

# 动漫二次元人群营销价值白皮书

2019年



海量行研报告免费读



## 行业发展背景&营销环境分析

- ✓ 动漫行业整体发展宏观环境主体向好，进入稳定发展的阶段，向内容精品化的方向发展。根据艾瑞咨询核算，2019年泛二次元用户规模达到3.9亿人，漫画市场规模达到22.5亿元，动画市场规模将达到164.6亿元。
- ✓ 动漫阅读呈现观看场景多样化，观看渠道移动化的特点。
- ✓ 随着国漫在非低幼向内容质量提高和年轻群体自豪感的提升，本土化动漫IP崛起。
- ✓ 随着动漫题材丰富、面向成人的优质内容增加，受众趋于全民化。
- ✓ 内容端和渠道端释放积极信号，衍生品开发仍有较大的发展空间，动漫产业向规模化发展。



## 动漫用户洞察与行为分析

- ✓ 以年轻群体为主，性别比例均衡，生长在经济条件较好的环境，具有较高的消费能力和审美、品质诉求。
- ✓ 追番激情较高，活跃于社区，以点赞、关注、评论等方式支持喜爱的动漫作品，并为之消费。
- ✓ 90后和95后动漫相关消费额更高，用户年均消费1300-1600元，对于动漫周边商品、品牌联名合作、内容付费有较高的消费热情。



## 动漫营销价值分析

- ✓ 用户认可营销和品牌价值，偏好动漫IP授权和内容合作的广告形式，最爱二次元虚拟形象代言人。
- ✓ 在受众全民化、优质内容破圈的背景下，二次元文化成为潮流消费的重要风向标。二次元的广告营销在人群受众、颜值、玩法多样性和营销效果方面具有优势，并收获以年轻群体为主要客群的广告主的青睐。未来，二次元营销在广告主覆盖、广告合作深度和营销效率方面有进一步提升。



## 典型动漫平台案例分析与用户洞察

- ✓ 哔哩哔哩致力于建立活跃、和谐、联结的用户社区；
- ✓ 腾讯动漫深耕头部内容，通过题材和形式扩大动漫的辐射人群范围；
- ✓ 快看漫画用户年轻有活力、消费意愿旺盛，忠诚度高、粘性强，兴趣不局限于人气作品；平台编辑与作者合作，支持内容创作和商业化开发，达成双赢机制；内容+社交的运营模式达成看漫画和互动的用户体验闭环；趋于成熟的标签体系为实现营销内容精准触达、品效合一提供技术支撑。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

# 概念界定

- ✓ **动漫**：动画 (animation) 和漫画 (comic) 均是指通过制作，使一些有或无生命的东西拟人化、夸张化，赋予其人类的一切感情、动作，或将架空的或者现实的场景加以绘制，使其画面化。漫画是一种艺术形式，是用简单而夸张的手法来描绘生活或时事的图画；而动画是一种综合艺术，它是采用逐帧拍摄对象并连续播放而形成运动的影像。按照载体的不同，可以将动漫划分为在线动漫、电视动画、漫画杂志和动画电影等四大类。动漫产业主要指以动画和漫画为表现形式，包含动漫内容产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售。
- ✓ **二次元**：以动画 (animation)、漫画 (comic)、游戏 (game)、轻小说 (novel) 为主要载体的世界中，由二次元群体所形成的独特价值观与理念。**本报告主要研究范围是在线动画和漫画用户及其相关行为。**



相关概念界定

- ✓ **TGI指数定义**：TGI: Target Group Index (目标群体指数)，可反映目标群体在特定研究范围内的强势或弱势
- ✓ **TGI指数计算方式**：TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]\*标准数100
- ✓ **TGI指数意义**：TGI指数表征不同特征用户关注问题的差异情况，其中TGI指数等于100表示平均水平，高于100，代表该类用户对某类问题的关注程度高于整体水平，**TGI≥105时，表示某指标具有明显优势。TGI越高，优势越明显。**



TGI名词解释



# 用户研究目的及研究方法

2019年

动漫二次元人群  
营销价值白皮书



## 研究背景和目的 01

在我国动漫产业宏观发展背景向好、年轻群体崛起、社会整体对二次元元素的接受度和喜爱度不断提升的背景下，本报告通过对中国动漫用户及快看漫画用户的人群画像、阅读习惯、相关消费行为及广告态度的在线调查及研究，以期为关注动漫二次元营销的企业及从业者提供营销价值洞察及参考依据。

