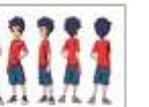


品牌名称	品牌图片	品牌介绍	行业范围	授权说明
哆啦A梦		“哆啦A梦”自1970年于“小学馆学年别学习志”开始连载漫画，至今已近40多年。自80年代初进入中国，哆啦A梦在日文化交融中一直扮演着十分重要的角色。临危受命的形象和充满爱心关怀的性格更是深受中国青少年所喜爱，已贯穿父母与子女两个世代共同拥有的孩子的梦想。“哆啦A梦”的故事主轴围绕“将心比心”“相互扶持”“相守相知”等主题发展。在许多哆啦A梦与好朋友的冒险故事中，也充满了对各种生命的尊重，不管生命有多渺小，每个故事都不断告诉我们与大自然共生依存的重要性。	商品授权；促销推广业务；户外活动；新媒体合作等	动画电视频道中所刻画之虚构角色的名称、标记、设计、标识、商标、肖像、视觉表现及其商品及促销的授权
蜡笔小新		小新不仅深受小朋友的喜爱，也非常受到年轻人欢迎。小新强大的魅力在于他以儿童的纯真眼光看待低俗嘻哈世界，他的形象大人说来平淡无奇，而从儿童口里说出来令人捧腹大笑的奇言，也是人们喜爱小新的主要原因。	商品授权；促销推广业务；户外活动；新媒体合作等	动画电视频道中所刻画之虚构角色的名称、标记、设计、标识、商标、肖像、视觉表现及其商品及促销的授权
小麻豆		2008年3月，一个不可思议的电视广告在日本出现了。小麻豆是2009年荣获日本设计奖的人气形象，他既不是豆、亦不是狗，是一种不可思议的生物，悄悄悄悄地出现在大家面前，教大家一些小知识	商品授权；促销推广业务；户外活动；新媒体合作等	角色的名称、标记、设计、标识、商标、肖像、视觉表现及其商品及促销的授权。
电邮宠物		电邮宠物来自一套可爱又贴心的“宠物通信软件”。这套软件由日本Sony Communication	商品授权；促销推广业务；户外活动；新媒体合作等	角色的名称、标记、设计、标识、商标、肖像、视觉表现及其商品及促销的授权。
茶犬		Network于97年开发，在日本掀起一股on-line养宠物的热潮。延续至今，乖巧又懂事的TeaPet，不仅会帮主人的mail送到主人朋友家，还会跟对方的宠物狗狗玩在一起，帮主人公关一下。最窝心的是，他还会主动写信给主人跟主人的朋友，一吐心事。	商品授权；促销推广业务；户外活动；新媒体合作等	角色的名称、标记、设计、标识、商标、肖像、视觉表现及其商品及促销的授权
张小盒		推出了4本漫画书，4部话剧 大量表情、贴纸和心语 网络传播数亿次 包揽CCTV在内超1000家媒体报道 知名度近亿人 腾讯+新浪粉丝600多万人 获国家最高政府艺术奖 国家动漫精品工程代表 国家重点动漫产品 入选“十一五”文化成果展 及获得海内外超过50个奖项	汽车用品、服饰鞋帽、钟表、收纳、音响、移动电源、食品、陶瓷杯子等	授权+分成，支付授权费，所生产产品进行版权使用分成，即产品代理价格的1.5%给予我方。（我方在和对方合作时，可协助参与先期3款以内产品设计等。
阿哆		全世界到处卖萌的可爱小狗-阿哆，它带着它的温暖故事，陪伴着那些需要被治愈的孩子们。	文具、玩具、服装、主题公园、食品等	1. 核心受众年龄层：8-25岁 2. 授权模式：保底+分成 3. 如果感兴趣可以电话或者到现场具体洽谈
素时明月			出版物、电影、游戏、玩具模型、家居用品、办公用品、服饰、美容化妆、主题餐馆、商场展示	
CC猫		CC猫性格定位：大脑袋小身材的吃货CC猫，总是背着“小鱼”包，鬼点子多又爱偷腥，心思单纯善良无心机，时常丢三落四，可爱喵星人一枚	文具、服装、玩具、食品、音像	
那露虎		那露虎性格定位：家门上有个大大“王”字的喵星人，淘气贪玩又马虎，爱耍帅时常惹麻烦，对朋友热情非常仗义	文具、服装、玩具、食品、音像	
波流兔		波流兔性格定位：一团棉花糖状毛茸茸圆滚滚的兔星人，爱好在各种环境中跑来跑去无处不在，可爱腹黑有内涵	文具、服装、玩具、食品、音像	

