

中国IP食品行业现状深度研究与未来投资分析报告（2025-2032年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国IP食品行业现状深度研究与未来投资分析报告（2025-2032年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/769875.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

IP食品是将知识产权（IP）的文化元素与食品产业深度融合的产品形态，通过提炼IP的形象、故事或情感符号，融入食品的包装设计、口味研发、营销传播等环节，以情感价值和文化认同提升产品竞争力。

产业链来看，IP食品行业产业链上游主要包括动漫、游戏、影视、文学等领域IP的创作与授权，以及坚果、可可豆、乳制品、食用油等食品原材料、包装材料、相关设备等；中游为IP食品生产厂商；下游包括电商平台、商场超市、专卖店、便利店、主题快闪店等销售渠道，终端为消费者，18-38岁的年轻人是主要消费群体，尤其以Z世代为核心主力。

资料来源：公开资料、观研天下整理

全球市场来看，随着全球经济的整体复苏，全球IP食品市场规模持续高速增长。数据显示，2024年全球IP食品市场规模为3765亿元，其中北美是全球最大的市场，占据47.33%的市场份额；其次是日韩，占19.07%；中国占9.40%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

国内市场来看，与日韩、北美等成熟市场相比，我国IP食品市场虽起步较晚，但近年来在消费者追求情感价值与文化内涵的新需求驱动下，正展现出强劲的增长势头。2024年我国IP食品市场规模增长至354亿元，其中IP趣玩食品115亿元，占32.49%；普通IP食品规模239亿元，占67.51%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

合作事件来看，2025年上半年“IP+食品”的合作涉及74个品牌，在7月-10月期间有152起IP联名合作，涉及的食品品牌类型有，新茶饮、连锁快餐、零食/甜点、饮品、餐饮、便利店、肉类、速食，“IP+食品”的合作事件分别为68起、31起、20起、19起、10起、2起、1起、1起。

数据来源：公开资料、观研天下整理

主要企业来看，我国IP食品行业主要存在国际企业、国内企业之间的竞争，市场呈现出国际巨头领先、国内龙头崛起、众多企业纷纷布局的竞争格局，国内IP食品行业主要参与企业包括金添动漫、三只松鼠、良品铺子、泡泡玛特、奥飞娱乐等。

我国IP食品市场主要参与企业（国际厂商）企业简称 企业IP食品发展 百事公司 作为百事旗下的12年长效IP，“把乐带回家”在每年春节如约而至，将年轻文化与表达注入传统新春文化，在这个“家文化”色彩浓重的节日里点燃人们对阖家欢乐的渴望。打开百事，碰杯互道一句“祝你百事可乐”，也成为年夜饭桌上不可或缺的仪式感之一。百事更深一步探索传统年俗文化，希望带给国人独属于春节欢聚的情绪价值和仪式感，百事新春瑞兽主题罐随之启用，从传统文化中象征祥瑞的瑞兽中汲取灵感，以金狮、喜鹊、锦鲤打造罐身设计，而作为百事核心产品的百事可乐无糖则开启生肖罐“人设”，推出限定玉兔罐。 玛氏 玛氏公司，这有着悠久历史的食品行业巨头，其发展历程犹如一部精彩的商业传奇。近期，MMs完成了品牌升级，从电视广告、社交媒体到包装、店内展示，全面为经典M豆IP形象换装。此次品牌升级，延续经典M豆“小丑般的机智和幽默”主题，将6个代表不同人设的M豆IP形象全面更新。旨在通过IP形象连接全世界的受众，传递出一个更加具有归属感和包容性的世界。

