



虹猫蓝兔
HOWIE & LANDAU

2004-2024

目录

- 品牌简介
- 品牌价值观
- 品牌影响力
- 粉丝经济
- 作品发行
- 授权合作



品牌 简介

Brand Info



近20载品牌积淀 中国经典原创动漫品牌

2004年诞生的“虹猫蓝兔”，对中国动漫的发展起到了巨大的推动作用。其塑造的世界观、价值观深深影响了90后、00后两代年轻人。如今，虹猫蓝兔也在持续影响一代又一代年轻人，粉丝群体依然不断扩大中。

近二十年积淀，让“虹猫蓝兔”品牌拥有了良好的知名度、美誉度和忠诚度，也成为了一种文化和精神象征。

至今，虹猫蓝兔动漫品牌已原创了“虹猫蓝兔”武侠系列、“虹猫蓝兔”历险系列、“虹猫蓝兔”幼教系列等30余部动漫精品，累计节目资源2万多分钟，创造了中国单一动漫品牌节目生产量之最，是国家重点扶持的原创动漫品牌。



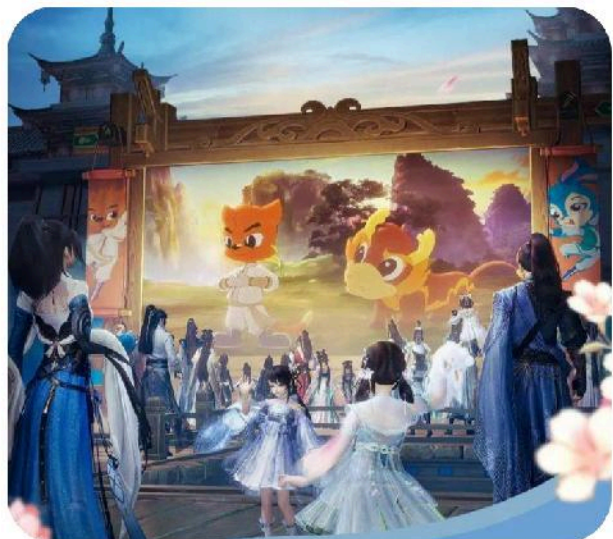
HOWIE & LANDAU

品牌 价值观

Brand Value



忆青春



场景消费

共情感



产品消费

少年梦



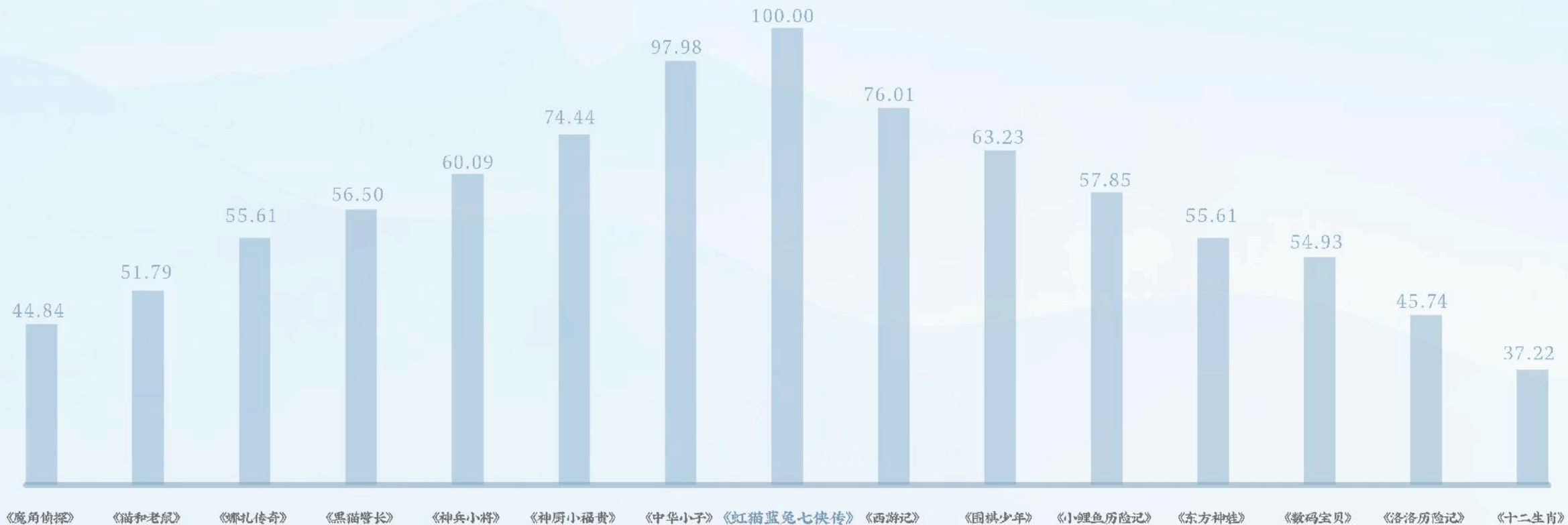
内容消费



“虹猫蓝兔”系列动画片，拥有近20年的深厚内容积淀，透过主角仗剑天涯，拯救苍生的丰富想象力和精彩故事情节，传递出为天地立心、为生民立命的正确价值观，并在90、00后观众群体中引发强烈共鸣，在中国原创武侠动画中**拥有极其坚固的心智壁垒**。

随着90后、00后逐渐成长为消费市场主流群体，“虹猫蓝兔”系列ip可带动各种**内容、衍生品、场景、及其他类型消费**，富有巨大的商业潜力及价值。

《虹猫蓝兔七侠传》位居90后心中的动画片人气指数排行**第一位**



90后心中的动画片人气指数排行



品牌影响力

Brand Impact



原创动漫经典品牌

200项国内外大奖

1000余家电视台播出

50000000册图书销量

20000分钟动漫精品

品牌影响力

各大社媒热搜常客



知乎热搜第一位



知乎热榜第二位



微博热搜第五位
配角黑小虎话题
阅读量高达1亿



微博热搜第三位
单个话题阅读最
高2.7亿



豆瓣热搜第七位

品牌影响力

各大社媒热搜常客

2024年9月5日“虹猫蓝兔七侠传开播18周年”话题热搜
微博、B站、抖音上榜，微博话题阅读量达4200万+



玩家最希望看到的IP游戏联名榜首

游戏 X ? , 联名打破次元壁!

