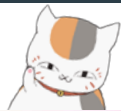


夏目友人帳简介 2025



故事简介



高中生夏目贵志从小就拥有能够看到妖怪的能力。有一天，贵志遭到妖怪袭击，妖怪要求他返还自己的名字。在逃跑的途中，他打破了神社中妖怪斑的封印之后，贵志在外婆玲子仅有的几件遗物中发现了一本友人帐。

玲子和贵志一样可以看到妖怪，并且被周围的人孤立。玲子与遇见的妖怪交手并打败它们，让它们将名字写在纸上制成友人帐。最终，妖怪之间流传着这样的谣言——“友人帐可以使众多妖怪服从命令，号令百妖”。

斑试图从夏目手中夺走友人帐，但夏日向斑许下“如果我死了，我会把友人帐交给你”的承诺。作为回报，斑化身猫咪老师，成为了夏目的保镖。

就这样，夏目和斑接触到了一群怀着不同目的来接近自己的妖怪，也结识了一群认可他，但性格与观念各异的友人。通过各种事件，他多次与妖怪相遇、分离，了解它们的处境和感受。

《夏目友人帐》凭借温暖人心的故事引起了各个年龄段人们的共鸣，并得益于迷人的角色“猫咪老师”而广受欢迎。

原作漫画：

在日本白泉社的《LaLa》杂志上连载。

漫画第 1 卷至第 27 卷及相关出版物已发售。在日本的销量已超过 1600 万册。（2022年数据）

动画：

2008 年至 2017 年：第一季于 2008 年播出，之后到 2017 年共播出了六季。

2018 年：为庆祝动画化十周年，推出了一部剧场版。

2021 年：一部新的电影（OVA）《唤石者与怪异的访客》在影院上映。

2023 年：动画化十五周年！

周边商品：

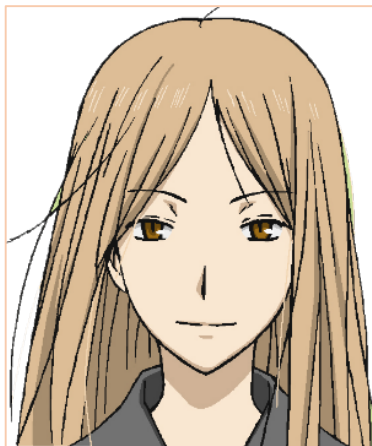
受众年龄从十几岁到四十多岁不等，有些人会和父母、孩子一起或与伴侣一起参加活动。即使在动画播出期间之外，相关周边商品也持续畅销，消费者不仅包括这部动画的粉丝，还有不看动画但单纯喜欢“猫咪老师”这个角色的人以及“猫奴”们。

主要角色



夏目贵志

玲子的孙子，拥有非凡的灵力。他父母双亡，在亲戚间辗转生活。妖怪们常常因为把他错认成玲子而追逐他。



夏目玲子

贵志的祖母。据说她在年轻时就去世了，具体情况不详。她拥有美貌和神秘的力量，受到妖怪们的钦佩，但却被人类所鄙视。她通过收集妖怪的名字制作了一本友人帐。



猫咪老师 / 斑

原本是一只外形优雅、名为“斑”的妖怪，被困在招财猫里，不知怎么就习惯了这个形态。它以夏目私人保镖和夏目家宠物猫的身份与夏目一起生活，约定在夏目去世后接收他的友人帐。



田沼要

八原寺庙主持的儿子，也是夏目的同学。虽然没有夏目那样强大的灵力，但他也有感知妖怪的能力。他是第一个可以和夏目感同身受的朋友。



名取周一

是一位受欢迎的演员。和夏目一样，他能看见妖怪。他的皮肤上有一只壁虎形状的妖怪，会四处移动。他来自一个悠久的除妖师家族，从事着除妖师的工作。

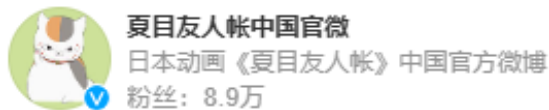
妖怪们



- **微博超话:** 粉丝数89.1万
- **微博官方账号:** 粉丝数8.9万; 互动数据好; 因停更时长较长, 粉丝数较超话少。



58.8亿 阅读 | 15.2万 帖子 | 89.1万 帐中妖



• 小红书声量概况:

