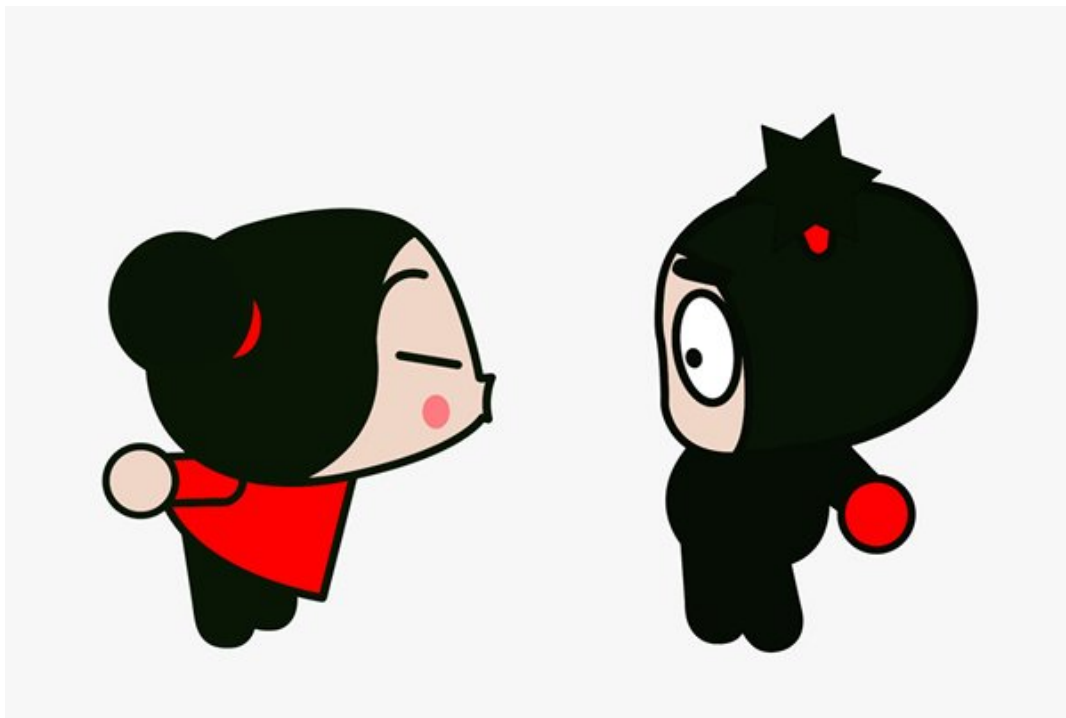


亞洲人物角色成為歐洲品牌授權展矚目焦點

在今年的歐洲品牌授權展上，來自亞洲的動漫人物授權項目隨處可見，一改大會向來以歐美授權項目為主的格局。亞洲授權項目的製作公司都充滿信心，認為可以憑藉本土市場的成功經驗，在外國開創美滿成績。



韓國卡通女主角在歐洲市場能否取得成功？

在今年的歐洲品牌授權展 (Brand Licensing Europe) 上，一如所料，以人物角色授權項目為重點的國際企業，如任天堂 (Nintendo)、尼克兒童頻道 (Nickelodeon)、世嘉 (Sega)、索尼 (Sony) 及 20 世紀福斯 (20th Century Fox) 等，全部都有到場參展，讓入場人士可與《超音鼠》 (Sonic the Hedgehog)、《米菲》 (Miffy) 及《飛天小女警》 (The Powerpuff Girls) 等著名人物角色自拍。不過，來自亞洲的授權項目也大舉參展，很多深受歡迎的亞洲卡通人物都銳意打開歐洲市場。

博泰文化是來自廣東的授權及設計顧問公司，有意在會上搶佔先機。這家公司經營了 3 年，正在推廣香港及中國內地多個廣為人知的授權項目，包括《史古利》 (Squly)、《拽貓》 (Zhuai Mao)、Zombie Cat 及 Happi Playground。

營銷總監 Ak Lai 談論公司的授權項目：「雖然我十分喜歡 Emmy & GooRoo (講述一名小女孩在魔法森林生



活的兒童網絡電視劇集，由上海的左袋傳播文化與巴塞羅那的Tomavision聯合製作)，但《史古利和朋友們》(Squly and Friends) (故事以松鼠史古利為中心，由香港的Chilaku製作) 才是我的至愛。這個項目有很高的藝術價值，所有角色都生動活潑。」

該公司展出林林總總以《史古利》松鼠為主題的產品，包括毛絨玩具、錢包、地墊、流動充電器、iPhone套及電纜捲繞器等，忠實擁護者可以從中選取心頭好。Lai坦言自己有一系列的《史古利》私人收藏品，包括帽子、靴及藍牙耳機。

雖然《史古利》極具吸引力，但Lai認為，博泰文化另一個授權項目《超級飛俠》(Super Wings)才是吸引最多目光的焦點。《超級飛俠》由韓國的FunnyFlux Entertainment、中國的千騏動漫及美國的小飛機工作室(Little Airplane Productions)合作製作，而廣東的奧飛娛樂則是《超級飛俠》的總授權經營商兼眾多相關產品的製造商。《超級飛俠》卡通劇集在亞洲各地廣受歡迎，但在歐美市場依然鮮為人知。

《超級飛俠》的角色都是色彩繽紛兼充滿愛心的飛機機械人，他們環遊世界，為小朋友遞送包裹，並幫助他們解決困難，自2013年推出以來深得兒童歡心。Lai透露，《超級飛俠》衍生了各種各類的授權商品。

Lai介紹該公司推出的《超級飛俠》相關產品：「目前，我們生產服裝、食品、糖果、袋子、鞋履及其他眾多產品。我們的授權合約範圍很廣，公司剛剛達成一份全新的銷售協議，我們各類產品不久都會在香港及中國內地所有屈臣氏個人護理店發售。」

