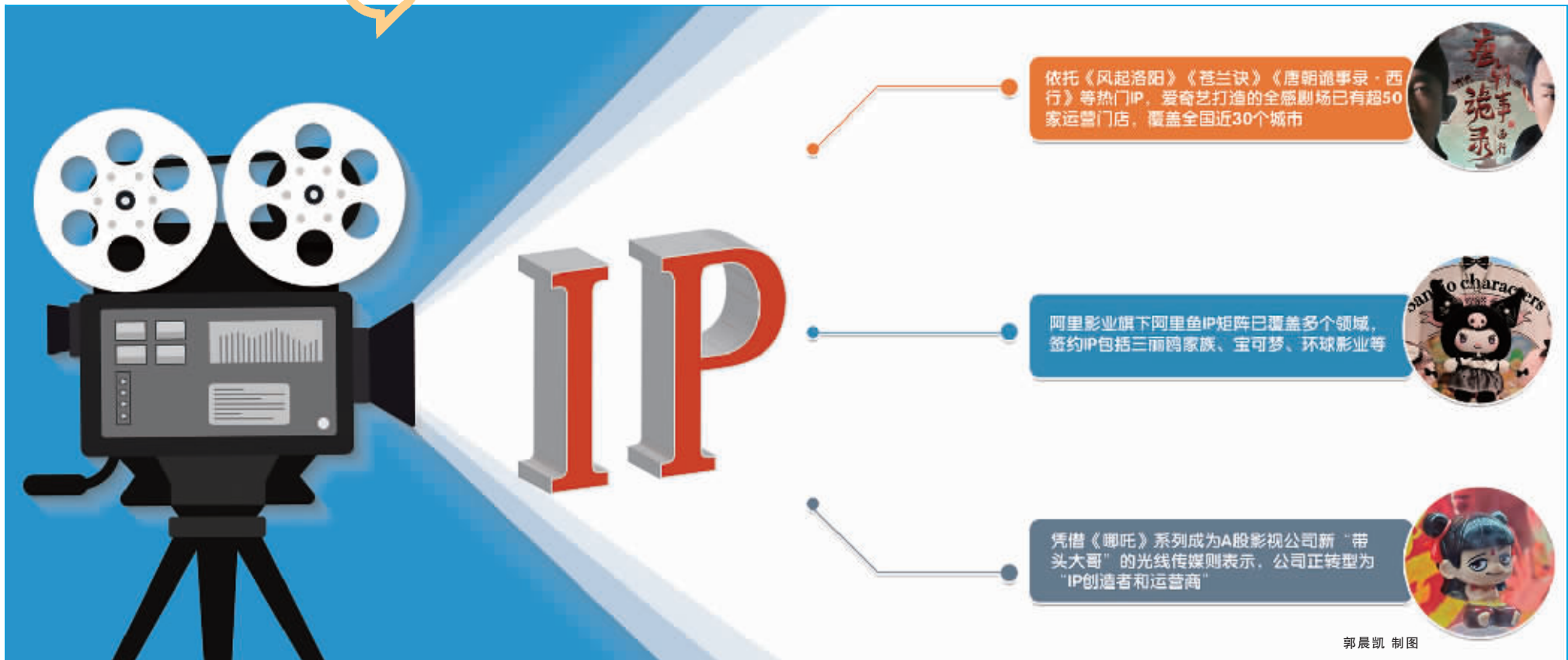




锚定IP+AI 影视大厂升级内容生态

◎记者 翔翔非

5月21日晚间,在美股上市的爱奇艺发布截至2025年3月31日未经审计的第一季度财报。报告期内,爱奇艺总收入为71.9亿元人民币,环比增长9%。爱奇艺创始人、首席执行官龚宇在财报电话会上表示:“‘好内容横竖都看爱奇艺’正在占领用户心智,为未来的商业化创造了机会。这些进展坚定了我们基于市场和用户需求变化,推进商业模式和内容生态进一步升级的信心。”

龚宇的商业化观点代表了近年来影视行业的新变化之一。上海证券报记者盘点发现,近年来,无论是平台公司还是内容公司,都不再把视线局限于内容产出本身。大量影视公司正在通过扩大IP衍生业务、与AI相结合等方式,把路走得更宽广。

