
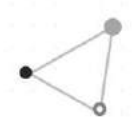




3D动画短视频研究

艺恩出品 2021年



背景：3D动画短视频影响力逐渐扩大

3D动画短视频是指在新媒体背景下产生的单集时长在2分钟之内的动画剧集，借助传统长视频平台、新型短视频平台及社交媒体平台进行发布和传播。

1.0时代（2015年以前）：
传统内容分发时代，3D动画内容仅以长篇剧集形式产出

早期国内3D动画主要以长篇动画剧集形式制作，并通过电视台及传统长视频平台进行内容分发



2.0时代（2015年~2017年）：
社交媒体分发时代，3D动画短视频内容形式萌芽

以《一禅小和尚》为代表的3D动画短视频上线社交媒体（微博、QQ空间、QQ看点等），短期内获得较高阅读量和关注度，完成了粉丝的初步积累。



3.0时代（2018年至今）：
短视频平台分发时代，3D动画短视频影响力逐渐扩大

短视频平台爆发，3D动画IP趋势迁移至短视频，迅速获得稳定粉丝群体并扩大影响力。

同时该垂直领域的内容IP化、系列化运营不断实践，MCN等制作机构逐渐成熟、IP衍生及长剧制作提上日程、多种新兴技术探索不断挖掘该类内容潜力。

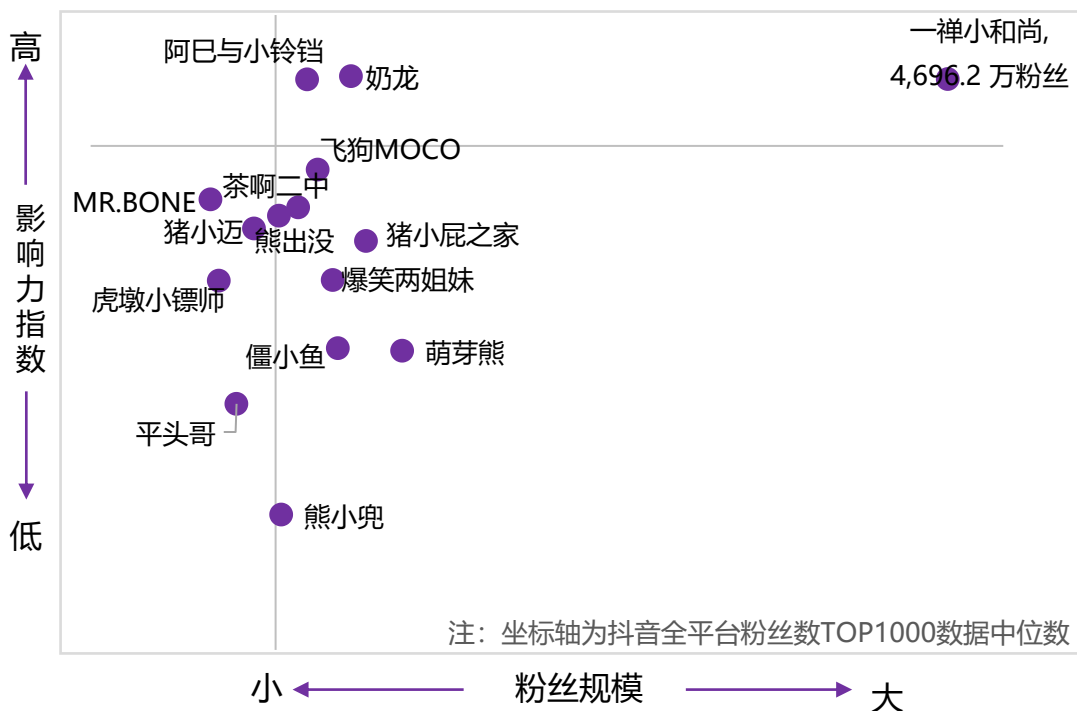


大盘：头部精品内容涌现，市场发展空间大

在平台和流量加持下，3D动画短视频市场的潜力和价值逐渐凸显。《一禅小和尚》、《奶龙》、《阿巳与小铃铛》等一批头部精品动画短视频涌现，其中《一禅小和尚》的粉丝数量和影响力指数均具有绝对优势，是具有代表性的优质动画。但与其他短视频题材相比，3D动画的优质内容生产者仍然较少，目前市场尚为蓝海，开发潜力大。

抖音头部3D动画短视频影响力&粉丝数量

抖音平台头部账号中
3D动画短视频数量占比
33/1000



注：影响力指数计算由粉丝影响力和近期传播影响力及粉丝互动质量算法而得，可作为评估该账号实力的客观参考依据

source：艺恩营销智库 截止到2021年8月1日

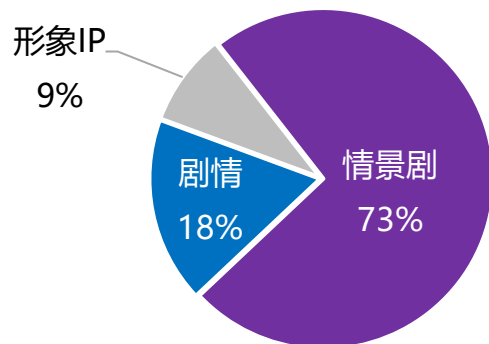
类型：精品情景剧引领3D动画短视频市场

受限于单集时长和剧情连贯性，轻量级情景剧成为3D动画短视频市场绝对主力，占比达73%，《平头哥》和《阿巳与小铃铛》两部情景短剧集均获赞数断层领跑。可见，无需补充前情提要的独立剧情和能够引发观众共鸣的生活场景还原较受观众欢迎。

