

2024-2030年中国二次元行业 发展态势与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国二次元行业发展态势与未来前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/412618.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

二次元指由ACGN（动画、漫画、游戏、轻小说）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。伴随着在线动漫平台的兴起，我国泛二次元用户基础广泛，2021年时已经达到近4.6亿人，过去五年的年均复合增长率高达10.4%。

近年来，我国动漫产业快速发展，产值从“十五”期末不足100亿元，增长到“十一五”期末（2010年）的470.84亿元，年均增长率超过30%。2014年以来，我国动漫内容生产实力进一步提升，类型和题材日趋多元化，在国家政策、资金、基地建设扶持以及互联网发展的大背景下，动漫生产集群初现端倪，动漫展会和交易气氛活跃，动漫生产与移动终端和互联网结合日益紧密，市场规模稳步扩大。2020年我国动漫产业总产值达2212亿元。

《中国二次元内容行业白皮书》资料显示，2021年中国二次元内容市场约602.9亿元，预计到2026年中国二次元内容市场有望达1,105.8亿元，未来五年中国二次元内容市场规模年均复合增长率约12.6%。

二次元产业近年来的快速发展离不开政府政策的支持。过去十余年间，国家各级单位对动漫二次元行业不断加大支持力度，从政策层面扶持产业加速发展。自2004年广电总局颁发进口动画黄金时间禁播政策并扶持国产动画产业发展以来，国务院、中共中央办公厅、财政部、文化部和广电总局等各级单位对动漫产业，尤其是国产原创动漫行业，不断加大支持力度。这些举措为二次元行业发展营造了良好的政策环境。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国二次元行业发展态势与未来前景预测报告》共十三章。首先介绍二次元相关概念及产业链，对二次元行业目前发展环境进行描述，然后分析借鉴日本二次元行业发展状况，随后深度剖析了国内二次元行业、二次元游戏、动漫产业、动画市场等细分领域，同时，对弹幕视频、二次元演艺、二次元电商等的发展情况进行了阐述；再者分析了二次元行业的典型企业，最后对二次元行业的投资机会进行挖掘和对前景趋势进行科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家工信部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对二次元有个系统深入的了解、或者想投资二次元相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 二次元行业相关概述

1.1 二次元基本介绍

1.1.1 行业起源

1.1.2 基本概念

1.1.3 次元分类

1.1.4 属性界定

1.2 二次元行业产业链分析

1.2.1 产业链结构

1.2.2 产业链上游

1.2.3 产业链下游

第二章 2021-2023年日本二次元行业发展分析及经验借鉴

2.1 日本二次元产业发展状况分析

2.1.1 市场地位分析

2.1.2 产业发展优势

2.1.3 产业发展规模

2.1.4 动漫产业发展

2.1.5 游戏产业发展

2.2 日本弹幕视频网站发展深度剖析——N站

2.2.1 N站发展历程

2.2.2 N站用户规模

2.2.3 N站盈利模式

2.2.4 N站商业模式

2.2.5 N站发展启示

2.2.6 N站未来发展

2.3 日本二次元行业发展借鉴

2.3.1 市场定位准确

2.3.2 表现形式多样

2.3.3 重视周边产业发展

第三章 2021-2023年中国二次元行业发展环境分析

- 3.1 政策环境
 - 3.1.1 行业相关政策概述
 - 3.1.2 支持动漫产业发展
 - 3.1.3 游戏产业政策发展
- 3.2 经济环境
 - 3.2.1 宏观经济概况
 - 3.2.2 对外经济分析
 - 3.2.3 工业运行情况
 - 3.2.4 固定资产投资
 - 3.2.5 宏观经济展望
- 3.3 社会环境
 - 3.3.1 居民收入水平
 - 3.3.2 社会消费规模
 - 3.3.3 居民消费水平
 - 3.3.4 发展条件成熟
- 3.4 互联网环境
 - 3.4.1 移动互联网发展
 - 3.4.2 网民规模分析
 - 3.4.3 城乡网民结构
 - 3.4.4 上网设备情况
 - 3.4.5 网民属性结构

