头豹 LeadLeo
400-072-5588

2019 年
中国手办行业概览

行业走势图



消费研究团队

邓文芳 分析师

邮箱：cs@leadleo.com

相关热点报告

- 商贸零售系列概览——2019 年中国成人玩具行业概览
- 商贸零售系列概览——2019 年中国潮流玩具行业概览
- 商贸零售系列概览——2019 年中国盲盒行业概览

报告摘要

手办是指用于收藏、赏玩的现代模型，包含知名动画、漫画、文学、影视、游戏等 IP 的人物角色、汽车、植物、动物或空想事物的形象。随着动漫文化影响力提升，动漫及其衍生品消费群体不断扩大，手办行业快速发展。中国手办行业的市场规模由 2014 年的 10.2 亿元人民币增长至 2018 年的 20.0 亿元人民币，年复合增长率为 18.4%。

热点一：手办产品智能化

智能手办是一种新型手办产品，其外形设计参考游戏、文学、动画、漫画等 IP 角色外形，内部装置特殊芯片，具备多种功能。常见的智能手办具备语音互动、音乐播放等功能，如“一禅小和尚”智能手办既可作为蓝牙设备使用又可对话互动，渊静科技联合微软打造的“陈小发”智能手办具备实时对话、预测星座运势、猜成语等功能。随着人工智能技术的进一步发展，并不断与手办产品结合，游戏类智能手办产品的功能将日益完善，加速获得中国消费者认可。

热点二：自助盲选手办逐渐受消费者青睐

自助盲选模式指消费者支付一定款项用于购买包含手办的盲盒，打开盲盒后才能获知购入手办的具体种类、造型、颜色等细节。盲盒的出现丰富了手办产品的销售方式，且大多盲盒零售单价较低，自助盲选手办模式受到消费者喜爱。

热点三：手办制作仍将依赖专家手工操作

手办产品对于精致度、美观度、质感要求高，当前机器化成型、生产、制作技术（如 3D 打印技术）不能满足，因此手办行业未来仍将依赖专业人士的手工操作。手办产品制作流程中的原画设计、原型师造型、上色、修改、调整等关键步骤均离不开原型师等专家的深度参与。如原型师在造型过程中需凭借对人物形象、故事背景的理解进行补充、完善原画设计中人物形象细节的缺失。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国手办行业市场综述 8

2.1 中国手办行业定义及分类 8

2.2 中国手办行业发展历程 10

2.3 中国手办行业产业链 12

2.3.1 上游分析 13

2.3.2 中游分析 14

2.3.3 下游分析 15

2.4 中国手办行业市场规模 16

3 中国手办行业驱动与制约因素 18

3.1 驱动因素 18

3.1.1 宏观经济增长，消费能力提升 18

3.1.2 动漫行业快速发展，推动手办行业市场规模扩大 19

3.1.3 3D 打印技术应用于手办制作，提高手办生产效率 19

3.2 制约因素 20

3.2.1 缺少优质 IP 20

3.2.2 缺乏专业人才 20

3.2.3 消费观念不成熟 21

4 中国手办行业政策及监管分析 22

5 中国手办行业市场趋势.....24
5.1 手办产品智能化.....24
5.2 自助盲选手办逐渐受消费者青睐.....25
5.3 手办制作仍将依赖专家手工操作.....26
6 中国手办行业竞争格局分析.....27
6.1 中国手办行业竞争格局概述.....27
6.2 中国手办行业典型企业分析.....28
6.2.1 海脉文化传播（上海）有限公司.....28
6.2.2 北京泡泡玛特文化创意有限公司.....29
6.2.3 北京乐自天成文化发展有限公司.....31

图表目录

图 2-1 手办分类（依据材料划分） 9

图 2-2 手办分类（依据获取方式划分） 9

图 2-3 手办分类（依据外形划分） 10

图 2-4 中国手办行业发展历程 12

图 2-5 中国手办产业链 12

图 2-6 中国手办行业市场规模，2014-2023 年预测 16

图 3-1 中国居民人均可支配收入及消费支出，2014-2018 年 18

图 4-1 中国手办行业相关政策 24

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从消费品、动漫、人工智能等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 8 月完成。

1.2 名词解释

- **CAST 树脂**：一种常用于制作手办模型的树脂，分为 A 剂和 B 剂，调配时需保持两种试剂重量比相同，又称“HEI-CAST 树脂”、“无发泡聚亚安酯树脂”或“PU 树脂”。
- **宝丽石粉树脂**：树脂和石粉混合而成的材料，是冷树脂的一种。
- **PVC**：Polyvinyl Chloride，即聚氯乙烯，是氯乙烯经加成聚合反应得到的高分子材料。PVC 是一种无定形结构的白色粉末，支化度较小，对光和热的稳定性差，价格便宜，应用广泛。
- **美国土**：一种知名的塑形专用黏土，常用于造型师模型塑造，又称“超级黏土低温泥”。美国土制作的手办便于修改，无需翻模，可直接上色、雕刻。
- **目结土**：主要成分为二氧化硅、三氧化二铝、三氧化二铁等，呈灰红色、黑色。细度达到 800 的目结土粘性强、无杂质、易洗光，是专业的雕塑泥土。
- **油泥**：主要原材料为石蜡、石粉、凡士林、碳酸钙、色粉、水等，主要用于塑胶开模、雕塑等，对温度敏感，可塑性强。
- **硅胶**：介于有机与无机之间的聚合物，又称“矽胶”
- **二次元**：动画、漫画、游戏等作品构成的虚拟世界的简称，又称“二维”。
- **倒模**：依据造型师手办原型拆解后的分件定制原型模具的过程，又称“开模”。
- **白膜**：具备完整形态，未经上色处理的手办产品。
- **IP**：Intellectual Property，即知识产权。本报告的 IP 指知识产权在动漫、文学、游戏等领域的应用，包含这些作品的名称、人物角色形象等各方面原创元素、形象的权利。
- **NFC:** Near Field Communication，即近场通信，一种短距离高频无线通信技术，可允许电子设备互相进行非接触式点对点数据传输。
- **CP 展**：有关同人文化及相关产品的展会。

- **同人：**由漫画、动画、游戏、小说、影视等作品或生活中知名人物衍生的文章及其它类型创作，大多同人作品涉及上述人物之间的同性感情故事。
- **CG 视频：**借助计算机技术设计、生产、制作的动画视频，可分为 2D 动画和 3D 动画。
- **亚文化圈：**持有特定观念、生活方式的区域或集体，与主流文化圈相对。
- **翻模：**依照手办原型，大量复制、制作手办模型的过程。



