

## 2 焦点 Focuses

# 二次元成资本新宠 国产二次元任重道远

几年前,二次元仍是一个无人问津的话题,近两年却成了各路资本投资的聚焦点。

据媒体报道,近日发布的《二次元产业投资地图》显示,2016 年国内二次元行业公开融资达 73 起,资金总额约 25 亿人民币,这一数据相比 2014 年(1.62 亿融资规模)和 2015 年(5.46 亿融资规模),呈现近 400% 的巨幅增长。

如果你现在还不知二次元为何物,只怕要错过这以 90 后、00 后为消费主体的巨大商机。

### 什么是二次元？

“次元”一词来自于日文,翻译成中文就是纬、度,二次元就是个二维空间,是一个能让我们暂时脱离现实世界去另外一个平行的虚拟世界的状态,三次元则是现实生活。简单来说,二次元就是 ACGN,即动画(Animation)、漫画(Comic)、游戏(Game)和轻小说(Novel)所衍生过来的虚构世界都可以称为二次元,但实际上二次元不仅仅包含了这些,还有同人、虚拟偶像、音乐剧、广播剧(Drama)等。

漫步在东京街头,随处都能感受到二次元的气息;池袋的乙女大道上琳琅满目的动漫周边店、音像制品店和中古店,秋叶原的电器街出口一眼就能看到巨大的 SEGA 的标志和 AKB 剧场……

而在中国,二次元的感受可能并没有那么明显。除了上海、广州几个一线城市经常举办大型动漫展和 event 外,鲜少看到二次元的影子。但实际上,二次元已经深深地渗入了 90 后、00 后的生活。

### 二次元文化的蔓延

伴随着一连串同人、腹黑、宅腐萌、中二、傲娇等二次元词汇的普及,二次元文化也逐渐从小众走向了大众,在三次元出现的频次和普及率也在不断提高。

2016 年二次元出现了两个广为人知的产品,一个是网易的手游《阴阳师》,另一个则是新海诚的电影《你的名字》。《阴阳师》的日活跃人数曾一度超过 1000 万,“SSR”、“非酋欧皇”等词汇更被广泛应用,产生了极大的影响。而《你的名字》在日本票房突破 205 亿日元,跻身日本电影历史总票房第四名;其在国内上映一个月的内地票房也高达 5.6



亿元,也是目前为止中国票房最高的日本电影。

如果说这两部产品是二次元人群的狂欢,但实际上狂欢的人群已经不仅限于二次元。“皮皮虾我们走”红遍了微博和朋友圈,视频网站也成为了看吐槽和弹幕的存在,正是这样逐渐蔓延的二次元文化,才开启了二次元的市场大门。

### 谁在喜欢二次元？

根据艾瑞咨询的《2015 年中国二次元用户报告》来看,二次元用户是一群年轻的学生党。从年龄分布上,90%以上的二次元用户均为 90 后和 00 后。近年来,动漫作品的获取门槛不断降低,90 后、00 后等主要群体更容易接触到更加多元化的二次元文化。

目前,消费能力较强的 80 后、85 后已经扛起了家庭的负担,而中国 1.5 亿的 90 后则是下一个消费市场。根据用户报告来看,00 后群体的零花钱每月平均为 577.3 元,90 后每月的零花钱超过了 1000 元。

随着他们逐渐登上文创产业的舞台,消费观念和方式也发生了巨大的变化。他们愿意为了 IP 情怀和正版产品付费,愿意去刷弹幕、看网剧,愿意花钱去支持舞台剧、音乐剧和偶像团体。为二次元消费,于他们来说是开心且具有价值的。

### 二次元成资本新宠

进入 21 世纪后,国家有关部门相继出台了《关于发展我国影视动画产业的若干意见》、《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》等政策文件,2012 年文化部与国家扶持动漫产业发展部际联席会议各成员单位还共同发布《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》。二次元行业,近两年也成了各方资本、媒体、企业的新宠。

2015 年,被称为“二次元元年”,巨头大多从 2015 年开始布局二次元产业,正是在政策和资本的扶植下,一批二次元内容公司和平台才得以成长。

截至目前,A 站(AcFun)和 B 站(bilibili)已经完成 4 轮融资,在新的一轮融资完成后,A 站估值达 18.5 亿元人民币,仍然处于亏损状态;而 B 站新一轮融资后估值或超 10 亿美元。A 站、B 站在资本上的顺风顺水也让整个二次元产业颇为振奋。据统计,2016 年接受资本投入的二次元企业多达几十家,其中包括了米漫传媒、次元仓、晨之科、那年那兔等千万级以上的融资规模,但大多处于天使或 A 轮的早期阶段,离爆发还需一段时间。

