

阿里鱼启动“锦鲤+鱼跃”商家共赢计划，加速促进衍生品市场繁荣



11月23日下午，阿里巴巴西溪园区成为IP网红的打卡地，皮卡丘童年回忆车站、高达战士机动之家、丑娃娃童话小镇、头条都是他电音演唱会、旅行青蛙时光邮局、日本插画大神天野喜孝 mini 美术展、颐和园皇家博物馆展板前人头攒动。

11月23日，阿里影业旗下衍生品授权平台阿里鱼在杭州举办年度合作伙伴大会。阿里鱼宣布启动2019年“锦鲤+鱼跃”商家共赢计划，通过数据、生态优势，加速促进中国衍生品市场的繁荣和发展。

在这场题为 2019 “鱼你共赢” 的商家年度大会上，阿里影业董事长兼 CEO 樊路远发来贺词。阿里影业副总裁、阿里鱼总裁吴倩，优酷元气工作室总经理王平、聚划算事业部总经理秋珺、天猫母婴总经理铜度、天猫家纺百货总经理棣安等阿里巴巴经济体有关业务负责人，以及株式会社、索尼影业、中创文旅、金科文化等 IP 版权方代表，阿芙精油等品牌商家代表，向到场 600 多位商家发出诚挚的新年合作邀请。



图为阿里影业副总裁、阿里鱼总裁吴倩

近年来中国 IP 授权市场快速发展、正值春天，2017 年即以 9% 以上的增速远超世界水平，有巨大的想象空间。在大会上，阿里影业副总裁、阿里鱼总裁吴倩介绍了阿里鱼的战略愿景。她表示，依托“数据+生态”优势，以及中国庞大的粉丝经济基础，阿里鱼已在衍生品开发上形成了独一无二的衍生品交易平台。

当天，阿里鱼宣布启动 2019 年商家共赢计划。一方面，在内容端推出“锦鲤计划”，将为商家提供皮卡丘、高达、丑娃娃、头条都是他、旅行青蛙、NonoPanda、中国国家博物馆、颐和园、梵高美术馆、凯斯·哈宁等多个国内外优质 IP，涵盖动漫游戏、影视综艺、艺术文创、明星艺人等重点领域，繁荣衍生品市场发展。

另一方面，启动旨在打造生态基础设施的“鱼跃计划”。据介绍，阿里鱼将通过授权宝、数据宝、版权宝、分销宝和流量宝等核心产品平台，为国内外版权方和优质品牌商家提供一站式互联网授权解决方案，希望让商家鱼跃龙门、业绩长虹。

今年初，阿里影业将授权宝和阿里鱼整合，进一步挖掘衍生品的商业化潜力；数据宝可结合 IP 和品牌店铺粉丝人群的偏好数据，以及已授权品类和商品的销售情况，多维度匹配推荐客户，提高合作成功率；版权宝会联合平台治理，保护版权方的权益；流量宝与聚划算、微淘等生态内多渠道联动，精选鱼池合作，提升货品曝光量；分销宝将通过把衍生品分销到线下的影院渠道，实现新零售多场景营销，从而实现商家与 IP 版权方的共赢。



图为皮卡丘来到 2019 “鱼你共赢” 合作伙伴大会现场

吴倩认为，阿里鱼从四个重要方面帮助品牌商家实现更好发展：第一是拉新圈粉，帮助传统品牌迸发出新的活力，今年中国邮政和阿里鱼合作打造旅行青蛙定制邮票，就吸引了年轻用户的关注；第二是提升品牌力，尤其可以促进新品牌与优秀 IP 的巧妙结合，达到迅速被大众熟知的效果，今年双 11 预售期间，新锐潮牌 LABX 在阿里鱼的授权下推出高达×天猫精灵外壳，就被一抢而空。

第三，阿里鱼帮助商家获得更多的溢价价值，追求创新的杭州老字号天堂伞今年拿到阿里鱼有关梵高博物馆使用的授权以后，产品在国内销量激增，同时销往澳大利亚、新加坡等多个国家和地区。第四，提升商品销量和品牌人气，比如今年双 11，LAMY 钢笔独家推出 5000 套皮卡丘限定版礼盒套装开售即秒空，成为当之无愧的爆款。



图为商家在大会现场

目前，阿里鱼的合作商家已从最初的几十家扩充到 400 家以上，覆盖母婴玩具、家居家纺、智能数码 3C、服饰美妆、快消、食品、汽车、出版、线下综合体等全品类。通过打通阿里巴巴丰富的生态资源，以及独特的数据能力，阿里鱼将持续提供从 IP 管理、运营，到衍生品开发、销售等全链路基础设施服务，致力于引领一个崭新的正版衍生品时代。

11 月 8 日，阿里影业发布 2019 财年上半年财报，衍生品业务增长持续提速，同比增长 55.7%。安捷证券研报称，借力阿里生态娱乐电商资源，与互联网宣发板块的淘票票一起连接产业上下游，阿里鱼在电影衍生品市场中具有巨大且独特的优势，并且有能力构建行业壁垒，“看好阿里影业衍生品综合开发的未来发展潜力，预计将于未来 3 至 5 年迎来业绩收获期。”

2019 年 2 月 5 日农历猪年大年初一，由阿里影业、eOne 合制出品的动画电影《小猪佩奇过大年》，将登陆中国大银幕。阿里鱼作为该影片的官方独家授权衍生品合作伙伴，将为消费者提供特定主题的电影周边。