

2025年全球及中国IP授权行业： 情绪消费崛起，行业扩容可期

2025 Global and Chinese IP Licensing Industry: Rise of Emotional Consumption, Industry Expansion Expected

2025 世界と中国の知財ライセンス産業：感情消費の増加、産業の拡大が期待される

概览标签：知识产权，情绪经济，消费升级，文化出海，谷子经济

报告主要作者：段相域

2025/01

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

01

发展前景：文化自信为中国IP授权行业行稳致远的深层力量

- 中国IP授权市场的高质量发展对于提升国家文化软实力、增强文化自信具有重要意义。以黑神话悟空为代表的游戏IP市场及谷子周边商品为核心的二次元IP市场呈现强劲发展势头。截至2025年1月，《黑神话悟空》在Steam平台上的销量已超过2,300万份，总收入超10.1亿美元，创国产3A游戏历史新纪录。与此同时，随着二次元文化普及度及核心消费群体规模的持续提升，中国泛娱乐市场迎高速发展，推动IP周边商品销量持续上升。

02

竞争格局：全球IP授权行业集中度较高，头部品牌马太效应显著

- 全球IP授权市场集中度较高，头部品牌市场份额优势明显。据License Global，全球IP授权头部企业主营业务涵盖综合娱乐、鞋服零售、影视综艺、玩具游戏、卡通动漫、日用消费等热门赛道。以GMV口径测算，迪士尼、ABG集团、华纳兄弟、孩之宝及环球影视五家头部企业合计市占率高达36.7%。
- 中国IP授权市场方面，上游授权端以阅文集团、中文在线及掌阅科技等文学类IP企业为核心，中游IP代理平台以阿里鱼为代表，通过整合上游IP资源和下游商业渠道构建高效运营网络，有效推动IP价值延展。下游零售商则以IP商品化为核心亮点，泡泡玛特凭借盲盒经济实现IP业务营收45.6亿元，成为IP商业化典范企业之一。

03

发展趋势：中国IP授权行业呈现出海热、情绪体验消费崛起及居民支付意愿增强三大趋势

- 中国IP授权市场在潮流玩具、影视综艺、动漫游戏等热门赛道均展现出强劲的出海动能，IP出海日益成为头部企业讲好中国故事的重要方向，推动企业全球市场影响力快速增长。与此同时，消费者对IP商品的购买痛点逐渐由传统内容向情绪满足过渡，并对IP周边产品呈现出强烈的购买支付意愿。

资本市场热度高涨， IP经济步入时代风口

IP授权行业指版权方或者其代理商将其拥有的知识产权IP，如动漫、影视、文学、游戏、艺术作品等元素授权给受权方使用，以获取相应授权费用，并共同开发衍生产品或服务的新型产业。近年来，黑神话悟空、谷子经济等IP热门词条关注度持续攀升，IP授权行业日益成为资本市场重点关注风口。行业市场规模由2020年的910亿元上升至2024年的1,262亿元，期间CAGR达8.5%。展望未来，居民精神消费潜力释放、企业IP出海进程提速及政策扶持等多重利好因素共振加持下，预计行业将继续保持高速增长趋势，2029年市场规模有望超1,600亿元。



目录

CONTENTS

◆ 名词解释

◆ 全球及中国IP授权行业综述

- 中国IP授权行业发展背景（1/2）：黑神话悟空
- 中国IP授权行业发展背景（2/2）：谷子经济
- 中国IP授权行业定义及分类
- 中国IP授权行业发展历程
- 中国IP授权行业发展现状（1/2）：增长势头向好，IP孵化集中于文旅赛道
- 中国IP授权行业发展现状（2/2）：政策暖风频吹
- IP授权行业产业链图谱
- 全球及中国IP授权行业上游——国潮IP崛起，受众以年轻群体为主
- 全球及中国IP授权行业中游——马太效应显著
- 全球及中国IP授权行业下游——支出结构稳定，直播电商渠道快速兴起

◆ 全球及中国IP授权行业市场规模测算

- 全球IP授权行业市场规模
- 中国IP授权行业市场规模

◆ 全球及中国IP授权行业竞争格局分析

- 全球IP授权行业竞争格局
- 中国IP授权行业竞争格局



目录

CONTENTS

◆ 中国IP授权行业发展趋势

- 中国IP授权行业发展趋势（1/3）—— IP出海
- 中国IP授权行业发展趋势（2/3）—— 情绪体验消费崛起
- 中国IP授权行业发展趋势（3/3）—— 消费者支付意愿增强

◆ 全球及中国IP授权行业企业分析

- 全球及中国IP授权行业企业分析（1/5）—— 华特迪士尼
- 全球及中国IP授权行业企业分析（2/5）—— 阅文集团
- 全球及中国IP授权行业企业分析（3/5）—— 奥飞娱乐
- 全球及中国IP授权行业企业分析（4/5）—— 阿里鱼
- 全球及中国IP授权行业企业分析（5/5）—— 泡泡玛特

◆ 方法论

◆ 法律声明



目录 CONTENTS

◆ Terms

◆ Overview of Global and Chinese IP Licensing Industry

- Background of the Development of IP Licensing in China (1/2): The Black Myth of Wukong
- Background of the Development of IP Licensing in China (2/2): Goods Economy
- Definition and classification of the IP licensing industry in China
- Development history of the IP licensing industry in China
- Development of the IP licensing industry in China (1/2): positive growth momentum, with IP incubation concentrated in the travel and tourism sectors
- Development of the IP licensing industry in China (2/2): policy warming is frequent.
- IP licensing industry chain mapping
- Upstream of the global and Chinese IP licensing industry - Rise of China's IPs, with a predominantly younger customers
- Midstream of the global and Chinese IP licensing industry - Significant inflationary effect
- Downstream of the global and Chinese IP licensing industry - stable support structure, with live streaming e-commerce channels emerging rapidly

◆ Market Size Measurement of Global and Chinese IP Licensing Industry

- Global market size of IP licensing Industry
- Market size of the IP licensing industry in China

◆ Competitive Landscape Analysis of Global and Chinese IP Licensing Industry

- Competitive Landscape of Global IP licensing Industry
- Competitive Landscape of Chinese IP licensing Industry



目录 CONTENTS

◆ Development Trend of Global and Chinese IP Licensing Industry

- Chinese IP licensing industry Development Trends (1/3) - IP going abroad
- Chinese IP licensing industry Development Trends (2/3) - Rise in emotional experience consumption
- Chinese IP licensing industry Development Trends (3/3) - Consumers' willingness to pay is increasing

◆ Companies Analysis of Global and Chinese IP Licensing Industry

- Companies Analysis of Global and Chinese IP Licensing Industry (1/5) - Walt Disney
- Companies Analysis of Global and Chinese IP Licensing Industry (2/5) - China Literature Limited
- Companies Analysis of Global and Chinese IP Licensing Industry (3/5) – Alpha Group
- Companies Analysis of Global and Chinese IP Licensing Industry (4/5) – Ali Fish
- Companies Analysis of Global and Chinese IP Licensing Industry (5/5) - POPMART

◆ Methodology

◆ Legal Statement



名词解释

- ◆ **TGI:** TGI (Target Group Index) 指数是市场研究中常用的一种指标，用于衡量某一目标群体在某一特定行为或特征上的相对表现。TGI指数的计算方法是将目标群体在某一特定行为或特征上的比例与总体群体在该行为或特征上的比例进行比较，然后将结果乘以100，得到一个百分比数值。如果TGI指数大于100，表示目标群体在该行为或特征上的表现优于总体群体；如果TGI指数小于100，则表示目标群体在该行为或特征上的表现劣于总体群体。
- ◆ **谷子:** 谷子（英文“Goods”的谐音）指漫画、动画、游戏、偶像、特摄等IP授权作品衍生出的周边产品，包括吧唧、立牌、流麻、棉花娃娃等。
- ◆ **GMV:** GMV (Gross Merchandise Volume) 是电商行业常用指标，用于衡量一定时间段内的交易总额。它包括订单金额、退款金额、拒收订单金额等。GMV反映了企业在电商平台的交易规模和市场占有率，是判断企业经营发展的核心指标之一。通过分析GMV的增长趋势，可以评估企业的增长潜力和市场竞争能力。通过分析GMV的构成和变化趋势，企业可以了解哪些产品或业务板块表现较好，哪些需要改进，从而优化运营策略。



图表目录

List of Figures and Tables

- 图表1: 黑神话悟空词条搜索热度, 2024年1月-12月
- 图表2: 黑神话悟空联名案例, 截至2024年12月
- 图表3: 中国泛娱乐行业市场规模, 2019-2027E
- 图表4: 谷子Goods产品分类
- 图表5: 中国IP授权行业定义与分类
- 图表6: 中国IP授权行业发展历程总览
- 图表7: IP授权企业GMV同比增速分布对比, 2022-2023年
- 图表8: 中国IP授权市场行业分布, 2020-2021年
- 图表9: 中国IP授权行业相关政策, 2020-2024年
- 图表10: 中国IP授权行业产业链图谱
- 图表11: 中国授权市场IP所属地域分布, 2021年
- 图表12: 中国IP授权业务年龄分布, 2023年
- 图表13: 中国IP授权业务合作模式分布, 2021-2023年
- 图表14: 中国IP授权业务合作期限分布, 2021-2023年
- 图表15: 全球IP授权运营代理商零售额Top50, 截至2024年7月
- 图表16: 全球IP授权运营代理商零售额合计占比, 截至2024年7月
- 图表17: 全球IP授权运营市场零售额地区分布, 截至2024年7月
- 图表18: 中国IP授权产品市场消费者年度支出金额, 2021-2023年
- 图表19: 中国IP授权产品市场消费者线上渠道占比分布, 2021-2023年
- 图表20: 全球IP授权行业市场规模预测, 2020-2029E
- 图表21: 全球IP授权行业发展趋势展望, 2025E
- 图表22: 中国IP授权行业市场规模预测, 2020-2029E
- 图表23: 全球IP授权行业头部企业简介, 2023年

图表目录

List of Figures and Tables

- 图表24: 全球IP授权行业企业市占率分布 (GMV口径), 2023年
- 图表25: 中国IP授权市场头部企业简介, 2023年
- 图表26: 中国IP授权行业部分企业IP业务营收, 2023年
- 图表27: 泡泡玛特境外收入及占比, 2020-2024年上半年
- 图表28: 泡泡玛特海外自营门店数量, 2021-2024年上半年
- 图表29: 《庆余年第二季》同步上线迪士尼, 2024年5月
- 图表30: 游戏出海头部公司归母净利润, 2023-2024年Q3
- 图表31: 消费者对产品价值的重视程度(满分10分), 2025年
- 图表32: 马斯洛需求层次理论介绍
- 图表33: 中国IP授权行业卡通动漫热门IP案例
- 图表34: 中国居民人均消费支出, 2020-2023年
- 图表35: 消费者购买IP授权商品支出意愿, 2021-2023年
- 图表36: 中国居民人均消费支出构成, 2020-2023年
- 图表37: 华特迪士尼公司基本信息
- 图表38: 华特迪士尼公司营业收入及归母净利润变化趋势, 2020-2024年
- 图表39: 华特迪士尼公司六大IP矩阵
- 图表40: 华特迪士尼公司营业收入构成, 2020-2024年
- 图表41: 阅文集团基本信息
- 图表42: 阅文集团旗下核心品牌
- 图表43: 阅文集团电影及影视剧IP业务, 2024年
- 图表44: 阅文集团IP业务营收及占比, 2019-2023年
- 图表45: 奥飞娱乐公司基本信息
- 图表46: 奥飞娱乐公司核心业务营收分布, 2019-2023年

图表目录

List of Figures and Tables

图表47: 奥飞娱乐公司发展历程

图表48: 奥飞娱乐公司营业收入地区分布, 2019-2023年

图表49: 阿里鱼公司基本信息

图表50: 阿里鱼公司IP授权业务解决方案与商业价值

图表51: 阿里鱼IP版权矩阵

图表52: 泡泡玛特公司基本信息

图表53: 泡泡玛特公司营业收入及归母净利润变化趋势, 2019-2023年

图表54: 泡泡玛特公司IP业务营收占比, 2023年

图表55: 泡泡玛特公司营业收入渠道分布, 2019-2023年



第一章：行业综述

Industry Overview



行业综述

- ❑ 中国IP授权行业发展背景
- ❑ 中国IP授权行业定义及分类
- ❑ 中国IP授权行业发展历程
- ❑ 中国IP授权行业发展现状
- ❑ 中国IP授权行业产业链分析



市场规模

- ❑ 全球IP授权行业市场规模
- ❑ 中国IP授权行业市场规模



竞争格局

- ❑ 全球IP授权行业竞争格局
- ❑ 中国IP授权行业竞争格局



发展趋势

- ❑ IP出海
- ❑ 情绪体验消费崛起
- ❑ 消费者支付意愿增强



企业分析

- ❑ 华特迪士尼
- ❑ 阅文集团
- ❑ 奥飞娱乐
- ❑ 阿里鱼
- ❑ 泡泡玛特

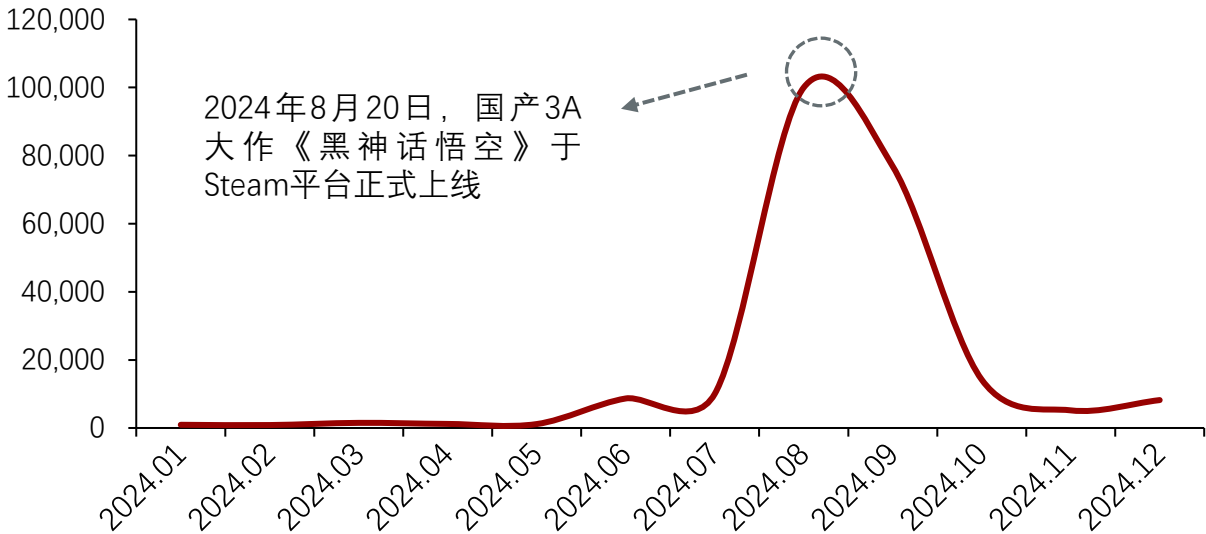


中国IP授权行业发展背景（1/2）：黑神话悟空

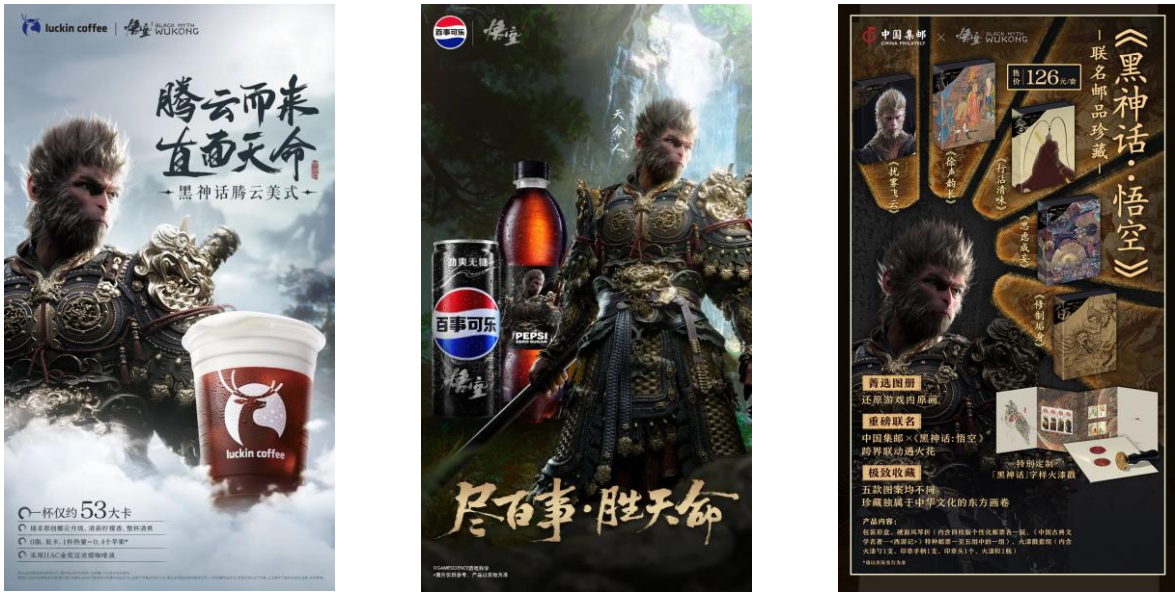
东方美学邂逅现代科技背景下，中国IP授权产业正呈现快速发展趋势。以《黑神话悟空》为代表的国产3A大作关注度高速增长，销量及销售额均创下国产3A游戏新纪录。

