

2018年中国互联网二次元文化行业析报告- 市场运营态势与发展前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国互联网二次元文化行业析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/wentibangong/346662346662.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

（一）影响行业发展的有利和不利因素 1、行业的有利因素

（1）国家出台多项政策驱动产业繁荣发展

国家高度重视文化产业发展，近年来出台了多项扶持产业发展政策，鼓励技术进步、文化出口，并为行业创造了良好的政策环境和投融资环境，促进了行业的不断发展与持续繁荣。根据国家“十二五”发展规划纲要，国家要推动文化产业成为国民经济支柱性产业，逐步落实文化“走出去”战略，提升国家软实力。《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》中也明确提出大力发展数字出版、互动新媒体、移动多媒体等新兴文化产业，促进动漫、网络游戏、数字音乐、网络艺术品等数字文化内容的消费。而在新闻出版总署发布的《新闻出版业“十二五”时期发展规划》也指出，以原创创意为重点，快速提高国产动漫出版产品的数量和质量，加速发展动漫游戏出版产业。文化部2017年4月基于《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》而提出的“关于推动数字文化产业创新发展的指导意见”中更是进一步明确指出要“着力发展数字文化产业重点领域”、“推动动漫产业提质升级……促进动漫与文学、游戏、影视、音乐等内容形式交叉融合，发展动漫品牌授权和形象营销，与相关产业融合发展，延伸动漫产业链和价值链。”受国家政策指引，各地政府积极推动文化创意产业发展，创建文化创意产业基地，文化产业迎来了前所未有的发展良机。互联网文化行业作为文化产业的重要分支，对推动我国文化产业的发展，促进我国精神文明建设同时也为我国经济发展做出了重要贡献，将在企业布局、资金支持、配套建设、政策扶持等多方面得到更多的政策支持，行业发展前景一片向好。

（2）互联网行业快速发展为产业发展奠定基础

根据数据显示，截至2017年6月，我国网民规模达7.51亿，其中，手机网民规模达7.24亿，占比96.3%。网民规模逐年增长主要得益于我国互联网普及率的进一步提升。随着我国互联网行业“十二五”发展规划的推出，网络基础设施的优化升级，加速了网络接入的宽带化建设，3G、4G网络的大规模基础建设的完成，技术的覆盖范围和质量均进一步提升，大大提升了用户体验。此外，移动互联网技术的发展逐步成熟，智能终端普及率逐年提高，移动硬件设备的不断发展和高速网络基础设施的不断完善，带动了网民上网设备进一步向移动端集中，移动端的流量的持续增长。互联网和移动互联网的深度普及推动了ACGN的传播和发展，加快了二次元文化的渗透，同时规模庞大的网民也为二次元文化在我国的传播、发展奠定了强有力的用户基础。

(3) 用户付费意愿的提升为行业发展提供保障

随着国内互联网用户规模的增长，付费用户规模也呈现快速增长的态势，以移动游戏为例，据《2014-2015 年中国手机游戏用户调研报告》，截至2015 年6 月，我国使用手机上网玩游戏用户规模达到2.67亿，46.6%的用户曾为游戏付费，而这一比例在2014年仅为28%；《2016 年中国游戏产业报告》中对付费用户数据进一步更新，根据该报告，2016 年中国游戏用户规模达到5.66 亿人，其中有接近四分之三的用户在游戏内进行了付费，用户付费意愿大幅提升。

用户收入水平的提升、新一代移动通信技术的发展、内容品质的不断提升以及网络支付手段的日益丰富共同推动了用户付费接受度的进一步提高。此外，移动支付的便捷性、安全性、稳定性的改善和提高也降低了用户付费的心理障碍，网络消费将转化为互联网用户的一种日常消费习惯，付费用户的规模增长及良好的付费意愿将成为行业发展的重要推动力。

(4) 小众文化向主流文化的转变成为了行业发展的推动力

二次元文化行业在我国起步较晚，近年来，随着互联网、移动互联网的普及和国家政策支持，“二次元”以及“二次元文化”已经逐渐被越来越多的人了解和熟知，核心用户群体逐渐成熟，并开始对周围人群形成影响，形成广泛的泛二次元用户群体，根据数据，截至2015 年我国泛二次元用户为7,038 万人，预计到2016 年该数据将达到10,103 万人，泛二次元用户比例占我国人口总量比重逐年增大。与此同时，二次元用户群体也具备了相当的组织性和集聚性，出现了专业性的二次元网站、主题论坛等用户交流平台，用户通过互联网为主要载体形成了完善与广泛的评价和判断机制。二次元文化已从人们印象中的“小众文化”逐步转变成成为社会的主流文化之一。与此同时，二次元文化产业也在持续前进，产品类型不断创新及多元化、行业相关厂商的运营成熟化，都加快了二次元文化的渗透，推动了产业的进一步发展。