【夏目友人帐】话题声量:

近期热门内容领域: 影视综 | 兴趣爱好 | 科技互联网 | 近期相关笔记: 1215 | 热度值: 44.94w | 超过99.96%的全量词 > | 超过99.95%的影视综类词 >

【夏目友人帐】相关话题声量:

声量概览 | 笔记画像 | 笔记列表 | 快捷时间: 近90天 | 营销节点 | 按月 | 按季度 | 自定义

声量概览

笔记数	总热度	热门天数	点赞数	收藏数	评论数
7347	200.08w	90/90	164.24w	22.93w	12.91w

笔记类别: 美妆(30) | 美容个护(32) | 鞋包潮玩(26) | 穿搭打扮(83) | 美食(114) | 母婴育儿(17) | 旅游出行(265) | 家居家装(193) | 教育(36) | 生活(62) | 运动健身(7) | 兴趣爱好(1224) | 影视综(4570) | 婚嫁(3) | 摄影摄像(29) | 萌宠(76) | 情感星座(15) | 科技互联网(223) | 资讯(3) | 健康养生(1) | 科学科普(130) | 职场(23) | 交通工具(2) | 其他(343)

• 抖音声量概况:

话题名称	累计参与人数	累计播放数	近30天互动数	近30天新增作品数
# 夏目友人帐	13.03w	22.33亿	168.88w	1203

发起人: DJ米娜 | 粉丝数: 2.95w | 创建时间: 2017-06-27 05:41:08

• B站番剧播出概况:

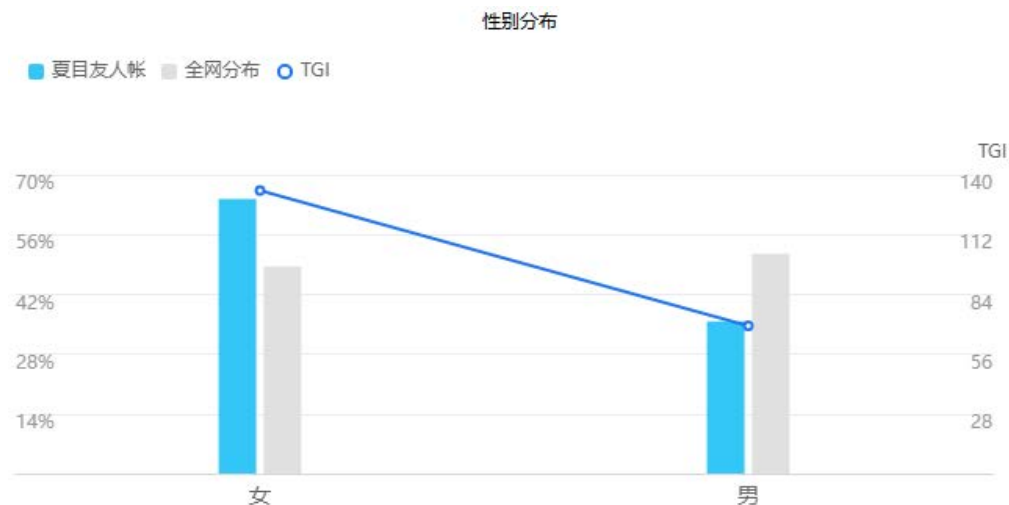
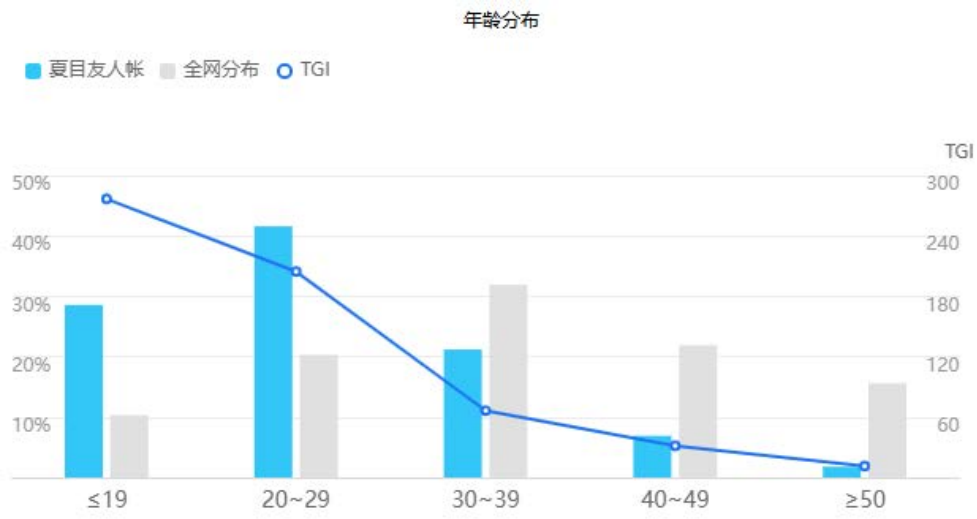