亿滋国际 亿滋国际作为全球领先的零食巨头，与迪士尼建立了长期深度的全球战略合作关系。作为奥利奥母公司的亿滋，也有意以奥利奥这一热门IP为切入打开中国烘焙市场。在IP营销上，此前亿滋就进行过将奥利奥IP与烘焙食品联名的尝试，于2017年推出过奥利奥限定月饼，2020年奥利奥和好利来携手推出过限定奥利奥半熟芝士等系列，在渠道渗透上，亿滋在中国的饼干业务占据了25%的市场份额；在生产方面，官方资料显示，亿滋食品（北京）有限公司拥有全球产能最大的奥利奥生产线。 迪士尼 迪士尼最初来自于美国，是一个国际化的娱乐品牌。迪士尼IP与国内零食品牌合作推出的米奇、唐老鸭等卡通形象的饼干、巧克力等，深受消费者喜爱。

资料来源：公开资料、观研天下整理

我国IP食品市场主要参与企业（国内厂商）企业简称 企业IP食品发展 金添动漫 金添动漫是国内最大的IP趣玩食品企业，也是中国IP趣玩食品行业的开创者及领导者，专注于提供充满乐趣且美味健康的IP趣玩食品。金添动漫的产品通常以零食为热门IP元素的载体，特别举例印有奥特曼形象的蛋形定制包装、能够循环用做笔筒或收纳罐的蜡笔小新食品容器、哪吒之魔童闹海贴纸、可搜集柯南收藏卡、三丽鸥徽章。 三只松鼠 三只松鼠拆解传统科层制，转型为“品销合一 鄂 詹龔 譚 公悅 纄 牆 髮酷偓 Ö 内容化”模式。由于松鼠和坚果产品的强联想关联，加上动漫萌宠形象赋予品牌温度，三只松鼠的IP形象迅速深入人心。 良品铺子 良品铺子与国民级IP《全职高手》达成合作，市场反响热烈，以「良品集结，荣耀加冕」为主题，联动效应显著。官宣后品牌曝光量与电商互动数据大幅提升，成功引爆粉丝关注。双方围绕电竞主题与角色设定，共同推出多款联名定制零食礼盒，内含限定包装的坚果、肉脯、饼干等明星产品，巧妙融入角色立绘、经典台词和高光剧情元素，真正实现“良品集结”。礼盒更随附限定周边如徽章、镭射票、亚克力牌等，精准契合“吃货+粉丝”双重身份受众的消费动机，强化「零食与热爱同在」的情感共鸣。此次联名不仅借IP内容深化了零食产品的场景体验感，更以助力良品铺子有效触达Z世代及二次元群体，实现品牌年轻化与跨圈层传播的巨大突破。 泡泡玛 以IP为核心的集团化是泡

泡泡玛特的核心战略之一，泡泡玛特正在积极探索积木、毛绒、甜点、珠宝等诸多创意表达与全新业态。随着国际化战略的不断深入，泡泡玛特旗下IP的全球影响力也在逐步提升。2025年9月，泡泡玛特打造的“甜知所愿”主题展区。MOLLY、DIM00等经典IP化身甜品元素，观众不仅能拍照打卡，还能品尝到星星人雪糕、SKULLPANDA饼干、THE MONSTERS曲奇等限定联名甜品，不少年轻人举着手机边拍边感叹“舍不得吃”。奥飞娱乐手握诸多经典IP富矿的奥飞，正在找到路径，用“情怀+创新”为用户和IP粉丝重塑体验，进而重塑自己，在情绪价值崛起的新世代，重返文创赛道领先者身份。奥飞用“IP+生活方式”构建崭新的潮流消费场景。当这个解法贯彻至MieMiePOP，是奥飞团队针对潮流街区属性重构更广阔的IP陪伴场景，与用户共创双向的情感沟通。

资料来源：公开资料、观研天下整理（xyl）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国IP食品行业现状深度研究与未来投资分析报告（2025-2032年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 IP食品 行业发展概述

