

# 小卡牌掀起大生意:IP成集换式卡牌发展关键

本报记者 刘旺 北京报道

在过去,集换式卡牌可能更多地被当做一种线下游戏,如今,其“潮品”或者“藏品”属性已超过了“游戏”属性。

2022年10月,宝可梦简体中文版集换式卡牌正式进入中国市场,又一次带起了国内集换式卡牌的热潮。不仅简中版备受欢迎,日版宝可梦卡牌也再次受到爱好者的关注。近日,一张宝可梦稀有卡牌在闲鱼上被拍出了122万元的价格。

《中国经营报》记者注意到,日常出现的天价卡牌其实是“集换式

卡牌”。所谓集换式卡牌,顾名思义拥有“集”和“换”两种特性,消费者通过购买卡包收集卡牌,而由于卡包的“盲盒性质”,有不少人进行交易或交换,因而形成了非常活跃的二手交易市场。就像盲盒拥有稀有款,集换式卡牌也有自己的稀有度体系,这也是不少天价卡牌出现的原因之一。

相较于发达市场,我国集换式卡牌市场刚刚起步。但相较于此前的引入国外IP,如今不少发行商对国潮IP的兴趣开始增加,这让我国的集换式卡牌市场充满了更多的想象空间。

## 年轻群体的“收割者”

稀有卡牌升值的属性是吸引不少年轻人购入卡牌的原因之一。

“收集”,似乎是是国内年轻消费者从小就养成的共同爱好之一。在“家长花200万给孩子集奥特曼卡牌”“小学生在千佛山许愿希望得到一套限定版奥特曼卡牌”等新闻刷屏的同时,可以看到,年轻人依然是这个市场的中流砥柱。

当然,这与当下的社会经济环境相关联,也与集换式卡牌的自身特性不无关系。北师大政府管理研究院副院长宋向清认为,“从社会经济背景来看,社会多元化和经济现代化使年轻人的消费兴趣延伸,消费能力提高,对中意消费品尤其是具有文化娱乐和交易性的集换式卡牌消费热情高涨,导致消费需求不断。”

“同时,集换式卡牌图案简明,设计精美,且具有收藏、交易、交换和升值特性,在满足年轻人个性化需求的基础上,有助于实现财产增值和社交联谊,更容易激发年轻人的购买欲和业余兴趣。如果集齐全部卡牌,在持卡一族中更容易形成特殊地位,满足其成就感和自尊心。”宋向清表示。

正如上述所说,稀有卡牌升值的属性是吸引不少年轻人购入卡牌的原因之一。广州工作的金旭就是卡牌爱好者,曾花重金购入了一张科比亲签的球星卡,用他的话说,这张卡在家里相当于“金条”一样供着,就等着升值。

在一定程度上,卡牌与盲盒有着相似之处,集换式卡牌也有着不

## 卡牌是一门好生意吗?

当下的集换式卡牌市场,除了简单的销售,还带来了其他附属的生意。

对于消费者来讲,购买卡牌很大一部分原因基于情怀。而对于从业者来说,要考虑的则是将情怀落地,将生意做好。

从行业规模来看,据华经产业研究院数据,2020年全球集换式卡牌市场规模已达到111.3亿美元,预计2027年市场规模将扩大至312.6亿美元,2021~2027年复合年增长率为15.9%。而在国内,2020年我国集换式卡牌行业规模约115亿元,这意味着国内集换式卡牌市场仍有很大的发展空间。

记者注意到,目前国内卡牌行业的从业者包括拥有着版权的IP方、负责设计研发的品牌方、负责发行运营的发行商/代理商,还有下游销售渠道端的批发商或零售商。

近两三年以来,以卡游、集卡社、华立科技为代表的企业或卡牌品牌,在我国的集换式卡牌市场快速增长,是这个市场的龙头企业。

卡牌到底是不是一门好生意呢?一个明显的现象就是,资本正在不断进入,包括红杉资本、源码资本、曜为投资在内的多家机构,还有B站、泡泡玛特、米哈游、姚记科技等相关企业,头部企业华立科技也已成功登陆A股。被