第四章 2021-2023年中国二次元行业发展状况分析

- 4.1 2021-2023年中国二次元行业发展状况
 - 4.1.1 行业发展历程
 - 4.1.2 市场发展状况
 - 4.1.3 行业发展转变
 - 4.1.4 行业发展态势
 - 4.1.5 市场发展动态
- 4.2 中国二次元行业商业模式分析
 - 4.2.1 商业模式类型
 - 4.2.2 主流商业模式

- 4.2.3 平台端商业模式
- 4.2.4 内容端商业模式
- 4.2.5 电商商业模式
- 4.3 中国二次元行业盈利模式探索
 - 4.3.1 盈利模式现状
 - 4.3.2 盈利途径挖掘
 - 4.3.3 周边经济效应
 - 4.3.4 典型案例分析
- 4.4 中国二次元行业发展存在的主要问题
 - 4.4.1 用户群体小众化
 - 4.4.2 商业模式不成熟
 - 4.4.3 产品质量问题
 - 4.4.4 版权困境问题
- 4.5 中国二次元行业发展对策分析
 - 4.5.1 加强监管力度
 - 4.5.2 生产原创内容
 - 4.5.3 购买正版产品

第五章 2021-2023年中国二次元行业用户群体解析

- 5.1 2021-2023年二次元行业用户群体分析
 - 5.1.1 用户群体分类
 - 5.1.2 用户规模分析
 - 5.1.3 用户基本特征
 - 5.1.4 用户行为偏好
 - 5.1.5 用户消费特征
- 5.2 微博二次元用户群体分析
 - 5.2.1 微博二次元用户规模
 - 5.2.2 微博二次元用户特征
 - 5.2.3 微博意见领袖特征点
 - 5.2.4 微博二次元用户偏好
- 5.3 快手平台二次元用户分析
 - 5.3.1 快手二次元用户基本特征

5.3.2 快手二次元作者创作类型

5.3.3 快手二次元用户其他爱好

第六章 2021-2023年中国二次元游戏行业现状分析

6.1 2021-2023年中国游戏市场运行分析

6.1.1 市场销售规模

6.1.2 细分市场占比

6.1.3 游戏用户规模

6.1.4 网络游戏运行状况

6.1.5 游戏企业发展情况

6.2 2021-2023年中国二次元游戏市场分析

6.2.1 游戏类型辨析

6.2.2 市场发展规模

6.2.3 市场发展格局

6.2.4 头部产品分析

6.2.5 市场消费群体

6.2.6 游戏价值分析

6.2.7 产品市场运营

6.2.8 海外市场发展

6.3 中国二次元游戏用户画像分析

6.3.1 二次元游戏用户画像

6.3.2 《阴阳师》用户画像

6.3.3 《FGO》用户画像

6.3.4 《恋与制作人》用户画像

6.3.5 《FF14》用户画像

6.4 中国二次元手游戏业发展存在的问题及对策

6.4.1 存在问题

6.4.2 发展对策

6.4.3 突破建议

第七章 2021-2023年中国动漫产业发展全面解析

7.1 2021-2023年中国动漫产业发展总体分析

- 7.1.1 产业发展成果
- 7.1.2 市场用户特征
- 7.1.3 市场消费状况
- 7.1.4 发展瓶颈分析
- 7.1.5 产业发展路径
- 7.1.6 未来发展趋势
- 7.2 动漫产业链制作链环发展分析
 - 7.2.1 制作链环地位
 - 7.2.2 制作行业发展特征
 - 7.2.3 制作连环生产模式
 - 7.2.4 制作行业发展瓶颈
- 7.3 动漫IP市场发展状况分析
 - 7.3.1 动漫IP运营概述
 - 7.3.2 动漫IP开发运营
 - 7.3.3 动漫IP市场竞争
 - 7.3.4 动漫IP授权市场
 - 7.3.5 动漫IP运营问题
- 7.4 中国动漫产业存在的问题
 - 7.4.1 产业存在问题
 - 7.4.2 产业面临威胁
 - 7.4.3 人才供需问题
 - 7.4.4 产业发展瓶颈
- 7.5 中国动漫产业发展的建议
 - 7.5.1 产业发展对策建议
 - 7.5.2 需要进行体制改革
 - 7.5.3 产品实行分级制度
 - 7.5.4 产业发展战略模式
 - 7.5.5 产业加速发展建议
 - 7.5.6 国产动漫营销策略