在当下万物皆可联名的大IP时代，各大游戏也在积极打破次元壁。整体来看，自己喜欢的游戏和喜羊羊与灰太狼、虹猫蓝兔七侠传等童年动画联名，玩家的激动程度简直是“超级加倍”！喜茶、茶百道、肯德基等餐饮和游戏联名的热度也持续升温，直接就是“公主请下单”。此外，新潮玩、历史文创、影剧综也是游戏玩家十分期待与游戏联名的IP类型。

玩家最希望看到的IP联名



微博校园、00后观察室、微博游戏联合发布的：《2023游戏人群洞察报告》，虹猫蓝兔成为玩家最希望看到的IP。



《剑网3》游戏联动宣布当日即上了微博热搜榜第23位：联动PV放出日，相关话题又一次冲上微博热搜20位，b站热搜第6位，微博游戏热搜榜全天第1位，带动联动方居第2位。整体游戏联动期间话题量超



品牌影响力

“中国人小时候就已经见过星黛露”这个话题在2024年5月18-19日持续占据小红书热搜第一超过24小时，点进去满屏都是童年白月光。没有任何水分的热搜第一，全是自来水的数据量，是“虹猫蓝兔”ip有极其强大的生命力的最好证明。

小红书热点

- 1 中国人小时候就已经见过星黛露 梗 1100.0w
- 2 彭于晏已经松弛到在戛纳遛狗了 745.9w
- 3 今年的520好有意思 700.0w
- 4 西湖的水肥到快溢出来了 699.5w
- 5 大小范闲6年前vs现在 热 663.2w
- 6 打工人发现了最适合午睡的草坪 热 612.3w
- 7 娜扎是我最好的旅游搭子 562.6w
- 8 被白袋鼠迷倒了 559.4w

虹猫蓝兔动漫

全部 用户 筛选

热点内容

- 原来我们中国人在小时候就已经见过星黛露... 贰尺 2天前 3.0万
- 我蓝兔要嫁也要嫁给盖世英雄 虹猫少侠... 白衣少侠虹猫 33分钟前 492
- 星黛露? 女儿说她是星黛露 no! 有多少宝宝把她认成了星黛露... 白衣少侠... 33分钟前 4866
- 虹猫: 蓝兔既死, 是非我已无心解释这... 白衣少侠... 33分钟前 4866

我是紫兔 不是星黛露

大家好呀~我是虹猫蓝兔里的紫兔!今天突然被cue 隔空对话星黛露小妹妹真的很开心 谢谢大家一直惦记我 我也很想念大家

评论:

- lr: 说个震撼的,虹猫蓝兔七侠传是用鼠标绘制的,真的就是说干这行全靠热爱.老一辈艺术家对动画的热爱和坚持真让人心生敬佩 4天前 山东 回复 2.47
- 无尽夏: "第一次去迪士尼的时候并没有什么特别的感觉,因为属于我的星黛露早已遇见" 4天前 河北 回复 2.2万
- 小枣: !!!怪不得我总觉得星黛露似曾相识一见如故 原来我喜欢的是一款早死白月光替身 4天前 河北 回复 3003
- 24小时高强度小红书评论: 蓝兔是紫兔那么多官女里面那么多唯一一个有名字的,而且蓝兔没有把紫兔当主仆,而是姐妹,后面紫兔为了掩护蓝兔牺牲了 4天前 浙江 回复 2624
- 琐·碎: 想起来我一个小学同学特别喜欢紫兔,大家一起玩虹猫蓝兔的角色扮演,别人都抢着当虹猫蓝兔,她一开始就说要演紫兔,这大概是我对冷门推认识的启蒙吧 4天前 四川 回复 914
- 我记得有一集,蓝兔他们在孔明灯里,大奔护送的轿子,猪无戒追杀,眼睁睁看着紫兔炸了 2天前 山东 回复 67

综合 视频 图文 用户 话题

热点 1940.2万人在看 · 完整榜单 >

虹猫蓝兔七侠传cos

谁还记得童年磕的虹猫... 何存真

儿童节金曲串烧 段俊

热点讨论

潇潇予礼 18.9万

cos圈来了个不怕苦不怕累的天才

评论来自视频 "谁还记得童年磕的虹猫蓝兔双..."

2025年6月“虹猫蓝兔七侠传COS”抖音热点话题,1940万人在看。

品牌影响力

知

知乎热搜

第一位

三大主要贴吧发帖量：700万+

百度资讯指数：

100,000+



微博热搜常客，最高

第三位

话题总阅读 11亿+

B站原创视频数量：2000+

百度网页搜索：35,200,000+

百度资讯搜索：15,100+

虹猫蓝兔相关话题播放量

抖音27亿+，快手2亿+。



荣誉奖项

首届文化艺术政府奖
“最佳动漫品牌奖”

中国动漫产业消费者
满意第一品牌

中国年度最具
产业投资价值品牌
的影视动画形象

第七届中国国际动漫节
“美猴奖”

文化部、工商总局
第一批重点动漫
产品保护名录

文化部
“国家动漫品牌建设和
保护计划”动漫品牌

中国国际动漫节
观众最喜爱
十大动漫形象

2010天下动漫风
云榜-十大年度
动漫形象

2011第一届中国年
度十大最具产业价
值动画形象奖

2011第二届中国年
度十大动画衍生产
品制造奖

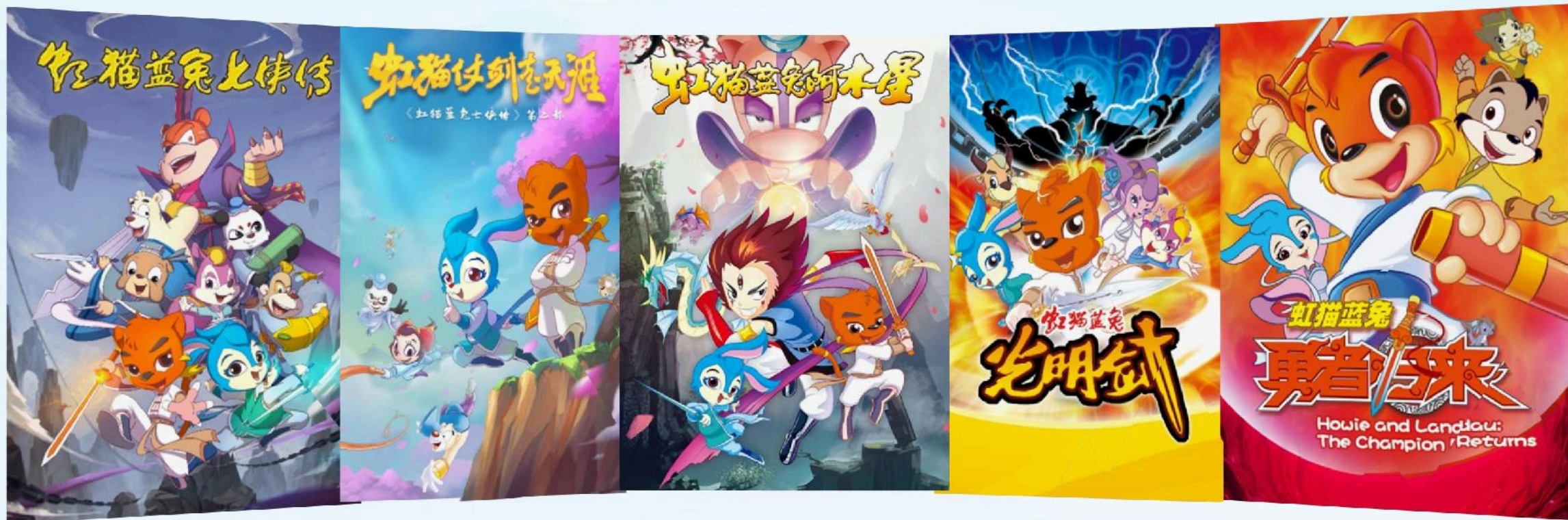
“优秀原创动漫作品
版权开发奖励计划”
品牌经营类银奖

获2009中国动画年会
“影视动画推荐作品”