TOP TOY 宇宙英雄奥特曼系列卡游收藏卡牌

视觉中国/图

投资的对象包括卡牌交易平台卡淘、范斯猫,也有卡牌设计销售企业卡游、HitCard、Suplay等。

宋向清认为,集换式卡牌之所以获得资本青睐,主要是集换式卡牌造势宣传非常到位,在特定的消费群体中,已成为一种象征成功和荣耀的符号。因此,消费群体在不断扩大,市场潜力在不断壮大,市场规模和盈利能力在不断放大,尤其是由于其价值转换的渠道多种多样,赛事、经济、游戏、交易、授权等

盈利模式吸引了资本的关注,加之其高于30%的盈利率,资本自然青睐有加。

金旭告诉记者,从生意的角度来讲,集换式卡牌拥有几个特性。“首先是大IP,每一套产品都有大IP的背书,本身就是一种情怀,也是一种潮流;其次是规则的设定,卡牌分等级,有高级、稀有,也有普通卡牌,消费者想要得到稀有卡牌,就要大批量购买,去赌概率。另外一个方法就是去跟别人交易或者交换,因而形成了二

级市场;再次是社交性,卡牌都有着精细的游戏规则设定,例如宝可梦卡牌就真实还原了在线游戏的操作,具有很强的社交趣味;最后是竞技性,例如卡游,就经常在各个城市举办线下赛,带动消费激情。”

正如金旭所说,当下的集换式卡牌市场,除了简单的销售,还带来了其他附属的生意。如赛事运营,吸引玩家参与并提供门票、赞助等生意;版权授予,将自身IP授予发行商,设计并发行卡牌。

## 站在IP上的生意

目前,我国的集换式卡牌市场,不管是一级市场还是二级市场,都处于初级发展阶段。

财通证券曾指出,国内目前较为缺乏原创的集换式卡牌IP,因为市占率较高的几款游戏均为海外IP授权或国内发行商代理的海外产品。

以在国内青少年人群中受欢迎程度较高的奥特曼IP为例,原版IP来自于日本的万代南宫梦公司,该IP在国内的总代理为新创华公司,而新创华将奥特曼集换式卡牌的IP授权给了卡游。因此,在国内小学生群体,会将卡游的奥特曼卡牌称为“正版”。

而这种情况或将发生改变,记者注意到,当下的卡牌发行商,已呈现“无孔不入”的趋势,进一步带动了国内IP产业的发展。以卡游为例,2021~2022年,卡游陆续签约了包括《斗罗大陆》《秦时明月》《诡秘之主》在内的众多优质国漫,并将在2023年推出《凡人修仙传》等一批国漫产品。

行业人士认为,目前,我国的集换式卡牌市场,不管是二级市场还是二级市场,都处于初级发展阶段,各个环节都有着很大的发展空间。而如何提升竞争力,对于从业者来说,在此时显得尤为重要。

天图创投副总裁陈歌曾总结,从核心能力来说,获取IP授权、对于IP的深度理解及产品内容体系的打造、销售渠道的搭建是非常重要的能力。

首先是获取IP授权的能力,毕竟不论是球星卡还是动漫IP类的卡牌,玩家入坑的原动力往往是对球星/IP的关注和热爱。而我国的卡牌发行商目前并未处于充分竞争的状态,IP的获取对于卡牌发

行商取得先发优势大有裨益;其次是产品力,产品力体现在发行商对于IP的深度理解以及对IP产品的开发与内容体系打造上,包括对卡牌角色的理解、稀有度体系的设计、能否不断推出新的卡牌或者角色补充到原有产品体系等;最后是国内卡牌仍处于用户教育阶段,对于发行商来说触达、转化用户是至关重要的,因此通过不同渠道让用户熟悉产品,即线上线下销售体系的搭建,也是未来卡牌发行商决胜的重要因素。