## 用户研究方法 02

### 动漫用户

- ✓ 调研平台：通过iUserSurvey平台获得
- ✓ 样本量：868
- ✓ 样本条件：动漫爱好者，会主动观看动漫的用户

### 快看漫画用户

- ✓ 调研平台：通过快看漫画APP平台获得
- ✓ 样本量：2736
- ✓ 样本条件：会主动观看动漫的用户

动漫行业发展背景	1
动漫行业营销环境分析	2
动漫用户洞察与行为分析	3
动漫营销价值分析	4
典型动漫平台案例分析与用户洞察	5

# 动漫行业宏观环境

## 动漫行业整体环境向好，为广告营销奠定良好基础

**动漫行业面临的宏观环境整体向好。** 1) 国家将动漫列为战略性新兴产业，并鼓励有条件的企业利用资本发展。2) 技术上，动画技术的发展、长内容标签和智能推荐技术提升了动漫内容产出和分发的效率。3) 文化上，传统文化的再解读和当代优秀文学作品为动漫内容注入活力和内涵，促进动漫走向全民化。4) 在居民消费水平提升，教育文娱消费支出逐渐增长，随着95后步入社会，年轻群体的消费潜力将进一步释放。5) 资本回归理性既给行业带来挑战，也促进行业实现优胜劣汰。

### 2019年中国动漫行业发展宏观环境

国家政策从人才培养、扶植原创与版权保护、资助补贴与税收优惠、鼓励衍生产业发展及与文旅结合、鼓励有条件的企业利用资本市场发展壮大等角度支持中国动漫产业发展。在国家统计局公布的《战略性新兴产业分类（2018）》中，**动漫被列为战略性新兴产业。**

对于互联网漫画平台而言，**长内容标签和智能推荐技术**提升推送精准度，提升用户体验，也为更精准的广告营销奠定基础。

对于动画而言，**动画软件与计算机动画技术**的成熟提高行业产能，保证内容丰富度。



**传统文化的积累优秀文学作品的漫画化、动画化**，为中国动漫提供生动、丰富、有内涵的素材，也成为动漫走向全民化的重要驱动力。

2018年中国居民人均在**教育文化娱乐消费支出2226元**，较2017年增长**6.7%**。随着**95后逐渐步入社会**，可支配收入进一步上涨，消费潜力将进一步被释放。

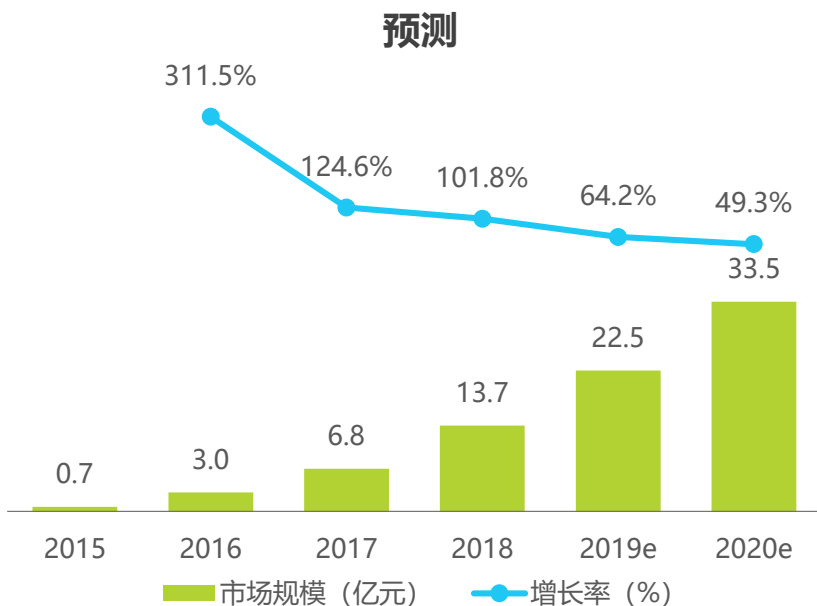
2018年开始，**资本回归理性**，对动漫平台形成一定资金上的挑战，但也有助于行业解决资本催化的劣币驱逐良币的问题，倒逼企业优胜劣汰。

