

爆款IP新风口

移动互联网下的二次元经济

刘志则 张吕清 著



在移动互联网和泛娱乐大潮下
二次元经济成互联网新风口

二次元经济爆炸式增长
粉丝文化再现产业红利突破口



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

爆款IP新风口

移动互联网下的二次元经济

刘志则 张吕清 著



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (C I P) 数据

爆款 IP 新风口 : 移动互联网下的二次元经济 / 刘志则, 张吕清著. -- 北京 : 北京联合出版公司, 2017.4
ISBN 978-7-5502-9974-0

I . ①爆… II . ①刘… ②张… III . ①文化经济学 - 研究 - 中国 IV . ① G05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 052536 号

爆款 IP 新风口 : 移动互联网下的二次元经济

总 策 划 | 刘志则

著 者 | 刘志则 张吕清

监 制 | 李广顺 曾荣东

责任编辑 | 咎亚会 夏应鹏

策划编辑 | 刘建华

装帧设计 | 王 灿

版式设计 | 鲁 静

营销推广 | 周莹莹

出 版 | 北京联合出版公司

北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层

邮编: 100088

发 行 | 北京联合天畅发行公司

经 销 | 新华书店

印 刷 | 北京艺堂印刷有限公司

开 本 | 880mm × 1230mm 1/32

印 张 | 8

字 数 | 164 千字

版 次 | 2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

书 号 | ISBN 978-7-5502-9974-0

定 价 | 48.00 元

版权所有, 侵权必究

PREFACE

前 言

当从小看动漫的“90后”长大步入社会，当世界被移动互联网覆盖，一种名叫“二次元”的文化便席卷而来。在这股二次元亚文化的背后，敏锐的投资者们很快就发现了一个巨大的经济市场。这个市场涉及动漫、小说、手游等多个领域，每一个领域都像是一座金矿，其中蕴藏着无法估量的财富，等待人们去开采。

投资者们便是采矿先行者。只不过，二次元是一种非常特别的新兴产业，其中隐藏着许多未知，不可捉摸，即使是资深的投资行家，也不敢贸然入。只要稍不谨慎，就会踏进风险的旋涡中，轻者难以全身而退，重者则会遭遇灭顶之灾。

不过，对于真正的投资者来说，越是充满风险的市场，就隐藏着越多的机遇。只要能够抓住一个机遇，就能获得成功。所以，尽管对二次元市场并不熟悉，但投资者们依然摩拳擦掌，跃跃欲试。

真正的将军是从来不打无准备的战役的。经济市场中的投资者们，每次投资数目都以万、亿为单位，这种气势与指挥千军万马的将军何其相似，因此可以说，每位投资者都是一位将军。但是，想要打入二次元这个新兴产业市场，仍需要对二次元进行一番详细的了解，所谓知己知彼，百战不殆。

二次元是最近才兴起的一个词语，二次元用户更是有着鲜明个性、崇尚自由的“90后”和“00后”们，他们的特点就是无拘无束，让人捉摸不透。因此，即使是与二次元市场一起诞生的企业，也无法把握这个市场的走向，更何况是半路想要进入市场的投资者。没有可以遵循的先例，投资者们进入二次元市场近乎摸着石头过河。这时，就需要一盏明灯，为投资者们照亮进入二次元经济市场的道路。

本书便是基于这个目的而诞生的。书里详细分析了二次元的起源、发展以及未来的走向，让读者对二次元这个新兴产业有一个正确的认识和透彻的了解，为投资找准方向。书里还把二次元经济市场中存在的一些风险进行了案例剖析，帮助读者更好地避开陷阱，获得投资的成功。

CONTENTS

目 录

第一章 新经济常态下的“二次元经济”

