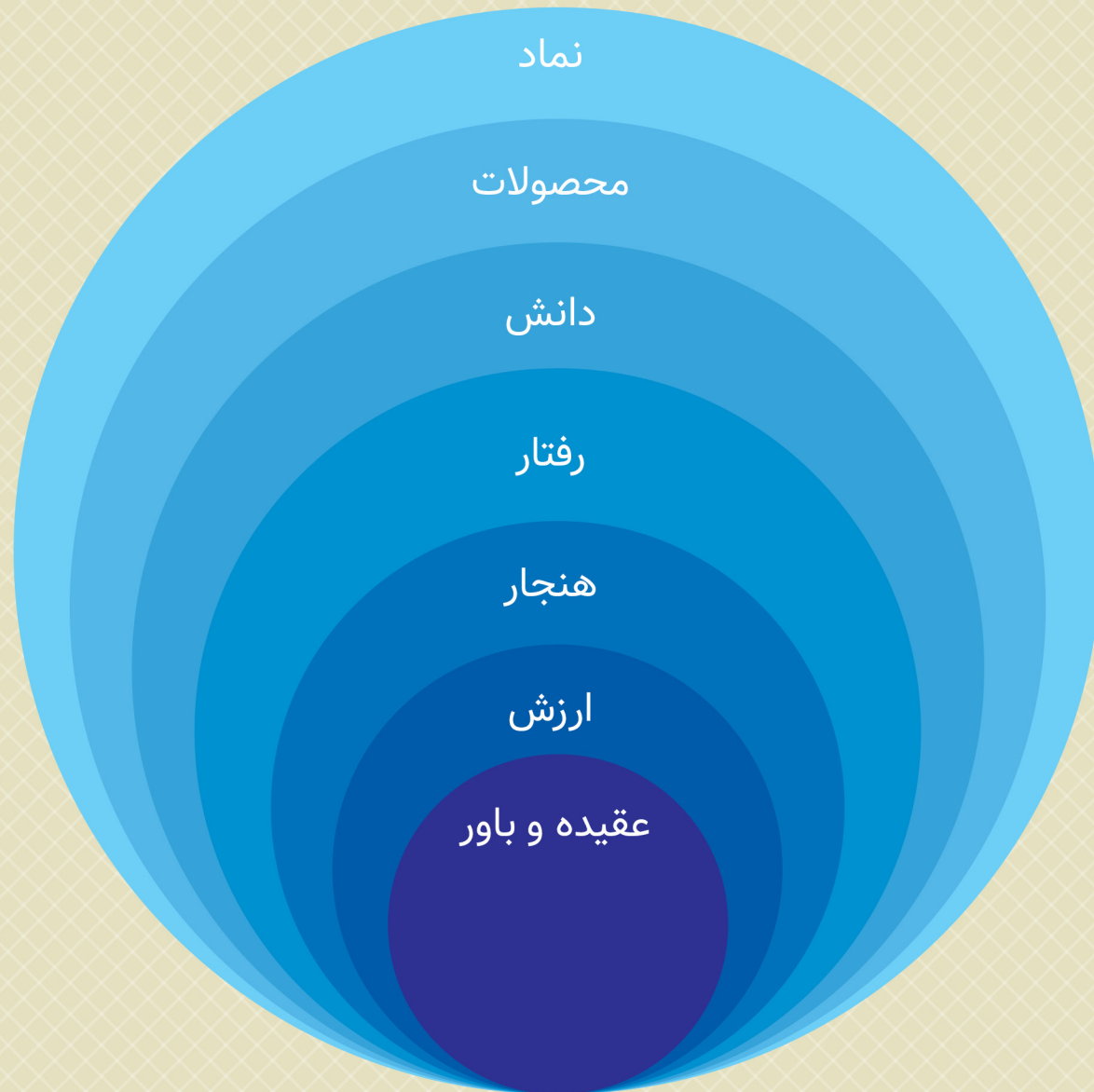


طرح توسعه و تجاری سازی کاراکتر بومی

بهار ۱۳۹۷

اهمیت کاراکترسازی



مرچندایزینگ

یا فروش محصولات جانبی به چه معناست؟

وجه شخصیت:

نمادها یا شخصیت های مختلفی که در «خاستگاه» های متنوعی از قبیل سرگرمی، ورزش و... خلق می شوند.