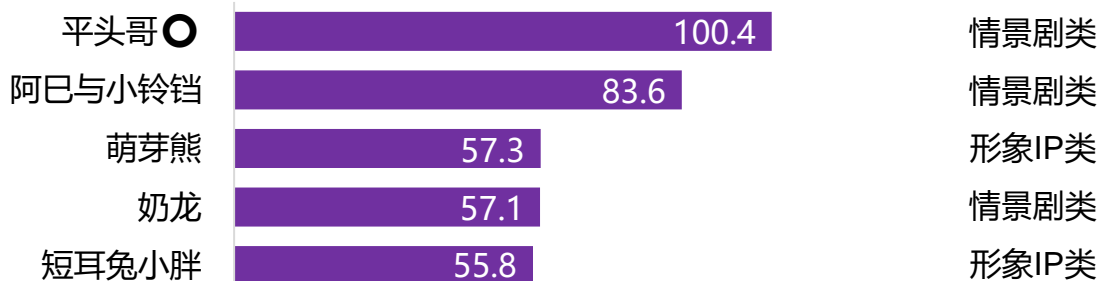
抖音3D动画短视频主要类型（按剧情分类）

| 类型 | 剧情类 | 情景剧类 | 形象IP类 |
|---------|-------------------------|----------------|-------------------------|
| 定义 | 有主要的故事线发展和情节起伏（类似传统动画片） | 同一个世界观下的独立故事小段 | 无具体剧情，仅通过动画形象唱歌或拍摄热门视频等 |
| 有特定动画形象 | √ | √ | √ |
| 有剧情 | √ | √ | × |
| 剧情衔接紧密 | √ | × | × |
| 代表作品 | 《Mr. Bone》 | 《一禅小和尚》 | 《短耳兔小胖》 |

抖音3D动画短视频类型分布



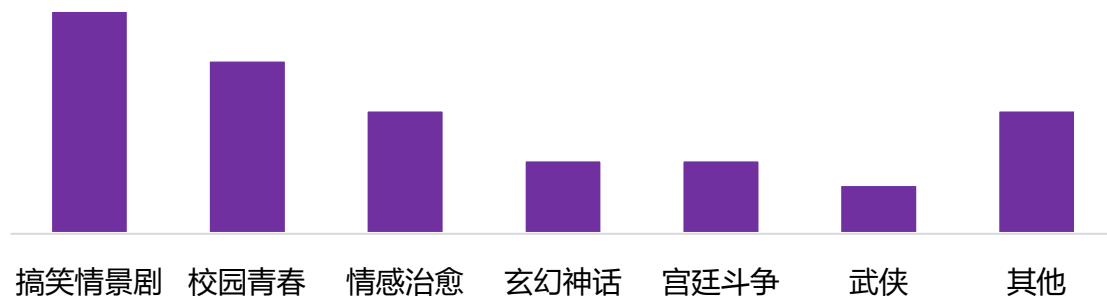
抖音3D动画短视频作品平均获赞数TOP5（单位：万/集）



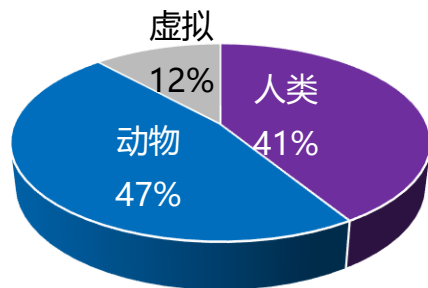
题材：搞笑情景剧是最常见3D动画短视频题材

目前市场上的3D动画短视频已涵盖多种内容题材，搞笑情景剧是3D动画短视频最常见的题材。主角设置方面动物拟人和虚拟形象共占六成左右，且大量内容集中于现代故事讲述，从而避免复杂的服装和场景刻画，同时也更能够引发观众共鸣。

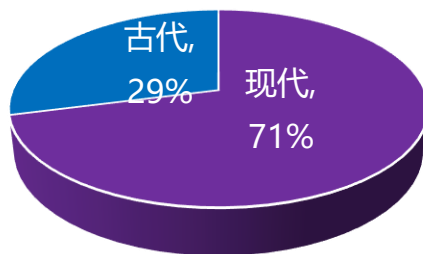
抖音3D动画短视频内容题材



抖音3D动画短视频作品主角形象



抖音3D动画短视频作品背景



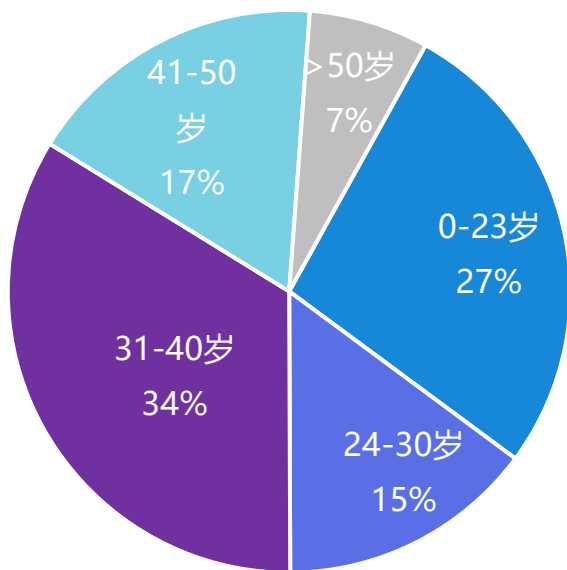
各类题材3D动画举例



用户：80后承受多重压力，情感治愈成重要诉求

抖音3D动画短视频账号中31-40岁受众占比最高，达到34%，且该群体在抖音用户中TGI高于100，说明3D动画在80后人群中更受欢迎。受生活和工作的多重压力的影响，轻松搞笑或温柔治愈的动画短视频成为其重要的情绪出口，《一禅小和尚》、《萌芽熊》等情感向动画受到追捧。