第一节 从“二次元”文化潮流走向“二次元经济体” /003

第二节 移动互联网时代下的“二次元经济” /030

第三节 “二次元经济”与产业大布局 /044

第二章 二次元与影视产业：超级 IP 下的现象级产品

第一节 移动互联网时代：颠覆与创新影视产业的背后逻辑 /057

第二节 自我救赎之路：传统影视巨头的生存思维 /070

第三节 “二次元”引爆下的现象级高票房电影之怪象 /080

第三章 二次元网络剧：聚合粉丝的力量，玩转移动互联网

第一节 不懂 A 站和 B 站的人，就不是二次元的成员 /095

第二节 定点二次元经济：各大巨头的大手笔布局 /110

第三节 打通次元壁垒的网络剧，条条大路通罗马 /120

第四章 在崛起的二次元文化中寻找千亿级的创业风口

第一节 遍地都是 IP，黄金还是泥沙 /133

第二节 二次元 IP 的养成计划 /144

第五章 二次元游戏：宅族，将文化和娱乐融为一体的人生

第一节 二次元手游市场：国内的市场也很大 /153

第二节 用户在手，游戏市场潜力无限 /164

第三节 深度解析二次元手游市场成功的关键因素 /177

第六章 次元壁垒是一堵墙，创意风暴是墙上那扇门

第一节 赢得了用户，也就赢得了市场 /193

第二节 动漫产业风生水起之时，二次元市场丰富之日 /207

第三节 二次元产业路上的创造：动漫衍生品产业链 /216

第七章 二次元世界的社交圈，宅家一族的生活圈

第一节 满足小众群体的社交需求 /227

第二节 二次元社交：寻找兴趣相投者 /237

第一章 从“二次元”文化潮流走向 “二次元经济体”

第一章

新经济常态下的“二次元经济”

二次元经济新定义

一直以来，中国各地动漫社群活跃程度都是“二次元”文化爱好者的聚集地，因此，二次元文化社群的活跃程度与动漫产业的发展息息相关。随着二次元文化社群的活跃，二次元经济体的概念应运而生。二次元经济体的概念最早是由日本提出的，其核心是二次元文化社群的活跃程度与动漫产业的发展息息相关。二次元经济体的概念最早是由日本提出的，其核心是二次元文化社群的活跃程度与动漫产业的发展息息相关。

二次元经济体的概念最早是由日本提出的，其核心是二次元文化社群的活跃程度与动漫产业的发展息息相关。二次元经济体的概念最早是由日本提出的，其核心是二次元文化社群的活跃程度与动漫产业的发展息息相关。

第一节

从“二次元”文化潮流走向 “二次元经济体”

二次元萌发新新时代

一直以来，全国各地动漫社团最期盼的便是 Cosplay（角色扮演）大赛，因此，当第十三届中国国际数码互动娱乐展览会（ChinaJoy）于 2015 年 7 月 30 日正式对外开放时，各地顶尖的动漫社团和爱好者们便从四面八方蜂拥而来，挤满了上海新国际博览中心。

这四天里，上海新国际博览中心人声鼎沸，触目所及都是些装束奇异的年轻人。他们头顶色彩斑斓的假发，身穿颜色艳

丽的动漫人物服装——女仆装、制服、短裙，说着各种新潮的语言，让人仿佛一下子进入了虚拟的动漫世界。

但要是“虚拟”二字被这些新新人类听到，他们会嗤之以鼻的。他们会告诉你，这可不是虚拟世界，而是“新新时代”的二次元世界。



二次元动漫美少女

很多人会忍不住问：二次元是什么？

在《2015年中国二次元行业报告》中明确指出：二次元文化是一种新兴的文化，它指在以 ACGN（动画 Animation、漫画 Comic、游戏 Game、小说 Novel）为主要载体的平面世界中，由二次元群体所形成的独特的价值观与理念。本书里的二次元文化还包括二次元群体从主要载体 ACGN 中延伸出去的各种衍生