夏目友人帐 第七季
 3416.9万播放 · 13.9万弹幕 · 728.4万系列追番
 奇幻 / 漫画改 / 日常 · 2024 · 已完结, 全12话 · BV1MzDmYJEiq
 声优: 夏目贵志: 神谷浩史 猫咪老师、斑: 井上和彦 夏目玲子:
 简介: 高中生夏目贵志从小就拥有能够看到妖怪的能力。有一天在外婆玲子仅有的几件遗物中发现了一本友人帐。
 9.9分 | 7110人评价 | 哔哩哔哩番剧 | 关注

将精细化运营社交媒体。新浪微博官方账号, 实现广度曝光; 开设夏目友人帐小红书官方账号, 实现IP价值的深度渗透。

粉丝画像

百度指数粉丝画像

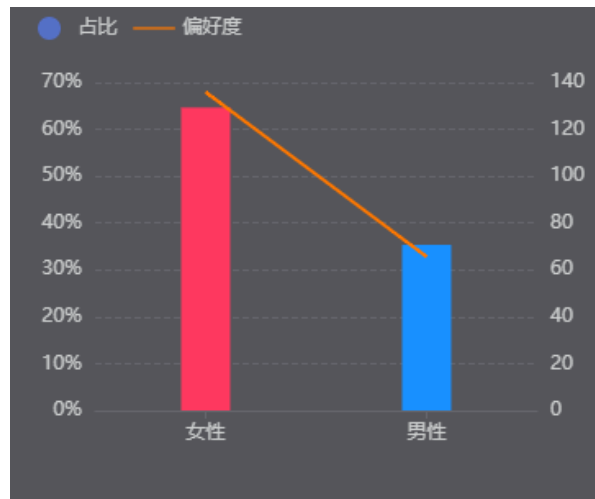


抖音粉丝画像

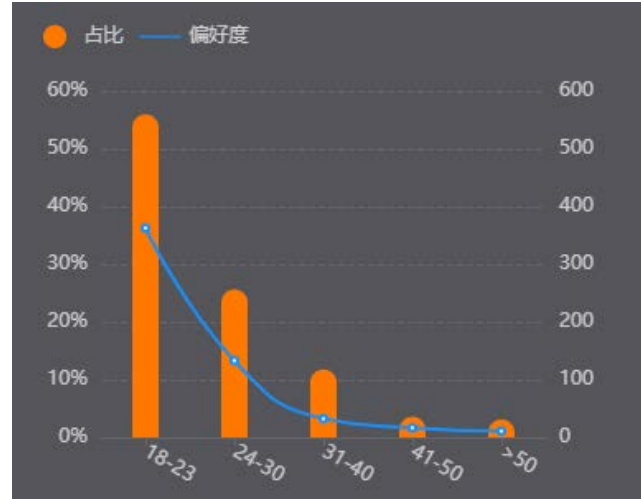
城市占比



性别比例



年龄比例



IP定位及运营策略

核心定位:

以“治愈系”“人与妖怪的温情羁绊”为核心，延续IP的温暖、治愈风格，吸引二次元用户及泛年轻人群。

• 高压社会催生情感需求:

- ✓ 现状：①内卷化竞争、高房价等压力，心理健康问题逐年上升。
②人际关系疏离，城市化进程加速传统社群瓦解，年轻人普遍面临社交孤独。
- ✓ 情感缺口：①高强度生活下，年轻人渴望情感慰藉与精神放松，治愈系内容成为刚需。
《夏目友人帐》通过“人与妖怪的温情羁绊”，提供了一种逃离现实的“心灵避风港”，契合高压社会的情感补偿需求。②夏目与妖怪的互动模式（非功利、无条件的陪伴），暗合年轻人对纯粹人际关系的向往。

• 经济环境的不确定性推动“情感消费”:

- ✓ 中国经济增长放缓，年轻人消费从“物质满足”转向“情感满足”。

• 年轻人思想趋势：从“奋斗叙事”到“小确幸”:

- ✓ 价值观转变：年轻人对传统“成功学”产生抗拒，更追求内心平静与生活小确幸。

运营策略:

- **提升IP在中国市场的认知度与粉丝粘性及活跃度**
- **拓展线上线下商业化路径（内容、周边、活动）**
- **打造长线运营生态，形成“内容+社交+消费”闭环**

内容运营：继续强化IP情感共鸣

• 动画内容深耕：

1. 联合视频平台或展映机构，推出夏目友人帐特辑内容。如经典片段混剪、声优访谈、剧场版点映活动等。
2. 线上粉丝互动活动或联合高校举办动漫日语配音大赛等。

• UGC内容激发：

1. #我爱的夏日和妖怪们#：鼓励粉丝对动漫内容二剪，分享到社交平台，根据互动量进行奖励。
2. #夏目与我的治愈瞬间#：鼓励粉丝分享与IP相关的暖心故事或手绘作品。
3. #妖怪友人帐#：征集粉丝原创妖怪设计，优秀作品可获官方授权制成周边。

活动计划例：4月下旬；北京电影学院电影放映活动

观众构成：大学生群体

目标效果：连接年轻粉丝；促进社媒传播；了解年轻粉丝偏好

活动构成：

- 夏目友人帐剧场版放映
- 打卡互动点设置



线下活动：沉浸式体验

• 全国巡回主题展：

1. 内容：还原动画场景，如夏目房间、妖怪森林；原画手稿展；声优签名墙等。
2. 商业化：门票+限定周边。

• 沉浸式音乐会：

1. 结合新式投影技术，打造“妖怪之夜”视听体验。

• 主题咖啡/餐厅：

活动计划例：7月~12月 主题巡展+限定场贩+主题轻餐（上海、重庆、广州、沈阳）

TA构成： 全年龄层人群

目标效果： 进一步提升话题度及热度；

回馈粉丝保持&提升粉丝粘性；

吸引新粉丝

活动构成：



沉浸式体验
主题艺术展



独家周边
限时场贩



主题美食
打破次元



活动计划例：8月~9月 线下快闪店+线上店铺+宣传（上海、成都、北京、广州）

TA构成： 全年龄层人群

目标效果： 进一步提升话题度及热度；回馈粉丝保持&提升粉丝粘性；吸引新粉丝

活动构成：

- 线下沉浸式快闪店体验
- 线上店铺及宣传扩散影响力



线下活动：沉浸式体验

活动计划例：5月 主题咖啡（上海）

TA构成：二次元年轻人群

目标效果：进一步提升话题度及热度；回馈粉丝保持&提升粉丝粘性；吸引新粉丝

活动构成：

- 线下沉浸式体验
- 线上互动抽奖等活动



活动计划例：商讨中 5月 微博首届自有漫展+沉浸式互动展位（北京新国展）

TA构成：二次元年轻人群

目标效果：进一步提升话题度及热度；回馈粉丝保持&提升粉丝粘性；吸引新粉丝

活动构成：

- 线下展位打卡互动
- 线上互动抽奖等活动



活动计划例：商讨中 伴奏音乐会巡演/舞台剧巡演

TA构成：全年龄层人群

目标效果：进一步提升话题度及热度；回馈粉丝保持&提升粉丝粘性

活动构成：

- 线下沉浸式视听体验+联名票务（如票根附带随机夏目动漫角色）
- 线上互动活动扩散影响力



• 周边衍生品:

1. 衍生品授权合作, 与谷子店合作, 线上线下铺陈谷子商品。

• 联名合作:

1. 探寻杂货品牌、文具品牌、餐饮品牌、母婴品牌等合作机会。如与晨光文具等品牌推出IP合作款书签、文件夹等。
2. 公益联动。与公益组织合作推出公益周边, 收益用于公益项目。

活动计划例: 2025年3月~2025年10月 联名谷子持续上新及宣传
(上海、成都、北京、广州、杭州、苏州等中国大陆地区)

TA构成: 全年龄层人群

目标效果: 提升话题度及热度;
回馈粉丝保持&提升粉丝粘性;
吸引新粉丝;

活动构成:

- (品牌、潮玩、杂货、书店等) 线下店铺上新+线上店铺上新
- 线上宣传



活动计划例: APP皮肤合作 (商谈中)

TA构成: 年轻人群

目标效果: 提升话题度及热度;
回馈粉丝保持&提升粉丝粘性;
吸引新粉丝;

活动构成:

- 皮肤上新
- 线上宣传



近期已展开的联名合作



联动cafe角色杯垫 35元/件



联动cafe迷你色纸 25元/件



联动cafe猫咪老师迷你亚克力挂件 25元/件



联动cafe票夹 25元/件



× 游戏《阴阳师》《决战！平安京》

× Collaboration Cafe

× 谷子

主题美陈



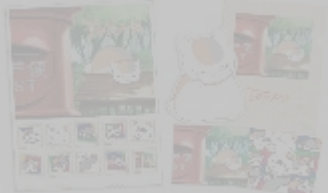
主题餐饮



永生花礼盒



地方城市合作



3C

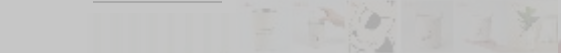


礼品/悦己



香薰石/精油

酒店合作



合作洽谈持续进行中.....

