

# 2016-2022年中国二次元行业规模调查及十三五盈利空间评估报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国二次元行业规模调查及十三五盈利空间评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/240181240181.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

二次元指由ACGN（动画、漫画、游戏、小说）组成的二维平面虚拟世界，此外还包括动漫周边、声优、cosplay等衍生产品和活动。然而，ACGN仅仅是二次元的载体，并非所有的ACGN都属于二次元范畴，真正的二次元产品，还需要具有宅、腐、基、萌等特征。

就行业发展阶段而言，二次元行业尚处于成长期。主要原因在于：从时间轴来看，二次元产业发展时间较短，从1991年开始萌芽，且当时产品存主要以“舶来品”为主，进入2000年，国家重视行业培育，二次元产业逐渐步入成长阶段；从产业链看，现阶段整个产业侧重于主要内容生产，而衍生内容未全面挖掘，产业链仍不完善；从细分行业发展看，大部分领域价值尚处于待开发阶段，行业间的融合发展更是仅处于萌芽阶段，其中二次元游戏发展较为成熟，动漫寻找创新路径，侧重行业变现，而二次元音乐、周边产品等新业态仍在培育中。从企业角度，虽BAT等巨头抢占投资布局，但市场仍以众多新兴企业为主，未形成完整的市场格局。

然而，目前二次元行业市场规模不断扩大，产业市场规模已达到1000亿元人民币，5年后将迎来1000亿美元的市场份额。消费需求潜力正在迸发，2015年，核心二次元用户规模已达到5939万人，泛二次元用户规模达1.6亿人，二次元用户总人数近2.19亿，且用户人均每年在二次元文化周边消费1700元，这预示着强大的市场潜力。

细分领域来看，漫画、动画、游戏及衍生领域等均形成了良好的发展态势。2015年，国产动漫迅速发展，喷涌出数部佳作，如《十万个冷笑话》，国产动漫覆盖率超40%，首次超越日漫；二次元手游市场更是迅猛发展，从2014年起步到2015年快速发展，整个市场增速超过150%，达到13.84亿；而周边产品、影游联动、网剧开发等衍生领域都在探索有效途径以实现商业价值。

同时，国家不断加大对二次元产业的扶持力度。从2002年，国家就开始出台一系列政策文件，扶持国内原创动漫，快速提高国产动画数量；到2016年直接提及“二次元”行业的监管，于2016年两会期间，全国政协委员许钦松提出“二次元”世界需要适度监管，尤其是对IP制作，内容制作加大规范。这些举措为二次元行业发展营造了良好的政策环境。

此外，现阶段二次元行业的投资风口已形成，以BAT为代表的互联网行业龙头搅动了这股二次元的投资热潮。随着两大标杆企业阿里和腾讯在2015年下半年纷纷入股国内最大“二次元”社区A站、B站，2015年也贴上了“二次元资本元年”的标签。

《2016-2022年中国二次元行业规模调查及十三五行业规模现状报告》由观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投

资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。(GY xft)