强化IP衍生业务布局

看到IP衍生业务增长潜力的众多中国公司也早已布局。近年来,上海电影在IP业务上的布局成为A股影视公司亮点之一。上海电影2024年年报显示,公司IP授权业务收入同比增加62.74%。作为上影IP开发的市场经营主体,上影元围绕IP全产业链开发运营,IP授权联名合作已覆盖14大细分领域、9大行业,自营衍生品“上影元品”累计开品近600款。据悉,公司与恺英网络合作的黑猫警长原生手游正在开发中。

依托《风起洛阳》《苍兰诀》《唐朝诡事录·西行》等热门IP,爱奇艺打造的全感剧场场已有超50家运营门店,覆盖全国近30个城市。记者了解到,首个爱奇艺乐园将于今年在扬州开业,落户开封的第二个乐园也在同步筹备中。

阅文集团财报则显示,公司衍生品业务在2024年实现快速增长,全年GMV(商品交易总额)突破5亿元,其中卡牌GMV突破2亿元。值得一提的是,2024年,阅文集团完成了对腾讯动漫的资产收购,双方在内容、产能及IP全产业链开发上的优势持续深度融合。

阿里影业最新发布的财报显示,在IP衍生业务板块,阿里鱼连年保持强劲增长态势。报告期内,阿里鱼授权IP商品零售额同比大幅增长,带动阿里鱼收入同比增幅逾90%。目前,阿里鱼IP矩阵已覆盖多个领域,签约IP包括三丽鸥家族、宝可梦、环球影业等。记者了解到,未来阿里鱼将继续加大以电商为主的渠道建设,并孵化C端品牌。

近日,万达电影投资潮玩品牌

52TOYS引发市场热议。公司称,将与52TOYS在IP玩具产品的开发、售卖、市场营销等相关领域展开战略合作。“公司将搭建覆盖IP全生命周期的产业链协同平台,实现IP资产的全链路增值体系。”万达电影董事长陈曦表示。

凭借《哪吒》系列成为A股影视公司新“带头大哥”的光线传媒则表示,公司正转型为“IP创造者和运营商”,谷子、游戏、卡牌、品牌店、主题乐园等均已纳入其IP运营的战略规划之内。今年第一季度,IP运营业务已为光线传媒贡献数亿元收入,公司对该业务的基本目标是在初期每年贡献上亿或数亿元的利润。

AI将打开全新增长空间

如何让好内容创造出更大的价值,众多影视大厂进行了诸多前沿探索。除了IP,与AI等科技相结合也是影视公司降本增效的重要途径。

同样在5月21日,阿里大文娱宣布更名为虎鲸文娱集团(简称“虎鲸文娱”),旗下阿里影业拟更名为大麦娱乐。“AI时代要求我们必须更坚定地自我迭代和升级。”虎鲸文娱称,未来将坚定“内容+科技”双轮驱动战略,为用户提供线上、线下全场景娱乐体验,提供全链路服务。

同日全新发布的大麦客户端即为其中代表。据悉,该客户端采用AI驱动,支持多意图识别、毫秒级响应,让用户信息检索更快、更准;AI智能推荐官基于AI大模型识别用户偏好,精准为用户推荐想看内容;同时支持AI咨询,可多维度满足用户个性化服务诉求。

“新大麦将用最好的购票服务体验、最优质的内容搜索分发能力,链接最大的现实娱乐消费群体。”大麦娱乐总裁李捷表示。

2025年第一季度,爱奇艺总收入和运营利润实现环比双增长。公司表示,技术创新是爱奇艺持续提供高品质内容和不断优化用户体验的关键。通过AI赋能,爱奇艺创新产品功能,为用户体验持续加分。本季度推出创新功能“跳看”,用户只需上下滑动屏幕,即可轻松跳转至精彩剧情点,这些精彩剧情点由AI结合视频内容和用户的个性化观看行为自动生成。

在业内人士看来,AI与IP的深度融合将持续推动内容产业向更高维度创新和全球化迈进。尽管存在内容竞争加剧、市场环境复杂多变等短期挑战,但是影视行业多家公司正在积极求变,期待在新一轮产业升级浪潮中率先获益。

科技赋能 IP破圈 文化出海 文博会上透露文化产业新动向

◎记者 杨子晏 徐潇潇

5月22日,第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(以下简称“文博会”)启幕。本届文博会为期5天,共组织6280家政府组团、文化机构和企业线上线下参展,比上届增加224家,展出文化产品超12万件,并有4000多个文化产业投融资项目现场展示与交易。

