

2018年中国动画电影市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国动画电影市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/316916316916.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、2015年中国动画电影发展迅速

(一) 动画电影票房所占比例增加

动画产业是中国文化产业中一个较有活力的重要组成部分。近年来，中国动画产业取得了突飞猛进的发展，并且进入了从量变到质变的发展期和攻坚期。在国家政策、资金、高校投入、基地建设大力扶持的背景下，中国动画的内容生产实力快速提升，动画生产集群带和产业区的培育已初现端倪。

当前，中国共有动画企业4600余家，从业人员达到50余万人。动画电影的票房亦在逐年快速递增。2015年，中国全年电影票房超过400亿元，其中动画电影票房突破45亿元，占比达到11%。其中票房超过1亿元的电影达到3部，5000万~1亿元的电影达到5部。年度总票房比2014年增长了71%。

图：2012-2015年中国国产电影及国产动漫电影票房增长率

中国电影经过120年的发展，经历了发展期、蛰伏期，迎来了现在所谓的黄金期。电影市场也走到由制片人中心制向动画中心制的转变期。特别是2015年，在互联网市场的大背景下，几部动画电影的票房相继喷发，国产动画电影的创作过程有了较大的改变。随着更多资本的进入，中国动画电影开始真正地走向市场。这就对动画电影的策划、实施提出了更高的要求。市场更需要顶尖的商业动画策划人才，在项目启动之初就能提供自己的专业想法，具有良好的文学修养和艺术修养，既可以担任编剧，又可以担任导演，理解动画的创作规律和市场运行机制。

在2015年中国动画电影票房前10名中，有5部为国产动画电影，分别是《西游记之大圣归来》《熊出没之雪岭熊风》《洛克王国4：出发！巨人谷》《黑猫警长之翡翠之星》《喜羊羊与灰太狼之羊年喜羊羊》，如果算上2014年12月31日上映的《十万个冷笑话》，则有6部。

图：2011-2015年国产动画及进口动画电影数量对比

(二) 互联网平台为动画发展带来新契机

近年来，随着互联网平台的普及，众多动画电影或是通过作品本身，或是通过衍生产品，提前或同步在网络上预热已经成为一种新兴发展形态。同时，众筹、在线预售等模式也在动画电影的发行中有所体现。例如，《十万个冷笑话》提前在有妖气、新媒体等平台进行众筹等新兴宣传方法，对票房的增長起到了良好的效果。动画电影《西游记之大圣归来》可谓是2015年的动画票房赢家，其在上映首日的排片情况并不是十分理想，但是通过影片质量以及在新媒体平台上持续释放的口碑营销、情感营销、话题营销，以及在互联网上关于“英雄”话题的发酵，都为其后续的排片增加、票房激增立下了不小的功劳。

近年来，一些动画电影由于受到在电视频道上播出的限制，包括付费等因素，开始把眼光放到受众延伸性更强的网络平台上，并获得了好评。网络的高点击率，也能反映国内动画

市场发展势头良好的一面。随着移动互联网的普及，移动平台为动画产品提供了新的试验场。2013年，文化部牵头制定了手机（移动终端）动漫标准。这是动画领域内的第一个国家标准，体现出政府在基于移动互联网的动画产业发展上的信心，也有利于动画作品与运营商、移动终端之间的无缝对接，从而解决手机动画内容制作与发行方面的部分问题。

同时，动画与游戏的融合趋势也日趋明显，电影游戏化、游戏电影化的限定被逐渐缩小。《洛克王国4：出发！巨人谷》《赛尔号大电影5：雷神崛起》等根据游戏改编的动画电影，相继获得了7697万元、5661万元的票房。而近年来，动画电影在发行之时，基本都会出品同名动画电影的游戏产品，包括手游、页游，既为动画电影的宣传提供了保证，同时，作为电影的衍生品，也能助推电影品牌的发展。在新媒体技术的推动下，动画与游戏的融合，将对品牌核心力的树立、产业链的延伸起到较大的助推作用。

此外，“互联网+”的发行模式也对2015年动画电影的票房增长起到了很好的作用。以《西游记之大圣归来》为例，在2015年7月10日上映之前，通过3日、4日的全国点映，使片子在观众内部起到了良好的口碑反馈。同时，在上映前期的“中国电影新力量”暑期电影推介会上，以马云为代表的互联网知名人士以及以黄晓明为代表的影视演员，相继为该电影的衍生品“大圣”玩偶代言，一时间，通过网络渠道发售的影片衍生品在网络上引起了强烈的反响，甚至达到了影片未映而衍生品先流行的局面，也对之后电影的票房起到了积极的推动作用。