波波		<p>性别——男 个性——聪明机灵，活泼顽皮，满肚子鬼点子 特点——调皮捣蛋，不时好心做坏事，充满活力 行为——行动派，速度快，能短途飞行 淘气鬼点子多多的甲虫宝宝阿木总是想出许多新奇的玩法，哪怕是一朵小花儿，都能被他玩出各种花样</p>	全部均可	<p>木木部落·动漫衍生产品的形象和设计灵感，来自同名动画片《木木部落》。依据动画片里可爱的角色和有趣的故事去设计研发玩具。通过品牌授权动画形象在各个领域开发衍生玩具。</p> <p>“木木部落”的产品不单单是产品，而是被赋予了生命力和创造力的孩子们伙伴。以本真、简约、环保、创新为产品理念。</p> <p>借助成熟专业的品牌推广和管理团队，“木木部落”为被授权商提升品牌形象，实现品牌价值最大化。</p> <p>与此同时，我们将不断创新和探索儿童用品产业与动画衍生品完美结合的运营之道，加深业务的拓展和延伸，打造全国乃至全球知名的儿童用品品牌。</p> <p>“木木部落”希望能和更多致力于儿童用品事业的朋友携手奋进，合作共赢。</p>
小美		<p>性别——女 个性——善良，娇气，可爱，爱美 特点——打扮，臭美 行为——速度适中，跟在阿木身后 可爱漂亮的金电子宝宝小美是个很听首长话的乖小孩，温柔善良又热心助人，受到大家的喜爱。</p>	全部均可	
大宝小宝		<p>大宝小宝 性别——男 个性——片中唯一有点坏坏的角色、喜欢事不关己看戏。 特点——爱吃，嗜睡，梦游 行为——睡觉时迷迷糊糊，能无意识地闻嗅或化解危险，清醒的时候疯疯癫癫乱冲 西瓜虫双胞胎兄弟是一对憨嘴又贪吃的家伙，贪吃又爱睡觉，夏天带着一个西瓜套，是不是跳吃起来，不吃就把西瓜套套头上睡觉。</p>	全部均可	
糖糖		<p>性别——男 个性——最具艺术特征的人物，目标明确，执着，他重大的理想就是做出各种各样的糖果。 特点——爱吃糖，灵感来时走神 行为——总是抓住一切机会想着做更好吃更好看的糖果</p>		
毛球		<p>性别——男 个性——单纯胆小，有恐高症，节奏和反应相对其他宝宝比较慢 特点——视觉差，只会跟从他人 行为——总是很胆怯，常常只是胆怯地跟着众人身后 动作——往别人身后躲，事实上个头大大笨笨不起来，一到高处就把眼罩拉下来带上；紧张地乱吐丝 蜘蛛宝宝是小朋友中的大块头，但他实际年龄还小，而且超胆小还有恐高症，明明个头大还总是喜欢往别人身后躲。</p>	全部均可	
小米粒		<p>性别——男 个性——片中最小的虫宝宝，还不太会说话，初生牛犊不怕虎，无知大胆 特点——好奇心强，任何新奇的食物都飞速去接近 行为——跟风，速度超 动作——吸奶嘴 语言——“嗷嗷嗷” 青虫宝宝是萌萌的孩时代，整体咬着奶嘴还什么都不懂，却有着初生牛犊不怕虎的气势，什么都要去摸摸玩玩。</p>	全部均可	
翩翩村长		<p>性别——男 个性——稳重，权威 特点——看书，做研究，教育人，是部落的木匠、医生、智者 行为——年纪大，动作慢，反应有点迟钝，但紧要关头似乎有特殊功能，会发挥超常的动力</p>	全部均可	
脚阿姨		<p>性别——女 个性——温柔，热爱，爱做照顾小朋友 特点——爱唱歌，其次高善可当武器使用 行为——胖胖的，做什么都一播一摆的 脚阿姨是个温柔贤惠的阿姨，经常照顾小朋友们给他们做好吃的，唯一美中不足的是她喜欢唱歌，并自诩为森林里唯一的女高音歌唱家，常常让大家感耳双爽。</p>	全部均可	
星星狐		<p>顽皮捣蛋、聪明机灵、精力充沛、诙谐幽默，对于各种新问题、新发现，他都勇于去尝试。不过他有点爱臭美、迷糊。他会一些小魔法，却总是在他得意时露馅出丑，闹出了不少笑话。 口头语：魔力、魔力、比糖果甜蜜 我真是太帅了</p>	食品、饮料、婴童日用消费品、玩具、文具、纸制品、家居用品	<p>基本形式： 口买断：即乙方支付买断金后，在授权年限内甲方不再收取使用费。 口保底分成：乙方支付保底使用费，同时甲方对乙方销售商品提成。 口不保底分成：甲方对乙方销售商品按照出厂价____%提成作为品牌使用费 具体面议</p>
吱吱兔		<p>一只坏脾气的兔子，吃起萝卜来咔嚓咔嚓。他是魔法森林里面得意的小发明家。不过他那聪明的小脑袋瓜有时总闹出一些傻主意。 口头语：我是个天才！！</p>	食品、饮料、婴童日用消费品、玩具、文具、纸制品、家居用品	<p>基本形式： 口买断：即乙方支付买断金后，在授权年限内甲方不再收取使用费。 口保底分成：乙方支付保底使用费，同时甲方对乙方销售商品提成。 口不保底分成：甲方对乙方销售商品按照出厂价____%提成作为品牌使用费 具体面议</p>
嘟嘟熊		<p>一只憨厚老实的小熊，好脾气，对什么事情都是不急不慢的。好说话的他，对谁都是一个好好先生。 口头语：书上说……（一个喜欢看书的孩子）</p>	食品、饮料、婴童日用消费品、玩具、文具、纸制品、家居用品	<p>基本形式： 口买断：即乙方支付买断金后，在授权年限内甲方不再收取使用费。 口保底分成：乙方支付保底使用费，同时甲方对乙方销售商品提成。 口不保底分成：甲方对乙方销售商品按照出厂价____%提成作为品牌使用费 具体面议</p>