### 二次元的衍生文化

在过去的短短半年,奥克斯已与万科、保利、越秀、升龙、海伦堡等多家百强地产达成了战略合作,成为其指定供应商。2016 年,奥克斯空调规模已跃居行业第三,而积极布局新渠道,开辟全新通道,将在三五年内促使奥克斯实现分体空调第一品牌的愿景。

奥克斯布局新渠道作为第二跑道,成效突出,其根本是对产品力的聚合。基于“品质是基石,创新是灵魂”的指导理念,奥克斯通过“精品迭代、品牌年轻化、渠道 O2O 化、营销跨界化”的四板斧,完成中国空调产业奥克斯发展模式的新升级。通过推进技术升级与服务创新,奥克斯在技术、用户、设计、数据四大驱动力的作用下,先后推出了雪龙系列、睿系列、极客系列、AYA、AHA 等明星系列空调,深受市场及消费者的喜欢。

随着全国各地全装修政策和实施规范的逐步落地,毛坯房时代即将终结。新阶段,

许多投资人表示不是很懂二次元,因为二次元文化内容太丰富,类目众多,随意的 ACGN 都可以蔓延出一系列小众文化,宅文化、腐文化、萌文化、同人文化、lolita 文化……令“外行人”眼花缭乱。

譬如 2.5 次元,这是介于二次元(虚拟世界)和三次元(现实世界)之间的一种状态,多半指通过真人表现动漫中人物场景所形成的一种空间或形式,Cosplay、音乐剧、舞台剧,声优等皆属于 2.5 次元领域。日本的 2.5 次元音乐剧自 1974 年兴起,在体裁上自成一派,能够在舞台上把漫画中的人物在现实世界呈现,给予了当下社会一种全新的文化体验。

lolita(洛丽塔)文化作为一种亚文化,也是二次元元素中不可或缺的一部分。漫展上随处可见身穿 lolita 洋装的女生,她们把自己打扮成洋娃娃一般,追求更为复杂、华丽的印花设计,并不在意路人的目光,只为了取悦自我,这也体现了当下年轻人想要表达自我的一种生活态度。

偶像团体也成为较常见的一种形式。日本的 AKB48 在日本国民消费意愿最低的通货紧缩时期总计产生高达 1500 亿日元的经济效益,也被称为“格子裙经济学”。

御宅族并不是二次元群体的代名词,即使不迈入宅男也需要线上交流,互联网时代,如何把二次元的核心群体聚集在一起,构建一个二次元领域的社交网,也正是二次元社交 APP 的职责所在。

### 国产二次元任重道远

二次元的未来不容小觑,资本涌入也仅是一个开端,而从事二次元创业的人群,大多都有一个共同点:拥有爱和梦想。许多人会为了儿时的梦想而选择这条路,虚拟世界中“梦想的价值”也尤为重要。

目前来看,我国的二次元市场虽然已经开启,但产业链仍不成熟。有数据分析,2020 年二次元产业将迎来 6000 亿元的市场规模,潜力巨大。资本的风不断刮向二次元,但二次元人群真的愿意去接受这一切么?IP 和内容是二次元产业的核心,80 后和 90 后并非看“国漫”长大的,如何让新的二次元群体喜爱并热衷于国产的二次元内容,才是重中之重。

(综编)

## 东北经济新观察：告别半年闲 “猫冬”变“忙冬”

■ 刘硕 王炳坤 梁冬

“喝酒、打牌、二人转,唠嗑、瓜子、两顿饭”,这曾是东北部分地区尤其是东北农村冬季生活的写照。受冬季寒冷气候的限制,过去,不少东北人往往是冬季“半年闲”,“猫冬”成了主要生活方式。如今,这样的情况已经发生了很大改变。

记者在黑、吉、辽部分基层地区采访时发现,不少人一改过去“猫冬”的旧习,在传统冬闲时节发展种养殖、冰雪旅游、电子商务等多种产业,经济发展打破了冬日的“冰封”,人们的精神面貌也发生了明显改善。

### 过去“半年闲”,现在忙挣钱

刚刚过去的冬季旅游季,吉林省辉南县金川镇的农家乐老板李凤梅忙得不亦乐乎。来自全国各地的游客在赏雪景、玩冰雪的同时,也会到她的店里体验东北特色美食,一天最多接待游客可达 200 多人。

李凤梅告诉记者,开农家乐之前,她和很多村民一样,到了冬天就“猫”起来。“村里人不少都是喝酒、打牌、打麻将,实在没啥事儿干。”随着这两年镇里兴建了冰雪乐园和滑雪场,带动了冰雪旅游发展,游客越来越多,李凤梅开起了农家乐,一年四季客流不断,冬天再也闲不住了。