2 中国手办行业市场综述

2.1 中国手办行业定义及分类

手办是指用于收藏、赏玩的现代模型，包含知名动画、漫画、文学、影视、游戏等 IP 的人物角色、汽车、植物、动物或空想事物的形象。

依据材料不同，手办可分为树脂手办、PVC 手办、硅胶手办、美国土手办、油泥手办、目结土手办等种类（见图 2-1），其中**树脂手办和 PVC 手办是最常见的类型。**

（1）树脂手办：以 CAST 树脂、宝丽石粉树脂等树脂为主要材料制作的模型。其中 CAST 树脂价格昂贵，是宝丽石粉树脂价格的数倍，通常用于制作高端手办。

（2）PVC 手办：以 PVC 为主要材料制作的模型。相较于树脂手办，PVC 手办价格低廉，改装自由度更高。

（3）硅胶手办：以硅胶为主要材料制作的模型。硅胶质感好，相对于油泥、目结土、PVC 等材料，价格较高，常用于制作高端手办。

（4）美国土手办：以美国土为主要材料制作的模型。美国土经雕刻后，可通过加热烘烤（110~125 摄氏度）10~15 分钟使之硬化、成型。

（5）油泥手办：以油泥为主要材料制作的模型。油泥对温度敏感，可通过改变温度进行软化、塑形、修补，油泥手办可塑性强。

（6）目结土手办：以目结土为主要材料制作的模型。目结土价格低廉，通常呈灰红色或黑色，杂质少，是专业的雕塑专用土，受到雕塑初学者喜爱。

图 2-1 手办分类（依据材料划分）

分类方式	类别	特征	材料价格
材料	树脂手办	动作生动，表情逼真，不易变形	★★★
	PVC手办	改装自由度高	★
	硅胶手办	柔软易损、容易变形	★☆
	美国土手办	无需翻模、可直接上色、雕刻	★☆
	油泥手办	质地较硬、不易上色、受热软化	★
	目结土手办	质地细腻、含水量高	★

来源：头豹研究院编辑整理

依据获取方式的不同，手办可分为单品手办、扭蛋手办、食玩手办三类（见图 2-2）。

（1）单品手办：在玩具店、手办专卖店等大型零售店铺出售的成品手办，可试玩后购买。相对于扭蛋手办、食玩手办，单品手办体型较大，常见的单品手办包含公仔、人物模型、汽车模型等。

（2）扭蛋手办：蛋形胶囊内包含的小型手办，通常可在玩具店、便利店或扭蛋自助贩卖机处购得，价格低廉。

（3）食玩手办：作为食品赠品，附赠于食品包装盒内的手办。食玩手办制作简单，随食品一起出售，不额外收取消费者费用。

图 2-2 手办分类（依据获取方式划分）

分类方式	类别	特征	价格
获取方式	单品手办	成品单独出售，体型较大	★★★
	扭蛋手办	体型较小，通常为盲选手办	★★
	食玩手办	随食品附赠	★

来源：头豹研究院编辑整理

依据产品的外在形象，手办可分为人物角色模型、汽车模型、植物模型、动物模型四个主要类别（见图 2-3）。

（1）人物角色模型：外形是人形或由创作者臆想、虚构出的与人体外形相似的手办，又称“人型”或“人形”。中国手办市场人物角色模型最受欢迎，其数量占总体手办数量的85%左右。

（2）汽车模型：外形是各类汽车或由创作者臆想、虚构出的类似汽车外形的手办。相对于人物角色模型和动物模型，中国手办市场汽车模型数量较少。

（3）植物模型：外形是各类植物或由创作者臆想、虚构出的类似植物外形的手办。目前，中国市场汽车模型、植物模型手办的数量占总体手办数量的 5%左右。

（4）动物模型：外形是各类动物或由创作者臆想、虚构出的类似动物外形的手办。中国手办市场动物模型受欢迎程度高，动物模型数量占总体手办数量的 10%。

图 2-3 手办分类（依据外形划分）

分类方式	类别	代表	占手办总数比例
外形	人物角色模型	哪吒手办	85%左右
	汽车模型	变形金刚手办	5%左右
	植物模型	植物大战僵尸手办	
	动物模型	宠物小精灵手办	10%左右

来源：头豹研究院编辑整理

2.2 中国手办行业发展历程

中国手办行业萌芽于 20 世纪 80 年代，发展至今可分为萌芽阶段和起步阶段（见图 2-4）：

第一阶段：萌芽阶段（1980-2001 年）

1980 至 2001 年，中国手办行业处于萌芽阶段，这一阶段中国市场的手办产品主要由

国外公司设计生产后以成品形式流入中国，或由少数中国代工厂进行加工生产。手办产品设计灵感多源于动画作品，主要手办类型包含人物角色模型、动物模型、汽车模型及植物模型，其体型通常较小，以食玩或扭蛋的形式销售，如宠物小精灵、西游记、喜洋洋等系列手办。这一时期的手办产品制作工艺简单，价格低廉，主要针对消费能力有限的中小学生群体。制作精良的手办则大多来自国外具有影响力的手办生产企业，如 MegaHouse、寿屋、青岛社等，这些企业拥有日本、美国著名动画 IP 资源（如海贼王、灌篮高手、变形金刚等），可设计、生产高端手办产品，供消费能力高的专业收藏家赏玩、收藏。

第二阶段：起步阶段（2002 年至今）

2002 年至今，中国手办行业处于起步阶段，这一阶段中国手办生产企业开始创立自主品牌并不断寻求各类国内外 IP 合作，除动画外，游戏、漫画及文学作品成为手办设计、生产的常见 IP 来源。国内知名度较高的手办生产企业有 Cattea（猫茶）、珠海北裔堂、HobbyMax、末那、Myethos 及开天等，这些企业结合《大鱼海棠》、《斗战神》、《刀锋铁骑》等动画、游戏 IP 生产并制作人物角色模型，并于不同渠道进行推广、销售，扩大企业在手办行业的影响力，提升品牌知名度。与此同时，ChinaJoy（中国国际数码互动娱乐展览会）、B 站（bilibili）等娱乐展会、新型视频网站的兴起，加速中国动漫文化传播，为中国手办产品的宣传、推广和销售提供了良好的渠道平台。