朵朵猪		一只爱漂亮慢吞吞的小猪。馋嘴、喜欢吃，有点胖，常被星星狐他们嘲笑。她喜欢称自己是淑女，生气起来，一点都不淑女。除了减肥，做任何事都有着超强的任性和耐力。 口头语：慢一点嘛…… 慢点儿，慢点儿，等等我	食品、饮料、婴童日用消费品、玩具、文具、纸制品、家居用品	基本形式： □买断：即乙方支付买断金后，在授权年限内甲方不再收取使用费。 □保底分成：乙方支付保底使用费，同时甲方对乙方销售商品提成。 □不保底分成：甲方对乙方销售商品按照出厂价___%提成作为品牌使用费
探戈狼		一只爱跳探戈舞的狼，是魔法森林里最了不起的音乐家。喜欢耍帅，神经大条，滑稽又可爱。 口头语：BONG!BONG!BONG!(伴着他的舞步)	食品、饮料、婴童日用消费品、玩具、文具、纸制品、家居用品	基本形式： □买断：即乙方支付买断金后，在授权年限内甲方不再收取使用费。 □保底分成：乙方支付保底使用费，同时甲方对乙方销售商品提成。 □不保底分成：甲方对乙方销售商品按照出厂价___%提成作为品牌使用费
阿优			文具、玩具、电子数码、家居用品	具体面议 1、杭州阿优文化创意有限公司是“阿 U (阿优)”品牌的合法著作权人，拥有阿 U (阿优) 动漫形象及动漫作品的著作权。 2、杭州阿优文化创意有限公司将“阿 U (阿优)”品牌动漫形象及有关著作权许可给有关产品的生产销售商使用
阿美			文具、玩具、电子数码、家居用品	
胖仔			文具、玩具、电子数码、家居用品	
男人婆			文具、玩具、电子数码、家居用品	
优优			文具、玩具、电子数码、家居用品	
优狗			文具、玩具、电子数码、家居用品	
小白				
《星与星愿》		《星与星愿》360集x8分钟，讲述五个可爱的Star Babies (星星宝贝) 在美德之星——星罗花园中的学习生活，在常住居民——枫木哥哥、花舞姐姐、郭狐阿姨、邱东大叔、百祥金书校长和治安队长的教导下学习美德，互相比拼争夺美德之星的故事。	1.玩具2.婴童用品3.服装4.文具5.食品饮料6.日化用品…	
《快乐萌宠》 &《快乐萌宠2》		《快乐萌宠》6讲述的是当代中国小学生乐乐与机器人小宝，在开发快乐正能量过程中，遭遇恶势力团伙阿撒波斯等外星机器人，并与外星恶势力展开斗智斗勇的科幻冒险故事。	1.玩具2.婴童用品3.服装4.文具5.食品饮料6.日化用品…	

《钢铁飞龙》&《钢铁飞龙》电影版		《钢铁飞龙》电影的前身是60集的《钢铁飞龙》电视剧，故事描述的是2026年人类空间站发现地球能源危机，全球安全基地GSS派遣6位特种精英组成钢铁飞龙组前往调查，发现是外星人所为。钢铁飞龙与外星怪兽火山群岛、迷雾之城、沙漠孤城、森林古堡和冰原峡谷与钢铁飞龙展开激战。最后发现真正威胁地球的并不是外星人，而是人类自己。该剧2012年在全国众多电视台热播后，得到日本业界高度评价，并获2011-2012天下动漫风云榜一年度作品提名奖。应市场的需求，我们重磅推出《钢铁飞龙》电影版。	1.玩具2.婴童用品3.服装4.文具5.食品饮料6.日化用品...
《果宝特攻》系列《果宝特攻1.2.3部曲,果宝三剑客》		果宝系列《果冻宝贝》《果冻三剑客》《果宝特攻》和《果宝特攻2》共同打造果宝系列家喻户晓，Q版可爱果冻与华丽果宝机器人已深入人心。【开启新纪元】果宝机器人超解体加任意重组合体开拓变形机甲的新纪元。【销售火爆】果宝系列玩具一直销售火爆，创下衍生品销售突破2.5个亿的佳绩。	1.玩具2.婴童用品3.服装4.文具5.食品饮料6.日化用品...
杰米熊		文具、玩具 食品、饮料、 图书、电影、舞台剧、毛绒、主题公园	
米米熊		文具、玩具 食品、饮料、 图书、电影、舞台剧、毛绒、主题公园	
小小熊		文具、玩具 食品、饮料、 图书、电影、舞台剧、毛绒、主题公园	
眼镜熊		文具、玩具 食品、饮料、 图书、电影、舞台剧、毛绒、主题公园	
黑熊波波		文具、玩具 食品、饮料、 图书、电影、舞台剧、毛绒、主题公园	
Singso(AMY/安美奥)		Singso 是由形系列自主知识产权系列漫画《安美奥的成长故事》主形象AMY衍生出的系列动漫形象设计及其产品方案。结合海洋漫画故事，从花朵、海星、海贝、珊瑚礁、鲸鱼、各种奇特的海洋生物包含设计的想象，从明澈的天空，到发光的冰蓝，低调的深邃或是复古的宝蓝……每一种海浪的条纹元素，演绎一种亮色；一种温柔；一种味道……在大海中汲取设计灵感，以漫画中海豚安美奥为图案衍生，我们想传播美的同时让大家更加关注海洋生态……	1. 产品生产授权：服装、纺织品、食品、文具、玩具等，家具产品除外。 2. 形象使用授权。
炮炮兵			重点授权品类：3C数码、家居用品、户外运动、汽车用品、促销授权等
小猴哼哼		系我司原创系列动画片《小猴歪歪》剧中人物	第5类：医用或兽医用微生物制剂、中药成药、医用营养品、婴儿含乳面粉、婴儿食品、婴儿尿布、婴儿尿裤、婴儿纸尿裤、卫生内裤、第9类：计算机外围设备、网络通讯设备、扬声器音箱、光盘(音像)、学习机、电子教学学习机、特制摄影设备和器具箱、安全头盔、眼镜、动画片 第28类：游戏机、木偶、电动游艺车、玩具、积木(玩具)、智能玩具、棋、体育活动用球、旱冰鞋、洗澡或游泳用浮囊 第16类：纸、纸巾、影集、印刷品、连环漫画书、削铅笔机(电或非电)、学校用品(文具)、家具除外的办公用品、书写工具、彩色铅笔(铅笔)
《甜甜圈宝贝之蜜蜂花园》		在一片美丽的花园里生活着一群小昆虫，我们的主人公在本系列中化身成为伶俐的小蜜蜂，憨厚的毛毛虫和勤劳的萤火虫。他们每天的生活就是努力的采蜜，尽情地玩耍还有为了梦寐而奋斗。于是在小小的花园中不断地上演着轻松幽默的昆虫故事	1. 商品授权(包括图书、音像制品、玩具类、文具类、服饰箱包、食品饮料、纺织品、日用品、厨卫用品等。) 2. 促销授权(包括促销赠品授权、图案形象授权等) 3. 主题授权
《甜甜圈宝贝之飞行乐园》		在这里，主人公们又变成了一架架威风凛凛的小飞机。他们每次尽职尽责地在小机场工作着，勤劳的小飞机们不仅运送货物，保护机场，还更处理措手不及的突发事件，总之每天都忙得不亦乐乎。无论什么样的难题，只要小飞机们团结一心，共同努力最终都会迎刃而解。	1. 商品授权(包括图书、音像制品、玩具类、文具类、服饰箱包、食品饮料、纺织品、日用品、厨卫用品等。) 2. 促销授权(包括促销赠品授权、图案形象授权等) 3. 主题授权