记者走访东北一些农村地区发现,随着农村旅游服务、种植加工等产业的发展,不少农民都像李凤梅一样忙起来。

在辽宁省辽阳县刘二堡镇前杜村,记者看到,万亩连片的温室蔚为壮观。

“这几年村里瞄准了高端果蔬反季种植,借助村里轧钢厂生产的大棚设备,兴建了一大批种植基地。”前杜村党支部书记王绍永说,冬季陆续上市的草莓等蔬果广受欢迎,远销京津乃至南方地区。一个冬天卖出了将近 2000 万斤草莓,带动村里村外千余人就业。

### 新产业发展“火力”旺

在黑龙江省泰来县,电商产业让当地农民连忙里偷闲的时间都没有。“每天光快递单就要千余件,小半天就要拉走一车货。”在泰来县东北网贸港电子商务运营中心,坐在电脑旁的工作人员一边打印快递单一边对记者说,元旦前后搞促销时,发货量比平时更多,没有十几个壮小伙帮忙,根本忙不过来。

如今,越来越多的东北县乡村像泰来县一样瞄准了电商发展,不仅让冬闲的农民忙起来,也打开了一片新市场。

黑龙江省富裕县县委书记刘海城说,电商出现前,由于产地与市场对接不畅,每亩水稻农民可以赚 500 多元。如今,县里统一实行有机种植,在电商平台上平均售价每斤 30 元以上,每亩地扣除成本至少赚 7000 元,是原来的 10 多倍。

随着越来越多电商村在东北发展起来,夏天忙种植,冬天忙销售,农民一年四季都闲不住。吉林省敦化市商务局副局长林哲说,电商进村打通了农产品上下行的渠道,也改变了农民固守一亩三分地的陈旧思维方式,带来了农民精神面貌的改变。

在吉林双阳、柳河等现代农业示范地区,有机粮食蔬果等现代农业项目不仅在产销环节不断创新,还带动了都市农业休闲旅游蓬勃发展。温室大棚采摘四季客流不断,冬闲时节的农民变身导游、服务员。由于发展的“火力”很旺,一些地区甚至本地农民不够用,还要到外地招聘。

### “猫冬”到“忙冬”背后的思维转变

随着东北振兴脚步的加快,类似“猫冬”这样的旧习惯已经逐渐丧失了根植的土壤,新的发展理念正在带动农民摆脱陈旧思维,成为振兴东北经济的新动力。

一些专家学者认为,如今东北一些地区的实践表明,龙头企业带动农村集体发展、通过旅游等新兴产业闯市场等发展模式奏效了。

“当前东北经济社会正从农村最基层逐步发生转变。”吉林省社会科学院社会学研究所所长付诚说,“从‘猫’到‘忙’,虽然只是一个字的转变,却意味着长期以来占据主导地位的僵化思维被打破。‘忙冬’不仅带来了更广阔的市场,也带来了东北人精神状态的提升。”大连海事大学交通运输管理学院教授时建人等长期关注东北经济发展的专家学者认为,由于一些历史原因,东北计划经济包袱沉重,东北人尤其是农民的市场意识不强,让更多东北人从“猫冬”走上“忙冬”之路,依然任重道远。未来还需要让具备发展活力的“点”连成“片”,让市场思维驱动振兴步伐。

#### 遗失

四川宝宅房地产开发有限公司税务登记证,正,副本 510107562020927。四川宝宅房地产开发有限公司组织机构代码证,正,副本代码 56202092-7 遗失,特声明作废。  
四川宝宅房地产开发有限公司  
2017 年 3 月 14 日

**奢鑫（集团）直投贷款**  
★房地产开发、出让地、划拨地、高速建设、矿山、电站、厂房、项目贷款；  
★中小企业、旅游开发、机械设备、种养殖业、林权等优质项目贷款。（机全国驻商务代表）  
电话:023-67833777 13648418884

## 聚势谋远 合力共赢 奥克斯 & 优采平台启动战略合作

■ 本报记者 王海亮

作为全球三大家电及消费电子展之一的中国家电及消费电子博览会(AWE)于 3 月 9 日在上海新国际博览中心隆重开幕。3 月 10 日,奥克斯携手优采平台正式启动奥克斯 & 优采平台战略合作签约仪式。本次签约仪式以“聚势谋远,合力共赢”为主题,旨在互惠互利,打造国内分体空调第一品牌。