产物，比如手办，以及相关海报、服装、CD，等等。

二次元文化虽然是以小说、动漫等文化为载体，但它和电影、音乐等文化形式并不一样，因为二次元文化中融入了真实的人类。二次元人群将自己代入现实中并不存在的一个个虚拟人物形象，从而把小说、游戏、动漫里面的虚拟世界搬到现实生活中。这一点与电影和音乐是截然不同的。

关于二次元的具体定义，有多种解释。其中，腾讯集团副总裁程武的描述最为精辟和到位。他在2015年11月19日举办的腾讯动漫行业合作大会上这样解释二次元：“我们认为，二次元是基于精品动漫IP而产生的超现实的想象力、审美观和趣味。”也就是说，只要能够还原动漫的想象力、体现动漫的审美趣味，就是二次元。比如有关动漫作品的手机游戏、涂满动漫作品的汽车，甚至制作出来的动漫人物的服饰，等等。

“二次元”这个词是个舶来词，来自日本。日本在“二战”失败后，陷入了政治上的退化期，但经济得到了飞速发展。生活富足起来的人们对文化需求越来越多，但政治的薄弱无法为他们提供一种成人式的表达方式，他们只得把这种表达方式嫁接到儿童文化形式上去，因此漫画便应运而生。当漫画在日本风行起来，“二次元文化”也便随之诞生了，因此可以说，漫画是二次元文化的根基。

最初漫画只是一小部分人自娱自乐，他们在漫画中获得了抱团的安全感。这种安全感吸引了越来越多的人喜欢漫画文化。

无数漫画爱好者的加入使日本漫画呈现爆炸式发展。此时，仅仅漫画书籍已经不能满足人们对漫画文化的热爱和需求了，游戏和动画等媒介看到这一点，便纷纷融入漫画，将漫画改成游戏和动漫，并以此满足有着各种爱好需求的漫画爱好者。

来自漫画界、游戏界和动画界的爱好者们已经形成一个相当大的规模，他们有专属的动漫语言，大家聚集在一起的时候，会用只有他们自己才能听得懂的动漫语言交流，从而构筑起一个架空世界，这便是“二次元世界”。

与二次元世界相对应的是三次元世界。三次元世界，是二次元文化爱好者们给现实世界下的定义。主导三次元世界的是从不着迷和参与动漫世界的传统意识形态人类，“60后”“70后”，还有一部分“80后”，是三次元世界的“主人”。现实生活中人们对于那些自称生活在二次元世界的“90后”“00后”，还包括一部分“80后”，总是有些看不透彻，觉得他们的思维和文化观点都有偏差。而二次元文化爱好者们对于来自三次元世界的目光，总是不以为然，他们明白，从不接触动漫、游戏、手办、宅舞（包括御宅元素的舞蹈）、Cosplay的人们是很难理解他们的文化和乐趣的。

二次元世界是一个神秘的世界，但只要是这个世界中的一员，就会发现这是一个神奇的世界。在这里，有各种理想的元素，因此可以说这是一个“理想国”。而这个理想国因越来越多的二次元人群的加入，各种娱乐活动及衍生物品都成为了商品，

二次元人群消费这些商品，而他们的消费又拉动了二次元世界的经济发展。

如今，二次元文化已经成了一块抢手的巨无霸蛋糕，等待人们来分享。

热门的二次元

当 20 世纪 90 年代动漫和游戏铺天盖地而来的时候，所有的小伙伴都被它们迷住了。作品里的虚构世界是一个个独立的空间，“80 后”和“90 后”们便在这个空间里长大。这个空间是一个二维空间，因此被人们称为二次元。

当电玩游戏音乐大会（VGL）于 2015 年 8 月 14 日在北京展览馆剧场召开时，数以千计的游戏玩家聚集在这里，参加二次元世界的这场盛会。AcFun（弹幕视频网站，简称“A 站”）是这次活动的主办方，因此，他们所在的北展现场挤满了人。