图 2-4 中国手办行业发展历程

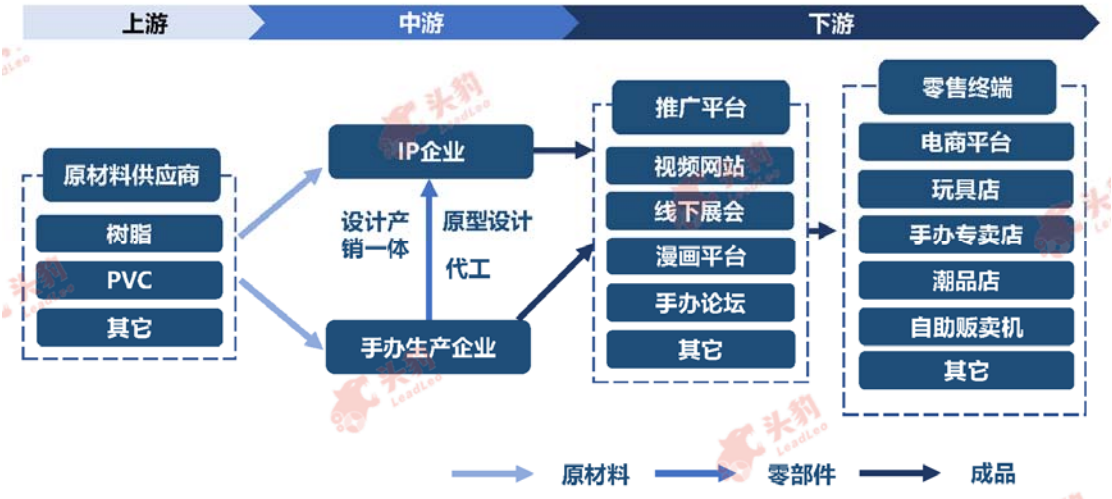


来源：头豹研究院编辑整理

2.3 中国手办行业产业链

中国手办行业参与者众多，涉及范围广泛。中国手办行业产业链上游参与主体为手办产品原材料供应商，中游参与主体为 IP 企业及手办生产企业，下游则涉及手办相关产品的推广平台和零售终端（见图 2-5）。

图 2-5 中国手办产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.3.1 上游分析

中国手办行业产业链上游参与主体为原材料供应商，即为手办产品生产、制作提供必需原材料的商家，目前中国手办产品生产、制作所需的主要原材料有树脂、PVC 及油泥、目结土、美国土、硅胶等。

（1）树脂：

树脂是优质的手办产品制作原料，售价昂贵。**中国手办市场树脂手办产品占据手办总数量 25%左右**，树脂手办产品具备轻盈、可塑性强、质感好等优势，受到中国手办玩家欢迎。由于优质树脂如 CAST 树脂依赖于进口，产量有限，树脂在产业链中的议价能力强，应用于手办制作的树脂可分为 CAST 树脂和宝丽石粉树脂：

①CAST 树脂原产地为日本，颜色可分为纯白色、象牙白、米黄色和透明色，对应的胶水型号分别为 8014、8017、8012 及 8015。CAST 树脂价格昂贵，平均每升售价为数百元。

②宝丽石粉树脂具备耐冲击、耐热、硬度大等特征，用该树脂材料制作的手办产品颜色可通过添加色粉改变，且价格便宜，零售价格通常不到 CAST 树脂的 30%。宝丽石粉树脂手办产品重量通常较大，不易切削，可塑性差，不适宜手办爱好者自制手办模型。

（2）PVC：

PVC 是聚氯乙烯材料，又称“软胶”，具备价格低廉、质感柔软等优点，相对于其它材料制作的手办，PVC 手办不易摔碎，改装自由度更大，受到手办制作初学者欢迎。**中国手办市场 PVC 手办产品占比较大，占据手办总数量 35%左右**，常见的 PVC 手办为扭蛋手办。PVC 材料丰富、技术门槛低、供应商数量多，在产业链中的议价能力弱。

（3）其它材料：

除 PVC、树脂外，手办还可由其它材料制成，如油泥、目结土、美国土、硅胶等，相对于树脂，这些手办材料价格较低，**目前中国手办市场其它材料制成的手办产品占据手办总数**

量 40%左右，但由于可选种类多，可替代性强，在产业链中的议价能力弱。

2.3.2 中游分析

中国手办行业产业链中游参与主体为 IP 企业和手办生产企业。IP 企业是指动漫、文学、游戏等 IP 内容生产、IP 授权管理企业。手办生产企业是指负责手办模型、模具、成品的设计、制作及生产的企业。

（1）IP 企业：

目前，IP 企业与手办生产企业通过 IP 授权展开合作，即 IP 企业将 IP 元素或形象的衍生品开发权、使用权授予手办生产企业，并收取授权费。中国手办行业 IP 授权模式可分为三类，分别为“设计产销一体”、“原型设计”及“代工”模式：①“设计产销一体”模式是中国手办行业最常见的 IP 授权模式，这一模式中，IP 企业侧重 IP 内容生产，手办生产企业负责模型设计、制作、量产、销售等工作。IP 授权费采取“保底+销售分成”方式计算，通常占产品销售总价的 5~15%左右。由于 IP 企业可获得“保底”收入，且手办产品达到一定销量还可获得来自手办生产企业的“分成”，因此采用这一模式的 IP 企业承担的风险小；②“原型设计”模式中，IP 企业委托手办生产企业设计模型（包含膜种、色样），支付设计费用并自行寻求生产厂家量产，这一模式中，手办企业风险小，收入稳定，IP 企业承担更多风险；③“代工”模式中，所有生产、设计成本由 IP 企业承担，手办生产企业依据合同约定提供模型设计、量产、销售等服务，风险由 IP 企业承担。中国知名的 IP 企业有鲸鱼、阿里影业授权宝、爱影、可可影、喵特、腾讯游戏、网易游戏等，这些企业为手办产品提供动漫、游戏、文学等方面的 IP 内容或授权管理服务。

（2）手办生产企业：

中国手办产品的生产成本主要由原材料成本、人力成本及授权费构成，其中原材料成本

和人力成本在总成本中的占比约为 60~75%。规模大的手办生产企业的毛利率大多为30~40%，零售终端企业的毛利率多为 30%左右，出售高端手办产品的零售终端企业毛利率数倍甚至数十倍于中低端产品。

当前中国手办行业头部生产企业大多为日本企业如寿屋、MegaHouse、青岛社、MaxFactory、GSC、ALTER 等。这些企业通常规模大、创办历史悠久、合作资源丰富，更易获得知名度较高的 IP 企业授权。中国本土手办生产企业代表则有 HobbyMax、Cattea、珠海北裔堂、末那、泡泡玛特等，这些企业获得各类知名 IP 授权，专注于原型制作，注重手办产品精度、质感，在业内获得了良好口碑。

2.3.3 下游分析

中国手办行业产业链下游涉及手办产品的推广平台和零售终端。推广平台是指品牌方或个体手办玩家发布手办产品资讯、新品质量评测等内容及宣传手办文化的线上、线下平台。零售终端是指手办产品的购买渠道，包含出售手办的各类线下及线上销售平台。