第八章 2021-2023年中国动画市场发展剖析

8.1 2021-2023年中国动画行业发展全景解析

- 8.1.1 行业发展历程解析
- 8.1.2 行业发展驱动因素
- 8.1.3 动画制作流程和技术分析
- 8.1.4 动画行业产业链构成
- 8.1.5 动画行业市场规模
- 8.1.6 动画公司商业模式
- 8.1.7 行业投融资现状分析
- 8.1.8 动画行业投资机会
- 8.2 2021-2023年中国动画电影市场运行分析
 - 8.2.1 市场运行状况
 - 8.2.2 产业发展特征
 - 8.2.3 票房收入对比
 - 8.2.4 市场运作模式
 - 8.2.5 未来发展趋势
- 8.3 2021-2023年国产动画番剧发展状况分析
 - 8.3.1 市场发展综述
 - 8.3.2 头部作品表现
 - 8.3.3 作品形式占比
 - 8.3.4 番剧时长比例
 - 8.3.5 题材类型偏好
 - 8.3.6 番剧来源分析
 - 8.3.7 市场发行状况
- 8.4 2021-2023年b站动画番剧上线情况解析
 - 8.4.1 总体情况分析
 - 8.4.2 动画番剧流量
 - 8.4.3 动画番剧热度
 - 8.4.4 动画番剧卷入度
 - 8.4.5 动画番剧活跃度
 - 8.4.6 动画番剧期望值
 - 8.4.7 动画番剧评分
- 8.5 中国动画行业典型企业案例剖析
 - 8.5.1 奥飞娱乐

- 8.5.2 光线传媒
- 8.5.3 青青树
- 8.5.4 华映星球
- 8.5.5 舞之动画
- 8.5.6 绘梦动画
- 8.6 中国动画行业现存问题与发展对策分析
 - 8.6.1 动画行业核心问题分析
 - 8.6.2 动画行业发展对策解析

第九章 2021-2023年中国漫画产业发展状况

- 9.1 2021-2023年中国漫画产业分析
 - 9.1.1 产业发展阶段
 - 9.1.2 市场发展规模
 - 9.1.3 消费市场分析
 - 9.1.4 市场发展特点
 - 9.1.5 IP化运作案例
 - 9.1.6 产业发展态势
- 9.2 2021-2023年中国网络漫画发展分析
 - 9.2.1 网络漫画发展历程
 - 9.2.2 网络漫画相关概述
 - 9.2.3 网络漫画特性分析
 - 9.2.4 网络漫画发展环境
 - 9.2.5 网络漫画商业模式
 - 9.2.6 网络漫画发展功用
- 9.3 中国网络漫画现存问题及发展对策分析
 - 9.3.1 网络漫画发展态势分析
 - 9.3.2 网络漫画发展现存问题
 - 9.3.3 网络漫画发展对策建议
- 9.4 中国漫画平台发展案例分析
 - 9.4.1 有妖气
 - 9.4.2 i尚漫