《甜甜圈宝贝之赛车小镇》		在一个赛车小镇，主人公们成为了小镇的居民，他们有的是赛车手，有的是赛车维修专家，有的是赛车美容师，他们每人都有一颗心爱的赛车，每天驰骋在宽阔的跑道上，是最快乐的事情。	1、商品授权（包括图书、音像制品、玩具类、文具类、服饰箱包、食品饮料、纺织品、日用品、厨卫用品等。） 2、促销授权（包括促销赠品授权、图案形象授权等） 3、主题授权	
《甜甜圈宝贝之功夫学院》		本系列中，主人公变身一变，成为了中国古代武林中菜门派的弟子。在坐落于风景秀丽的山中武馆里进行着刻苦的修行，小主人公们积极乐观地习武、修心、帮助村民。期间发生着许多轻松愉快，催人奋进的故事。	1、商品授权（包括图书、音像制品、玩具类、文具类、服饰箱包、食品饮料、纺织品、日用品、厨卫用品等。） 2、促销授权（包括促销赠品授权、图案形象授权等） 3、主题授权	有能、非独家授权模式
猴			全部均可	具体授权代理范围详见:www.qzciyi.com 也可另外协商决定
猴哈			全部均可	具体授权代理范围详见:www.qzciyi.com 也可另外协商决定
冰雪			全部均可	具体授权代理范围详见:www.qzciyi.com 也可另外协商决定
冰雪			全部均可	具体授权代理范围详见:www.qzciyi.com 也可另外协商决定
清然			全部均可	具体授权代理范围详见:www.qzciyi.com 也可另外协商决定
小瑞与大魔王		小瑞：7岁麒麟，自信、勇敢，拥有强大的内心。总是把“淡定、淡定”挂在嘴边，可是一瞥见蟑螂就会无理由的不分时间不分场合的暴过去。他和歌谣森林里的其他小伙伴齐心协力，勇敢的和魔王抗争，保卫自己的家园。 大魔王：一个执着、自负、居心单一有点傲娇的中年大叔，但在制造玩具方面是个天才，他总是能做出神奇古怪的玩具，并用这些新款玩具对付小朋友，不过由于太过追求完美，经常闹的筋疲力尽，常常被自己制作的玩具所伤。他最大的理想就是收集全世界所有大大小小的玩具，建立一个属于自己的玩具城堡。同时，由于大魔王长期不运动使他得了肥胖症，因此他还有个理想就是恢复原来健美的身材。 小瑞与大魔王是由厦门大拇哥动漫股份有限公司倾力打造的原创500集的大型原创3D动画作品《小瑞与大魔王》中的主要形象。凭借其生动活泼的造型和极具个性的卡通人物性格，“小瑞与大魔王”拥有良好的社会口碑，先后获得“2012年度最具市场潜力的十大动漫形象”、“2012动漫风云榜年度动漫形象”、“2013中外玩具大奖最具成长性动漫形象”等荣誉。“小瑞与大魔王”形象具有巨大的产业开发价值	授权范围包括1、商品授权：包括玩具类、文具类、消费电子用品、饮料类、体育用品类、家具类、HBA、床品类、食品类；2、促销授权：零售店、银行、商业公司、政府渠道；3、通路授权：百货、商场、超市、连锁餐饮、专卖店、公园游乐场等。	小瑞与大魔王已有多项授权合作成功案例。授权各行各业制造商开发其他类动漫衍生品。目前小瑞与大魔王品牌在图书、音像、游戏、玩具、文具、新媒体等品类与中国移动、中国电信、北京地铁图书、广东豪盛音像、4399、35互联、浙江丹妮玩具、日本森森集团旗下彩宝制帽等50多家行业领先企业通过授权战略合作，共同开发衍生产品。 授权厦门市大拇哥品牌运营管理有限公司打造“大拇哥动漫时尚体验馆”。大拇哥动漫时尚体验馆是集动漫、娱乐、购物于一体的连锁加盟商业场所。大拇哥家族动漫时尚馆一改传统服装产业的经营模式，采取体验、互动、娱乐购物为诉求点，以“时尚+快乐”为品牌理念，以“时尚大拇哥，快乐新生活”为文化理念，店铺设计融合流行的动漫科技元素，创造舒适活泼的家庭式购物环境，全店不包括儿童服装、鞋帽、箱包、家居用品、文具玩具、图书漫画、食品饮料等多品类动漫产品，而且设有儿童游戏互动的区域，达到一定规模的旗舰店还开设了5D影院，增设儿童动漫设计创意体验馆，让小朋友和父母一起在一个乐、乐的包围中体验无限的乐趣。此外，“小瑞与大魔王”在新媒体以及动漫教育等业务领域得到了较好的延伸。
土豆侠		土豆侠（阿逗），种族：土豆；年龄：18岁；身高：10公分；个性：他食玩怕死，没有毅力，玩世不恭，爱搞搞怪，充满了市井得感，但他同时也是个有独特自我思想《神立独行》大有神担当的草根英雄。好斗心重，精力充沛，有着令人物的心机和智慧。喜欢：摆弄新鲜事物，无意识的参与和人的事情；很爱用于别人的赞赏。武器：麒麟侠。 阿逗是由福州天之谷网络科技有限公司联手厦门大拇哥动漫股份有限公司共同打造的规划为208集的原创3D动画《土豆侠》中的主打形象，围绕该形象创作的作品已获得2013原创手机动画MOCA金奖、2012中国动漫奥斯卡“金童奖”、2012台北国际短片电影节最佳原创动画奖和2011中国漫画金龙奖等诸多荣誉。	授权范围包括1、商品授权：包括玩具类、文具类、消费电子用品、饮料类、体育用品类、家具类、HBA、床品类、食品类；2、促销授权：零售店、银行、商业公司、政府渠道；3、通路授权：百货、商场、超市、连锁餐饮、专卖店、公园游乐场等。	《土豆侠》项目依托大拇哥动漫完善的版权发行、宣传推广、品牌授权、新媒体全网运营和动漫衍生品开发渠道全面进入产业市场。2014年1月，大拇哥携手天之谷亮相香港国际授权展，获得了诸多商家的青睐，目前已有多家合作意向。 《土豆侠》第一季作品《土豆侠之侠子英雄》将于2014年暑假全国正式上线。