黑神话悟空词条搜索热度，2024年1月-12月

单位：[搜索指数]



黑神话悟空联名案例，截至2024年12月



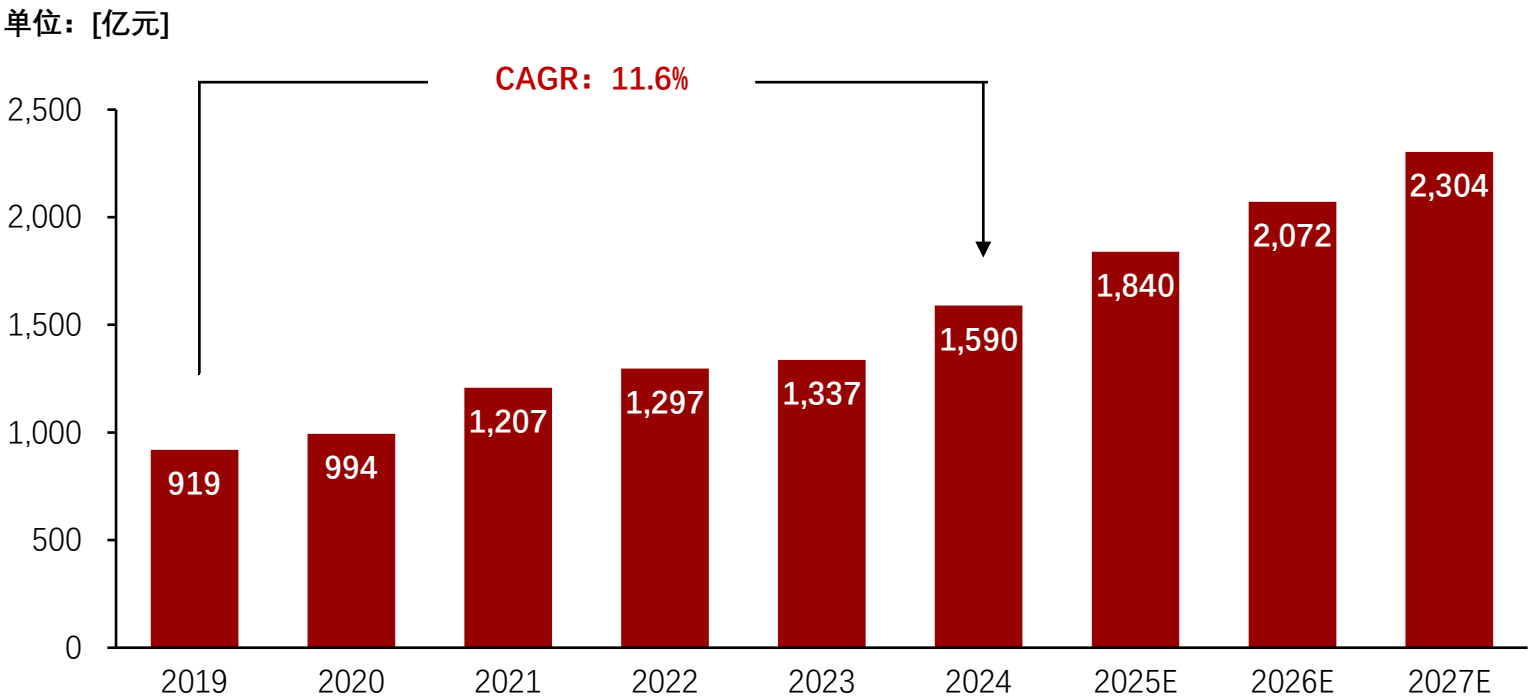
分析师观点

- ❑ 《黑神话悟空》自2024年8月20日上线以来，关注度呈现快速上升趋势，据国游销量榜统计，《黑神话悟空》上线当日总销量超450万份，总销售额超过15亿元。在2024年Steam大奖评选中，《黑神话悟空》最终荣获年度最佳游戏、杰出剧情游戏奖三大奖项。截至2025年1月，《黑神话悟空》在Steam平台上的销量已超过2,300万份，拥有96%的好评率，总收入超10.1亿美元，创国产3A游戏新纪录。
- ❑ 跨界品牌积极开展多元化营销，通过联名策略强化品牌影响力。从品牌发展动向上看，《黑神话悟空》通过与瑞幸咖啡、百事可乐、中国邮政等跨界品牌联名合作，有效拓展了游戏IP及客户企业的品牌影响力，这种合作不仅提升了产品的商业价值，也通过高频日常消费场景与用户建立了情感连接，强化了黑神话悟空IP形象的文化认同感。

中国IP授权行业发展背景（2/2）：谷子经济

随着二次元文化普及程度及核心用户群体规模的快速提升，中国泛娱乐产业近年来呈现强劲增长势头，近五年CAGR达11.6%，推动以“谷子”为代表的IP周边产品销量快速扩容。

中国泛娱乐行业市场规模，2019-2027E



谷子Goods产品分类



吧唧

指马口铁制徽章，来源于英语单词“badge”和日语词汇“バッジ”



立牌

将动画漫画游戏轻小说人物图片印在透明亚克力板，插于底座的一种周边，可作为桌面摆件



流麻

通过将亚克力背板、印刷人物、流沙油和珠光粉组合在一起的一种厚的方形亚克力挂件



棉花娃娃

指以某个人或某个角色为基础设计，主体都用棉花制成的玩偶娃娃

分析师观点

- 在二次元文化普及及核心用户群体快速增长背景下，中国泛娱乐产业市场规模近年来呈现高速增长趋势。据卡游招股书数据，中国泛娱乐行业2019-2024年CAGR达11.6%，2027年有望突破2,300亿元。
- 谷子（英文“Goods”的谐音）指漫画、动画、游戏、偶像、特摄等IP授权作品衍生出的周边产品，包括吧唧、立牌、流麻、棉花娃娃等，是中国泛娱乐行业的重要细分赛道。据公开资料，《排球少年》里西谷夕角色的吧唧，在二手平台中的拍卖价格高达7.2万元一枚，年轻人Z世代群体正在为“谷子经济”一掷千金。

来源：卡游招股说明书，快科技，36kr，头豹研究院

中国IP授权行业定义及分类

中国IP授权行业指版权方或者其代理商将其拥有的知识产权IP，如动漫、影视、文学、游戏、艺术作品等元素授权给受权方使用，以获取相应授权费用，并共同开发衍生产品或服务的新型产业。

中国IP授权行业定义与分类

根据授权内容进行分类，IP授权行业主要包括衍生品授权、营销授权、外包装授权、数字虚拟授权、礼赠品授权、IP改编授权、主题乐园授权、线下实体店授权、公共交通授权、植入冠名授权等类别。根据被授权行业进行分类，IP授权行业主要涉及电子游戏，卡通动漫，影视综艺，网络文学，体育运动行业，文旅旅游等行业。

中国IP授权行业分类

基于授权内容形式分类	
授权类型	授权形式定义
衍生品授权	将IP内容元素直接用于实物商品上，适用于影视综艺、艺术创作、文学、动漫游戏、文化旅游等行业
营销授权	将IP内容元素用于营销宣传，如营销海报、视频广告、推广软文、网店装修等
外包装授权	将IP内容元素用于物流外包装、礼盒外包装等，实际使用商品上未使用IP元素，产品的核心并没有改变，品牌联名款通常采用该种授权方式
数字虚拟授权	将IP内容元素用于数字网络方面，常见的如输入法皮肤、电脑/手机皮肤主题、开机画面、桌面壁纸、表情包等
礼赠品授权	将IP内容元素用于“非卖品”上，比如麦当劳、肯德基的儿童套餐玩具，购物袋、小挂件等赠品
IP改编授权	将IP内容改编为影视、动画、游戏等，授权方式主要适用于文学类IP、名人类IP等
主题乐园授权	运用IP元素，打造完整的IP授权主题公园
线下实体店授权	将IP内容元素用于线下体验空间的主题场景营造，如主题餐厅、主题酒店、主题店铺、线下商场IP展等
公共交通授权	将IP元素运用于公交车、地铁、飞机外部涂装以及内部装饰等
植入冠名授权	影视植入、综艺冠名等也是一种与IP产权方常见的合作模式

基于被授权行业分类

电子游戏



卡通动漫



影视综艺



网络文学



体育运动



文旅旅游



...

来源：CLE中国授权展，中国玩具和婴童用品协会，头豹研究院

中国IP授权行业发展历程

中国IP授权市场源起于上世纪90年代，行业在政策护航、产业共进及需求井喷背景下行稳致远。据全球授权业协会数据，2023年中国授权商品零售额达137.7亿美元，跃居全球第四，市场竞争力显著提升。

中国IP授权行业发展历程总览

时间	1990-2008年	2009-2015年	2016年-至今
阶段	萌芽期	启动期	高速发展期
发展特征	➢ 中国IP授权行业始于20世纪90年代，迪士尼授权产品零星进入中国市场。此阶段中国IP授权行业尚处于起步阶段，市场规模较小，主要以引进国外知名IP为主。国内企业对IP授权的认知有限，相关法律法规完善程度较低。然而，随着知识产权保护意识的逐步增强，文化产业开始受到重视，为IP授权行业的发展奠定基础。	➢ 随着移动互联网普及、新媒体崛起及文化消费升级，中国IP授权行业进入启动阶段。网文IP大放异彩，大量网络文学作品被改编成影视、动漫、游戏，再通过授权延伸至实体商品、线下娱乐等全产业链，如《花千骨》构建起庞大多元的授权生态。动漫产业持续发力，《喜洋洋与灰太狼》、《巴拉啦小魔仙》等爆款动漫电影带动周边IP授权热潮。	➢ 伴随着中国文娱产业的高速发展，以国潮玩具、二次元周边为代表的精神文化类消费需求快速增长。泡泡玛特的上市成为行业标志性事件。与此同时，中国IP授权行业国际化进程提速，2023年授权商品零售额达137.7亿美元，全球排名跃居第四，仅次于美国、英国和日本，表明中国IP授权行业在全球市场的竞争力显著提升。
重要事件	• 2001年：中国加入WTO，推动了知识产权保护制度的完善。外资企业涌入中国市场，带来了迪士尼、漫威等优质国际IP。 • 2008年：国务院常务会议审议通过《国家知识产权战略纲要》，标志着知识产权进入国家战略层面，为IP授权行业合法性和市场秩序提供重要支撑。 • 2008年：北京奥运会开幕，吉祥物“福娃”问世。	• 2009年：中国动漫IP头部授权商奥飞娱乐于深交所上市，公司先后陆续孵化出《巴拉啦小魔仙》、《喜洋洋与灰太狼》等热门国产动漫IP。 • 2015年：改编自网文IP的电视剧《花千骨》于2015年9月开播，《花千骨》手游首月流水过两亿，引爆行业对文娱游戏类IP的孵化热情。	• 2016年：阿里成立IP运营代理平台阿里鱼，布局IP授权业务。 • 2020年：2020年12月，泡泡玛特国际集团有限公司在港股挂牌上市。 • 2024年：2023年中国授权商品和服务零售额达137.7亿美元，同比增长9.6%，首次赶超德国，仅次于美国、英国和日本，跃居全球第四大IP授权市场。

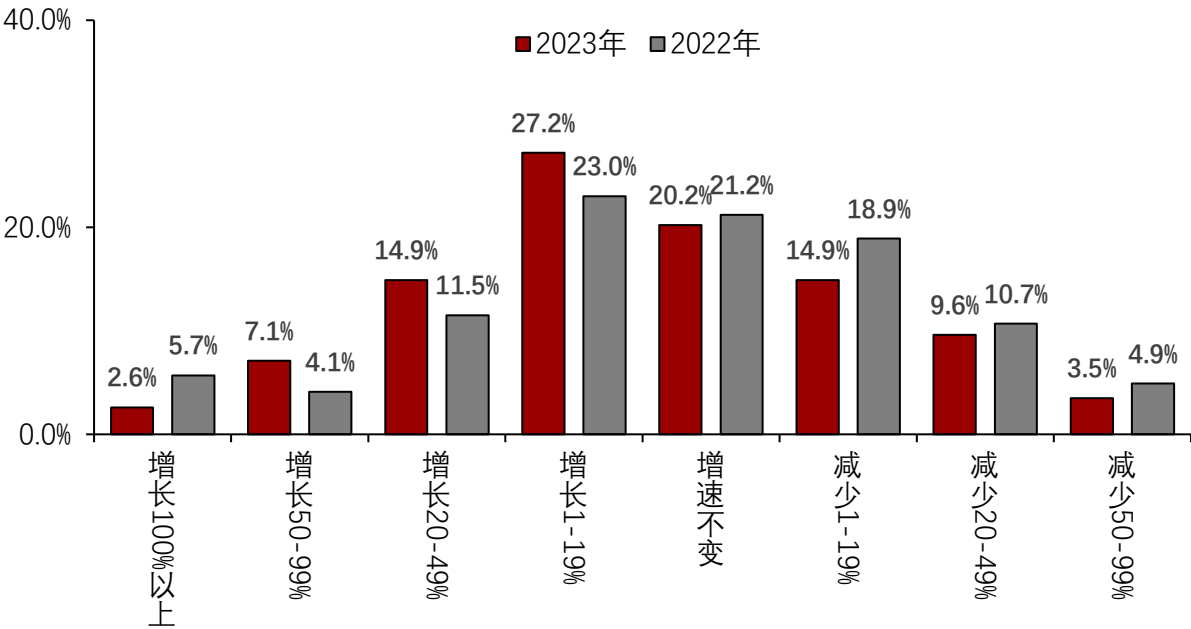
来源：中国玩具和婴童用品协会，全球授权业协会，国务院，头豹研究院

中国IP授权行业发展现状（1/2）：增长势头向好，IP孵化集中于文旅赛道

中国IP授权行业增长势头稳中向好，2023年超半数企业实现GMV正增长。从IP授权行业分布上看，中国IP授权市场广泛覆盖卡通动漫、艺术文化、潮流时尚、电子游戏、影视综艺等热门赛道。