作为“中国文化产业第一展”,本届文博会既有华为、腾讯、泡泡玛特等“老朋友”参加,也有数字华夏、深度求索、宇树科技等“新势力”首次亮相。上海证券报记者在本次文博会上感受到了一场以科技、IP为特点的文化产业新浪潮。

科技赋能——从内容生产到创新表达

漫步展区,记者看到AI技术正深度参与与内容生产。腾讯带来了腾讯元宝、ima和腾讯混元大模型等三大产品工具,可进行文本生成、剧本创作、海报绘制等内容生产制作。现场讲解员姜思琪在电子平板上随意划动几笔,再选择特定风格,大模型在1分钟内便可生成一张由用户和AI共创的“毕加索”风格的数字图画。

“AI赋能内容生产,不仅为内容创作者提供便利,也让更多普通人有机会成为内容创作者。”姜思琪说。

头戴VR眼镜,站立于面积不足30平方米的展位上,记者“瞬移”进入了崭新的VR世界,开启了一场“可游、可触、可创”的永乐宫游玩之旅。在这个VR世界中,记者不仅可以看到三清殿的琉璃正脊、纯阳殿的青绿山水画卷,还可以追随着吕洞宾的脚步,穿梭于庐山放生、遇仙于桥的传说场景,感受“人在画中行,景随步履生”的诗意境界。

除了VR技术,大空间定位也是让人身临其境的核心技术。凡拓数创展区的VR大空间项目负责人曾雄飞介绍:“相较传统VR眼镜的静态体验,大空间定位技术能覆盖1000平方米的物理面积,当体验者戴上装置便仿佛进入了一个‘无界’空间。”

IP破圈——从爆款到长红的商业密码

从《黑神话:悟空》全球刷屏到《熊出没》海外票房破纪录,再到“奶龙”“黄逗

菌”等原创IP走红,文博会已成为“爆款”汇集地。记者探访发现,IP产业的“出圈”逻辑正从单一衍生品销售转向“内容+产业+技术”的生态竞争,而情绪价值、内容生态、技术交互是三大核心法则。

“当代年轻人需要的不仅是玩具,而是能治愈生活的‘搭子’。”POP SUNDAY的IP商务负责人黄诗华指着展台上的“摇钱树”系列IP说道。以职场文化为灵感,除了“摇钱树”,公司还设计出了“钱袋子抱枕”“小心老腰警示牌”等形象,精准戳中“打工人的”共鸣点。

“内容+产业”生态构建是长效生命线。“国内每年新增动漫IP超2000个。”深圳天天成长影视有限公司总经理胡旭说,“IP不能靠‘颜值’速成,还是要以强化内容基础为创作导向,才能打破‘短命IP’的魔咒。”

文化出海——从产品输出到生态打造

阅文集团的26部网文作品入藏大英图书馆,《庆余年》登陆了27个国家或地区的新媒体平台和电视台,《黑神话:悟空》一经问世便畅销全球……在文博会上,记者随处可感受到文化出海“新三样”的魅力。

“当前,国内已建立成熟的网文IP生态链。网络文学作为重要的内容源头,带动了有声、动漫、影视、游戏、衍生品等下游产业的发展。在此背景下,网文出海也从内容出海、模式出海进入‘全球共创IP’的新阶段。”阅文集团公共事务副总裁王晨表示,网文出海已不单只局限于输出单个“爆款”作品,也开始注重IP的产业链出海与国际共创。

“本地化”打法是文化出海“新三样”能够在海外获得成功的关键之一。在三互娱媒介公关经理陈子安看来,游戏出海便经历了从简单地将国内成熟游戏译制为海外版本,到根据海外客户的需求“量身定制”的转变。“例如北美的用户偏好‘末日’主题,针对此我们专门打造了一款手游《Puzzles & Survival》,这款游戏自上线至今流水已破百亿元,在海外‘霸榜’。”

“我们正从‘卖产品’转向‘建生态’,让中国文化出海从浪潮升级为‘洋生’。”深圳市酷奇文化联合创始人曹蕊说。

探寻新动力 传递新气象 河南辖区上市公司与投资者网上交流

◎记者 王乔琪

5月22日,河南辖区上市公司2025年投资者网上集体接待日活动在郑州举行。洛阳钼业、中航光电、多氟多、汉威科技等73家河南辖区上市公司踊跃参与。市值管理、业绩增长点、并购计划、经营战略等成为投资者关注的焦点,河南辖区上市公司高管耐心答疑解惑,积极传递公司高质量发展新气象。