（1）推广平台：

手办产品的推广平台包含视频网站、线下展会、漫画平台、手办论坛等，通常会有大量手办玩家、从业者、商家聚集在该类平台发布手办产品有关信息，宣传手办产品文化。视频网站包含 B 站、腾讯视频、优酷视频、爱奇艺等视频观看、发布平台，部分手办爱好者通过视频网站分享自制手办过程。ChinaJoy、WMGC（世界移动游戏大会及展览会）等知名游戏、动漫、文学衍生品展会是直接推广、宣传手办产品的渠道，吸引大量手办生产企业、IP 企业参与产品展示，增进了业内企业的交流。漫画平台、手办论坛提供了手办从业者与玩家交流的平台，大量漫画作品作家将原创产品上传至漫画平台、手办论坛供粉丝赏鉴交流，同时，部分手办制作爱好者通过这类平台实时关注原创作品以便获得手办制作灵感。

（2）零售终端：

手办的零售终端可分为线上、线下两类：①线上零售终端是指出售手办产品的电商平台，如淘宝、京东等，还包括各类手办企业自行创立的垂直电商平台，如乐自天成的“玩蛋趣”；②线下零售终端是指各类玩具店、手办专卖店、潮品店、自助贩卖机等。手办销售主要依赖于线下渠道，线下零售终端销售占比为 60%左右，其中玩具店及潮品店手办销售分别占据销售总额的 18%、12%左右，手办专卖店及手办自助贩卖机合计占据销售总额的 30%。

2.4 中国手办行业市场规模

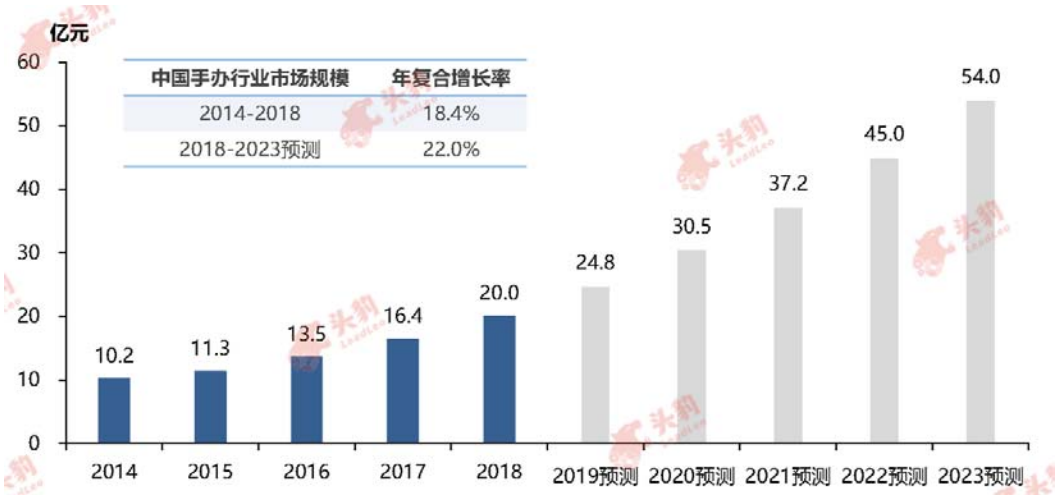
随着动漫文化影响力提升，动漫及其衍生品消费群体不断扩大，手办行业快速发展。中国手办行业的市场规模由 2014 年的 10.2 亿元人民币增长至 2018 年的 20.0 亿元人民币，年复合增长率为 18.4%（见图 2-6）。

2018 年后中国手办行业市场规模将持续快速增长，其依据包括但不限于以下因素：

（1） 未来五年，基于鼓励动漫、游戏、文学、影视等相关文化行业发展的政策利好因素，更多 IP 将衍生出多种手办产品，推动手办行业进一步发展。

（2） 3D 打印等先进的生产技术不断进步，3D 打印机成本不断缩减，将促进 3D 打印技术在手办生产的应用，提高手办生产效率、节省成本。

图 2-6 中国手办行业市场规模，2014-2023 年预测



innovation 创新地图 map

推广

前哨2020 科技特训营

掌握创新武器　抓住科技红利

Insights into Tech and the Future

直播时间
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程
+私享群互动

随报随听



王煜全

海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人

扫码报名

微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

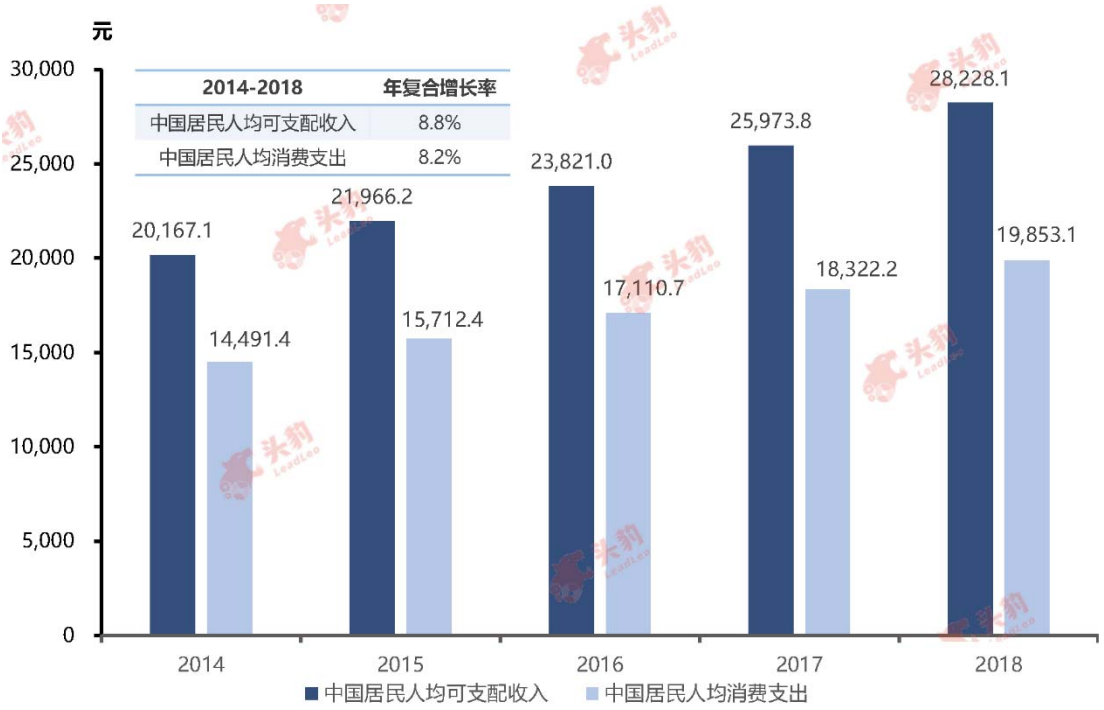
3 中国手办行业驱动与制约因素

3.1 驱动因素

3.1.1 宏观经济增长，消费能力提升

近五年来，中国国民经济保持快速增长态势，中国居民人均可支配收入及消费支出不断增加，为中国手办行业的稳定发展奠定良好的经济基础。2014 年至 2018 年，中国居民人均可支配收入从 20,167.1 元增长至 28,228.1 元，年复合增长率为 8.8%。同时，中国居民人均消费支出从 14,491.4 元增长至 19,853.1 元，年复合增长率为 8.2%（见图 3-1）。相较于动画、漫画、电影、文学、游戏等 IP 的其它衍生品（如 T 恤、抱枕等），手办产品售价高，单件手办产品均价在数百元以上，因此中国居民人均可支配收入及消费支出的持续增长为手办消费奠定了物质基础。