抖音3D动画短视频受众年龄分布



《一禅小和尚》用户画像及用户讨论词云

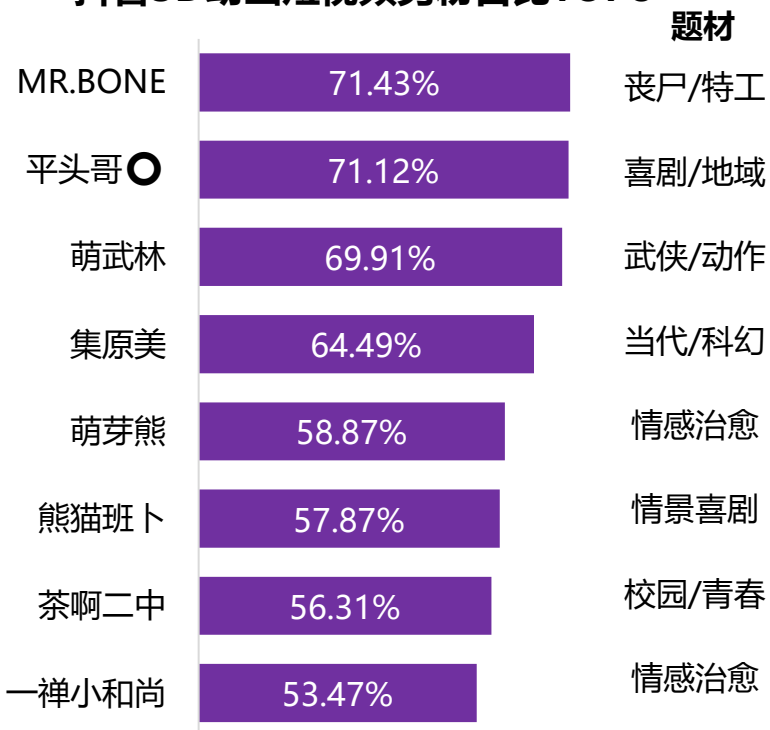
■ <18 ■ 18-23 ■ 24-30 ■ 31-40 ■ 41-50 ■ >50



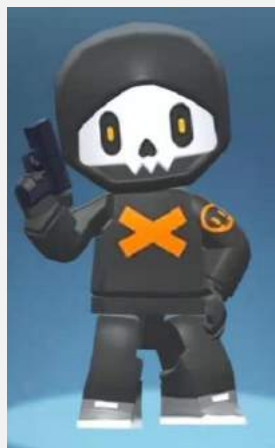
男性市场：架空世界观和强大主角形象受欢迎

在男性观众占比过半的8部3D动画短视频作品中，以当代现实世界作为世界观的作品仅有《茶啊二中》一部，其他均为动物拟人或科幻等架空背景；最受男性受众欢迎的动画形象，如Mr. Bone 六号特工、平头哥往往具有不拘小节但力量强大等特点。