作品影响力-系列动画高分霸榜

原创武侠动画IP第一矩阵



豆瓣 9.6分
B站 9.9分

豆瓣 9.3分
B站 9.4分

豆瓣 8.3分
B站 9.4分

豆瓣 8.5分
B站 9.2分

豆瓣 8.6分
B站 8.5分



动画作品播放数据

虹猫蓝兔动画作品视频及相关衍生视频 全网播放量**100亿+**

虹猫蓝兔爱奇艺官方频道 系列动画作品正片播放量**3亿+**

虹猫蓝兔优酷官方频道 系列动画作品正片播放量**2亿+**

优酷官方平台粉丝订阅**100万+**

动画作品直播数据



2024年10月小红书直播《虹猫蓝兔七侠传》动画获得人气榜第3名好成绩。



2021年在虎牙直播《虹猫蓝兔七侠传》动画同时124万人在线观看。

粉丝 经济

Fans Value



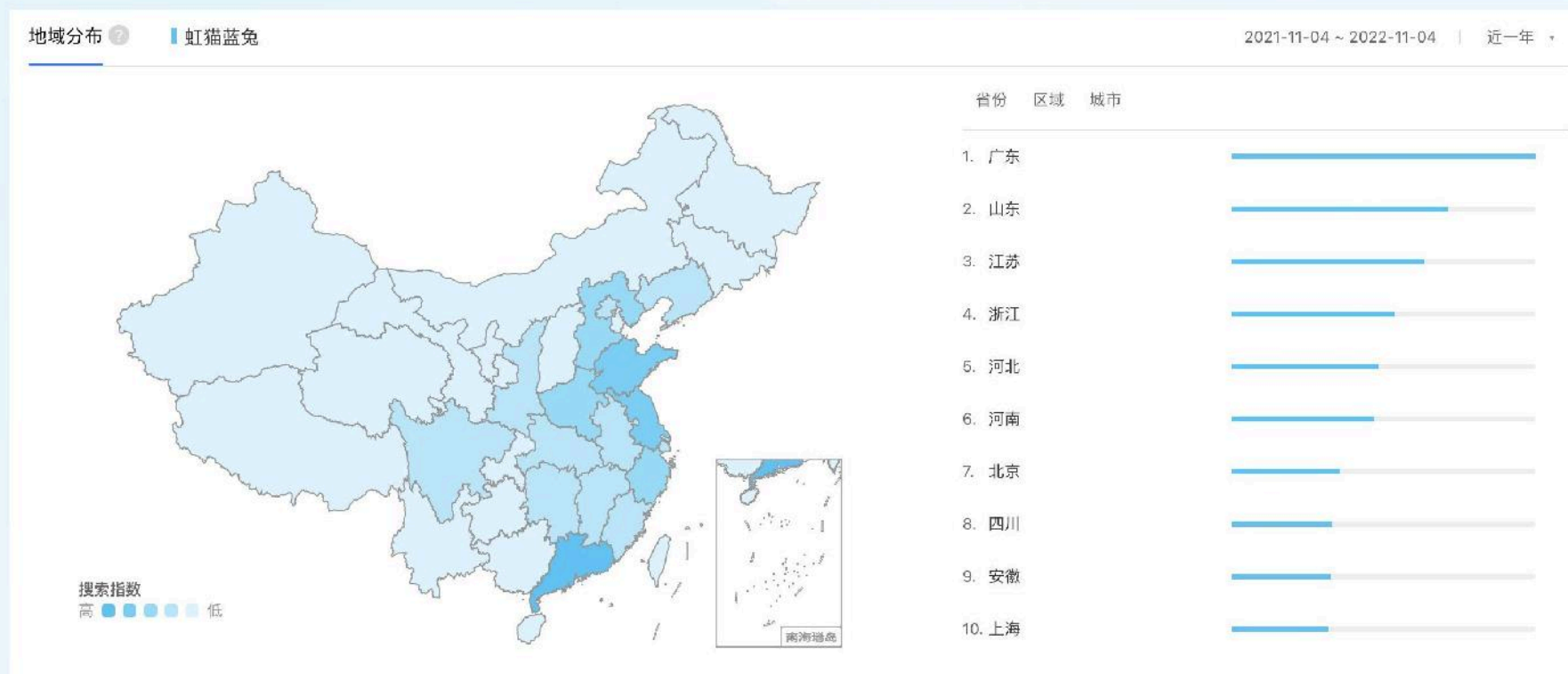
粉丝画像

虹猫蓝兔品牌粉丝 **目前主要年龄段集中在5-29岁，以95后、00后Z世代人群为主。**大部分成年粉丝活跃于**小红书、抖音、微博、Q群、百度贴吧、B站、LOFTER等社交媒体平台**，创作了规模庞大的同人文学作品、绘画作品，并在全国各地成立了上百个COS社团与话剧社团，自发进行节目创作与交流演出。此外，部分粉丝群体还拍摄了同人微电影、同人歌曲、音乐、MAD、手书等影视作品。



IP粉丝集中于全国消费强省/强市

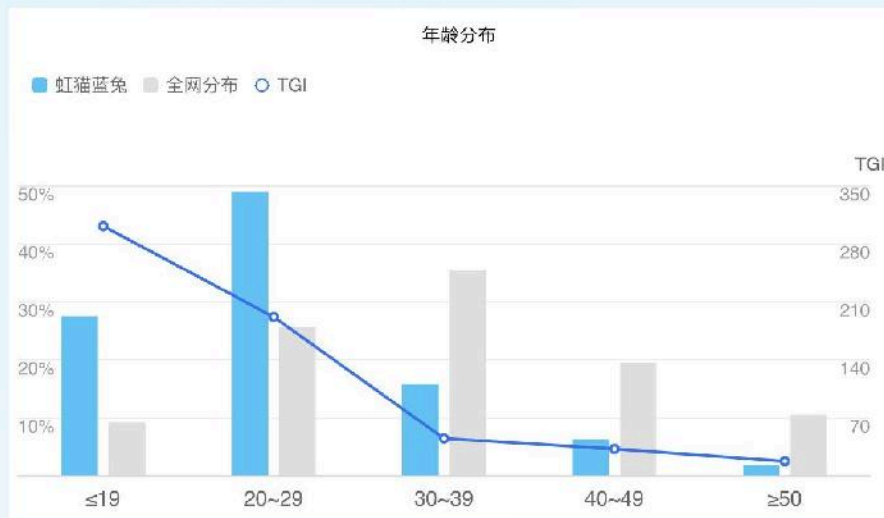
根据百度指数近一年数据，搜索IP关键词的用户地域分布与全国消费强省/强市高度吻合



