美元,排名第9位;和IMG College Licensing(Collegiate Licensing Company),45亿美元,排名第10位。拥有《魔法俏佳人》和优质新IP《麦吉与比安卡》的意大利动画工作室Rainbow也有45亿美元的不俗表现。

总体而言,全球10强授权商的2016年零售总额达到1,437亿美元,相较于2015年的1,370亿美元有所提高,占全球授权商150强零售总额的近53%。

全球10强授权商榜单中的最大变化是三丽鸥(Sanrio)的落榜,该公司的授权商品全球零售总额从2015年的59亿美元减少至2016年的44亿美元,排名也从第7位跌至12位。

品牌管理公司Authentic Brands Group和Sequential Brands Group距离全球10强授权商的殊荣仅有一步之遥。前者的零售额从2015年的30亿美元大幅增长至43亿美元,名列第13位;后者的零售额则与上年持平,仍为40亿美元,名列第15位。

此外,2016年,还有8家来自不同领域的授权商首次上榜,它们分别是帝亚吉欧(Diageo),汉美驰(Hamilton Beach Brands),Santoro,美国休闲餐厅品牌托尼罗马(Tony Roma's),园艺品牌Scotts Miracle-Gro,美国冰激凌店连锁品牌酷圣石(ColdStone Creamery),比尔特摩公司(Biltmore)和碧日(Viz Media)。

另外一个值得关注的重要现象是,零售额达到10亿美元及以上的授权商共有55家,其零售总额为2,444.6亿美元,占全球150强授权商零售总额的90%多。Jarden Consumer Products在上一年度以超过10亿美元的零售额名列第56位,由于在2016年这家公司已被纽威尔柏美收购,因此没有入选本年度的榜单,不过其仍是一个重要的企业品牌授权商。

反观榜尾,碧日传媒(北美)(Viz Media North America)以6,000万美元的授权商品零售额位列最后一位,代表着众多具有知名品牌但零售额却不足6,000万美元的小型授权商。License Global将在2017年下半年独家发布的Top Global Licensing Agents中重点关注此类公司。

展望未来,2017年3月上映的《美女与野兽》再创票房纪录,整个3月为迪士尼带来了7.6亿美元的票房收入,再加上今年将有至少5部迪士尼的系列电影上映,预示着2017年可能将成为迪士尼的又一个丰收之年。©

全球 150 强授权商标单

排名	公司名称	2016 年度 零售额 (亿美元)
1	华特迪士尼公司(The Walt Disney Company)	566
2	Meredith	228
3	PVH	180
4	艾康尼斯品牌管理集团(Iconix Brand Group)	120
5	华纳兄弟消费品部 Warner Bros. Consumer Products	65
6	孩之宝(Hasbro)	62
7	Universal Brand Development	61
8	尼克国际儿童频道(Nickelodeon)	55
9	美国职业棒球大联盟(Major League Baseball)	55(估)
10	IMG College(Collegiate Licensing Company)	45
11	Rainbow	45
12	三丽鸥(Sanrio)	44
13	Authentic Brands Group	43
14	IBML(International Brand Management & Licensing)	40
15	Sequential Brands Group	40
16	西屋电气(Westinghouse)	39
17	通用汽车(General Motors)	35
18	美国美式橄榄球大联盟(National Football League)	35(估)
19	口袋妖怪(国际)公司(The Pokémon Company International)	33
20	伊莱克斯(Electrolux)	32.5
21	美国男子职业篮球联赛(National Basketball Association)	32(估)
22	攀岭集团(Pentland Brands)	30
23	宝洁(Procter & Gamble)	30(估)
24	卡特彼勒(Caterpillar)	28.2
25	法拉利(Ferrari)	26
26	Kathy Ireland Worldwide	26
27	拉夫劳伦(Ralph Lauren)	25(估)
28	东映动画(Toei Animation)	25
29	美泰公司(Mattel)	23(估)
30	惠而浦公司(Whirlpool Corporation)	22
31	Cartoon Network Enterprises	21
32	Cherokee Global Brands	21
33	福特汽车(Ford Motor Company)	20
34	比华利保罗(Beverly Hills Polo Club)	17
35	BBC环球公司(BBC Worldwide)	16
36	Weight Watchers International	16(估)
37	NFL球员公司(NFL Players Inc.)	16
38	Bluestar Alliance	15

排名	公司名称	2016 年度 零售额 (亿美元)
39	好时公司(The Hershey Company)	15
40	花花公子(Playboy Enterprises International)	15
41	史丹利百得(Stanley Black & Decker)	15
42	二十世纪福克斯消费品部(Twentieth Century Fox Consumer Products)	15
43	美国职业高尔夫球巡回赛(PGA Tour)	14.2
44	Entertainment One	13
45	北美职业冰球联盟(National Hockey League)	13(估)
46	芝麻街工作室(Sesame Workshop)	13
47	新奇士(Sunkist Growers)	13
48	U.S. Polo Assn.	13
49	美国职业摔角联盟(WWE)	12.7
50	可口可乐(The Coca-Cola Company)	10(估)
51	Margaritaville Enterprises	10(估)
52	美国纳斯卡车赛(NASCAR)	10(估)
53	Moose Toys	10
54	Perry Ellis International	10
55	皮尔·卡丹(Pierre Cardin)	10(估)
56	Dr. Seuss Enterprises	9.5
57	Saban Brands	9
58	Focus Brands	8.015
59	乐高集团(The LEGO Group)	8(估)
60	DHX Brands	7
61	特艺集团(Technicolor)	6.8
62	姆明一族(Moomin)	6.78
63	Rovio娱乐公司(Rovio Entertainment)	6.414
64	Endemol Shine Group	6.1(估)
65	Dr Pepper Snapple Group	6.072
66	Fremantlemedia	6
67	宝丽来(Polaroid)	6
68	DFB-Wirtschaftsdienste	5.6
69	HGTV Home	5.1
70	A+E Networks	5
71	Studio 100 Group	5
72	铁人三项赛(Ironman)	5
73	Welch's	4.8
74	Telefunken Licenses	4.71
75	Art Brand Studios	4.3
76	维多利亚与阿尔伯特博物馆(V&A Museum)	4.289

全球 150 强授权商标榜单

排名	公司名称	2016 年度 零售额 (亿美元)
77	美国职业足球联赛(Major League Soccer)	4.2
78	帝亚吉欧(Diageo)	4
79	ITV Studios Global Entertainment	4
80	Church & Dwight	3.65
81	Energizer Brands	3.65
82	汤美巴哈马(Tommy Bahama)	3.6
83	C3 Entertainment	3.5
84	Hearst Brand Development	3.5
85	Mars Retail Group	3.4
86	固特异轮胎橡胶公司(The Goodyear Tire & Rubber Company)	3.38
87	索尼影业消费品部(Sony Pictures Consumer Products)	3.35
88	哥伦比亚广播公司(CBS Consumer Products)	3.2
89	米其林生活时尚用品(Michelin Lifestyle)	3.11
90	41 Entertainment	2.9
91	日产汽车(Nissan Motor Company)	2.9
92	m4e	2.8
93	大众汽车(Volkswagen)	2.8(估)
94	Smiley Company	2.646
95	百力通(Briggs & Stratton)	2.6
96	约翰迪尔(John Deere)	2.6(估)
97	国家地理合作伙伴(National Geographic Partners)	2.6(估)
98	TEN: The Enthusiast Network	2.6
99	Carte Blanche Group	2.5
100	通用磨坊食品公司(General Mills)	2.5
101	TGI Fridays	2.5
102	Jane Seymour Designs	2.4
103	The Eric Carle Studio	2.3
104	Animaccord	2.3
105	伊士曼柯达(Eastman Kodak)	2.15
106	动视暴雪(Activision Blizzard)	2.08
107	4K Media	2
108	AT&T	2
109	Food Network	2(估)
110	美国女童子军(Girl Scouts of the USA)	2
111	汉美驰(Hamilton Beach Brands)	2
112	Sports Afield	1.84
113	Roto-Rooter	1.8
114	派拉蒙影业公司(Paramount Pictures)	1.75(估)

排名	公司名称	2016 年度 零售额 (亿美元)
115	Weil Lifestyle	1.75
116	斯凯奇美国公司(Skechers USA)	1.7
117	Smithsonian Enterprises	1.68
118	川崎重工业株式会社(Kawasaki)	1.65
119	JCB Consumer Products	1.6
120	Reynolds Consumer Products(Hefty)	1.6
121	Rodale	1.55
122	Condé Nast	1.5
123	KISS	1.5
124	Wolfgang Puck Worldwide	1.48
125	Gold's Gym	1.47
126	百威英博(Anheuser-Busch InBev)	1.44
127	阿德曼动画公司(Aardman Animations)	1.4
128	乐至宝(La-Z-Boy)	1.4
129	三得利(Beam Suntory)	1.35
130	Kathy Davis Studios	1.35(估)
131	兰博基尼(Lamborghini)	1.35(估)
132	美乐家(Melitta)	1.3
133	Snuggle(The Sun Products Corporation)	1.3
134	Santorio Licensing	1.27
135	AgfaPhoto	1.2
136	不凡帝范梅勒公司(Perfetti van Melle Group)	1.06
137	百事(北美)(PepsiCo North America)	1(估)
138	托尼罗马休闲餐厅(Tony Roma's Famous Ribs)	1
139	The Scotts Miracle-Gro Company	0.96
140	美国陆军(U.S. Army)	0.9
141	MGA Entertainment	0.86
142	酷圣石(Cold Stone Creamery)	0.858
143	American Greetings Entertainment	0.75(估)
144	美国童军(Boy Scouts of America)	0.75
145	Black Flag	0.75
146	Mack Truck	0.75
147	吉力贝糖果公司(Jelly Belly Candy Company)	0.75
148	美国职业棒球小联盟(Minor League Baseball)	0.683
149	比摩尔公司(Biltmore)	0.65
150	碧日(北美)(Viz Media North America)	0.6

“估”指该公司的零售额由License Global编辑团队凭借行业专业能力,根据可获得的最可靠公开信息估算得出。

1 华特迪士尼公司 (THE WALT DISNEY COMPANY)

566亿美元 (NYSE: DIS) WWW.DCPI.DISNEY.COM

全球最大的授权商华特迪士尼公司 (The Walt Disney Company)——包括迪士尼消费品及互动媒体部、华特迪士尼工作室 (Disney Consumer Products and Interactive Media)、美国广播公司 (ABC Television) 和 ESPN, 在 2016 财年再度创下了授权商品全球零售总额的新纪录。《星球大战: 原力觉醒》为迪士尼在 2016 年带来强势开局, 通过星战粉制作的系列定格动画进行预热宣传后, 迪士尼在 9 月份推出了《星球大战外传·侠盗一号》的相关产品, 让星战的热潮持续升温。这四集定格动画在线上获得超过 1000 万次的浏览量, 在《星球大战外传·侠盗一号》的零售产品发售前引起了广泛的讨论和关注。

随着《美国队长 3: 内战》和《奇异博士》的上映, 漫威电影宇宙日益壮大。2016 年《美国队长》迎来了 75 周年纪念, 《复仇者联盟》、《银河护卫队》、《蜘蛛侠》的全新角色动画授权产品也在零售店进行售卖。《疯狂动物城》在金球奖和奥斯卡奖中均摘得最佳动画长片的桂冠, 迪士尼皮克斯的《海底总动员 2: 多莉去哪儿》则催生了又一个丰富的产品线, 包括泳衣和首饰等独特的授权产品。迪士尼商店还为《海洋奇缘》的动画主角莫阿娜公主玩偶设计了颇具创意的独特包装, 消费者可以自己动手把包装盒组装成一艘小船, 这也响应了迪士尼旨在推行环保包装的“Smart 包装倡议”。此外, 迪士尼还发起了“勇敢追梦”迪士尼公主展。

围绕迪士尼公主的优秀品质, “勇敢追梦”迪士尼公主展在年轻女士和少女群体中反响热烈, 可见“迪士尼公主”仍是最受少女欢迎的品牌之一。

在电视领域, 迪士尼频道播出的乐高原创系列动画短片《冰雪奇缘之北极光》, 为《冰雪奇缘》的粉丝们带来了全新的视觉体验、故事情节和周边产品。得益于《玩具小医生》以及 2016

年新推出的《狮子护卫队》和《艾莲娜公主》, 迪士尼幼儿频道仍然稳居学前教育电视网第一名。在万圣节和其他节日期间, 艾莲娜的服装也在迪士尼商店广受欢迎。除此之外, 《玩具小医生》已经连续 4 年获得美国玩具行业协会年度玩具大奖 (2016 年获奖的是该动画的授权产品“玩具医院护理车”)。迪士尼旗下 ESPN 的授权商品种类继续增加, 《ESPN 梦幻足球》发布了新的授权产品, 并吸引到充满激情的新消费群体, College Game Day 和 College Football Playoffs 等联合品牌节目也续写成功。此外, ESPN 仍以 ESPN 电影公司制作的《30 for 30》系列纪录片为灵感, 推出了颇具话题性的授权服饰, 并与世界少年棒球大赛合作推出授权产品。2016 年, 美国广播公司的重要授权商品包括《童话镇》、《实习医生格蕾》、《丑闻》、《与星共舞》和厨艺节目《The Chew》。美国广播公司加强了与零售商的合作, 增加了收藏品、玩具和出版物等产品品类。

在时尚领域, 迪士尼旗下各品牌开展了一系列别出心裁的跨界合作。在 2 月举办的纽约时装周上, 五位超模扮演的漫威超级英雄登上了《Garage》的杂志封面, Garage 手机 APP 版还为此特别推出了定制的数字内容。随着经典动画电影《奇幻森林》以真人实景的形式再次登上银幕, 迪士尼和服装品牌 Kenzo 合作推出了《奇幻森林》的限量服装, 在设计中采用了动画经典角色的素描头像, 并以老虎谢利·



可汗的素描头像作为该服饰系列的标志。伊森艾伦家具公司 (Ethan Allen) 和迪士尼也合作推出以米奇为设计灵感的系列家具和家居用品, 该系列由伊桑·艾伦 (Ethan Allen) 亲自设计, 是伊森艾伦家具公司 (Ethan Allen) 首次推出的授权产品。蔻驰 (Coach) 联合迪士尼举办了米奇限量系列产品发布会和市场营销活动, 不仅推出定制的数字动画, 也邀请众多时尚领袖组成全明星阵容, 助阵米奇奢侈品皮具的发布。9月, 米妮与《Nylon》杂志携手举办的狂欢派对为 2016 纽约时装周拉开序幕, 也让“最初的时尚缪斯”米妮登上各大媒体头条。迪士尼消费品及互动媒体部在“Force4Fashion”年度活动中, 则请到《侠盗一号》的众位主演和多位流行文化代表人物, 以电影宣扬的反抗主题为灵感共同创作授权 T 恤, 并将此系列 T 恤的销售收入作为“星球大战变革力量”计划的一部分, 捐赠给联合国儿童基金会。

2017 年, 华特迪士尼公司再次带来众多全新内容。该公司 2017 年上映的电影包括: 华特迪士尼工作室制作的《美女与野兽》和《加勒比海盗 5: 死无对证》; 漫威的《银河护卫队 2》、《蜘蛛侠: 英雄归来》(索尼) 和《雷神 3: 诸神黄昏》; 迪士尼皮克斯制作的《赛车总动员 3》和《可可夜总会》; 以及卢卡斯影业的《星球大战: 最后的绝地武士》。新的电视作品包括《米奇与赛车手》、电视剧版《长发公主》、《Puppy Pals》、《Vampirina》和《后裔 2》。



2 MEREDITH CORPORATION

228亿美元 (NYSE: MDP) WWW.MEREDITH.COM

2016 年, Meredith 继续通过授权来发展旗下多个媒体品牌, 包括美好家园 (Better Homes & Gardens)、EatingWell、Shape 和十全菜谱网 (Allrecipes) 等。该公司采取了一系列重大举措: 包括与沃尔玛延长了 DTR 授权合作关系; 通过美好家园房产项目显著扩大其零售网络; 为 EatingWell 和 Shape 两个品牌发布新品等。

Meredith 还将 EatingWell 这一品牌授权给 Bellisio Foods 食品公司, 推出 better-for-you 主菜速冻食品系列。该系列产品在各类连锁食品店的 6000 多个门店上架后, 广受市场欢迎。值得一提的是, 这一系列速冻食品均采用了革命性的创新包装, 顾客可以清楚地看到包装内部的食物。对所有合作的被授权商, Meredith 都会通过出版印刷、数字媒体、社交媒体和广播等提供当地的媒体支持, 这是 Meredith 的独特之处, 和 Bellisio Foods 的合作也不例外。通过这次合作, 新晋被授权商 Bellisio Foods 已升级为 Meredith 的重要战略合作伙伴, Meredith 计划在未来加强双方合作, 继续授权 Bellisio Foods 推出更多的食品产品。

对于 Shape, Meredith 则推出了一系列女士运动休闲服饰, 采用功能性面料, 打造时尚、舒适的潮流服饰系列。2016 年, Meredith 的重要零售

合作伙伴包括沃尔玛, 房地产巨头 Realogy 和花卉服务公司 FTD。为了推动与沃尔玛合作的美好家园项目, Meredith 在 2016 年发起了数次 Facebook 直播活动, 通过美好家园的授权产品, 向观众介绍一些有趣的建议和设计妙招。Meredith 还在公司总部为 300 多位美好家园的房产经纪人和顶级代理商组织了一次沉浸式幕后品牌体验。

展望 2017 年, 在既有项目和新达成的授权伙伴关系基础上, Meredith 预测公司收入将再创新高。Meredith 正在与现有的被授权商通力合作, 努力增加授权商品的样式和种类。Meredith 也在为旗下其他商标探索更多的授权机会, 其中 Traditional Homes 和 Family Circle 等商标都备受消费者信赖, 拥有很高的知名度。



3 PVH CORP.

180亿美元 (NYSE: PVH) WWW.PVH.COM

PVH 旗 下 包 括 Calvin Klein, Tommy Hilfiger 及 Heritage Brands 的品牌业务。这其中 Calvin Klein 在 2016 年的销售业绩突出, 全球零售额达到 84 亿美元 (其中 55% 来自授权合作伙伴)。Clavin Klein Underwear 在全球表现也相当抢眼, Calvin Klein Jeans 则在扭转疲软业绩的努力中取得了进步, 特别是在欧洲市场。国际业务方面, Calvin Klein 在英国和德国市场表现不俗; 在亚洲, 特别是中国, Calvin Klein 也取得突出业绩。得益于良好的批发销售业绩, 以及 PVH 向专卖店和电子商务零售商倾斜的多样化分销策略, Calvin Klein 在北美市场的表现正趋于稳健。拉夫·西蒙斯 (Raf Simons) 出任首席运营官后, 致力于通过共同的创新愿景, 将 Calvin Klein 的多个品牌进行整合。PVH 已把在墨西哥的业务转移到与 Grupo Axo 联合建立的合资企业旗下 (包括 Tommy Hilfiger, Warner's, Olga 和 Speedo)。在 CK Calvin Klein 配饰业务回归公司之后, PVH 有望推动配饰业务在亚洲市场的发展。