图 3-1 中国居民人均可支配收入及消费支出，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

3.1.2 动漫行业快速发展，推动手办行业市场规模扩大

中国动漫行业快速发展，具体表现在以下方面：（1）动漫消费群体定位由低龄人群向更广泛群体（如青少年、成年人群体）渗透，消费者数量扩大；（2）动漫行业用户付费意愿增强，付费频率提高；（3）大多动漫作品在内容上融合了中国文化元素，更易引起消费者的文化共鸣；(4) 漫画岛、有妖气、腾讯动漫、网易漫画、大角虫、快看漫画等漫画平台及 B 站、腾讯视频、优酷、爱奇艺、搜狐等视频平台的产生，使动漫爱好者更便于相互分享作品内容，扩大动漫作品及相关衍生产品的影响范围；（5）优秀的网络文学、游戏、真人影视 IP 相继改编成动漫作品，动漫素材来源呈多样化发展。

中国动漫行业的发展推动手办行业市场规模的扩大。一方面**动漫行业为手办行业提供了消费群体基础**，动漫作品的核心粉丝大多热爱收藏该作品相关的手办模型，粉丝数量及购买力直接影响手办产品的销量。如 2019 年 7 月上映的动画电影作品《哪吒之魔童降世》中，主角哪吒的形象是在其传统形象的基础上改编创作的新 IP，该作品上映仅十多天，新形象的哪吒手办在淘宝平台的销量就已达数百件。另一方面，**以原创或改编方式创作的动漫 IP 不断与手办生产企业结合，可用于制作手办产品的动漫角色数量日益增多，推动手办行业市场规模扩大。**

3.1.3 3D 打印技术应用于手办制作，提高手办生产效率

与传统成型技术相比，3D 打印技术具备成型度高、材料利用率高等优势，适宜应用于手办模型加工、生产。3D 打印是一种快速成型技术，打印机以数字模型文件为基础，运用粉末状金属或塑料等可粘合材料，通过逐层打印的方式来构造物体。3D 打印技术可分为金属激光烧结 (DMLS)、三维粉末粘接 (3DP)、选择性激光烧结 (SLS)、立体平版印刷 (SLA) 及熔融沉积成型（FDM）等五类。其中，选择性激光烧结（SLS）技术常应用于手办模型制

作，该技术支持热塑性塑料粉末、金属粉末、塑料粉末等原料，其工作原理为将粘合剂喷在需要成型的区域，使材料粉末进行粘接并叠加多种色彩。通过 3D 打印技术，手办生产企业可同时打印生产材料相同的零部件或尺寸较小的整体手办模型，节省手办模型制作时间，提高手办模型生产效率。

3.2 制约因素

3.2.1 缺少优质 IP

IP 的热度、核心粉丝的数量及购买力等方面对手办产品的销售影响显著，中国手办行业优质 IP 资源缺乏，阻碍了手办行业的发展。

中国动画电影、动画片等 IP 影响力相对较小。一方面国产动漫产业兴起晚，国内动漫产业缺乏专业化运营经验。另一方面中国电影制作、特效等加工、处理技术落后，相关作品对观众吸引力不够。目前，制作精美、影响力大的优质国产 IP 通常需经专业团队长期努力打造，如画面精致、音效渲染力强的端游版《王者荣耀》，是由知名策划人耗时十年构思、策划，并配合著名配乐大师及专业的后期技术团队等共同创作。《一人之下》、《从前有座剑灵山》等作品是由腾讯联合日本知名动画工作室创作。因此，中国国产优质 IP 数量少，中国 IP 企业独立、高效生产、运作优质 IP 的能力仍有待提高。

3.2.2 缺乏专业人才

原型师造型、拆件等手办模型制作环节至关重要，决定手办产品的大小、轮廓、表情、动作等诸多细节。原型师造型指原型师通过手工或 3D 建模的方式将人物形象三维化。拆件指原型师将手工制作的模型拆解成分件或通过 3D 打印的方式打印分件（又称“拆件”），以便使用树脂倒模、量产。**现阶段国内原型师培养渠道缺乏、培养周期长，导致原型师数量少、**

生产效率低，阻碍中国手办行业的发展。

一方面，国内有关原型师的教育、培训机构及相关课程稀缺，原型师培养渠道不足。国内手办生产企业的原型师多来自于雕塑系毕业的专业人士或爱好手办并自学制作的非专业人士。雕塑专业并非各类大学必需设置的专业，且市场上缺乏相关的培训机构，非院校雕塑培训课程缺乏，具备扎实雕塑基础的手办原型师资源稀缺。非专业手办原型师进入手办生产企业从业的途径主要为参加手办制作相关重大比赛并获奖，如腾讯游戏举办的“一周年英雄手办大赛”等，手办制作比赛相对小众，举办频次不高，非专业人士进入手办行业机会较少。

另一方面，原型师掌握基本制作理论后，需经 2-3 年高强度的实操练习才可制作出品质优良的原型，培养周期长。国内雕塑专业毕业的专业人才理论知识丰富，但缺乏动漫文化背景及动手能力，非专业人才则在理论知识（雕刻手法、材料选取等）方面有所欠缺，二者在实际的手办制作工作中均存在劣势，仍需继续练习、培养才可胜任原型师工作。此外，国内手办原型师每年通常仅能完成 2-3 个完整 IP 的设计、制作，此后，手办模型、拆解分件及模具还需重复修改，手办原型师原型生产效率低。

3.2.3 消费观念不成熟

部分中国手办消费者消费观念不成熟，阻碍中国手办行业发展。

目前，大多手办消费者对手办产品的定位是玩具、装饰品，对手办的收藏、投资价值缺少充分认识，不愿投入更多资金购买手办。以网络渠道为例，标价在数百元甚至低至数十元的手办产品销量最大、欢迎程度高，而标价在千元以上、具备较高收藏价值和增值空间的手办产品销量少。限量销售的高价手办通常具备较高的收藏价值，增值速度快，增值空间大，可通过手办平台、拍卖网站等出售。大多消费者未能正确定位高端手办，不利于手办行业总体规模的扩大。此外，购买低价手办产品的消费群体数量大，其购买动机并非出于对特定角