（三）优质人才培养是关键 近年来，中国动画相关专业在校生快速增长到约30万人。2013年底，中国开设动画专业的艺术类院校和综合类院校有468个，涉及动画专业的院系有1251个，开设动画本科专业的高等院校已经增至143所。高校动画专业人才的培养，对中国动画的发力起到了重要的作用。随着数字媒体艺术与技术专业的建立，开设影视动画相关专业的院校还在不断增加。

但是近年来，中国动画教育已呈现“饱和”状态，发展不合理现象严峻。一方面，中国动画发展快速，市场需求量大；另一方面，部分高校由于培养模式与实际产业的脱节，使所培养的人才无法满足市场需要，朝阳产业反成“就业困难户”；众多院校盲目招生，师资力量无法保证，课程体系设置不健全等现状也影响了中国的动画教育质量。动画教育改革已迫在眉睫。唯有以发展的眼光看待教育，从选才、育才、用才的本质出发，在教学思路和方法上创新改善，优化课程体系设置，增加特色教学，与实践相结合，以科学的态度逐步建立起完善的动画教育体系，才能为培养数字信息时代所需要的高素质动画人才创造良好条件。

特别是互联网时代下的动画教育，市场除了对已有的优秀动画创作人才继续有需求之外，对优秀的动画策划人才的需求也日益增加。市场需要既对动画制作有深刻了解，同时又对动画产业有深入研究的专业策划者。他们应从项目之初便介入项目，通过对项目的投资回报比进行分析，通过严格周密的制作，最终将动画电影推向市场，对其进行宣传，使其进入院线，甚至走出国门。北京电影学院动画学院作为国内最早开设“动画策划”专业的

高等艺术院校，旨在培养既懂动画创作规律、又懂市场运行机制的综合型人才。

（四）重视原创内容的开发 回顾2015年的国产动画电影，原创动画电影的开发依然较少，在喜人成绩的背后，究竟国产动画电影与世界同类型影片相比，竞争力有多大、是个例还是共性，还有待研究。在2015年取得高票房的动画电影中，诸如《熊出没之雪岭熊风》《洛克王国4：出发！巨人谷》《黑猫警长之翡翠之星》《喜羊羊与灰太狼之羊年喜羊羊》等电影，都是建立在系列片、游戏、漫画或者已有成熟IP等基础之上的“再开发”影片，占据了市场绝大部分的份额。虽然对中国动画电影的票房贡献了许多力量，却遏制了电影本身的整体发展，破坏了文化的多元性。对于“续集”作品，以美国梦工厂动画公司及好莱坞动画公司为例，推出续集的时间一般都在前作问世后4~5年。

例如2016年上映的由梦工厂出品的《功夫熊猫3》，与第二部相隔5年，经过5年的潜心研究、精心打磨，电影一上映，便受到观众的喜爱，票房持续走高，密钥也被延长。反观中国大部分系列动画电影，已经基本以每年一部的频率上映，质量粗糙、过度营销等不良方式反而透支了关注度，耗尽了本来有潜力的品牌的发展力。档期、续集确实能为一部电影带来一定的票房保障，但是具备生命支撑力的品牌才可能通过不断积累的观众基础，打造核心竞争力，在有限的票房市场中取得一席之地。建立品牌意识，需要在创作初期便将角色与品牌发展相匹配，明确目标受众，使故事创作具有可持续性，整体推进，相互协调促进，将实体衍生产品与电子信息相融合，打造完整的全产业链。今后动画电影的发展，更应该大力发展原创国产动画电影，精心打造自身原有品牌，将是使国产动画电影实现从量变到质变的重要举措。

（五）动画理论的不断深入 动画是技术与艺术的完美结合体，在重视技术的同时，针对艺术创作的理论研究绝不能被忽视。中国动画未来的发展，应该加强动画相关理论的研究，充分地认识专业的科学性，对理论的关注乃至深入研究，意味着为动画创作实践提供更加有效的指导。同时，动画学科领域不断扩展，艺术家和研究者的视野也将进一步拓宽。理论与创作形成合力，能够使中国动画在世界范围内勇敢发出声音，并最终让中国动画电影在国际上大放异彩。