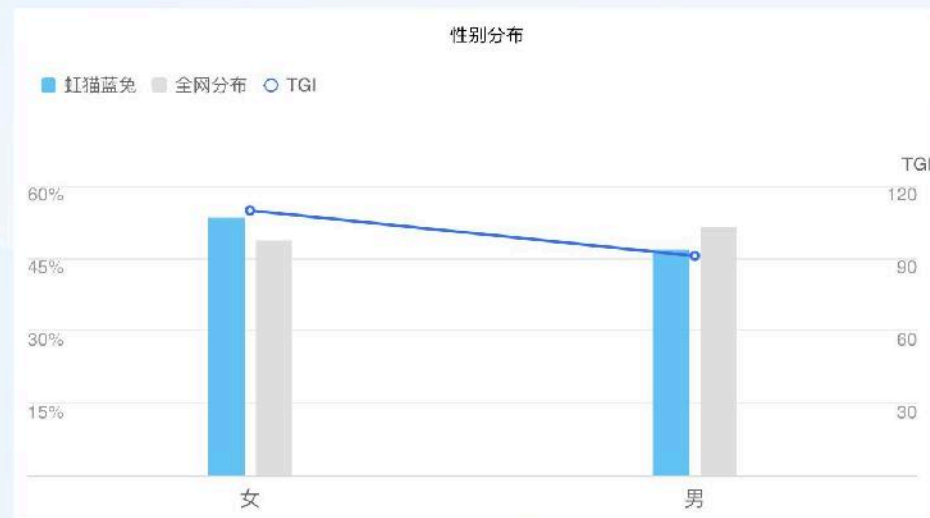
粉丝画像

20-29岁粉丝占比近50%，女性占比高于男性

在百度指数、官方调研及联动活动中，20-29岁用户为IP主要受众，女性占比高于男性



年龄分布：20-29岁占比近50%



性别分布：女性占比高于男性

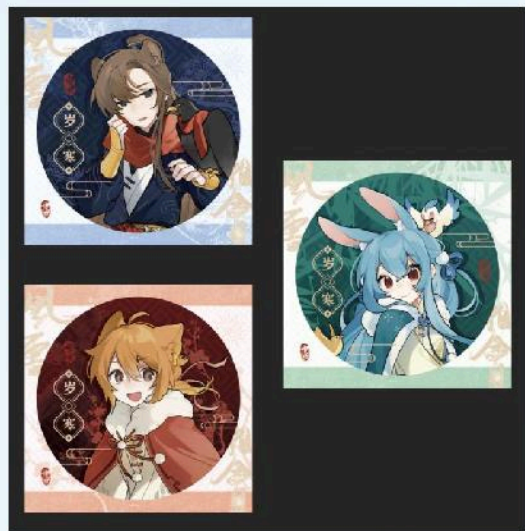
粉丝作品 Recreation by Fans

“虹猫蓝兔”系列形象，变化多样，粉丝共情，热衷创作

“虹猫蓝兔”系列形象涵盖武侠、常服等多形态数百款，变化多样，同时激发粉丝共情，广大粉丝创作了大量鲜活生动的“虹猫蓝兔”形象。



粉丝影响力



粉丝影响力

“虹猫蓝兔”
系列形象，变
化多样，粉丝
共情，热衷创
作

“虹猫蓝兔”
系列形象涵盖
武侠、常服等
多形态数百款，
变化多样，同
时激发粉丝共
情，广大粉丝
创作了大量鲜
活生动的“虹
猫蓝兔”形象



粉丝影响力

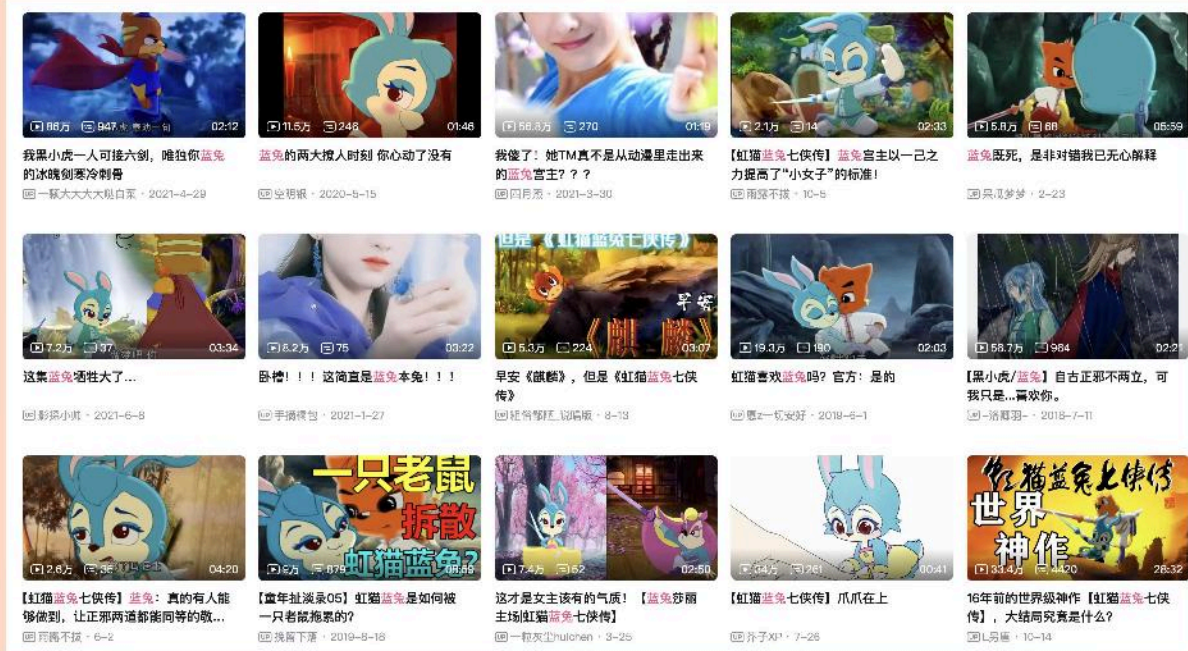


粉丝影响力

“蓝兔” IP粉丝粘性极高 相关二创作品数量及传播量极为可观

在B站、微博、知乎、贴吧等平台，关于“虹猫蓝兔”的粉丝自主二

创作品及相关话题 **数量多、传播广**



作品 发行

Distribution



媒体发行

电视台

- 国内：在央视少儿、金鹰卡通、北京卡酷、上海炫动、广东嘉佳、江苏优漫等上星频道及省市县**1000余家**电视台播出。
- 海外：节目输出**100多个**国家和地区，含亚洲、欧洲、北美洲、南美洲、非洲，**创造中国动画节目版权输出纪录。**

新媒体（视频类）

- 网站：登陆腾讯视频、优酷土豆、爱奇艺、芒果TV、bilibili、咪咕视频、华为视频、搜狐视频、YouTube、抖音、快手等国内外**近百家**主流长短视频网站；以及宝贝听听、儿歌点点、儿歌多多、咔哒故事等儿童教育类app。
- IPTV+OTT：国内IPTV、OTT平台、数字电视台等大屏端平台全覆盖。作品播放量达**百亿+**。

新媒体（听读类）

- 有声故事：虹猫蓝兔系列有声故事已在喜马拉雅、腾讯音乐儿童频道、懒人听书、咔哒故事等平台上线，并入选“懒人听书年度畅听榜单”**年度桂冠童书**。
- 虹猫蓝兔电子漫画、电子书：虹猫蓝兔系列漫画已在小明太极、番茄、酷漫网、有妖气等**数十家**主流漫画平台上线推广，
- 虹猫蓝兔系列动漫音乐在腾讯音乐、网易云音乐、华为音乐等平台上线，获得单曲评论过万，收藏过万，单条歌曲评论达7万多的点赞。



全国覆盖 全网渗透 全球输出



漫画发行

漫画线上阅读量5亿+

Bilibili漫画、看漫画、叭哒漫画、头条漫画、一直看漫画、掌阅漫画、咪哒故事、番茄小说、漫画台、联通沃阅读、知乎漫画、《绘之课》网站、好看漫画、神漫网、爱优漫、漫客栈……近30个漫画平台上线，同时部分作品被选入《探索与发现》杂志刊登连载。



漫画名称	阅读量
虹猫蓝兔七侠传	1795万
虹猫蓝兔光明剑	606万
虹猫蓝兔大话七侠	411万
虹猫蓝兔与阿木星	359万
虹猫蓝兔勇者归来	280万
虹猫蓝兔漫画科学探险之罗布泊	196万