## 【报告大纲】

### 第一章 二次元行业相关概述

#### 1.1 二次元基本概念

##### 1.1.1 起源

##### 1.1.2 概念界定

##### 1.1.3 动画

##### 1.1.4 漫画

##### 1.1.5 游戏

##### 1.1.6 轻小说

#### 1.2 相关概念介绍

##### 1.2.1 VR

##### 1.2.2 AR

#### 1.3 产业链分析

##### 1.3.1 产业链结构

##### 1.3.2 产业链上游

##### 1.3.3 产业链下游

### 第二章 2013-2015年国外二次元行业发展分析及经验借鉴

#### 2.1 日本

##### 2.1.1 产业地位

##### 2.1.2 产业规模

##### 2.1.3 产业优势

##### 2.1.4 Live娱乐介绍

#### 2.2 美国

##### 2.2.1 动漫产业发展

##### 2.2.2 游戏产业发展

##### 2.2.3 二次元IP特征

#### 2.3 韩国

##### 2.3.1 动漫产业发展

##### 2.3.2 游戏产业发展

##### 2.3.3 产业发展模式

##### 2.3.4 发展经验借鉴

#### 2.4 国外二次元行业发展借鉴

##### 2.4.1 市场定位借鉴

#### 2.4.2 表现形式多样化

#### 2.4.3 重视周边产业发展

### 第三章 2013-2015年中国二次元行业发展环境PEST分析

#### 3.1 政策环境 ( Political )

##### 3.1.1 支持原创动漫

##### 3.1.2 监管提上日程

##### 3.1.3 扶持国产动画

#### 3.2 经济环境 ( Economic )

##### 3.2.1 国际经济发展形势

##### 1.1.1 中国经济运行现状

##### 1.1.2 经济发展趋势分析

##### 3.2.2 资本利好条件

#### 3.3 社会环境 ( Social )

##### 3.3.1 流量饱和

##### 3.3.2 IP受重视

##### 3.3.3 用户群体成熟化

##### 3.3.4 重视精神文化消费

#### 3.4 技术环境 ( Technological )

##### 3.4.1 移动互联网

##### 3.4.2 AR技术

##### 3.4.3 VR技术

### 第四章 2013-2015年中国二次元行业发展综合分析

#### 4.1 中国二次元行业发展综述

##### 4.1.1 发展历程

##### 4.1.2 发展阶段

##### 4.1.3 行业发展转变

#### 4.2 2013-2015年中国二次元行业发展现状分析

##### 4.2.1 行业发展态势

##### 4.2.2 时尚界介入

##### 4.2.3 娱乐圈的参与

##### 4.2.4 国风二次元初现

#### 4.3 中国二次元行业用户群体分析

##### 4.3.1 用户群体

##### 4.3.2 用户规模

##### 4.3.3 用户基本特征

#### 4.3.4 用户行为特征

#### 4.3.5 用户游戏行为

#### 4.3.6 用户消费情况

### 4.4 中国二次元行业商业模式分析

#### 4.4.1 商业模式类型

#### 4.4.2 主流商业模式

#### 4.4.3 平台端商业模式

#### 4.4.4 内容端商业模式

#### 4.4.5 电商商业模式

#### 4.4.6 总结分析

### 4.5 中国二次元行业盈利模式探索

#### 4.5.1 盈利模式现状

#### 4.5.2 盈利途径挖掘

#### 4.5.3 周边经济效应

#### 4.5.4 典型案例

### 4.6 中国二次元行业典型产品盘点

#### 4.6.1 原创类

#### 4.6.2 视频渠道类

#### 4.6.3 漫画渠道类

#### 4.6.4 交友类

#### 4.6.5 电商类

#### 4.6.6 产品分析

### 4.7 中国二次元行业发展存在的主要问题

#### 4.7.1 用户群体小众化

#### 4.7.2 商业模式不成熟

#### 4.7.3 产品质量问题

#### 4.7.4 版权困境问题

### 4.8 中国二次元行业发展对策分析

#### 4.8.1 加强监管力度

#### 4.8.2 生产原创内容

#### 4.8.3 购买正版产品

## 第五章 2013-2015年中国二次元手游行业现状分析

### 5.1 中国手游行业发展综述

#### 5.1.1 行业发展历程

#### 5.1.2 行业发展现状

### 5.1.3 用户消费行为

### 5.1.4 行业发展存在问题

### 5.1.5 行业发展对策

## 5.2 中国二次元手游行业发展综述

### 5.2.1 发展概况

### 5.2.2 发展阶段

### 5.2.3 发展趋势

### 5.2.4 发展前景

## 5.3 2013-2015年中国二次元手游市场发展状况

### 5.3.1 