# 在线动漫产业规模

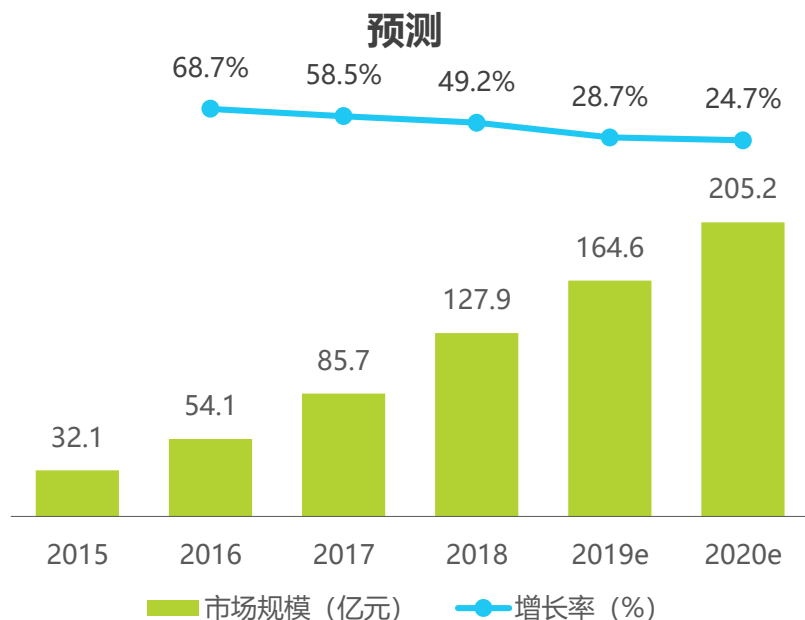
## 我国在线动漫产业进入稳步增长期，向内容精品化方向发展

2015年开始，我国在线动漫产业进入高速发展期，增长率保持较高水平。2018年后，随着优质动漫内容的进一步涌现和以95后为代表的年轻群体消费能力不断提升，网络动漫进入稳步增长期。在线动漫产业的增长趋势受到经济大环境、广告主营销预算、资本的投入和用户增长速度的影响和挑战，并由依赖政府补贴的“以量取胜”的模式逐步进入“以质取胜”的模式，内容趋于精品化。

### 2015-2020年中国在线漫画市场规模及预测



### 2015-2020年中国在线动画市场规模及预测



来源：综合互联网信息、行业专家访谈及企业财报，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。  
在线动漫内容市场核算自互联网漫画的内容和平台方的去重收入总规模。

来源：综合互联网信息、行业专家访谈及企业财报，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。  
在线动画内容市场核算自互联网动画的内容及平台方的去重收入总规模（涵盖低幼和非低幼），其中包括综合视频平台的动画业务。

# 二次元文化在年轻群体中的发展

## 二次元文化渗透年轻群体，泛二次元用户规模预计达3.9亿人

95后多为独生子女，成长中的孤独中与虚拟世界提供的陪伴感一拍即合。他们成长中受到日漫、美漫与的国漫的影响，动漫世界的真善美成为他们重要的快乐源泉。而互联网则帮助他们将自发的“产粮”的行为扩散成圈子文化，并随着传播介质的大众化而影响到更广范围的年轻群体。根据艾瑞数据核算，2019年泛二次元用户将达到3.9亿人，具有更大的影响力和号召力。

### 95后二次元文化兴起和发展的原因

21世纪独生子女的孤独和焦虑，  
在虚拟世界寻求陪伴。

**独生子女的孤独  
和焦虑**

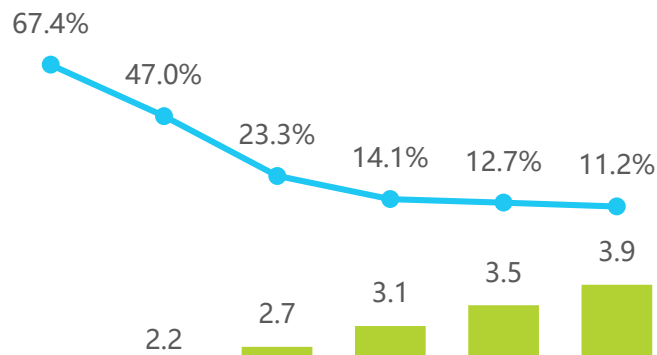
**在虚拟世界中找  
寻和实现自我**

95后怀抱着对真善美的追求，选择在  
虚拟世界中通过“语C”、“Pia戏”  
等角色扮演的形式，**实现真正的自我。**

95后成长之路受到日漫、美漫和  
国漫作品影响，**童年时期的陪伴**

**外来文化和本土  
文化的发展**

### 2013-2019年中国泛二次元用户规模



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21003](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21003)