<p>小椰子 真实姓名：施野</p>		<p>动画片《少年椰子》是一部诙谐幽默启人心智的中国精品动画，也是中国首部以江南水乡为背景的动作片。它以传播正能量，促进儿童健康成长为己任，以发扬中华文化，传承民族精神为担当，讲述了一个机智勇敢、充满侠义的少年——施野不断努力、进取，最终实现自己“中国少年梦”的励志故事。</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>小越 真实姓名：苏越越</p>		<p>动画片《少年椰子》是一部诙谐幽默启人心智的中国精品动画，也是中国首部以江南水乡为背景的动作片。它以传播正能量，促进儿童健康成长为己任，以发扬中华文化，传承民族精神为担当，讲述了一个机智勇敢、充满侠义的少年——施野不断努力、进取，最终实现自己“中国少年梦”的励志故事。</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>福福 真实姓名：钱贯</p>		<p>动画片《少年椰子》是一部诙谐幽默启人心智的中国精品动画，也是中国首部以江南水乡为背景的动作片。它以传播正能量，促进儿童健康成长为己任，以发扬中华文化，传承民族精神为担当，讲述了一个机智勇敢、充满侠义的少年——施野不断努力、进取，最终实现自己“中国少年梦”的励志故事。</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>丁丁 真实姓名：丁丁当</p>		<p>动画片《少年椰子》是一部诙谐幽默启人心智的中国精品动画，也是中国首部以江南水乡为背景的动作片。它以传播正能量，促进儿童健康成长为己任，以发扬中华文化，传承民族精神为担当，讲述了一个机智勇敢、充满侠义的少年——施野不断努力、进取，最终实现自己“中国少年梦”的励志故事。</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>小白</p>		<p>动画片《少年椰子》是一部诙谐幽默启人心智的中国精品动画，也是中国首部以江南水乡为背景的动作片。它以传播正能量，促进儿童健康成长为己任，以发扬中华文化，传承民族精神为担当，讲述了一个机智勇敢、充满侠义的少年——施野不断努力、进取，最终实现自己“中国少年梦”的励志故事。</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>咚咚锵</p>		<p>动画片《少年椰子》是一部诙谐幽默启人心智的中国精品动画，也是中国首部以江南水乡为背景的动作片。它以传播正能量，促进儿童健康成长为己任，以发扬中华文化，传承民族精神为担当，讲述了一个机智勇敢、充满侠义的少年——施野不断努力、进取，最终实现自己“中国少年梦”的励志故事。</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>毛笔爷爷</p>		<p>动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。</p> <p>作品已在央视少儿频道、五大卡通道、海外电视台及各省卫视开播，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>胖点</p>		<p>动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。</p> <p>作品已在央视少儿频道、五大卡通道、海外电视台及各省卫视开播，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>直竖</p>		<p>动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。</p> <p>作品已在央视少儿频道、五大卡通道、海外电视台及各省卫视开播，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>奇狗</p>		<p>动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。</p> <p>作品已在央视少儿频道、五大卡通道、海外电视台及各省卫视开播，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>
<p>卷卷</p>		<p>动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。</p> <p>作品已在央视少儿频道、五大卡通道、海外电视台及各省卫视开播，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持</p>	<p>授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分</p> <p>【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他</p> <p>【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他</p> <p>【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等其他</p>