IP授权企业GMV同比增速分布对比，2022-2023年

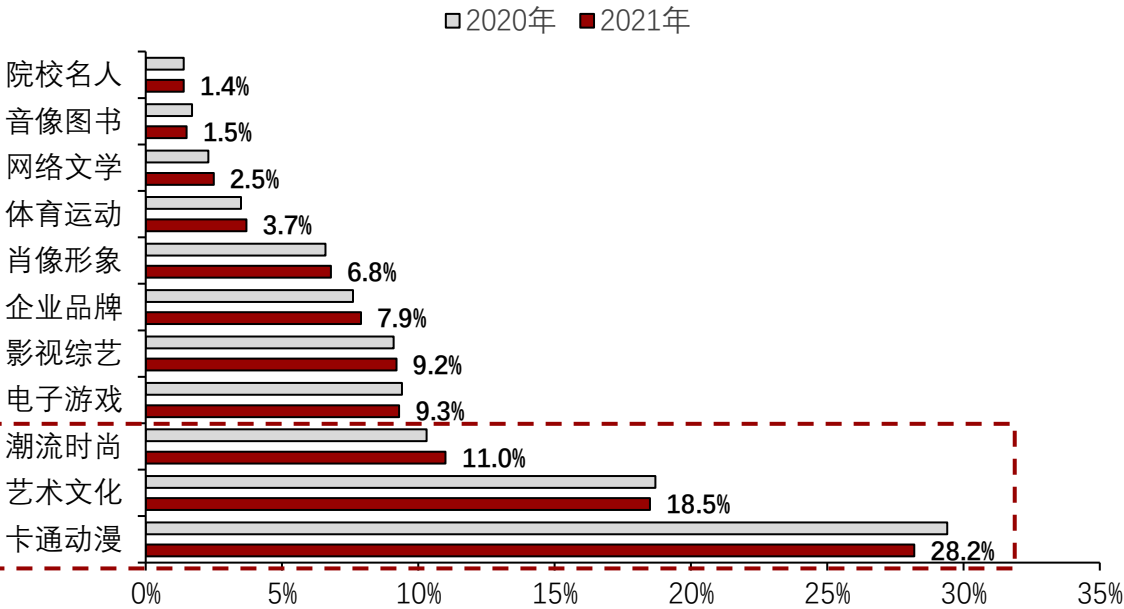
单位：[百分比]



中国IP授权企业增速趋于平稳，2023年超半数企业实现正增长，行业增长势头稳中向好。根据中国玩协发布的《2023-2024年中国品牌授权行业发展白皮书》，2023年中国IP授权行业GMV实现正增长的企业占比为51.8%，去年同期仅44.3%。从增速结构上看，2023年中国IP授权行业中低速增长企业（同比增长1-99%）占比显著增加，比重由2022年的38.6%增长至2023年的49.2%，显示出更多企业正逐步适应市场竞争，通过精细化运营实现可持续发展。

中国IP授权市场行业分布，2020-2021年

单位：[百分比]



中国IP授权行业以原创IP孵化为核心，覆盖文学、动漫、影视、游戏等多行业，文娱类IP占比较高。根据中国玩协发布的《2022年中国品牌授权行业发展白皮书》，截至2021年12月，中国IP授权企业总数达632家，同比增长7.8%；已开展IP授权业务2,354项，同比增长7.9%。从IP授权行业分布上看，卡通动漫类、艺术文化类以及潮流时尚类IP是主要内容源头，2021年三者合计占比达到57.7%，这表明中国IP授权行业呈现出以文化创意为核心的资源分配特点。

中国IP授权行业发展现状（2/2）：政策暖风频吹

中国政府近年来在促进消费、知识产权保护等方面颁布实施了一系列政策，旨在支持IP授权行业高质量发展。政策通过健全IP授权制度体系、培育文化数字产业新业态等方式有效提振IP授权商品消费需求。

中国IP授权行业相关政策，2020-2024年

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策重点内容	政策影响
《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》	2020-11	文旅部	意见旨在实施文化产业数字化战略，促进数字文化产业高质量发展，提出加强内容建设、加快新型基础设施建设、推动技术创新和应用、激发数据资源要素潜力等要求，以实现数字文化产业规模壮大和结构优化。	针对IP版块，意见强调培育塑造一批具有鲜明中国文化特色的原创IP，充分运用动漫游戏、网络文学、网络音乐、网络表演、网络视频、数字艺术、创意设计等产业形态，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，打造更多具有广泛影响力的数字文化品牌。
《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》	2021-10	国务院	规划旨在强化知识产权保护，促进知识产权合理运用，激发创新活力，构建新发展格局。规划提出完善知识产权法律政策体系、加强司法和行政保护、提升知识产权服务能力、推进国际合作等目标。	规划中提出的提高知识产权保护水平和优化运营服务体系，将增强中国IP授权行业的安全性和运营效率，促进IP价值实现和产业创新发展，推动中国IP授权行业向高质量发展转型。
《扩大内需战略规划纲要（2022-2035年）	2022-12	国务院	纲要从促进消费投资、完善分配格局、提升供给质量、完善市场体系、畅通经济循环等方面提出具体要求和措施，旨在推动中国经济平稳健康可持续发展，满足人民对美好生活向往，增强经济发展韧性。	纲要提出促进消费投资，推动IP授权产品和服务市场需求增长。随着居民消费水平提升，消费者对具有文化内涵、创意设计的IP授权产品需求将不断增加，促使IP授权企业加大创新投入，推出更多符合市场需求的优质产品。纲要强调建设高标准市场体系，加强知识产权保护，有利于维护IP授权企业的合法权益，激发企业创新活力，促进IP授权行业健康发展。
《推动知识产权高质量发展年度工作指引》	2024-03	国家知识产权局	指引旨在深化IP保护运用。主要目标包括加强IP法治保障、提高审查质量效率、推进专利转化运用、完善保护体系和提升公共服务效能。指引强调以质量和价值为导向，促进知识产权质的有效提升和量的合理增长。	指引将对中国IP授权行业产生深远影响，通过提升知识产权的质量和审查效率，加强保护和运用，为IP授权提供更加坚实的法律基础和市场环境。指引推动专利产业化和商标品牌价值提升，将促进高价值专利的快速转化，增强IP授权经济效益。

来源：文旅部，国务院，国家知识产权局，头豹研究院

IP授权行业产业链图谱

IP授权行业产业链上游参与者主要为IP授权孵化创作企业，主要涵盖电子游戏、卡通动漫、网络文学及影视综艺等领域；中游为IP授权运营代理及产品生产制造商，下游为零售渠道商及终端消费群体。

中国IP授权行业产业链图谱

上游：IP授权孵化创作企业

电子游戏

Tencent
腾讯

网易游戏

miHoYo
TECH OTAKUS SAVE THE WORLD

凯撒文化
kaiser

三七互娱
37 Interactive Entertainment

完美世界
PERFECT WORLD

卡通动漫

奥飞娱乐
让快乐与梦想无处不在

SHIFENG CULTURE
实丰文化

HX
洪兴股份

SKYNET

网络文学

星阅控股

掌阅科技
iReader Technology

阅文集团
让好故事生生不息

COL 中文在线

影视综艺

H.BROTHERS
華誼兄弟

上海电影(集团)有限公司
SHANGHAI FILM GROUP

华策影视
HUACE FILM&TV

光线传媒
ENLIGHT MEDIA

阿里巴巴·影业集团
Alibaba·Pictures

中游：IP授权运营代理及产品生产制造商

IP授权行业运营代理平台

阿里鱼
ALIFISH

bilibili

羚邦
MediaLink

艺洲人
GZ ART-LAND

艾漫
AIMON

ACFUN

IP授权产品生产制造商

金昌明工艺制品有限公司
SHENZHEN JINCHANGMING ART & CRAFTS PRODUCTS CO.,LTD

雄奥实业
XONAO INDUSTRY

衡立泰
HENGUITAI AND CRAFTS

长游KAYOU

下游：零售渠道商及终端消费者

线下渠道

品牌零售门店

零售连锁门店

POP MART

mini 三月兽

MINI SO

九木杂物社

线上渠道

传统电商

直播内容电商

淘 拼多多
拼着买·才便宜

抖音电商

闲鱼 京东

小红书 快手
标记我的生活

终端消费者

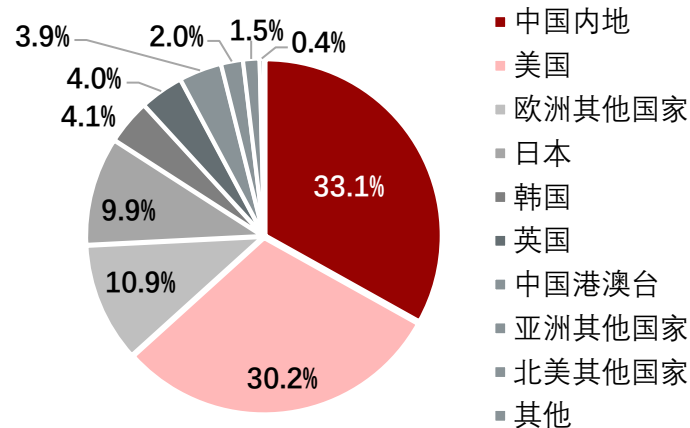
来源：企查查，各企业官网，头豹研究院

全球及中国IP授权行业上游 —— 国潮IP崛起，受众以年轻群体为主

中国IP授权行业上游呈现出国潮品牌崛起及消费年轻化特征。从IP授权业务合作模式及合作期限上看，当下中国IP授权业务以商品授权及品牌联名为主，合作期限较短，多集中于3年以内。

中国授权市场IP所属地域分布，2021年

单位：[百分比]

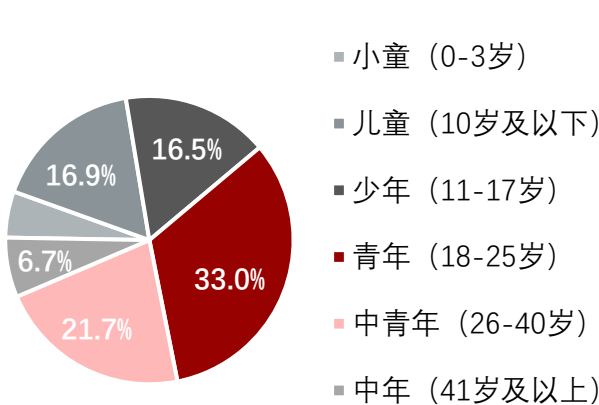


中国IP授权行业呈现出国潮品牌崛起特征。

据《中国品牌授权行业发展白皮书》，2021年中国内地的IP授权占比高达33.1%，较去年同期提升0.5%，反映出消费者对本土文化认同感正持续增强。国潮IP崛起不仅推动了中国品牌和文化产品的国际化趋势，也促进了中国创意产业的发展，为授权市场带来新增长点。随着国潮IP的不断成熟与创新，预计其在IP授权市场中的影响力将进一步扩大。

中国IP授权业务年龄分布，2023年

单位：[百分比]

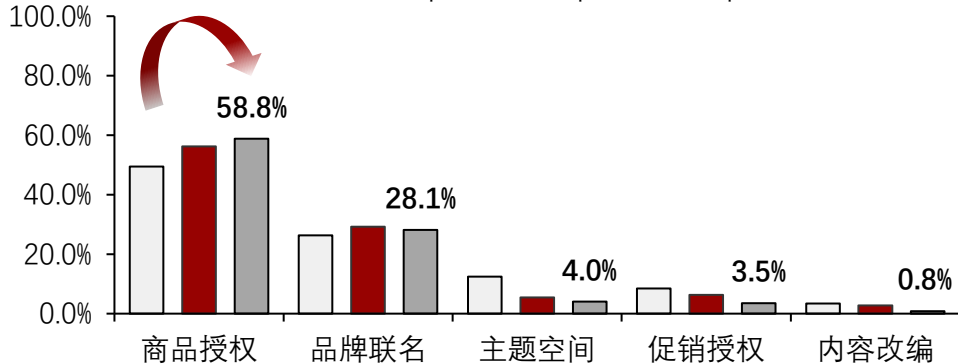


中国IP授权业务受众以年轻群体为主。

据《中国品牌授权行业发展白皮书》，2023年，IP受众主力军青年+中青年合计占比达54.7%。

中国IP授权业务合作模式分布，2021-2023年

单位：[百分比]

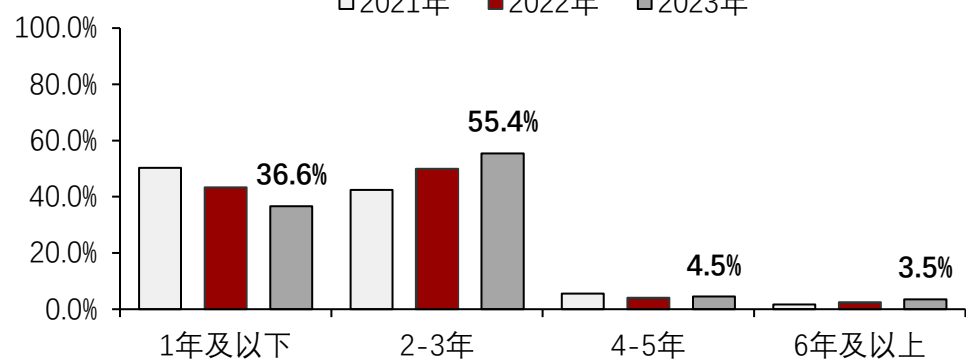


中国IP授权业务合作模式包括商品授权、品牌联名、主题空间、促销授权及内容改编五类。

从发展趋势上看，商品授权及品牌联名比重持续增长，2023年商品授权合作模式占比达58.8%。

中国IP授权业务合作期限分布，2021-2023年

单位：[百分比]



全球及中国IP授权行业中游 —— 马太效应显著

全球IP授权行业中游运营代理端马太效应显著，市场份额集中于北美地区，全球IP授权运营代理商Top20零售额合计占比高达90.7%。中国市场方面，阿里鱼、艺洲人及羚邦呈现三足鼎立态势。

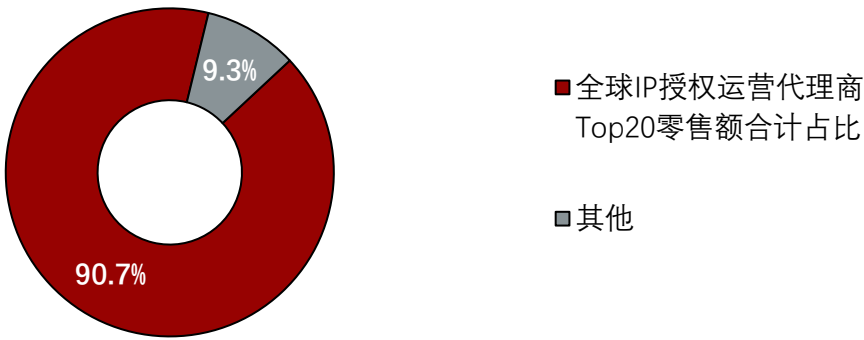
全球IP授权运营代理商零售额Top50，截至2024年7月

TOP 50 GLOBAL LICENSING AGENTS

Rank	Company	Retail Sales	Rank	Company	Retail Sales
1	IMG	\$17.20B E	27	Evolution USA	\$500M E
2	CAA Brand Management	\$13.83B E	28	Brevettar NEW!	\$455M E
3	Beanstalk	\$10.10B E	29	Brand Licensing Team	\$450M E
4	LMCA	\$7.73B E	30	Bulldog Licensing NEW!	\$421.50M
5	Brand Central	\$3.90B E	31	Valen Group	\$400M
6	Global Icons	\$3.90B E	32	Haven Global	\$350M
7	WildBrain CPLG	\$3.60B E	33	Merchantwise Group - Merchantwise and Asembl NEW!	\$340M E
8	CLC	\$3.54B	34	Brand Appeal NEW!	\$300M E
9	Brandgenuity	\$3.00B E	35	LicenseWorks	\$280M E
10	The Joester Loria Group	\$2.80B E	36	La Panadería Licensing & Marketing	\$230M E
11	ALIFISH NEW!	\$2.75B E	37	Jewel Branding & Licensing	\$200M E
12	Guangzhou Art-land Holding Company	\$2.75B E	38	Starwood Brands	\$200M E
13	Global Trademark Licensing NEW!	\$2.00B E	39	Destra NEW!	\$180M E
14	The Brand Liaison	\$1.50B E	40	MHS Licensing + Consulting	\$149M E
15	Broad Street Licensing Group	\$1.43B E	41	Maurizio Distefano The Evolution of Licensing	\$145M E
16	Seltzer Licensing Group	\$1.40B E	42	Medialink Animation International	\$142M E
17	Striker Entertainment	\$1.10B E	43	Pure Brands NEW!	\$115M E
18	Retail Monster	\$1.05B E	44	Pink Key Licensing NEW!	\$75M E
19	IMC Licensing	\$836.24M	45	Mix Licensing Group NEW!	\$60M E
20	Rights & Brands	\$825M E	46	Peaks Partners NEW!	\$60M E
21	Redibra	\$662M E	47	Trelmage NEW!	\$45M E
22	TSG Brands	\$620M E	48	Dimensional Branding Group NEW!	\$22M E
23	VIZ Media	\$600M E	49	Caravanserai Partners NEW!	\$13M E
24	Lisa Marks Associates	\$565.60M E	50	Big Picture Licensing NEW!	\$10M E
25	Tycoon Enterprises	\$565M E			
26	Licensing Street	\$545M E			