第十章 2021-2023年中国二次元破壁市场分析

10.1 弹幕视频

10.1.1 发展起源

10.1.2 产业链分析

10.1.3 市场现状

10.1.4 未来发展

10.2 二次元演艺

10.2.1 发展现状

10.2.2 演出模式

10.2.3 发展机遇

10.2.4 案例分析

10.3 二次元电商

10.3.1 行业概述

10.3.2 市场需求

10.3.3 市场定位

10.3.4 市场现状

10.3.5 存在问题

10.3.6 未来方向

10.4 二次元衍生品

10.4.1 发展动因

10.4.2 价值开发

10.4.3 市场变现

10.4.4 平台布局

第十一章 2021-2023年中国二次元行业典型企业（哔哩哔哩）全景剖析

11.1 哔哩哔哩股份有限公司概况

11.1.1 企业基本介绍

11.1.2 企业发展定位

11.1.3 企业用户分析

11.1.4 企业内容布局

11.1.5 企业生态文化

11.1.6 企业发展战略

- 11.2 哔哩哔哩用户群体分析
 - 11.2.1 用户主体
 - 11.2.2 用户画像
 - 11.2.3 用户规模
 - 11.2.4 用户增长动力
 - 11.2.5 用户分层
 - 11.2.6 用户粘性
- 11.3 哔哩哔哩社群生态分析
 - 11.3.1 生态结构
 - 11.3.2 商业逻辑
 - 11.3.3 内容布局
 - 11.3.4 社群机制
 - 11.3.5 文化输出
- 11.4 哔哩哔哩商业化发展模式解析
 - 11.4.1 变现历程
 - 11.4.2 收入模式
 - 11.4.3 商业化进展
 - 11.4.4 游戏业务
 - 11.4.5 直播和增值业务
 - 11.4.6 广告业务
 - 11.4.7 其他业务
 - 11.4.8 变现构想
- 11.5 哔哩哔哩股份有限公司经营状况
 - 11.5.1 财务数据
 - 11.5.2 用户数据
 - 11.5.3 股权结构
 - 11.5.4 内容生态
 - 11.5.5 社区文化

第十二章 2021-2023年中国二次元行业投融资状况分析

- 12.1 2021-2023年中国二次元行业投融资状况
 - 12.1.1 行业投融资规模

- 12.1.2 投融资轮次分布
- 12.1.3 投融资金额分布
- 12.1.4 投融资细分领域
- 12.2 A股及新三板上市公司在动漫行业投资动态分析
 - 12.2.1 投资项目综述
 - 12.2.2 投资区域分布
 - 12.2.3 投资模式分析
 - 12.2.4 典型投资案例
- 12.3 二次元行业细分领域投资潜力分析
 - 12.3.1 漫画市场
 - 12.3.2 动画番剧
 - 12.3.3 二次元游戏
 - 12.3.4 二次元剧
 - 12.3.5 衍生品市场
 - 12.3.6 AR/VR领域

第十三章 2024-2030年中国二次元行业发展趋势及前景预测

- 13.1 二次元行业发展趋势分析
 - 13.1.1 产业业态趋势
 - 13.1.2 市场定位趋势
 - 13.1.3 用户锁定态势
 - 13.1.4 三次元融合趋势
 - 13.1.5 影游联动趋势
 - 13.1.6 次元文化破壁趋势
- 13.2 二次元行业未来发展方向
 - 13.2.1 重点开发泛二次元群体
 - 13.2.2 提升平台综合开发能力
 - 13.2.3 推动行业规范化发展
 - 13.2.4 加大行业资源投入力度
 - 13.2.5 进行正向价值观引导
- 13.3 对2024-2030年中国二次元行业预测分析
 - 13.3.1 2024-2030年中国二次元行业影响因素分析

13.3.2 2024-2030年中国二次元移动游戏市场规模预测

13.3.3 2024-2030年中国动漫行业市场发展空间预测

图表目录

图表 次元分类及不同载体表现

图表 硬核二次元与泛二次元的区别

图表 二次元行业的产业链

图表 日本ACG市场规模

图表 日本ACG在线视频网站市场规模

图表 日本整体动画市场产值

图表 日本动漫行业具体明细

图表 N站的发展历程

图表 N站用户结构

图表 N站的业务线梳理

图表 N站会员付费率（付费会员数/月活）

图表 N站会员月活跃人数

图表 N站频道付费人数

图表 N站销售额与营业利润

图表 N站超会议的赤字情况

图表 超会议的线上观看与线下入场人数

图表 N站会员数

图表 N站与B站的会员服务对比

图表 N站用户年龄结构变化

图表 日本人口年龄结构

图表 N站的PC端、手机端利用率

图表 日本z时代日均上网时间

图表 N站与youtube的全民利用率

图表 N站与B站的用户画像

图表 B站收入结构

图表 B站的游戏收入

图表 国内外PGC环节的对比

图表 我国二次元产业相关政策汇总（一）

- 图表 我国二次元产业相关政策汇总（二）
- 图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2017-2021年全员劳动生产率
- 图表 2021年年末人口数及其构成
- 图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数
- 图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅
- 图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅
- 图表 2022年居民消费价格主要数据
- 图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率
- 图表 2017-2021年年末固定互联网宽带接入用户数
- 图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速
- 图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412618.html>