色、IP 的认同或获得手办的附加价值，如附赠的游戏虚拟道具等，而是出于好奇、炫耀等心理，此类动机不足以支撑手办消费者持续进行手办消费。

为缩短生产周期、节约成本、扩大利润，部分国内手办企业生产盗版手办并于线上（京东、淘宝等）、线下（街边玩具店等）等平台销售，以低价吸引消费者。部分中国手办消费者版权意识薄弱，购买盗版手办产品，忽视产品质量及原创版权保护，损害 IP 内容生产商及正规手办生产企业的利益，阻碍手办行业的发展。

4 中国手办行业政策及监管分析

手办行业在中国兴起较晚，现阶段仍缺乏直接规范手办行业的有关政策、规章。手办产品是动漫、文学、游戏、影视等文化行业的衍生品，这些行业的相关政策、规章会多方位影响手办行业的发展（见图 4-1）。

有关部门提出的金融政策、规章支持手办行业发展。2010 年 3 月，中国人民银行、中国财政部、中央宣传部等九部委联合发布《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》，规定：（1）中央和地方财政可通过文化产业发展专项资金等，对符合条件的文化企业给予贷款贴息和保费补贴；（2）建立多层次的贷款风险分担和补偿机制，完善知识产权法律体系，切实保障各方权益；（3）建立多部门信息沟通机制，搭建文化产业投融资服务平台。2015 年 4 月，中国知识产权局颁布《关于进一步推动知识产权金融服务工作的意见》，规定：（1）完善、落实知识产权金融扶持政策措施，建立与投资、担保、典当、证券、保险等工作相结合的多元化多层次的知识产权金融服务机构；（2）到 2020 年，力争全国专利权质押金融资金超过 1,000 亿，专利保险社会认可度提高。

有关部门提出的动漫发展政策、规章助力手办行业发展。2012 年 6 月，中国文化和旅游部产业司颁布《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》，规定：（1）加强动漫产业与玩具

及其他产业的合作；(2)促进与动漫形象有关的玩具、电子游戏等衍生品的生产和经营；(3)大力发展动漫品牌授权业务，推动各环节企业的互动合作等。

此外，国家有关部门颁布一系列规定保障知识产权，助力知识产权创新，推动手办行业发展。2018 年 9 月，中国中共中央办公厅、中国国务院联合颁布《关于加强知识产权审判领域改革创新若干问题的意见》，规定：（1）加快审判体系、审判能力现代化进程，积极构建资源优化、科学运行、高效权威的知识产权专门化审判体系；（2）努力打造政治坚定、顾全大局、精通法律、熟悉技术并具有国际视野的知识产权审判队伍。2018 年 12 月，中国最高人民法院颁布《关于审查知识产权纠纷行为保全案件使用法律若干问题的规定》,提出：（1）坚持及时保护与稳妥保护原则；（2）坚持分类施策原则；（3）坚持前瞻性与可实行性结合原则。

一系列有关的金融政策、规章政策为 IP 企业的发展提供资金支持，支持动漫发展的政策、规章从 IP 应用角度激励企业的 IP 授权行为，促进 IP 企业与玩具企业、手办企业合作，关于知识产权法律的具体意见和规定从司法角度保护 IP 创新活动，为手办行业的 IP 来源奠定制度基础。

图 4-1 中国手办行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于审查知识产权纠纷行为保全案件使用法律若干问题的规定》	2018-12	中国最高人民法院	（1）坚持及时保护与稳妥保护原则；（2）坚持分类施策原则；（3）坚持前瞻性与可实行性结合原则
《关于加强知识产权审判领域改革创新若干问题的意见》	2018-09	中国中共中央办公厅、中国国务院	（1）加快审判体系、审判能力现代化进程，积极构建资源优化、科学运行、高效权威的知识产权专门化审判体系；（2）努力打造政治坚定、顾全大局、精通法律、熟悉技术并具有国际视野的知识产权审判队伍
《关于进一步推动知识产权金融服务工作的意见》	2015-04	中国知识产权局	（1）完善、落实知识产权金融扶持政策措施，建立与投资、担保、典当、证券、保险等工作相结合的多元化多层次的知识产权金融服务机构；（2）到2020年，力争全国专利权质押金融资金超过1,000亿，专利保险社会认可度提高
《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》	2012-06	中国文化和旅游部产业司	（1）加强动漫产业与玩具以及其他产业的合作；（2）促进与动漫形象有关的玩具、电子游戏等衍生品的生产和经营；（3）大力发展动漫品牌授权业务，推动各环节企业的互动合作等
《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》	2010-03	中国人民银行、中国财政部等九部委	（1）中央和地方财政可通过文化产业发展专项资金等，对符合条件的文化企业，给予贷款贴息和保费补贴；（2）建立多层次的贷款风险分担和补偿机制，完善知识产权法律体系，切实保障各方权益；（3）建立多部门信息沟通机制，搭建文化产业投融资服务平台

来源：头豹研究院编辑整理

5 中国手办行业市场趋势

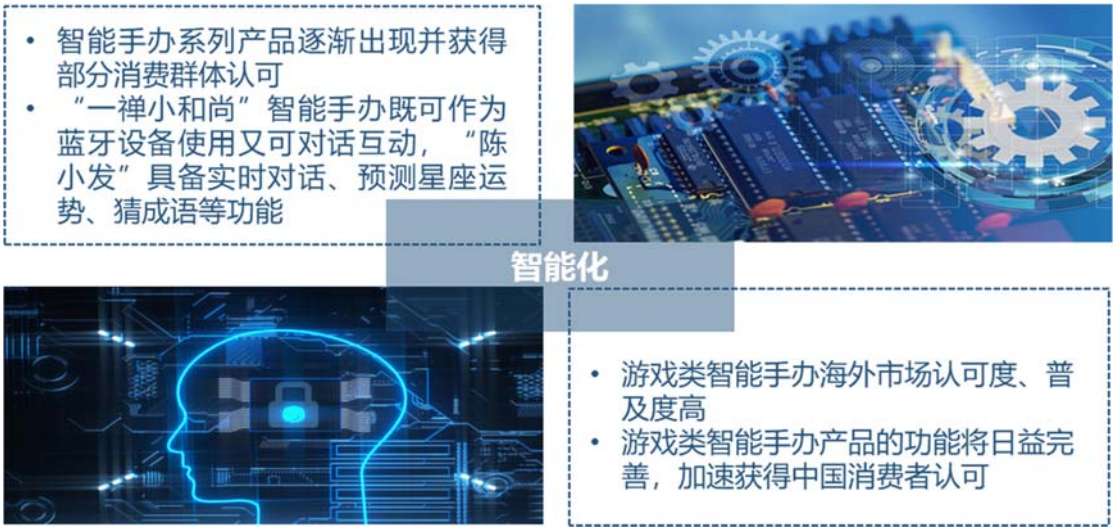
5.1 手办产品智能化

随着人工智能技术不断发展及应用，智能手办系列产品逐渐出现并获得部分消费群体认可。智能手办是一种新型手办产品，内部装置特殊芯片，具备多种功能。常见的智能手办具备语音互动、音乐播放等功能，如“一禅小和尚”智能手办既可作为蓝牙设备使用又可对话互动，渊静科技联合微软打造的“陈小发”智能手办具备实时对话、预测星座运势、猜成语等功能。