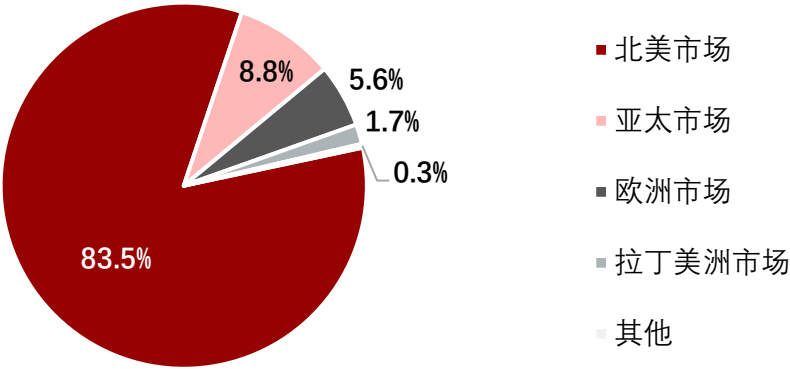
全球IP授权运营代理商零售额合计占比，截至2024年7月

单位：[百分比]



全球IP授权运营市场零售额地区分布，截至2024年7月

单位：[百分比]



分析师观点

- 全球IP授权运营代理市场集中度较高，市场份额集中于北美市场。据国际授权业协会数据，截至2024年7月，全球IP授权运营代理商Top20零售额合计为852.4亿美元，占据全球IP授权运营代理市场规模的90.7%。从地区分布上看，北美市场2023年IP授权运营代理零售额为784.2亿美元，比重达83.5%。
- 中国IP授权行业中游环节共有3家企业入围全球Top50榜单。阿里鱼、艺洲人及羚邦呈现三足鼎立态势，零售额分别为27.5、27.5及1.4亿美元，零售额排名分别位列第11、12及42名。

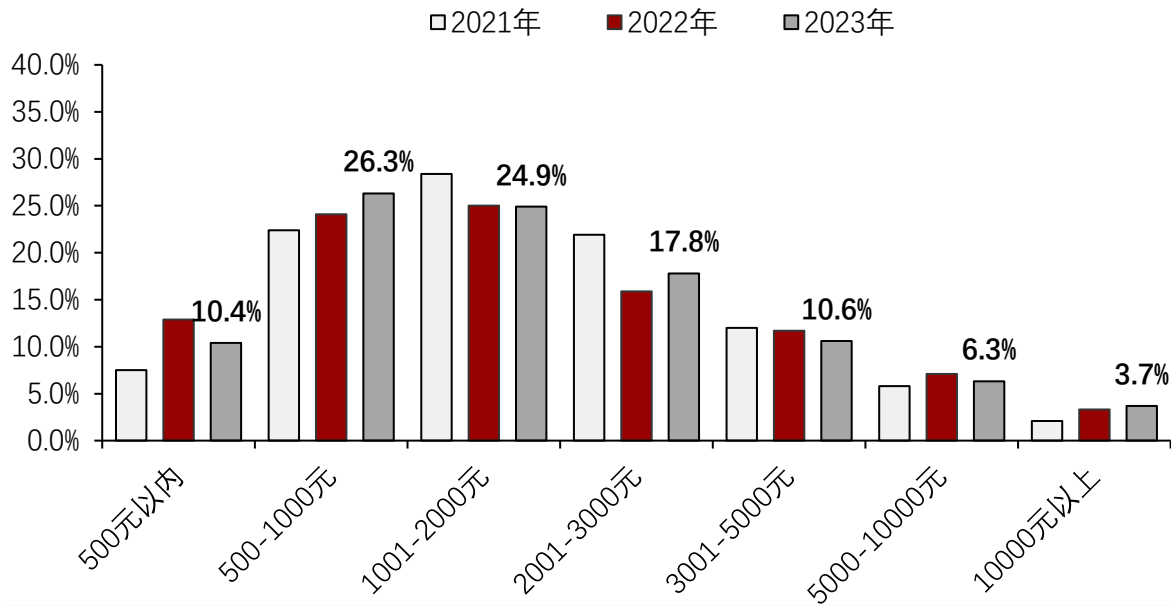
来源：国际授权业协会，License Global，头豹研究院

全球及中国IP授权行业下游 —— 支出结构稳定，直播电商渠道快速兴起

中国IP授权行业下游产品市场消费者年度支出额集中于500-1,000元区间，支出结构较为稳定。从零售终端上看，直播电商日益成为IP授权市场的重要零售渠道。

中国IP授权产品市场消费者年度支出金额，2021-2023年

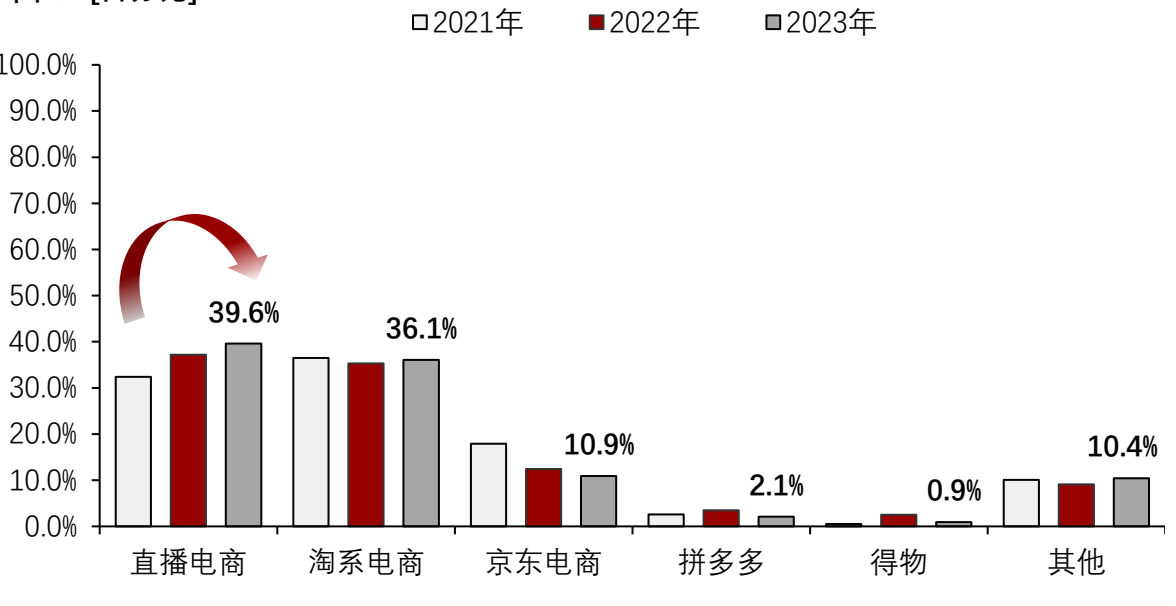
单位：[百分比]



中国IP授权产品市场消费者年度支出金额大体呈现出“正态分布”，主流消费金额区间集中于500-1,000元。据《中国品牌授权行业发展白皮书》，2023年消费者购买IP授权产品的年度支出普遍落于500-1,000元区间，消费人群占比达26.3%；其次为1,000-2,000元区间，消费人群占比为24.9%。反映出IP授权产品在大众市场接受度较高，主流消费金额集中于中低区间，体现出消费者价格敏感性考量。与此同时，消费人群的支出结构在2021-2023年间基本保持稳定，表明行业市场规模和消费偏好趋于成熟。

中国IP授权产品市场消费者线上渠道占比分布，2021-2023年

单位：[百分比]



中国IP授权行业下游环节呈现出零售渠道多元化特点，直播电商逐渐成为IP授权产品的核心销售渠道。据《中国品牌授权行业发展白皮书》，直播电商市场份额从2021年的32.4%增长至2023年的39.6%。直播电商凭借即时互动和情感连接，能够快速拉动消费者需求，对传统电商形成强有力冲击。同时，京东电商零售占比由17.9%降至10.9%，表明传统电商在IP授权产品消费中的吸引力正逐渐减弱，需通过提升用户体验和互动性以应对新兴渠道竞争。品牌受权方需根据渠道特点灵活调整授权产品与营销策略，以实现精细化市场运营。

第二章：市场规模

Market Size



行业综述

- 中国IP授权行业发展背景
- 中国IP授权行业定义及分类
- 中国IP授权行业发展历程
- 中国IP授权行业发展现状
- 中国IP授权行业产业链分析



市场规模

- 全球IP授权行业市场规模
- 中国IP授权行业市场规模



竞争格局

- 全球IP授权行业竞争格局
- 中国IP授权行业竞争格局



发展趋势

- IP出海
- 情绪体验消费崛起
- 消费者支付意愿增强



企业分析

- 华特迪士尼
- 阅文集团
- 奥飞娱乐
- 阿里鱼
- 泡泡玛特

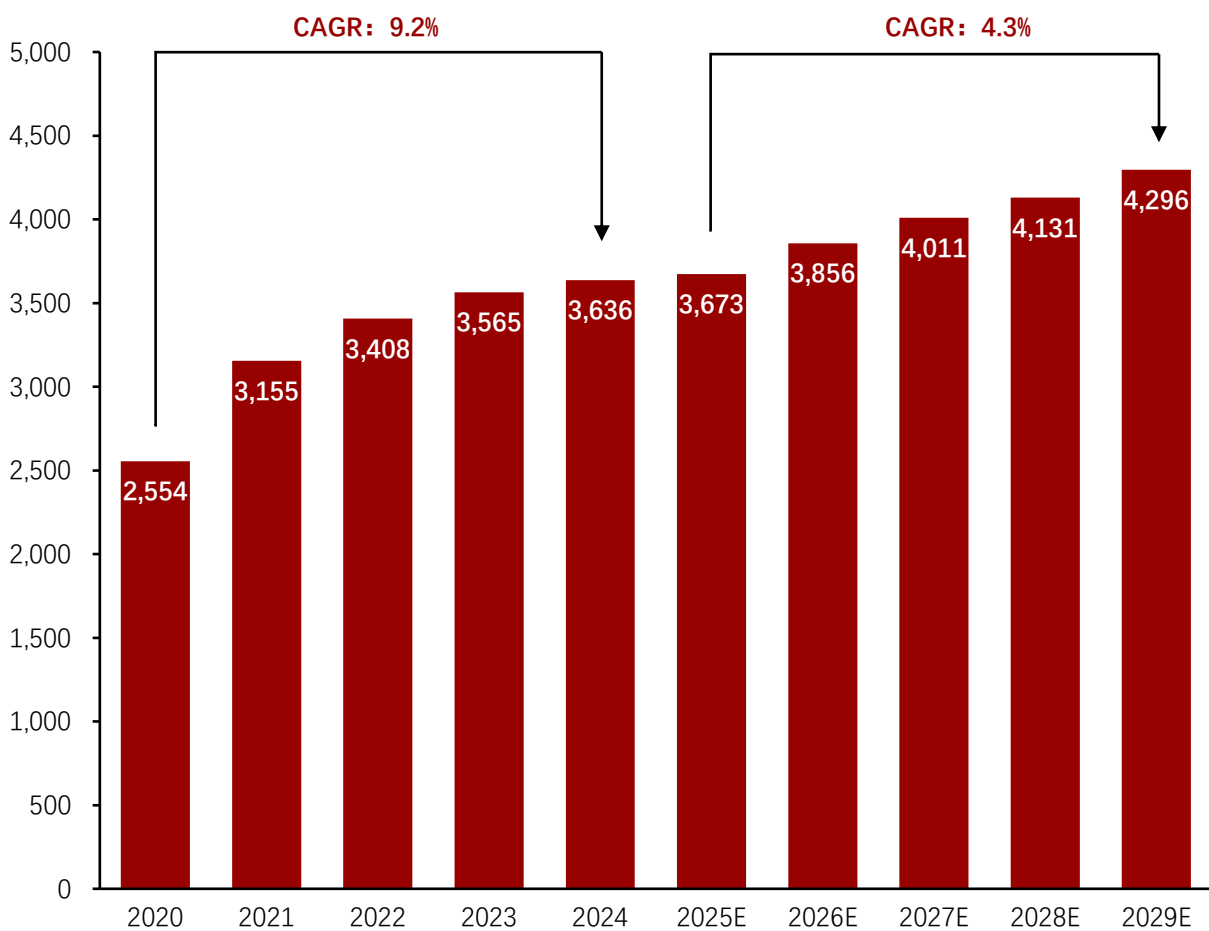


全球IP授权行业市场规模

全球IP授权市场在居民消费意愿持续上升的背景下实现快速扩容，行业规模由2020年的2,554亿美元增至2024年的3,636亿美元。从发展趋势上看，头部IP授权企业重点关注服装、食品饮料及玩具游戏赛道。

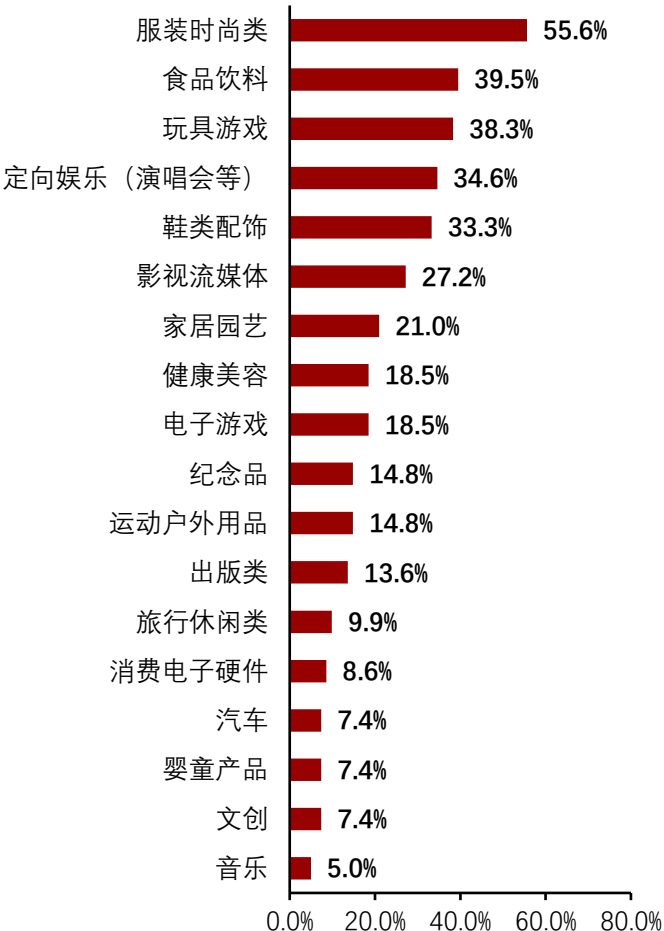
全球IP授权行业市场规模预测，2020-2029E

单位：[亿美元]



全球IP授权行业发展趋势展望，2025E

单位：[百分比]