第一节 IP食品 行业发展情况概述

一、 IP食品 行业相关定义

二、 IP食品 特点分析

三、 IP食品 行业基本情况介绍

四、 IP食品 行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、IP食品	行业需求主体分析
第二节 中国 IP食品	行业生命周期分析
一、IP食品	行业生命周期理论概述
二、IP食品	行业所属的生命周期分析
第三节 IP食品	行业经济指标分析
一、IP食品	行业的赢利性分析
二、IP食品	行业的经济周期分析
三、IP食品	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国 IP食品	行业监管分析
第一节 中国 IP食品	行业监管制度分析
一、行业主要监管体制	
二、行业准入制度	
第二节 中国 IP食品	行业政策法规
一、行业主要政策法规	
二、主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对 IP食品	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】	
第三章 2020-2024年中国 IP食品	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对 IP食品	行业的影响分析
一、中国宏观经济环境	
二、中国宏观经济环境对 IP食品	行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对 IP食品	行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对 IP食品	行业的影响分析
第四节 中国 IP食品	行业投资环境分析
第五节 中国 IP食品	行业技术环境分析
第六节 中国 IP食品	行业进入壁垒分析
一、IP食品	行业资金壁垒分析
二、IP食品	行业技术壁垒分析
三、IP食品	行业人才壁垒分析
四、IP食品	行业品牌壁垒分析
五、IP食品	行业其他壁垒分析
第七节 中国 IP食品	行业风险分析
一、IP食品	行业宏观环境风险
二、IP食品	行业技术风险

三、	IP食品	行业竞争风险	
四、	IP食品	行业其他风险	
第四章	2020-2024年全球	IP食品	行业发展现状分析
第一节	全球	IP食品	行业发展历程回顾
第二节	全球	IP食品	行业市场规模与区域分 布 情况
第三节	亚洲	IP食品	行业地区市场分析
一、	亚洲	IP食品	行业市场现状分析
二、	亚洲	IP食品	行业市场规模与市场需求分析
三、	亚洲	IP食品	行业市场前景分析
第四节	北美	IP食品	行业地区市场分析
一、	北美	IP食品	行业市场现状分析
二、	北美	IP食品	行业市场规模与市场需求分析
三、	北美	IP食品	行业市场前景分析
第五节	欧洲	IP食品	行业地区市场分析
一、	欧洲	IP食品	行业市场现状分析
二、	欧洲	IP食品	行业市场规模与市场需求分析
三、	欧洲	IP食品	行业市场前景分析
第六节	2025-2032年全球	IP食品	行业分布 走势预测
第七节	2025-2032年全球	IP食品	行业市场规模预测
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章	中国	IP食品	行业运行情况
第一节	中国	IP食品	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	IP食品	行业市场规模分析
一、	影响中国	IP食品	行业市场规模的因素
二、	中国	IP食品	行业市场规模
三、	中国	IP食品	行业市场规模解析
第三节	中国	IP食品	行业供应情况分析
一、	中国	IP食品	行业供应规模
二、	中国	IP食品	行业供应特点
第四节	中国	IP食品	行业需求情况分析
一、	中国	IP食品	行业需求规模
二、	中国	IP食品	行业需求特点

第五节 中国	IP食品	行业供需平衡分析
第六节 中国	IP食品	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	IP食品	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	IP食品	行业产业链综述
一、	产业链模型原理介绍	
二、	产业链运行机制	
三、	IP食品	行业产业链图解
第二节 中国	IP食品	行业产业链环节分析
一、	上游产业发展现状	
二、	上游产业对 IP食品	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状	
四、	下游产业对 IP食品	行业的影响分析
第三节 中国	IP食品	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024年中国	IP食品	行业市场竞争分析
第一节 中国	IP食品	行业竞争现状分析
一、	中国 IP食品	行业竞争格局分析
二、	中国 IP食品	行业主要品牌分析
第二节 中国	IP食品	行业集中度分析
一、	中国 IP食品	行业市场集中度影响因素分析
二、	中国 IP食品	行业市场集中度分析
第三节 中国	IP食品	行业竞争特征分析
一、	企业区域分布特征	
二、	企业规模分 布	特征
三、	企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国	IP食品	行业模型分析
第一节 中国	IP食品	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、	波特五力模型原理	
二、	供应商议价能力	
三、	购买者议价能力	
四、	新进入者威胁	
五、	替代品威胁	
六、	同业竞争程度	
七、	波特五力模型分析结论	