抖音3D动画短视频男粉占比TOP8



抖音3D短视频男粉比例TOP3动画形象特征



Mr. Bone

特工局小骷髅
神枪手特工



平头哥

说东北话的蜜獾
草原第一战力



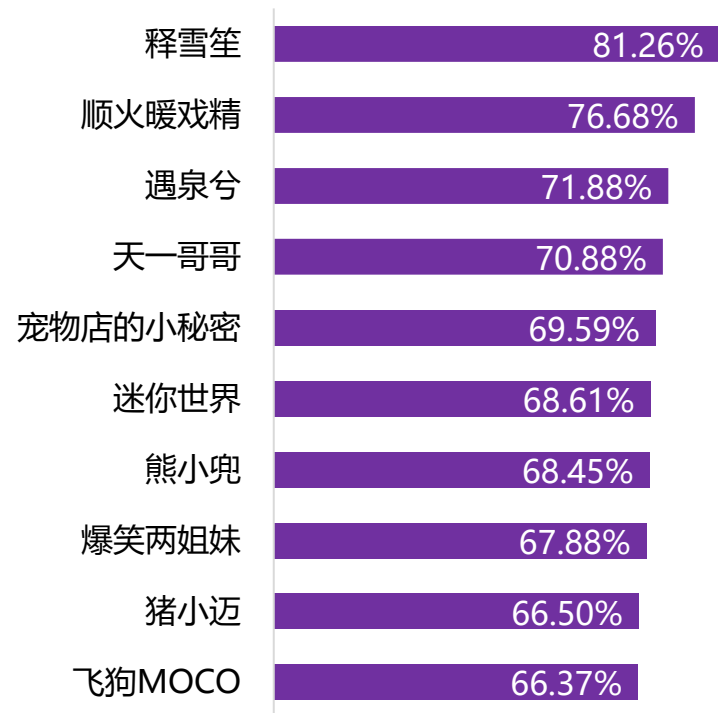
萌武林

不靠谱的哈士奇
武林侠客

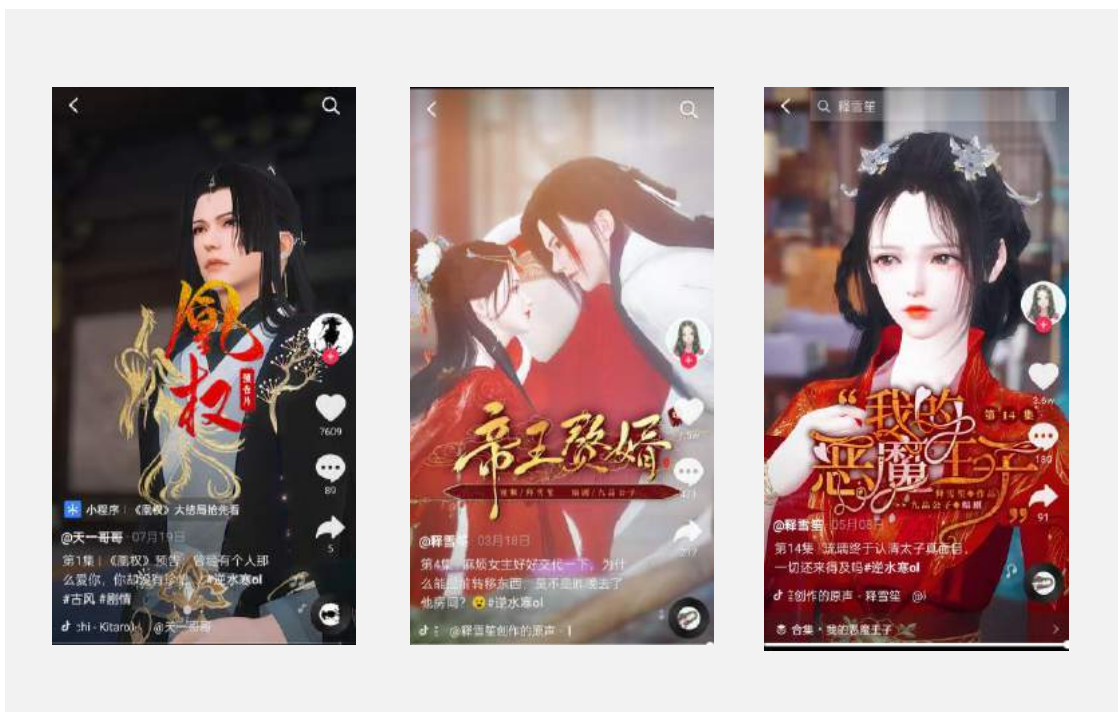
女性市场：剧情性较强的言情类题材领跑

抖音3D动画短视频女粉占比top10的故事题材多为宫斗言情剧，具有剧情连接性强、画面精美浮夸等特点。除此以外，都市家庭轻喜剧《飞狗MOCO》及其衍生短剧《宠物店的小秘密》也受到女性市场青睐。

抖音3D动画短视频女粉占比TOP10



抖音3D动画女粉高占比账号的部分故事系列



制作：新兴制作手段挖掘内容创作潜力

3D动画传统制作方式需要通过精细地建模、绑定、渲染等复杂技术实现，与短视频媒体“低门槛、短周期”的传播特征较难契合，因此多种制作方式应运而生，补充了传统制作方式的低产出局限、开创了新的动画展现形式。



传统3D动画

通过原创建模、绑定、渲染等传统3D动画制作方式构建虚拟场景和形象，是最常见的制作方式。根据效果要求每分钟制作成本在2~20万元不等。



新兴：动画编辑器

通过已搭建好的编辑算法（例如网易公司开发的大宋映画）实现捏脸、动作设计、场景搭建等。学习门槛低、成本低，适合个人内容生产者。但内容局限性受已有算法限制较大，动作流畅度和效果有限。

关键词：门槛和成本低



新兴：XR动画

通过传统建模方法设计动画形象并将其置于实景中与人类主角产生互动，打通动画和现实。该类动画的背景建模和渲染效率较高，但布光、设计融合等技术难度较大。

关键词：实景融合

制作：动画编辑器创新动画短剧的产出方式

基于2018年12月推出的动画编辑器“逆水寒·大宋映画”，内容产出者可以自行设计角色、搭建场景、完成动作互动和剧情展示，从而以较低的成本实现3D动画制作。尽管由编辑器生成的视频存在动作僵硬、题材受限等特点，但强大便捷的功能依然成为了新兴的内容产出方式，并首次使得3D动画短视频中出现了系列化的UGC内容。

以“大宋映画”为例看编辑器功能

形象设计

- 捏脸系统
- 骨骼参数调节
- 表情编辑器
- AI表情捕捉
-



场景搭建

- 场景建筑元素
- 天气环境元素
- 灯光工具
-

视频生成

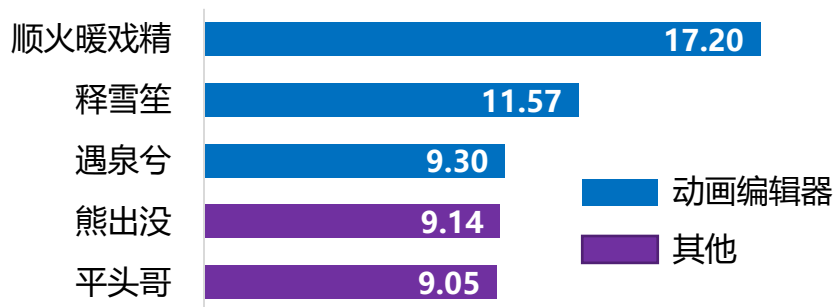
- 镜头曲线编辑器
- 动态光工具
- 自由设置相机噪声
- HDR
- Colorgrading
-



