

بررسی تحلیلی نحوه ورود به

مستایع خلاق

با اولویت تولید محتوا

پائیز ۱۳۹۸

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۲۹,۵
میلیون نفر

سهم از اشتغال
دنیا داشته است



۲۲۵۰
میلیارد دلار

سهم این صنعت
از اقتصاد دنیا
Cultural Times ۲۰۱۵



۵ تا ۱۵
درصد

سهم صنایع
فرهنگی عمده
کشورهای بین تولید
ناخالص داخلی



۸,۸
درصد

میانگین رشد
سالانه جهانی
تجارت محصولات
و خدمات خلاق



گسترش و رشد و ارتقای فعالیت های فرهنگی

- اثربخشی
- رویکرد بین المللی
- منابع گسترده جهت توسعه
- دارای مزیت های محتوای اساسی
- صدور فرهنگ ایرانی اسلامی
- تقویت فعالین مردمی جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی
- قالب های جدید
- فراگیری مخاطب

اشتغال زایی و رشد اقتصادی

- سرمایه گذاری پایین
- اشتغال زایی بالا
- توسعه متوازن ملی
- رشد و توسعه بازار و مصرف در داخل کشور
- عدم آلودگی های زیست محیطی
- ایجاد بازار دارای خلا در کشورهای اسلامی و
- علاقمندان به محتوای سالم

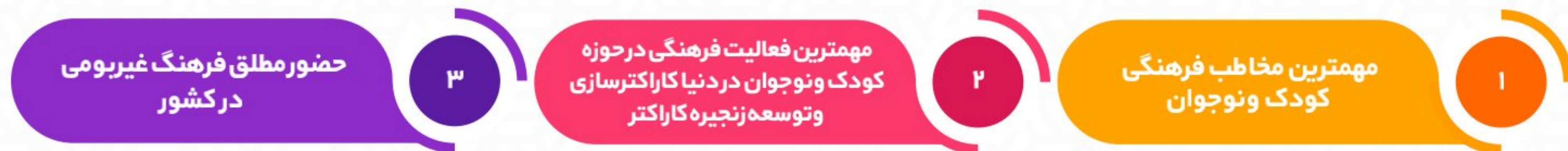


شاخص های اولویت

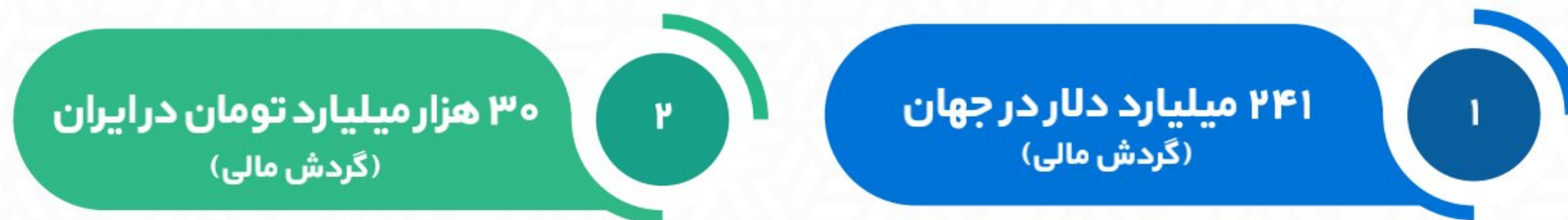


●●● اولویت سرمایه گذاری کاراکترسازی و مرچندایزینگ

اهمیت فرهنگی



اهمیت اقتصادی



♦♦♦ خاستگاه کاراکترهای پرترفدار

اندازه بازار جهانی صنعت مرچندایزینگ در سال ۲۰۱۴

۴۴ %	رسانه	۱۰۷,۱۸۵ میلیارد دلار
۲۲ %	شرکت/برند	۵۴,۱۰۹ میلیارد دلار
۱۳ %	مد	۳۰,۷۸۴ میلیارد دلار
۱۰ %	ورزش	۲۳,۳۹۸ میلیارد دلار
۵ %	نشر	۱۲,۸۷۶ میلیارد دلار
۲ %	دانشگاهی	۴,۶۲۵ میلیارد دلار
۱ %	چهره‌های مشهور	۳,۳۵۹ میلیارد دلار
۱ %	موسیقی	۲,۳۶۰ میلیارد دلار
۱ %	هنر	۱,۷۶۱ میلیارد دلار
۱ %	غیرانتفاعی	۱۰۸۰ میلیارد دلار

مرچندایزینگ

یا فروش محصولات جانبی به چه معناست؟

وجه شخصیت

نمادها یا شخصیت‌های مختلفی در «خاستگاه»‌های متنوعی از قبیل سرگرمی، ورزش و ... خلق می‌شوند.