探寻业绩增长新动力

业绩作为公司的核心指标,直接反映了企业的经营成果和财务健康状况。业绩增长点、新项目进度、并购计划等,成为投资者普遍关心的话题。

洛阳钼业董秘徐辉介绍,在探矿增储方面,公司着力加强各矿山地质勘探规划和资源升级、转储工作,TFM和KFM深部勘探工作取得阶段性成果,积极筹备新一轮扩产改造项目。TFM围绕主要矿段开展了补充钻探及深边部钻探找矿工作,KFM铜钴矿主要开展深部硫化矿补充勘探及外围地质勘探,均取得了预期成果。2025年公司铜产量指引为60万吨至66万吨。

汉威科技是国内传感器龙头,公司控股子公司能斯达主要专注于柔性微纳传感技术的研发和产业化,其自主研发的多模态柔性电子皮肤是人形机器人最重要的传感元件之一。汉威科技董秘肖锋介绍,能斯达目前年产千万只柔性传感器产线产能已经饱和,今年新扩建产线已开工建设,预计下半年投入使用,届时柔性传感器产能将大幅提升。

“随着国家政策支持以及行业自身发展,国内血液制品行业整合是大势所趋。”华兰生物证券事务代表姜源成表示,近年来,国内部分血液制品公司通过兼并、收购的方式,使我国血液制品行业集中度得到大幅提升。华兰生物一直参与行业的并购重组谈判,后续若有合适的标的公司还将积极参与。

多氟多是国内六氟磷酸锂行业龙头企业,近年来,公司通过多元化业务布局、技术创新、成本控制等方式提升竞争力。公司董秘彭超认为,六氟磷酸锂价格逐步告别暴涨暴跌,进入平稳发展的新阶段。2025年,随着公司不同板块的核心产品价格触底反弹,以及电池板块的大圆柱等爆款产品的销量提升,公司业绩有望稳步提升。

详解市值管理新规划

市值管理作为近期热点话题,在本场活动上被广大投资者频频提及。河南多家上市公司高管也诚恳作答,详细介绍了公司在市值管理方面所作的努力。

中原环保主要从事城市污水处理和城市集中供热,公司董事、总经理谭云飞介绍,公司高度重视市值管理工作,依法依规、多措并举推进市值管理工作,持续聚焦主业,坚持创新发展,切实提升投资者回报水平,促进公司高质量发展。对于公司近两年应收账款回款压力增大,谭云飞表示,对外,公司将用好国家相关支持政策,加强与付费主体积极沟通;对内,公司将压实责任,积极探索应收账款清收解决方案,加强应收账款回款力度,切实维护投资者利益。

“公司制定了市值管理制度,通过现场接待、外出路演、线上交流等多种方式与资本市场保持良好沟通。”明泰铝业董秘雷鹏翔,下一步,公司将聚焦高端智造及低效循环,不断提升低空经济、新能源电池、机器人等新兴领域产品占比,夯实再生铝保级应用龙头地位,构建绿色低碳循环经济,积极传递公司价值,促进股价早日回归合理估值。

中航光电证券事务代表赵丹介绍,公司高度重视市值管理,近年来已连续实施了股权激励、高管股份增持、股份回购等一系列市值管理举措,2024年度拟现金分红金额达16.95亿元,分红比例达50.52%,再度刷新历史纪录。后续公司将一手抓公允价值创造基础,聚焦主业,做优基本盘,提升上市公司内在价值;一手抓促进市场价值实现,重视市场反馈,合理引导预期,传递公司价值,增进各方认同。

天马新材董秘胡晓晖介绍,基于对公司未来发展的坚定信心,公司控股股东、实际控制人及其一致行动人、董事、监事及高管人员自上市以来,从未减持其持有的公司股份,公司控股股东、实际控制人此前还进行了增持。未来,公司将进一步专注主业,提高公司治理能力,通过积极释放产能、开拓市场、提升业绩以及加强与投资者的交流等综合措施来维护公司市值。



◎记者 张雪

5月21日,比利时生物技术公司Orionis Biosciences宣布与罗氏集团成员基因泰克(Genentech)达成第二次多年合作,共同开发针对肿瘤领域新颖且具有挑战性靶点的小分子单价分子胶药物,合作金额拟超20亿美元。这笔交易,让分子胶再次站到了全球的聚光灯下。

凭借独特的作用机制和广阔的应用前景,分子胶成为跨国药企巨头必争的下一个“金矿”,而国内包括诺诚健华、恒瑞医药、正大天晴、华东医药等药企也入局这一赛道。分子胶赛道为何爆发?中国药企正迎来怎样的新机会?

