

“饮品+文创+体验”模式走红 “为情绪价值买单”成为消费新口号

证券时报记者 曹晨

从LABUBU(拉布布)火爆全球,到各大品牌IP联名款频频出圈,“为情绪价值买单”成为年轻一代的消费口号,IP衍生消费品蕴藏广阔空间,“悦己经济”有望成为消费市场新引擎。

暑期消费市场正值旺季。近期,证券时报记者走访多地商圈发现,依托IP衍生的消费持续升温,二次元谷子经济、各类品牌“IP+消费”等新兴消费业态表现亮眼,为线下消费注入新活力。

线下“IP+消费”火热

8月的南京老城暑气正盛,坐落于老城南茂业天地的蜜雪冰城南京旗舰店热度不减。证券时报记者近日实探看到,门店门前13米高的巨型雪王雕塑十分醒目,吸引大批游客驻足打卡,不少市民与游客手提雪王IP购物袋,满载各类雪王周边产品。

记者见到蜜雪冰城南京旗舰店店长刘海涛时,他额头挂着汗珠,忙碌着维持门店秩序,门店超高人气可见一斑。

“门店占地2000多平米,五月底开启试营业,开业初期日均客流稳定在两三万人次,暑期攀升至4万人次,远超我们的预期,不少游客专程前来选购周边。”刘海涛表示,门店一楼主营品牌茶饮与特色限定糕点等刚需产品;二楼打造专属雪王IP文创空间,拥有超过200个SKU,涵盖9.9元盲盒、冰箱贴,29元积木,以及39至59元毛绒玩偶等品类。旗舰店场景设计深度融入金陵本土文化元素,傍晚还会上演IP主题演出。

“目前二楼文创零售区已经采取限流措施,收银台前持续排起长队。”刘海涛指着文创区对记者表示。在他看来,雪王IP赋能叠加沉浸式体验消费,是门店客流火爆的核心因素。门店后续还将推出南京旗舰店专属限定产品。

南京旗舰店是蜜雪冰城打造“饮品+文创+体验”复合型消费空间的一个样板。蜜雪冰城相关负责人告诉记者,截至目前,品牌已在全国落地30余家城市旗舰店,覆盖一线城市及区域中心城市,旗舰店内文创周边销售额占比超80%。品牌计划持续在全国拓展旗舰店网络,武汉、北京、洛阳等地城市旗舰店正有序筹备。

蜜雪冰城的火热并非个例。这个暑期,多家头部品牌纷纷加码“IP+消费”,密集推出IP联名活动,抢抓旺季消费市场。

证券时报记者实地走访里巴克臻选北京蓝色港湾店发现,该门店已完成焕新改造,打造泡泡玛特MOLLY沉浸式主题店。记者现场看到,不少年轻消费者专程到店打卡,选购MOLLY联名款软雪星冰



左图:蜜雪冰城南京旗舰店门前雪王雕塑吸引大批游客打卡。右图:知乎新知青年大会盐言故事IP展台受关注。 曹晨/摄

乐,抢购限定周边。据店员介绍,门店焕新之后客流快速走高,店内吸管勺、马克杯等多款联名周边已售罄,目前仅有两款主题水杯尚有现货。

餐饮上市公司也动作频频。近期,呷哺呷哺携手经典IP哆啦A梦,推出夏日限定便携水杯。呷哺呷哺相关负责人告诉记者:“持续联动热门IP是品牌贴近年轻客群的长期布局。品牌将经典童年IP与夏日、足球氛围结合,推出兼具仪式感与实用性的限定周边。”2025年以来,海底捞已开展十余次IP联动,合作覆盖游戏、动画、影视等品类,借助IP合作搭建与年轻人持续沟通的桥梁。