وجه محصول

محصولات یا به عبارت بهتر، صنایع مختلفی از ارزش ایجاد شده برای شخصیت‌ها بهره‌برداری می‌کنند

کالاهای فرهنگی مبتنی بر نمادها

پوشاک



شامل انواع
لباس از قبیل
لباس های زنانه ،
لباس های مردانه ،
تی شرت ،تاپ ،
شورت ،روپوش ،
شنل ،کت ،پالتو

۱

اسباب بازی



از قبیل فکری و
آموزشی ، پازل و
ساختمانی ، عرسک
ومدل ، ماشین
هواپیما ، قطار ،
تفنگ و مبارزه ،
شوخی و سرگرمی

۲

دکوراسیون داخلی



شامل مبلمان ،
اثاثیه ، آویزهای
دیواری ، لوازم
آشپزخانه ، حمام
اتاق خواب ، تابلوها
کفپوش ها و ...

۳

ملزومات شخصی مُد



شامل کالاهای
چرمی کوچک ،
جواهرات ، چمدان ،
ساک ، کیف دستی ،
کمر بند ، کلاه و ...

۴

مواد غذایی و نوشیدنی



شامل قهوه ،
غلات صبحانه ،
انواع کیک ،
نوشیدنی های
غیرالکلی والکلی
و اسپرایت ها و ...

۵

لوازم مصرفی الکترونیکی



شامل تجهیزات
صوتی و تصویری ،
کامپیوترها و
لوازم آن ، قابهای
موبایل ، هدفون
و ...

۶

نرم افزار وبازی های ویدیویی



شامل برنامه ها ،
بازی های کنسولی ،
بازی های موبایلی ،
بازی های کامپیوتری
و ...

۷

کالاهای ورزشی



شامل انواع
تجهیزات ورزشی ،
راکت ، تور ، توپ و ...

۸

کالاهای فرهنگی مبتنی بر نمادها

نشر



شامل انواع کتاب‌ها،
کمیک‌بوک‌ها،
مجلات و ...

۹

هدایا و اجناس کلکسیونی



از قبیل خودکار
ساعت، لیوان،
جاسوئیچی، حلقه
و انگشتر و ...

۱۰

انواع پاپوش



شامل دمپایی،
کفش‌های کتانی،
کفش کودکان و ...

۱۱

لوازم خانگی



شامل لوازم
الکتریکی کوچک،
لوازم آشپزخانه،
لوازم آشپزی،
قابلمه، ماهیتابه،
قاشق و چنگال،
ظروف

۱۲

محصولات نوزادی



شامل انواع
لباس نوزاد،
پوشک، محصولات
مراقبت از کودک،
کالسکه و ...

۱۳

موسیقی، ویدیو



شامل CD، DVD
ترک‌های صوتی،
ویدیو کلیپ‌ها
و ... (این قسمت،
مدور مجوز برای خود
موسیقی را شامل
نمی‌شود).

۱۴

سلامت، بهداشتی و زیبایی



شامل انواع
عطرها، محصولات
مراقبت از پوست،
لوسیون اصلاح،
محصولات مراقبت
از مو و ...

۱۵

نوشت افزار



شامل لوازم التحریر،
انواع دفتر و دفترچه
یادداشت، ابزارهای
نقاشی و رنگ آمیزی،
کیف، کوله، جامدادی