分子胶赛道全球竞速升温

根据Orionis与基因泰克的合作协议,Orionis将获得1.05亿美元预付款,并有资格获得超20亿美元的里程碑付款及销售分成。这是继2023年双方首次合作后,罗氏在分子胶领域的又一次重磅投入,合作总额累计突破40亿美元。

据介绍,Orionis的Allo-Glue平台整合了人工智能(AI)、高通量机器人自动化及化学生物学技术,可系统性分析数亿个细胞内蛋白

质相互作用事件,加速分子胶的发现与优化。罗氏业务发展负责人表示,分子胶为攻克传统“不可成药”靶点提供了革命性路径,尤其在肿瘤领域潜力巨大。

除了与Orionis的合作外,罗氏还在2023年10月与分子胶明星公司Monte Rosa Therapeutics达成了战略合作,借助后者的QuEEN平台,共同开发针对癌症和神经系统疾病不可成药靶点的分子胶降解剂。Monte Rosa将获得5000万美元首付款,里程碑付款同样可能超20亿美元。

罗氏在分子胶赛道的加码,仅是跨国药企(MNC)竞速分子胶赛道的缩影。

除罗氏外,诺华也在与Orionis合作开发分子胶项目。

今年1月,艾伯维宣布以超16亿美元与Neomorph达成合作,就肿瘤和免疫学的多个靶点开发新型分子胶蛋白降解剂。2024年10月,Neomorph曾与渤健达成潜在总额14.5亿美元的合作,共同开发用于治疗阿尔茨海默病、罕见病和免疫相关疾病的分子胶降解剂。同年2月,Neomorph还曾与诺和诺德达成潜在交易总额超14亿美元的合作,开发用于心脏代谢和罕见疾病的新型分子胶降解剂。

近两年,制药巨头充分展露了布局分子胶的热情。2023年以来,礼来、诺华、渤健、辉瑞、艾伯维、武田、卫材、诺和诺德等巨头均参与其中,纷纷签署每项合作总额超过10亿美元的分

本土创新力量加速突围

分子胶技术作为靶向蛋白降解(TPD)领域的创新疗法,已成为全球生物医药领域的研究热点。赛道的爆发离不开分子胶独特的机制和治疗优势。

记者采访了解到,通俗地讲,传统药物更类似于“锁钥模型”——找到靶点蛋白的活性位点,像钥匙开锁那样精准配对并发挥阻断功能。而分子胶药物,则像“蛋白质红娘”一样,可以将两个原本“不熟”的蛋白强行“撮合”到一起,改变它们的互动方式,激活或抑制关键信号通路。因此,它也被称为“药物界的乐高”——诱导两种通常不相互作用的蛋白质之间的相互作用,克服不可成药难题。

据行业人士介绍,除了分子胶的天然优势,它设计难度大、技术壁垒高,从源头上限制了竞争者的数量,对于掌握分子胶核心技术的药企而言,意味着可以在相对较长的时间内保

持竞争优势,独享市场红利,因此也引得众巨头纷纷重金押注。

当跨国巨头跑马圈地时,中国药企正以“自主研发+AI赋能”双轮驱动实现技术突围。

据不完全统计,国内包括诺诚健华、恒瑞医药、正大天晴、华东医药、康龙化成、分迪药业、康朴生物等上市巨头和新锐Biotech纷纷在布局分子胶新药业务。

例如,诺诚健华基于公司的分子胶平台研发的高效选择性IKZF1/3降解剂ICP-490,正在开展单一疗法或与其他疗法联用治疗多发性骨髓瘤(MM)、非霍奇金淋巴瘤(NHL)等血液肿瘤的临床试验。

恒瑞医药的HRS-3738(靶点CRBN-E3连接酶),正在开展单药/联合(含地塞米松方案)治疗MM和NHL的I期临床试验。

康朴生物KPG-818胶囊用于治疗复发或难治多发性骨髓瘤的临床试验也在国内获批,该药物在美国开展的治疗多种血液肿瘤的I期临床试验已经结束。

此外,AI技术也成为本土企业差异化竞争的关键点之一。达歌生物的GlueXplorer平台已积累超一千万种分子胶化合物数据,药明康德的分子胶DEL库则为全球药企提供筛选服务。