第二节 中国 IP食品	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述	
二、行业优势分析	
三、行业劣势	
四、行业机会	
五、行业威胁	
六、中国 IP食品	行业SWOT分析结论
第三节 中国 IP食品	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述	
二、政策因素	
三、经济因素	
四、社会因素	
五、技术因素	
六、PEST模型分析结论	
第九章 2020-2024年中国 IP食品	行业需求特点与动态分析
第一节 中国 IP食品	行业市场动态情况
第二节 中国 IP食品	行业消费市场特点分析
一、需求偏好	
二、价格偏好	
三、品牌偏好	
四、其他偏好	
第三节 IP食品	行业成本结构分析
第四节 IP食品	行业价格影响因素分析
一、供需因素	
二、成本因素	
三、其他因素	
第五节 中国 IP食品	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国 IP食品	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国 IP食品	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国 IP食品	行业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 IP食品	行业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 IP食品 行业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

第十一章 2020-2024年中国 IP食品 行业区域市场现状分析

第一节 中国 IP食品 行业区域市场规模分析

一、影响 IP食品 行业区域市场分布 的因素

二、中国 IP食品 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 IP食品 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 IP食品 行业市场分析

(1) 华东地区 IP食品 行业市场规模

(2) 华东地区 IP食品 行业市场现状

(3) 华东地区 IP食品 行业市场规模预测

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 IP食品 行业市场分析

(1) 华中地区 IP食品 行业市场规模

(2) 华中地区 IP食品 行业市场现状

(3) 华中地区 IP食品 行业市场规模预测

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 IP食品 行业市场分析

(1) 华南地区 IP食品 行业市场规模

(2) 华南地区 IP食品 行业市场现状

(3) 华南地区 IP食品 行业市场规模预测

第五节 华北地区 IP食品 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 IP食品

(1) 华北地区 IP食品

(2) 华北地区 IP食品

(3) 华北地区 IP食品

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 IP食品

(1) 东北地区 IP食品

(2) 东北地区 IP食品

(3) 东北地区 IP食品

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 IP食品

(1) 西南地区 IP食品

(2) 西南地区 IP食品

(3) 西南地区 IP食品

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区 IP食品

(1) 西北地区 IP食品

(2) 西北地区 IP食品

(3) 西北地区 IP食品

第九节 2025-2032年中国 IP食品

第十二章 IP食品

第一节 企业一

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

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场规模区域分布

预测

行业企业分析（随数据更新可能有调整）

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

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、公司优势分析

第三节 企业三

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、公司优势分析

第四节 企业四

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、公司优势分析

第五节 企业五

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、公司优势分析

第六节 企业六

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、公司优势分析

第七节 企业七

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、公司优势分析

第八节 企业八

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、公司优势分析

第九节 企业九

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、公司优势分析

第十节 企业十

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、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 IP食品 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 IP食品 行业未来发展前景分析

一、中国 IP食品 行业市场机会分析

二、中国 IP食品 行业投资增速预测

第二节 中国 IP食品 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 IP食品 行业规模发展预测

一、中国 IP食品 行业市场规模预测

二、中国 IP食品 行业市场规模增速预测

三、中国 IP食品 行业产值规模预测

四、中国 IP食品 行业产值增速预测

五、中国 IP食品 行业供需情况预测

第四节 中国 IP食品	行业盈利走势预测
第十四章 中国 IP食品	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国 IP食品	行业研究综述
一、行业投资价值	
二、行业风险评估	
第二节 中国 IP食品	行业进入策略分析
一、目标客户群体	
二、细分市场选择	
三、区域市场的选择	
第三节 IP食品	行业品牌营销策略分析
一、 IP食品	行业产品策略
二、 IP食品	行业定价策略
三、 IP食品	行业渠道策略
四、 IP食品	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/769875.html>