配饰

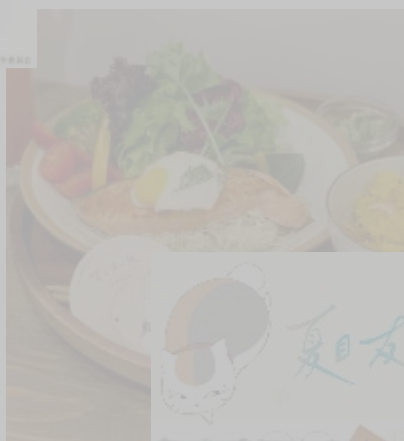
Totamen x PASELA RESORTS Collabor



小家电/厨房用品



服装



夏日友人帳



素材例

KV

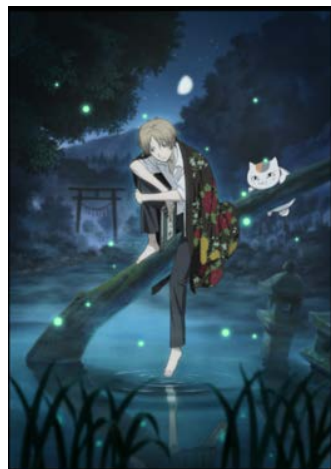


动画/电影截图素材

★【夏目友人帳】汎用版權セット_2019年度版 > 2021石起こしと怪しき来訪者素材 > 場面写真 > 怪しき来訪者 > 先行 🔄 🔍 在先行中搜索

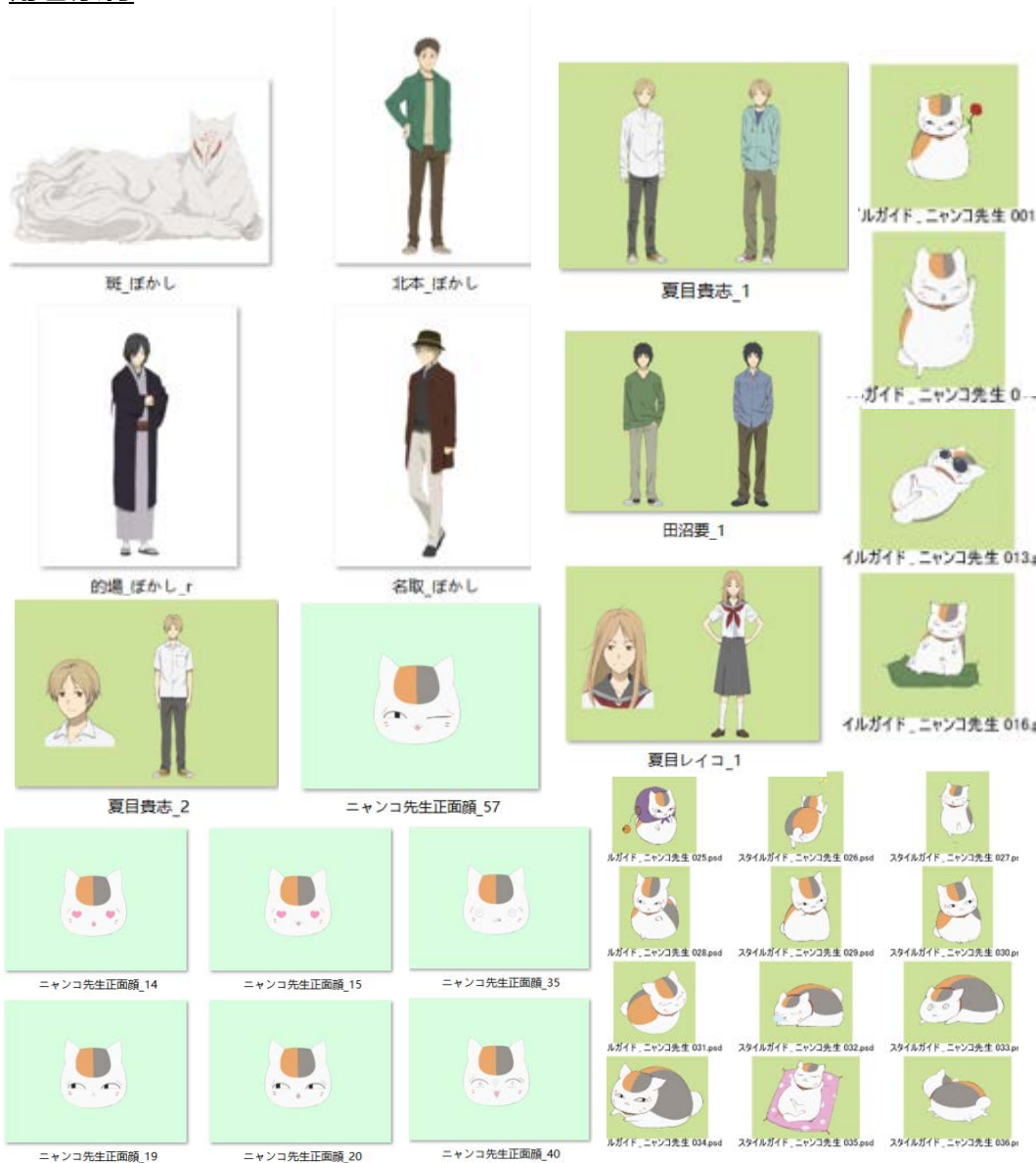