美析		动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。 作品已在央视少儿频道、五大卡通频道、海外电视台及各省卫视登陆，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持	授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分 【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他 【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他 【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等
大横		动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。作品已在央视少儿频道、五大卡通频道、海外电视台及各省卫视登陆，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持	授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分 【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他 【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他 【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等
猴猴		动画片《兰亭小精灵》将“有趣的汉字”和“奇妙的书法”进行有机结合，以动漫成语故事的形式来诠释源远流长的中华文化，站在兰亭，放眼全国，心系世界。作品已在央视少儿频道、五大卡通频道、海外电视台及各省卫视登陆，拥有丰富的品牌植入及衍生产业合作模式，并有完善的市场开拓支持	授权范围分为【通路授权】、【商品授权】、【促销授权】三个部分 【通路授权】包括：百货/商场；超市；连锁餐饮；专卖店；公园/游乐场；网吧；摄影馆等其他 【商品授权】包括：食品类；饮料类；洗护类；电子产品；杂货类；玩具类；文具类；家居类；床品；体育用品类等其他 【促销授权】包括：零售店；银行；商业公司；政府渠道等
waybuloo		《Waybuloo》是一部耗资3.76亿元人民币（约3750万英镑）的大片，156集，1集20分钟，3000分钟时长，在全球首演真人加3D动画在现实场景中拍摄，在国外已获得巨大的成功，被誉为“下一个天线宝宝”。waybuloo引导孩子自发获得快乐，每一集waybuloo都会跟小朋友一起进行一种类似瑜伽的柔和运动。waybuloo旨在为2-6岁的低龄学前儿童打造最好的启蒙动画片。让孩子们自发的在快乐的情境中，勇敢的探索、发现与世界交流的方式，建立人生中的第一世界观。waybuloo不仅仅是一部动画片，更是低龄儿童自主情绪管理手册。	玩具、文具、喂养系列、家纺、生活用品童装、童鞋、食品、饮料等
Sarah and duck		《Sarah and Duck》是美国著名的儿童电视动画片。[1]由莎拉·戈登和詹姆斯·梅德威利文创作的，经karrot娱乐为英国广播公司（BBC）制作 [2]每一集设计成一个独特的童话故事，吸引4-6岁的儿童注意力。[3]这集在2013年2月18日在美国Cbeebies频道新近播出的几节目。[4]共80集已经委托完成	玩具、文具、喂养系列、家纺、生活用品童装、童鞋、食品、饮料等
超级皮皮克		《超级皮皮克》是一档儿童益智节目，提高儿童的五种能力——注意力、观察力、分析力、想象力、创造力；引导儿童形成礼貌、分享、豁达、道歉、节俭、自我约束、主动学习的七种良好习惯	玩具、文具、喂养系列、家纺、生活用品童装、童鞋、食品、饮料等
菠萝蜜薯亮		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
大蜜桃刘备		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
榴莲曹操		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
小蜜桃阿斗		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
火龙果孙权		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
黑加仑张飞		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
红毛丹关羽		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
西瓜袁绍		《水果三国》是以三国人物为背景，各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类

大蜜桃大乔&小蜜桃小乔		《水果三国》是以三国人物为背景,各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
哈密瓜马超		《水果三国》是以三国人物为背景,各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
荔枝吕布		《水果三国》是以三国人物为背景,各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
凤梨果庞统		《水果三国》是以三国人物为背景,各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
桂圆赵云		《水果三国》是以三国人物为背景,各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
柠檬夏侯惇		《水果三国》是以三国人物为背景,各种水果为造型的新颖诙谐幽默、传达正能量的动画故事长片。其深受广大青少年和年轻白领人士的好评	游戏、影视、主题公园、智力玩具、智能玩具、饮料、绿色农业、水果类食品、酒类
《神兽金刚2》之天神金刚		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《神兽金刚2》之地兽金刚		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《数学荒岛历险记3》之罗克		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《数学荒岛历险记3》之花花		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《数学荒岛历险记3》之依依		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《数学荒岛历险记3》之国王		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《数学荒岛历险记3》之博士		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《数学荒岛历险记3》之小强		玩具、食品、文具、服装服饰、鞋帽、日用品、数码娱乐、新媒体	
《毛毛旅行记之云南十八怪》 《毛毛》			纺织业 游戏器具、体育活动器械 厨房用具 食品 广告媒体 服装 教育 饮品
《毛毛旅行记之云南十八怪》 《鸭梨山大》			纺织业 游戏器具、体育活动器械 厨房用具 食品 广告媒体 服装 教育 饮品

喜羊羊与灰太狼				
炫风太郎			文具、玩具	适合青少年儿童
Mr. Bean			文具	适合青少年儿童
Shrek			文具、玩具	适合青少年儿童
Pink Panther粉红豹			文具、玩具	适合青少年儿童
ROBOTECH			玩具	适合青少年儿童
VOLTRON			玩具	适合青少年儿童
DALI			精品	适合青少年儿童
Mission Impossible 3			影视	适合青少年、成人
CSI			影视	适合青少年、成人
KAPO			文具、精品	适合青少年、成人
老夫子			漫画	适合青少年、成人
美羊羊			文具、玩具、精品	适合青少年、成人
Party Queen			潮流精品	适合青少年、成人
Ekika韩国歌			精品	适合青少年、成人
小海白			文具、精品	适合青少年、成人