《熊出沒》(Boonie Bears)及《熊出沒之熊熊樂園》(Boonie Cubs)等兩套電視連續劇深受歡迎，背後的製作公司香港華強方特動漫也期望可以在會上取得理想成績。《熊出沒》於2012年初在電視首播，講述兩隻小熊Briar與Bramble如何保護森林家園免受邪惡伐木工人破壞，大受兒童觀眾歡迎。事實上，由《熊出沒》衍生而來的《熊熊樂園》以相同角色的童年歷險為故事主線，於2016年推出，較《熊出沒》更具教育意義。

該公司的代表羅高丞解釋兩個系列的不同重點：「《熊熊樂園》是以學前兒童為主要對象，《熊出沒》則專為4至12歲兒童而設。不過，《熊出沒》在中國老少咸宜，目前相關商品約有3,000種，幾乎全國有售。



《史古利和朋友們》在內地深受歡迎。



《超級飛俠》期望在歐洲取得佳績。



「市場需求最大的產品有服裝、玩具、毛絨玩具、背包、自行動手工具及積木，在全球約60個國家均有發售。不過，我們在歐洲市場是剛剛起步，分銷渠道不多，但我們計劃大幅擴張分銷網絡。」

動畫電視劇集Robocar Poli的製作公司RoiVisual來自首爾，也計劃擴大歐洲市場的業務。Robocar Poli以一個虛構市鎮Broom Town為背景，講述鎮內緊急服務交通工具，即直升機、警車、救護車及消防車的歷險故事。該套動畫於2011年推出，與《熊熊樂園》同樣以幼童為對象，教育與娛樂兼備。

RoiVisual的歐洲經理Anne Kim解釋Robocar Poli的吸引之處：「這套動畫以學前兒童為對象，充滿色彩紛紜的角色。商品方面，各類產品應有盡有，但以玩具及圖書為主。」

「Robocar Poli分別於2013年及2014年開始在俄羅斯及法國播放，之後於2016年初在歐洲各國推出。目前，Robocar Poli已在135個國家播放，日後將會優先爭取在英國及意大利播映。」

不過，並非所有亞洲品牌都已打開國際市場。例如，《妖怪手錶》(Yo-kai Watch)在日本本土大受歡迎，但還未成功開拓利潤豐厚的中國市場。

三藩市的Viz Media專為英語市場引入日本動漫授權項目，這次到倫敦參展，積極推廣《妖怪手錶》。該公司至今已成功推廣多個日本授權項目，計有《火影忍者》(Naruto)、《龍珠》(Dragon Ball)、《一拳超人》(One-Punch Man)及《死亡筆記》(Death Note)等。

《妖怪手錶》於2013年面世時只是任天堂3DS遊戲平台的角色扮演遊戲，其後製作成動畫電視節目、3套電影以及一系列電子遊戲續集。主角是一隻隱居妖怪，只會與佩戴魔法手錶的人類做朋友。因此，劇中手錶的複製品玩具以及各款友誼獎牌自然成為主要衍生商品。

Viz Media歐洲商業總監Pascal Bonnet說明《妖怪手錶》品牌的發展現況：「《妖怪手錶》在日本及其他多個國家非常成功，我們現正推出手錶系列的第三款產品，並在歐洲進行大型宣傳推廣活動，尤其是在法國、意大利及西班牙。」

今年大會有多家韓國公司參展，Vooz Character System是其中之一，專營授權及動畫業務，以年輕女觀眾為主要對象。該公司的Pucca授權項目可說是其王牌。Pucca的故事圍繞女主角的冒險經歷以及其家族事蹟。女主角家族在偏僻的山區村落經營麵店，而女主角則向一名年輕忍者展開熱烈追求，手法大膽，因此對十多歲至20來歲的年輕女性特別有吸引力。

Vooz Character System的動畫團隊成員Subin Hwang說明Pucca系列的演變：「Pucca最初是一個時尚品牌，後來成為電視動畫連續劇。目前，獲本公司授權的產品應有盡有，如服裝、文具、玩具、食物等。現時Pucca在歐洲開始受歡迎，特別是意大利、法國及西班牙，但在英國的反應一般，並不特別熱烈。」

英國市場反應平淡，原因可能是當地市場越來越保守，但寬厚一點來說，也因為英國本身已有不少人物授權項目，特別是《柏靈頓》(Paddington)、《粉紅豬小妹》(Peppa Pig)及《怪獸古肥獾》(The Gruffalo)。不過，除了英國的人物授權項目之外，歐洲還有其他廣受歡迎的授權項目，例如俄羅斯的



網上動畫《瑪莎與熊》(Masha and the Bear)，受歡迎程度可與實力強大的《奇先生妙小姐》(Mister Men)或長青的《超級無敵掌門狗》(Wallace and Gromit)看齊。



《柏靈頓》、《Pucca》、《奇先生妙小姐》及《熊出沒》等共聚一堂。

歐洲品牌授權展2017已於10月9至11日在倫敦奧林匹亞展覽中心(Olympia)舉行。

特約記者 Catherine Jones 倫敦報道

找此頁到這裏

<http://economists-pick-research.hktdc.com/business-news/article/國際市場簡訊/亞洲人物角色成為歐洲品牌授權展矚目焦點/imm/tc/1/1X000000/1X0ACHQV.htm>

©2017年香港貿易發展局版權所有，未經本局同意，不得翻印本報告全部或部分內容。香港貿易發展局在編寫本報告時，已力求資料正確無誤，倘其中有任何錯誤之處，本局恕不負責。本報告表達的意見，並不一定代表香港貿易發展局的立場。