2016 年, Tommy Hilfiger 作为全球顶尖的高端生活方式品牌之一, 进一步巩固了自己的国际地位, 全球零售额达到 66 亿美元。该品牌在其最大的市场欧洲, 继续表现出强劲的增长势头。PVH 在 2016 年 4 月宣布在中国市场进行直营后, Tommy Hilfiger 在中国发展迅速, 在亚太授权市场的其他区域也表现良好。在北美市场, Tommy Hilfiger 的批发销售表现积极, 但由于美元升值导致的消费下降, PVH 在美国的零售专卖业务仍然面临压力。在拉丁美洲和中 / 南美洲, 通过授权合作伙伴和在巴西的合资企业, Tommy Hifiger 持续扩张。与此同时, 尽管美国的百货公司正面临挑战, PVH 的传统品牌仍然实现了持续盈利。PVH 正在重点加强产品的差异性, 对其业务进行调整, 例如应用新科技和制造工艺, 并大力加强电子商务业务。Van Heusen 在中美洲市场不断扩张, 在印度和澳大利亚继续以创新推动品牌发展, 该品牌还在印度开设了首家全数字化门店。在美国市场, Van Heusen 则启动了与 Peerless Clothing 的 Flex 搭配项目, 并与 Basic Resources 推出了授权内衣产品。IZOD 在中国、印度、拉美和美国国内的授权业表现依然强势。据悉 IZOD 将在 2018 年春季推出女性运动服饰。Warner's 和 Arrow 的被授权商数量不断增加, Arrow 在印度的表现超出预期, 通过新店的不断开业实现了利润增长。

4 艾康尼斯品牌管理集团 (ICONIX BRAND GROUP)

120亿美元 (NASDAQ: ICON) WWW.ICONIXBRAND.COM

艾康尼斯品牌管理集团 (Iconix Brand Group) 拥有并积极管理着 30 多个品牌, 涉及男女时装、体育运动、家居和娱乐等多个领域。公司目前在全球有约 1400 个授权, 包括 60 个 DTR 合作项目。在女装和家居领域, 艾康尼斯与 DTR 伙伴保持着长期合作, 其中包括沃尔玛的 DanskinNow, 塔吉特百货的 Mossimo, 柯尔百货的 Candie's, 梅西百货的 Material Girl, 杰西潘尼的 Royal Velvet 和好市多的 Charisma 等。艾康尼斯在娱乐领域的支柱性业务是以查尔斯·舒尔茨 (Charles Schulz) 经典连载漫画为核心的 Peanuts 品牌。此前二十世纪福克斯和蓝天工作室联合制作的《史努比: 花生大电影》

已在全球影院上映, 共计 104 集的 7 分钟动画短片目前也正在全球主要网络频道播出, 这些都为 Peanuts 品牌带来了新的观众。艾康尼斯全球消费品业务增长强势, 不仅拥有 1000 多个被授权商, 而且与 Zara、H&M 和优衣库等多家全球零售商建立了 DTR 授权。除此之外, 艾康尼斯还与蔻驰 (Coach)、Huf、古驰 (Gucci) 和 Vans 等

高端时尚品牌建立了顶级合作关系。在男装业务方面, 公司计划借助再次兴起的运动潮流, 与全球知名的传统运动品牌 Starter、茵宝和 Pony 建立合作。艾康尼斯的国际平台包括国际品牌茵宝 (Umbro)、Lee Cooper 和 Peanuts, 其业务在中国和拉丁美洲保持增长, 同时在加拿大、东南亚、澳大利亚、中东和欧洲, 艾康尼斯的合资企业也表现不俗。2016 年艾康尼斯先后聘请了诸多拥有强大粉丝群体的社交媒体偶像担任品牌大使, 以此提升品牌合作。公司请到了《摩登家庭》中的明星萨拉·海兰德 (Sarah Hyland) 担任 Candie's 的首位创意总监, 还请到社交媒体名人 Pia Mia 担任 Material Girl 的时尚总监。女性运动品牌 Danskin 则携手专业舞蹈演员珍娜·迪万·塔图姆 (Jenna Dewan Tatum), 让该品牌的舞蹈元素焕发新生。在男性运动领域, 公司则邀请到屡获殊荣的制作人和社交媒体明星 DJ Khaled 担任 Rocawear 的代言人。艾康尼斯计划继续通过全球市场营销活动全力支持旗下各品牌, 以获得持续增长, 扩大国际影响力, 并加强其消费品牌之间的联系。



PEANUTS™
WORLDWIDE LLC

5 华纳兄弟消费品部 (WARNER BROS. CONSUMER PRODUCTS)

65亿美元 (NYSE: TWX) WWW.WARNERBROS.COM

华纳兄弟消费品部 (Warner Bros. Consumer Products) 在娱乐领域拥有强大的 IP 组合, 包括多部场面宏大的电影大片, 备受粉丝追捧的电视节目, 以及深受年轻粉丝喜爱的动画。华纳兄弟消费品部在全球的项目覆盖了相当广泛的品类, 既有从产品内容汲取灵感的服装和配饰, 也有丰富多样的玩具产品线 and 收藏品、家居饰品、文具和礼品, 也涉及合作营销、主题乐园和出版发行等。凭借颇具创新的全球授权业务和特许经营项目、零售业举措、合作营销、以及遍布全球的主题乐园, 华纳兄弟消费品部为各年龄段的粉丝提供了丰富多彩的内容和商品。2016 年华纳兄弟影片公司 (Warner Bros. Pictures) 推出了《蝙蝠侠大战超人: 正义黎明》和 DC 宇宙系列作品 (包括蝙蝠侠、超人、神奇女侠和正义联盟等)。在《蝙蝠侠大战超人: 正义黎明》中神奇女侠首次亮相。华纳兄弟消费品部还在全球范围内发布了《DC 超级女英雄》这一颇具开创性的系列, 这是由经典的 DC 超级女英雄构建的全新宇宙。J.K. 罗琳的《魔法世界》, 包括备受观众喜爱的哈利波特系列, 则通过主题乐园和丰富的产品为全世界的粉丝们带来欢乐。获得奥斯卡最佳服装设计奖的《神奇动物在哪里》催生了新的授权商品。

华纳兄弟消费品部不仅举办了“哈利波特全球巡回展”和“DC 超级英雄全球巡回展”, 还继续加强与全球主题乐园的合作, 继奥兰多和日本之后, 好莱坞环球影城“哈利波特的魔法世界”主题乐园在 2016 年盛大开幕。华纳兄弟消费品部的授权商品也包括华纳兄弟发行的多个电视剧, 例如火爆的《生活大爆炸》和 DC 电视剧《闪电侠》、《绿箭侠》、《哥谭》和《超级少女》, 以及华纳兄弟动画公司发行的喜剧动画片《少年泰坦出击》和全新的《正义联盟行动》。华纳兄弟消费品部最重要的授权 IP 还包括动画《兔八哥》、《史酷比》和《猫和老鼠》。2016 年, 华纳消费品部与世界各地的零售商建立了合作, 其中不乏知名被授权商乐高集团 (The LEGO Group)、美泰公司 (Mattel)、Rubie's Costume Co. 等。华纳还

与 Funko、费雪 (Fisher-Price)、Jakks Pacific、安德玛 (Under



Armour)、Bioworld、Junk Food、New Era 等品牌, 以及兰登书屋 (Random House)、学乐集团 (Scholastic)、哈珀柯林斯 (HarperCollins) 和 Insight Editions 等出版公司合作, 推出了许多全球性项目, 在多个领域发布了新品。2016 年春季, 随着《蝙蝠侠大战超人: 正义黎明》的上映, 华纳兄弟消费品部也在全球推出相关授权商品, 并开展宣传活动。例如与 Hendrick Motorsports 车队联手演出的纳斯卡比赛, 这场比赛中, 小戴尔·恩哈特 (Dale Earnhardt Jr.) 驾驶蝙蝠侠主题赛车, 对战驾驶超人主题赛车的吉米·强森 (Jimmie Johnson), 最终吉米·强森获胜, 赢得 2016 年度纳斯卡赛车冠军。这一年, 华纳发行的电影、电视和动画中均不乏强大的女性角色, 华纳兄弟消费品部联合多家被授权商和零售合作伙伴共同庆祝了神奇女侠 75 周年。不仅如此, 华纳兄弟消费品部还启动了名为“DC 超级女英雄”的全球项目, 著名的玩具合作伙伴美泰公司凭借超级女侠可动人偶, 斩获 TIA 年度玩具大奖, 这也是女性可动人偶首次获得此项大奖。和这一品牌相关的原创内容也通过在线网络、电视、出版物和社交媒体等形式全面铺开。2016 年夏季, DC 最为经典的超级反派组成的《X 特遣队》斩获奥斯卡最佳化妆发型奖, 该电影和《神奇动物在哪里》一样得到华纳兄弟消费品部全球商品计划的支持。进入 2017 年, 由华纳兄弟全球合作伙伴乐高集团牵头的《乐高蝙蝠侠大电影》上映, 由华纳兄弟影片公司和传奇影业共同制作发行的、再次书写金刚传奇故事的《金刚: 骷髅岛》也登录全球院线。今年 6 月, 神奇女侠的独立故事片首次亮相, 华纳兄弟的全球合作伙伴为这部电影准备了服装、配饰、化妆、出版、文具、玩具、收藏品、家居用品、糖果等全方位的授权业务支持。同样备受期待的故事片《正义联盟》也在全球上映, 并得到全球商品项目的全力支持。整个 2017 年, DC 旗下的超级英雄和超级反派们将继续支撑华纳兄弟消费品的授权商品、宣传活动和系列合作, 包括以“DC 超级女英雄”为主题的乐高积木; 美泰公司推出的“少年泰坦出击”和“正义联盟行动”玩具; 以及《闪电侠》、《绿箭侠》、《超级少女》、《哥谭》和《生活大爆炸》等热门电视剧的周边产品。《兔八哥》、《史酷比》、《猫和老鼠》也在 2017 年继续开展引人注目的时尚项目, 覆盖高端合作和大众市场。



6 孩之宝 (HASBRO)

62亿美元 (NASDAQ: HAS) WWW.HASBRO.COM

孩之宝 (Hasbro) 在 2016 年的卓越表现展现了其全球团队和“品牌蓝图”的强大实力。2016 年，动画剧《小马宝莉之友谊就是魔法》第 6 季在全球超过 193 个国家及地区播出，为这一备受欢迎的系列再添新活力。小马宝莉在这一年为孩之宝带来了超过 12 亿美元的零售收入。与此同时，从 2004 年开始，作为孩之宝最成功的授权 IP，变形金刚已经为孩之宝贡献了超过 100 亿美元的零售收入。2016 年，孩之宝不仅与服装品牌 Moschino 合作推出了变形金刚系列服装，还与 Au Jour Le Jour 和 Iceberg、特步 (Xtep)、D2C、Shoyoroll Corporation、Moleskine 和 Nice Kicks 建立了合作关系。孩之宝其他品牌的推广活动也相当活跃：例如，孩之宝为大富翁举办了多场营销活动，推出大富翁的数字游戏和时尚包装活动，将培乐多扩展至艺术、手工以及返校季购物领域；强化了 Nerf 品牌的宠物玩具系列，并将其扩展到体育和体育动作领域；此外，万智牌也被孩之宝扩展至数字媒体领域。

孩之宝还与华特迪士尼公司、芝麻街工作室 (Sesame Workshop) 和 Universal Brand Development 进行合作，不断提高孩之宝在玩具和游戏领域的销售业绩。这一年，孩之宝大力投资零售领域，鼓励消费者全面参与品牌故事与创新。孩之宝推出了多个跨界消费品项目，与之合作的零售商包括谷歌、苹果、特斯科 (Tesco)、塔吉特 (Target)、沃尔玛、阿斯达 (Asda)、俄罗斯儿童用品商店 Detsky Mir、澳大利亚大型超市 Big W、玩具反斗城和科尔士百货 (Kohl's) 等等。

孩之宝也与 Zara、H & M、Cubus 和 Build-A-Bear 等品牌也建立了



合作关系，推出的授权产品在消费市场广受欢迎。值得一提的是，孩之宝在全球的被授权商和零售商为其提供了强大的市场营销支持。例如，在中国，双十一期间，天猫对变形金刚主题商品进行了大力宣传。在印刷出版领域，小马宝莉和变形金刚的相关漫画和故事书均取得了巨大成功。孩之宝不仅拓展了小马宝莉的杂志系列，也将培乐多的相关出版商品延伸至欧洲和北美市场。此外，孩之宝与 IDW 出版公司合作推出动漫联动大事件“Revolution”，开始打造自己的全新动漫宇宙篇章。通过与全球性及地区性的重要企业合作举行推广活动，大大提升了孩之宝的品牌印象。这些企业包括菲多利 (Frito Lay)、金吉达香蕉 (Chiquita Banana)、艾伯森 (Albertson's) 和麦当劳等等。

2017 年，孩之宝将继续发展其核心 IP。内容层面：孩之宝于年初推出了全新的数字动画剧《Hanazuki Full of Treasures》，该动画的更多新内容也在计划中；孩之宝工作室和旗下电影子公司 Allspark Pictures 将联合发布两部大型动作电影——包括 10 月份将上映的《小马宝莉大电影》和 6 月已登陆大银幕的《变形金刚 5：最后的骑士》(该电影系列的第五部作品)。这两个系列作品的动画剧也将再度回归。2017 年，孩之宝将继续与 Machinima 电影公司合作，为《变形金刚》“领袖战争三部曲”项目开发更多数字内容；小小宠物店品牌将于 2017 年秋季在 YouTube 上发布一系列动画数字短片；孩之宝还将推出首个 Netflix 原创剧集《Stretch Armstrong and the Flex Fighters》。

在时尚与生活方式领域：孩之宝继续和加拿大设计师海莉·埃尔萨瑟 (Hayley Elsaesser) 开展合作，把小马宝莉为灵感的设计作品带到纽约时装周；孩之宝还与 Moschino 联手，在米兰展示数个受变形金刚启发的造型设计。2017 年孩之宝也将启动新的时尚领域合作项目和以故事内容为主导的产品计划。与此同时，孩之宝的合作伙伴

Kabam 游戏公司和腾讯公司正在开发新的变形金刚手游及 PC 端游。大富翁的授权游戏也将在今年由 Backflip Studios 制作完成，开启全新的游戏之旅。孩之宝也将在全球范围内建立诸多主体性娱乐体验项目。

7 UNIVERSAL BRAND DEVELOPMENT

61亿美元 (NASDAQ: CMCSA)

WWW.NBCUNI.COM

Universal Brand Development 拥有多个创意合作伙伴，包括：环球影业公司 (Universal Pictures)、照明娱乐公司 (Illumination Entertainment)、梦工厂动画公司 (DreamWorks Animation) 以及 NBC



环球 (拥有许多电视和有线电视节目资源)。在这些合作伙伴资源的支持下，Universal Brand Development 得通过创新的实体及数字产品、内容和消费者体验，不断推动公司 IP 资源在全球的扩张与发展。2016 年，照明娱乐公司和环球影业公司联合发行了动画电影《爱宠大机密》。该动画得到了全球将近 100 个合作伙伴跨领域的授权及推广支持。玩具公司 Spin Master 是 Universal Brand Development 最重要的合作伙伴，在深化与该公司合作的同时，Universal Brand Development 也在不断扩大全球项目，其中就包括与美国宠物

连锁品牌 PetSmart 建立的零售合作伙伴关系。PetSmart 从电影中汲取灵感，推出了一系列反映电影中各个宠物角色独特性格特点的宠物玩具、服装和宠物用床。作为合作的一部分，PetSmart 在各零售连锁店和在线渠道中融入了《爱宠大机密》的各种元素，为消费者创造了全方位的主题购物体验。《爱宠大机密》的跨领域授权项目产生了近 4 亿美元的零售推广价值。其中包括麦当劳在全球推出的《爱宠大机密》玩具，和家喻户晓的顶级品牌克莱斯勒 (Chrysler)、通用磨坊 (General Mills)、宝洁、Mott's、The J.M. Smucker Company、GoPro、Realtor.com 等携手举办的推广活动，以及一系列的跨领域消费品项目。

2016 年，梦工厂动画的《魔发精灵》在全球票房市场成绩不俗，这成功地让经典玩具《魔发精灵》在银幕上焕发新生。以《Can't Stop The Feeling!》为主打的电影原声带由贾斯汀·汀布莱克 (Justin Timberlake) 献声，收获多项音乐大奖提名。电影的成功也让梦工厂动画启动了迄今为止最大的消费品及品牌合作伙伴计划，包括在美国国内举办 15 个大型推广活动和与 74 个国际性合作伙伴建立合作关系。这些国际性合作伙伴包括麦当劳、True Value、Dish Network、梅西百货和通用磨坊等。梅西百货在其商店中摆放了大量专属《魔发精灵》主题商品，并将电影元素融入其标志性的全国时装秀以和感恩节大游行中。以孩之宝为首，各大玩具零售商在全世界范围内对《魔法精灵》的消费品给予了跨领域支持。同时，这一 IP 的消费

品产品线受益于与 YouTube、Snapchat、Spotify 和 Pandora 在数字领域的合作关系。塔吉特通过“Rock Your True Colors”零售项目重点推广了《魔发精灵》主题产品。沃尔玛在其北美的主要门店也开展了店内推广活动，发售限量版《魔发精灵》主题产品，并由扮演魔发精灵的导购帮助顾客在门店内及线上选购商品。

2017 年，环球影业将把《神偷奶爸》、《速度与激情》和重新改编的奇幻电影《新木乃伊》再次搬上大银幕。《神偷奶爸 3》很有可能续写《神偷奶爸》系列的票房奇迹。这部电影将得到该系列最为广泛、最大力度的消费品项目支持。环球影业与合作伙伴也将一起推出这些 IP 的授权产品，包括与 WowWee 机器人玩具公司推出的 Minion MiP，和 Moose Toys 玩具公司推出的 Mineez 系列——这一系列全面覆盖了《神偷奶爸》中的角色形象。梦工厂动画的《魔发精灵》和《Spirit Riding Free》、《战神金刚传奇护卫者》和《巨怪猎人》等动画电视品牌也将启动贯穿全年的消费品和零售项目。作为《魔发精灵》玩具领域的被授权商，孩之宝将继续丰富产品形式，推出更多创新玩具，给粉丝们带来更多发型、音乐以及角色的选择。在真人动作电影领域，Universal Brand Development 将为环球影业公司的《速度与激情》启动玩具与时尚领域的 IP 授权计划，美泰已成为这一 IP 在玩具领域的主要被授权商之一；环球影业也将为《新木乃伊》推出一项精心策划的消费品授权项目。

8 尼克国际儿童频道 (NICKELODEON)

55亿美元 (NASDAQ: VIAB, VIA)

WWW.NICK.COM

2016年，在学前电视节目的前10名中，尼克国际儿童频道 (Nickelodeon) 就拥有6个，该频道将以此为基础，不断激发新需求、实现新的增长。尼克国际儿童频道在这一年最重要的授权资源包括《狗狗巡逻队》、《愿望精灵小姐妹》、《烈焰与怪物卡车》、《忍者神龟：变种时代》和《“90s” Nick》。其中，《愿望精灵小姐妹》的授权产品一经发布就引起了强烈反响，新建立的授权合作伙伴关系则扩充了《烈焰与怪物卡车》和《狗狗巡逻队》现有被授权商的产品种类。《狗狗巡逻队》已经连续两年荣获最受欢迎学前教育授权资源。除了时尚与生活

