

IP当道,特展来袭

花钱看展的事,杭州人愿意买单吗?

文 记者 厉玮
摄 记者 法鑫

上周末,“LINE FRIENDS 丘可之家全球巡展”成了最热门的话题。从微信朋友圈到各家城市自媒体头条,都被憨态可掬的布朗熊和它的朋友们给“占领”了。

昨天下午,记者来到in77的展览现场一探究竟。没想到,在这样一个工作日的非黄金时段,想要进入主展区起码得排上一个小时的长队。“第一次来是开展的第一个周末,竟然排了两个小时才进场,队伍里还有一两个直接拖着行李箱来的姑娘。”前来“二刷”的李女士告诉记者。

在杭州人的传统观念里,展览一般是免费的,而眼下在杭州,像LINE FRIENDS这样的收费特展越来越多,而且成为各大商业综合体引流增人气的一大利器。

那么,这些特展的魅力到底在哪里?为什么能吸引这么多人来拍照和消费,甚至不惜排队数小时只为照相五分钟呢?



杭州人最爱看什么特展?

除了亲子类,热门大IP也是市场主力军

什么是商业特展?花钱特别多?观众特别多?阵仗特别大? C&C文创创始人陶洁介绍,这样的描述易于理解,但显然不够严谨。“在我看来,最具代表性的案例就是2014年上海K11的‘印象派大师·莫奈特展’。观展人数达到40万人次,在门票和衍生品上的营收接近3000万元,而且特展期间K11商场的日常营业额增长了20%,取得了商业特展的现象级成功。”

前年的“不朽的梵高”感映艺术大展、去年的“国家地理经典影像盛宴”以及今年的“超越魔方互动大展”,背后的策展团队都是陶洁和她

的C&C文创。这次的“同道大叔潮爆星座嘉年华”,则出自C&C旗下的其味艺术公社。这些特展的票价,有高低,从50元-100元不等。

从内容上来看,如今的商业特展都集中在文创领域,包括东西方艺术、卡通动漫、设计、时尚生活等。“目前商业综合体的主流特展大致分为三类,科技类、艺术(插画)类、IP类。以杭州市场来看,亲子类特展最受家庭群体的欢迎,话题性强的IP类主题展则最受年轻人的欢迎,比如同道大叔、LINE FRIENDS、皮卡丘这类。尤其是动

漫卡通类的展览,因与商业综合体之间具有某种天然的适应性而成为了一种典型的合作方式。”陶洁说。

像城西银泰城刚刚结束的“精灵宝可梦嘉年华”,就是一个典型的动漫卡通类IP主题展。据城西银泰城企划部负责人介绍,这是日方授权的正版皮卡丘第一次来到中国。“本以为会是一个亲子园游会,没想到演变成了一场全民狂欢,男女通吃,老少咸宜。”她表示,每一场皮卡丘见面会都人山人海,“我发现,有好几个穿着皮卡丘T恤的男青年,几乎每场见面会都来。”

特展为什么选商业综合体?

除了相互引流,还能带动衍生品销售

那么,为什么杭州的商业特展都会选在市中心的商业综合体里呢?独立策展人李楠表示,眼下对特展的场地要求,首先必须是CBD,其次面积不能低于5万平方米,最后周末客流不低于4.5万人次,目前杭州符合要求的只有商场。陶洁也认为,现在杭州最适合办特展的场所还是商场,交通便利,人流量大。

一场成功的商业特展,能迅速为购物中心带来大量的人流。目前在C&C策划的特展中,以口碑和收益来看,市场效应最好的一场是去年的“国家地理经典影像盛宴”。陶洁介绍,当时的星光大道二期开业不久,位置较偏。而国家地理两个月的展期,观展人数达到近6万人次,给星光大道商场带来了10多万的客流。展期一个半月的“精灵宝可梦嘉年华”,则为城西银泰城带来了10%-15%的客流增量,销售额较去年同期也上涨了20%。

区别于拍卖和艺博会,特展是以冠名、赞助、门票和衍生品为主要盈利模式的。据记者了解,当下最受欢迎的IP类主

题展主要有两种模式,一种就是典型的商业特展,售卖门票,侧重于展览内容和现场体验感。另一种则是不设门槛,不卖门票,单纯展示,侧重于衍生品销售。不论是哪一种模式,衍生品的销售潜能都不可小觑。LINE FRIENDS之所以被称为“亚洲第一抢钱天团”,与其惊人的衍生品销售休戚相关。李女士表示,在杭州看了这么多展览,第一次碰到连买衍生品都要排队的。去年上海大悦城的“LINE FRIENDS丘可驾到全球首展”,光是快闪店的衍生品销售就超过了1000万元。