此外，以“游戏+玩具”概念为基础产生的游戏类智能手办可通过电视端或手机端的显示设备、感应设备出现在兼容的游戏画面里。游戏类智能手办还可通过更新、下载互联网内容不断解锁游戏技能、武器装备等，使玩家获得新奇的“玩具+游戏”交互体验。任天堂游

戏类智能手办“Amiibo”首批推出 12 个角色，分别植入 NFC 芯片，使手办角色出现在兼容的游戏里面，玩家可配合控制手柄进行游戏。游戏类智能手办海外市场认可度、普及度高，而中国市场情况相反，游戏类手办行业处于萌芽阶段，相关产品尚未普及。人工智能技术的进一步发展使其不断与手办产品结合，游戏类智能手办产品的功能将日益完善，加速获得中国消费者认可。

图 5-1 手办产品智能化趋势



来源：头豹研究院编辑整理

5.2 自助盲选手办逐渐受消费者青睐

现阶段手办可通过附赠、预售、拍卖、自助盲选等方式销售，其中自助盲选模式是指消费者支付一定款项用于购买包含手办的盲盒，打开盲盒后才能获知购入手办的具体种类、造型、颜色等细节。盲选作为一种新型手办销售方式，可激发消费者好奇心理，促使消费者购买甚至持续购买手办产品，从而提高手办产品销量。**盲盒的出现丰富了手办产品的销售方式，且大多盲盒零售单价较低，自助盲选手办模式受到消费者喜爱。**以泡泡玛特的盲盒产品为例，其外观一致，内含细节各不相同的手办产品，单个盲盒售价通常为 59 元。由于泡泡玛特盲盒内的手办类型以随机形式出现且售价仍在可承受范围内，手办玩家为购买到心仪的手办或收集齐同一系列的手办时，常会出现重复购买行为。**此外泡泡玛特的盲盒通常配合自助贩卖**

机进行销售，可节省相应的实体成本（如人力成本、场地费用等），泡泡玛特自助盲选手办贩卖机广泛分布于一线、新一线及二线城市的各类商场、地铁站等人流量较大的场所，迅速获得了消费者的认可。随着泡泡玛特等盲盒手办企业不断推广、宣传，盲选手办普及度将进一步提升。

图 5-2 自助盲选手办优势



来源：头豹研究院编辑整理

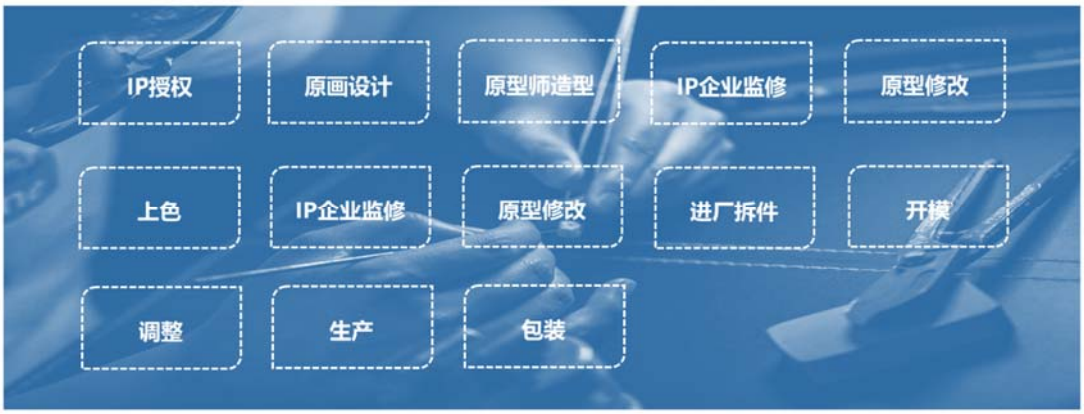
5.3 手办制作仍将依赖专家手工操作

拥有十余年手办行业运营管理经验的专家表明，手办产品对于精致度、美观度、质感要求高，当前机器化成型、生产、制作技术（如 3D 打印技术）仍难以完全满足上述要求，因此手办行业未来仍将依赖专业人士的手工操作。

手办产品的制作流程依次为 IP 授权、原画设计、原型师造型、IP 企业监修、初次原型修改、上色、IP 企业监修、二次原型修改、进厂拆件、开模、调整、生产及包装。其中原画设计、原型师造型、上色、修改、调整等关键步骤均离不开原型师等专家的深度参与。如原型师在造型过程中需根据原画设计的形象，通过手工或 3D 软件将 2D 人物以合

适的比例、动作造型转化为 3D 人物形象，而大多原画人物形象部分细节缺失（如缺少背部细节等），需原型师凭借对人物形象、故事背景的理解进行补充、完善。此外，现阶段 3D 打印的手办产品多采用逐层叠加方式制作，层纹明显，影响手办产品美观度，需手工打磨减轻、消除纹路。**目前大多 3D 打印机单次仅能支持使用同种材料进行打印，而手办产品不同的零部件所用材料不同，因此无法一次性完成整体打印过程，且拆分零部件打印易产生打印精度问题，可能导致出现组装困难情况，需多次手工打磨。**因此，短期内手办行业仍将依赖于专业人士的手工操作。

图 5-3 手办制作流程



来源：头豹研究院编辑整理

6 中国手办行业竞争格局分析

6.1 中国手办行业竞争格局概述

中国手办市场集中度高，头部企业为寿屋、MegaHouse、青岛社、MaxFactory、GSC（Good Smile Company）、ALTER，合计占据市场份额比例超过 70%。当前中国手办行业头部企业大多为日本企业，其原因是在于日本手办企业手办产品的知名度、美誉度高于中国国内手办企业。这一方面是由于日本手办企业规模大、创办历史悠久、合作资源丰富，更易获得知名度较高的 IP 企业授权；另一方面由于日本手办企业生产经验丰富，制度完善，