Z世代成为消费主力

不止餐饮企业,制造企业同样加速布局IP联名赛道。今年4月,智能电动两轮车龙头九号公司推出泡泡玛特“小甜豆”联名款及多款Q系列产品,引发市场关注。

九号公司方面对证券时报记者表示:“行业IP联名未来仍然会保持增长,但竞争将进入新阶段。过去不少联名仅停留在包装、配色或是营销传播层面,而未来用户更期待能够深度参与、体验、实现自我表达的联名产品。尤其对于年轻消费群体,购买的不只是产品本身,还有产品承载的情绪价值、兴趣文化与社交表达。”

《2026年国产IP联名趋势报告》指出,过去三年,IP联名案例总量已超过此前十年总和。IP联名也从早期简单营销噱头,逐步升级为品牌战略与产品创新的常规手段,行业运作模式朝着专业化、规模化演进,持续拉动授权市场扩容。

“随着Z世代成为消费主力,消费者愈发愿意为文化认同、社交表达与情绪陪

伴付费。依托IP赋能,品牌可快速建立用户情感链接,摆脱传统商品实用属性带来的同质化竞争。当前数字化技术助力品牌精准匹配IP资源,叠加线下沉浸式门店与线上社交传播,将单次消费转化为长效体验式消费,持续拓宽线下市场,这也是今夏众多品牌集中加码IP联名的核心原因。”盘古智库高级研究员江瀚向记者表示。

IP商业化热潮之下,产业链公司相关业务板块迎来快速增长。知乎近期披露一季报显示,公司IP版权合作量同比增长超500%,著作权版权总收益同比增长5.6倍。

知乎方面向记者介绍,截至目前,知乎旗下盐言故事拥有超过20万部作品储备。盐言故事业务战略已升级为“IP全链路运营与开发”,IP影响力辐射影视、短剧、漫剧、图书、游戏等多个领域。盐言故事二季度IP版权合作总量环比增长105%,同比增长高达671%。

产品力是硬道理

近年来,IP衍生品市场高速扩容,背后是悦己消费方兴未艾。艾媒咨询数据显示,中国情绪经济市场规模呈上升趋势,2024年达2.3万亿元,预计2029年将突破4.5万亿元。随着市场持续发展成熟,未来情绪经济有望保持较快增长,在满足消费者精神需求的同时,为经济增长注入新活力。

情绪价值正在成为消费新共识。北京市社会科学院副研究员王鹏对记者表示,当下消费者不再只看重商品基础功能,更加追求情绪慰藉与身份归属。“IP+消费”正是承接新型消费诉求的核心载体,依托IP与线下场景深度融合,能够为用户打造差异化沉浸式消费体验。

《扩大消费“十五五”规划》明确提出,加强对中华老字号、国货品牌、时尚潮牌的培育保护,积极推动中华文化元素融入品牌建设,支持开发原创知识产权(IP)品牌,推进“IP+消费”,发展周边衍生品消费。

王鹏分析,“IP+消费”已纳入扩大消费顶层规划,各地配套扶持政策有望陆续落地,从IP孵化、场景落地等层面为产业赋能。当前国内人均IP衍生品消费仍有较大提升空间,行业增长潜力充足;随着国内IP运营体系日趋成熟,IP衍生消费潜力将持续释放。中长期看行业或将迎来洗牌,具备优质内容创作能力、全链路运营实力的IP主体将掌握竞争主动权。

对于如何更好地推进“IP+消费”,艾媒咨询首席分析师张毅认为,从国家层面来看,知识产权保护至关重要。“同时,本土原创IP创新尤为关键,一方面要依托中华文化做好内容延伸,另一方面降低中小品牌的IP合作门槛。对企业而言,如何筛选适配IP开展共创,把控重资产投入风险,同样十分关键。”他说。

从实践层面来看,奈娃家族已与近百家品牌达成深度共创,覆盖洗护、母婴、鞋服等八大品类,落地超百个SKU。奈娃家族IP负责人陈稳稳对记者表示,IP联名需要持续优质内容供给、稳定产品开发能力与用户洞察,IP价值最终依靠产品承载。产品力不足,热度再高的IP也难以留住用户。过往联名产品能够收获消费者认可、具备长期生命力,核心在于过硬品质。