方式品牌 Fashion Angels、美高积木 (Mega Bloks)、Moose Mountain 和 Sakar 等合作伙伴推出的新产品外，具有重要意义的新授权项目还包括：费雪全新发布的 Teenie Genies《愿望精灵小姐妹》收藏玩具系列；TY 以《狗狗巡逻队》为原型推出的首个授权 Beanie Boos 系列；以及尼克国际儿童频道为费雪 Think & Learn Smart Cycle 玩具自行车推出的应用程序。2016年，尼克国际儿童频道推出了经典动画《嘿，阿诺德！》、《莱恩和史丁比》和《淘气小兵兵》的限量版消费品，致敬公司25年来的动画原创精神。

尼克国际儿童频道还与时尚设计师品牌 Jeremy Scott、纽约零售商 Story 和街头服装品牌 Kith 建立了独特的合作伙伴关系。这些品牌都是90年代怀旧潮流的引领者，他们将在2017年继续推出面向细分消费市场和

普通大众的新产品。通过一系列的合作伙伴关系，该频道将继续深挖另一传统品牌——绿色史莱姆的潜力，其合作领域将涵盖服装、家具、玩具和大众消费品等。此外，尼克国际儿童频道为社交媒体上颇具影响力的13岁歌手、舞者、演员 JoJo Siwa 设计了一套授权消费品，2017年，这套产品将在时尚配饰商店 Claire's 独家发售。尼克国际儿童频道的合作伙伴 KidDseign 和 JustPla 则将在未来几个月内发售授权产品，品类包括服装、家居装饰、玩具和出版物等。



9 美国职业棒球大联盟 (MAJOR LEAGUE BASEBALL)

55亿美元 (估) (非上市) WWW.MLB.COM

美国职业棒球大联盟 (Major League Baseball) 已宣布：从2020年赛季开始，联盟将与运动品牌安德玛建立长达10年的合作伙伴关系，后者将为美国职棒大联盟的30支队伍提供队服。联盟还授权美国体育用品电商巨头 Fanatics 管理所有球迷装备的生产与销售，产品范围涵盖运动衫、姓名和球衣号码产品以及季后赛服装等。

10 IMG COLLEGE LICENSING (COLLEGIATE LICENSING COMPANY)

45亿美元 (非上市) WWW.CLC.COM

Collegiate Licensing Company (CLC) 和 IMG 代理的其他大学 IP 都归属于 IMG College Licensing。由 CLC 合作机构代理的品牌约占 IMG College Licensing 全部品牌的70%。2016年销量最高的品牌包括密歇根大学、阿拉巴马大学、田纳西大学、密歇根州立大学、德克萨斯州 A&M 大学、路易斯安纳州立大学、佛罗里达大学以及国家大学体育协会 NCAA 和大学橄榄球季后赛。2016年的重要项目包括 Yeti 冰镇包系列产品的推出，以及“corn hole”等聚会游戏用品。此外，维多利亚的秘密 Pink 大学项目也表现出强劲增长。展望未来，随着大学授权商品的几个重要零售商纷纷关门或减少门店数量，大学品牌将不得不开发多元化分销渠道，努力发展非传统及在线分销渠道。女士品牌将继续成为实现销售增长的关键。CLC 还将继续通过数字定制化加强与消费者的联系，例如提供商业图片和社交媒体品牌内容等。CLC 也将继续通过 College Colors Day、Holiday Cheer 和 Rock Your Colors 这些成功的零售营销平台，让品牌有机会与零售商和消费者随时交流，提高大学品牌在消费者群体中的知名度。

11 RAINBOW

45亿美元 (非上市) WWW.RBW.IT

2016年,《魔法俏佳人》继续为 Rainbow 创造良好业绩,公司新推出的节目《麦吉与比安卡》、《富豪学院》和《World of Winx》也有突出贡献。《富豪学院》目前正在全世界 100 多个国家播出;《麦吉与比安卡》是 Rainbow 的首部真人电视剧;而与 Netflix 联合制作的《World of Winx》则是改编自《魔法俏佳人》的原创剧。2016年, Rainbow 续约了《魔法俏佳人》主要播放国家的合作伙伴关系。而《魔法俏佳人》主题的时尚玩偶在全球市场的表现也非常不错。其中 Winx Tynix 精灵玩偶成为意大利 11 月份最畅销的时尚玩偶。Rainbow 这一年其他重要的授权交易包括授权 Simba Dickie Group 为《麦吉与比安卡》主题玩具的主要被授权商;授权 Giochi Preziosi 为《富豪学院》主题玩具的主要被授权商;指定北美的 Auldey Toys 为北美市场《富豪学院》主题玩具的主要被授权商。

2017年预计 Rainbow 发布的新电视连续剧为全球各地的被授权商带来的利润,将持续攀升。Rainbow 也将全球各地区采取因地制宜的推广举措,充分考虑当地文化,以期为旗下品牌提供 360 度的全方位支持,包括公共关系和媒体推广、活动、联合推广、娱教项目和零售活动。



13 AUTHENTIC BRANDS GROUP

43亿美元 (非上市) WWW.ABG-NYC.COM

除商品销售业务外, Authentic Brands Group 还拥有 Graceland 17% 的股份,其中包括 Paisley Park 的运营权。2016年,公司在名人与娱乐领域的顶级授权资源包括沙奎尔·奥尼尔 (Shaquille O'Neal)、朱利叶斯·欧文 (Dr. J)、坦莉雅 (Thalía)、拳王穆罕默德·阿里 (Muhammad Ali)、玛丽莲·梦露 (Marilyn Monroe)、Mini Marilyn 以及猫王埃尔维斯·普雷斯里 (Elvis Presley),以及该公司管理的品牌 Michael Jackson 和 Bobby Jones。时尚领域的顶级品牌则包括 Juicy Couture, Aéropostale、Frederick's of Hollywood、Jones New York、Judith Leiber、Hart Schaffner Marx、Hickey Freeman、Adrienne Vittadini、Taryn Rose 和 Misook。体育方面的顶级品牌有 Spyder、Tapout、Tretorn、Airwalk、Vision Street Wear、Prince 和 Hind。主要授权和零售合作伙伴包括 Academy、阿里巴巴、亚马逊、Asos、Aritzia、Bergdorf Goodman、Big 5、Big W、Bloomingdale's、Canadian Tire、City Hill、Colette、好市多、Decathlon Sports、Demsas Group、Dick's Sporting Goods、Dillard's、El Corte Inglés、El Palacio、Fanatics、FF Group、Global Brands Group、Harrod's、Handsome Corporation、Hudson Group、Intersport、Irani Corporation、Jamilco、科尔士百货、Kmart、Lane Crawford、利物浦、Lord & Taylor、梅西百货、Majid Al Futtaim Group、Modell's、Neiman Marcus、Nordstrom、Novco Group、Palacio De Hierro、Paradies、Payless、Peek & Cloppenburg、Primark、

12 三丽鸥 (SANRIO)

44亿美元 (TYO: 8136) WWW.SANRIO.COM

2016年,三丽鸥 (Sanrio) 着重扩展了“Hello Kitty”的相关授权项目和品类,并推出了新形象“蛋黄哥”。三丽鸥还推出了“Hello Sanrio”品牌。这是一个拟真世界:该世界中,三丽鸥的多个形象彼此互动,同时展示自己独特的性格特点。2016年三丽鸥最重要的零售项目包括:与 OPI、ColourPop Cosmetics、刺猬索尼克、Melody Ehsani、Johnny Cupcakes 和 YRU Footwear 进行合作;推出首个 Hello Kitty 大型玩偶系列;与 Girl

Skateboards、Lakai Footwear、JapanLA、Ju-Ju-Be、Loot Crate 和 麦当劳建立 Hello Sanrio 的合作关系;开发多款面向儿童和青少年的手机应用;推出 Snapchat 牌 Hello Kitty 和双星仙子主题滤镜;增开 Hello Kitty 咖啡馆和咖啡车,同时投入使用第一个 Hello Kitty 咖啡柜,提供 Hello Kitty 主题的手工烘焙食品、饮品和藏品;在奥兰多环球影城举行零售体验活动,独家发售与环球携手打造的联合品牌商品;以及与 Advanced Fresh Concepts 建立合作关系,在超市发售 Hello Kitty 主题的寿司、茶、豆酱和赠品,这些商品中有“Hello Kitty 寿司主厨”的设计元素。2017年,三丽鸥将进一步丰富角色形象,加强与粉丝之间的互动。除凯蒂猫外,蛋黄哥和 Hello Sanrio 也将成为三丽鸥在 2017 年的关注重点。三丽鸥还将为新角色 Aggretsuko 启动相关项目。“奇先生妙小姐”将在 2017 年启动新的零售、合作和推广项目,基于这一经典品牌的影片目前正由福克斯动画工作室进行制作。



Reliance Brands Limited、Rustan's、Saks Fifth Avenue、Sears USA、Sears Canada、Sears Mexico、Selfridges、Surtee Group、Sporting Life、Sports 2000、Sports Direct、塔吉特、Top Shop、TJ Maxx、安德玛、Urban Outfitters、沃尔玛、Walton Brown、Winners 和 Xebio。

2017 年, Authentic Brands Group 将开展一系列重要举措, 包括: 在 A é ropostale 推出以玛丽莲·梦露、拳王阿里和埃尔维斯·普雷斯利(猫王)为代表的美国偶像系列产品; 展开一系列与 Juicy Couture 的合作, 推出 Juicy by Juicy Couture 和 Juicy Couture x Disney 系列产品, 在 Urban Outfitters 举行品牌发布会; 公司旗下的 Judith Leiber 品牌将与时尚设计师 Dee Ocleppo、Alexander Wang 展开多项合作, 并与迪士尼合作推出《美女与野兽》的系列产品; Frederick's of Hollywood 则将与梅根·福克斯(Megan Fox)和 Team Foh 合作推出系列产品; 而 Hart Schaffner Marx 会同 David Hart 携手合作; Airwalk Classics 也将在巴黎柯莱特时尚店发布新品, 并携手潮牌 Jeff Staple 共同创作。Tretorn 将与 André 3000 Benjamin 建立战略合作伙伴关系, 同时邀请到 Emory Vegas Jones 和 Kelton Crenshaw 担任品牌形象大使; Prince 将发布 Luxe 奢华系列产品, 邀请网球明星卢卡斯·普耶(Lucas Pouille)和约翰·伊斯内尔(John Isner)担任品牌新晋形象大使; Vision Street Wear 则将首次与世界知名音乐艺术家建立全球合作伙伴关系。而沙奎尔·奥尼尔, 将为 Krispy Kreme、奥利奥和 The General Insurance 代言, 并与 Steiner Sports 和锐步签约; 坦莉雅将为 AT&T 以及梅西百货的一个时尚与生活方式品牌代言; 以玛丽莲·梦露为主题的全新精致珠宝和内衣商品也将问世; 埃尔维斯·普雷斯利(猫王)品牌则将与蔻驰(Coach)建立时装方面的合作。



14 IBML (INTERNATIONAL BRAND MANAGEMENT & LICENSING)

40亿美元 (非上市) WWW.IBML.CO.UK

公司的重要 IP 包括 Antigua、Campri、卡尔顿(Carlton)、Donnay、邓禄普(Dunlop)、Everlast、Golddigga、坎戈尔袋鼠(Kangol)、Karrimor、LA Gear、龙狮戴尔(Lonsdale)、No Fear、Sondico、史莱辛格(Slazenger,)、Title、USA Pro 和 Voodoo Dolls。

15 SEQUENTIAL BRANDS GROUP

40亿美元 (NASDAQ: SQBG)

WWW.SEQUENTIALBRANDSGROUP.COM

虽然 Sequential 品牌管理公司成立不足五年, 但却是全球发展最快的品牌管理公司。仅过去的两年间, Sequential 的规模就扩大了一倍, 目前已拥有 150 多个被授权商。



Sequential 的消费品牌集中在 3 个垂直领域: 时装、家居和体育用品领域。在时装领域, 公司的旗舰品牌是潮流服装品牌 Jessica Simpson、William Rast 以及牛仔品牌 Joe's Jeans; 家居领域, 公司的主导品牌是家政明星玛莎·斯图尔特(Martha Stewart)和主厨艾梅里尔·拉加西(Emeril Lagasse)的同名品牌; 体育用品领域, 公司则以 Gaiam、AND1 和 Avia 三大品牌为主。2016 年是 Sequential 业务发展比较强劲的一年。Sequential 的业务增长源于多项举措, 这一年 Sequential 通过全新的数字及国际分销渠道进一步壮大了其旗下品牌; 同时公司还加强了其与核心零售伙伴的合作, 包括沃尔玛、家得宝、梅西百货以及亚马逊等。公司在 2016 年度的重大活动包括: 旗下品牌 Jessica Simpson 在全国发布健身新品运动衣和运动鞋; 旗下品牌 Martha Stewart 入驻加拿大知名零售商 Hudson's Bay 的商店; 推出名为 Martha & Marley Spoon 的全新业务, 主打纯娱乐、电子商务和餐饮套餐类服务。不仅如此, Sequential 还在加拿大所有的沃尔玛门店都发布了 AND1; 并签署了新交易——在这些交易之下, Martha Stewart 品牌将进入韩国市场, AND1 将进入中国市场。2017 年, Sequential 仍将把工作重点放在旗下品牌的发展, 重点着力于数字领域的发展以及国际扩张。Sequential 公司也将继续着眼于 3 个垂直领域, 并评估新品牌的收购潜力。

16 西屋电气 (STO: ELUXB)

39亿美元 (NASDAQ: SQBG) WWW.LMCA.NET

西屋电气 (Westinghouse) 自 2001 年起由 LMCA 为其运行品牌授权管理。其品牌运营专注于核心消费者、商业和 B2B 领域。这其中包括: LCD 电视、笔记本电脑、灯泡、消费者安防、B2B 照明、电气和电线设备、核能发电、太阳能发电、风力发电、景观照明、小家电、空气净化器、净水、中央供暖、空气调节、内部通讯系统、电气/电脑及音响配件等。西屋电气品牌的发展仍将在很大程度上取决于来自其拥有的市场份额所带来的收入、地域扩张以及更为强大的联合营销活动。

17 通用汽车 (GENERAL MOTORS)

35亿美元 (NYSE: GM) WWW.GM.COM

通用汽车 (General Motors) 拥有众多汽车品牌和不同的汽车系列, 以满足全球驾驶者的需求。通用汽车的授权名单中既有新兴品牌, 也有经典品牌。这其中, 雪佛兰、别克、GMC、凯迪拉克、庞蒂亚克、奥兹莫比尔、土星和悍马等都已有一百多年的历史了。与此同时, 通用汽车旗下拥有超过 8 百万款汽车, 包括: 汽车行业第一辆概念车别克 Y-Job; 庞蒂亚克第一、第二以及第三代火鸟概念车; 以装饰艺术为灵感的 Futurliner 定制系列, 也就是通用汽车 Parade of Progress 的一部分。雪佛兰品牌的追随者往往充满热情——从最新的雪佛兰 Bolt EV 电动车到屡获大奖的索罗德皮卡, 雪佛兰不断将创新与时尚造型发扬光大。随着全新车型的推出, 别克品牌不断刷新全球销售记录。GMC 丰富的卡车和 SUV 车型吸引着追求汽车动力和精准性的消费者。凯迪拉克则为真正理解豪车市场的被授权商们提供了独一无二的机遇。通用汽车的众多品牌让被授权商得以进入 DIY 和 DIFM 领域, 以及专业装配领域。ACDelco 是通用汽车原装汽车配件的主要供应商, 已有百年历史。ACDelco 集团生产的配件目前在全世界的销量超过 90000 个, 覆盖 37 个品类。授权配件、通用汽车翻新配件和通用汽车 Goodwrench 等品牌拥有众多粉丝群体, 均为被授权商提供了绝佳机会。性能和速度是通用汽车的基因。屡获大奖的雪佛兰克尔维特 C7.R 赛车、全新的科迈罗 ZL1 和 ZL1-1LE、雪佛兰 Performance 配件和 COPO 原厂个性化改装项目都得到了客户的热烈追捧。2017 年伊始, 凯迪拉克表现抢眼, 全新的 DPi0V.R 车型在劳力士杯戴通纳 24 小时耐力赛上包揽冠亚军。

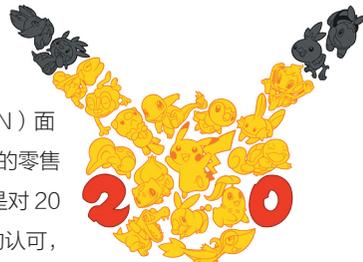
18 美国美式橄榄球大联盟 (NATIONAL FOOTBALL LEAGUE)

35亿美元 (估) (非上市) WWW.NFL.COM

美国美式橄榄球大联盟 (NFL) 与 TD Brand Globay 达成了授权合作, 将在中国市场推出一系列运动服饰, 以此扩大其在国际市场的布局。此外, 联盟中的两支队伍将迁移至新地点: 原奥克兰突袭者队将迁至内华达州拉斯维加斯市, 而原圣迭戈闪电队将迁至加利福尼亚州洛杉矶市, 由此拓展了 NFL 在全美的覆盖范围。这两次移址均将带来新的商品授权机会。

19 口袋妖怪 (国际) 公司 (THE POKÉMON COMPANY INTERNATIONAL)

33亿美元 (非上市)
WWW.POKEMON.COM



2016 年是口袋妖怪 (POKÉMON) 面世 20 周年。在这一年, POKÉMON 的零售业绩十分可观。这一里程碑式的业绩是对 20 年前 POKÉMON 电子游戏首次发行的认可, 2016 年 POKÉMON 也首次在超级碗比赛中发布了商业广告。在游戏领域, 该公司推出了全球热门的手机游戏《Pokémon Go》, 总下载次数超过 6.5 亿次。任天堂 3DS 游戏机上发行的《口袋妖怪: 太阳》和《口袋妖怪: 月亮》取得巨大成功, 并成为任天堂 3DS 史上第 3 大畅销游戏, 此前口袋妖怪电子游戏已经收获了 2.8 亿美元。口袋妖怪交换卡牌游戏仍然广受欢迎, 截至 2016 年, 全球共有 215 亿卡牌进行了交换, 是战略卡牌类游戏中最畅销的玩具。口袋妖怪动画与迪士尼 XD 频道合作, 让后者成为其在美国的广播合作伙伴。口袋妖怪动画剧共有 20 季、900 多集, 在 160 多个国家的多种 VOD 平台授权播放。2017 年, 屡获殊荣的《Pokémon Go》手机游戏将继续增添新角色, 不断升级, 举办季节性游戏活动。同时, 美国 Sprint 公司和星巴克还将继续为之提供推广支持。最新集换式卡牌游戏《精灵宝可梦 TCG: 太阳和月亮》2 月份在北美和欧洲上线, 此后三个季度将分别上线一款新游戏。精灵宝可梦动画剧的第 20 季《精灵宝可梦: 太阳与月亮》和第 20 部动画电影将在 2017 年上映。Pokémon 首部真人电影《名侦探皮卡丘》也将开始制作。此外, POKÉMON 公司还将继续为 POKÉMON 品牌推出新的体验内容, 从手机端到核心游戏、动画、TCG, 以及玩具、服装等授权商品都将包括在内。