2、行业的不利因素

行业的不利因素

行业的不利因素

专业性人才缺乏，人工成本持续上涨

二次元文化行业涉及创意策划、软件开发、市场运营和用户管理等诸多专业领域，需要一大批拥有策划、编程、美术、市场营销等专业技术知识的综合性人才。而在国内，二次元文化行业仍然是一个新兴行业，国内尚未完全形成专门化、系统化的技术人才培养体系，若通过企业内部培养，则周期较长且难度较高，造成了业内人才缺乏的情况，高水平人才匮乏将成

为行业的快速成长的瓶颈。此外，随着物价水平的提高，劳动力成本也持续上扬，对行业发展形成了一定的成本压力。

产品同质化现象严重，影响用户付费率

国内移动游戏产品数量众多，部分游戏开发商缺乏创新动力或创新能力不足，游戏类型、玩法、题材跟风现象严重，导致市场上充斥大量同质化产品。不正当的竞争手段打击了拥有真正具备创新性产品的企业，过多的同质化产品导致市场供过于求，产品对玩家的吸引力下降，新用户增速下滑，影响了用户付费难度，降低行业利润率，对行业的整体盈利能力产生不利影响。

法规和管理体制尚不完善

尽管国家为鼓励行业推广出台了一系列的扶持政策，然而由于二次元行业属于近年来发展的新鲜事物，相关配套法律、管理体制尚在不断完善过程中，部分审查机制细化程度不够，导致行业内存在违规经营等行为，不仅部分企业难以得到周全的法律保护，同时损害了行业形象。

过度依赖单一收入来源，变现渠道较少

国内的二次元行业盈利渠道仍过于单一，较为普遍的是通过游戏收入变现。然而，受技术水平和市场情况影响，游戏产品不一定能如愿获得用户青睐。

资料来源：公开资料整理

（二）行业与上下游行业的关系

图：行业与上下游行业

资料来源：互联网

1、上游行业的发展对行业的影响 主要产品均依托于互联网行业，互联网行业上游主要包括开发设备供应商、服务器提供商、宽带通信运营商、媒体行业以及支付服务商等等。其中，软件行业主要包括游戏开发软件、办公软件开发商；硬件设备供应商主要包括计算机、服务器制造商；媒体行业主要为运营推广服务的提供商；支付服务行业主要包括线上支付平台等。上游企业的发展改善了互联网通信质量，提高了互联网产品的开发技术和品质，提升了用户体验，促进了市场繁荣。

2、下游行业的发展对行业的影响

行业在整体上不存在下游行业。互联网技术、移动终端技术的发展、移动终端用户数量的持续增长以及个人付费意愿的提升促进了行业的稳步发展。（GYWWJP） 观研天下发布的《2018年中国互联网二次元文化行业析报告-市场运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国互联网二次元文化行业发展概述

第一节 互联网二次元文化行业发展情况概述

- 一、互联网二次元文化行业相关定义
- 二、互联网二次元文化行业基本情况介绍
- 三、互联网二次元文化行业发展特点分析

第二节 中国互联网二次元文化行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、互联网二次元文化行业产业链条分析
- 三、中国互联网二次元文化行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国互联网二次元文化行业生命周期分析

- 一、互联网二次元文化行业生命周期理论概述
- 二、互联网二次元文化行业所属的生命周期分析

第四节 互联网二次元文化行业经济指标分析

- 一、互联网二次元文化行业的赢利性分析
- 二、互联网二次元文化行业的经济周期分析

三、互联网二次元文化行业附加值的提升空间分析

第五节 国中互联网二次元文化行业进入壁垒分析

- 一、互联网二次元文化行业资金壁垒分析
- 二、互联网二次元文化行业技术壁垒分析
- 三、互联网二次元文化行业人才壁垒分析
- 四、互联网二次元文化行业品牌壁垒分析
- 五、互联网二次元文化行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球互联网二次元文化行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网二次元文化行业发展历程回顾

第二节 全球互联网二次元文化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网二次元文化行业地区市场分析

- 一、亚洲互联网二次元文化行业市场现状分析
- 二、亚洲互联网二次元文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲互联网二次元文化行业市场前景分析