# 双胞胎集团牵头重整正邦 生猪产业或迎变局

本报记者 蒋政 郑州报道

我国生猪养殖行业的市

根据正邦科技日前披露的信息,双胞胎集团牵头参

与前者重整事宜,并计划在4年内将其相关业务整体置入

上市公司。

作为江西的两家农牧龙

在业务上协同性较高。在经

加工延伸,形成完整肉食产

码,并进行全产业链布局。

经营计划中,双胞胎集团表示,

业链。

整个生猪养殖市场以及屠宰

## 江西两大猪企“牵手”

从双胞胎集团总部西门向北直行至南昌市艾溪湖一路右转,再往前步行六七分钟,就可以看到正邦集团的西南门。这段不足800米的路程,链接着江西省两大生猪养殖企业。而正邦科技披露的重整公告,让双方的距离再一次拉近,从此,“命运的齿轮开始转动”。

根据正邦科技发布的相关公告,经过多组意向重整投资人的遴选,江西民营企业双胞胎与信达组成联合体(“产业+国资”),以43.4亿元的资金介入正邦科技的重整工作,未来将在经营方面进行系列调整。

自2021年出现巨亏的正邦科技,于去年10月正式启动预重整程序。截至今年7月20日,共有2835家债权人向管理人申报债权(共3787笔),经过资格审查的债权人合计申报总金额236.19亿元,其中,超过210亿元为普通债权。

从重整计划内容来看,正邦拟增57亿股,其中31.5亿股由重整投资人有条件受让,合计为正邦提供资金43.4亿元。其余25.5亿元股将通过以股抵债的方式,用于清偿正邦科技及正邦养殖系列公司债务。

转让价格上,产业投资人双胞胎集团以1.1元/股价格受让14亿股,其余16家联合投资人以1.6元/

股价格受让17.5亿股;债权人股票抵债价格为11~12.5元/股,总共25.5亿股。

截至8月17日收盘,正邦股价为3.07元/股。一位长期关注破产重整的资深律师告诉《中国经营报》记者,从价格来看,诸多投资人均以不同程度的折价方式入股。债权人

的价格较目前正邦科技的股价有较大差距,不过,这在诸多重整案件中也是常态。

从产业发展的角度来讲,更大的变化在于经营方面的调整。

双胞胎承诺,计划在重整完成3年内,令正邦科技的生猪上市规模达到1200万头,生猪上市率超过93%。同时,在重整完成后,将通过资金和资源的注入,快速恢复上市公司的经营和盈利能力,力争实现第一年经营减亏,第二年扭亏为盈。

相关数据显示,正邦科技在2021年就已经实现1500万头的生猪出栏量。后因债务危机,正邦在2022年缩减生猪产能,全年出栏生猪下滑至845万头。

中国生猪预警网分析师冯永辉告诉记者,正邦核心团队以及基础设施仍然存在。如果获得资金支持,正邦也有望快速恢复产能。

另外,生猪养殖企业能否盈利,一方面需要关注对的养殖水准,

另一方面还得关注整个市场行情。“目前生猪价格已经来到了17元/公斤,基本上到达盈亏线上下。如果未来生猪价格继续上涨,正邦在第二年大概率会实现扭亏为盈。”冯永辉认为,双胞胎与正邦科技的业务存在高度协同,这将缩短两家企业的磨合时间。

在8月16日举办的第二届生猪产业高峰论坛上,双胞胎集团董事长鲍洪星表示,正邦离双胞胎总部的直线距离只有500米,同时双方的业务非常相似,包括饲料、育肥、制料场等场景。

具体动作上,双胞胎集团将协助正邦科技通过外购优质种猪、自培育种猪等方式筹备种猪引种工作;帮助上市公司选择优质养殖户合作,快速投苗,加快恢复生猪出栏规模。

鲍洪星在上述论坛上表示,“双胞胎每个月在市场上需要采购的猪苗(即仔猪)大约为五六十万头。对于正邦而言,它们自己生产的猪苗约40多万头,除了自己育肥的十几万头,还剩余二三十万头,我们可以按照市场的规则来采购。”