20 伊莱克斯 (ELECTROLUX)

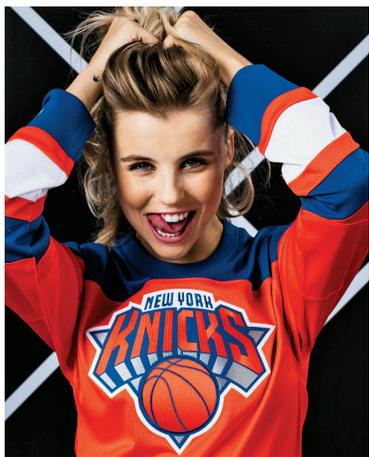
32.5亿美元 (STO: ELUX-B.ST) WWW.ELECTROLUXGROUP.COM

伊莱克斯 (Electrolux) 是世界领先的器械制造商, 每年生产超过 6000 万件产品并销往全球 150 个国家及地区。伊莱克斯旗下拥有 50 多个品牌, 所含种类从太阳能到电子消费品一应俱全。德国品牌 AEG 仍然是伊莱克斯最重要的授权资源。AEG 品牌授权应用于从商品能源到智联设备的多种产品。公司全球范围内的其他重要授权品牌包括伊莱克斯、Frigidaire、扎努西 (Zanussi)、Arthur Martin 和 White-Westinghouse。伊莱克斯在成熟市场中的业务持续增长。2016 年, 其在包括印度、中东在内的新市场中也获得了巨大成功。2017 年, 伊莱克斯的全球品牌授权将继续专注于与合作伙伴通力合作, 将强大的品牌资产转化为广受欢迎和可持续的消费品。

21 美国男子职业篮球联赛 (NATIONAL BASKETBALL ASSOCIATION)

32亿美元 (估) (非上市) WWW.NBA.COM

2016 年, 美国男子职业篮球联赛 (NBA) 在全球的表现继续走强。NBA 与西班牙餐饮集团 AN Grup 建立了合作, 在欧洲开设了首家 NBA 咖啡馆, 即巴塞罗那 NBA 咖啡馆 (NBA Café Barcelona)。巴塞罗那 NBA 咖啡馆内提供 NBA 的纪念品和衍生商品、美国人喜爱的酒吧美食和当地美食。NBA 与游戏厂商 Take-Two Interactive



Software 联手, 发起了专业电子竞技联盟 NBA 2K eLeague。NBA 也与 Jack Daniel's 威士忌达成了长达数年的全新市场营销合作伙伴关系。自 2017-18 赛季起, 作为 NBA 与佳得乐多年合作伙伴关系的一部分, NBA 发展联盟 (NBA D-League) 将更名为 NBA 佳得乐联盟 (NBA G-League)。

22 攀岭集团 (PENTLAND BRANDS)

30亿美元 (非上市) WWW.PENTLAND.COM

攀岭集团旗下拥有 Berghaus、Canterbury of New Zealand、速比涛、Boxfresh、Ellesse、KangaROOS、Mitre、Prostar 和 Red or Dead 等众多品牌, 同时也是 Lacoste Chaussures 和 Ted Baker 的全球被授权商, Kickers 的英国被授权商持有 Hunter Boot、Butterfly Twists、Heidi Klein 和 Tracksmith 的股份。攀岭集团也是英国零售商 JD Sports Fashion 的大股东, 并于近期完成了对鞋类品牌 SeaVeels 的收购。

23 宝洁 (PROCTER & GAMBLE)

30亿美元 (NYSE: PG) WWW.PG.COM

宝洁的重要授权品牌包括 Febreze、Vicks、博朗 (Braun) 和 Mr. Clean。

24 卡特彼勒 (NYSE: CAT)

28.2亿美元 (NYSE: PG)
WWW.CATERPILLAR.COM

卡特 (Cat) 品牌是公司 2016 年的重要授权资源之一。2016 年公司零售业绩的主要贡献来自于全球首款热成像智能手机卡特 S60。公司在工业领域的表现持续强劲, 包括起重机械、农业产品、润滑剂 / 冷却剂和工具等多款产品在市场上取得成功。与卡特彼勒拥有长期合作伙伴关系的公司也在生活方式和儿童用品领域不断推出优秀产品。公司还开设了 121 家独立的卡特生活方式零售店, 吸引了大量新客户。2017 年卡特彼勒的重要举措包括即将推出的卡特冷却剂、徒步产品和全新的手机和电脑端应用 “Cat LiveshARe”。据悉, Cat LiveshARe 应用将采用尖端的增强现实视频技术。





25 法拉利 (FERRARI)

26亿美元 (非上市) WWW.FERRARISTORE.COM

法拉利 (Ferrari) 将在 2017 年庆祝品牌诞生 70 周年, 为此, 公司正推出更多授权以庆祝这一里程碑。通过筹备位于阿联酋阿布扎比的超级过山车项目, 法拉利也继续扩展其在主题公园的布局。法拉利主要的被授权商包括: 奥克利 (太阳镜)、比美高 (玩具模型)、彪马 (服装和运动配饰)、眼镜蛇 (高尔夫装备)、微软、索尼 Polyphony 工作室、EA (电子游戏)、摩凡陀 (腕表)、Perfume Holding (香水)、摩托罗拉 (手机)、Colnago (自行车)、TeamTex (汽车座椅和推车) 以及乐高。

26 KATHY IRELAND WORDWIDE

26亿美元 (非上市) WWW.KATHYIRELAND.COM

kiWW 提供充满设计感的手包及配饰、丝袜、内衣和睡衣等产品, 在 2016 年实现了持续增长。2016 年, kiWW 与 Paul Raps New York 联合推出了 Kathy Ireland 设计的 Diamonds 独家钻石珠宝系列。同时, 旗下奢侈品牌 Kathleen Marie New York 在尼曼高端百货商场和 Horchow 家具商场亮相。kiWW 的新开发品牌包括 Beauty & Pin Ups、I' M1 和 EE1。2016 年, kiWW 还发行了电视节目《Worldwide Business with Kathy Ireland》和《Modern Living with Kathy Ireland》。两档节目均在 50 多个国家播放。kiWW 继续与 American Family Insurance、Nebraska Furniture Mart 和 National Business Furniture 发展战略同盟关系。Kathy Ireland Designs 的设计成果主要包括以畅销书作家安德·卡森 (Andre Carthen) 主厨为主导的 Acafé 咖啡厅, 以及以园艺设计师尼古拉斯·沃克 (Nicholas Walker) 为主导的 Jardin 品牌, 提供来自 A&B Home Fashions 公司的园艺配件、家具及配饰。其他业务包括 Kathy Ireland Weddings 婚礼服务、Kathy Ireland Exhibits 展览服务、房地产、度假活动、设计工作室和别墅等。2016 年, kiWW 与 Pacific Coast Lighting 照明公司以及 PPI 国际公司 (提供女士内衣及睡衣产品) 达成了多年的合作协议。kiWW 的产品在全球 50 个国家的 65000 多个独立零售店进行销售。奢侈家具系列 Michael Amini | Kathy Ireland Home Designs 将在 2017 年上市。在 2017 年 kiWW 还将增加艺术画、旅行箱、亚麻制品和家具装饰套等产品种类。

27 拉夫劳伦 (RALPH LAUREN)

25亿美元 (估) (NYSE: RL) WWW.GLOBAL.RALPHLAUREN.COM

斯蒂芬·拉森于 2015 年 11 月出任拉夫劳伦首席执行官, 并于 2017 年 5 月 1 日正式卸任。之后由首席财务官简·尼尔森 (Jane Nielsen) 暂代其位, 直到新的首席执行官人选得以确定。拉夫·劳伦仍然担任公司执行总裁和首席创意官。拉夫劳伦丰富的品牌和高端生活方式产品可以分为四类——服装、家居、配饰和香氛。公司旗下品牌包括 Polo Ralph Lauren、Ralph Lauren Purple Label、Ralph Lauren Collection、Black Label、Lauren by Ralph Lauren、Double RL、RLX、Ralph Lauren Childrenswear、Denim & Supply Ralph Lauren、American Living、Chaps 和 Club Monaco。

28 东映动画 (TOEI ANIMATION)

25亿美元 (TYO: 4816) WWW.TOEI-ANIMATION-USA.COM

2016 年该公司的主要授权资源包括《龙珠》和《海贼王》。

29 美泰公司 (MATTEL)

23亿美元 (估) (NASDAQ: MAT) WWW.CORPORATE.MATTEL.COM

美泰旨在激发儿童想象力。美泰公司的使命是成为游戏、学习和智力开发领域的国际领导者。美泰的全球消费品牌包括 American Girl、芭比、费雪、风火轮、精灵高中以及“托马斯和他的朋友们”等。美泰公司还与世界领先的娱乐和科技公司合作, 创作了丰富的产品线。美泰在 40 个国家和地区运营业务, 旗下产品远销 150 多个国家。

30 惠而浦公司 (WHIRLPOOL CORPORATION)

22亿美元 (NYSE: WHR) WWW.WHIRLPOOLCORP.COM/LICENSING

惠而浦 (Whirlpool Corporation) 拥有一系列领先的消费品品牌, 包括惠而浦、KitchenAid、美泰克和 Amana 等。2016 年的主要授权种类包括热水器、净水机、水冷机、空气净化器、HVAC 产品、空调、除湿机、小型冰箱、吸尘器、蒸汽熨斗、室外烧烤设备及配件、厨房小工具和炊具、烹饪手册、厨房瓷砖、烘焙设备和商用微波炉等。2017 年, 惠而浦将继续扩展新的授权种类。

做好授权业务的关键是 为合作伙伴和消费者创造价值

对话美国美泰公司 (Mattel) 大中华区消费品总监 仇涛女士



仇涛 女士
大中华区消费品总监

《License Global》：您好仇女士，首先请您就美泰的发展现状和您个人做个简单介绍吧？

仇涛女士：美泰旗下的芭比、费雪、托马斯 & 朋友、风火轮，一直都是行业内的长青品牌。除了不断在自有的品牌库里注入新的品牌外，美泰在既有品牌的建设上也是出奇制胜。仅 2017 年上半年，美泰旗下的两个强势品牌芭比和托马斯 & 朋友就先后点亮了东方明珠和水立方。随着东方明珠变成经典的芭比粉，美泰也同时向中国市场宣布芭比最新品牌主题——你就是无限可能，鼓励芭比粉丝们突破极限，成就自己。同期，围绕这一全新品牌主题，美泰也开展多项活动。例如芭比女童服饰的授权商也将“你就是无限可能”的芭比精神带到了上海时装周的伸展台上，一场别开生面的芭比职业秀为芭比女童服饰走秀揭幕。

美泰在品牌建设以及授权商发展的各项成绩也获得了行业的认可，美泰旗下的 5 个项目入围了首届 LIMA 中国授权奖的最终提名，提名奖项包含年度中国 IP、年度主题性娱乐体验项目、年度企业及时尚生活授权 IP、年度推广项目及年度被授权商。

我现任美国美泰公司 (Mattel) 大中华区消费品总监，具有超过 20 年快速消费品和品牌授权行业经验。包括大中华区品牌管理，市场营销及零售渠道专家。曾任职中国宝洁有限公司 (Procter & Gamble)，华特迪士尼 (中国) 有限公司 (The Walt Disney)，美国孩之宝公司 (Hasbro)

《License Global》：美泰是较早在中国开展授权业务并取得成功的，您如何看待目前的中国授权产业和授权市场？

仇涛女士：中国授权产业和授权市场近年来一直在蓬勃发展，可以毫不夸张的说，中国已经成为了目前全球授权业务发展最迅速的市场之一。活跃在整个中国授权市场上的，不仅有国际品牌，也有很多本地的知名品牌。在 IP 品牌的分布上，也不仅仅局限在传统的卡通和动漫上，而是开始向影视、游戏、时尚等等各个领域发展。目前这种乘量级的发展，是和中国目前大力发展文化产业是紧密相连的。同时，随着中国市场目前的消费升级，商家们在激烈的竞争下不得不更以消费者为核心，看重品牌的力量，这也使得中国市场的授权机会越来越多。

就中国品牌授权行业的发展趋势来看，我们可以发现越来越多的 IP 新玩法，授权新模式，可以看到各类跨界 IP 的合作，也可以看到有互联网基因和二次元的影子。例如，今年美泰旗下的费雪品牌携手三枪在婴童内衣领域展开授权合作，这就是跨界合作很好的一个案例。本次合作是内衣领域的国民龙头和婴童产品领域的领跑者在婴童领域的一次革新。今年，美泰与乐卓网络合作，将推出中国首款芭比换装手游《芭比时尚之旅》，以换装为核心，在游戏中打造女性时尚风潮，这也是芭比与中国手游的首次合作。

但同时我们也需要看到，相比一些成熟的授权市场，授权这一商业模式对中国的传统制造业而言依然是一个比较新的概念，很多的合作伙伴还并不是特别了解这一模式。所以在充满机遇的同时，我们也会面临很多挑战。中国的授权市场依然需要我们的共同培育，来达到欧美授权市场的水平。

《License Global》：您觉得美泰在中国授权产业和市场成功的关键和优势有哪些？

仇涛女士：做好授权业务的关键是为合作伙伴和消费者创造价值。近年来，美泰在中国授权市场取得了骄人的

业绩，我们的优势首先来自于我们的品牌。美泰旗下主要有芭比，托马斯和朋友，费雪这些优质而常青的品牌，这些品牌的声誉，以及公司整体对品牌长期大力的培育，使得美泰有可能成为合作伙伴们的首选授权商。此外，在产品的开发上，我们始终与被授权商保持着非常紧密的合作关系。我们不只是单纯的分享品牌图稿，更会从产品的定位、产品系列的开发、产品在零售终端的呈现、产品的分销策略及营销推广等各方面和我们的合作伙伴一起规划，始终将被授权商纳入从品牌战略到产品开发和生产的体系中。说到产品，基于对质量的认可和对品牌的共同承诺，我们会和合作伙伴一同严格控制和审核产品品质，一同致力于生产出最高品质的玩具，以共同打造和培育市场。最后，美泰拥有完善的线上线下的销售网络，我们会积极的帮助授权伙伴拓展渠道，深入渗透到国内的零售市场，实现品牌和销售的双赢。

《License Global》：请您向我们介绍一些公司在中国的成功案例和创意活动？

仇涛女士：今年，美泰中国在东方明珠举办了一场名为“你就是无限可能”的芭比品牌全新宣言启动仪式。那天，我们和现场小朋友们一同将东方明珠塔“点亮”为粉红色的芭比，藉此向全中国的芭比女孩们宣告：有梦想，你就是无限可能。活动现场小朋友们走秀时身着的职业芭比套装，就是我们的授权合作产品。

另一个有趣的活动，是我们于六一前夕在北京水立方举办了托马斯和勇宝中国友谊之旅的启程盛典，宣布托马斯舞台剧正版授权中文版舞台剧《托马斯 & 朋友一嘉年华！来了！》首次来华开启全国巡演。另外，除了给大家带来身临其境的舞台剧体验外，继去年的《托马斯大电影之迷失宝藏》之后，又一部更加激动人心托马斯大电影《了不起的比赛》也将于近期在中国上映，与全国小朋友见面。同时，我们还有面积超过 1000 平方米的全官方托马斯小镇在重庆落户，这一以“托马斯 & 朋友 TM”为主题的室内儿童游乐园将于今年暑期盛大开业。

通过各种品牌主题活动，我们看到了美泰玩具，授权产品娱乐体验等多方位联动销售、相互助力的新型成功模式。需要全面整合市场营销资源，联动玩具以及授权产品经销网络，融入消费者娱乐体验才能为消费者提

供 360 度覆盖衣食住行全方位的消费体验，而这也是美泰一直的追求和目标。

《License Global》：您觉得中国本土的授权商和被授权商，与美国、英国等成熟授权市场相比，最大的不同和差距在哪里，哪些方面值得国内的授权商和被授权商借鉴？

仇涛女士：中国很快即将成为全球第二大的授权市场，但确实，与美国或者英国等等这些成熟的授权市场相比，我们的成熟度还不够高，整体授权产业也会出现一个良莠不齐的态势。正如刚才提到过的，授权这一生意模式在中国虽然发展很快，但依然是一个比较新的概念，很多的合作伙伴对授权的理解还停留在贴牌的概念上。

我们说，没有品牌就没有授权，但授权并不等同于一劳永逸，仅仅依靠品牌是不能包治百病的。在成熟的授权市场，授权伙伴会积极的配合版权方更好的运用品牌的价值来开拓市场，开发产品，完成定价和分销策略等等。全方位的紧密合作，是中国本土的授权商和被授权商可以学习和借鉴的地方。另外，取得授权品牌并不是灵丹妙药，只有充分了解了消费者的需求并始终消费者为核心，才能更好的依托品牌的力量来扩大销售，达到授权的目的。

《License Global》：您如何预测国内授权产业未来的发展前景？未来中国授权业会呈现怎样的特点？

仇涛女士：目前中国的授权市场发展非常迅速，国内授权产业未来的发展，一定是机遇和挑战并存的。未来的中国授权业，首先一定会呈现出多元化的特点。在授权品牌的品类上，不仅只有卡通品牌的授权独大，也会有越来越多带有社交媒体基因的网络 IP，动漫、影视、游戏类的娱乐 IP，以及艺术文化 IP 等等多元化的呈现。在授权格局和模式上，我们也会看到更多打破传统的有趣玩法，比如各类跨界的授权，或者是高科技和授权产业的融合。其次，国内授权市场的品牌在未来也一定会有所分化，会有新的超级 IP 的产生，也一定会有昙花一现的品牌。那么要取得授权的成功，关键还是在于如何在市场去培育和运作这些品牌。最后，我们还需要思考的是如何在零售上融入更多的体验给到我们的消费者，以拉动整个线上和线下的销售。