8月鸡苗价格超预期上涨 产业链公司业绩改善

证券时报记者 黄翔

国内白羽肉鸡苗市场迎来一轮超预期的上涨行情。据卓创资讯监测数据显示,8月上半月国内白羽肉鸡苗价格由月初的2.84元/羽一路攀升至3.51元/羽,累计涨幅达23.59%;上半月均价3.22元/羽,环比涨幅高达30%,刷新年内价格新高点。在供需两旺驱动下,行业上市公司业绩显著改善。

从需求端来看,8月上半月正值中秋及国庆节前出栏毛鸡的集中补栏窗口期,养殖户整体补栏积极性较高。卓创资讯分析师冯筱程表示,由于小型孵化场出苗量有限,中大型孵化场鸡苗预排计划表现较好,在需求面的带动下,鸡苗价格持续走高。与此同时,上半月毛鸡价格上涨进一步拉动鸡苗市场需求,孵化场计划顺畅,推动苗价涨至年内新高点。

从供应端来看,尽管孵化场出苗量持续增加,但行业整体供给格局仍显偏紧。据卓创资讯数据推算,8月下半月白羽肉鸡苗孵化企业周度出苗量或呈增加趋势。

不过,行业供给端的刚性约束仍在持续发酵。2025年底法国暴发禽流感,叠加此前美国、新西兰等传统引种渠道因高致病性禽流感受阻,2026年1月至5月国内祖代白羽肉鸡引种再度中断,这是中国白羽肉鸡产业历史上首次连续5个月零引种。按照白羽肉鸡养殖的固定传导周期,祖代种鸡供给收缩在7个月后传导至父母代种鸡端,当前父母代鸡苗供应开始收紧,打破了往年淡季的供需平衡。

展望下半月,卓创资讯认为,8月15日至25日为传统补栏淡季,养殖户多规避中秋及国庆假期出栏,补栏积极性不高,市场临时计划量将增多。此外,由于产品市场备货不及预期,屠宰企业库存压力持续偏大,收购毛鸡积极性不高,多控量宰杀,毛鸡价格有微降可能,进一步利空鸡苗市场需求。综合供应及需求来看,8月下半月鸡苗价格或偏弱运行。

在鸡苗价格持续上行的带动下,白羽鸡产业链上市公司业绩呈现显著改善态势。

作为国内乃至亚洲最大的祖代肉种鸡养殖企业,益生股份2026年上半年实现营业收入16.97亿元,同比增长28.44%;净利润3.08亿元,较上年同期大幅增长4897.29%。公司鸡业务收入达14.22亿元,同比增长41.24%,毛利率提升至30.67%,同比提高20.89个百分点。

益生股份判断,预计2026年第四季度和2027年上半年父母代鸡苗价格存在进一步上行空间。今年7月,益生股份白羽肉鸡苗销售5543万只,销售收入2.14亿元,同比增长112.79%。益生股份称,业绩大幅增长主要系白羽肉鸡行业景气度上行,主营的白羽肉鸡业务量价齐升,整体盈利水平实现显著增长所致。从行业供给来看,祖代种鸡供给收缩将在7个月后传导至父母代种鸡环节,进而影响后续商品代鸡苗产量,行业供给偏紧格局将持续。

另一家鸡苗企业民和股份7月销售商品代鸡苗2876万只,环比增长12.47%,销售收入7728.76万元,同比增长86.86%。

圣农发展此前表示,种鸡性能持续迭代优化,精益化生产管理成效显著,多项养殖生产指标创历史同期最佳水平,综合造肉成本优势进一步巩固。下游方面,仙坛股份7月鸡肉产品销售收入5.41亿元,同比增长5.89%。