市场规模

### 5.3.2 市场现状

### 5.3.3 产品介绍

### 5.3.4 产品运营

## 5.4 中国二次元手游行业发展存在的问题及对策

### 5.4.1 存在问题

### 5.4.2 发展对策

### 5.4.3 突破建议

## 第六章 2013-2015年中国影视动画行业全面解析

### 6.1 中国影视动画行业发展综述

#### 6.1.1 发展概况

#### 6.1.2 发展特征

#### 6.1.3 发展动因

### 6.2 2013-2015年中国电视动画片市场发展状况

#### 6.2.1 发展现状

#### 6.2.2 发展态势

#### 6.2.3 进出口情况

#### 6.2.4 制作备案情况

### 6.3 2013-2015年中国电影动画片市场发展状况

#### 6.3.1 发展现状

#### 6.3.2 市场规模

#### 6.3.3 产品介绍

#### 6.3.4 进出口情况

### 6.4 中国影视动画行业发展存在的主要问题及对策

#### 6.4.1 产品弊端

#### 6.4.2 制作营销难度

#### 6.4.3 市场定位难度

#### 6.4.4 发展策略

### 第七章 2013-2015年中国虚拟现实行业发展分析

#### 7.1 虚拟现实行业发展综述

##### 7.1.1 发展历程

##### 7.1.2 产业链分析

##### 7.1.3 产业政策

##### 7.1.4 发展趋势

#### 7.2 2013-2015年中国虚拟现实市场发展状况

##### 7.2.1 市场主体

##### 7.2.2 市场状况

##### 7.2.3 企业布局

##### 7.2.4 商业模式

##### 7.2.5 产品介绍

#### 7.3 中国虚拟现实技术存在的主要问题及对策

##### 7.3.1 硬件交互及体验待提升

##### 7.3.2 内容制作成本高

##### 7.3.3 适用场景未充分开拓

##### 7.3.4 行业缺乏统一标准

##### 7.3.5 行业健康发展对策

### 第八章 2013-2015年中国二次元行业其他细分领域发展分析

#### 8.1 弹幕视频

##### 8.1.1 发展起源

##### 8.1.2 产业链分析

##### 8.1.3 市场现状

##### 8.1.4 未来发展

#### 8.2 二次元音乐

##### 8.2.1 引进游戏音乐会

##### 8.2.2 游戏音乐发展现状

##### 8.2.3 问题及对策

##### 8.2.4 发展方向

#### 8.3 二次元电商

##### 8.3.1 行业概述

##### 8.3.2 市场需求

##### 8.3.3 市场定位



#### 8.3.4 市场现状

#### 8.3.5 存在问题

#### 8.3.6 未来方向

### 第九章 2013-2015年国内企业在二次元市场的布局

#### 9.1 BAT的入局

##### 9.1.1 百度

##### 9.1.2 阿里

##### 9.1.3 腾讯

#### 9.2 平台端企业的市场布局

##### 9.2.1 A站

##### 9.2.2 B站

#### 9.3 内容端企业的市场布局

##### 9.3.1 奥飞动漫

##### 9.3.2 有妖气

##### 9.3.3 两点十分

##### 9.3.4 次元文化

#### 9.4 O2O企业的市场参与

##### 9.4.1 小麦公社

##### 9.4.2 可米虹

##### 9.4.3 神奇百货

#### 9.5 跨界企业的市场布局

##### 9.5.1 苏宁环球

##### 9.5.2 皇氏集团

##### 9.5.3 东方网络

##### 9.5.4 小米

##### 9.5.5 永和豆浆

### 第十章 2013-2015年中国二次元行业重点企业发展分析

#### 10.1 Bilibili ( B站 )

##### 10.1.1 企业发展概况

##### 10.1.2 商业模式

##### 10.1.3 业务发展

#### 10.2 AcFun ( A站 )

##### 10.2.1 企业发展概况

##### 10.2.2 融资情况

##### 10.2.3 业务发展

### 10.3 广东奥飞动漫文化股份有限公司

#### 10.3.1 企业发展概况

#### 10.3.2 商业模式

#### 10.3.3 战略合作

### 10.4 珠海布卡科技有限公司（布卡漫画）

#### 10.4.1 企业发展概况

#### 10.4.2 盈利模式

#### 10.4.3 业务发展

### 10.5 北京青青树动漫科技有限公司（青青树）

#### 10.5.1 企业发展概况

#### 10.5.2 商业模式

#### 10.5.3 融资情况

### 10.6 有妖气原创漫画梦工厂（有妖气）

#### 10.6.1 企业发展概况

#### 10.6.2 商业模式

#### 10.6.3 发展动态

### 10.7 