二、中国动画电影发展面临的问题

回顾2015年，中国动画电影的发展蒸蒸日上，却依然面临着诸多问题。

第一，当前中国电影的票价依然颇高，所谓在线售票体系下的“9.9元、19.9元”的低票价，多以投资方补贴为主，并未真正降低观影票价。

第二，虽然有《西游记之大圣归来》《十万个冷笑话》这样的“高票房”电影涌现，但是依旧缺少适合少年儿童观看的动画电影。

表：2015年国产动漫电影票房前10排名

第三，适合儿童观看的、积极向上的原创动画电影往往被市场归为说教类电影，依然受到院线排片占比低的影响，这将严重影响投资者、原创者的积极性，使有利于少年儿童健康成长的精神食粮很难进入大众生活。

第四，在日趋白热化的市场竞争中，不论是老品牌还是新面孔，以作品为基础的各种宣传营销显得越来越重要，甚至出现了少数诸如“做得好不好看不重要，传得好看才重要”的违背市场发展规律的情况。制片成本居高不下，宣发成本不断上升的态势，使众多中小型原创动画电影公司望而却步。

第五，地方相关配套政策短缺、不够平均的现象需要我们正视，包括动画作品出口退税、出口补贴，带动就业奖励机制、优秀作品奖励机制、优秀原创人才扶持计划，自主知识产权的专利技术和动画相关创作发明的奖励资助等方面的相关政策都尚不够完善，亟待解决。中国动画的未来发展，需要完善的产业政策为其保驾护航。

三、促进中国动画产业良性发展的建议

为促进未来国产动画电影的健康发展，笔者在此提出以下建议。第一，要继续依托政府建立良性的市场导向，与“中国梦”契合，传播正能量，加大相关播出、引导、审查力度，为更多适合12岁以下儿童观看的动画电影、“合家欢”式的动画电影提供更为良好的发展空间。

第二，完善动画作品分级制度，提高动画作品播出与发行的规范体系，完善对适合少年儿童观看的精品作品的扶持政策，而非简单地依靠“票房论”。可以借鉴英国等国家对优秀儿童动画电影的扶持政策，使中国儿童在成长的过程中可以享受中国动画、中国文化的熏陶。

第三，在票价方面，目前中国电影票价制定权已彻底放开。在这种有利环境下，如果电影企业在制定价格、进行营销时，不采取传统“一刀切”的方法，而是着眼于市场，以市场为导向，确立合理的、多层次的票价体系，不仅能够有效地刺激消费、扩大需求，更能提高影院上座率，获得更高的收益，推动中国动画的健康、持续发展。

第四，可在电影院设立亲子厅，给更多优秀的国产动画电影留下空间。

可借鉴广电总局对电视动画“17~20点”的保护政策，提高国产动画电影的排片占比，为其健康发展提供保障。

第五，保证购片与电影营销的“健康化”，保护原创动画创作的积极性，建立相应的减免税收、鼓励创作等精细化的扶持政策，推动中国电影“走出去”。

第六，树立品牌意识，在动画创作初期将角色与产业相匹配，明确目标受众，使故事创作具有可持续性，整体推进，相互协调促进，将实体衍生产品与电子信息产品相融合，打造完整的全产业链。完成以品牌带动产品设计、开发生产、宣传销售的战略整合及产业链的延伸。

第七，应在动画人才与社会需求适应的指导思想下，大力培养专业化的动画人才，特别是优秀的动画策划人才，调整相关人才的知识结构，增强课程设置的前瞻性，结合新媒体前端技术，培养复合型应用人才。

四、总结

中国动画电影的发展已经有80余年的历史，水墨、剪纸等形式都曾经是国产动画电

影发展的精髓。进入21世纪后，随着国产动画电影开始走向市场，票房与产值不断增长。2015年可以说是国产动画的爆发年，但是在爆发的背后，我们依然看到了许多问题。国产动画电影的发展，不能只靠一两部电影的突然爆发，而是需要整体制作水平的稳步前进，整体票房的不断提升。虽然当前中国动画电影的发展仍落后于美、日等国家，但是在互联网背景下，随着动画技术的不断发展、动画理论水平的不断提高、原创内容与品牌的不断开发，以及不断完善的市场，都预示着新的机遇。相信国产动画电影将会更加快速成长，在成长中实现从量变到质变的突破。