在这些参会者中，大多数为伴随着动漫和游戏长大的“90 后”，还有一部分“80 后”和“00 后”。而作为主导这个领域的“90 后”很多已经结束学生生涯，有了工作和固定收入，也就有了消费能力。他们的参与让二次元变得抢手，正成为新新时

代里的一个不可小觑的市场。

迅猛发展的二次元市场涌现出许多偶像团队。二次元用户被他们年轻、富有朝气的组合阵容，精良的外形包装和不俗的实力唱功，以及出众的表演能力所征服，这些偶像团体不但在二次元市场里拥有超高的人气，而且在三次元音乐世界中也占据了一席之地。也正是他们的闯入，让三次元世界中的人看到了二次元市场的火爆。



Love Live! 人气偶像团体

在众多的二次元偶像团队作品中，《*Love Live!*》人气最旺，在这款 IP 中，偶像表现出了超强的吸粉能力。几个小姑娘——高坂穗乃果、园田海未、南小鸟——为了不让学校废除（音乃木阪学院因为入读的学生人数骤减，所以正面临着废校的危机），决定走向校园偶像天团之路，希望可以凭借偶像的名气增加生源来挽救自己所喜爱的校园。但最初她们的影响力并不大，濒临因人数少而无法成立的危机。不过她们具有二次元用户们喜

欢的各种元素，如萝莉（二次元世界中“萝莉”大多数定义的对象都是虚拟的女性角色，而且是玩笑性质）、透明感、存在感，等等。这些元素让她们受到用户们的注意和喜欢，很快她们就推出了剧本，还在歌曲方面连创佳绩，让三次元世界中的人对她们刮目相看。

ST ☆ RISH 则是出自《歌之☆王子殿下》的虚拟偶像团队。一十木音也、圣川真斗、四之宫那月、一之濑时矢等人是艺能学校“早乙女学园”的优等生，虽然因肢体动作非常僵硬引来了无数吐槽，但这并不影响他们获得非凡的人气。所以，ST ☆ RISH 虽有小缺陷，但也依然能够红火起来。

AKB48 是《akb0048》中最红及最卖座的少女偶像组合，无论是出唱片还是写真，都会成为人气话题。投资商以她们为蓝本制作了动画，并以近未来的宇宙来设定舞台，三次元人群便在此次制作中看到二次元的新兴和潮流。

从边缘到主流，亿级用户引爆“二次元”经济

二次元的力量非常大，大到能让两个对簿公堂的“敌人”融资合作。在 2015 年 8 月 6 日这天，人们见证了这股巨大的力

量。后来人们纷纷说，这是要记入二次元史册的日子。

当 AcFun 在这一天宣布估值已过 2 亿美元，并完成 A 轮 5000 万美元融资，而且领投方是合一集团（原优酷土豆集团）时，业内外人士都惊呆了。要知道，在 5 个月之前，双方还因为版权问题闹得不可开交，且对簿公堂，成了对头。是什么力量让这两大巨头才几个月就握手言和了？

为此，A 站总编刘炎焱解释说，合一集团看好二次元这个完全由年轻人主导的市场，而且他们坚信，这个市场里面蕴藏着无限商机，能给他们带来巨大的经济价值。而 A 站这样的平台，因为具有“弹幕”等二次元的代表元素，所以汇聚了大量粉丝用户，因此，合一集团愿意融资给 A 站。

互联网时代，其实就是粉丝传播和社群传播的时代。创新工场投资总监陈悦天对于合一集团的决定非常理解和看好，因为他相信，在这个粉丝经济时代，像 A 站这样的平台是最好的商机平台。

其实，在 20 世纪互联网刚刚兴起时，游戏和动漫等亚文化就已经出现。

互联网的发展爆发出各种能量，世界不得不接受互联网的一波波冲击。受到冲击最大的就是传统文化，如网络小说的传播速度比传统小说要快很多，动漫比电影要拥有更多观众，这都是互联网发展带来的主流文化破裂。这些亚文化便是二次元文化，它们在互联网这块土壤里得以迅速发展壮大。