漫风网络科技有限公司（上海）有限公司（漫风游戏）

#### 10.7.1 企业发展概况

#### 10.7.2 商业模式

### 10.8 武汉斗鱼网络科技有限公司（斗鱼TV）

#### 10.8.1 企业发展概况

#### 10.8.2 商业模式

#### 10.8.3 融资情况

### 10.9 SF互动传媒网（SF）

#### 10.9.1 企业发展概况

#### 10.9.2 商业模式

#### 10.9.3 业务发展

## 第十一章 中国二次元行业投融资状况及前景趋势分析

### 11.1 2013-2015年中国二次元行业投融资状况

#### 11.1.1 总体情况

#### 11.1.2 投资主体

#### 11.1.3 投资方向

#### 11.1.4 投融资动态

### 11.2 二次元行业细分领域投资潜力分析

#### 11.2.1 二次元手游

11.2.2 二次元剧

11.2.3 周边市场

11.2.4 VR领域

11.3 二次元行业发展趋势分析

11.3.1 产业业态趋势

11.3.2 市场定位趋势

11.3.3 用户锁定态势

11.3.4 三次元融合趋势

11.3.5 影游联动趋势

11.3.6 次元文化破壁趋势

11.4 2016-2022年二次元行业预测分析

11.4.1 2016-2022年二次元行业规模预测

11.4.2 2016-2022年二次元手游行业规模预测

11.4.3 2016-2022年影视动画行业规模预测

11.4.4 2016-2022年虚拟现实行业规模预测

图表目录 图表 二次元涵盖内容

图表 二次元行业的产业链

图表 日本Live娱乐方式

图表 2014年ACG界Live娱乐市场份额

图表 2014年日本Live娱乐的狭义市场规模

图表 2014年动画音乐会市场

图表 2014年动画活动市场

图表 2.5次元音乐剧发展历程

图表 2014年ACG界Live直播市场

图表 2014年动画博物馆&#8226;关联展示会市场

图表 美国动漫产业运营模式

图表 韩国市场总体规模及增长率变化走势图

图表 2014年韩国游戏产业分类占比情况

图表 最常使用的游戏类型占比情况

图表 韩国动漫产业链

图表 国内外PGC环节的对比

图表 动漫产业的支持政策

图表 2005-2015年相关部门关于禁播的动态

图表 2013-2014年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2005-2014年全国粮食产量

- 图表 2013-2014年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表 2013-2014年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表 2013-2014年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表 2013-2014年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表 2013-2014年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）
- 图表 2011-2015年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2011-2015年三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2015年年末人口数及其构成
- 图表 2011-2015年城镇新增就业人数
- 图表 2011-2015年全员劳动生产率
- 图表 2015年居民消费价格月度涨跌幅度
- 图表 2015年居民消费价格比上2014年涨跌幅度
- 图表 2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况
- 图表 2011-2015年全国一般公共预算收入
- 图表 2011-2015年粮食产量
- 图表 2011-2015年全部工业增加值及其增长速度
- 图表 2011-2015年全社会固定资产投资
- 图表 2011-2015年社会消费品零售总额
- 图表 2011-2015年货物进出口总额
- 图表 二次元行业发展生命周期
- 图表 二次元行业发展现状
- 图表 二次元行业细分领域的发展
- 图表 二次元行业发展新态势
- 图表 明星们参与二次元情况
- 图表 2013-2017年中国二次元用户规模及增长率
- 图表 2015年中国二次元用户的年龄分布
- 图表 2015年中国二次元用户职业分布
- 图表 2015年中国二次元用户的地区分布Top10省份
- 图表 2015年中国二次元用户的地区分布（Top10城市）
- 图表 90后用户在几个行业消费比重
- 图表 2015年动漫用户与影视综艺用户重合度
- 图表 2015年中国二次元用户的属性
- 图表 2015年中国二次元用户主要的上网行为
- 图表 2015年中国二次元用户初次接触阶段
- 图表 2015年中国二次元用户经常看的作品