وجه محصول:

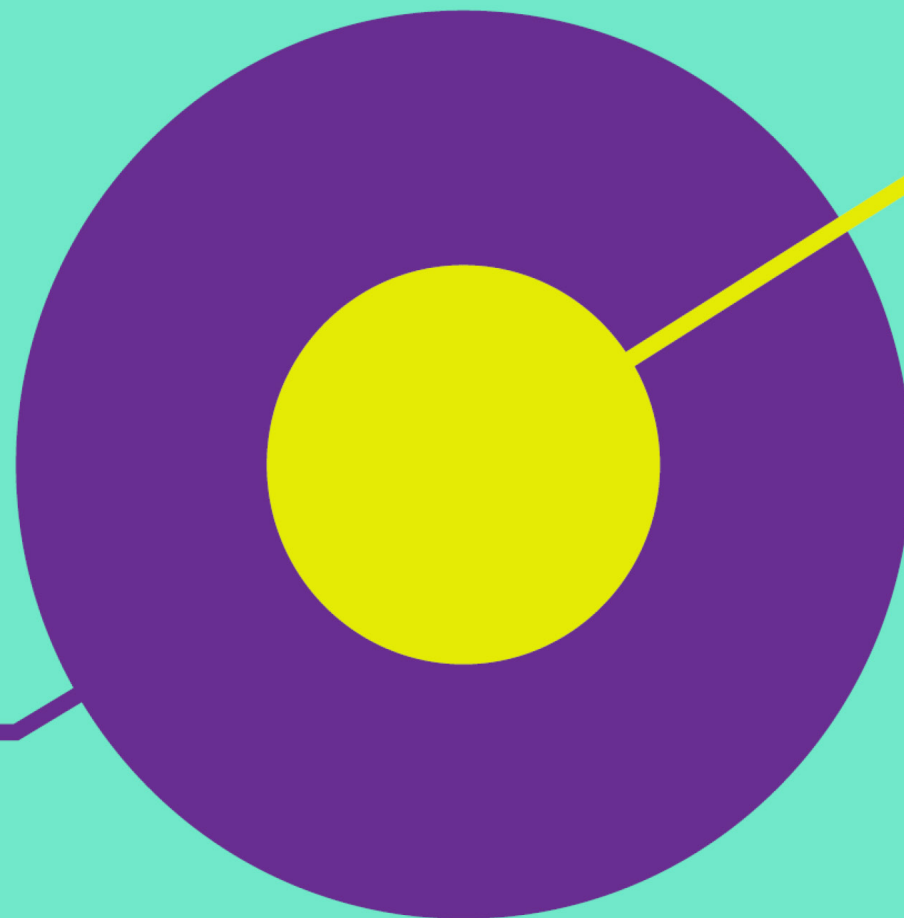
محصولات، یا به عبارت بهتر، صنایع مختلفی از ارزش ایجاد شده برای شخصیت ها بهره برداری می کنند.

خاستگاه کاراکترهای پرترفدار

(اندازه بازار جهانی صنعت مرچندایزینگ در سال ۲۰۱۴)



گردش مالی صنعت انیمیشن و صنایع وابسته در جهان



۲۲۲
میلیارد دلار

گردش مالی صنعت
انیمیشن جهان
(سال ۲۰۱۳)

۵۰۰
میلیارد دلار

گردش مالی صنعت
انیمیشن جهان و
صنایع مرتبط
(سال ۲۰۱۳)

امریکا و کانادا ۴۳ درصد
صنعت انیمیشن جهان را
در اختیار دارند و بقیه
بازار به ترتیب در دست
ژاپن، چین، فرانسه،
بریتانیا، کره و آلمان است.

پر طرفدارترین کاراکترهای کارتونی آمریکا، اورپا، چین، ژاپن

انگلیس



Peppa Pigs
Tom & Jerry
Scooby-Doo
The Simpsons
SpongeBob Squarepants
Ben & Holly
Adventure Time
Mickey Mouse
Sofia the First
Horrid Henry

ژاپن



Doraemon
Yo-Kai vWatch
One Piece
Detective Conan
Anpanman
Crayon Shin-chan
Pokemon
Dragon Ball
Chibi Maruko-chan
Aikatsu!

آمریکا



SpongeBob Squarepants
Mickey Mouse
Tom & Jerry
Paw Patrol
Doc McStuffins
Scooby-Doo
Dora the Explorer
Sofia the First
Curious George
Teenage Mutant Ninja Turtles

چین



Pleasant Goat and Big Big Wolf
Boonie Bears
Tom & Jerry
Mickey Mouse
Doraemon
SpongeBob Squarepants
He Son and the First Father
Balala Magic Fairy
Detective Conan
Pig Man