为新系列创造 良好“情绪” RIGHT MOOD

孩之宝 (Hasbro) 是全球第6大授权商, 授权商品零售额为62亿美元。目前孩之宝 (Hasbro) 正在倾力打造新系列IP “Hanazuki”。

——专访孩之宝管理层

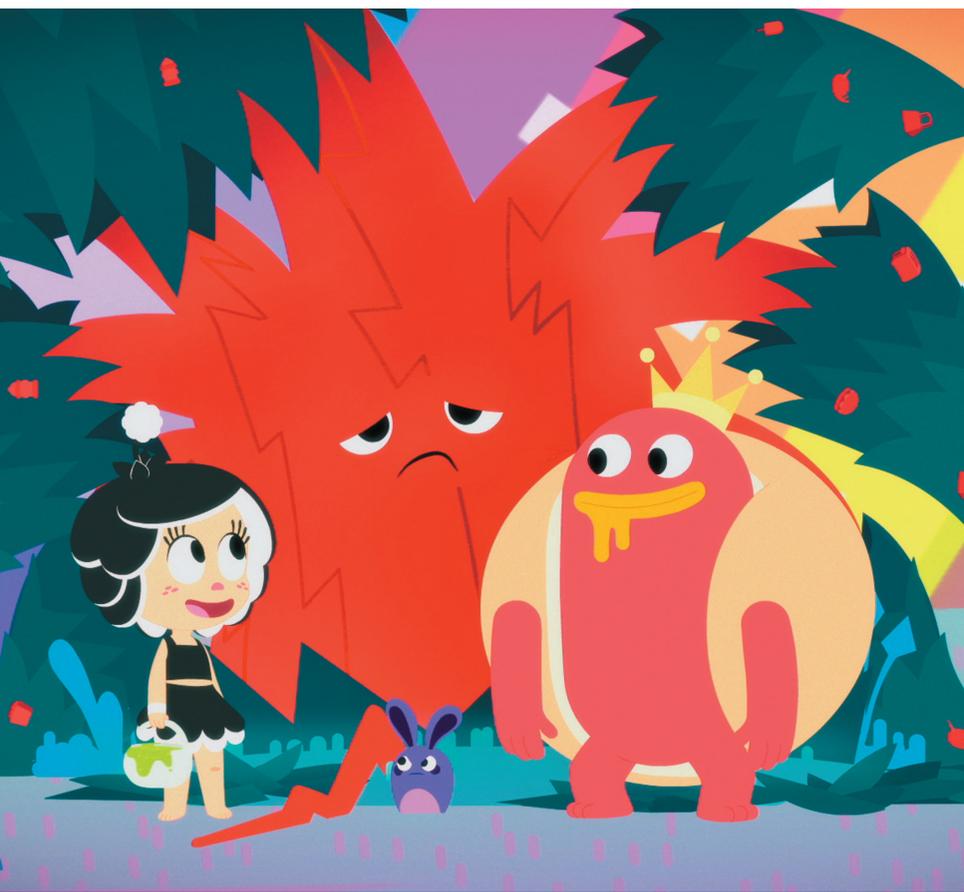
作者: TONY LISANTI

秉承“storytelling”的战略, 孩之宝一直注重打造跨平台内容。现在, 孩之宝正在全力发展其最新品牌“Hanazuki”。

“Hanazuki”诞生于2011年, 有着浓郁的荷兰风格。孩之宝从参与到“Hanazuki”的世界开始, 就一直给予了大力支持和投资, 欲将其打造成为女孩生活方式的新系列IP。“Hanazuki”和孩之宝的其他著名品牌, 例如小马宝莉、变形金刚和小小宠物店等共同构成了孩之宝品牌线中不可或缺的一部分, 更为重要的是, “Hanazuki”已是推动孩之宝未来发展的潜在动力之一。

一直以来, 孩之宝作为全球授权商不断发展壮大, 2016年的授权商品零售额达到了62亿美元, 在License Global每年独家刊发的《全球150强授权商榜单》中名列第6位。如果要从财务方面理解“Hanazuki”的长期潜力, 不妨对比一下小马宝莉去年创造的超过12亿美元的零售额。

针对“Hanazuki”, 孩之宝在产品发布上采用了数字化策略, 摒弃了传统上颇具挑战性(开发周期也更长)的有线电视和电影途径。尽管孩之宝通过传统的大银幕打造了变形金刚系列电影(第5部将在6月上映)并且获得巨大成功, 小马宝莉也将在10月初亮相大银幕, 但“Hanazuki”却已于1月在YouTube播出了9集数字剧集, 3月份再





西蒙·沃特斯 (Simon Waters)
senior vice president, consumer products, Hasbro



安德里亚·霍普林 (Andrea Hopelain)
vice president, marketing and global marketing strategy for Hanazuki, Hasbro



迈克尔·凯利 (Michael Kelly)
senior director, global publishing, Hasbro



维克托·李 (Victor Lee)
vice president, digital marketing, Hasbro



梅根·麦卡锡 (Meghan McCarthy)
head of storytelling, girls' brands, Hasbro

次播出了9集，4月进入了“YouTube Kids”手机应用，且今年下半年则将再次播出9集。

此外，涵盖多个品类的消费产品将从6月开始同步上市并持续至2018年底，其中包括多种时尚和珠宝系列、漫画书籍、玩具、独家零售合作伙伴及推广活动。

在2016年的授权展上，孩之宝首次向被授权商和零售合作伙伴介绍了“Hanazuki”，其中最重要的一个要素是改系列极为丰富的世界和强大的叙事能力。“Hanazuki”系列讲述的是一位名叫Hanazuki的女孩的冒险故事和她一路上丰富的心灵旅程，她运用自己的超能力来拯救银河系。Hanazuki在月球探险时遇到了各种各样的角色，包括像兔子一样的小家伙Hemkas、总是睡眼朦胧地创造着财富的月球宝宝Little Dreamer，以及自命为Hanazuki月球警长的Dazzlessence Jones（他在维护法律与秩序时就会闪闪发光），和Sleep Unicorn。

这部数字动画剧集由孩之宝工作室 (Hasbro Studios) 和Titmouse Studios共同制作，共有27集，每集时长11分钟，其中18集已经在“YouTube Kids”应用中的孩之宝YouTube页面上播出了。

“Hanazuki”的原始形象由荷兰阿姆斯特丹的艺术家Niko Stumpo和Hanneke Metselaar创作而成，孩之宝以其为灵感开发了整个品牌的内容。

“看到孩之宝以我们心爱的‘Hanazuki’为灵感

开发出如此丰富多彩的角色形象，创造出如此独特而充满活力的全新世界，我们感到非常欣喜。” Stumpo和Metselaar说，“孩之宝通过生机勃勃的叙事、玩具和其他方式把‘Hanazuki’发展到今天，是非常奇妙的感觉。”

“我们从看到它的那一刻就爱上它了。”西蒙·沃特斯 (Simon Waters) 说，“它和市场上所有的东西都不一样，在故事上是独一无二的，我们凭直觉认定了它与众不同。我们研究了快要进入青春期的孩子们的想法，发现在市场上没有谁比‘Hanazuki’同她（他）们的态度更搭调。现在，这个系列已经是集创造、想法、乐趣和冒险于一体的完美平台。”

虽然“Hanazuki”在很大程度上仍然处在发布初期，沃特斯相信这一动画已经非常迅速地转化了参与和互动。

“故事和参与互动最为重要，”他强调说，“这是孩之宝一直希望做到的，通过‘Hanazuki’，我们正在实现这一点。”

“我们以故事为主导，因为在当前，故事是最关键的。”梅根·麦卡锡 (Meghan McCarthy) 补充道。

“我们在网络上与（即将进入青春期的）女孩们交流，她们每天有11个小时都在网上。‘Hanazuki’与众不同，充满活力，形象漂亮，还有很多角色等待着被创作出来。我们正在以精灵古怪的角色为基础打造一个独

特的神话,在这个神话里,情绪是一种超能力,表达自己的感受非常重要。”

“Hanazuki”总时长为300分钟,分为27集,1月以来已经播出了18集,打入了17个市场,被翻译成10种语言,观看量超过1.1亿,而且还在不断增加,积累了庞大的观众群体,安德里亚·霍普林 (Andrea Hopelain) 说道。

“我们的目标群体是8岁到9岁的女孩子们,因为这部剧集的主题是鼓励和支持她们表达自己丰富的情绪,这在市场还是一片空白,”霍普林解释道,“市场上几乎没有哪个品牌告诉她们可以接受真实的情绪,可以感到悲伤、挫折、乖僻或者兴奋,一切情绪都是正常的。我们要传达的信息能够得到这个年纪的女孩子的共鸣,她们正处在探索自我和理解真实感受的阶段。‘Hanazuki’让她们更容易接受我们想要传递的这个理念。”

从6月开始,孩之宝将通过特定零售商发行众多消费商品,从8月期开始全国发行,一直持续到明年年底。其中包括175余种可以收藏的珠宝和角色形象,毛绒玩具和蓝牙应用穿戴装备,孩子们可以通过这个装备分享和表达情绪。今年夏天,孩之宝还将推出以每个故事里的惊喜元素为基础的服装、打底裤、背包、珠宝、出版品和收藏品。



此外,霍普林称,孩之宝计划与全球顶级零售商形成多个合作伙伴关系,从6月开始举行商品发布活动,包括商店广告牌、店内活动以及由每个零售商通过自有渠道发行短片内容等。

我们采用了‘Hanazuki’和‘Hemkas’的一些特点——古灵精怪、傻乎乎还有难以预料的特点——这让我们能够以非同寻常的方式开发产品,但是我们还在评估哪些角色能引起共鸣,”沃特斯说,“我们采取了完全跨品类的方式,创作出的所有商品都与这个系列IP保持着一致性。”

“虽然孩之宝的每个系列在发行方式上都拥有自己的方法,但是‘故事为首’是我们得以发展的根本,其他都是由此衍生出来的。”沃特斯说,“不同之处在于速度,我们注意到消费者的适应速度越来越快。传统的广播已经发生了改变,消费现在越来越倾向于数字信息,因此我们选择了YouTube作为发布平台。粉丝互动越来越快,满足消费者的需要越早越好。”

沃特斯说,“Hanazuki”一开始时深受女孩青睐,但是他相信男孩也会喜欢这个品牌,就像小马宝莉这些年的受众得到了不断拓展一样。

“Hanazuki”品牌的另外一个关键内容是利用和扩展数字平台,以此建立观众群体,增强与粉丝的进一步互动,维克托·李 (Victor Lee) 说道。

第一集的浏览量已经达到了350万次,孩之宝 (Hasbro) 很快在4月推出了“Hanazuki”APP应用。粉丝可以在这款应用上探索自己的情绪和感受,与剧集里的故事进行互动。通过这款应用,粉丝还可以免费观看所有剧集并使用丰富多样的数字贴纸。

“这款应用提高了粉丝与动画里面的世界和产品的互动,让粉丝可以把‘Hanazuki’的世界装进自己的口袋里。”维克托·李表示。

“Hanazuki”今年春季也入驻了Instagram,并将在下半年登上更多的社交媒体平台。

在孩之宝的所有授权资源中,出版是最强大的类别之一,也将成为“Hanazuki”商品上市的重要部分,迈克尔·凯利 (Michael Kelly) 说。他在过去几年间一直致力于故事开发。

IDW出版公司出版的漫画和图画小说将为“Hanazuki”的出版战略拉开序幕; Abbot Books

正在制作一本Hanazuki世界导览手册，将于11月发行，2018年将以更为强大的势头推出面向中学生的章节故事书。

这套故事书最开始时将以现有系列故事为基础出版，原创内容则将在明年问世。

“丰富和强化最初的故事是非常重要的，以那个世界为基础来寻求进一步发展，我们在发展变形金刚和小马宝莉时就是这样的。”凯利说，“我们计划保持核心的年龄段受众不变，同时也在考虑指引性的文章和其他互动叙事，以及更成熟一些的孩子会喜欢的色彩和活动等，可能会把这个年龄段稍稍提高一点。”

凯利还说，在几个欧洲市场上也在开发杂志和更多的故事书。

“我们的角色个性强大、独特且自信，展望未来几年的叙事机会，我相信‘Hanazuki’能够取得很大成功。”凯利说道。

去年，孩之宝（Hasbro）总裁约翰·弗拉斯科蒂（John Frascotti）曾对License Global说：“我们已经不再只是，在货架上卖玩具，而是打造拥有深层次内涵的授权产品和体验。”

“Hanazuki”不仅完美体现了弗拉斯科蒂所说的内涵，也代表着孩之宝公司的整体战略，而这些“仅仅是无限可能中很小的一部分”，他说。

“我们希望观众热爱角色和故事，打造一个神话，我们希望把‘Hanazuki’发展成为生活方式品牌，希望它成为赞颂丰富表达方式的理想和品牌，我们希望培养出Hanazuki式的观众。”霍普林说。

孩之宝的其他商品和品牌也在发展之中，我们不妨从消费商品、跨平台内容、主题性娱乐体验项目等方面对比一下“Hanazuki”和其他多个已经声名远扬的系列。随着这一全新系列的不断发展，它将借鉴其他品牌的成功经验，与公司其他品牌协同增效。这意味着，孩之宝和它所创建的新世界将展现巨大的增长潜力和未来前景。©



奥飞娱乐 IP授权商业化之道

——专访奥飞娱乐授权事业部总经理罗晓星

奥飞娱乐是国内为数不多以原创IP为核心进行产业拓展的主板上市企业，经过多年行业深耕，目前在IP授权及异业合作领域，奥飞娱乐已经建立了一定的行业领先优势，并在国际巨头环伺的品牌授权市场成为了一支不容小觑的中国力量。



奥飞娱乐和其授权掌门人的“内容基因”

从2008年涉足IP授权业务至今，奥飞娱乐旗下《超级飞侠》、《喜羊羊与灰太狼》、《巴啦啦小魔仙》等IP已经通过授权的方式渗透到快速消费品、服装服饰、家居用品、文体用品、图书出版、网络游戏、餐饮娱乐、亲子旅游等多种业态中；而奥飞娱乐授权事业部同时服务的客户已经达到200余家，且这些客户均为各自所在行业的佼佼者；在过去的一年时间里，中国消费市场流通着的数十亿奥飞娱乐IP授权商品正是由这些授权合作伙伴出品——

与合作伙伴携手，通过动漫衍生产品和服务将快乐传递至消费者。

时至今日，不论是从IP渗透率、合作伙伴规模还是授权生意体量等各个维度来看，奥飞娱乐都已经站稳行业第一梯队的位置。“但我们深知任何一个IP在授权领域所取得的成绩并不是单凭授权业务团队的努力就能达成，IP的内容创意、表现形式以及传播方式等都对这个IP的商业价值会起到重大影响。”罗晓星在采访中表示。

与其他大部分授权业同行不同，罗晓星的第一份工作并非消费品领域，从初入职场至今，他一直没离开内容产业，十六年的职业生涯中有近三分之一的时间从事的是编剧、导演以及美术创意等内容创作型工作——这段工作经历对他后来所从事的IP商业化及管理工作帮助很大。

罗晓星说：“在工作的过程中，我也逐渐意识到自己身上的‘内容基因’是我从事IP商业化工作比较与众不同的地方，这当然是一个优势，让我能从更全局的角度看待整个产业链，也让我对IP商业化这份事业能持续保有热情与责任感；更关键的是，奥飞体系孵化的每一部内容作品在策划阶段就会充分吸收商业化团队的建议和要求，这可以让自己在内容和商业两个领域中积累的‘跨界技能’在奥飞这个平台上得到充分发挥，并帮助公司提高IP孵化成功率，这也是奥飞这个事业平台之所以优秀和吸引我的原因。”

奥飞娱乐授权
事业部总经理
罗晓星先生

拥有粉丝的内容才能称得上 IP

授权产业的核心是 IP，IP 是英文 Intellectual Property 的缩写，也就是知识产权的意思，虽然这是一个舶来概念，但实际上这个词语在国内的使用频率远高于国外，由于这几年国内媒体和资本市场对 IP 概念的热炒，导致很多企业都乐于为自身贴上 IP 标签，这也使得行业内对外对 IP 的定义不尽相同。罗晓星认为，各种对 IP 定义的解读其实都有道理，但也可以用一句话来概括：**只有拥有粉丝的内容才能称得上 IP**。根据罗晓星的观点，并不是任何一部文学作品或影视内容都能称之为 IP，“**粉丝**”是衡量普通内容和 IP 的重要标准，而“**粉丝的数量和质量**”则是区隔普通 IP 和头部 IP 的重要参考依据；所有 IP 都具备授权的价值，但只有头部 IP 才拥有成规模、成体量的商业价值。

如何孵化出有价值的 IP？罗晓星表示：**好的 IP 一定是让目标受众有情感投射的内容，同时又绝对不是养在深闺人不识的作品**。以儿童 IP 为例介绍，IP 内容本身要为目标年龄层的受众量身定制，同时用儿童容易接受的方式呈现（如动漫），并且用最有效的传播方式进行传播，吸引到一定量粉丝后，还要对这些粉丝进行维护，以保持粉丝热度以及良好的大众口碑，最终实现粉丝量级的提升，从而顺利将好的内容转化升级为 IP。

授权合作伙伴的成功，才是 IP 商业化的真正成功

奥飞娱乐旗下拥有众多优秀 IP，不仅有《喜羊羊与灰太狼》、《贝肯熊》两个超十年的 IP 形象，还有《铠甲勇士》、《巴啦啦小魔仙》两个近十年的 IP 形象，仅仅推出两年的现象级 IP《超级飞侠》已红遍大江南北，此外还有二次元 IP《十万个冷笑话》、《镇魂街》等……作为中国授权产业的领军企业，罗晓星向我们介绍了奥飞娱乐获得成功的关键。首先，优秀作品的创作孵化过程让团队积累了非常丰富的经验，优质内容创作经验是奥飞娱乐获得成功的第一个关键点；同时，奥飞与全国电视媒体以及互联网媒体长期保持紧密合作关系，保证其创作的动漫影视作品能在第一时间走进千家万户，这是奥飞获得成功的第二个关键点；包括舞台剧、嘉年华在内的一年数千场地面粉丝互动活动让我们保持了 IP 的曝光热度，这是奥飞获得成功的第三个关键点；而最后一个获得成功的关键点则是：奥飞会尽可能帮助授权客户的生意，从在产品创意到市场营销等各个方面给予的支持。

“我们深知授权合作伙伴的成功，才是 IP 商业化的真正成功，IP 通过商品和体验渗透到大众消费行为和生活场景中，IP 的价值才真正得以释放。” 罗晓星在采访中强调。

“产品走出去 + 文化走出去” 助力国产 IP 国际化

根据上市公司年报，2016 奥飞娱乐海外营收翻倍，国产 IP 成功走出去绝非易事，但奥飞在国内取得成功的同时也实现了国际化战略。罗晓星向本刊介绍，随着“一带一路”战略的加速落地，奥飞娱乐也积极响应国家号召，明确将“国际化”定位为核心理念之一。

随着国力的增强以及中国影响力的不断提升，“文化走出去”逐渐成为了近年来中国演艺、影视等文产类行业普遍认同的发展策略。而奥飞在“国际化”的道路上选择了“**产品走出去+文化走出去**”的双轮驱动模式，在中国市场的成功经验告诉奥飞，文化和产业必须相辅相成。**要想让“中国制造”的产品扎根国际市场，“中国创意”的文化输出非常重要；而要让文化层面的交流成果能沉淀、可持续，文化产品的落地又显得非常重要。**

奥飞娱乐推出的《超级飞侠》这一作品是奥飞娱乐国际化战略的标志性案例，《超级飞侠》在国内有很多粉丝；但很多人并不知道，其实这部由奥飞娱乐出品的动画电视剧，在全球范围内也获得了一片赞誉，它是唯一一部由中国企业创作出品并同步在全球 70 多个国家播出的原创动漫影视作品，它的授权玩具也热销东南亚、中东、欧洲和北美。值得一提的是，今年《超级飞侠》**凭借在全球的优异表现，获得了国际艾美奖的提名，打破了中国从未有动漫作品获得该项提名的局面。**

罗晓星表示：“**打造民族品牌是任何一个有使命感的民族企业的梦想，我们也会在国家的支持与鼓励下，进一步夯实国际化战略。**”

《超级飞侠》国际艾美奖提名奖牌及证书



奥飞娱乐授权事业的人才发展观

中国授权行业还处于发展的初级阶段，对处于发展初期阶段的产业，团队和人才的培养非常重要，也格外有挑战。罗晓星认为，品牌授权是一种销售行为，但却不是销售普通的产品，而是销售一种文化、一种标准；这种类型的销售工作对从业者的专业素质和综合素质要求很高，特别是当作为 IP 的拥有方来开展授权工作时，不单要注重 IP 商业化效果，还要结合 IP 的中长期发展来评估当下的每一个商业动作——很显然，授权人才、特别是授权管理人才并不是单纯的销售型人才或单纯的市场型人才，而一定是复合型人才。

培养授权人才也是一个非常系统的工程，据罗晓星介绍，纵向上不同成长阶段的授权人员有不同的管理和培养方式；横向上专注不同领域和行业的授权人员也有不同的管理与考核方式，但概括来说，奥飞娱乐会非常注意团队成员 3 个能力的培养：

- (1) 对行业消费趋势的洞察能力；
- (2) 配合授权合作伙伴打造精品的能力；
- (3) 沟通表达与资源协调能力。

除了专注授权生意的团队之外，图库团队和产品创意团队也是授权事业非常重要的人才模块，而这两种类型人才的培养也会有独特的体系和过程，但简单来说，奥飞娱乐需要培养具备上述 3 个商业能力的艺术家。



(图 3：“3K 策略”趣味卡牌概念图)

即将落地“3K (King) 策略”

罗晓星在采访中告诉本刊，产品、渠道、和内容是授权项目能否取得成功的三个重要要素；不同企业站在各自立场会分别提出“产品为王”、“渠道为王”或“内容为王”的概念，而奥飞对这三个理念都认同。所以奥飞娱乐今年下半年会逐步将奥飞授权事业的“3K (King) 策略”进行落地——“产品为王”方面，除了会继续对授权商的产品团队进行一对一的培训和指导之外，奥飞还会在 7 月全球授权展 - 中国站 (LEC) 期间举办授权产品设计交流沙龙，邀请所有合作伙伴的产品设计人员一起分享奥飞娱乐最新的图库与明星产品设计经验；“渠道为王”方面，奥飞依旧会同往年一样在夏秋之交择期举办授权商与渠道商的对接峰会，帮助授权商把握好新春档授权产品营销机会；“内容为王”方面，奥飞计划在今年下半年发布新的动漫内容作品以及全新的 IP 计划……

总之，奥飞的所有努力都是为了帮助授权合作伙伴做好生意，帮助消费者得到更好的消费体验。在奥飞娱乐工作的这些年，正值企业步入快速发展周期，罗晓星有幸见证并参与了奥飞娱乐授权事业从小到大，由弱变强的过程，对快速发展的中国授权产业和成长中的中国授权业者，他也建言：

“不要忽视中国授权市场的潜力，不要忽视 IP 对传统商业的驱动力，不要忽视中国消费者对好产品的鉴别力与消费力。”



www.licensingexpoJapan.com



WE'LL BE BACK!