业内人士认为,当前白羽肉鸡行业正处于供给收缩驱动的景气上行周期。祖代引种中断的滞后效应将持续显现,父母代鸡苗供应收紧的格局短期内难以扭转。随着中秋、国庆节临近,餐饮备货需求集中释放,屠宰企业收购毛鸡积极性提升,将进一步拉动上游鸡苗市场的需求。

中微公司上半年净利增长三倍 公布35亿元投资计划

证券时报记者 王一鸣

8月19日晚间,半导体设备龙头中微公司(688012)发布2026年半年度报告,同时公布35亿元投资计划。

据披露,在AI算力需求爆发式增长、全球半导体设备市场持续扩容及国产替代进程加速的背景下,中微公司上半年实现营业收入66.91亿元,同比增长34.89%;归母净利润28.25亿元,同比增长300.22%;扣非净利润11.23亿元,同比增长108.36%。

研发方面,上半年公司研发投入约20.41亿元,同比增长36.89%,研发投入占营业收入比例约为30.52%。截至2026年6月底,中微公司已开发出54种高端半导体设备,累计超过8800个反应台在国内外220余条生产线实现量产。

据了解,中微公司新产品开发周期已从过去三至五年缩短至两年以内。中微公司董事长兼总经理尹志尧在8月1日的22周年庆典上表示,公司在开发新产品时,仅需针对性开发30%—40%特定的部分,剩余60%—70%的通用技术、结构组件均被模块化,达到成熟、可复用的状态。

在筑牢刻蚀与薄膜设备“双引擎”的同时,中微公司正通过外延并购加速补齐平台化版图。报告期内,公司完成了对杭州众硅的控股收购,实现了对化学机械抛光(CMP)设备的覆盖,完成了从“干法”向“干法+湿法”整体解决方案的关键跨越。

据介绍,未来五年公司将通过自主开发与外延并购,覆盖60%以上、超100种半导体高端设备,在先进封装领域覆盖70%以上的关键设备。

为应对全球半导体设备市场持续增长的需求,中微公司正加速推进产能布局。8月1日,位于上海临港滴水湖畔、建筑面积约10万平方米的公司总部大楼暨研发中心正式落成启用。同时,广州华南总部研发及生产基地一期项目主体结构已于2026年7月封顶,计划2027年投产;成都研发及生产基地暨西南总部一期项目主体结构已于2026年8月封顶,预计2027年建成投产。

据悉,公司当前整体建筑面积达60万平方米,预计未来五年左右增至90万平方米,年生产能力将提升至700亿元以上。

8月19日晚间,中微公司还发布对外投资公告。公司全资子公司中微临港拟在临港新片区投资建设中微临港产业化基地(二期)项目,计划总投资35亿元。其中,固定资产投资17亿元,预计人员计划1500—2000人。项目聚焦刻蚀设备、量检测设备、薄膜沉积设备等优势产品,达产后可实现属地贡献销售收入30亿元。

债底保护与股性弹性兼具 定向可转债并购受青睐

证券时报记者 王军

在近年来不断活跃的并购市场中,定向可转债作为兼具债底保护与股性弹性的创新支付工具,越来越受上市公司青睐。

8月15日,精测电子披露公告,拟以发行股份、可转债搭配支付现金的方式,收购上海精测半导体技术有限公司41.17%股权。截至目前,该交易涉及的审计、评估、法律尽调等工作仍在推进。据证券时报记者不完全统计,今年以来已有至少12家上市公司发布将定向可转债作为并购支付工具相关预案或最新进展,电子信息等领域相关案例居多。

业内人士表示,定向可转债通过“债底保护+股性弹性”的双重设计,既能满足交易对手对本金安全的需求,又可通过转股条款分享企业成长红利,尤其适用于轻资产、高研发投入的科技企业并购。

科技赛道企业密集使用

从年内披露的并购案例来看,电子信息等科技赛道已成为定向可转债并购的重要阵地。

在信息技术行业中,精测电子、芯导科技、普冉股份、润泽科技、光库科技等多家上市公司均发布相关公告,将定向可转债作为支付工具之一,用于收购产业链相关公司的股权。在工业领域,日联科技、华菱线缆也陆续披露了相关预案或项目