制作：动画编辑器提供新的IP改编方向和推广形式

动画编辑器制作的3D动画绝大多数属于剧情类内容，有较为完整的叙述性剧情，内容制作者通过自制、征集投稿、小说改编等形式获取剧本并进行制作，赞粉比在同类账号中相对较高。得益于其轻量级和低门槛的特点，该形式有潜力成为更多中腰部小说或IP改编推广的新形式。

抖音3D动画短视频赞粉比TOP5



粉丝用动画编辑器还原《魔道祖师》名场面



大宋映画舆论词云



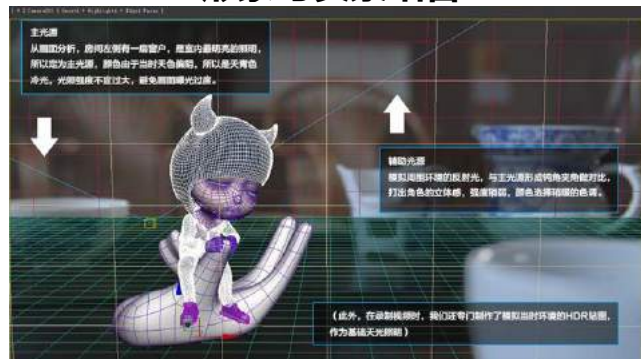
注：赞粉比=点赞总数/粉丝总数，该数值越高说明作品获得非关注者的点赞越多，则该作品有较好的路人盘但需要提升关注转化率

source：艺恩营销智库 截止到2021年8月1日

制作：XR动画，现实交互构建真实场景

随着拓展现实技术（Extensive Reality，即XR）的发展，部分动画内容生产者瞄准了现实交互这一领域，通过将动画形象带入真实的世界场景中并以父子、母子、姐妹等关系定位与人类进行互动，从而提升作品的真实性和趣味性。

通过技术手段使3D动画虚拟形象与实景结合



抖音XR 3D动画IP一览



僵小鱼

抖音粉丝数：1354.5w

关系定位：父子



猪小屁

抖音粉丝数：1509w

关系定位：母子



邻家小仙

抖音粉丝数：424.5w

关系定位：姐妹



鼠元宝

抖音粉丝数：206.4w

关系定位：父子

制作：MCN是3D动画短视频制作主体

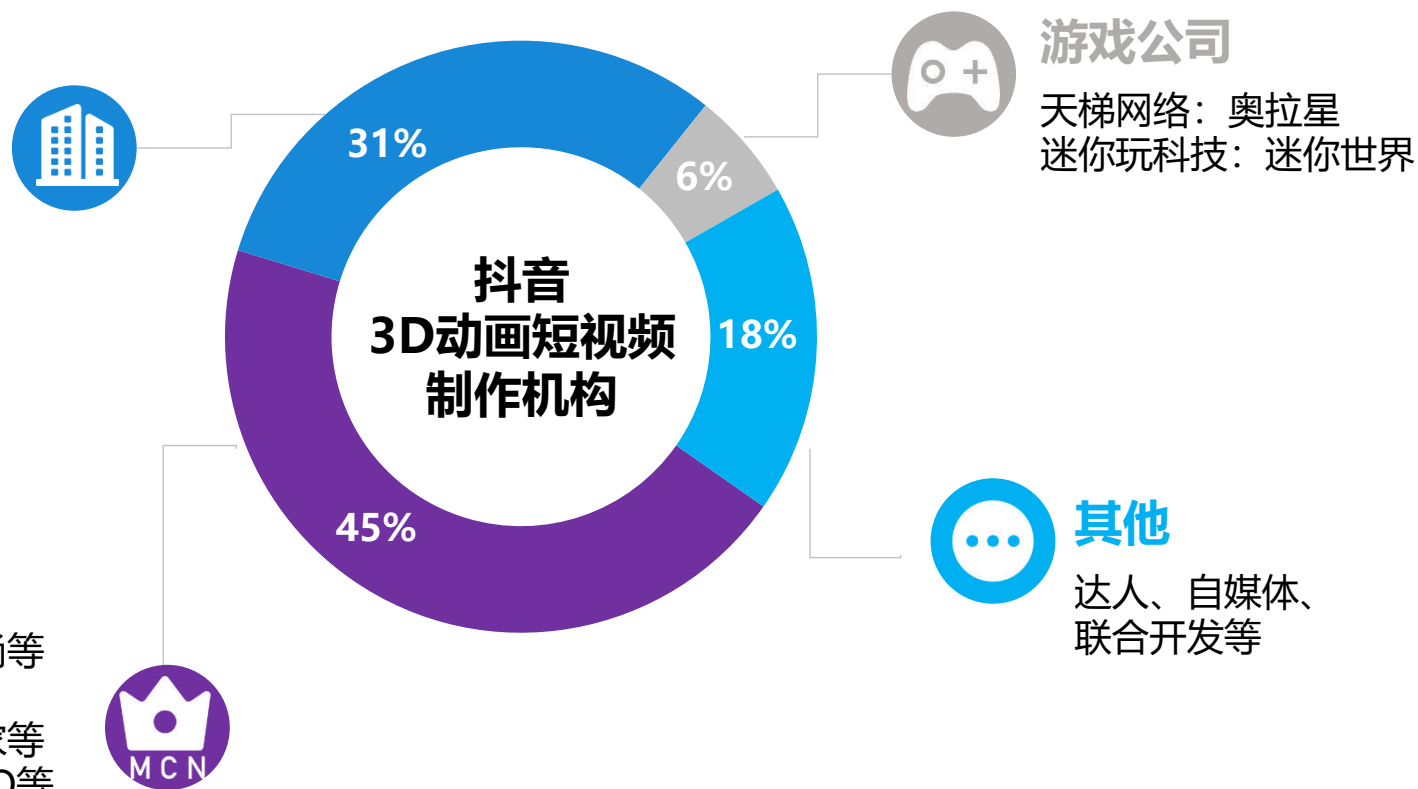
目前市场上的3D动画短视频制作主要由具备孵化体系和变现能力的大型机构（例如MCN或动画公司）主导，个人和自媒体占比较低。同时动画公司和MCN的运营策略不同，绝大部分动画公司专注于一个动画IP，而MCN则往往通过多个IP之间的联动相互引流推广。