对于产品细节要求严格，因此出产产品质量优良。

中国国内知名度较高的手办企业有 HobbyMax、Cattea、珠海北裔堂、末那、泡泡玛特等。相对于日本手办企业，这些企业通常采用轻资产运作模式，团队成员较少，企业规模小，对于世界知名 IP 企业吸引力不强。然而，中国国内手办企业对于中国传统文化元素理解更深入，随着更多融入传统文化理念的动漫产品上市，如电影“哪吒之魔童转世”、“大鱼海棠”、“西游记之大圣归来”等，中国国内手办企业有望赢得更多中国知名 IP 企业授权，在中国手办市场竞争力提高。



6.2 中国手办行业典型企业分析

6.2.1 海脉文化传播（上海）有限公司

6.2.1.1 企业概况

海脉文化传播(上海)有限公司(以下简称“HobbyMax”)是一家漫画衍生产品设计、生产企业，旗下品牌 HobbyMax 主营业务包含各类手办和时尚物品的设计、生产、销售。

HobbyMax 的代表产品包括"哔哩哔哩 2233 娘盒蛋”、“罗小黑盒蛋系列”、“1/8 叶修”、“少女 R 系列克星敦”等。

6.2.1.2 竞争优势

（1）团队成员经验丰富

HobbyMax 创始人、手办原型设计师刘舜熠（Kiking）曾任职于日本头部手办企业 GSC。此外，HobbyMax 拥有二十多位具备一线手办公司工作经验的原型师及具备十多年手办生产制作管理经验的制造管理者。管理者曾企划、监制《完美世界》美人鱼手办，获得消费者认可。为招募优质从业者，HobbyMax 与上海 CP 展合作举办手办比赛“FIGUP 手办祭”，并与国内最早的原创 CG 视频培训平台 ABOUTCG 合作推出 3D 打印技术培训课程。一系列措施增强了 HobbyMax 在人才方面的竞争优势，为其团队的扩张奠定了基础。

（2）合作资源丰富

自成立以来，HobbyMax 陆续获得多个国内外知名 IP 企业授权，制作、出品 B 站的“2233 娘”、“《全职高手》叶修”、“《少女前线》毛瑟”、“《知乎》刘看山及罗小黑”等手办产品，市场反馈良好。为提高手办产品的精致度和品质感，Hobbymax 与德国 3D 打印机供应商 EnvisionTEC 合作，将 3D 打印技术应用于手办生产。此外，HobbyMax 与日本材料工具供应商长期合作，进口高品质手办原材料。丰富的合作资源助力 HobbyMax 产品质量提高，各类手办销量得以保障。

6.2.2 北京泡泡玛特文化创意有限公司

6.2.2.1 企业概况

北京泡泡玛特文化创意有限公司（以下简称“泡泡玛特”）成立于 2010 年，其业务涵

盖潮流商品零售、艺术家经纪、大型展会举办等 IP 综合运营服务，并经营潮流玩具、BJD 娃娃、IP 衍生品等多个品类商品。目前，泡泡玛特在一线、新一线及二线城市的中高端购物中心设置 60 多家直营门店，并开设天猫旗舰店。

6.2.2.2 竞争优势

（1）差异化产品定位

大多手办企业偏好生产、销售热门 IP 手办产品，泡泡玛特则通过原创方式制作蕴含街头文化和独立设计理念的潮玩手办，手办产品定位亚文化圈爱好者。泡泡玛特平均每年推出十多个系列“Molly”手办，累计销售数量达千万级别。泡泡玛特的手办产品以盲盒形式出售，采用统一包装、价格、尺寸，盲盒平均售价为 59 元，相对其他公司手办产品价格较低，且盲选模式易调动消费者好奇心，激发重复购买行为。差异化的产品定位协助泡泡玛特树立品牌形象，可与“潮流”概念紧密相连。

（2）多触点销售网络

目前，泡泡玛特手办产品销售渠道包括各类门店、自助贩卖机、天猫旗舰店、小程序“泡泡抽盒机”四类。泡泡玛特拥有百余家线下门店（机器人店、直营店），线下门店集中于一线、新一线及二线城市的核心商圈，有助于充分利用人流优势。2017 年 4 月，泡泡玛特推出自助贩卖机，快速进入地铁站、各大商场。泡泡玛特的天猫旗舰店则面向三、四线城市等线下门店和自助贩卖机尚未进入的地区。“泡泡抽盒机”试图在线还原线下盲选的游戏体验，有助于筛选核心用户，将线下流量转化为线上更高频的消费。多触点销售网络使泡泡玛特手办产品迅速打开消费市场，获得过亿的销售额。

6.2.3 北京乐自天成文化发展有限公司

6.2.3.1 企业概况

北京乐自天成文化发展有限公司（以下简称“乐自天成”）成立于 2012 年，是动漫衍生品及玩具垂直媒体、电商平台。乐自天成旗下包含三个主要业务板块，分别为自制玩具和衍生品平台“52TOYS”、模玩社区“78 动漫”及扭蛋线上电商平台“玩蛋趣”。乐自天成多次获得资本机构投资，分别于 2017 年 10 月、2018 年 3 月、2019 年 3 月获得 1,500 万、1 亿、数千万人民币融资。

6.2.3.2 竞争优势

（1）各版块协调发展

乐自天成三大板块业务相互支持、协调发展：(1) 78 动漫拥有超过 500 万的注册用户，为用户提供玩具、手办及其它动漫衍生品（如印有动漫人物角色的抱枕、T 恤等）相关的品牌资讯、新品质量评测、玩家分享内容等。此外，78 动漫作为淘宝网动漫模玩领域的第三方认证机构，为淘宝网评估和推荐认证商家；（2）52TOYS 合作 50 多家代工厂，生产各类手办、马克杯、钥匙扣等产品，在淘宝、京东等线上商铺及各类线下玩具店、手办专卖店销售；（3）“玩蛋趣”提供低价扭蛋产品，完善乐自天成在低端产品方面的布局。乐自天成各业务板块协调发展，覆盖手办、玩具等多种类动漫衍生品市场。

（2）低价扭蛋畅销

乐自天成扭蛋产品价格较低，单品均价在数十元左右，受到消费群体喜爱。乐自天成扭蛋产品具备价格便宜、品种多样、更新速度快等优势，各类扭蛋在线上、线下等渠道销量大。乐自天成线上扭蛋电商平台“玩蛋趣”可同时出售数千款扭蛋产品，一方面可节约实体开店

成本（如运维成本、店面成本等），另一方面可增加扭蛋购买趣味性（消费者可在移动端以游戏的方式摇扭蛋、购买产品）。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451