

# 小小卡片有多大的能量 资本市场会相信“光”吗 靠卖奥特曼卡片的浙企冲击IPO

本报记者 周夏林

春节接近尾声，8岁的金华小朋友小宇特别开心，他收到了舅舅送的新年礼物——一大盒闪闪发光的奥特曼卡牌。

杭州许先生读幼儿园大班的儿子酷爱奥特曼，春节假期在奥特曼卡牌专卖店，他给孩子买了整整两大盒。

今年春节，除了传统的服装、食品、保健品，各式各样的潮玩进入了许多人的年货清单，其中集换式卡牌十分受青少年欢迎，也从侧面印证了国内娱乐消费市场特别是泛娱乐行业的逐步回暖。

而其中最出圈的奥特曼系列卡牌正是来自浙江的企业——卡游。不久前，卡游有限公司正式向港交所递交招股说明书，摩根士丹利、中金公司和摩根大通担任联席保荐人。

一张小小的卡片背后有多大的能量？原本小众的集换式卡牌如何变为大生意？记者走访了几家线下潮玩店一探究竟。



## 小学生手里的社交硬通货

在杭州湖滨in77负一楼，卡游线下直营店里人气很旺，有带着孩子来买卡片的家长，也有年纪稍大、结伴而来的初中生。

店内产品众多，以集换式卡牌为主，也有各种IP授权的玩偶。集换式卡牌简称TCG，意思是需要收集交换的卡牌，随着卡牌产品的不断发展和破圈，已附加上了集邮以及社交属性。据店内负责人介绍，来店里的顾客以8-14岁的青少年为主，最受欢迎的产品仍然是奥特曼系列卡牌。这个诞生于上世纪60年代的经典IP，在当今中小學生中仍然是顶流。

奥特曼卡牌有多火？目前除了杭州三家直营店，几乎每个小学附近的小卖部、文具店还有商场的潮玩店，都摆放着各色奥特曼卡牌包，内含不同卡池的随机卡牌。每张卡牌上印有一个奥特曼系列角色形象，标注有攻击力等不同的数值，还根据稀缺性分为R、SR、SSR等不同等级，其中还有更稀有的“闪卡”，这类卡牌爆率较低，在二手平台上可以卖出高价。

这些集换式卡牌特有的收藏属性和互动玩法，让奥特曼卡牌不仅是一张张卡片，还成为小朋友间的社交货币。在小朋友的世界里，如果你拥有的“SSR”（较为稀有的卡牌）奥特曼越多，那你一定是人群中“最靓的仔”，孩子们都会围着你转。

许先生说：“我儿子叫同学来家裡的必玩项目就是‘英雄对决’（即奥特曼系列卡牌的衍生游戏），拿出他珍藏的奥特曼卡，几个小孩子玩得不亦乐乎。”

## 靠卖“奥特曼”卡牌营收达41亿元

看到这里很多人已经发现，集换式卡牌的本质是“盲盒产品”，想要拥有更多更全的卡，就需要不停地买卡包。

卡游湖滨店店长介绍，卡游旗下产品主要分为玩具和文具两类，售价主要集中在1元~99元。其中，卡游集换式卡牌单件商品的建议零售价在1元~99元。人偶的建议零售价在10元~25元，其他玩具则在5元~70元，文具零售价一般为5元~30元。

记者在店里逛了一圈，发现奥特曼系列卡牌的售价在1元~20元/包不等，也可以“端盒”购买，每盒包数不同，价格在30元~200元，店内最贵的“年度豪华版”礼盒售价则高达1000元。

据灼识咨询资料显示，近几年“奥特曼”系列的爆火加上纸质卡牌的低廉成本，给卡游带来巨额的营收同时，也让卡游在2022年一跃成为国内集换式卡牌领域内的领头羊，并获得红杉资本和腾讯的投资。

招股书显示，集换式卡牌是卡游主要的营收来源，集换式卡牌营收贡献占比始终保持在85%以上，其中2022年总营收41.31亿元中，来自集换式卡牌的收入为39.30亿元。



在奥特曼卡游店内，不少家长带着孩子正在玩卡牌游戏

## 集换式卡牌的灵魂是IP

对于一个依靠IP授权来生产、销售经营业务的公司来说，IP就是产品的灵魂。目前卡游拥有44个IP，包括奥特曼、叶罗丽、卡游三国、斗罗大陆动画、蛋仔派对、火影忍者、名侦探柯南及哈利波特等知名IP，且大多为授权IP。

不过，授权所需费用对卡游的成本并没有太大影响。值得注意的是，2023年卡游的销量明显下滑，前9个月营收仅为19.52亿元，同比下滑约46.6%。同时，其集换式卡牌销量近乎腰斩，同比下滑了49.44%。对此，卡游在招股书中解释说，主要是由于公司有策略地丰富产品组合及IP矩阵，以迎合消费者对更多样化的产品类别及IP内容日益增长的需求。

2018年，卡游引入“奥特曼”IP，这也是迄今为止卡游最成功的产品。至2023年9月30日，卡游基于50余个奥特曼英雄角色，推出共计274个集换式卡牌系列及28个文具系列。从数量上来看，报告期内，奥特曼系列卡牌数量占集换式卡牌系列总数的65%；在卡游天猫旗舰店，销量前十的商品中，奥特曼相关产品占据了6席。但在2023年年初，卡游曾因使用未授权的奥特曼人物形象而被诉侵权，最终败诉。

对于以IP作为核心的集换式卡牌行业而言，拥有并运营好足够的IP是其核心竞争力。目前来看，卡游拥有的绝大部分IP都为授权，协议期限通常介乎一至十年，且该等协议一般不会自动重续，目前主要IP的授权到期时间在2025年至2029年之间。其中，奥特曼2029年到期，叶罗丽2033年到期，斗罗大陆动画和蛋仔派对都是2025年到期。

## 未成年人沉迷或成风险

据灼识咨询数据显示，按商品交易总额计，中国正在快速增长的泛娱乐产品行业规模在2022年达到1297亿元，市场规模预期在2027年达到2304亿元，而集换式卡牌是中国泛娱乐玩具行业增长最快的行业。

面对市场扩张，处于头部的卡游也面临风险和挑。2022年10月，作为世界三大集换式卡牌之一的宝可梦集换式卡牌游戏，正式在中国大陆发售（日本宝可梦公司100%控股且为该系列IP的拥有者），对卡游而言或许将是一个不小的挑战。

对于未来的发展，卡游表示将积极寻求海外扩张。不过，海外市场竞争也必然加剧，作为公司第一大IP的奥特曼授权仍限制在中国大陆，失去“光”的力量，卡游出海之路未必一帆风顺。

此外，卡游还面临着来自舆论的压力。2022年8月，#家长花200万给娃集奥特曼卡没集齐#的话题冲上热搜，巨额消费让网友咋舌的同时，也让卡游意识到消费群体构成可能带来的压力。

近年来，国内对面向未成年人群体销售的盲盒类产品的管理更加严格。2023年6月8日，市场监管总局印发的《盲盒经营行为规范指引（试行）》指出，完善未成年人保护机制，对盲盒销售对象的年龄作严格限制，要求不得向未满8周岁未成年人销售，8周岁以上未成年人应当确认已取得相关监护人同意，同时要求盲盒经营者采取有效措施防止未成年人沉迷。

对此，卡游湖滨店的店长告诉记者，卡游的线下直营店都严格遵守规范，对于前来购买的8周岁以上未成年人要确认取得监护人同意才会进行售卖。