JAPAN LICENSING EXPO 2018

APRIL 25-27

Tokyo Big Sight Exhibition Center

Organized by



Sponsored by



Official Publication



Co-Located Event



Inquiry

UBM Japan Co Ltd TEL: +81-3-5296-1020 Email: info@licensingexpoJapan.com
UBM Americas TEL: +1-212-951-6693 Email: sarala.govindan@ubm.com

中国授权业大奖 China Licensing Awards

中国授权业大奖 (China Licensing Awards) 由国际授权业协会 (LIMA) 及全球授权展·中国站 (LEC) 联合主办, 由来自全球授权各领域的专家评委以及全体业者投票产生, 鼓励在中国授权行业不断原创、开拓、进取的授权商、授权代理商、被授权商等, 促进中国授权行业的交流和发展。



奖项设置:

年度中国 IP 该奖项旨在表彰授权业具有卓越表现和创意创新的中国公司或个人开发经营的原创 IP。被提名的项目必须至少有一个活跃的被授权商, 其产品在 2016 年 4 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日期间已在零售渠道销售或推广, 或在任何消费渠道出现。

年度授权推广项目 该奖项旨在表彰应用 IP 对另一商品或服务进行卓越推广的授权项目。这并非指 IP 或授权产品本身的促销或推广。每个项目只限提名一次。

年度企业及时尚、生活授权 IP 该奖项旨在表彰授权业具有卓越表现和创意创新的企业、时尚或生活方式的 IP。

年度主题性娱乐体验项目 该奖项授予——结合授权 IP 在某一具体场地或活动, 打造出最受欢迎主题性娱乐体验的授权项目。

年度被授权商 这个奖项颁发给表现卓越的被授权商, 如制造商、产品品牌商等。每项提名仅限一个授权 IP 合作项目。

年度人物形象/电影/电视/娱乐授权 IP 该奖项旨在表彰授权业具有卓越表现和创意创新的娱乐性电影、电视节目、出版物、视频媒体播放或直播等 IP, 时间在 2016 年 4 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日期间。

年度零售商 该奖项授予——通过与授权 IP 合作进行最具创意的各类展示及推广, 使活动期间该 IP 所有衍生产品达到优异销量的零售商。

AWARDS

年度中国 IP 入围名单

IP 项目 Property

授权商 / 代理 Owner/Agent

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1 阿狸
ALI THE FOX | 北京梦之城文化股份有限公司
Beijing Dream Castle Culture Co., Ltd. |
| 2 兽王争锋
BATTLECLAW | 优扬文化传媒股份有限公司
Uyoung Culture & Media Co., Ltd |
| 3 熊出没
BOONIE BEARS | 华强方特 (深圳) 动漫有限公司
Fantawild Animation INC. |
| 4 长草颜团子
BUDDING POP | 上海十二栋文化传播有限公司
Block 12 Studio (shanghai) |
| 5 超级飞侠
SUPER WINGS | 奥飞娱乐股份有限公司
ALPHA GROUP CO.,LTD |
| 6 吾皇万睡
WUHUANGWANSHUI | 一间宇宙 (北京) 文化有限公司
YiJianYuZhou (Beijing) Culture Co., Ltd. |

* 按照 IP 首字母排序 in alphabetical order of brands/ licensing properties



AWARDS

年度授权推广项目入围名单

授权推广项目 Licensed Promotion	推广伙伴 Promotional Partner
1 电影《愤怒的小鸟》与麦当劳 2016 年主题合作 ANGRY BIRDS MOVIE X MCDONALDS PROMOTION IN 2016	麦当劳 McDonalds
2 哆啦 A 梦肯德基生日会促销案 DORAEMON & KFC BIRTHDAY'S PROMOTION CASE	百胜 (中国) 投资有限公司 Yum China Holdings, Inc.
3 孩之宝 & 阿里鱼变形金刚电影 5 衍生品线上独家授权合作 HASBRO & ALIFISH TRANSFORMERS MOVIE 5 CONSUMER PRODUCTS ONLINE EXCLUSIVE LICENSING COOPERATION	阿里鱼 Alifish
4 海绵宝宝 & 中国南方航空 “快乐飞行” 推广活动 SBSP & CHINA SOUTHERN AIRLINES HAPPY FLIGHT PROMOTION	中国南方航空 China Southern Airlines
5 托马斯光明推广活动 THOMAS BRIGHT DIARY PROMOTION	光明乳业 Bright Dairy



*按照授权推广项目首字母排序 in alphabetical order of licensed promotion

AWARDS

年度企业及时尚 / 生活授权 IP 入围名单

IP 项目 Property	授权商 / 代理 Owner/Agent
1 阿狸 ALI THE FOX	北京梦之城文化股份有限公司 Beijing Dream Castle Culture Co., Ltd.
2 芭比 BARBIE	美泰有限公司 Mattel Inc.
3 小马宝莉 MY LITTLE PONY	孩之宝商贸 (中国) 有限公司 Hasbro Trading (China) Co. Ltd.
4 大嘴猴 PAUL FRANK	上海红纺元意文化发展有限公司 CBG Original Culture (Shanghai) Co.Ltd
5 泰迪珍藏 TEDDY BEAR COLLECTION	上海天络行品牌管理股份有限公司 Shanghai Skynet Brand Management Corp.,Ltd



*按照 IP 首字母排序 in alphabetical order of brands/ licensing properties

AWARDS

年度主题性娱乐体验项目入围名单

主题性娱乐体验项目

Location-Based or Experiential Program

1 金融街熊出没主题特展
THE THEME EXHIBITION ABOUT BOONIE BEARS
IN BJ FINANCIAL STREET

2 Discovery 探索极限基地
DISCOVERY ADVENTURES MOGANSHAN PARK

3 喜羊羊与灰太狼舞台剧《名羊四海》
<<GOATS STEPS>>

4 泰迪咖啡馆
TEDDY COFFEE

5 托马斯小镇重庆·袁家岗店
THOMAS TOWN - CHONGQING YUANJAGANG

IP 项目

Property

熊出没
Boonie Bears

Discovery Adventures

喜羊羊与灰太狼
Pleasant Goat and Big Big Wolf

泰迪珍藏
Teddy Bear Collection

托马斯 & 朋友
Thomas & Friends



* 按照 IP 首字母排序 in alphabetical order of brands/ licensing properties

AWARDS

年度被授权商入围名单

被授权商

Licensee

1 北京时光一百电子商务有限公司
TIME 100

2 上海红纺元意文化发展有限公司
CBG ORIGINAL CULTURE (SHANGHAI) CO.LTD

3 亿智食品有限公司
YICK CHI CONFECTIONARY COMPANY LIMITED

4 强生暖呵
ELSKER

5 广东金添动漫股份有限公司
JIN TAN LIMITED

IP 项目

Property

芭比
Barbie

大嘴猴
Paul Frank

小猪佩奇
Peppa Pig

喜羊羊与灰太狼
Pleasant Goat and Big Big Wolf

奥特曼系列
Ultraman Series



* 按照 IP 首字母排序 in alphabetical order of brands/ licensing properties

AWARDS

年度人物形象 / 电影 / 电视 / 娱乐授权 IP 入围名单

IP 项目 Property	授权商 / 代理 Owner/Agent
1 愤怒的小鸟 ANGRY BIRDS	罗威欧娱乐有限公司 Rovio Entertainment Ltd
2 大鱼海棠 BIGFISH BEGONIA	山南光线电子商务有限公司 Shannan Enlight Ecommerce Co.,Ltd.
3 熊出没·奇幻空间 FANTASTICA	华强方特(深圳)动漫有限公司 Fantawild Animation INC.
4 小猪佩奇 PEPPA PIG	娱乐壹英国有限公司 ENTERTAINMENT ONE UK LIMITED
5 超级飞侠 SUPER WINGS	奥飞娱乐股份有限公司 ALPHA GROUP CO.,LTD



* 按照 IP 首字母排序 in alphabetical order of brands/ licensing properties

AWARDS

年度零售商入围名单

零售商 Retailer	IP 项目 Property
1 天猫 TMALL.COM	芭比 Barbie
2 浙江森马服饰股份有限公司 ZHEJIANG SEMIR GARMENT CO., LTD	哆啦 A 梦 - 森马合作项目 Doraemon-Semir's case
3 上海盼酷贸易有限公司 SHANGHAI PANCOAT TRADING CO., LTD.	Pancoat
4 玩具反斗城 TOYS "R" US	超级飞侠 SUPER WINGS



* 按照 IP 首字母排序 in alphabetical order of brands/ licensing properties

2017 影片速递 Flick Pics

License Global 的年度“影片速递”为您盘点2017-2018年已上映和即将上映的电影，这些电影均拥有巨大的消费品授权潜力。
作者：AMANDA CIOLETTI

电影名称与美国上映日期	剧情简介	被授权商与推广合作伙伴
狮门影业 (Lionsgate)		
Saw Legacy 电锯惊魂 8 2017.10.27	曾创造惊悚电影票房记录的系列电影即将重返银幕，影片中经典、曲折而离奇的情节再度升级。	目前正在寻求特定品类的被授权商和推广合作伙伴。
Wonder 奇迹 2017.11.17	《奇迹》改编自《纽约时报》最畅销的同名小说，讲述了主角奥古斯特·普尔曼 (August Pullman) 励志暖心的故事。奥古斯特天生患有面部畸形，因而从未进入主流学校接受教育，当他转学来到当地学校就读五年级时，几乎没人能想到他会成为故事的主角(最出乎意料的英雄)。随着奥古斯特的家人、新同学和社区居民逐渐从内心深处开始接纳奥古斯特，奥古斯特非同寻常的经历不仅奇迹般地把他们凝聚在了一起，也证明如果一个人注定与众不同，那就不能随波逐流。	目前正在寻求特定品类的被授权商和推广合作伙伴。
Robin Hood: Origins 罗宾汉：起源 2018.3.23	罗宾汉是历经战争洗礼的十字军战士和摩尔人将军，他将带领民众向腐朽的英国王权发动无所畏惧的英勇反抗。这部惊心动魄的动作大片由奥托·巴瑟斯特 (Otto Bathurst) 执导。硝烟四起，炮火轰鸣，悲壮的战舞震撼人心，永恒的爱情感人至深。《罗宾汉：起源》讲述了罗宾汉如何成为今天被人们所熟知的标志性传奇人物。	目前正在寻求特定品类的被授权商和推广合作伙伴。

狮门影业 (Lionsgate)		
<p>La La Land 爱乐之城 已上映</p>	<p>《爱乐之城》由奥斯卡获奖导演达米安·沙泽勒 (Damien Chazelle) 编剧并执导, 讲述了怀揣明星梦的演员米娅 (Mia) 和热爱爵士乐的钢琴家塞巴斯汀 (Sebastian) 之间的故事。星梦之都洛杉矶曾埋葬了多少人的希望, 让多少心灵黯然破碎, 而影片的两位主角就在这座城市中为了生活而奔波着。这部着眼于日常生活的原创音乐剧探讨了人们追寻梦想时的欢乐与痛苦。</p>	<p>目前正在寻求特定品类的推广合作伙伴。</p>
<p>John Wick Franchise 疾速追杀系列电影 已上映</p>	<p>《疾速追杀》系列电影讲述了传奇职业杀手约翰·威克 (John Wick) 的故事。面对陷害他的黑帮和想要置他于死地的国际杀手, 威克燃起熊熊怒火并展开了惊心动魄的复仇。影片中充斥着大量精心设计的枪战和搏斗场面, 是一部新黑色惊悚电影, 讲述的却是复仇与救赎的经典故事。</p>	<p>目前正在寻求特定品类的推广合作伙伴。</p>
<p>The Kingkiller Chronicle 弑君者 暂无上映信息</p>	<p>The Kingkiller Chronicle改编自帕特里克·罗斯福斯 (Patrick Rothfuss) 的畅销传奇小说, 影片主人公Vothe是一位流落街头的年轻探险家和音乐家, 他的家人丧生于神秘力量之手, 因此他希望学会巫术和魔法, 以期有朝一日能够为家人报仇。曾获得艾美奖、格莱美奖和托尼奖的林-曼努尔·米兰达 (Lin-Manuel Miranda) 将担任影片的创意制片人和音乐策划。</p>	<p>目前正在寻求特定品类的推广合作伙伴。</p>
<p>Madea Franchise Madea些列 已上映</p>	<p>Madea 系列电影由媒体大亨泰勒·派瑞 (Tyler Perry) 创作并担纲主演, 影片主角梅布尔·马蒂亚·西蒙斯 (Mabel Madea Simmons) 是一位枪不离手、所向无敌的南方家庭女主人, 为观众带来了一系列精彩刺激的冒险。自从2005年初登银幕以来, Madea始终拥有强大的票房号召力, 凭借开拓性的影片获得了广泛喜爱, 传递着独特的另类智慧。</p>	<p>目前正在寻求特定品类的推广合作伙伴。</p>
<p>Dirty Dancing: 30th Anniversary 辣身舞: 30周年 已上映</p>	<p>30年来, 《辣身舞》始终在流行文化中占据着中流砥柱的地位。令人着迷的浪漫爱情故事, 霸占各大榜单的影片歌曲和难以忘怀的经典对白, 最初的《辣身舞》已然变成了一种电影现象, 不仅启发创作了备受好评的舞台剧和全新的电视专题版, 更鼓舞着全世界一代又一代的影迷们。</p>	<p>目前正在寻求特定品类的推广合作伙伴。</p>
<p>Reservoir Dogs: 25th Anniversary 落水狗: 25周年 已上映</p>	<p>曾让整个好莱坞为之侧目的美国黑帮经典电影在迎来25周年之际强势回归。《落水狗》由奥斯卡获奖者昆汀·塔伦蒂诺 (Quentin Tarantino) 编剧并执导, 影片中展现的原始力量和令人惊叹的暴力美学备受赞誉, 是美国黑帮电影中一部毋庸置疑的杰作。</p>	<p>目前正在寻求特定品类的推广合作伙伴。</p>

NBC环球 (NBCUniversal)		
<p>The Mummy 新木乃伊 已上映</p>	<p>从人类文明的曙光刚刚亮起之时起, 关于木乃伊的传说始终令世界上的多种文化为之着迷。由汤姆·克鲁斯 (Tom Cruise) 领衔主演的《新木乃伊》将这一传说再度搬上大银幕, 在恢弘的场面中重新演绎。古埃及公主 (索菲亚·波多拉饰演) 被埋葬在不见天日的沙漠深处, 人们本以为此后将安然无事, 没想到痛恨命运不公的公主竟然在几个世纪后的今天苏醒, 把千余年的积怨大肆倾泻, 给人类带来无法想象的恐惧。从中东的流沙, 到伦敦地下的隐匿迷宫, 《新木乃伊》恰到好处地结合了神奇与惊悚, 既惊心动魄, 又节奏适宜。这是一次充满想象力的全新尝试, 并且创造了一个新的奇幻世界。</p>	<p>了解合作机会, 请联系 Universal Brand Development。</p>
<p>Despicable Me 3 神偷奶爸 3 已上映</p>	<p>照明娱乐再次为观众带来格鲁 (Gru)、露西 (Lucy) 和他们的三个可爱女儿——玛戈 (Margo)、伊迪丝 (Edith) 和阿格蕾丝 (Agnes) ——还有小黄人的冒险故事。除了史蒂夫·卡瑞尔 (Steve Carell) 和克里斯汀·韦格 (Kristen Wiig) 继续献声外, 曾获得艾美奖、托尼奖和格莱美奖的特雷·帕克 (Trey Parker) 也加盟了《神偷奶爸3》。特雷·帕克还是美国喜剧中心的全球现象级动画剧集《南方公园》和火遍百老汇的音乐剧The Book of Mormon的联合创始人。帕克在《神偷奶爸3》中为大反派巴尔萨泽·布拉特 (Balthazar Bratt) 配音, 布拉特原本是一个童星, 长大后却沉迷于自己在80年代饰演的角色中不能自拔, 是至今为止格鲁遇到的最强大对手。</p>	<p>了解合作机会, 请联系 Universal Brand Development。</p>

NBC环球 (NBCUniversal)