第四节 北美互联网二次元文化行业地区市场分析

- 一、北美互联网二次元文化行业市场现状分析
- 二、北美互联网二次元文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美互联网二次元文化行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网二次元文化行业地区市场分析

- 一、欧盟互联网二次元文化行业市场现状分析
- 二、欧盟互联网二次元文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟互联网二次元文化行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网二次元文化行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网二次元文化行业市场规模预测

第三章 中国互联网二次元文化产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品互联网二次元文化总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互联网二次元文化行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国互联网二次元文化产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国互联网二次元文化行业运行情况

第一节 中国互联网二次元文化行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网二次元文化行业市场规模分析

第三节 中国互联网二次元文化行业供应情况分析

第四节 中国互联网二次元文化行业需求情况分析

第五节 中国互联网二次元文化行业供需平衡分析

第六节 中国互联网二次元文化行业发展趋势分析

第五章 中国互联网二次元文化所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网二次元文化所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网二次元文化所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国互联网二次元文化所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国互联网二次元文化市场格局分析

第一节 中国互联网二次元文化行业竞争现状分析

一、中国互联网二次元文化行业竞争情况分析

二、中国互联网二次元文化行业主要品牌分析

第二节 中国互联网二次元文化行业集中度分析

一、中国互联网二次元文化行业市场集中度分析

二、中国互联网二次元文化行业企业集中度分析

第三节 中国互联网二次元文化行业存在的问题

第四节 中国互联网二次元文化行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网二次元文化行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国互联网二次元文化行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网二次元文化行业消费特点

第二节 中国互联网二次元文化行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 互联网二次元文化行业成本分析

第四节 互联网二次元文化行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国互联网二次元文化行业价格现状分析

第六节 中国互联网二次元文化行业平均价格走势预测

一、中国互联网二次元文化行业价格影响因素

二、中国互联网二次元文化行业平均价格走势预测

三、中国互联网二次元文化行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国互联网二次元文化行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网二次元文化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网二次元文化市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区互联网二次元文化市场规模分析

四、华东地区互联网二次元文化市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区互联网二次元文化市场规模分析

四、华中地区互联网二次元文化市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区互联网二次元文化市场规模分析

第九章 2016-2018年中国互联网二次元文化行业竞争情况

第一节 中国互联网二次元文化行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国互联网二次元文化行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国互联网二次元文化行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 互联网二次元文化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互联网二次元文化行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网二次元文化行业未来发展前景分析

一、互联网二次元文化行业国内投资环境分析

二、中国互联网二次元文化行业市场机会分析

三、中国互联网二次元文化行业投资增速预测

第二节 中国互联网二次元文化行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网二次元文化行业市场发展预测

一、中国互联网二次元文化行业市场规模预测

二、中国互联网二次元文化行业市场规模增速预测

三、中国互联网二次元文化行业产值规模预测

四、中国互联网二次元文化行业产值增速预测

五、中国互联网二次元文化行业供需情况预测

第四节 中国互联网二次元文化行业盈利走势预测

一、中国互联网二次元文化行业毛利润同比增速预测

二、中国互联网二次元文化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网二次元文化行业投资风险与营销分析

第一节 互联网二次元文化行业投资风险分析

- 一、互联网二次元文化行业政策风险分析
- 二、互联网二次元文化行业技术风险分析
- 三、互联网二次元文化行业竞争风险分析
- 四、互联网二次元文化行业其他风险分析

第二节 互联网二次元文化行业企业经营发展分析及建议

- 一、互联网二次元文化行业经营模式
- 二、互联网二次元文化行业销售模式
- 三、互联网二次元文化行业创新方向

第三节 互联网二次元文化行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互联网二次元文化行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网二次元文化行业品牌战略分析

- 一、互联网二次元文化企业品牌的重要性
- 二、互联网二次元文化企业实施品牌战略的意义
- 三、互联网二次元文化企业品牌的现状分析
- 四、互联网二次元文化企业的品牌战略
- 五、互联网二次元文化品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网二次元文化行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国互联网二次元文化行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国互联网二次元文化行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网二次元文化行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国互联网二次元文化行业定价策略分析

第三节 中国互联网二次元文化行业营销渠道策略

一、互联网二次元文化行业渠道选择策略

二、互联网二次元文化行业营销策略

第四节 中国互联网二次元文化行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国互联网二次元文化行业重点投资区域分析

二、中国互联网二次元文化行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/346662346662.html>