分析师观点

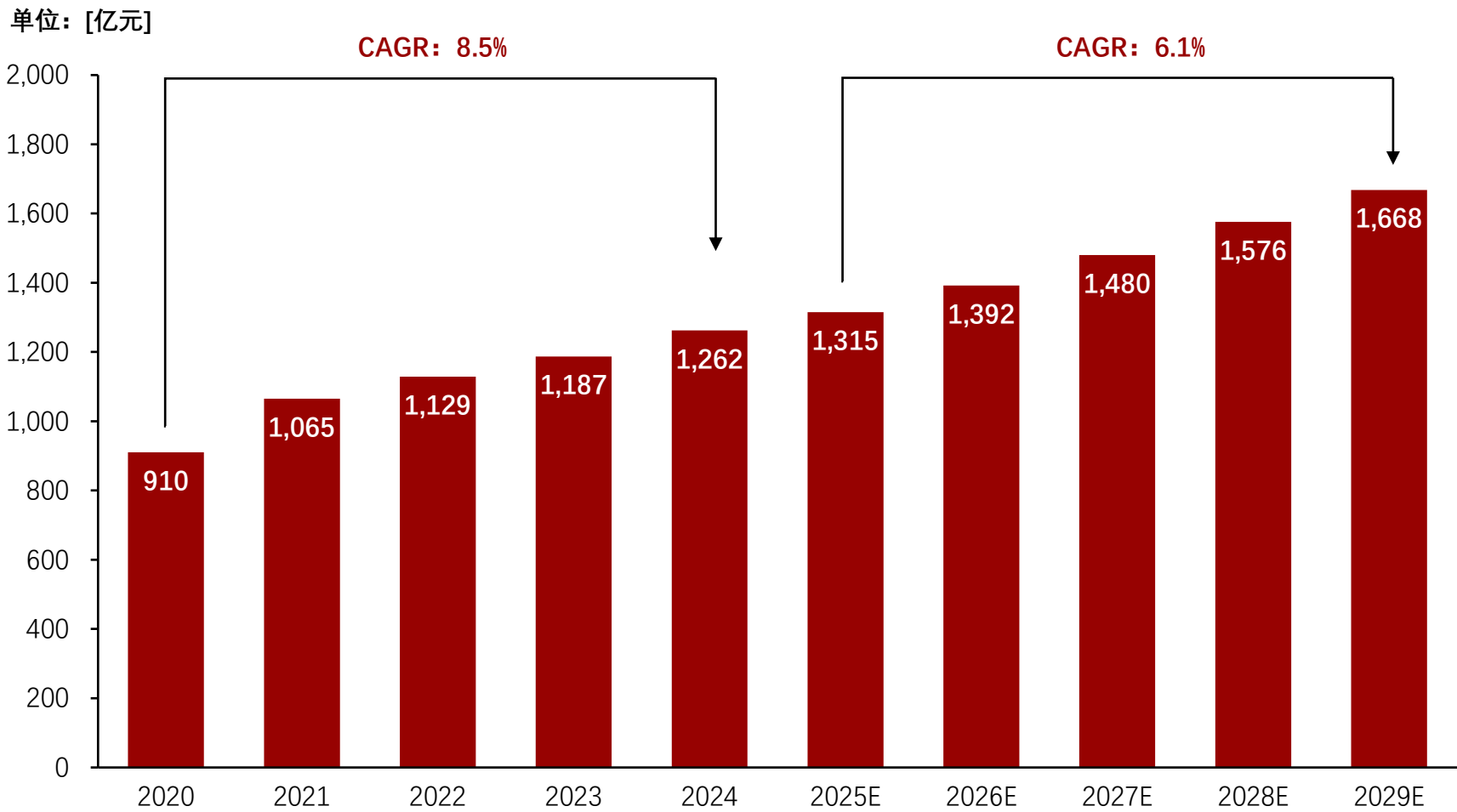
- 消费者联名意识崛起、IP运营平台精细化程度提升及下游品牌参与方跨界深度融合共同推动全球IP授权市场稳步增长。据国际授权业协会数据，行业市场规模由2020年的2,554亿美元上升至2024年的3,636亿美元，期间CAGR达9.2%，预计2029年首市场规模或将突破4,200亿美元。
- 全球IP授权市场呈现出多元化发展趋势，为行业持续增长提供广阔空间。据 License Global，2025年全球IP授权头部参与方更倾向于加注服装时尚（55.6%）、食品饮料（39.5%）及玩具游戏（38.3%）赛道。

来源：国际授权业协会，License Global，专家访谈，雷报，头豹研究院

中国IP授权行业市场规模

中国IP授权商品的数量及质量近年来显著提升，为下游行业提供了优质内容资源。随着消费者对IP授权商品支付意愿的持续增强，预计行业将继续呈现增长趋势，2029年市场规模有望突破1,600亿元。

中国IP授权行业市场规模预测，2020-2029E



分析师观点

- 近年来随着居民物质生活水平的持续改善，消费者对于文化娱乐产品的购置需求显著上升，更倾向于为具有独特IP形象的商品支付溢价，推动行业稳步增长。中国IP授权行业市场规模由2020年的910亿元上升至2024年的1,262亿元，期间CAGR达8.5%，预计2029年有望达1,600亿元。
- 泛文化产业高速发展，为行业增长注入强劲动能。随着动漫、游戏等泛文化产业的快速发展，中国IP授权行业市场规模有望持续扩容。据国家统计局对7.3万家规模以上文化及相关产业企业的调查统计，2023年全国文化企业实现营业收入129,515亿元，按可比口径计算，较去年同期增长8.2%。分行业类别看，内容创作生产实现营业收入28,262亿元，较去年同期增长10.7%。这一增长表明泛文化产业正成为推动IP授权行业发展的重要力量，内容创作的繁荣为IP授权提供了丰富的素材和广阔的终端消费市场。

来源：中国玩具和婴童用品协会，国际授权业协会，专家访谈，头豹研究院

第三章：竞争格局

Competition Landscape



行业综述

- ❑ 中国IP授权行业发展背景
- ❑ 中国IP授权行业定义及分类
- ❑ 中国IP授权行业发展历程
- ❑ 中国IP授权行业发展现状
- ❑ 中国IP授权行业产业链分析



市场规模

- ❑ 全球IP授权行业市场规模
- ❑ 中国IP授权行业市场规模



竞争格局

- ❑ 全球IP授权行业竞争格局
- ❑ 中国IP授权行业竞争格局



发展趋势

- ❑ IP出海
- ❑ 情绪体验消费崛起
- ❑ 消费者支付意愿增强



企业分析

- ❑ 华特迪士尼
- ❑ 阅文集团
- ❑ 奥飞娱乐
- ❑ 阿里鱼
- ❑ 泡泡玛特



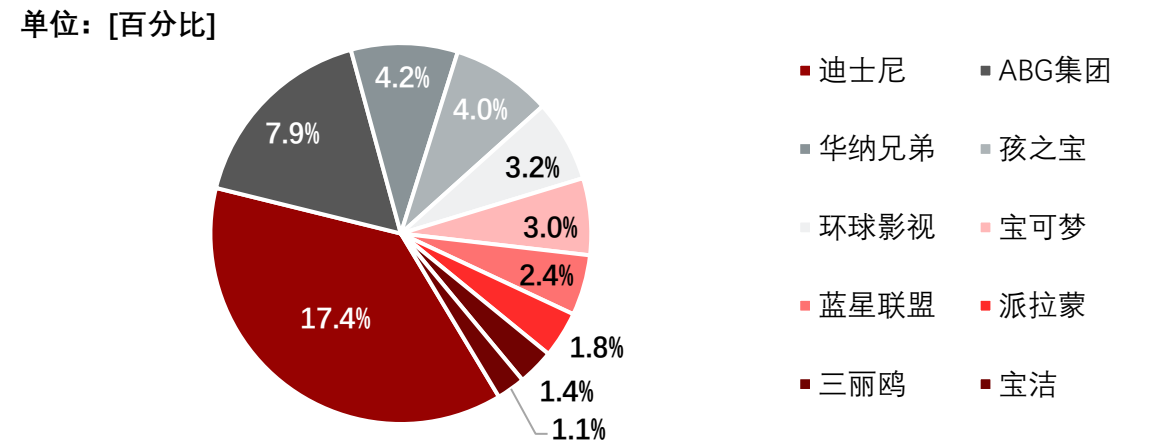
全球IP授权行业竞争格局

全球IP授权市场业务分布广泛，市场份额集中于迪士尼、ABG集团、华纳兄弟等美国企业。以GMV口径测算，行业CR5高达36.7%，其中迪士尼竞争优势明显，2023年IP授权GMV达620亿美元，市占率达17.4%。

全球IP授权行业头部企业简介，2023年

企业名称	上市情况	品牌所属国	2023年IP授权GMV (亿美元)	主营业务	2023年IP授权GMV排名
华特迪士尼	美股	美国	620	综合娱乐	1
ABG集团	未上市	美国	280	鞋服零售	2
华纳兄弟	美股	美国	150	影视综艺	4
孩之宝	美股	美国	141	玩具游戏	5
环球影视	未上市	美国	115	影视综艺	6
宝可梦	未上市	日本	108	玩具游戏	7
蓝星联盟	未上市	美国	85	百货零售	8
派拉蒙	美股	美国	65	影视综艺	11
三丽鸥	日股	日本	51	卡通动漫	14
宝洁	美股	美股	40	日用消费	15

全球IP授权行业企业市占率分布（GMV口径），2023年



- 全球IP授权市场业务分布广泛。据License Global，全球IP授权头部企业主营业务涵盖综合娱乐、鞋服零售、影视综艺、玩具游戏、卡通动漫、日用消费等热门赛道。其中迪士尼以620亿美元授权GMV领跑市场，依托综合娱乐业务构筑强大IP生态。ABG集团凭借鞋服零售领域IP授权业务创造280亿美元GMV。影视综艺赛道方面，华纳兄弟、环球影业及派拉蒙通过经典IP与内容输出持续扩大市场份额。玩具游戏领域中，孩之宝与宝可梦以其核心IP矩阵在全球市场占据重要地位。日本三丽鸥则通过卡通动漫形象实现51亿美元授权零售额，宝洁则凭借其在快消领域的头部市场地位斩获40亿美元GMV。
- 全球IP授权行业集中度较高，头部品牌市场份额优势显著。以GMV口径测算，迪士尼、ABG集团、华纳兄弟、孩之宝及环球影视五家头部企业CR5高达36.7%。

来源：专家访谈，各公司官网，国际授权业协会，License Global，头豹研究院

中国IP授权行业竞争格局

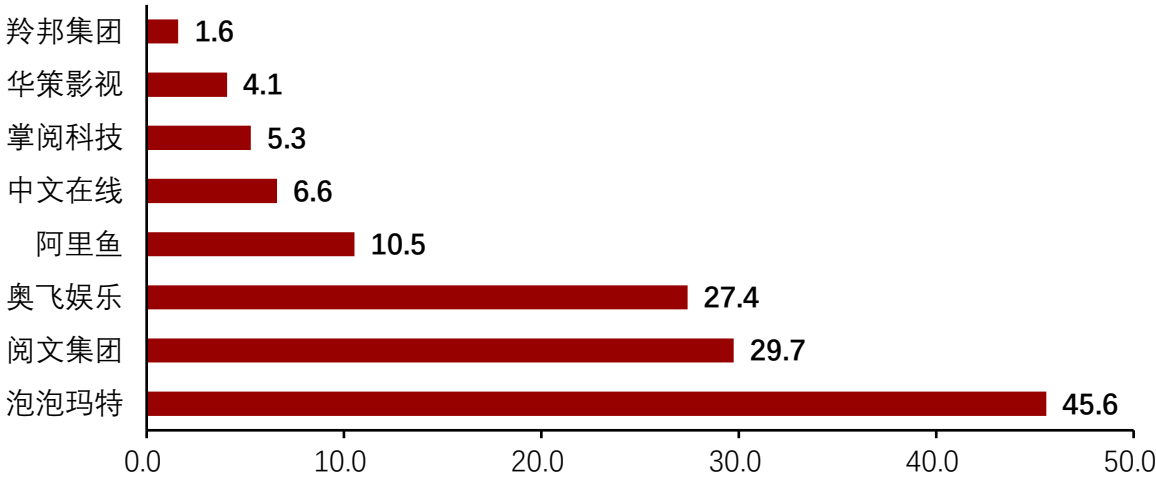
中国IP授权市场正处于高速增长阶段，头部企业发展势头向好。上游涌现出阅文集团、奥飞娱乐等优质授权方；中游以头部代理平台阿里鱼为代表，下游以泡泡玛特、名创优品等IP零售商为核心。

中国IP授权市场头部企业简介，2023年

企业名称	上市情况	成立年份	产业链分布	2023年营收（亿元）	主营业务
阅文集团	港股	2014	上游授权方	70.1	文学作品
中文在线	A股	2000	上游授权方	14.1	文学作品
掌阅科技	A股	2008	上游授权方	27.8	文学作品
奥飞娱乐	A股	1997	上游授权方	27.4	卡通动漫
华策影视	A股	2005	上游授权方	22.7	影视综艺
阿里鱼	未上市	2017	中游授权代理平台	-	IP运营代理
艺洲人	未上市	1999	中游授权代理平台	-	IP运营代理
羚邦集团	港股	2018	中游授权代理平台	4.9	IP运营代理
泡泡玛特	港股	2010	下游零售商	63.0	IP商品零售
名创优品	港股	2017	下游零售商	114.7	IP商品零售

中国IP授权行业部分企业IP业务营收，2023年

单位：[亿元]



中国IP授权市场上中下游分布明确，助力IP授权市场高速发展。上游IP版权方在市场中占据主导地位，其中阅文集团、中文在线和掌阅科技以文学作品为核心业务，2023年IP业务营收分别达29.7亿元、6.6亿元及5.3亿元；奥飞娱乐、华策影视分别聚焦于卡通动漫、影视综艺赛道，2023年IP业务营收分别达27.4、4.1亿元。中游IP代理平台以阿里鱼为代表，通过整合上游IP资源和下游商业渠道构建高效运营网络，有效推动IP价值延展。下游零售商则以IP商品化为核心亮点，推动消费市场升级。泡泡玛特凭借盲盒经济实现IP业务营收45.6亿元，成为IP商业化典范企业之一。