虹猫蓝兔七侠传 更新至 最终话 七剑合璧

虹猫蓝兔光明剑 更新至 最终话 巅峰对决

虹猫蓝兔大话七侠 更新至 第40话 再度昏迷

虹猫蓝兔与阿木星 更新至 最终话 阿木星

虹猫蓝兔勇者归来 更新至 第52话 凤凰五人组

虹猫蓝兔漫画科学探险之罗布泊 更新至 最终话 平安归来

有声故事作品发行

《虹猫蓝兔》系列有声故事上线喜马拉雅、懒人听书、咪哒故事、宝贝听听、联通沃阅读、儿歌多多等平台；即将上线番茄畅听、腾讯音乐儿童频道、蜻蜓FM。获得各平台的频繁推荐，单个平台播放量为3000万+，整体播放量过亿。



虹猫蓝兔音乐和儿歌发行



虹猫蓝兔儿歌上线各个音乐平台，单平台播放量达

800万+



虹猫蓝兔音乐系列上线腾讯音乐、网易云音乐、华为音乐等平台，网易平台单首歌曲获得

2万+评论

单条评论点赞量

7万+

浙江卫视和腾讯音乐发起动漫音乐投票，《虹猫蓝兔七侠传》片头曲获

第四名

幼教APP产品

开心智趣园APP

学前教育平台“开心智趣园”，资源丰富，寓教于乐，伴随小朋友快乐成长。



学知识

学知识板块分为1-2岁宝宝版、2-3岁贝贝版、3-4岁开心版、4-5岁成长版、5-6岁学前版，5个年龄段自由选择，从8大智能分龄自动匹配知识点。



听故事

听故事板块分为“有声故事”和“有声绘本”：有声故事，分专辑分知识，不用看手机，想听就听，任意切换；有声绘本，翻页阅读模式，全屏大图+故事性音动效，体验沉浸式阅读。



看动画

看动画板块是有趣的系列故事剧集，在欢乐动画片中涨知识，是大小朋友的最佳选择。

表情包



虹猫蓝兔第二弹 动画

使用

虹猫蓝兔日常2

虹猫蓝兔



少侠这么可爱，给个赞赏可好~

赞赏

1人赞赏

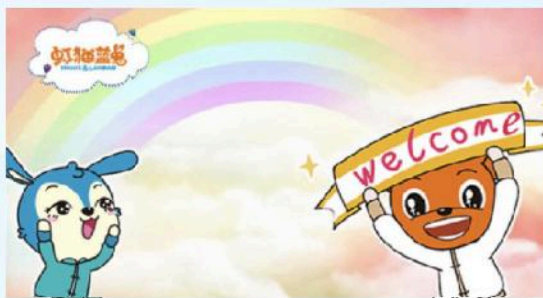


虹猫蓝兔过年特辑 动画

使用

虹猫蓝兔陪你过大年

虹猫蓝兔

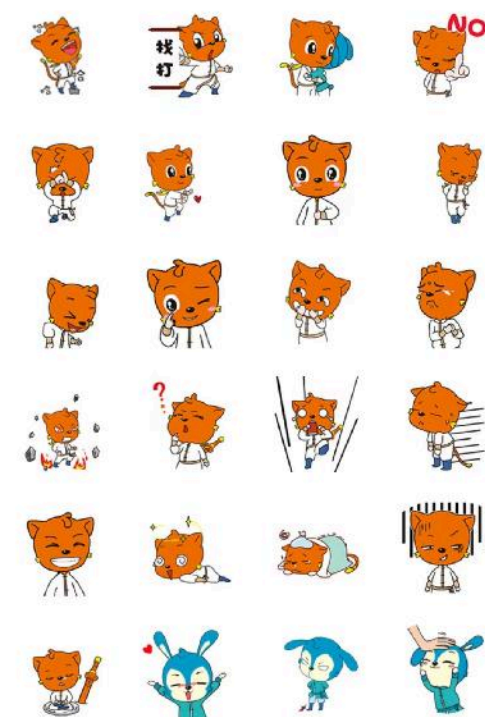


虹猫蓝兔 动画

使用

虹猫蓝兔的日常

虹猫蓝兔



虹猫蓝兔第三弹 动画

使用

你的Q萌七侠表情包上线咯~

虹猫蓝兔



微信扫码使用表情



发行计划



《虹猫蓝兔》系列动画持续国内和海外电视台、新媒体推广。电视台覆盖，增加省级电视台播出。



“虹猫蓝兔”目前已制作完成的电子漫画、电子书系列全面上线，国内外发行推广。



《虹猫蓝兔》系列有声故事、儿歌、《虹猫蓝兔》系列有声绘本等持续发行上线。





授权 合作

Collaboration And Licensing

品牌授权

- 聚焦**文体用品、教育出版、人工智能、母婴用品、服饰箱包、动漫食品、儿童玩具、游戏**等行业，打造“品牌授权、产品服务、营销联动”的合作新模式



合作赋能

- **营销联动**：与天猫、饿了么等平台开展双十一联动营销
- **游戏联动**：与腾讯、网易、西山居等开展**游戏联动**，效果显著
- **产品联动**：与合作伙伴进行手办、毛绒、口罩、明信片等合作，获好评无数
- **文体用品**：合作伙伴获授权销售虹猫蓝兔品牌箱包/体育等产品，业绩大幅增长
- **母婴用品**：合作伙伴获虹猫蓝兔品牌纸尿裤授权后，业绩从**千万级增长至亿级**
- **人工智能**：已与拥有**超过400万终端用户**的合作伙伴签约动漫教育智能机器人合作



剑网3游戏联动授权



#虹猫蓝兔重制版#

《剑网3》与国产武侠经典动画《虹猫...》
3.4万讨论 9221.8万阅读



#剑网3联动虹猫蓝兔#

七剑合璧，我们相知相遇！《剑网3》
15.9万讨论 1.4亿阅读



剑网3虹猫蓝兔联动PV

搜索

综合 番剧 直播 用户 影视 图文(18)

默认排序 新发布 播放多 弹幕多 筛选

热门推荐 剑网3虹猫蓝兔联动PV 完整榜单 >

< 虹猫蓝兔重制版对比原版 搜索

综合 番剧 直播 用户 影视 图文(20)

默认排序 新发布 播放多 弹幕多 筛选

热门推荐 虹猫蓝兔重制版对比原版 完整榜单 >

剑网3游戏联动授权

《剑网3》游戏联动多次冲上微博、B站、抖音热搜热榜，话题周阅读量

突破3亿，

破圈效应显著。

联动主题皮肤外观、家园摆件等道具上架

1秒售罄

定制主题玩法，玩家喜欢，反响热烈。

5月29日《剑网3》游戏联动PV放出日，关于“虹猫蓝兔重制版”话题又一次上微博全天热搜

第一位。

并带动联动方微博游戏热搜

第2位

，b站热搜

第6位。



游戏联动合作



网易游戏《一梦江湖》联动合作，引发全网热议

游戏联动授权合作



微博热搜话题



#食物语虹猫蓝兔联动#

《食物语手游》联动《虹猫蓝兔》推...

4万讨论 2271.3万阅读

腾讯《食物语》游戏联动合作备受瞩目，IP粉丝与游戏用户口碑俱佳

道天录游戏联名案例



27 道天录联名虹猫蓝兔 10757



#道天录联名虹猫蓝兔#

【国创风华】开启！道天录...