精灵美尼家族			文具、玩具	适合青少年、成人
巴布熊猫			精品	适合青少年、成人
GEE KINGDOM天使猫&魔鬼猫			文具、玩具、配件	适合青少年、成人
阿凡提			影视	适合青少年儿童、成人
魔力猫			精品	适合青少年儿童、成人
SUGAR HICCUP				适合青少年儿童、成人
小鹿薇薇			设计 工程制造 加盟 销售	
兔子班长			设计 工程制造 加盟 销售	
热血狗			设计 工程制造 加盟 销售	
怪力小牛			设计 工程制造 加盟 销售	
果果、维可、妙妙、小头四、那风			衍生品开发、游戏开发、 形象使用	
生日梦精灵系列			衍生品开发、游戏开发、 形象使用	
生肖精灵系列			衍生品开发、游戏开发、 形象使用	
熊猫ice		熊猫ice:心地善良、自我、爱睡觉,对美食没有抗拒力是个十足的吃货。偏爱甜食,爱说话碎碎念。“贱贱”的性格身边的朋友喜欢。它有着跳跃性思维,不按常理出牌,对新鲜的事物具有好奇心,最大的梦想是环游世界。	1软性产品 2家居产品家饰与配件 3食品及个人用品 4玩具 5文具 6消费性电子产品	软性产品包括:配件服饰 鞋类婴儿服装 寝具 食品及个人用品包括:食品 饮料 健康用品 美容用品 婴儿个人用品 消费性电子产品包括 家电 数码产品 电话及相关产品
蜜蜂花妹		花妹:有着双重性格,泼辣不拘小节,在喜欢的人的面前装娇媚,最感兴趣的是彩妆,尤其是对眼影情有独钟。暗恋暴仔,天天喊着减肥,但是看到美食却经不住诱惑。	1软性产品 2家居产品家饰与配件 3食品及个人用品 4玩具 5文具 6消费性电子产品	软性产品包括:配件服饰 鞋类婴儿服装 寝具 食品及个人用品包括:食品 饮料 健康用品 美容用品 婴儿个人用品 消费性电子产品包括 家电 数码产品 电话及相关产品

兔子暴仔		兔子暴仔：酷酷的外表实质闷骚，说话幽默，有才华的一只兔子。空闲时爱玩游戏，喜欢泡澡冲浪，最想去夏威夷和马尔代夫，喜欢冲浪和潜水。	1软性产品 2家居产品家饰与配件 3食品及个人用品 4玩具 5文具 6消费性电子产品	软性产品包括：配件服饰 鞋类婴儿服装 寝具 食品及个人用品包括：食品 饮料 健康用品 美容用品 婴儿个人用品 消费性电子产品包括 家电 数码产品 电话及相关产品
蜗牛阿刚		蜗牛阿刚：喜欢悠闲的生活，最爱懒懒的躺在100身上，不喜欢别人说他动作慢，有着自己的生活态度，小脑袋充满着各种想法。	1软性产品 2家居产品家饰与配件 3食品及个人用品 4玩具 5文具 6消费性电子产品	软性产品包括：配件服饰 鞋类婴儿服装 寝具 食品及个人用品包括：食品 饮料 健康用品 美容用品 婴儿个人用品 消费性电子产品包括 家电 数码产品 电话及相关产品
大风			商品授权：文具类、服饰类、玩具类、童鞋类、电子产品类、纸制品、礼品类、包装类、食品饮料保健类、日用品类、床上用品、家具、壁纸、五金制品类、文化用品类、工艺礼品收藏类等。	1. 授权单位为500强企业； 2. 授权单位应具备独立生产、开发设备； 3. 全国各省、市、自治区独家授权。
枪枪			促销授权：促销授权客户可运用授权品牌卡通形象及相关图案，与促销活动结合，规划主体广告、创意主题活动，促进公司产品销售。	1. 授权单位为500强企业； 2. 授权单位应具备独立生产、开发设备； 3. 全国各省、市、自治区独家授权。
扁头			主题授权：被授权商可运用形象的商标(Logo)、人物(Character)及造型图案(Design)为主题，策划并经营主题项目，如根据形象及系列动画创建游戏(网游、手机游戏、电子游戏等)、主题公园、主题餐厅、咖啡屋等。	1. 授权单位为500强企业； 2. 授权单位应具备独立生产、开发设备； 3. 全国各省、市、自治区独家授权。
长角大王			通路(渠道)授权/特许加盟：被授权商可加入做形象卡通产品的特许加盟/授权，通过统一的企业形象识别、专业的行销企划、经营管理制度的辅导等开展品牌专卖经营。我们提供营销宣传支持和培训等。	1. 授权单位为500强企业； 2. 授权单位应具备独立生产、开发设备； 3. 全国各省、市、自治区独家授权。
苹果达人		在遥远的水果部落，居住着一群水果族人，他们幸福的生活在一起，突然有一天来了一颗邪恶的蛀虫，统治了这片部落，部落中有一个苹果族人苹果，用自己的聪明才智，展开了与蛀虫的斗智斗勇，最后赶走了整个部落的故事。	全部均可	奇幻动画为“苹果达人”形象的版权所有商，拥有形象的著作权
阿狸		阿狸，国内当红原创动漫形象，2006年由Hans创作，从网络与杂志连载开始，发行童话绘本和动画短片，迄今为止，阿狸的出版物突破200万销量，在网络上拥有千万注册粉丝。一方面，其至真至美的形象制作成多元的虚拟产品，成为互联网主要的内容供应商；另一方面，阿狸丰富的周边产品层出不穷，并与多个品牌成功跨界，成为本土动漫形象产品化的先锋。	快消、家居、电子、文具、家纺、食品、服饰、配饰等等	非独家授权
nonopanda		Nonopanda是我公司运营的原创卡通品牌，从2008年开始创作设计，曾荣获金龙奖等动漫类奖项，目前产品涵盖：无线增值、出版物、动漫衍生品、游戏、食品等多个领域	可接洽 出版、游戏、食品、动漫衍生品	
刀刀狗				
南顺兔				
小晴				
猪美丽&鸡英俊				
潜艇总动员				玩具、文具、服装