- 图表 2015年中国二次元用户经常看的作品类型
- 图表 2015年中国二次元用户喜欢的背景设定
- 图表 2015年中国二次元用户最近一年看新番的数量
- 图表 2015年中国二次元用户创作的作品类型
- 图表 2015年中国二次元用户参加的线下活动类型
- 图表 2015年中国二次元用户对国产动漫的态度
- 图表 2015年中国二次元用户认为国产动漫的不足之处
- 图表 2015年中国二次元用户每天玩游戏的时长
- 图表 2015年中国二次元用户玩游戏的类型
- 图表 2015年中国二次元用户在游戏上的消费内容
- 图表 二次元用户的消费情况
- 图表 2015年中国二次元用户在ACG上的消费类型
- 图表 2015年中国二次元用户最近一年购买ACG产品的主要渠道
- 图表 从两个角度看二次元商业模式
- 图表 《十万个冷笑话》商业模式
- 图表 二次元行业广告营销方式优势分析
- 图表 2015年中国二次元用户玩游戏的比例
- 图表 《十万个冷笑话》的IP衍生价值
- 图表 《秦时明月》的IP衍生价值
- 图表 手游行业发展历程
- 图表 国内二次元手游分类
- 图表 不同类型的二次元手游主要概况
- 图表 垂直渠道与传统渠道的对比
- 图表 渠道的多元化
- 图表 二次元手游发展历程
- 图表 2014-2017年中国二次元用户规模及增长率
- 图表 中国二次元用户游戏付费率
- 图表 二次元手游企业未来发展方向
- 图表 2014-2017年中国二次元手游市场规模及增长率
- 图表 2015年中国二次元用户在游戏上的消费内容
- 图表 2015年二次元游戏精品产品
- 图表 二次元手游的用户特性
- 图表 二次元手游的定制化推广
- 图表 二次元手游典型运营手法
- 图表 二次元手游产品运营考虑重点

- 图表 2015年动画电影各题材票房统计
- 图表 2015年动画电影各题材部数统计
- 图表 2012-2015年国产电视动画片题材报备数量对比
- 图表 2012-2015年国产电视动画备案情况
- 图表 2016年全国国产电视动画片备案情况
- 图表 2012-2015年国产动画电影内地上映情况
- 图表 虚拟现实发展历程
- 图表 虚拟现实产业链全景图
- 图表 国内虚拟现实企业产业链布局
- 图表 虚拟现实商业模式
- 图表 中国弹幕视频网站产业链分析
- 图表 2015年第2季度中国弹幕内容消费者年龄分布
- 图表 二次元电商市场格局
- 图表 二次元消费用户分类
- 图表 二次元电商的市场定位
- 图表 二次元电商投融资情况
- 图表 BAT在二次元行业的布局情况
- 图表 AcFun的商业模式
- 图表 可米虹的业务布局
- 图表 Bilibili发展时间轴
- 图表 Bilibili的融资情况
- 图表 Bilibili的商业模式
- 图表 AcFun发展时间轴
- 图表 AcFun的融资情况
- 图表 奥飞动漫企业商业模式
- 图表 布卡漫画的发展历程
- 图表 布卡漫画的盈利模式
- 图表 青青树的业务布局
- 图表 有妖气的业务布局
- 图表 SF互动传媒的业务板块
- 图表 2013-2015年二次元领域内容创作公司投资并购案例
- 图表 2014-2015年二次元平台型投资案例
- 图表 2013-2015年二次元产业公司案例
- 图表 十大国产优秀IP改编的动漫
- 图表 国内十大动画制作的投资

图表 二次元产业业态未来发展趋势

图表 二次元与三次元融合趋势

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/youxi/240181240181.html>