<p>Pitch Perfect 3 完美音调 3 2017.12.22</p>	<p>继《完美音调2》在2015年票房大卖之后，今年，安娜·肯德里克 (Anna Kendrick) 和瑞贝尔·威尔森 (Rebel Wilson) 将继续领衔主演《完美音调3》。</p>	<p>了解合作机会，请联系Universal Brand Development。</p>
<p>Pacific Rim: Uprising 环太平洋：起义 2018.2.23</p>	<p>约翰·波耶加 (John Boyega) 将领衔主演《环太平洋：起义》，在大银幕中为地球而战。这部电影是2013年《环太平洋》的续作，前部影片为观众展现了Further Earth的景象和前所未有的战争场面，在全世界创造了超过4亿美元的收入，在中国的表现也颇为抢眼。《环太平洋：起义》仍由斯蒂文·S·迪奈特 (Steven S. DeKnight) 继续执导。</p>	<p>了解合作机会，请联系Universal Brand Development。</p>
<p>Jurassic World Sequel 侏罗纪世界续集 2018.6.22</p>	<p>《侏罗纪世界》系列电影第二部目前正在伦敦拍摄。史蒂文·斯皮尔伯格 (Steven Spielberg) 和科林·特莱沃若 (Colin Trevorrow) 担任监制，克里斯·帕拉特 (Chris Pratt) 和布莱斯·达拉斯·霍华德 (Bryce Dallas Howard) 继续领衔主演。《侏罗纪世界续集》由环球影业公司和安培林娱乐公司共同发行，《侏罗纪世界》的首部电影曾创造了电影史上的最高票房纪录之一。弗兰克·马歇尔 (Frank Marshall) 和帕特·克劳雷 (Pat Crowley) 将再次与斯皮尔伯格和特莱沃若合作，带领电影制作团队为这一系列电影开启全新篇章。</p>	<p>了解合作机会，请联系Universal Brand Development。</p>
<p>How the Grinch Stole Christmas 圣诞怪杰 2018.11.9</p>	<p>本尼迪克特·康伯巴奇 (Benedict Cumberbatch) 为电影中的主角格林奇 (The Grinch) 配音，这部动画电影对历史悠久的圣诞节经典传说进行了一次全新的演绎。这部电影由皮特·坎蒂兰 (Pete Candeland) 和亚罗·切尼 (Yarrow Cheney) 共同执导，由迈克尔·勒素尔 (Michael LeSieur) 根据苏斯博士 (Dr. Seuss) 的著作改编，照明娱乐公司的克里斯·梅勒丹德利 (Chris Meledandri)、珍妮·希利 (Janet Healy) 和斯科特·摩西尔 (Scott Mosier) 担任制片人，奥德里·吉赛尔 (Audrey Geisel) 和克里斯·雷纳德 (Chris Renaud) 担任监制。</p>	<p>了解合作机会，请联系Universal Brand Development。</p>

派拉蒙影业 (Paramount Pictures)

<p>Transformers: The Last Knight 变形金刚 5：最后的骑士 已上映</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>如欲咨询授权事宜，请联系孩之宝。</p>
<p>Sherlock Gnomes 2018.1.12</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Bumblebee 大黄蜂 2018.6.8</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>如欲咨询授权事宜，请联系孩之宝。</p>
<p>Mission: Impossible 6 碟中谍 6 2018.7.27</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Amusement Park 游乐园 2018.8.10</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>

索尼影业 (Sony Pictures)

<p>Spider-Man: Homecoming 蜘蛛侠：英雄归来 已上映</p>	<div data-bbox="382 1708 566 1802" data-label="Image"> </div> <p>饰演年轻时期的彼得·帕克、蜘蛛侠的汤姆·赫兰德 (Tom Holland) 在《美国队长3：内战》中首次亮相，并在《蜘蛛侠：英雄归来》中打造全新的英雄身份。彼得与复仇者大战之后回到和梅婶 (玛丽莎·托梅 Marisa Tomei 饰演) 共同生活的家园，而新的人生导师托尼·斯塔克 (小罗伯特·唐尼 Robert Downey, Jr. 饰演) 则关注着他的一举一动。彼得努力回归普通的日常生活，同时又想证明自己不仅仅是普通的邻家男孩，但是新反派秃鹫 (迈克尔·基顿 Michael Keaton 饰演) 的出现把彼得珍惜的一切都笼罩在了危险的阴影中。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
---	---	------------------------------

索尼影业 (Sony Pictures continued)		
<p>EmojiMovie: Express Yourself Emoji大电影:展现自我 2017.7.28</p>	<p>《Emoji大电影:展现自我》向世人揭示了手机中不为人知的神秘世界。在消息app中隐藏着一座繁忙的城市Textpolis, 城市里居住着手机用户最喜欢的所有表情, 它们都期待着手机用户能够选中自己。在这个世界里, 每个人都只有一种面部表情, 只有Gene (T·J·米勒饰演)与众不同。Gene充满活力、大胆直言, 而且拥有好多种面部表情。Gene决定成为和其他人一样的“正常人”, 于是在好朋友Hi-5 (詹姆斯·柯登James Corden配音)和臭名昭著的解码专家表情Jailbreak (伊拉娜·格雷泽Ilana Glazer配音)的帮助下, 踏上了“手机app冒险之旅”。它们在手机中的各种应用里穿梭, 每个应用都是一个充满了疯狂和乐趣的独特世界。它们寻找着能够治愈Gene的代码, 然而此时, 更大的危险正威胁着手机, 所有表情的命运都落在了三个好朋友的手中, 如果它们无法拯救这个世界, 所有表情将永远消失。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>The Dark Tower 黑暗塔 2017.8.4</p>	<p>T H E D A R K T O W E R 世界, 远不止眼前这一点。史蒂芬·金 (Stephen King) 是世界上最著名的作家之一, 他笔下最恢弘而广阔的奇幻小说《黑暗塔》将首次在大银幕上亮相。世界上最后一名神枪侠Roland Deschain (伊德瑞斯·艾尔巴Idris Elba饰演) 注定要与被称为黑衣人的Walter O' Dim (马修·麦康纳Matthew McConaughey饰演) 进行永无终结的对抗, 他决心阻止黑衣人推翻黑暗塔, 因为黑暗塔是保持宇宙统一的关键所在。世界的命运危在旦夕, 善与恶将进行终极对决, 而只有Roland可以打败黑衣人, 守护黑暗塔。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>The Star 2017.10.10</p>	<p>索尼影视动画出品的The Star讲述了身材矮小但十分勇敢的小驴Bo的故事。Bo渴望逃离乡村磨坊日复一日的无聊生活, 寻找别样的精彩人生。这一天, 他终于鼓起勇气重获自由, 踏上了梦寐以求的冒险之旅。旅程中, 他结识了从羊群中走失的可爱小羊Ruth和怀有远大理想的鸽子Dave。Bo和自己的新朋友们, 还有三只爱讲俏皮话的骆驼, 以及一些其他的精灵古怪的家畜动物们, 一起追寻着Star, 但不经意中变成了世界上最伟大的故事“圣诞节的起源”中的主角。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Jumanji: Welcome to the Jungle 新勇敢者的游戏 2017.12.20</p>	<p> 《新勇敢者的游戏》将再度开启全新冒险, 四个十几岁的孩子被困在Jumanji的世界里, 周围的一切都发生了翻天覆地的变化。四个高中生发现了一个古老的操控台, 里面是一个他们从没听说过的电子游戏——Jumanji。他们马上被带进了游戏里面的丛林, 真的化身成了各自选择的角色: 玩家Spencer变成了一个强壮的冒险家 (道恩·强森Dwayne Johnson饰演); 足球健将Fridge “身体的最上面两英尺没了” (用他的原话), 变成了爱因斯坦 (凯文·哈特Kevin Hart饰演); 万人迷Bethany变成了中年男教授 (杰克·布莱克Jack Black饰演); 总被冷落一旁的Martha变成了一名勇士 (凯伦·吉兰Karen Gillan饰演)。他们发现一旦进入这个Jumanji游戏就必须想办法活下来, 要打败游戏回到现实世界, 就必须完成人生中最危险的冒险, 找到Alan Parrish在20年前留下的东西并改变对自己的认识, 否则, 他们将被困在这个游戏中, 直到永远。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Peter Rabbit 彼得兔 2018.3.23</p>	<p>全新的真人实景/CG电影《彼得兔》改编自碧翠丝·波特 (Beatrix Potter) 的同名童话故事, 她的这一著作和插画在全世界都备受青睐。电影由威尔·古勒 (Will Gluck) 执导, 全明星阵容包括饰演彼得的詹姆斯·柯登 (James Corden) 、萝丝·拜恩 (Rose Byrne) 、黛西·雷德利 (Daisy Ridley) 、伊丽莎·德比奇 (Elizabeth Debicki) 、玛格特·罗比 (Margot Robbie) 和多姆纳尔·格里森 (Domhnall Gleeson) 。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Slenderman 瘦长鬼影 2018.5.18</p>	<p>超自然的网络传说以电影的形式全新登场。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Barbie 芭比娃娃 2018.6.29</p>	<p>以美泰公司风靡全球的芭比形象为基础创作的全新实景电影。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>

索尼影业 (Sony Pictures continued)

<p>Hotel Transylvania 3 精灵旅社 3 2018.7.13</p>	 <p>在索尼影视动画出品的《精灵旅社3》中，梅维斯给德古拉伯爵送上了一个惊喜——全家人乘坐一艘奢华的怪物游轮去度假，好让德古拉暂时忘却酒店为其他人提供度假服务，从繁忙的工作中稍事休息。德古拉的小伙伴们自然不能错过这么好的机会，于是跟随他们一起出发了。游轮刚一出海，德古拉就对神秘的船长Ericka一见倾心，这次轮到梅维斯扮演过度保护的家长角色了，她想尽办法把父亲德古拉和Ericka分开。他们还不知道，德古拉“美的让人难以置信”的恋人其实是德古拉和所有怪物们的终极敌人范·海辛 (Van Helsing) 的后代。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Goosebumps 2 鸡皮疙瘩 2 2018.9.21</p>	<p>《鸡皮疙瘩》系列电影改编自R.L.斯泰恩 (R.L. Stine) 的同名著作，该丛书是全世界最畅销的文学类特许经营商品。影迷们最喜爱的角色将在这部续集中再次回归，此外也将有新的角色登场。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Animated Spider-Man 动画版蜘蛛侠 2018.12.21</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>

二十世纪福克斯电影公司 (Twentieth Century Fox)

<p>Murder on the Orient Express 新版东方快车谋杀案 2017.11.10</p>	<p>这本来是一次穿越欧洲的奢华火车之旅，却很快变成了最时尚、最悬疑和最惊悚的离奇案件。《新东方快车谋杀案》改编自畅销书作家阿加莎·克里斯蒂 (Agatha Christie) 的悬疑小说，13个陌生人被困在奔驰的火车上，每个人都可能是杀人凶手。有一个人必须争分夺秒地解决谜题，才能避免谋杀再次发生。肯尼斯·布拉纳 (Kenneth Branagh) 执导并亲自出演，全明星阵容：佩内洛普·科鲁兹 (Penelope Cruz)、威廉·达福 (Willem Dafoe)、朱迪·丹奇 (Judi Dench)、约翰尼·德普 (Johnny Depp)、米歇尔·菲佛 (Michelle Pfeiffer)、黛西·雷德利 (Daisy Ridley) 和乔什·盖德 (Josh Gad)。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Ferdinand 公牛历险记 2017.12.15</p>	<p>《公牛历险记》讲述了一头体型庞大、心地善良的公牛的历险故事。主角Ferdinand被人错当成危险的猛兽捕获，并送往远方。为了回到家乡，他集结了一个不太搭调的团队，一起踏上了终极冒险之旅。这个发生在西班牙的故事中，Ferdinand证明了“牛不可貌相”。电影的灵感来自门罗·里夫 (Munro Leaf) 和罗伯特·劳森 (Robert Lawson) 的著作The Story of Ferdinand。《公牛历险记》是一部暖心的冒险喜剧电影，约翰·塞纳 (John Cena)、凯特·麦克金农 (Kate McKinnon)、吉娜·罗德里格斯 (Gina Rodriguez) 和安东尼·安德森 (Anthony Anderson) 等众多明星都将为这部动画电影献声。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>The Greatest Showman 马戏之王 2017.12.25</p>	<p>《马戏之王》是一部大胆原创音乐剧，它展现了马戏行业的诞生以及梦想终于变成现实那一刻的神奇感受。电影从费尼尔多·泰勒·巴纳姆 (P.T. Barnum) 的远大志向和丰富的想象力中汲取灵感，讲述了一位梦想家如何白手起家，创造出摄人心神的壮观景象并且在全世界引发轰动。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Alita: Battle Angel 2018.7.20</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>The Predator 铁血战士 2018.8.3</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Avatar Sequel 阿凡达续集 2020.12.18</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Avatar Sequel 2 阿凡达续集 2 2021.12.17</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
<p>Avatar Sequel 3 阿凡达续集 3 2024.12.20</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>

二十世纪福克斯电影公司 (Twentieth Century Fox continued)

<p>Avatar Sequel 4 阿凡达续集 4 2025.12.19</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>目前正在寻求所有品类的被授权商与合作伙伴。</p>
--	----------------	------------------------------

华特迪士尼公司——卢卡斯影业 (The Walt Disney Company—Lucasfilm)

<p>Star Wars: The Last Jedi 星球大战：最后的绝地武士 2017.12.15</p>	<p>蕾伊 (Rey) 在《星球大战：原力觉醒》中第一次踏入更为广阔的世界，这次，她将和费恩 (Finn)、波 (Poe)、还有卢克 (Luke) 一起继续星球大战中的传奇历程。《星球大战：最后的绝地武士》由莱恩·约翰逊 (Rian Johnson) 编剧并执导，主要演员有马克·哈米尔 (Mark Hamill)、凯丽·费雪 (Carrie Fisher)、亚当·德利福 (Adam Driver)、黛西·雷德利 (Daisy Ridley)、约翰·波耶加 (John Boyega)、奥斯卡·伊萨克 (Oscar Isaac)、露皮塔·尼永奥 (Lupita Nyong'o)、多姆纳尔·格雷森 (Domhnall Gleeson)、安东尼·丹尼尔斯 (Anthony Daniels)、格温多兰·克里斯汀 (Gwendoline Christie) 和安迪·瑟金斯 (Andy Serkis)。 新加入的演员有奥斯卡获奖演员本尼西奥·德尔·托罗 (Benicio Del Toro)、奥斯卡提名演员劳拉·邓恩 (Laura Dern) 和新人凯丽·玛丽·特朗 (Kelly Marie Tran)。</p>	<p>授权项目众多。</p>
--	--	----------------

<p>Star Wars: Episode IX 星球大战 9 2019.5.24</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>暂无相关信息。</p>
--	----------------	----------------

华特迪士尼公司——漫威影业 (The Walt Disney Company—Marvel)

<p>Thor: Ragnarok 雷神 3：诸神黄昏 2017.11.3</p>	 <p>在漫威影业出品的《雷神3：诸神黄昏》中，雷神托尔 (Thor) 的世界即将崩塌。他的邪恶兄弟洛基占领了阿斯加德，拥有强大力量的海拉 (Hela) 再度现身，企图霸占王位，而托尔正被囚禁在宇宙的另外一边。为了逃离监禁并拯救即将毁灭的家园，托尔首先必须在危险的角斗场上存活下来，而他的对手竟是从前的伙伴——绿巨人！</p>	<p>授权项目众多。</p>
--	--	----------------

<p>Black Panther 黑豹 2018.2.16</p>	 <p>在经历了《美国队长3：内战》之后，特查拉 (T'Challa) 回到了超然世外但科技发达的南非国家瓦坎达，接替父亲成为国家领袖。但是，特查拉很快发现来自国家内部的邪恶势力正威胁着他的王位。两个恶徒密谋毁灭瓦坎达，电影主角黑豹必须与C.I.A特工艾弗雷特·K·罗斯 (Everett K. Ross) 和瓦坎达特别护卫队Dora Milaje密切配合，阻止瓦坎达被拖入世界大战的深渊。</p>	<p>授权项目众多。</p>
--	--	----------------

<p>Avengers: Infinity War 复仇者联盟 3：无限战争 2018.5.4</p>	 <p>复仇者和盟友们继续与无法独力对抗的敌人作战，保护世界不受威胁，但是新的危险已经潜伏在宇宙深处的黑暗之中：灭霸 (Thanos)。灭霸是星系间臭名昭著的独裁者，他一心想要集齐六颗古老的无限宝石，然后运用宝石中无法想象的强大力量把一切现实都变得像他一样扭曲。复仇者们所为之战斗的一切都是为了这一刻——地球的命运与存亡从未如此前途未卜。</p>	<p>授权项目众多。</p>
--	--	----------------

<p>Ant-Man & The Wasp 蚁人与黄蜂女 2018.7.6</p>	 <p>暂无剧情简介。</p>	<p>授权项目众多。</p>
--	--	----------------

<p>Captain Marvel 惊奇队长 2019.3.8</p>	 <p>暂无剧情简介。</p>	<p>授权项目众多。</p>
--	--	----------------

华特迪士尼公司——皮克斯动画 (The Walt Disney Company-Pixar Animation Studios)

<p>Cars 3 赛车总动员3: 极速挑战 已上映</p>	 <p>传奇主角麦昆被新一代的闪耀超级跑车打了个措手不及，他努力突破极限时却遭遇重大车祸。为了重返比赛，麦坤需要获得年轻而充满热情的赛车技师科鲁兹·拉米雷斯 (Cruz Ramirez) 的帮助。他证明了自己这辆95号赛车宝刀未老，并将在活塞杯最宏大的舞台上迎战新对手杰克逊·斯托姆 (Jackson Storm)，试炼冠军之心。</p>	<p>授权项目众多。</p>
<p>Coco 可可夜总会 2017.11.22</p>	 <p>《可可夜总会》讲述了一个名叫米格尔 (Miguel) 的12岁小男孩的故事，意气风发的米格尔梦想成为著名的音乐家。在墨西哥亡灵 (Dia de los Muertos) 前夜，米格尔触发了一系列诅咒，被传递到了一个自己从未见过的神奇新世界。在这里，他将发现几代人以前的古老秘密，并以最离奇和最让人震惊的方式与家人重聚。</p>	<p>授权项目众多。</p>
<p>Incredibles 2 超人总动员 2 2018.6.15</p>	<p>人们最喜爱的超人家族重返大银幕，为观众带来疯狂、搞笑而且暖心的《超人总动员2》。在布拉德·博德 (Brad Bird) 编剧并指导的这部续集中，超能先生、弹力女超人、巴荷莉、巴小飞和巴小倩遇到了全新的对手，他们的超能力，还有整个家庭，将接受终极考验。</p>	<p>授权项目众多。</p>
<p>Toy Story 4 玩具总动员 4 2019.6.21</p>	<p>在迪士尼皮克斯的《玩具总动员4》中，胡迪和巴斯光年等伙伴们将展开人生的新篇章，敬请期待。</p>	<p>授权项目众多。</p>
<p>Ralph Breaks the Internet: Wreck-It Ralph 2 无敌破坏王 2 2018.11.21</p>	<p>《无敌破坏王2: 大闹互联网》是《无敌破坏王》的续集，由《无敌破坏王》和奥斯卡获奖动画电影《疯狂动物城》的幕后制作团队共同打造。反派拉尔夫 (Ralph) 厌倦了自己所在的电脑游戏，于是和最好的朋友、“甜蜜冲刺”里的云妮洛普 (Vanellope von Schweetz) 共同踏上了新的冒险之旅。这两位好朋友还没有意识到，自己竟然破坏了互联网!</p>	<p>授权项目众多。</p>
<p>Disney Gigantic 巨兽 2020.11.25</p>	<p>华特迪士尼动画工作室将改编经典童话故事《杰克与魔豆》，内森·格里诺 (Nathan Greno) 和梅格·勒芙维 (Meg LeFauve) 将担任导演，奥斯卡获奖动画电影《冰雪奇缘》作曲家克里斯汀·安德森-洛佩兹 (Kristen Anderson-Lopez) 和罗伯特·洛佩兹 (Robert Lopez) 夫妇将为电影创作歌曲。</p>	<p>授权项目众多。</p>