三小孩			玩具、文具、服装	
一夕		《千年寻》反派人物	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
双煞		《千年寻》反派人物 双煞	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
三清		《千年寻》反派人物 三清	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
四神		《千年寻》反派人物 四神	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
五灵		《千年寻》反派人物 五灵	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
六道		《千年寻》反派人物 六道	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
七夜		《千年寻》反派人物 七夜	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
SUN		《羊羊总动员》角色 sun	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
阿贵叔		《羊羊总动员》角色 阿贵叔	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
小马(盔甲)		《羊羊总动员》角色 小马(盔甲)	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	
小马		《羊羊总动员》角色 小马	文具、玩具、服装、食品、主题公园等	

小栗		《羊羊总动员》角色 小栗	文具、玩具、服装、食品、主题公园等
小栗(盔甲)		《羊羊总动员》角色 小栗(盔甲)	文具、玩具、服装、食品、主题公园等
阿星		《羊羊总动员》角色 阿星	文具、玩具、服装、食品、主题公园等
阿星(盔甲)		《羊羊总动员》角色 阿星(盔甲)	文具、玩具、服装、食品、主题公园等
小美		《羊羊总动员》角色 小美	文具、玩具、服装、食品、主题公园
大胖		《羊羊总动员》角色 大胖	文具、玩具、服装、食品、主题公园等
校长		《羊羊总动员》角色 校长	文具、玩具、服装、食品、主题公园等
R2		《羊羊总动员》角色 R2	文具、玩具、服装、食品、主题公园等
拉比兔		拉比兔是源于尤马动画原创同名动画片的卡通形象。现有动画片、毛绒玩具等产品。期待更多多元化合作拓展。	原创毛绒玩具经销及批发，其他品类授权合作如：服装、饰品、生活用品、其他材质的玩具。
卡拉		原创毛绒玩具经销及批发，其他品类授权合作如：服装、饰品、生活用品、其他材质玩具等	卡拉是源于尤马动画原创动画片拉比兔，它是拉比兔的搭档，现有动画片、毛绒玩具等产品。期待更多多元化合作拓展。
猪斯基		原创毛绒玩具经销及批发，其他品类授权合作如：服装、饰品、生活用品、其他材质玩具等	猪斯基是源于尤马动画原创动画片拉比兔的卡通形象，现有动画片、毛绒玩具等产品。期待更多多元化合作拓展

王木木		原创毛绒玩具经销及批发, 其他品类授权合作如: 服装、饰品、生活用品、其他材质玩具等	王木木是尤马动画为海蝶签约艺人钱琳制作的MV“萝莉的魔力”中的角色, 深受歌迷的喜爱。
方块狗		原创毛绒玩具经销及批发, 其他品类授权合作如: 服装、饰品、生活用品、其他材质玩具等	方块狗是尤马动画原厂动画片“宠物公园”的人物之一, 憨态可人
哆哩和咕噜		原创毛绒玩具经销及批发, 其他品类授权合作如: 服装、饰品、生活用品、其他材质玩具等	原创定格动画片哆哩和咕噜
金刚鹦鹉			
LOOK猫头鹰			
《熊出没》系列		《熊出没》系列讲述了伐木工光头强和森林保护者熊兄弟之间上演的一幕幕搞笑对决, 全片倡导环保理念, 寓教于乐、轻松搞笑、幽默诙谐、老少皆宜, 目前已推出三部电视系列片《熊出没》、《熊出没之环球大冒险》和《熊出没之丛林总动员》, 两部电视电影《熊出没之过年》、《熊出没之年货》, 一部院线电影《熊出没之夺宝熊兵》。	图书、音像、玩具、文具、食品、饮料、手工艺品、箱包、电子设备、新媒体产品
《小鸡不好惹》系列		《小鸡不好惹》系列讲述了鸡丁、鸡小龙、胸大鸡用自己的智慧, 一次次挫败黄鼠狼瘦高高、胖乎乎想要抓住他们的阴谋, 全片独具魅力、轻松幽默、诙谐搞笑, 带给人无限欢乐。该系列新推出《小鸡不好惹之咸鱼哥》主打功夫喜剧, 讲述了鸡小龙、金刚哥和兔玲瓏在快乐和欢笑中粉碎了咸鱼哥最大的敌人黑狗门夺取咸蛋的阴谋, 演绎出充满喜剧效果的中国功夫元素, 展现了一种积极乐观的人生观。	玩具、文具、食品、饮料、手工艺品、箱包、电子设备、新媒体产品
《小虫虫有大智慧》系列		《小虫虫有大智慧》的主要观众群为4-10岁的儿童, 讲述的是生活在虫虫村的一群可爱小虫子, 对这个美丽的世界充满好奇, 每天都会遇到各种各样的小疑问和小困惑, 他们开动脑筋, 寻找答案, 最后开心地解决了问题, 全片轻松幽默又充满知识性, 倡导“遇到问题就去开动脑筋找答案”!	玩具、文具、食品、饮料、手工艺品、箱包、电子设备、新媒体产品
《生肖传奇》系列		生肖传奇系列包括《十二生肖总动员》、《十二生肖闯江湖》、《十二生肖快乐街》三部, 以功夫和中国古典文化为主要元素, 带观众一起笑傲悠远神奇的远古, 亲历精妙绝伦的功夫, 领略中华文化之奥妙。	玩具、文具、食品、饮料、手工艺品、箱包、电子设备、新媒体产品

--	--	--	--