来源：专家访谈，各公司官网，各公司年报，头豹研究院

第四章：发展趋势

Development Trends



行业综述

- 中国IP授权行业发展背景
- 中国IP授权行业定义及分类
- 中国IP授权行业发展历程
- 中国IP授权行业发展现状
- 中国IP授权行业产业链分析



市场规模

- 全球IP授权行业市场规模
- 中国IP授权行业市场规模



竞争格局

- 全球IP授权行业竞争格局
- 中国IP授权行业竞争格局



发展趋势

- IP出海
- 情绪体验消费崛起
- 消费者支付意愿增强



企业分析

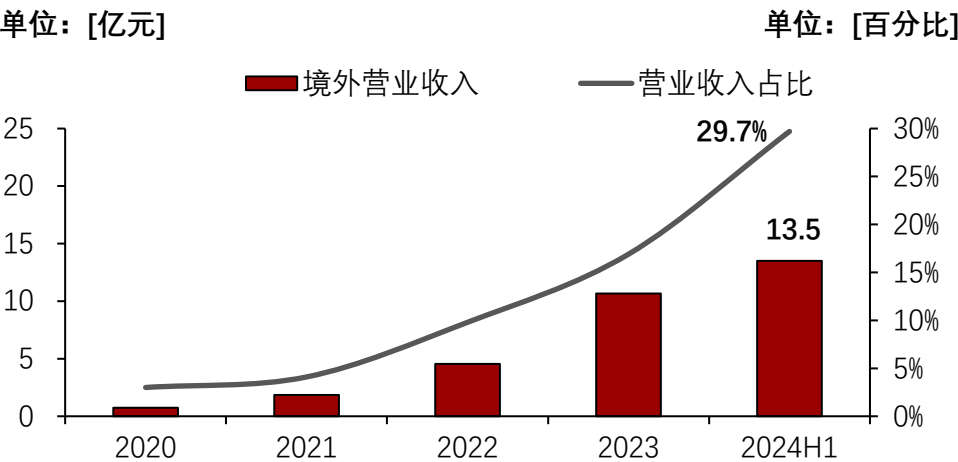
- 华特迪士尼
- 阅文集团
- 奥飞娱乐
- 阿里鱼
- 泡泡玛特



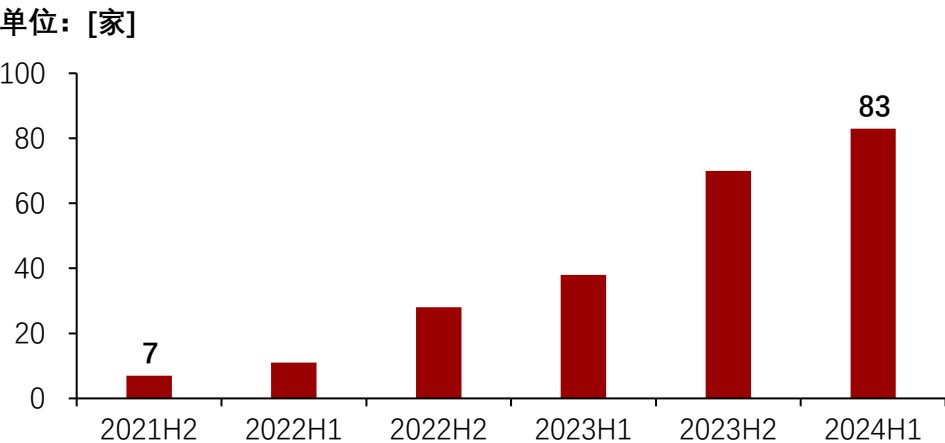
中国IP授权行业发展趋势（1/3）—— IP出海

中国IP授权市场在潮流玩具、影视综艺、动漫游戏等热门赛道展现出强劲的海出动能，IP出海日益成为头部企业讲好中国故事的重要布局方向，推动企业全球市场影响力快速增长。

泡泡玛特境外收入及占比，2020-2024年上半年

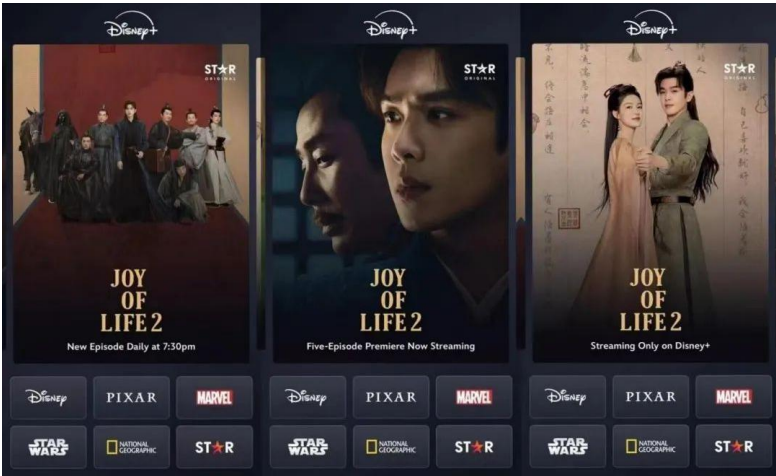


泡泡玛特海外自营门店数量，2021-2024年上半年

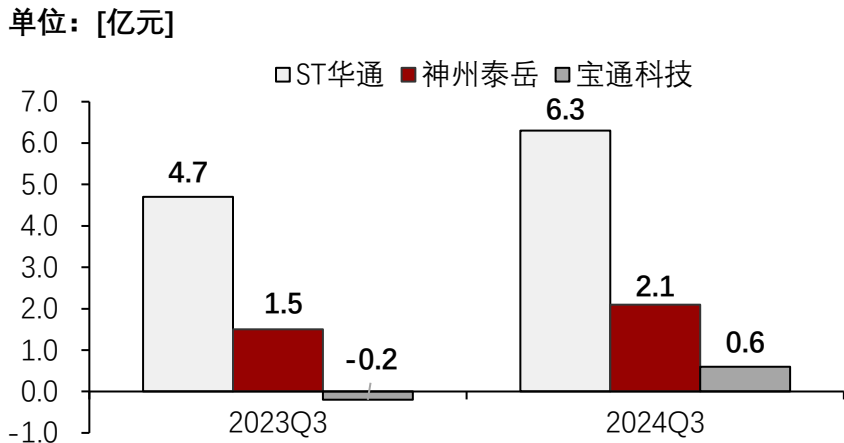


来源：各公司年报，各公司官网，36kr，头豹研究院

《庆余年第二季》同步上线迪士尼，2024年5月



游戏出海头部公司归母净利润，2023-2024年Q3



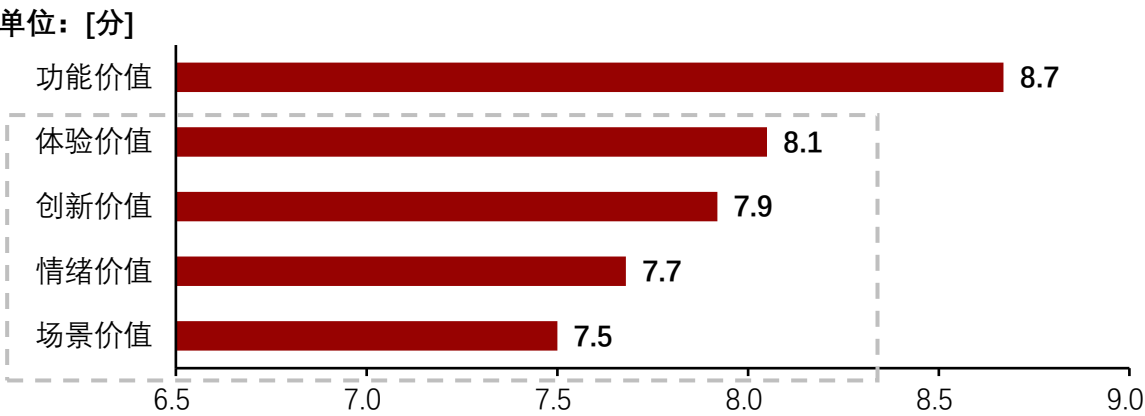
分析师观点

中国IP授权行业在潮流玩具、影视综艺及动漫游戏等热门赛道均呈现出海趋势，各大IP品牌纷纷布局海外市场，开拓第二增长曲线。以泡泡玛特为例，公司近年来积极布局IP出海业务，海外自营门店数量由2021年末的7家快速增长至2024年上半年的83家，推动公司境外营收规模节节攀升。截止2024年上半年，公司海外营收规模达13.5亿元。影视赛道方面，阅文集团旗下热门影视剧IP《庆余年第二季》同步上线迪士尼海外平台，成为中国首个跨国平台同步更新的影视剧IP项目。游戏出海进程方面，据中国音像与数字出版协会数据，2024年中国自研游戏海外市场销售收入达185.6亿美元，同比增长13.4%，市场规模再创历史新高。上市公司财务数据同样显示，游戏出海业务占比较高的公司近年来业绩表现强劲。

中国IP授权行业发展趋势（2/3）—— 情绪体验消费崛起

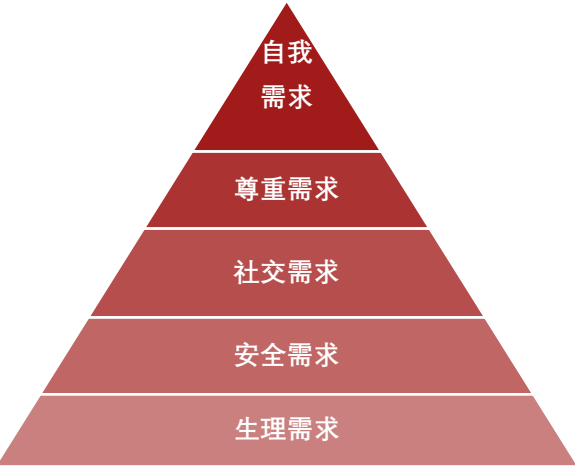
中国IP授权市场呈现出情绪消费需求快速上升的发展趋势，消费者对IP商品的购买痛点逐渐由传统内容向情绪满足过渡。情绪消费崛起趋势下，中国IP授权行业有望实现高质量增长。

消费者对产品价值的重视程度(满分10分)，2025年



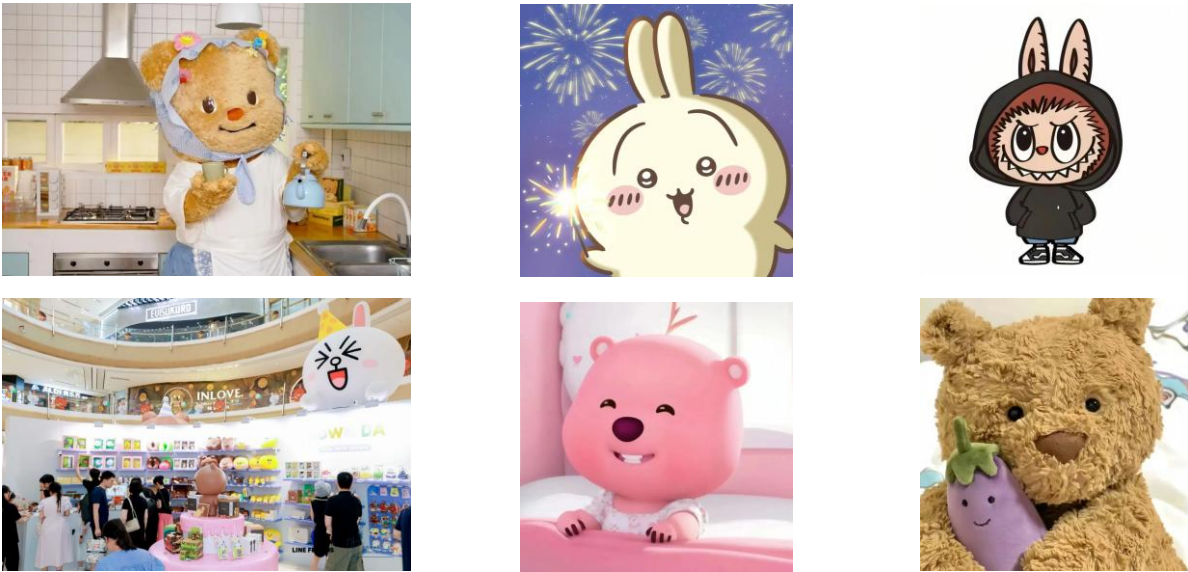
备注: 数据来源于知萌《2025中国消费趋势报告》在线调研, N=4000

马斯洛需求层次理论介绍



■ 马斯洛需求层次理论由生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求 and 自我需求构成。中国IP授权行业的情绪消费崛起源于消费者从基础需求向社交、尊重及自我需求演变。IP商品通过满足情感共鸣、文化认同和个性展示，赋予产品更深的精神价值。

中国IP授权行业卡通动漫热门IP案例

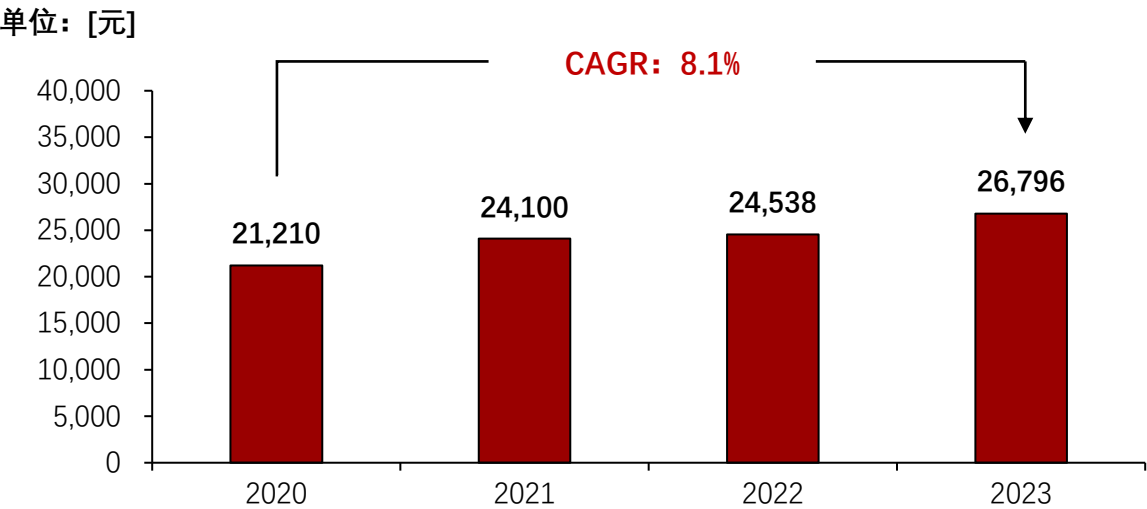


□ 消费者在购买商品或服务时，不再仅仅停留于基本物质需求。消费者开始追求体验价值、创新价值、情绪价值、场景价值等更深层次的自我价值。随着消费者将目光焦点于内在精神世界，深度探寻自我本真及追求情绪价值的消费趋势正逐步兴起。兴趣消费、快乐满足及瞬间疗愈类IP产品正勾勒出全新的情绪消费蓝图。例如，黄油小熊、Chikawa、Labubu、Linefriends、Loopy、Jellycat等萌趣卡通IP商品正通过角色情感和文化符号，激发消费者的快乐满足与情感共鸣。在这一进程中，消费者所追寻的远非产品实体，而是重塑内心秩序、缓和情绪波澜的“心灵滋养”与“情绪妙方”。情绪消费崛起趋势下，IP授权行业有望实现高质量增长。

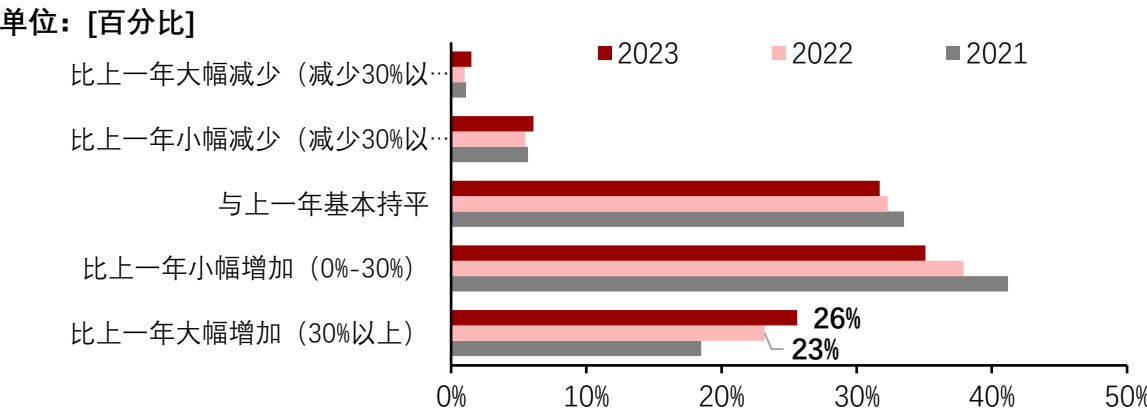
中国IP授权行业发展趋势（3/3）—— 消费者支付意愿增强

情绪经济火热背景下，消费者对以IP产品为代表的文娱类商品消费意愿显著增强。2023年教育文化娱乐居民人均消费支出占比达10.8%，愿意大幅增加IP授权商品预算的消费者群体规模显著增长。