8256讨论 1597.5万阅读



#虹猫蓝兔修仙了#

6312讨论 922.8万阅读

道天录游戏联动合作，起点读书、涂鸦王国、微博共同参与“国创风华活动”同人大赛，获得各平台热推、联名相关话题获微博热搜总榜第27名。

游戏联动授权合作



《不思议迷宫》游戏联动合作，口碑体验俱佳



猎魂觉醒

热门 23-11-3 已编辑

为中国加油

+关注

【关+转，抽选10名幸运儿，平分2000元现金】#猎魂觉醒x虹猫蓝兔##虹猫蓝兔七侠传##大奇情报站#七剑合璧，侠心觉醒！
猎魂觉醒超话 与@虹猫蓝兔官方微博 国民级武侠动画大作《虹猫蓝兔七侠传》萌趣联动正式开启！
虹猫蓝兔联动发型上线，虹猫发型猫耳灵动，红发张扬，一绺长辫...全文

猎魂觉醒游戏联动合作，成为微博热门

游戏联动授权合作

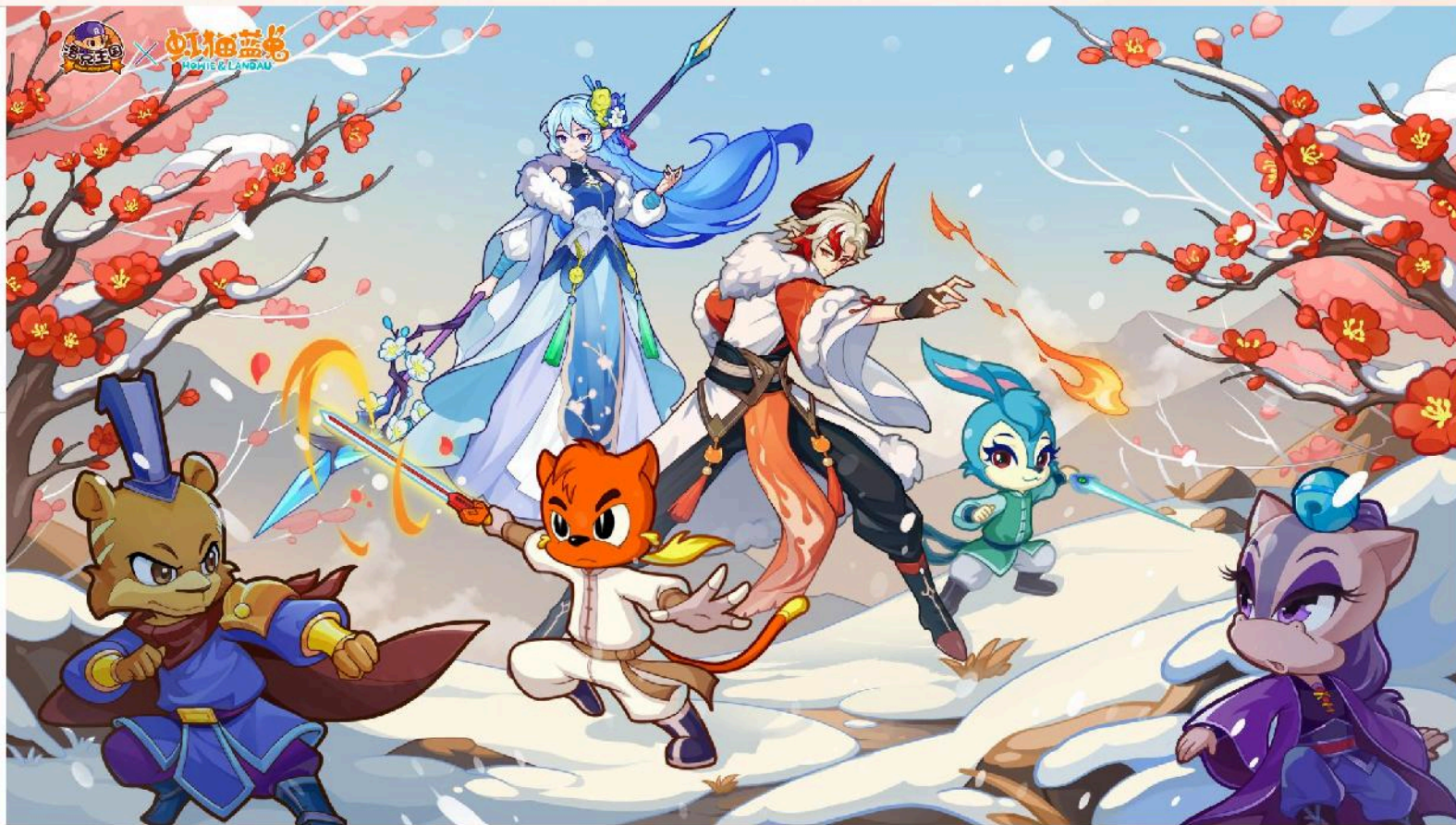
洛克王国 × 虹猫蓝兔



洛克王国 × 虹猫蓝兔



©2007 HPL



洛克王国 × 虹猫蓝兔



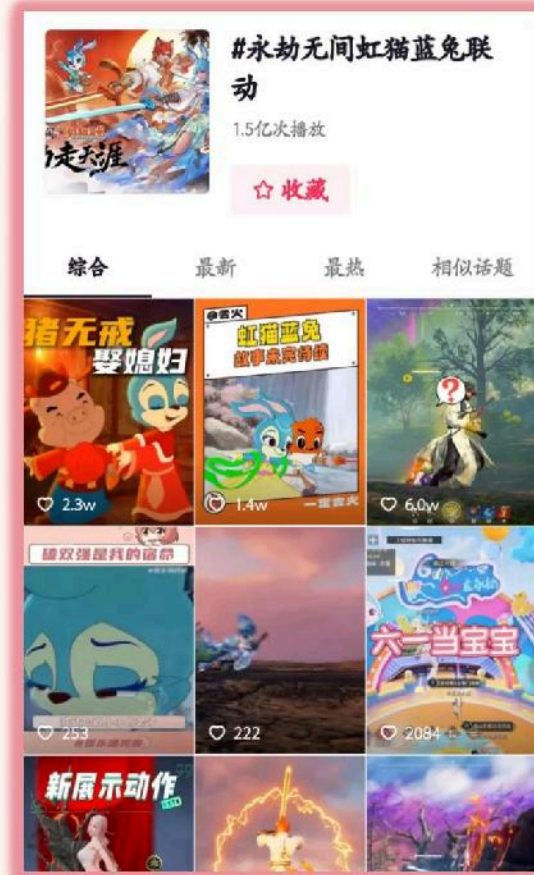