پر طرفدارترین کاراکترهای کارتونی

۱

Mickey Mouse



۲

Spongebob Squarepants



۳

Tom & Jerry



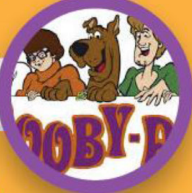
۴

Dora the Explorer



۵

Scooby-Doo



۶

Peppa Pig



۷

Barbie



۸

Doraemon



۹

Frozen



۱۰

The Simpsons



انیمیشن های مورد علاقه کودکان تهرانی

مدت زمان تماشای انیمیشن کودکان تهرانی

گوسفند ناقله



۴٪

باب اسفنجی



۱۹٪

شکرستان



۴٪

تام و جری



۱۹٪

پلنگ صورتی



۱۳٪

بین ۳ تا ۴ ساعت



۲۱٪

کمتر از یک ساعت



۶٪

بین ۴ تا ۵ ساعت



۹٪

بین ۱ تا ۲ ساعت



۲۸٪

بیشتر از ۵ ساعت



۶٪

بین ۲ تا ۳ ساعت



۲۹٪

برترین کاراکترهای عروسکی ایرانی از نظر بزرگسالان تهرانی

برترین کاراکترهای عروسکی ایرانی از نظر کودکان تهرانی

بیعی



۹٪

کلاه قرمزی



۱۹٪

پسر خاله



۷٪

فامیل دور



۱۹٪

جناب خان



۱۸٪

بیعی



۹٪

زیزیکولو



۶٪

فامیل دور



۱۸٪

جناب خان



۱۷٪

کلاه قرمزی



۱۶٪

چرخه توسعه کاراکتر

فعالیت‌های ستادی

گفتمان سازی

دانش و پژوهش

سیاست‌گذاری
و قانون

حمایت‌های
حاکمیتی

ذائقه سازی

استاندارد سازی

فعالیت‌های صفی

خلق کاراکتر

تجاری سازی (تولید و توزیع)

تولید و توزیع محصولات رسانه‌ای

نهادهای توسعه کاراکتر

بنیاد طراحی کاراکتر ایرانی

- باشگاه نویسندگان
- استودیو طراحی کاراکتر

- مرکز تجاری‌سازی
- شرکت توزیع محصولات

- سرمایه‌گذاری خطرپذیر و شتاب‌دهنده
- مدیریت توزیع محتوا و تبلیغات

اقدامات

بنیاد طراحی کاراکتر ایرانی

● استانداردسازی

- نشان استاندارد
- Parent Choice

● فعالیت های رسانه‌ای و گفتمان سازی

- فضای مجازی
- حضور در رسانه ملی
- تولید محصولات رسانه ای
- مستند
- موشن گرافیک
- برگزاری جشنواره ها و اهدای جوایز
- برگزاری رویدادها و نمایشگاه ها
- پیگیری حاکمیتی در سطح نهادها

● مطالعات و تحقیقات

- کتاب
- نشریه
- وبسایت
- گزارش های سالیانه (Lima)
- تولید و بررسی مبانی دینی و بومی
- بررسی مطالعات بین المللی
- بررسی رفتار مصرف کننده ایرانی
- بررسی روندها
- مطالعات فنی

نهاده‌ها و اقدامات

خلق کاراکتر

● استودیو کاراکتر سازی (سیمرغ)

- بررسی، پیمایش و تحلیل رفتار کودکان
- بررسی و تحلیل چهره شناسی قومی
- شناسایی و بکارگیری ابزارهای تحلیلی
- رویدادهای معاملات کاراکتر
- جذب و توانمندسازی طراحان گرافیک در زمینه کاراکتر سازی

● باشگاه نویسندگان (فردوسی)

- بانک سوژه های اسلامی
- بانک سوژه های ایرانی
- فراخوان ایده
- دوره های آموزشی
- تربیت نویسندگان
- برگزاری رویداد ها

نهادها و اقدامات

تولید و توزیع محصولات رسانه ای

● مدیریت توزیع محتوا

- مدیریت ارتباط با VOD و IPTV
- نمایش خانگی
- سینما
- توزیع بین المللی
- برگزاری بازارهای محصولات رسانه ای
- فضای مجازی

● سرمایه گذاری خطرپذیر و شتابدهنده

- توسعه ی قراردادهای شتابدهی
- توسعه ی قراردادهای سرمایه گذاری خطرپذیر
- برگزاری آموزش های دوره شتابدهی
- شناسایی و معرفی سرمایه گذاران
- تکمیل چرخه ی سرمایه گذاری

نهادها و اقدامات

تجاری سازی (تولید و توزیع)

● شرکت توزیع محصولات

- فروشگاه های زنجیره ای
- فروشگاه آنلاین
- بانکداری
- نمایشگاه ها

● مرکز تجاری سازی

- شناسایی کاراکتر های دارای ظرفیت
- تحقیقات بازار و کشف فرصت های تجاری هر یک از کاراکتر ها
- اطلاع رسانی، بازاریابی و عقد قرارداد تولید
- ترویج محصول
- بازخوردگیری از مخاطب
- مشاوره در زمینه تولید محصولات رسانه ای
- صیانت حقوقی از مالکیت معنوی کاراکتر ها

نهاده‌ها

ساختاری

● قرب

● دفتر تجاری ● صندوق ● اتاق عملیات کودک و نوجوانان

نهادهای همکار

دفتر حضرت آقا

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

صدا و سیما



صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران

شهرداری تهران



بنیاد برکت



وابسته به ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره)

معاونت علمی ریاست جمهوری



ریاست جمهوری
معاونت علمی و فناوری

حوزه هنری و سازمان تبلیغات اسلامی



حوزه هنری و تبلیغات اسلامی

نیروی انسانی