动画公司

华强方特：熊出没
凝羽动画：茶啊二中
铁罐文化：平头哥
山海映画：山海大禹
集映画传媒：集原美

MCN

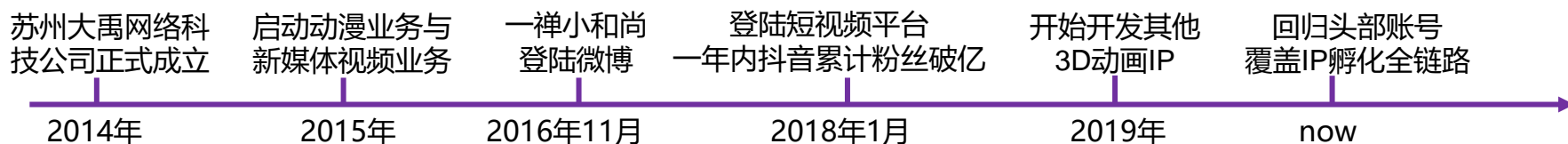
大禹网络：一禅小和尚等
华星璀璨：奶龙等
震惊文化：猪小屁之家等
艾飞文化：飞狗MOCO等
樱桃派对：释雪笙等



头部MCN：大禹科技3D动画短视频概览

大禹网络在3D动画短视频领域起步较早，持续精耕赛道取得不俗成绩，其旗下3D动画IP《一禅小和尚》、《阿巳与小铃铛》和《熊小兜》均进入3D动画粉丝数TOP10，其中《一禅小和尚》则实现了断层领跑。

大禹网络发展时间线（动画IP视角）



| | 一禅小和尚 | 阿巳与小铃铛 | 熊小兜 |
|--------|----------|----------------|----------------|
| 题材 | 情感治愈 | 古装爱情 | 都市搞笑 |
| 背景 | 古代 | 古代 | 现代 |
| 平台 | 抖音、快手、微博 | 抖音、快手、b站 | 抖音、快手 |
| 抖音粉丝数量 | 4696w+ | 1185w+ | 1044w+ |
| 抖音作品数量 | 533 | 100 | 214 |
| 抖音集均获赞 | 47.51w | 83.59w | 36.66w |
| 更新周期 | 2~3天 | 7天 不包括花絮和商务 | 3~5天 近半年已停更 |

头部MCN：大禹网络持续深耕3D动画赛道

作为3D动画短视频赛道的领跑者，大禹网络一方面通过技术研发降低生产成本并提高产能，另一方面持续深挖做精已有IP并扩展内容表现形式，未来有计划向长视频方向发展，尝试走通“社交媒体—视频平台—院线电影”的内容发展路线。

回归头部打法，完善《一禅小和尚》内容体系和世界观，深度孵化影视作品

IP运营

内容形式

除3D动画外，大禹科技IP也衍生出长幅条漫、漫画出版物、表情包、手机壁纸、周边礼包等形式

大禹科技
3D动画
业务概况

目前主要依靠少量品牌广告植入和IP授权变现，长远计划通过产出长视频、TV剧集甚至院线电影实现盈利

变现盈利

技术产能

结合虚幻引擎技术、实时动捕技术、影视级PBR技术专注3D动漫，借助自有动漫引擎实现年产能200分钟

内容衍生：长短视频实现受众和变现模式互补

电影和长动画开发方面由动画公司、游戏公司等大型机构主导，冒险类题材是最主要的长篇开发类型。一方面部分已有大IP通过短视频内容挖掘潜在受众、提升粉丝粘性，另一方面头部3D动画短视频也期待通过长视频实现进一步变现。

| 短视频名称 | 动画片/动画电影名称 | 题材类型 | 制作机构类型 | 制作机构名称 |
|-------|------------|-------|--------|------------|
| 熊出没 | 《熊出没》系列 | 冒险 | 动画公司 | 华强方特 |
| 迷你世界 | 《迷你世界之觉醒》 | 冒险/奇幻 | 游戏公司 | 迷你玩科技有限公司 |
| 奥拉星 | 《奥拉星：进击圣殿》 | 冒险/奇幻 | 游戏公司 | 天梯网络科技有限公司 |

已有IP衍生动画短视频

动画IP或游戏IP通过动画短视频形式展现主角日常、补充正片花絮等，获取短视频平台潜在受众

动画短视频衍生为长视频

具有一定粉丝基础的短视频IP向长视频或动画大电影方向发展，进一步强化IP并实现流量变现。

| 短视频名称 | 动画片/动画电影名称 | 题材 | 制作机构类型 | 制作机构名称 |
|---------|----------------|-------|----------|---------|
| 僵小鱼 | 《叫我僵小鱼续缘篇·双鱼记》 | 冒险 | 动画公司 | 风鱼动漫 |
| 探探猫和豆豆猪 | 《探探猫人鱼公主》 | 冒险/奇幻 | MCN | 磁力科技 |
| 虎墩小镖师 | 《镖师快跑》 | 冒险/古装 | 动画公司&MCN | 元人动画&麒麟 |
| 茶啊二中 | 《这班挺有闹》 | 青春/校园 | 动画公司 | 凝羽动画 |