洛克王国 × 虹猫蓝兔



©2024 HPL

洛克王国游戏联动中

游戏联动合作



上线一周抖音相关
联动话题播放1.5亿次



联动相关话题冲上
小红书热点榜第3名

联动合作



不思议迷宫联动



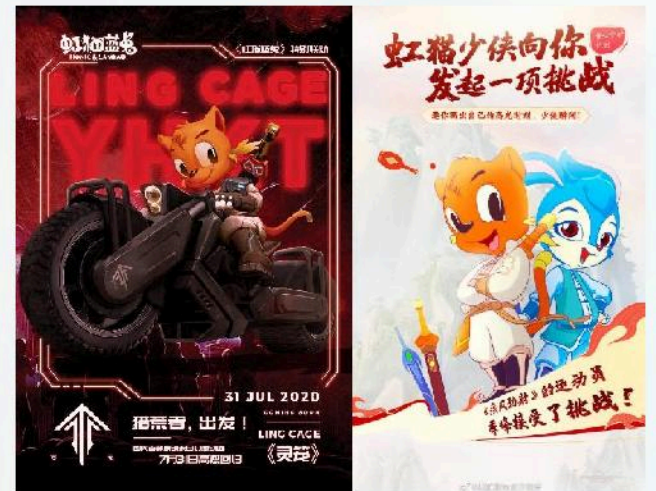
一梦江湖茶快闪活动



塔防精灵联动



提灯与地下城游戏联动



灵笼联动

抖音活动

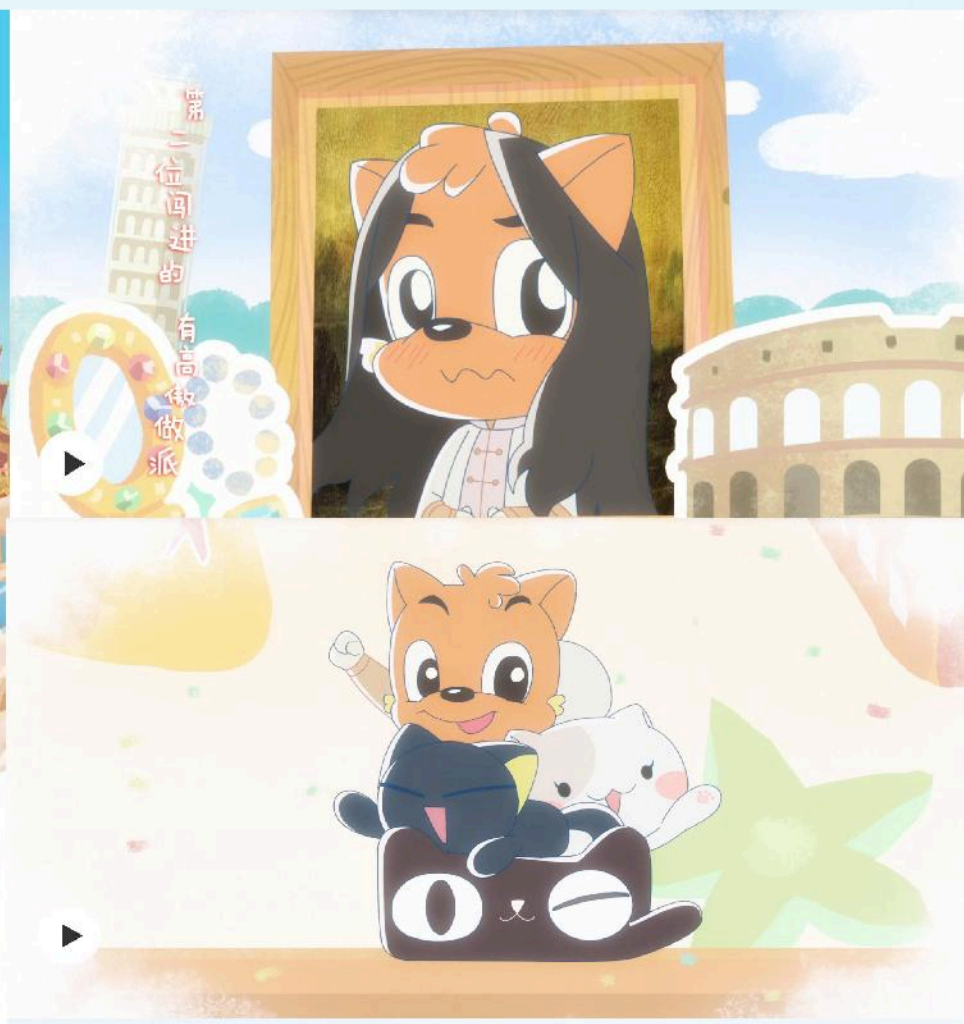
其他联动



AR平台联动活动



虹猫蓝兔携手饿了么
双十一快乐狂欢节重磅联动



虹猫蓝兔携手天猫双十一联动

舞台剧-虹猫蓝兔七侠传



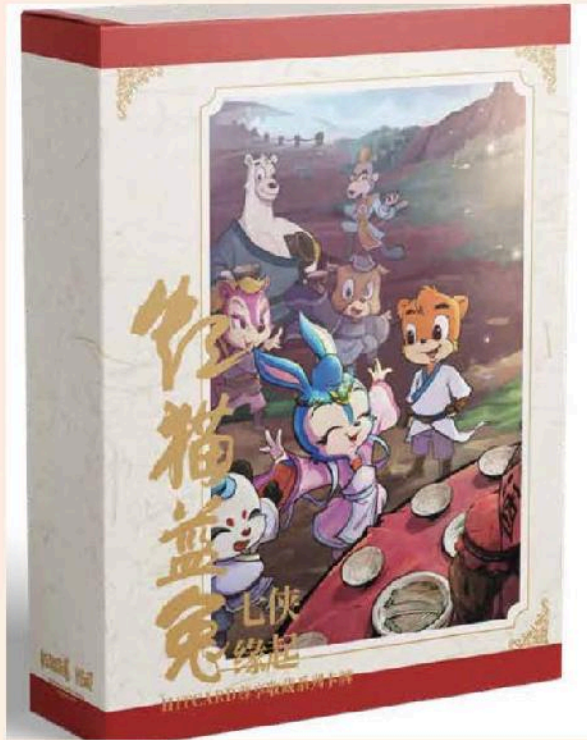
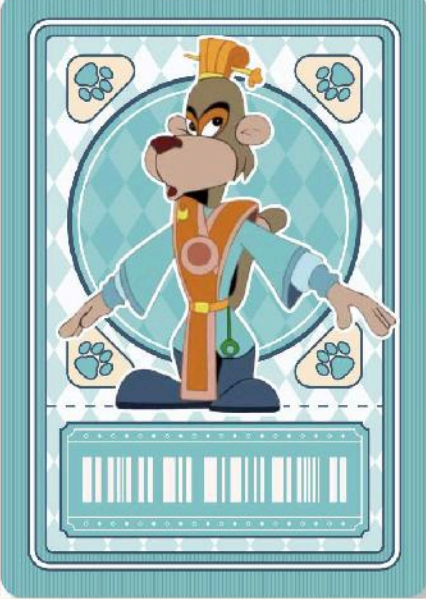
《虹猫蓝兔七侠传》与传统戏曲-潮剧结合改编而成的首部潮剧元素武侠动漫舞台剧《鏖战玉蟾宫》，进入了2023年第二十届ChinaJoy决赛，相关演出视频在B站获得了30万+播放量，好评如潮。