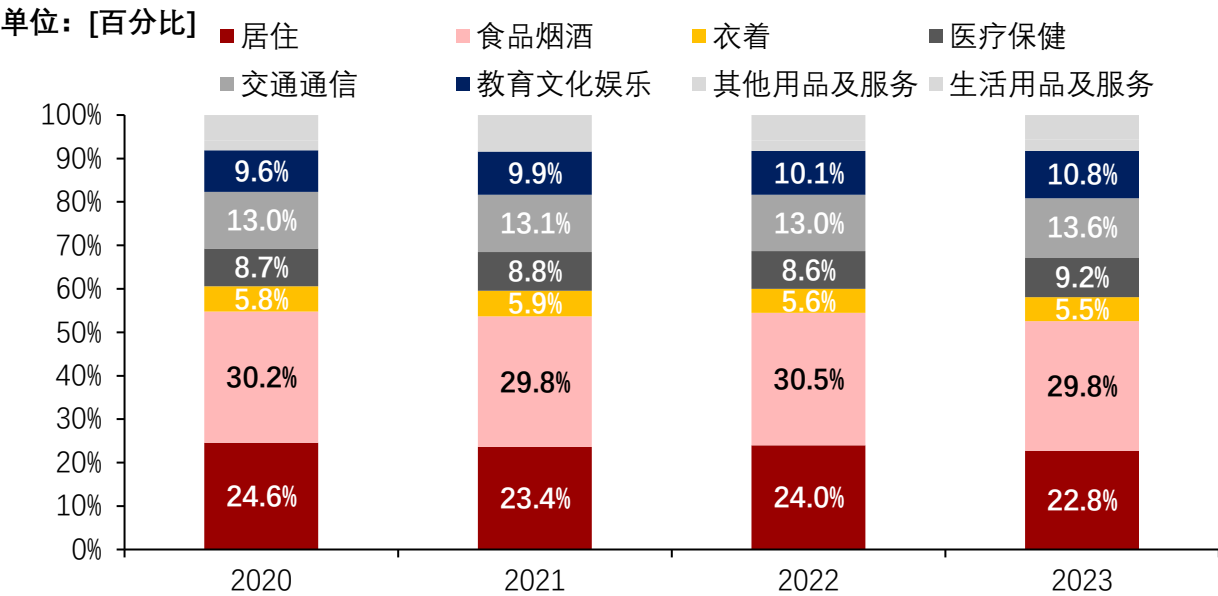
中国居民人均消费支出，2020-2023年



消费者购买IP授权商品支出意愿，2021-2023年



中国居民人均消费支出构成，2020-2023年



中国居民消费能力近年来呈现稳定增长趋势，文娱类消费支出占比韧性较强。据国家统计局数据，居民人均消费支出由2020年的21,210元增长至2023年的26,796元，期间CAGR达8.1%。从消费支出构成上看，居住、食品烟酒、衣着等刚性必选消费支出占比呈现下降趋势。医疗保健、教育文化娱乐等服务类可选消费支出占比稳步上升。其中教育文化娱乐支出占比由2020年的9.6%增至2023年的10.8%，表明居民对文娱产业的消费需求具有较强韧性，为中国IP授权行业的发展提供了重要支撑。细分到IP授权商品层面，据《中国品牌授权行业发展白皮书》调研数据，消费者2023年购买IP授权产品支出意愿大幅增长的人群占比较往年提高3个百分点。

第五章节：企业分析

Company Analysis



行业综述

- ❑ 中国IP授权行业发展背景
- ❑ 中国IP授权行业定义及分类
- ❑ 中国IP授权行业发展历程
- ❑ 中国IP授权行业发展现状
- ❑ 中国IP授权行业产业链分析



市场规模

- ❑ 全球IP授权行业市场规模
- ❑ 中国IP授权行业市场规模



竞争格局

- ❑ 全球IP授权行业竞争格局
- ❑ 中国IP授权行业竞争格局



发展趋势

- ❑ IP出海
- ❑ 情绪体验消费崛起
- ❑ 消费者支付意愿增强



企业分析

- ❑ 华特迪士尼
- ❑ 阅文集团
- ❑ 奥飞娱乐
- ❑ 阿里鱼
- ❑ 泡泡玛特



全球及中国IP授权行业企业分析（1/5）—— 华特迪士尼

华特迪士尼是全球IP授权行业知名跨国公司，公司以北美市场为基本盘，塑造了米老鼠、疯狂动物城、漫威宇宙、阿凡达等全球知名IP。凭借强大IP护城河，公司近年来盈利能力持续改善。

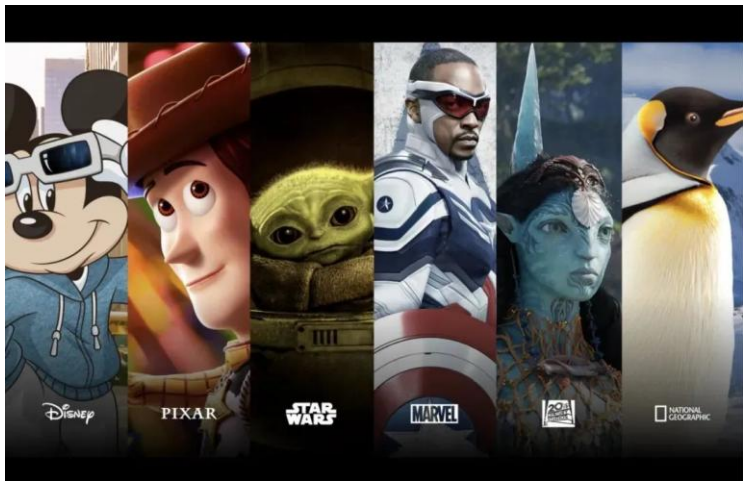
华特迪士尼公司基本信息

- 企业名称Walt Disney Co., Ltd
- 成立时间1923年
- 企业总部美国特拉华州



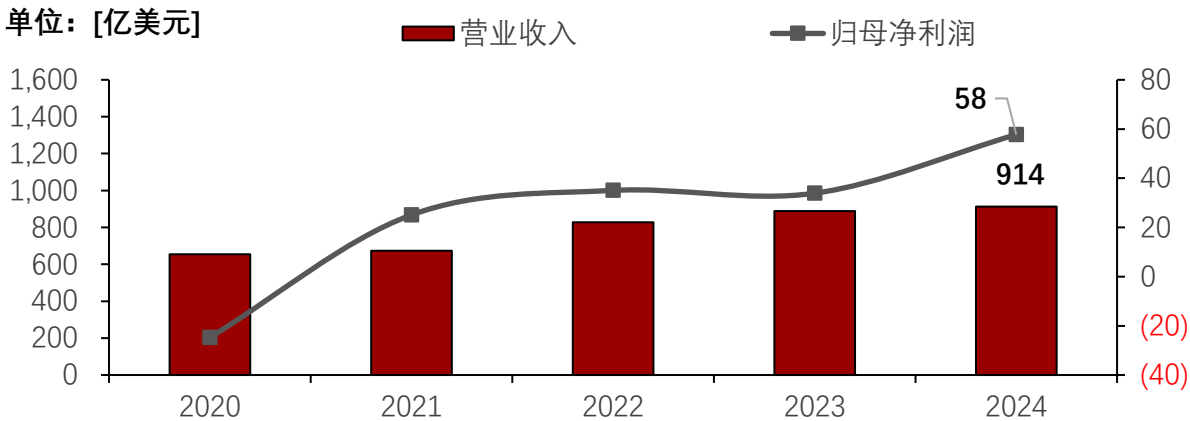
- 企业简介
迪士尼是全球IP授权行业头部品牌，是集娱乐、媒体、主题乐园及消费品为一体的综合性跨国公司。迪士尼拥有全球最广泛的IP矩阵，包括经典IP米老鼠、唐老鸭、白雪公主等卡通动漫IP。在IP授权领域，迪士尼以强大的内容生产力为基础，通过跨平台整合、全球化运营及精准营销，成功将IP价值最大化。

华特迪士尼公司六大IP矩阵

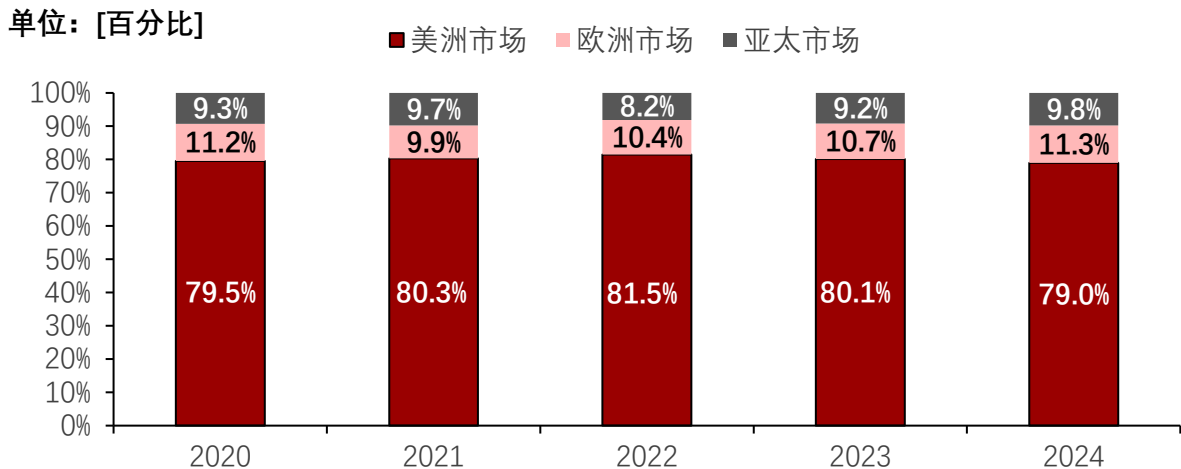


- 历经百余年发展，华特迪士尼公司构筑了阵容庞大各具特色的IP家族，包括米老鼠、疯狂动物城、星球大战、漫威宇宙、玩具总动员、国家地理、阿凡达等一系列横跨各领域多品类的全球知名IP。

华特迪士尼公司营业收入及归母净利润变化趋势，2020-2024年



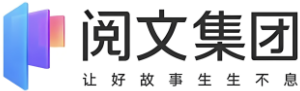
华特迪士尼公司营业收入构成，2020-2024年



全球及中国IP授权行业企业分析（2/5）—— 阅文集团

阅文集团为中国网文影视IP赛道领军企业。春节档冠军电影《热辣滚烫》、电视剧《庆余年2》等热门IP项目为公司注入强劲增长动力。2024H1集团IP业务实现营收22亿元，同比增长85.1%，营收贡献超50%。

阅文集团基本信息

□ 企业名称	上海阅文信息技术有限公司 (00772.HK)	
□ 成立时间	2014年	
□ 企业总部	上海市	
□ 企业简介	阅文集团是中国网文IP赛道的领导企业，集团旗下囊括QQ阅读、起点读书、新丽传媒、腾讯动漫等知名品牌，成功输出《庆余年》、《赘婿》、《鬼吹灯》、《全职高手》、《斗罗大陆》、《琅琊榜》等大量优秀网文IP并改编为动漫、影视、游戏等多业态产品。海外业务方面，集团积极推动网络文学、出版、有声、动漫、影视、游戏等IP业务出海，在海外已培育起覆盖100多个国家与地区的网文创作者生态，累计海外访问用户约3亿。	

阅文集团旗下核心品牌



阅文集团电影及影视剧IP业务，2024年



YOLO
(热辣滚烫)

- **No. 1** in domestic box office receipts in 2024, with sales of **RMB3.5 bn**
- **Highest** grossing overseas Chinese-language film in 2024



Joy of Life 2
(庆余年第二季)

- **Record high 34,000+** on Tencent Video's popularity index
- **No. 1** in nationwide live viewership rankings on CCTV-8 for **18** consecutive days
- **Topped** the charts across major industry review platforms including Kuyun, Douban, Maoyan, Beacon and Enlightent
- The **highest-viewed** mainland Chinese TV series on Disney+
- Translated into **14** languages for release globally



The Legend of Shen Li
(与凤行)

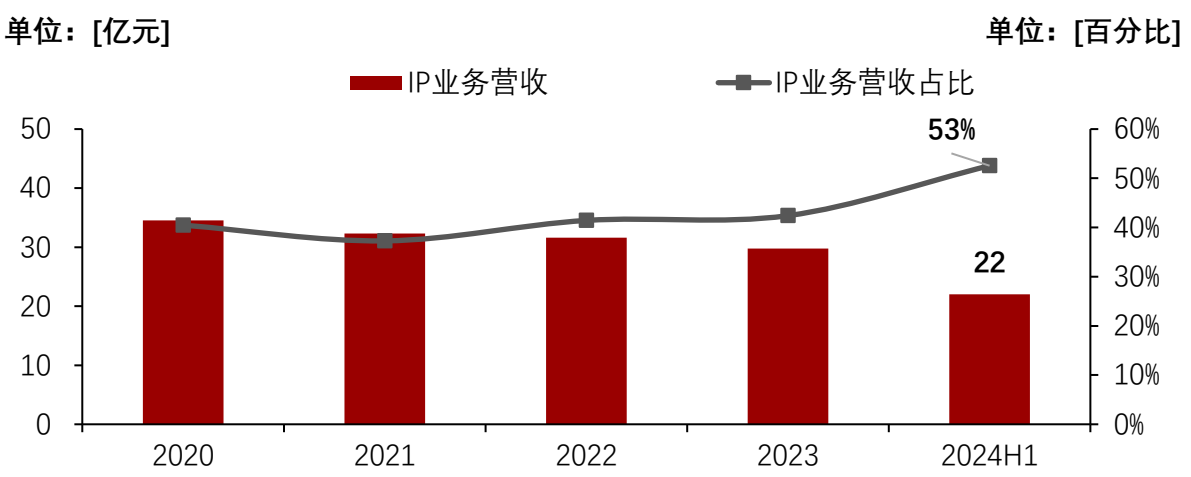
- **31,000+** on Tencent Video's popularity index
- **No. 1** on Mango TV Drama Popularity List for **22** days
- **No. 1** in viewership ratings among provincial satellite TV networks
- Released in **180+** countries and regions globally



The Tale of Rose
(玫瑰的故事)

- **31,000+** on Tencent Video's popularity index, a **record high** for an urban drama
- **No. 1** rated national prime-time drama series
- Translated into **12** languages for release globally

阅文集团IP业务营收及占比，2020-2024H1年



来源：阅文集团官网，阅文集团年报，头豹研究院

全球及中国IP授权行业企业分析（3/5）—— 奥飞娱乐

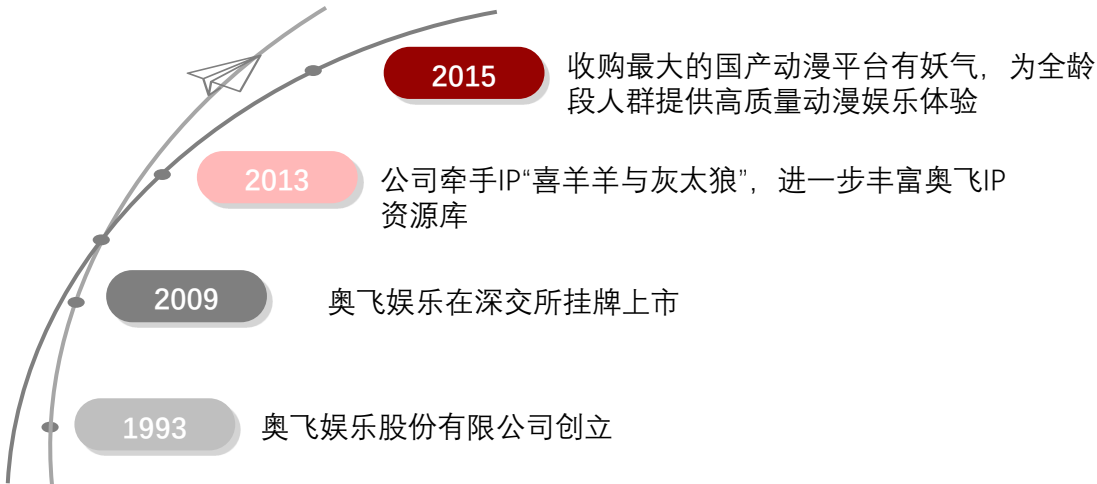
奥飞娱乐是中国卡通动漫赛道头部IP授权商，公司积极拓展海外市场，海外营收占比呈现稳健增长。IP授权成果方面，公司近年来成功孵化出“喜羊羊与灰太狼”、“超级飞侠”等经典卡通IP，市场地位优势明显。

