

编辑 陈丽君 美编 李燕 责校 刘凯晶 电话:64101833 helloibt@163.com

· 榜单 ·

畅销图书排行榜

从书中可以看见过去,同时也能从中找到未来的方向。此次北京商报记者结合北京图书大厦及当当网的图书销售排行榜信息,为读者提供相关参考。

北京图书大厦(2月15日-21日史地类图书)

- 1

《知之深 爱之切》

作者:习近平

出版社:河北人民出版社

定价:38元
- 2

《这个历史挺靠谱》全三册

作者:袁腾飞

出版社:湖南人民出版社

定价:99元
- 3

《人类简史 从动物到上帝》

作者:赫拉利

出版社:中信出版社

定价:68元
- 4

《我的应许之地
以色列的荣耀与悲情》

作者:沙维特

出版社:中信出版社

定价:68元
- 5

《褚时健传》

作者:周桦

出版社:中信出版社

定价:58元

当当网(2月23日-29日传记类图书热销榜)

- 1

《绝望锻炼了我:
朴槿惠自传》

作者:朴槿惠

出版社:译林出版社

定价:35元
- 2

《苏东坡传》

作者:林语堂

出版社:湖南文艺出版社

定价:28元
- 3

《我们仨》(新版)

作者:杨绛

出版社:三联书店

定价:23元
- 4

《普京传-他为俄罗斯而生》

作者:郑文阳

出版社:新世界出版社

定价:39.8元
- 5

《假如给我三天光明》

作者:海伦·凯勒

出版社:华文出版社

定价:21.8元
- 北京商报记者 卢扬 郑蕊/整理

二次元消费五大关键词

如今“二次元”一词出现的频率越来越高,不仅人们对于二次元的关注度愈渐高涨,二次元的相关用户数量也逐渐增加,同时鉴于二次元受到市场的欢迎,众多资本和公司也纷纷挖掘二次元的商机,欲从中分得一杯羹。但是,对于二次元,你是否真正了解呢?

关键词1

名词解释

二次元指二维平面的世界,主要指动画(Animation)、漫画(Comic)、游戏(Game)、轻小说(Novel)构成的平面世界。二次

元文化是指在以ACGN(动画、漫画、游戏、小说)为主要载体的平面世界中,由二次元群体所形成的独特价值观与理念,此

外还包括二次元群体从ACGN不断延伸出的手办、COSPLAY等,以及同人及周边(如海报、CD、徽章、服装等)衍生产物。

关键词2

目标用户

二次元用户包括泛二次元用户和核心用户。

其中泛二次元用户对二次元的接触大多数处在“基本了解”的阶段,该类用户会去看热门漫画、玩热门游戏,但不会在上面投入太多的精力和财力。

而核心用户则会在二次元上花费大量的时间和精力,经常上AcFun(A站)、哔哩哔哩(B站)、动漫论坛、贴吧和微博,会深入了解与二次元相关的诸多事物,并购买相关的产品或衍生品等。

关键词3

发展现状

数据显示,2015年我国二次元用户已达2.19亿,6000万为核心二次元用户,1.59亿为泛二次元用户。这类用户已拥有一定付费意愿,2015年我国二次元用户在该方面年平均花费为1746.3元,无消费的只占5.5%。

二次元领域的融资较为火热,2014年二次元融资额达1.62亿元,2015年则激增至5.46亿元以上。2015年奥飞动漫以9亿元收购有妖气,成为我国动漫界最大并购案。

关键词4

产业格局

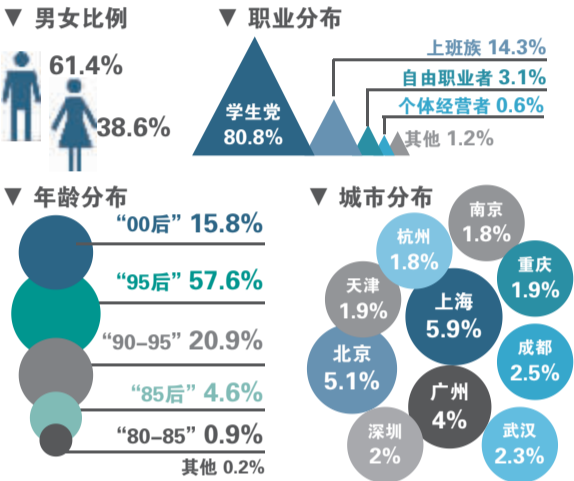
目前国内二次元市场已基本形成一定产业格局,值得注意的是,BAT均已进入二次元的内容层面。其中腾讯方面通过腾讯视频、阅文集团、腾讯动漫、腾讯游戏、企鹅影业及腾讯影业,形成联动。2015年11月,腾讯视频宣布推出名为“青春国漫剧场”的动漫创投业务,2016年直接参与创投的动漫项目达14个,产业链开发涉及动漫、游戏、影视、文学等各个领域。百度方面则因旗下爱奇艺对国产少儿动

关键词5

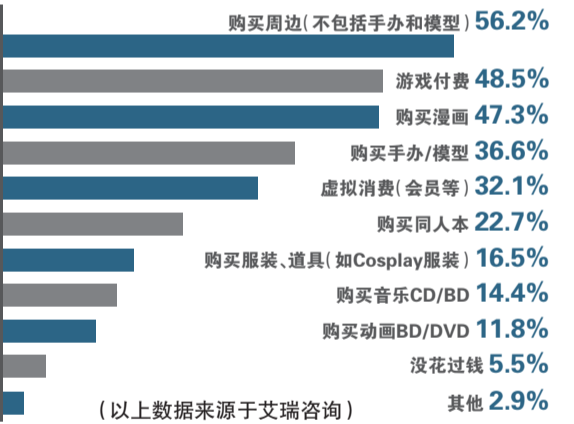
发展趋势

二次元用户付费比例较高,粉丝经济拥有较多发展可能,如声优、虚拟歌姬的演唱会及相关表演;漫画、写真等印刷品;玩偶、游戏等周边产品,均拥有较大发展空间。在从业

二次元用户基本属性



二次元具体消费类型



二次元产业格局

内容	夏天岛、A-soul等工作室、有妖气等动漫公司
平台	AcFun、哔哩哔哩、快看漫画等
社交	半次元、猫团动漫等
周边电商	漫骆驼、淘宝动漫等
众筹预售	摩点网、Juju等
线下活动	ACG联盟、各种Coser及相关社团

画、日漫新番等大量投入积累较多资源,并推出动漫创投中心而拥有较多二次元资源,同时百度贴吧也是二次元用户交流的主要平台之一。阿里巴巴于

2015年10月收购优酷土豆,而两个月前优酷土豆投资了Acfun,使得AcFun随即列入阿里巴巴的阵营,同时阿里影业宣布重点打造动漫和喜剧。

者看来,未来二次元和三次元会相互融合。在用户方面,会有更多受众成为二次元用户;在内容方面,二次元的相关作品与真人电视剧之间可以相互改编;在营销方面,动漫等二

次元人物也能成为广告代言人。如今各公司热衷基于IP的全产业链发展,这也促使二次元在影视、小说、动漫、游戏等领域开拓出更多市场价值。
北京商报记者 卢扬 郑蕊