★【夏目友人帳】汎用版權セット_2019年度版 > 2021石起こしと怪しき来訪者素材 > 場面写真 > 怪しき来訪者 > 追加1 🔄 🔍 在追加1中搜索

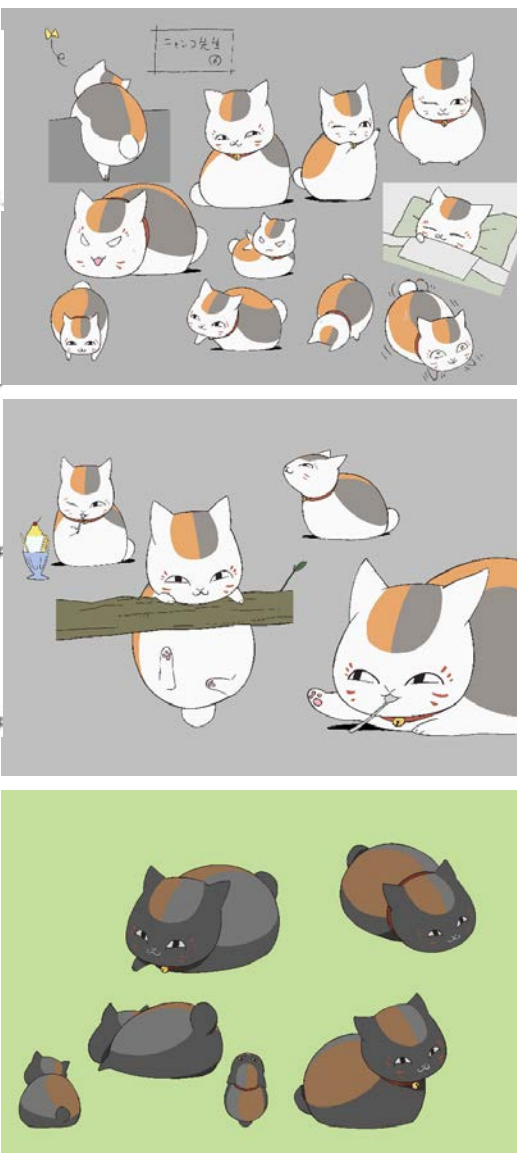
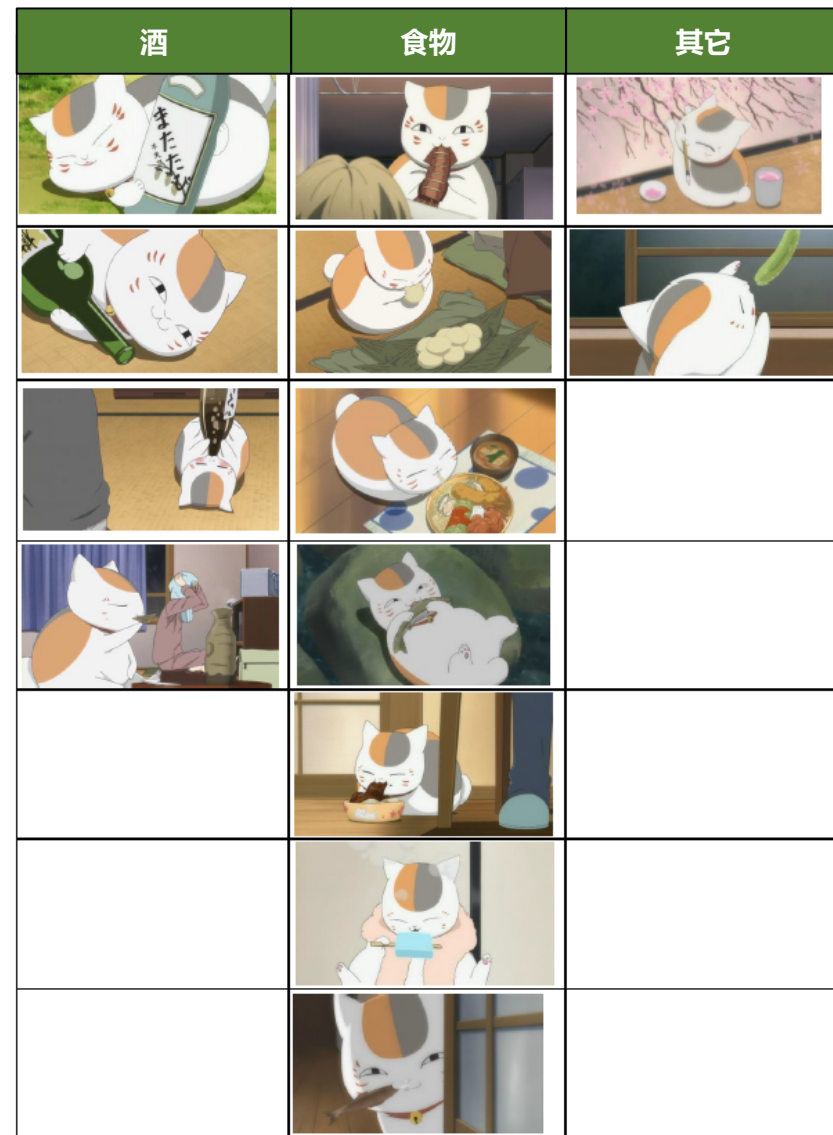


素材例

角生素材



场景素材



素材例

杂志素材



USH! 1月号 (奥底・ポスター)

PASH! 09年7月号

アニコム08秋

アニコム08夏 (ぼかしあり修正)

アニコム08夏ぼかし有R3



yundou-mkt@yundoumedia.com