# 动漫市场调研报告范文

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2024-10-02

*目前我国已经成为全球最大的动漫产品需求市场，而且这还只是在我国动漫市场尚没有完全开发出来性情况下。我国动漫产业的市场潜力给我国动漫业的发展提供了前所未有的发展空间与机会。由于自己对动漫比较喜欢，所以此次用动漫的周边商品来做调查分析。动漫产业...*

目前我国已经成为全球最大的动漫产品需求市场，而且这还只是在我国动漫市场尚没有完全开发出来性情况下。我国动漫产业的市场潜力给我国动漫业的发展提供了前所未有的发展空间与机会。

由于自己对动漫比较喜欢，所以此次用动漫的周边商品来做调查分析。动漫产业，是指以“创意”为核心，以动画、漫画为表现形式，包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品的等动漫直接产品，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。而作为动漫产业的产品，既是无形的，也可以是具体的。

动漫周边是漫画、动画的一种延伸，也是漫画、动画文化的一种延伸。动漫周边的产品也同样涉及到生活的方方面面。比如DVD、海报、贴纸、笔记本、手表、腰带、t恤、钱包、书包、手办、钥匙链、项链、手机链、手套、动漫迷你画册等等。本次，我将就这一方面进行一次调查。

我随机对20位在校大学生（10男10女）、20位中年人及10位青少年做了调查，调查表明，男性对于动漫周边的喜爱远大于女性，置办动漫周边的行为也较多。男性一般比女性有更大的英雄情结，有些动漫很好的迎合了这一情结，吸引了男性消费者的注意。掌握了消费者的情绪。这表示消费与性别有关。

我国的13亿人口中，30岁以下的人口数量占总人口的40%左右，这部分人口构成了动漫及其衍生产品的庞大消费市场。并且，对于动漫，年龄较小的孩子喜欢国产动漫如喜洋洋与灰太狼或是日本的哆啦a梦、蜡笔小新等。因此对于此类消费者，多是在食品包装、小手表等上印动画人物，或是一些各种人物的氢气球，这些产品的销售还是比较好的。

而少年消费者则是成人感、独立性增强，思想活跃、感觉敏锐、热情奔放、善于幻想、勇于创新，以喜欢日本动漫的居多，并表示国产动漫太过幼稚，在消费行为上往往表现为追求新颖与时尚、追求美的享受，力图表现时代，引导消费新潮流。受到家庭的影响减弱，主要受社会的影响，其独立消费意识逐渐成熟，少年时期的消费者自身知识不断丰富，幻想相对减少，兴趣趋于稳定，对商品的判断、分析与鉴别能力逐渐提高，购买行为趋于稳定，购买倾向性也趋于确立，并逐步形成消费习惯。因此，针对于消费能力不高的他们，大部分动漫周边的价格都不是那么高，而是相对平价，这很好的迎合了大部分消费者的能力。

青年人具有追求自我表现个性的消费心理。他们对动漫往往都有自己的追求。在上世纪八十年代到九十年代他们动漫产品有过极强的需要偏好，但其需求没能在那个特殊时代得到现实的满足。因此，目前这部分人群对动漫产品有着强烈的补偿性需求。而且他们的消费心理还没有完全成熟，经济又刚刚独立，家庭负担小，往往会乐于追求自己喜欢的，肯于为动漫周边等花费，这时，就会购买相对微高价的产品。

对于中年人就很少购买中低端的动漫产品，而是直奔高端产品——手办。这种手办由于是手工制作，且制作复杂，历时长，往往价格十分昂贵，精致的做工也体现了他们的品味，通常是经济状况比较好的人购买。

而说到职业，买动漫产品的还是学生居多，大学生则显然是较高消费的主力军。已工作的人们表示，喜欢动漫产品只是自己的爱好，与工作并没有直接关系。除了从事动漫工作的会特别关注，对动漫周边的消费并没有与工作类型有太大的关系。

针对少年儿童消费者，我们应该努力吸引儿童的注意、刺激儿童的购买愿望。可以把动漫玩具、图书放在一起，在旁边的电视中播放关于这个动漫的画面，以引起儿童注意。可以在动画中体现益智的特点，让家长为其选择这个。在产品包装方面，尽量做到外观形状尽量丰富、图案要生动活泼、色彩五彩斑斓。同时让家长觉得产品质量优、实用性强、价格合理。制作出知名的品牌，增加家长的认知程度。同时随着儿童年龄的增长，也会对品牌有属于自己的认识。

针对动漫青年消费者，满足多层次的心理需求，刺激产生购买动机。可以针对青年喜闻乐见的动漫，衍生其他动漫产品，动漫周边可以融入生活，大至手机、电脑，小至牙刷架、水杯都能成功的与动漫结合。开发时尚产品，引导消费潮流。使动漫更加新颖，满足消费者追求个性的需求。针对青年人的需求及时开发新产品，适应其心理，使的青年人能迅速接受新产品，从而加速其推广。推出不同档次的动漫产品，适应不同的消费阶层，扩大市场占有率。推出一系列优惠活动，赠送一定的赠品。推出签售活动，利用名人效应推动销售，形成大家认知的品牌。针对女性消费者的爱美心理，可以利用美型的动漫人物吸引消费者。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找