舞台剧-虹猫蓝兔七侠传



该舞台剧于2024年正月初七在广东潮剧院的首演获得圆满成功，之后将面向全国演出。

虹猫蓝兔七侠传起收藏级卡牌授权热销

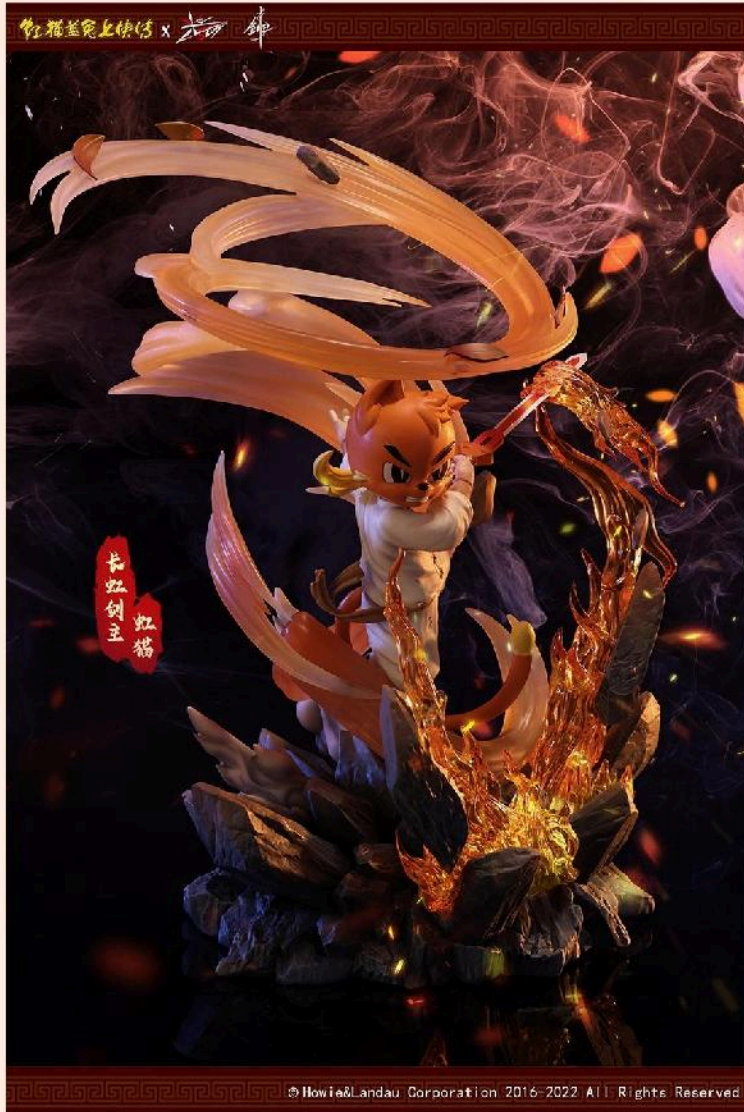


虹猫蓝兔线下门店产品展示



虹猫蓝兔多系列周边在GOODSLOVE全国门店线下首发，活动上线首日，Goodslove上海静安大悦城店、新世界店、广州动漫星城店等多店部分产品即抢购一空。

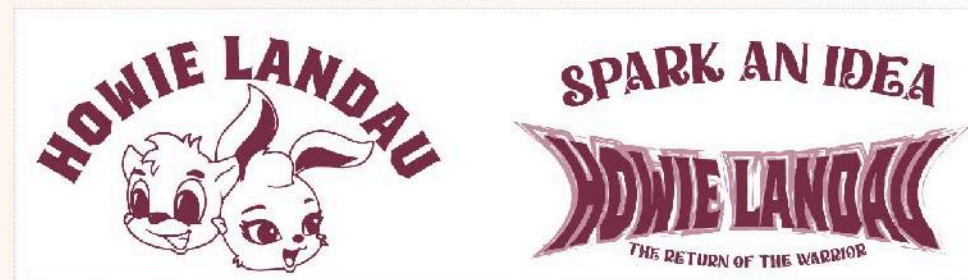
潮玩雕像



可动手办、盲盒授权



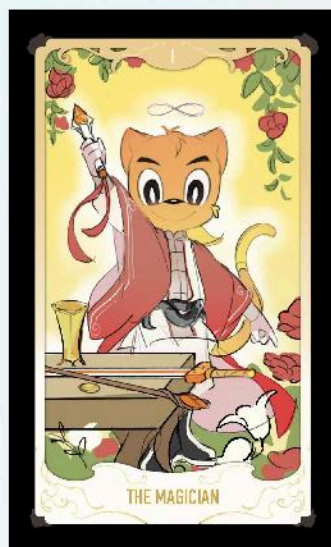
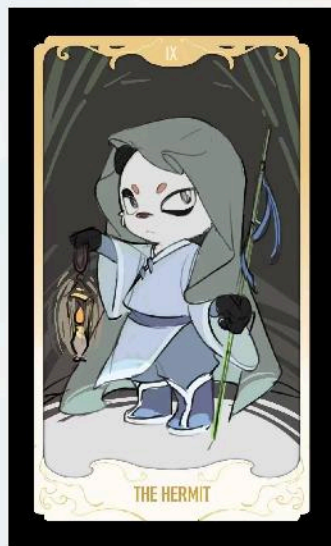
儿童桌游产品和潮服授权



虹猫蓝兔授权狐尔摩斯儿童桌游产品上架即热卖

虹猫蓝兔品牌 得物平台 潮服时尚上线

塔罗牌（监修中）



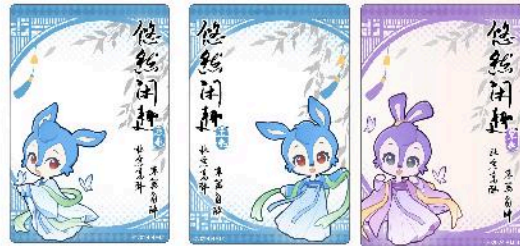
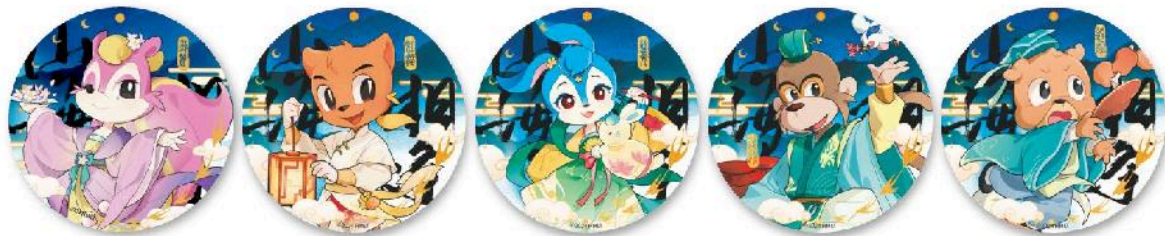
虹猫蓝兔美陈-元界归来



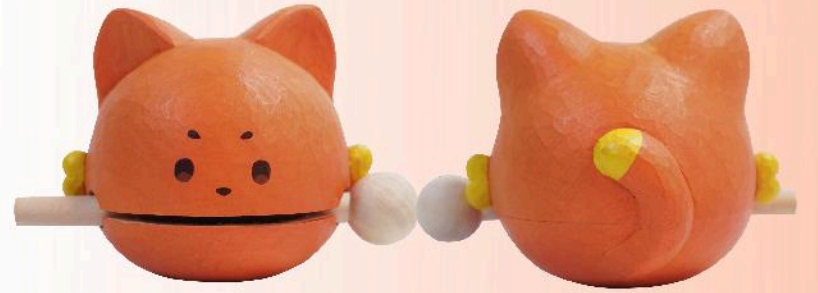
产品摘录



产品摘录



产品摘录





联系我们

yundou-mkt@yundoumedia.com



虹猫蓝兔小红书



虹猫蓝兔微博



虹猫蓝兔抖音