

打造现象级IP
甬企瞄准这个万亿级赛道

2025资本市场十大热词

· IP经济

2025年是属于中国IP经济的“高光之年”。

当LABUBU跻身纽约曼哈顿花车大游行,与米老鼠、超级马里奥等同台;由光线传媒主投主控的电影《哪吒之魔童闹海》斩获154亿元票房,打破国内纪录的同时,还进入全球影史前五名;LVMH集团高管走进老铺黄金的门店,细细观赏中国古法黄金技艺的更迭创新……中国IP正逐步成为“全球符号”,在世界舞台上“闪耀”。

资本市场上,在头部玩家的带领下,IP潮玩、谷子经济、黄金饰品等概念“黑马”频出——泡泡玛特、老铺黄金涨幅均突破100%;实丰文化、创源股份等股价创下历史新高;周六福登陆港交所,卡游、TOP TOY等先后向港交所递表;寶蘭(宝兰)、琳朝珠宝、君佩等黄金品牌先后获亿元级融资。

1 进入场景化落地新阶段

宁波上市公司创源股份受益于IP经济,2025年股价涨幅为72.78%,最大涨幅达242.82%。

去年8月,创源股份旗下子公司浙江源脉文化科技有限公司正式发布先锋潮玩品牌“TT”,并同步全球首发“TT× 我是不白吃”联名系列。这一战略动作,标志着创源股份“超级IP文创”进入场景化落地新阶段,不仅打通了直连终端消费者的关键路径,更为公司开辟了全新的营收增长通道。据了解,“我是不白吃”是国内动画领域的现象级IP,全网粉丝量超7200万,动画作品年播放量超过200亿。

此外,创源股份与知乎、敦煌博物馆等知名IP合作,持续拓展IP产品的规划,计划引入更多适合的IP,积极开拓国内市场,实现国内市场份额的增长。

2022年至2024年,创源股份净利润复合增长率达125.07%。

免责声明:文中提供的所有信息仅供参考,不构成任何投资建议。

谷子经济概念股代表企业					
公司名称	代表作品		所在行业		
光线传媒	《哪吒》等影视IP衍生品		影视院线		
奥飞娱乐	拥有百羊羊与灰太狼等自主IP		影视院线		
姚记科技	布局TCG集换式卡牌,代理宝可梦等头部IP		游戏II		
华立科技	代理宝可梦、奥特曼等主题卡片机		文娱用品		
星辉娱乐	与TOPTOY等连锁店合作线下渠道		游戏II		
高乐股份	电子电动塑胶玩具出口龙头,获迪斯尼等授权盲盒设计		文娱用品		
广博股份	通过IP联名切入潮玩赛道		文娱用品		
创源股份	潮玩IP授权代工		文娱用品		
曼卡龙	与热门影视IP联名产品持续热销		饰品		
实丰文化	获得宝可梦、蛋仔派对等热门IP授权		文娱用品		

部分IP经济概念股市场表现一览					
证券名称	总市值亿元	2025年股价涨跌幅%	2025年前三季度营收规模亿元	营收同比增长%	所属行业
高乐股份	54.46	93.60	2.26	10.06	文娱用品
光线传媒	480.52	75.45	36.16	150.81	影视院线
创源股份	44.09	72.78	16.02	15.63	文娱用品
星辉娱乐	70.30	55.56	17.27	67.03	游戏II
曼卡龙	42.35	41.99	21.64	29.30	饰品
天娱数科	105.40	18.62	15.08	25.67	广告营销
奥飞娱乐	130.86	2.31	18.87	-6.16	影视院线
华立科技	39.54	0.67	7.42	-1.33	文娱用品
锋尚文化	50.50	-2.90	1.98	-47.95	专业服务
广博股份	48.73	-3.49	18.39	4.59	文娱用品
晨光股份	249.21	-7.40	173.28	1.25	文娱用品
姚记科技	97.31	-11.06	21.08	-24.42	游戏II
汤姆猫	161.38	-20.03	6.97	-19.77	游戏II

2 潮玩业务成为新增长点

作为传统文具与文创用品制造商,广博股份则凭借“IP+精致实物载体”模式进入“Z世代”情感消费与收藏经济市场。2024年,广博股份在谷子经济刺激下曾创下“9连板”纪录;2025年,广博股份股价最大涨幅达62.25%。

近两年,广博股份已接连拿下“天官赐福”“魔道祖师”等热门网络小说IP,还凭借名侦探柯南、航海王、初音未来等日漫IP合作,推出联名徽章、手账本等产品,通过IP授权精准触达二次元消费群体。此外,该公司还培育推广自主IP汐西酱、MIMO等,在互联网平台强力“吸粉”。

2025年,广博股份在新品拓展上再度突破,2025年8月、11月相继推出《诛仙》动画“问天”收藏卡牌第一弹与第二弹,创新推出IP趣玩食品,联动《名侦探柯南M28:独眼的残像》打造的食玩系列产品在线上线下双渠道铺开。该公司已将文创潮玩首店开进上海大悦城,并在2025年12月推出主题快闪活动,首发“女神异闻录”“无期迷途”“HUNTER×HUNTER”等二次元谷子类新品,以及“初音未来”“银魂”等多个IP系列毛绒产品。潮玩业务已成为广博股份的新增长点。

2025年前三季度,广博股份实现营业收入18.39亿元,同比增长4.59%;归母净利润1.25亿元,同比增长18.87%。

3 开辟文体旅融合新场景

而大丰实业作为春晚“专业户”,擅长运用科技手段突破传统的边界。去年,该公司通过深度融合“文化+科技”战略,推动自有夜游IP《今夕》系列落地文旅应用场景。同时,该公司加码高端智能制造,在青龙山天空胶囊、西安丝路欢乐世界“海市蜃楼”等重大项目中加入无人驾驶轨道观光系统、AR交互等,构建“自然景观+人文IP+载体”的商业闭环,开辟文体旅融合新场景。

此外,大丰实业还启动全新音乐实验,成立全球首支人机互动机器人乐队——“艾瑞巴迪”乐队,欲上演一出人与机器的“新朋克风”现场。2025年,大丰实业股价最大涨幅达61.01%,全年涨幅为25.35%。

IP经济也让宁波企业走向“商演舞台”,兑现IP红利——2025年2月,“得力超级文具节”在上海静安大悦城启幕,展示《蜡笔小新》《全职高手》《时光代理人》等热门动漫IP联名的文具产品;2025年4月30日,宁波潮玩品牌“泡泡吧”在越南胡志明市开出第一家海外实体店,设置“潮玩+非遗”体验空间,让海外消费者沉浸式感受中国传统文化魅力;2025年5月初,宁波酷乐潮玩文化创意有限公司创始人、CEO 鄞胜峰带着自有IP“豚豚崽”亮相泰国曼谷核心商圈,并在当月实现销售额超2500万泰铢(约551万元);2025年12月28日,“贝发智品”(Beifa AI creative)全球首店在宁波鄞州印象城开业,宣告这家素有“中国笔王”美誉的老牌制造业企业正式进军“AI+文创”赛道……

从IP概念到商业变现,宁波企业正通过创意孵化、衍生品研发、全球市场拓展等路径,让文化产业焕发新生。

记者 张恒 见习记者 常雨薇