注：一禅小和尚、萌芽熊、奶龙、猪小屁等知名IP也均有明确的长视频开发意向

商业变现：广告招商仍是主要变现方式

由于3D动画短视频尚在成长阶段，未形成成熟的变现体系，而内容创作者往往爱惜羽毛，较少进行商业变现。目前超过90%的3D动画短视频账号通过广告招商获得收益，部分头部IP可搭配IP授权实现流量变现。

直播带货

动画IP僵小鱼首次尝试虚拟直播，超35万人在线观看



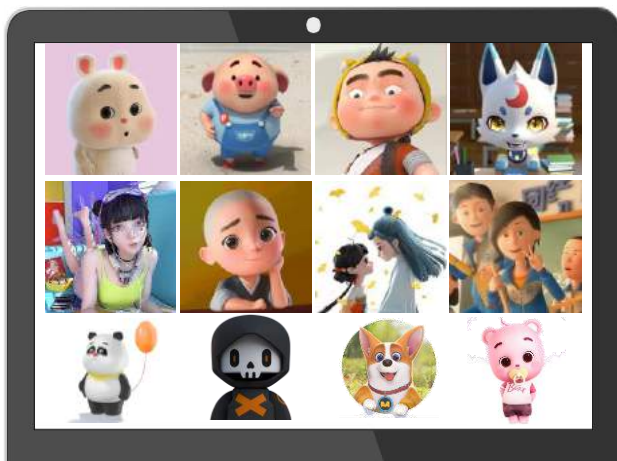
衍生品

丰富的实体手办和衍生周边贩卖是重要的IP变现方式之一。



广告招商

在视频中植入产品广告，是最常见的变现形式



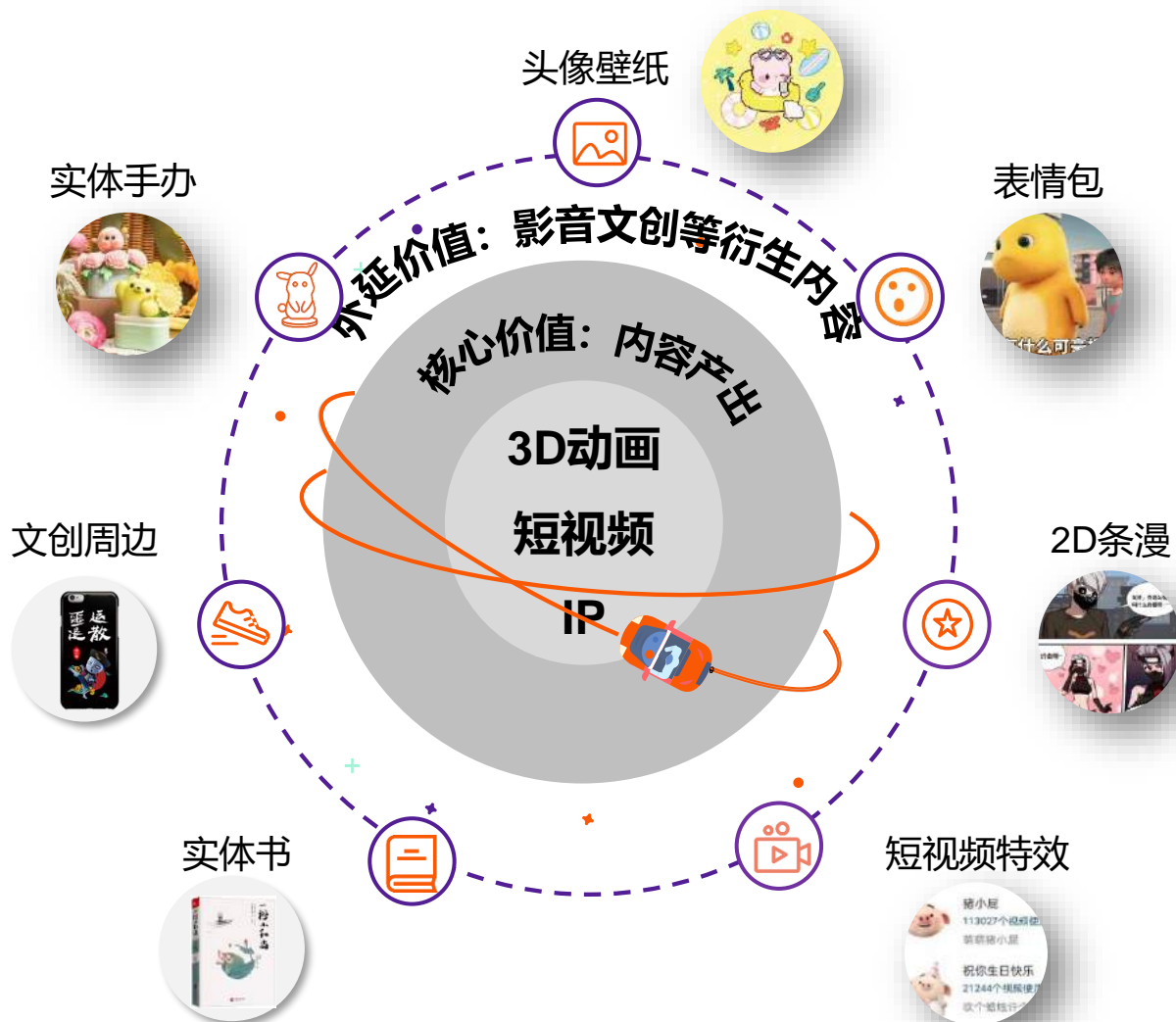
IP授权

多个动画IP与服饰、潮玩、饮品、文旅等品类联名，授权IP开发产品或合作推广。



衍生品：线上线下同步衍生，丰富形式吸引受众

目前3D动画短视频已经衍生出了丰富的表现形式，线下实体衍生品包括手办、文创、出版书籍等，线上衍生则包括定制壁纸、表情包、2D条漫等，多元化的衍生形式不断拓展其受众和传播平台。