华特迪士尼公司——华特迪士尼工作室 (The Walt Disney Company-Walt Disney Studios)

<p>Pirates of the Caribbean: Dead Men Tell No Tales 加勒比海盗 5: 死无对证 已上映</p>	 <p>惊险航行继续扬帆起航，总走背运的杰克·斯派洛船长 (约翰尼·德普 Johnny Depp 饰演) 感觉到厄运正向他汹涌袭来。令人闻风丧胆的萨拉查船长 (哈维尔·巴登 Javier Bardem 饰演) 带领最可怕的亡灵水手们逃出了百慕大三角区，发誓要杀尽海上的所有海盗，尤其是杰克船长。只有传说中中海神波塞冬的三叉戟可以救杰克船长一命。为了活命，杰克船长只得和聪明美丽的天文学家卡琳娜·史密斯 (卡雅·斯考达里奥 Kaya Scodelario 饰演) 还有年轻强壮的皇家海军亨利 (布兰顿·思怀兹 Brenton Thwaites 饰演) 联手出击。</p>	<p>授权项目众多。</p>
<p>A Wrinkle in Time 时间的褶皱 2018.3.9</p>	<p>电影改编自麦德琳·兰格 (Madeleine L' Engle) 的经典小说。主人公麦格·穆雷和她聪颖的弟弟查尔斯·华莱士为了找回失踪的父亲，和好朋友卡尔文一起踏上了出人意料的旅程，竟然走进了另外一个时空。</p>	<p>授权项目众多。</p>
<p>Mulan 2018.11.2</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>暂无相关信息。</p>
<p>Mary Poppins Returns 新欢乐满人间 2018.12.25</p>	<p>《新欢乐满人间》是迪士尼1964年的电影《欢乐满人间》的全新续集，取材自PL·特拉弗斯 (PL Travers) 另外七部著作的丰富内容。故事发生在20世纪30年代的大萧条时期，迈克尔·班克斯 (Michael Banks) 和简·班克斯 (Jane Banks) 已经长大成人，迈克尔和他的三个孩子还有管家艾伦 (Ellen) 共同住在Cherry Tree大街上。迈克尔遭受个人挫折后，神奇的保姆玛丽·波平斯 (Mary Poppins) 再次来到班克斯一家，在乐观的街灯管理员杰克 (Jack) 的帮助下，运用她的特殊能力帮助一家人重新找回生活中错失的欢乐与奇迹。</p>	<p>授权项目众多。</p>

华特迪士尼公司——华特迪士尼工作室 (The Walt Disney Company—Walt Disney Studios continued)

<p>The Lion King 狮子王 2019.7.19</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>暂无相关信息。</p>
<p>Frozen 2 冰雪奇缘 2 2019.11.27</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>暂无相关信息。</p>

华纳兄弟影片公司 (Warner Bros. Pictures)

<p>Wonder Woman 神奇女侠 已上映</p>	 <p>史诗级奇幻动作片《神奇女侠》在全球上映，该片主角神奇女侠将由盖尔·加朵 (Gal Gadot) 饰演。神奇女侠原本是亚马逊公主戴安娜，她从小就被训练成为战无不胜的战士。戴安娜生活在世外桃源般的天堂岛，有一天，一位美国飞行员坠落在海岛岸边，他告诉岛上的人们外面的世界正在遭受着战争的摧残。听到这些，戴安娜相信自己能够阻止战争，于是跟随飞行员义无反顾地离开了家园并奔赴战场，希望以此一役结束所有战争。戴安娜后来发现自己还有更多超能力……并找到了属于自己的真正使命。</p>	<p>美泰公司，乐高集团，Rubie's Costume Co., Funko, Bioworld, New Era, 贺曼公司，公主娜娜，A Classic Time, Alex & Ani, 匡威和Her Universe。</p>
<p>It 小丑回魂 2017.9.8</p>	<p>新线电影公司 (New Line Cinema) 出品的惊悚恐怖片《小丑回魂》由安迪·马希提 (Andy Muschietti) 执导，改编自斯蒂芬·金 (Stephen King) 的同名小说，该部小说数十年来曾令无数读者心生恐惧。缅因州的德里小镇开始不断出现儿童失踪的情况，这些都是已有几百年谋杀和暴力犯罪史的小丑Pennywise造成的。一群小孩子团结在一起，共同对抗邪恶的小丑Pennywise，他们将面对人生中最大的恐怖。</p>	<p>小众市场授权项目，尚未公布合作伙伴。</p>
<p>LEGO: Ninjago 乐高幻影忍者大电影 2017.9.22</p>	 <p>在这场《乐高幻影忍者大电影》的冒险中，年轻武士Lloyd，又称绿色忍者，和其他秘密的忍者武士朋友们共同守卫忍者岛。在充满智慧的吴大师的带领下，忍者武士们必须击败邪恶的军阀Garmadon，这个史上最大的坏人却偏偏是Lloyd的父亲。忍术对忍术，父亲对儿子，这一气势恢宏的最终对决将考验着这个勇敢但缺乏纪律的现代忍者团队，他们必须学会审视自我，团结一心才能唤醒体内的旋风忍术。</p>	<p>授权项目众多，尚未公布合作伙伴。</p>
<p>Justice League 正义联盟 2017.11.17</p>	 <p>蝙蝠侠布鲁斯·韦恩 (Bruce Wayne) 对人性重新充满信心，并受到超人无私奉献的影响，接受了新盟友戴安娜公主 (神奇女侠) 的帮助，他们将迎战更为强大的敌人。蝙蝠侠和神奇女侠鼎力合作，很快就寻找并集结了一个超人类联盟来抵挡新觉醒势力的威胁。然而这个由蝙蝠侠、神奇女侠、潜水侠、钢骨和闪电侠所组成的史上最强联盟恐怕也已经无法阻止强大敌人对地球的进攻。</p>	<p>授权项目众多，尚未公布合作伙伴。</p>
<p>Rampage 狂暴 2018</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>定向授权项目，迄今为止尚未公布合作伙伴。</p>
<p>Smallfoot 2018</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>定向授权项目，迄今为止尚未公布合作伙伴。</p>
<p>Aquaman 海王 2018</p>	<p>暂无剧情简介。</p>	<p>定向授权项目，迄今为止尚未公布合作伙伴。</p>
<p>Ready Player One 玩家一号 2018</p>	<p>备受期待的科幻动作惊悚电影《玩家一号》由华纳兄弟影片公司、安培林合伙人公司和威秀影业共同发行。电影由三次获得奥斯卡奖的史蒂芬·斯皮尔伯格 (Steven Spielberg) 执导，改编自作家恩斯特·克莱恩 (Ernest Cline) 的同名畅销小说。</p>	<p>定向授权项目，迄今为止尚未公布合作伙伴。</p>
<p>Fantastic Beasts 2 神奇动物在哪里 2 2018</p>	<p>这部影片是《神奇动物在哪里》的续集，将带领观众回到魔法世界，开启全新冒险之旅。</p>	<p>授权项目众多，尚未公布合作伙伴。</p>

2016 年全球授权商品零售额高达 2,629 亿美元 同比增长 4.4%

在 2016 年全球“黑天鹅”事件频发，世界经济整体增速低迷的背景下，全球授权商品的销售仍继续保持稳步增长，较 2015 年增长了 4.4%，达到 2,629 亿美元。

全球授权版税收入同比上涨 1.3%，达到 141 亿美元。虽然零售总额同比增长了 112 亿美元，但由于受行业平均版税率从 8.5% 下降到 8.2% 的影响，授权版税收入呈温和上涨态势。

从行业类别看，娱乐 / 卡通形象品牌授权仍然是最大的行业类别，授权商品总零售额高达 1,183 亿美元，占全球授权市场的 45%，比排在第二位的企业 / 品牌商标高出近两倍。而娱乐品牌授权主要来源于电影、电视、出版、游戏等，它们贡献了大量知名的卡通形象和娱乐 IP。

LIMA 高级副总裁 Marty Brochstein 表示，电影衍生品的销售是全球授权市场增长的最主要驱动力之一。去年在电影衍生品方面，表现尤为突出的包括迪士尼出品的《星球大战》系列、《海底总动员 2: 多莉去哪儿》(Finding Dory)、NBC 环球的《魔发精灵》(Trolls) 和华纳兄弟的《蝙蝠侠大战超人: 正义黎明》(Batman v. Superman: Dawn of Justice) 等。除此之外，尼克国际儿童频道的动画片《狗狗巡逻队》(PAW Patrol) 和任天堂的游戏《口袋妖怪 Go》(Pokemon Go) 在版权收入方面均有不俗表现。

排在第二的是企业 / 品牌商标，如可口可乐、奔驰等，同比增长 3.4%，达到 546 亿美元，约占全球授权市场的 20.8%；服饰以 311 亿美元位列第三，占比达 11.8%；第四位是体育，零售额达 253 亿美元，

占比 9.6%，比去年同期下降了 0.3%。

“2017 年的调查报告显示所有类别的授权商品市场在全球范围内的发展势头良好，尤其是最主要的和保持增长的娱乐 / 卡通形象类别。”LIMA 主席 Charles Riotto 表示，” 报告也显示了，今年全球授权新兴市场的迅速发展和实力明显增强，令人印象深刻，它们为行业的持续发展做出了贡献。”

从授权商品类别看，服装类零售额所占比重领先其他类别，达 14.9%；玩具类排在第二，占 13.3%；第三是时尚饰品类别，约占 11.3%。

增长速度最快的授权商品类别是婴儿和宠物产品，其中主要是因为越来越多的授权商试图借助这两个行业在全球强劲的增长势头获得发展空间。在展开本次调查活动期间，受发展中国家房地产购入和开发的增长以及美国房地产市场增长的推动，家居装饰品类别的授权商品销售额增长了 8.2%。而视频游戏 / 软件 / 应用程序类别授权商品表现持续强劲，增长了 8.1%，零售额排在第五位，占总收的 6.9%。

从区域分布来看，北美地区（美国和加拿大）依然是全球最大的授权市场，其收入比重占到了全球市场总额的 57.9%，与去年同期的 57.7% 相比，增长微小；东南亚 / 环太平洋地区的增长率是全球最高的，同比增长 6.8%，但由于其授权市场属于起步阶段，在全球份额中依然只占据小部分，仅占 3.4%。

调查报告由 LIMA 委托美国 Brandar Consulting 咨询公司完成，通过量化全球范围内的授权版权收入和相应的授权商品零售额，分析全球重点授权市场的发展规模。

完整的《全球授权业市场调查报告》，包括对不同国家和地区的重点市场的统计数据，将在今年夏天晚些时候对外公布。调查报告 LIMA 会员可免费下载，非会员购买需 975 美元。如需购买，请访问 licensing.org !



按需业务需要个性化定制产品

由于粉丝对那些通用版本不再“感冒”，而是更加青睐个性化风格的产品，体育授权商品的按需业务需要个性化定制产品，Fanatics 公司首席商务官科尔·加哈根（Cole Gahagan）在今年 5 月的美国拉斯维加斯国际授权展开幕式演讲中表示。

日益膨胀的个性化需求也加快了产品的交付速度。芝加哥小熊队（Chicago Cubs）赢得世界大赛（World Series）冠军后不到两分钟，Fanatics 便立刻将该球队夺冠有关商品发布在公司网站上进行销售。在去年 10 月份与优步（Uber）合作的一次促销活动中，Fanatics 在平均 8 分钟内便将订购商品配送到芝加哥地区的客户手中，期间总共有 40 名司机送货，车上在 8 小时的轮班中提前便装满了货物。

加哈根提到：“在当前按需经济时代，个性化变得尤为重要，因为客户和粉丝对一般产品不再感冒，而是更加青睐定制化产品，我们每天都能看到这种现象。按需经济也同样意味着产品能满足粉丝在任何时候的需

求，而不仅仅是一个赛季，而甚至是作为粉丝的整个人生阶段。”

按需商品市场规模的不断扩张是由移动设备的广泛使用所驱动的。目前 Fanatics 每年将近 20 亿美元的销售额中，有 50% 来自于移动设备客户，在 5 年之内这个比例还将达到 100%，加哈根指出。这些销售额还得益于客户数据分析，通过跟踪购买模式，电商公司能够轻松预测客户的下一次购买活动。

“您必须提前了解粉丝，您需要一些有用的数据和到位的分析来了解粉丝之前是否购买过某支球队的产品，这样如果时机合适他们有可能还会有兴趣购买，”加哈根表示，“我们不仅仅需要加快市场响应速度，保证产品供货能够随时满足客户需求，而是应该能够真正了解客户，‘我了解您的行为，我还了解您以前购买过什么，’因此我能给您推送个性化的消息。”

想要了解更多关于加哈根的演讲内容，请访问国际授权业协会（LIMA）美国官网 licensing.org。

动视暴雪 成立新的授权业务部门

蒂姆·基尔平（Tim Kilpin）于今年初加入动视暴雪公司，动视暴雪公司合并了其主管品牌的职能。经历此内部合并之后，动视暴雪公司（Activision Blizzard）现又成立了新的授权业务部门。

基尔平透露，詹妮弗·米拉贝利（Jennifer Mirabelli）最近从动视公司销售战略和市场部副总裁的职务转而负责《糖果传奇》（Candy Crush）、《星际争霸》（Starcraft）、《使命召唤》（Call of Duty）、《魔兽世界》（World of Warcraft）、《命运》（Destiny）和《守望先锋》（Overwatch）等品牌的授权产品零售工作。动视公司还将在新授权部门增加战略规划 and 财务岗位。

“这将使我们不仅能够统一管理业务，而且当我们去与零售商和合作伙伴洽谈时，还可以介绍产品组合的优势并利用这一优势，”基尔平说道。

除了游戏品牌，动视公司还将为其电子竞技业务建立单独的授权部门。基尔平还提到，动视公司于 2016 年收购了职业游戏大联盟（Major League Gaming），并计划将于今年后半年成立新守望者联盟（Overwatch League）的第一个球队，并于 2018 年正式开始比赛。守望者联盟的策略最后也将应用于其他动视 IP 资源。

动视公司将为全球守望者联盟提供一揽子授权，因此各公司将一次性获得所有球队的授权。授权可能将从服装和游戏周边开始，产品将在比赛中以及通过零售方式进行销售。

“正如联盟正在组建中一样，相关消费品的计划也在确认中。”Kilpin 表示，“我不知道究竟会怎么样演变，有哪些产品类别以及外形是怎样的。但我们会参照其他体育联赛的结构。”



国家地理 拟定积极扩张授权业务的新计划

国家地理 (National Geographic) 计划到 2022 年实现授权业务年收入从目前的 1-2 亿美元增加至 10 亿美元, 同时被授权商数量从近 60 家扩大到 1500-2000 家, 国家地理罗莎·席格斯 (Rosa Zeegers) 表示。

国家地理目标是制定一项全新的授权计划, 除了授权产品的开发, 还将开设体验中心和零售店等线下实体店。这项计划将由国家地理与 21 世纪福克斯公司在 2015 年合作创办的媒体公司——国家地理合股企业 (National Geographic Partners, 以下简称 NGP) 落实执行。该公司由 21 世纪福克斯斥资 7.25 亿美元购得 73% 的股份, 而原本的老东家、非盈利性质的国家地理学会 (National Geographic Society) 则控制剩余 27% 的股份, 所得收入用作该组织经费。NGP 主要负责管理国家地理旗下所有的媒介业务, 包括国家地理电视频道、纸质杂志、社交平台、旅游、娱乐、版权和电子商务等。

新授权计划开始实行的重点会放在国家地理学会的主打图片库的授权, 目标是使新战略计划中的首批授权产品能在 2018 年打入零售市场。国家地理通过利用这些图片集将为《国家地理》杂志推出一个新的设计指南, 并将于本周出示给潜在的被授权商。

国家地理还将为国家地理频道播出的许多原创电视剧开发授权项目, 包括《火星时代》(Mars) 和由朗·霍华德 (Ron Howard) 执导的在 4 月 25 日推出的首部剧情影集《世纪天才》(Genius)。原创节目样本将在 2018 年美国拉斯维加斯国际授权展上发布, 相关产品将于次年推出, 席格斯提到。席格斯于去年 12 月份从美泰公司离职, 随后加入国家地理学会。

“在授权业务还在属于国家地理学会管理的时候, 有许多被授权商主动找上门期望能拿到其相关授权, 并且他们当中大多数都获得了批准。”席格斯在提到该组织的非营利性性质时说道, “被授权商有点太多了, 我们现在正着手清理。”

新计划的另一个重点是基于地理位置的娱乐体验项目的授权。国家地理将与 IP2 Entertainment 公司合作开设“终极探索家庭娱乐中心” (Ultimate Explorer Family Entertainment Centers) 项目, 第一个此类体验中心预计将于今年 8 月份在中国沈阳市成立, 席格斯表示。IP2 计划在 2018 年底之前, 在全球开设 9 家“终极探索家庭娱乐中心”, 其中在美国成立 2 家, 在拉丁美洲成立 1 至 2 家, 席格斯补充道。此外, 国家地理还将着力于扩大其零售网络, 目前大部分零售店位于韩国, 并与 Nature Co. 公司达成合作, 由该公司负责设计和提供产品。

Nature Co. 公司计划将商店数量增加一倍, 到 2019 年春季将会达到 40 家左右, 席格斯称。美国和欧洲的国家地理商店已经关闭, 国家地理将在这些地区寻找新的被授权商, 席格斯继续说道。作为两年协议的一部分, 被授权商 SPE 公司将于今年秋季在纽约的时报广场建造一个面积为 60000 平方英尺 (约 5574 平方米) 的“邂逅海洋奥德赛体验馆” (Encounter Ocean Odyssey experience)。

国家地理还计划扩展户外和体育设备、服饰、电子产品和鞋类产品授权范围。最近与威富集团旗下 Eagle Creek 公司签署了行李箱和背包的产品合作协议, 首批产品将于 2018 年秋季推出。德国鞋类供应商达士坦 (Dachstein) 获得了国家地理在欧洲地区的授权将开发登山鞋系列产品, 席格斯说。达士坦将在 2018 年发布 1-2 个单品系列, 并于次年推出更多系列的产品。这两种产品的推出标志着国家地理的授权已跨入新的行业类别。

“我希望在产品风格指南中不仅有漂亮的照片, 还能提供一些实用功能的产品,” 席格斯表示。



LONDON BRAND LICENSING EUROPE 2017

10-12 OCTOBER 2017
OLYMPIA LONDON



Do you know which brands
will be trending in 2018?

COME AND FIND OUT!

Discover 2,500+ new & innovative brands and secure new deals at
the only event dedicated to licensing & brand extension in Europe

Sponsored by



Register now www.brandlicensing.eu

Organised by





助力开拓极具潜力的 中国授权市场

EXPLORE THE HUGE POTENTIAL OF CHINA'S LICENSING MARKET

**CHINA LICENSING
EXPO™ 2018**

LEC 全球授权展·中国站

**2018年7月25-27日
国家会展中心（上海）**



预定2018年全球授权展·中国站展位
请至订展中心

Please go to Sales Office to book your booth for LEC 2018.
Tel:13580512286

www.licensingexpochina.com