奥飞娱乐公司基本信息

□ 企业名称	奥飞娱乐股份有限公司
□ 成立时间	1997年
□ 企业总部	广东省汕头市
□ 企业简介	奥飞娱乐是中国动漫娱乐文化产业的领军企业之一，以其强大的IP开发和泛娱乐产业链布局成为行业标杆。公司成功打造了以IP为核心的业务模式，覆盖动漫、玩具、婴童、授权、媒体、影视、游戏等多个领域，形成从精品IP孵化到全产业链变现的完整闭环。公司拥有广泛知名度且覆盖全龄段的多元化IP矩阵，其中，面向儿童及青少年的经典IP包括“喜羊羊与灰太狼”、“铠甲勇士”、“巴拉啦小魔仙”、“超级飞侠”、“爆裂飞车”、“火力少年王”等。

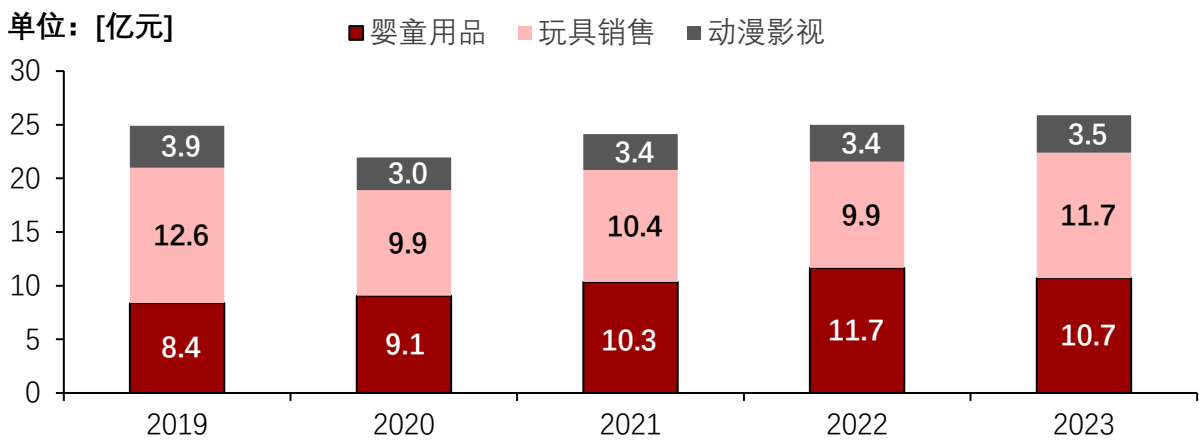


奥飞娱乐公司发展历程

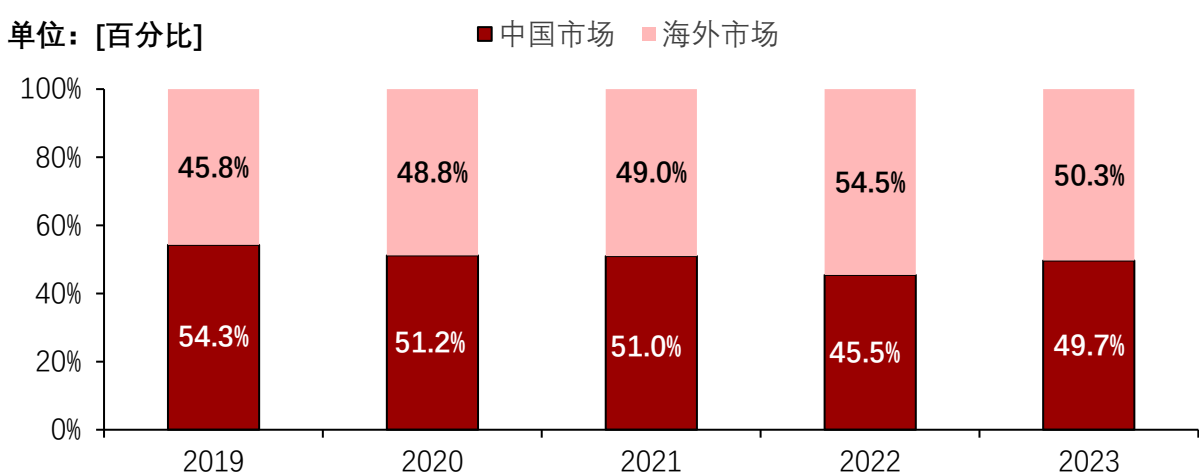


来源：奥飞娱乐官网，奥飞娱乐年报，头豹研究院

奥飞娱乐公司核心业务营收分布，2019-2023年



奥飞娱乐公司营业收入地区分布，2019-2023年



全球及中国IP授权行业企业分析（4/5）—— 阿里鱼

阿里鱼是中国知名IP授权运营代理平台，公司围绕“IP2B2C”商业模式，助力中国IP授权产业发展。目前，公司IP矩阵涵盖三丽鸥、宝可梦、小马宝莉等优质IP，实现对影视艺术、动漫游戏等赛道的全面覆盖。

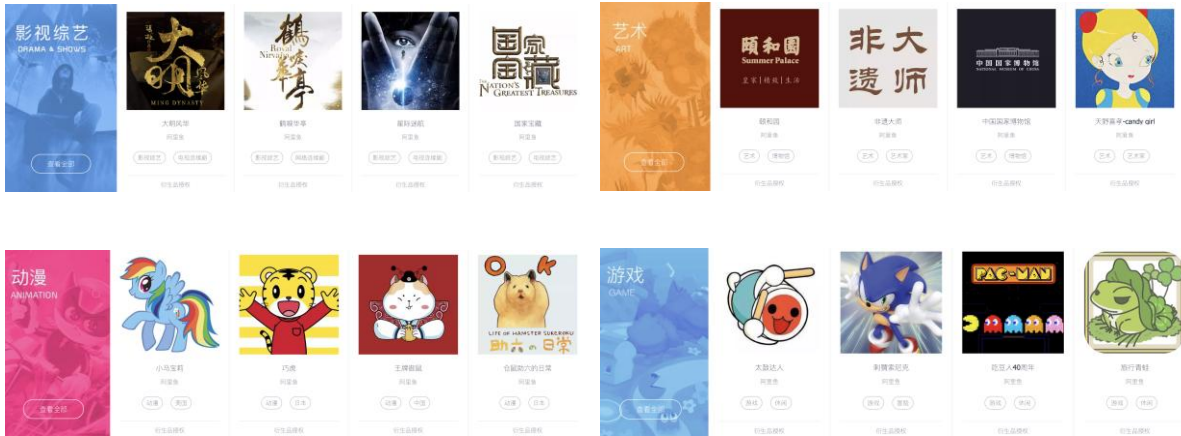
阿里鱼公司基本信息

- 企业名称 广东阿里鱼智能科技有限公司
- 成立时间 2017年
- 企业总部 广东省河源市



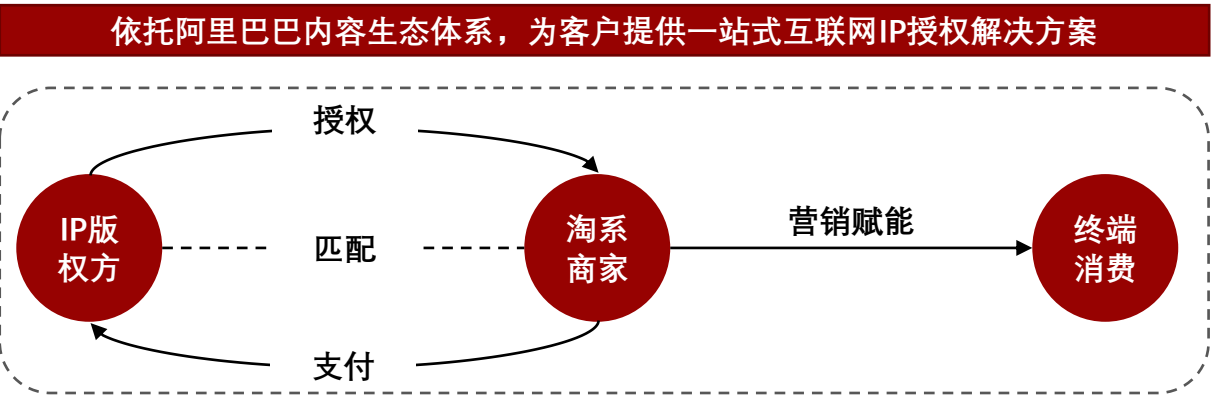
- 企业简介 阿里鱼是阿里巴巴集团旗下专注于IP授权交易和服务的在线平台，平台依托阿里巴巴强大的电商生态，为IP品牌方提供在线授权、营销推广、商品销售等全链路服务，帮助IP实现多场景商业变现。同时，阿里鱼对接10万精选品牌商家及4.3亿活跃消费者，为IP版权方开辟直通消费市场的新渠道。对于品牌商家，阿里鱼提供涵盖文学、动漫、影视、综艺等丰富的热门IP资源，为品牌营销和产品创新注入强劲动力。

阿里鱼IP版权矩阵



来源：纳图兹官网，纳图兹年报，头豹研究院

阿里鱼公司IP授权业务解决方案与商业价值



招商变现
直达天猫淘宝10万+优质品牌卖家，建立互联网IP授权新渠道

销售追踪
追踪授权商品的每一笔销售，获得每一笔授权金

生意报表
可视化授权生意报表，掌握IP零售商家最新销售动态

精准赋能
精选国内外优质版权IP，多领域多元化IP授权选择

产品升级
通过IP授权合作，将IP文化与商品完美融合，赋予产品独特竞争力

营销升级
通过热点IP授权合作，把握社会热点，升级品牌营销

全球及中国IP授权行业企业分析（5/5）—— 泡泡玛特

泡泡玛特是集IP授权、运营及零售于一体的潮流文化娱乐企业，公司业务以自研设计孵化IP为核心，盈利能力较强。近年来营收及归母净利润均保持高增长态势，2023年营收与归母净利润分别达63、11亿元。

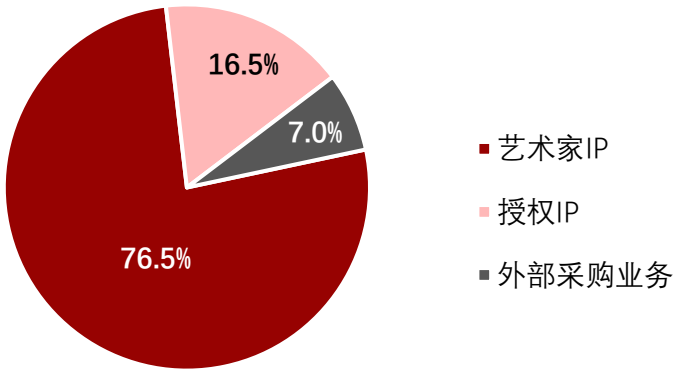
泡泡玛特公司基本信息

企业名称	北京泡泡玛特文化创意有限公司
成立时间	2010年
企业总部	北京市
企业简介	泡泡玛特围绕全球艺术家挖掘、IP孵化运营、消费者触达、潮玩文化推广、创新业务孵化与投资五大领域，构建了覆盖潮流玩具全产业链的综合运营平台。公司不仅签约合作了众多知名潮流品牌及设计师，还在北京上海成功举办了三届国际潮流玩具展。目前泡泡玛特已在中国大陆地区拥有400余个零售网点，覆盖全国近40座城市。同时，泡泡玛特已入驻欧美、东南亚及澳洲等地区，全球化布局进程不断扩展。



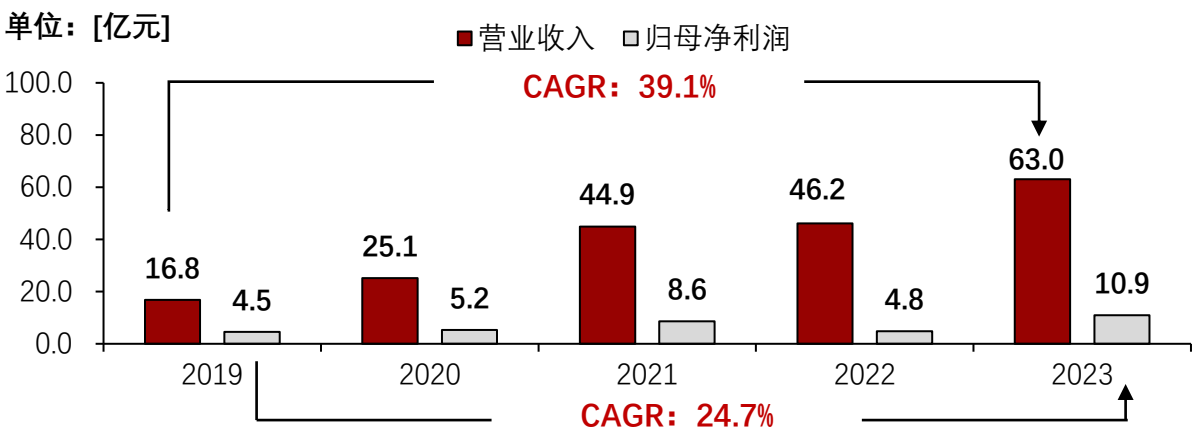
泡泡玛特公司IP业务营收占比，2023年

单位：[百分比]



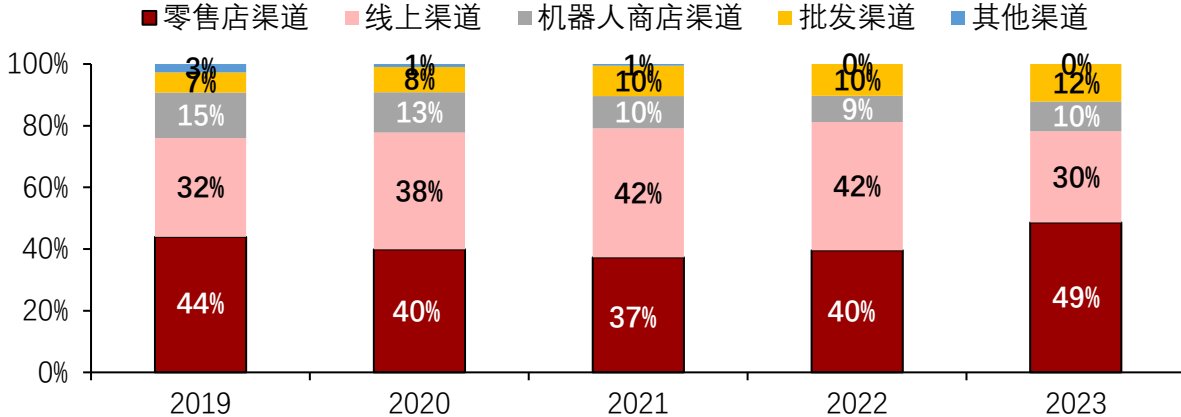
公司以自研IP为核心，营收占比超90%。据公司2023年财报，按IP业务划分，公司艺术家IP营收占比达76.5%，授权IP营收占比达16.5%，外部采购业务营收占比仅7%。

泡泡玛特公司营业收入及归母净利润变化趋势，2019-2023年



泡泡玛特公司营业收入渠道分布，2019-2023年

单位：[百分比]



来源：泡泡玛特官网，泡泡玛特年报，头豹研究院

方法论

- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究、砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。头豹通过深研19大行业，持续跟踪532个垂直行业，已沉淀100万+行业数据元素，完成1万+个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立、发展、扩张，到企业上市及上市后的成熟期，研究员积极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，以专业视野解读行业的沿革。融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会跟随行业发展、技术革新、格局变化、政策颁布、市场调研深入，不断更新与优化。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供数据库API接口服务

定制报告

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

报告作者



刘贵仁
首席分析师
gary.liu@leadleo.com



段相域
消费行业分析师
shawn.duan@leadleo.com

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和调研确认，助力企业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润置地大厦E座4105室
邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号会德丰国际广场 2701室
邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴智科技园B栋401
邮编：210046