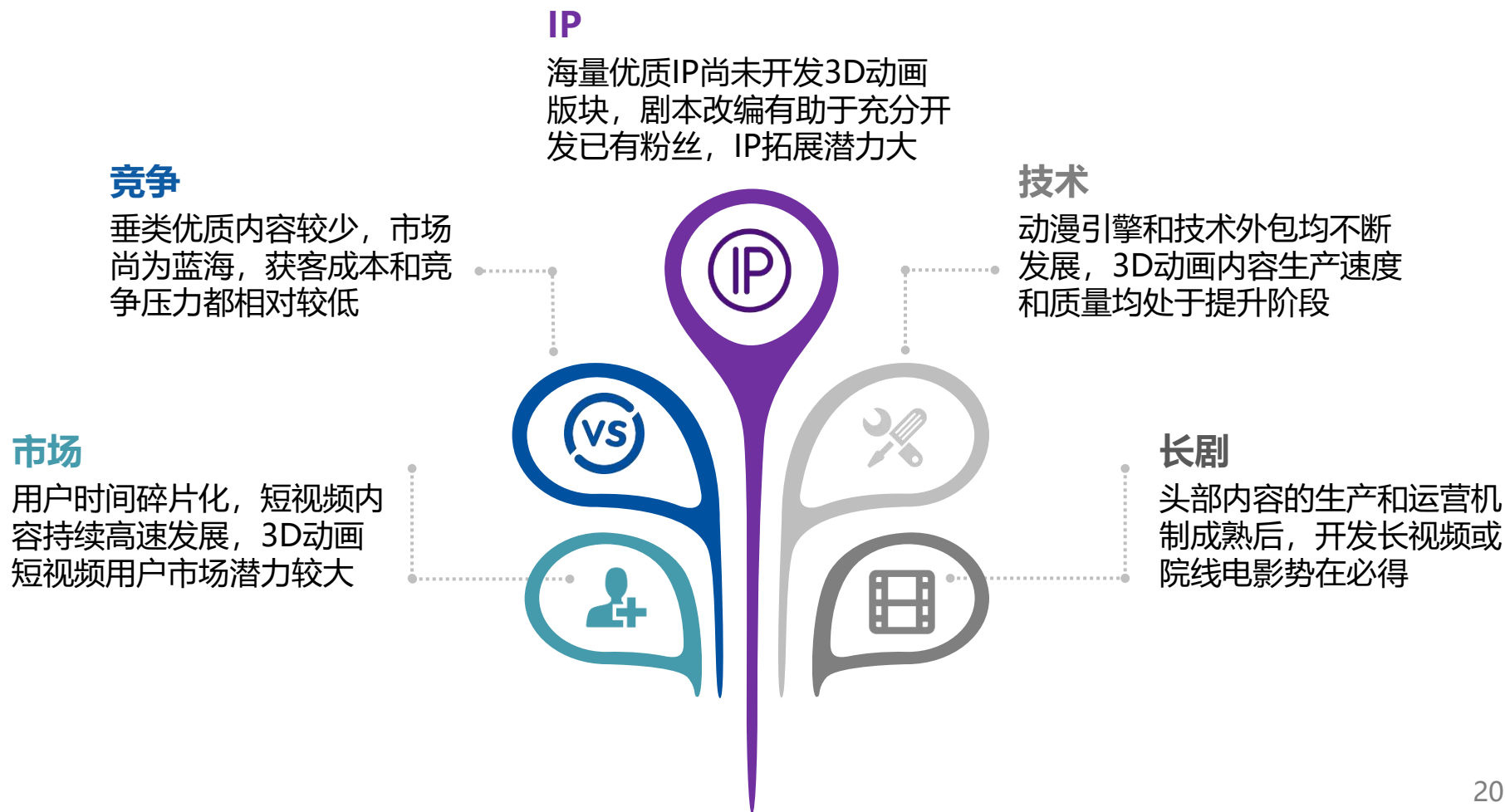
内容特点：扬长避短，发挥流量积累和市场试点优势

3D动画短视频形式在市场探索、流量积累方面具有得天独厚的优势，但同时也存在故事叙述和成本技术方面的局限。该特点决定了其精品化的必然发展趋势，且使其成为与长视频内容相辅相成的传播形式。



行业展望：3D动画短视频未来发展潜力可期

中国3D动画短视频于2015年末起步，借助2017~2018年的短视频行业发展而迅速拓展，目前已经具有一定规模的内容和受众群体，但制作者数量不多，市场处于蓝海，市场空间及未来发展潜力可观。



本次报告研究说明：

- ❑数据来源：艺恩营销智库。本报告重点分析抖音平台3D动画短视频行业情况，数据包含抖音平台粉丝数量TOP1000及标签为“二次元”账号中的所有原创3D动画短视频账号及其内容。
- ❑数据选取周期：如无特别说明，数据统计周期均截至2021年8月1日。

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。



www.endata.com.cn