一家头部养猪企业相关负责人表示,正邦需要资金和具体业务帮扶,双胞胎都可以给予支持,尤其是后者。这种结合带来的变化,对于整个产业影响较大。

如果重整动作顺利,在重整完成后的24个月内,双胞胎集团的生猪养殖、饲料等业务将在4年内注入上市公司,最终实现自身借壳上市。届时,一个更大规模的农牧企业将呼之欲出。

根据财报,截至今年一季度末,双胞胎公司资产为375亿元,净资产为183亿元,账面货币资金超58亿元。

该公司以饲料业务起家,在2022年销售猪饲料近1200万吨。于2017年开始涉足生猪养殖环节,次年出栏生猪百万头。经过5年发展,双胞胎在2022年生猪出栏约1000万头,位居全国第四。

若未来双胞胎资产注入上市公司,其生猪养殖板块规模将获得极大提升。仅以2022年数据作为参考,正邦科技生猪出栏845万头,加上双胞胎出栏的1000万头,其体量已经超越同期的温氏股份(1791万头),位居全国第二,仅次于牧原股份之后。

“正邦有大量的空置猪场,有资金支持的话可快速恢复产能。在三四年,两家企业的生猪出栏量预计可以突破2500万头,可以处于行业前三的位置。这将大大加快我国生猪产业集中度提升

的步伐。”冯永辉说。

冯永辉告诉记者,双胞胎与正邦的结合,属于头部企业的资产重组,为整个行业提供了一个新的样板。未来,我国排名前20的养猪企业,尤其是在第二和第三集团中,还有可能出现类似的并购,“大鱼吃小鱼”的并购。

在此之前,行业内出现过类似的动作。比如新希望通过收购六和,获得自身体量快速增长。而在国际市场,美国生猪养殖行业集中度的快速提升,头部之间的并购是重要因素之一。

更大的市场变量在于正邦科技未来的发展战略调整。

在经营计划中,双胞胎集团表示,将以正邦科技作为长期发展战略发展平台,围绕“以饲料、养殖为主业,向生猪屠宰与深加工延伸,形成完整肉食产业链”的发展战略,持续深耕生猪产业。

冯永辉表示,生猪产业链中70%的利润在屠宰和深加工之后,当养殖端产业集中之后,向下游延伸是必然的动作。从整个市场格局来看,屠宰环节当下产能分散。当养殖企业介入这一领域后,势必会引发屠宰环节向更高质量发展,产业愈发向头部集中。

布瑞克·农产品集购网高级分析师徐洪志对这一战略持谨慎态度。他告诉记者,行业不断有头部企业试水全产业链布局,但截至目前为止,尚无成功案例。即便是牧原布局整个上下游,其营收的95%依然来自生猪养殖。屠宰业务产能接近4000万头,但尚未摆脱亏损,产能利用率较低。

“养殖企业的布局,初心是为主业提供支持,但距离实现产业链、供应链的自上而下的整合目标,还相距甚远。双胞胎能否突破这一局限,尚待观察。”

同时,深加工环节还需要考量养殖企业的更多能力。“深加工产品的溢价更高,但对于产品品牌建设及渠道建设都提出了更高的要求。养殖企业在此并不具备优势,还需警惕一拥而上带来的新的产能消化问题。”中国食品产业评论员朱丹蓬说。

在此之前,正邦科技曾布局肉制品业务,后将其转至正邦集团,由正邦集团下属食品公司独立运营。而双胞胎肉食业务主要包括生猪屠宰、分割加工、冷链配送、熟食加工等,目前已在武汉、成都、广州等重点城市布局。不难看出,要想做好肉制品业务,两家企业未来还有很长的一段路要走。