陶洁介绍,到目前为止,“同道大叔潮爆星座嘉年华”的衍生品销售占到了整体营收的60%,超过了门票销售。“精灵宝可梦嘉年华”也是如此,原计划要用七天的礼品储备开展第一天就告急。与此同时,在天猫上推出的正版精灵宝可梦授权店,上线3天成交额就将近2000万元。看来对于商业特展而言,以内容来吸引粉丝只是开始,不断开发IP衍生品才是经营并维系粉丝的长久之计。

【记者手记】

从某种层面来看,商业特展的日益火爆正是消费升级的结果。如今,人们精神消费与体验所占的比重越来越大,大家越来越注重消费时的环境、氛围以及心情感受。购物、觅食或娱乐的同时,又能来一次轻松愉悦的精神享受,何乐而不为。

不过总体而言,杭州特展市场目前还处于引导、培育和激发的阶段。在人潮涌动的背后,一次策展入不敷出也不在少数,质量上也是良莠不齐。

一座城市的艺术氛围是无形的财富。可以预见的是,未来任何展览都不会是“养在深闺”里的。而艺术生活化最好的例证就是,不论在商业综合体,还是在建材市场,杭州人都可以看到一场趣趣横生的特展。

财说

从沙县小吃的转型升级说起

阮妍妍

遍布街头巷尾的沙县小吃,对国人来说太亲切、太接地气了,有人甚至调侃其是检验一个楼盘周边配套是否成熟的最低标准。最近,当“沙县小吃”转型升级,摇身大变成“沙县轻食”后,不少网友大呼意外,原来接地气如“沙县”都能玩出新花样。

虽然,“如一缕清风拂面”的“沙县轻食”是沙县小吃的全线升级还是子品牌目前尚不知晓,但是,身处一个创新时代,“新沙县”的出现似乎是水到渠成的事情,毕竟如今的“小吃江湖”早已不是原来的那个江湖。

据美团发布的《餐饮白皮书》显示,80后、90后是餐饮消费的主力军,而他们的消费模式从购买半径局限于传统的物理空间,到轻触手机就能送货到家;从看重产品的价格,转变为对品质、环境、服务的追求。而本次“沙县”的转型升级无疑抓住了这些消费痛点。装修走的是日式小清新路线,菜品除保留部分沙县的招牌产品外,沙拉、例汤的搭配,让一众食客管饱的同时又满足了对“颜值”的需求。另外,团购模式的推出也聚集了人气,打响了品牌,使“沙县轻食”一经推出迅速成为“网红店”。

在消费升级大潮中,传统的餐饮店只有顺应潮流,主动推进自身“供给侧改革”,才有不被后来者替代的可能性。而“供给侧改革”的核心,在于减少

无效、低端的供给,增加有效、中高端的供给,所以“沙县轻食”今后还需不断地创新和尝试;那些和当下健康理念不符的菜品是否可以淘汰了;当顾客不那么在意价格时,如何通过提高“微笑曲线”的两端,即创新和服务来提高产品的溢价等。

做百年老店,殊为不易,“沙县”走出这一步或许会给更多的“国民小吃”带来勇气和启发。

兴业银行杭州分行

深耕绿色金融

本报讯(通讯员 许诺 记者 凌怡)近日,兴业银行与浙江省政府签署战略合作协议,承诺未来五年内为浙江省提供各类绿色融资1000亿元,支持浙江省绿色金融改革创新试验区和“两美浙江”建设。

据悉,兴业银行杭州分行作为中国首家践行“赤道银行”的省级分行,近几年投入了千亿元规模支持“两美浙江”建设,全面介入“五水共治”“美丽乡村”等重点环境工程。截至2017年5月末,该行绿色金融余额超过574.2亿元,成为兴业银行系统内绿色金融规模首批超500亿的分行之

“创新驱动 活力之城”系列报道

互联网+知识产权,为杭州科技创新保驾护航

记者 吴静

为加强知识产权保护,提高企业产权保护意识,进一步促进经济发展,《关于深化改革 加强科技创新 加快创新活力之城建设的若干意见》(市委[2016]16号文)提出若干意见,要求从行政、司法、协同机制等多方面进一步加大对知识产权保护力度。