۱۶

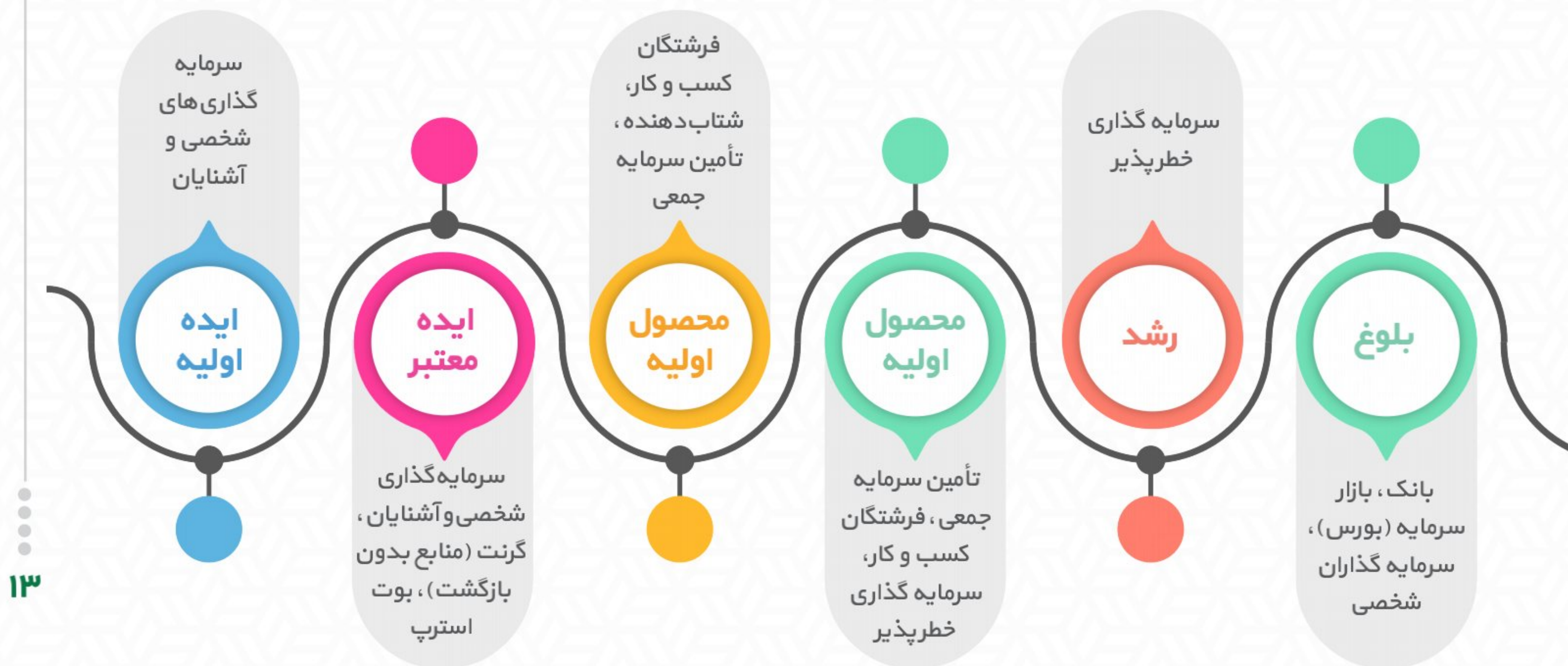
خدمات کاراکترمحور

در این حالت، کاراکترها روی محصولات نهایی که مشتریان خریداری می‌کنند استفاده نمی‌شود بلکه بخشی از physical evidence ارائه‌کننده خدمات را تشکیل می‌دهند. با این تعریف، کسب و کارهای خدماتی زیر امکان بهره‌برداری از مرچندایزینگ کاراکتر را خواهند داشت:

- | | | | | |
|---|--|---|---|---|
| ۱ | بیمارستان اطفال
مطب پزشک
و دندانپزشک |  | ۵ | باشگاه‌ها و
سالن‌های ورزشی
کودکان |
| ۲ | مدارس
مهدکودک‌ها
مراکز آموزشی |  | ۶ | فستیوال‌ها
رویدادها
وجشن‌ها |
| ۳ | رستوران |  | ۷ | آرایش،
گریم
و شبیه‌سازی |
| ۴ | پارک
شهربازی
و تم‌پارک |  | ۸ | دکوراسیون
شهری
و تبلیغات شهری |

ساختار کسب و کارهای زنجیره کاراکترسازی





چشم انداز ۵ ساله صندوق صنایع خلاق

(با محوریت کاراکترسازی و مرچندایزینگ)

صادرات محصولات به ۱۰ کشور دنیا
به صورت مستمر

۴

موثرترین و بزرگترین بازیگر تولید
محتوای سالم در دنیا

۱

ایجاد محبوب ترین برند محصولات
کودک و نوجوان در کشور ایران

۵

قرارگیری ده شخصیت محبوب بومی در
بین ۲۰ شخصیت محبوب بچه های ایرانی

۲

تحقق سهم ۲۰ درصدی از سهم بازار
محصولات کاراکتر محور ایران

۶

ایجاد اشتغال پایدار جهت ده هزار نفر

۳