

2020-2026年中国二次元行业市场需求潜力及战略 咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国二次元行业市场需求潜力及战略咨询研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201910/796706.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

二次元是一个ACGN亚文化圈专门用语，来自于日语的“二次元（にじげん）”，意思是“二维”。日本早期的动画、漫画、游戏等作品都是以二维图像构成，其画面是一个平面，所以通过这些载体创造的虚拟世界被动漫爱好者称为“二次元世界”，简称“二次元”，同时，“二次元”具有“架空”、“假想”、“幻想”、“虚构”之意。在日本的动画爱好者中指动画、游戏等作品中的角色，相对地，“三次元（さんじげん）”被用来指代现实中的人物。

该词广泛在ACGN文化圈中被用作对“架空世界”或者说梦想世界的一种称呼，但ACGN并非等同于二次元。

该用法始于日本，早期的日本动画、游戏作品都是以二维图像构成的，其画面是一个平面，所以被称为是“二次元世界”，简称“二次元”，而与之相对的是“三次元”，即“我们所存在的这个次元”，也就是现实世界。二次元是指人类幻想出来的唯美世界，用各种憧憬的体现虐袭观赏者的视觉体验，本质其实还是三次元世界的人类心中模糊的对梦想生活的憧憬和对美好未来的期望。

二次元是一种文化，而非一种风格。

智研咨询发布的《2020-2026年中国二次元行业市场需求潜力及战略咨询研究报告》共十三章。首先介绍了二次元行业市场发展环境、二次元整体运行态势等，接着分析了二次元行业市场运行的现状，然后介绍了二次元市场竞争格局。随后，报告对二次元做了重点企业经营状况分析，最后分析了二次元行业发展趋势与投资预测。您若想对二次元产业有个系统的了解或者想投资二次元行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国二次元行业发展状况分析

4.1 2015-2019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 2015-2019年中国二次元行业用户群体解析

5.1 2015-2019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 百度贴吧二次元用户分析

5.3.1 贴吧二次元用户基本特征

5.3.2 贴吧泛二次元用户画像

5.3.3 贴吧核心二次元用户画像

第六章 2015-2019年中国二次元游戏行业现状分析

6.1 2015-2019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 2015-2019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 中国二次元手机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 2015-2019年中国动漫产业发展全面解析

7.1 2015-2019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 2015-2019年中国动画市场发展剖析

8.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年中国漫画产业发展状况

9.1 2015-2019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 2015-2019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 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 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 2015-2019年中国二次元行业投融资状况分析

12.1 2015-2019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 二次元行业细分领域投资潜力分析

12.2.1 漫画市场

12.2.2 动画番剧

12.2.3 二次元游戏

12.2.4 二次元剧

12.2.5 衍生品市场

12.2.6 AR/VR领域

第十三章 2020-2026年中国二次元行业发展趋势及前景预测 (ZY ZS)

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 2020-2026年中国二次元行业预测分析
 - 13.3.1 2020-2026年中国二次元行业影响因素分析
 - 13.3.2 2020-2026年中国二次元移动游戏市场规模预测
 - 13.3.3 2020-2026年中国动漫行业市场发展空间预测

部分图表目录：

- 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 2015-2019年日本整体动画市场产值
- 图表 2019年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 2019年N站的PC端、手机端利用率

图表 2019年日本z时代日均上网时间

图表 2019年N站与youtobe的全民利用率

图表 N站与B站的用户画像

图表 2019年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）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/796706.html>