

2022-2028年中国二次元游戏行业市场运营态势及 投资前景趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国二次元游戏行业市场运营态势及投资前景趋势报告》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/202011/907684.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

当前重度游戏无疑占据着市场的主流，但具有高粘性的二次元游戏、苹果AR-kit带动的AR游戏有望在用户得到进一步培育和沉淀后产生新的爆发性机会。我们看好未来细分品类上二次元手游、AR手游的发展前景。

二次元游戏是指具有“架空、幻想、虚构”的游戏世界观，通常具有画风精美、人设饱满、剧情丰富等特征。2012年，以《扩散性百万亚瑟王》和《崩坏学园2》为代表二次元游戏问世，打开了二次元移动游戏的市场。

二次元游戏发展历程

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2022-2028年中国二次元游戏行业市场运营态势及投资前景趋势报告》共十一章。首先介绍了二次元游戏相关概念及发展环境，接着分析了中国二次元游戏规模及消费需求，然后对中国二次元游戏市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国二次元游戏面临的机遇及发展前景。您若想对中国二次元游戏有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 二次元游戏行业相关概述

1.1 二次元游戏基本概念

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 2017-2021年国外二次元游戏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 二次元游戏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 国外二次元游戏行业发展借鉴

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 2017-2021年中国二次元游戏行业发展环境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 2017-2021年中国二次元游戏行业发展综合分析

4.1 中国二次元游戏行业发展综述

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 2017-2021年中国二次元游戏行业发展现状分析

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 国风二次元游戏初现

4.3 中国二次元游戏行业用户群体分析

4.3.1 用户群体

4.3.2 用户规模

近年来中国二次元游戏用户规模逐年增加，2019年中国二次元游戏用户规模达1.16亿人，较2018年增加了0.12亿人，同比增长11.54%，中国庞大的二次元用户给二次元游戏打下了坚实的用户基础。

2016-2019年中国二次元游戏用户规模统计

资料来源：中国音数协游戏工委、智研咨询整理

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 中国二次元游戏行业商业模式分析

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 中国二次元游戏行业盈利模式探索

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 中国二次元游戏行业典型产品盘点

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 中国二次元游戏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 中国二次元游戏行业发展对策分析

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 2017-2021年中国二次元游戏手游行业现状分析

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 中国二次元游戏手游行业发展综述

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 2017-2021年中国二次元游戏手游市场发展状况

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 中国二次元游戏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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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 2017-2021年中国二次元游戏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 二次元游戏音乐

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 二次元游戏电商

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 2017-2021年国内企业在二次元游戏市场的布局

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 中国二次元游戏行业重点企业发展分析

10.1 漫风网络科技有限公司（上海）有限公司

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 武汉斗鱼网络科技有限公司

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 商业模式

10.2.3 业务发展

10.3 SF互动传媒网

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 商业模式

10.3.3 业务发展

10.4 珠海布卡科技有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 商业模式

10.4.3 业务发展

10.5 SF互动传媒网

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 商业模式

10.5.3 业务发展

第十一章 中国二次元游戏行业投融资状况及前景趋势分析

11.1 2017-2021年中国二次元游戏行业投融资状况

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 二次元游戏行业细分领域投资潜力分析

11.2.1 二次元游戏手游

11.2.2 二次元游戏剧

11.2.3 周边市场

11.2.4 VR领域

11.3 二次元游戏行业发展趋势分析

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 2022-2028年二次元游戏行业预测分析

11.4.1 2022-2028年二次元游戏行业规模预测

11.4.2 2022-2028年二次元游戏手游行业规模预测

11.4.3 2022-2028年影视动画行业规模预测

11.4.4 2022-2028年虚拟现实行业规模预测（ZY LZQ）

图表目录：

图表：二次元游戏涵盖内容

图表：二次元游戏行业的产业链

图表：二次元游戏行业发展生命周期

图表：二次元游戏行业发展现状

图表：二次元游戏行业细分领域的发展

图表：二次元游戏行业发展新态势

图表：明星们参与二次元游戏情况

图表：2017-2021年中国二次元游戏用户规模及增长率

图表：2021年中国二次元游戏用户的年龄分布

图表：2021年中国二次元游戏用户职业分布

图表：2021年中国二次元游戏用户的地区分布Top10省份

图表：2021年中国二次元游戏用户的地区分布（Top10城市）

- 图表：90后用户在几个行业消费比重
- 图表：2021年动漫用户与影视综艺用户重合度
- 图表：2021年中国二次元游戏用户的属性
- 图表：2021年中国二次元游戏用户主要的上网行为
- 图表：2021年中国二次元游戏用户初次接触阶段
- 图表：2021年中国二次元游戏用户经常看的作品
- 图表：2021年中国二次元游戏用户经常看的作品类型
- 图表：2021年中国二次元游戏用户喜欢的背景设定
- 图表：2021年中国二次元游戏用户最近一年看新番的数量
- 图表：2021年中国二次元游戏用户创作的作品类型
- 图表：2021年中国二次元游戏用户参加的线下活动类型
- 图表：2021年中国二次元游戏用户对国产动漫的态度
- 图表：2021年中国二次元游戏用户认为国产动漫的不足之处
- 图表：2021年中国二次元游戏用户每天玩游戏的时长
- 图表：2021年中国二次元游戏用户玩游戏的类型
- 图表：2021年中国二次元游戏用户在游戏上的消费内容
- 图表：二次元游戏用户的消费情况
- 图表：2021年中国二次元游戏用户在ACG上的消费类型
- 图表：2021年中国二次元游戏用户最近一年购买ACG产品的主要渠道
- 图表：国内二次元游戏手游分类
- 图表：不同类型的二次元游戏手游主要概况
- 图表：垂直渠道与传统渠道的对比
- 图表：渠道的多元化
- 图表：二次元游戏手游发展历程
- 图表：2017-2021年中国二次元游戏用户规模及增长率
- 图表：中国二次元游戏用户游戏付费率
- 图表：二次元游戏手游企业未来发展方向
- 图表：2017-2021年中国二次元游戏手游市场规模及增长率
- 图表：2021年中国二次元游戏用户在游戏上的消费内容
- 图表：2021年二次元游戏精品产品
- 图表：2017-2021年二次元游戏领域内容创作公司投资并购案例
- 图表：2017-2021年二次元游戏平台型投资案例
- 图表：2017-2021年二次元游戏产业公司案例
- 图表：二次元游戏产业业态未来发展趋势
- 图表：二次元游戏与三次元融合趋势

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/907684.html>