2017 年中国房地产的市场较为复杂,离不开由内而外的驱动与变革,需求最优质的供应商,才能永葆市场活力。正如中国房地产协会副会长张力威所言:“奥克斯与优采平台的签约,是产业链精通合作的结果,双方建立合作供应的商业模式,以优才平台为纽带,进一步为优秀的房地产项目提供配套服务,给消费者提供舒适的生活,惠及用户。”

本次签约仪式,优采平台执行总经理唐



茜女士指出:“奥克斯与优采在时机、品牌、价值三个方面的契合,使得双方的战略合作将产生更大的化学反应。”近些年来,奥克斯空调凭借先进的技术、卓越的品质、完善而贴心的服务等备受房地产企业的青睐。随着新渠道在公共领域业务的不断扩大,奥克斯品质也得到了众多百强地产企业一致的认可。

作为 2016 年正式启动的战略布局,新渠道项目成为奥克斯弯道超车的又一“武

## 借力“互联网 +” 海南打造智慧国际旅游岛

■ 吴茂辉 张先昌

夯实基础强化智慧旅游根基,线上线下促进产业融合、网上借力创新营销模式……近年来,海南顺应大众旅游时代发展需要,借力“互联网+”,打造智慧国际旅游岛。2016 年,海南接待游客 6023.6 万人次,同比增长 12.9%;旅游总收入 672.1 亿元,同比增长 17.4%。

### 夯实基础完善公共服务 强化智慧旅游根基

时下正是海南旅游旺季,记者在三亚市天涯海角景区入口处看到,许多游客下车后,不是去排队买票入园,而是掏出手机对着散客通道闸机上一个二维码扫一扫就入园了。“能网上买票就很不错了,没想到连票都不需要取,不用排队买票取票,太省时间了。”湖南游客张女士说。

扫码入园,这仅仅是天涯海角景区推动智慧景区建设的一个小小举措。作为海南智慧景区建设的排头兵,天涯海角景区目前已经实现无线网络热点和视频安防监控、高清实景、360 度虚拟实景、智能导游、停车场管理等系统全覆盖,通过智慧服务、智慧管理等模式,提升旅游体验和旅游品质。

智慧旅游,首先要解决游客轻松上网的

问题。海南着力推动信息基础设施建设,目前包括酒店、A 级景区、旅游咨询服务中心等单位在内的 347 家旅游重点公共场所,无线网络覆盖率达 95%以上。

在信息终端布局上,海南深化软硬件系统功能开发和应用推广。如海南省旅游委积极建设包含英、俄、日等 7 国语言版本的海南旅游官网,搭建集资讯、引导、服务于一体的综合性旅游网络平台,并计划推出多语种搜索引擎,进一步提高服务质量和国际化水平。

在建立智慧化监测体系方面,海南在重点景区出入口、停车场等区域逐步实现视频监控覆盖,便于应急指挥调度、运行监测和维护景区秩序等工作的开展。三亚市旅游警察支队自 2015 年成立以来,借助智能监测技术,共查处涉旅游案件 202 宗,全市旅游投诉量同比下降近 50%。

### 线上线下融合发展 打造旅游新生态圈

近年来,海南借助互联网技术,着力优化旅游业营商环境,培育出一批“互联网+旅游”龙头企业。海南酷秀集团便是海南“互联网+旅游”行业发展的领先企业,2016 年平台交易额达 26 亿元。

通过酷秀集团开发建设的服务应用平

台,可为政府、景区、旅游服务单位、入岛游客提供网上预订、移动支付、电子票入园、景区地图导航、自助式导游等功能,建立诚信旅游及旅游投诉系统,为游客提供高效、优质、个性化服务。

通过移动互联网技术,海南着力细分客源市场,深挖旅游消费需求,为游客提供个性化、高品质的定制服务。2015 年,海南省旅游委与海航集团签署战略合作协议,联合开发航旅产品,为游客提供度假、住宿、餐饮等服务,打造“线上下单、线下体验”的旅游消费模式。

为提高旅游智能化服务水平,海南还推进平台与景区的深度融合。目前全省已有 48 家 3A 级以上景区实现互联网电子门票销售,游客可直接在携程、艺龙、阿里旅行等在线旅游代理网站下单,凭电子门票进入景区。

“在互联网时代,只有融合发展,才能更好满足游客需求,提升旅游服务满意度。”海南酷秀集团董事长王海峰说。

### 创新营销模式 挖掘旅游消费潜力

海拔 800 多米、有“天上什寒”之称的什寒村曾经是海南琼中县最偏远、最贫困的村庄之一,如今已实现向原生态休闲旅游村的华丽转身,成为海南积极引导社会资本进入