政策条款

加大知识产权行政、司法保护力度,健全中国(杭州)知识产权维权援助中心工作机制、知识产权侵权查处快速反应机制和政企协同机制,提升电子商务知识产权服务水平。将知识产权侵权行为信息纳入社会信用体系。争取设立杭州知识产权法院,开展知识产权民事、刑事、行政案件“三合一”审判试点。争取设立杭州互联网法院,探索互联网领域司法新机制。

适用对象

该条款的适用对象为在杭州企、事业单位。

政策核心点

一是健全中国(杭州)知识产权维权援助中心工作机制、知识产权侵权查处快速反应机制和政企协同机制,提升电子商务知识产权服务水平。二是争取设立杭州知识产权法院,开展知识产权民事、刑事、行政案件“三合一”审判试点。三是设立杭州互联网法院,探索互联网领域知识产权保护司法新机制。

保护措施与成效

2016年,市知识产权局联合工商、版权及区、县(市)知识产权局在建德大润发超市、富阳晋安家电、淳安联华超市、桐庐分水制笔园区开展4次知识产权执法检查,现场检查商品千余件。截至去年底,专利案件立案1218件,其中假冒专利172件、侵权纠纷1046件,结案率达99%。

2016年,杭州市知识产权局组织开展知识产权执法维权“护航”专项行动,出台了《2016杭州市知识产权执法维权“护航”专项行动方案》,并联合工商、版权及区、县(市)知识产权局,开展了以“2016—云剑行动”为主题专利行政执法检查专项行动。此外,还进行了2016年杭州国际动漫节产业博览会、杭州文化创意产业博览会等展会专利行政执法。

全市公安共立案侦查各类假冒伪劣犯罪以及知识产权类案件59起,破案42起,

移送起诉40起,抓获嫌疑人67人。全市检察机关共批准逮捕涉嫌侵犯知识产权犯罪案件4件5人;起诉39件59人,审查起诉的案件中假冒注册商标罪7件9人,销售假冒注册商标罪31件47人,非法制造、销售非法制造的注册商标罪1件3人;全市法院共判决生效知识产权刑事案件34件38人,其中假冒注册商标罪3件4人,销售假冒注册商标罪29件42人,非法制造、销售非法制造的注册商标罪1件1人。

杭州中院审理的“3M”商标权纠纷案,荣获中国外商投资企业协会优质品牌保护委员会评选的(2015—2016年度)知识产权保护十佳案例,被评为2015年浙江法院十大知识产权保护案件以及2015年中国法院50件典型知识产权案例;“大头儿子”著作权纠纷案,被评为第三届全国青年法官优秀案例。

如果你所在的深化众创空间、呈创天地、科技企业孵化器想要申请相应的专项资助,想要进一步了解申请条件、流程、标准等方面的更详尽信息,可致电杭州市科委(87060951)咨询。欲浏览市委[2016]16号文全文,可扫描文中二维码。



福彩3D

第2017177期 销售总额40251648元 中奖号码: [9 7 5]		
奖等	浙江中奖注数	每注金额(固定)
单选	695	1040元
组选3	0	346元
组选6	1919	173元

浙江销售总额2617660元,返奖额1059511元。

福彩“15选5”

第2017177期 投注总额529436元		
中奖号码(无需排序) [07 08 10 11 13]		
奖级	中奖条件	中奖注数
特等奖	中5连4	0
一等奖	5个号全中	55
二等奖	中任意4个号	4645

奖池累计33.222万元滚入下期。

福彩“6+1”

第2017076期 投注总额631490元		
基本号 [4 5 8 5 7 8] 生肖码 [虎]		
奖等	中奖条件	中奖注数
一等奖	基本号和生肖码全部按位相符	0
二等奖	6位基本号按位相符	0
三等奖	5位(含基本号和生肖码)按位相符	2
四等奖	5位(含基本号和生肖码)按位相符	47
五等奖	4位(含基本号和生肖码)按位相符	615
六等奖	3位(含基本号和生肖码)按位相符,或1位基本号按位相符且生肖码也相符	15777

未中出奖金6061.3188万元滚入下期一等奖。

福彩七乐彩

第2017076期 总销量:6027594元		
中奖号码:基本号(●) [07 11 19 20 26 27 29] 特别号(★) [08]		
奖等	中奖条件	中奖注数
一等奖	●●●●●●●	2注
二等奖	●●●●●●★	11注
三等奖	●●●●●●	235注
四等奖	●●●●●★	681注
五等奖	●●●●●	8127注
六等奖	●●●●★	12410注
七等奖	●●●●	78313注

本信息若有误以公证数据为准 2017年7月3日