推进的最新工作进展。

加速产业资源整合、强化业务协同、提升核心竞争力,是上市公司青睐定向可转债并购模式的主要动因。比如,精测电子在公告中就提出,公司主营业务聚焦于半导体、显示及新能源三大核心领域检测系统的研发、生产与销售。本次交易完成后,上海精测将成为其全资子公司。据称,此次并购将进一步优化精测电子资产质量,增强业务上的协同性,公司持续经营能力和核心竞争力将得以进一步提升。

针对定向可转债在科技并购领域的独特优势,优美利投资总经理贺金龙向证券时报记者表示,科技行业通常具有轻资产、高研发投入的特点,传统估值方法很难反映其价值,定向可转债允许差异化定价,对于技术驱动型和具备高景气度远景的企业更适合。另外,科技企业往往估值波动较大,而可转债的债性为交易提供了价值支撑,股性又可令投资者享受未来成长性收益,对于解决估值分歧问题和波动率控制都有帮助。

中证鹏元研发部高级董事、资深研究员史晓姗认为,定向可转债利率远低于普通公司债,对上市公司的股权稀释效应相对更为缓和,通过更市场化的条款设置,可以满足企业和战略投资人之间的利益平衡要求。

政策持续完善明确鼓励

定向可转债是指上市公司向特定对

象发行的,在一定期限内依据约定条件可以转换为该上市公司股票的公司债券。根据发行目的,定向可转债可分为两类:作为支付工具的可转债和作为融资工具的可转债。

作为支付工具的可转债,主要是在并购重组交易中,将向特定交易对手发行的可转债作为上市公司的对价支付工具。近年来,在政策支持下,该类可转债凭借兼具股债特性的优势,逐渐成为上市公司并购重组中支付工具的重要选项。

2023年11月,证监会发布《上市公司向特定对象发行可转换公司债券购买资产规则》,系统规范了定向可转债作为并购重组支付工具的发行条件、定价机制及限售安排等。2024年9月,证监会发布“并购六条”,明确鼓励上市公司综合运用股份、定向可转债、现金等支付工具实施并购重组,增加交易弹性。

“定向可转债可以提供更灵活的交易结构设计空间,上市公司可自行决定全部由定向可转债支付或搭配股份、现金支付。”贺金龙表示,对上市公司而言,可转债不会立即转为股份,这有助于现有股东延缓控制权被稀释的速度。低利率的定向可转债相比其他融资方式成本更低,不会立即消耗大量现金,可缓解现金流压力。

史晓姗认为,定向可转债,在并购重组和战略投资方面,给予了投资者更灵活的收益和退出方式,同时通过锁定期等制度设计,更好地实现业绩承诺。

助力并购市场提升效率

定向可转债的创新特性,从多个维度切实提升了整个并购市场的运行效率,同时实现了市场风险与投资收益的平衡,提升了A股并购市场运行效率。

贺金龙表示,定向可转债提升了并购市场的活力和效率,平衡交易双方风险收益,抑制了过高估值、过高商誉和高业绩兑现承诺等问题,减少因市场波动导致的交易失败,促进了产业整合,置入优质资产,提升公司质量。

东方金诚研究发展部分析师翟恬甜表示,上市公司引入定向可转债作为支付工具,可以减少二级市场股价波动带来的交易不确定性,提高交易韧性和交易效率,在确定转股价格、转股价格修正条款、强制换股等条款后,可以更快促成了交易方案。

“定向可转债兼具股债的特征可以更好平衡交易双方的利益诉求。”翟恬甜称,“对于收购方而言,定向可转债不仅可以缓解现金支付对价的压力,且相对发行新股可以更好推迟、平滑股权稀释节奏,减轻由此带来的股价下跌压力。对于交易对手而言,可转债不仅为其提供了债券的安全性做保障,也使其未来能够共享股价上涨的红利。”