观研天下发布的《2018年中国动画电影市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告目录】

第一章 动画电影行业发展综述

1.1 动画电影行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 动画电影行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 动画电影行业在国民经济中的地位

1.2.3 动画电影行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 动画电影行业生命周期

1.3 最近3-5年中国动画电影行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 动画电影行业运行环境分析

2.1 动画电影行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 动画电影行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 动画电影行业社会环境分析

2.3.1 动画电影产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 动画电影产业发展对社会发展的影响

2.4 动画电影行业技术环境分析

2.4.1 动画电影技术分析

2.4.2 动画电影技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国动画电影行业运行分析

3.1 我国动画电影行业发展状况分析

3.1.1 我国动画电影行业发展阶段

3.1.2 我国动画电影行业发展总体概况

3.1.3 我国动画电影行业发展特点分析

3.2 2016-2017年动画电影行业发展现状

3.2.1 2016-2017年我国动画电影行业市场规模

3.2.2 2016-2017年我国动画电影行业发展分析

3.2.3 2016-2017年中国动画电影企业发展分析

3.3 区域市场调研

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2016-2017年重点省市市场调研

3.4 动画电影细分产品/服务市场调研

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2016-2017年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场趋势分析

3.5 动画电影产品/服务价格分析

3.5.1 2016-2017年动画电影价格走势

3.5.2 影响动画电影价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2018-2024年动画电影产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要动画电影企业价位及价格策略

第四章 我国动画电影行业整体运行指标分析

4.1 2016-2017年中国动画电影行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2016-2017年中国动画电影行业产销情况分析

4.2.1 我国动画电影行业工业总产值

4.2.2 我国动画电影行业工业销售产值

4.2.3 我国动画电影行业产销率

4.3 2016-2017年中国动画电影行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国动画电影行业供需形势分析

5.1 动画电影行业供给分析

5.1.1 2016-2017年动画电影行业供给分析

5.1.2 2018-2024年动画电影行业供给变化趋势

5.1.3 动画电影行业区域供给分析

5.2 2016-2017年我国动画电影行业需求情况

5.2.1 动画电影行业需求市场

5.2.2 动画电影行业客户结构

5.2.3 动画电影行业需求的地区差异

5.3 动画电影市场应用及需求预测

5.3.1 动画电影应用市场总体需求分析

(1) 动画电影应用市场需求特征

(2) 动画电影应用市场需求总规模

5.3.2 2018-2024年动画电影行业领域需求量预测

(1) 2018-2024年动画电影行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2018-2024年动画电影行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业动画电影产品/服务需求分析预测

第六章 动画电影行业产业结构分析

6.1 动画电影产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国动画电影行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国动画电影行业产业链分析

7.1 动画电影行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 动画电影上游行业调研

7.2.1 动画电影产品成本构成

7.2.2 2016-2017年上游行业发展现状

7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对动画电影行业的影响

7.3 动画电影下游行业调研

7.3.1 动画电影下游行业分布

7.3.2 2016-2017年下游行业发展现状

7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对动画电影行业的影响

第八章 我国动画电影行业渠道分析及策略

8.1 动画电影行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对动画电影行业的影响

8.1.3 主要动画电影企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 动画电影行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 动画电影行业营销策略分析

8.3.1 中国动画电影营销概况

8.3.2 动画电影营销策略探讨

8.3.3 动画电影营销发展趋势

第九章 我国动画电影行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 动画电影行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 动画电影行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 动画电影行业集中度分析
- 9.1.4 动画电影行业SWOT分析
- 9.2 中国动画电影行业竞争格局综述
- 9.2.1 动画电影行业竞争概况
 - (1) 中国动画电影行业竞争格局
 - (2) 动画电影行业未来竞争格局和特点
 - (3) 动画电影市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国动画电影行业竞争力分析
 - (1) 我国动画电影行业竞争力剖析
 - (2) 我国动画电影企业市场竞争的优势
 - (3) 国内动画电影企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 动画电影市场竞争策略分析

第十章 动画电影行业领先企业经营形势分析

- 10.1 A公司
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 2016-2017年经营状况
 - 10.1.5 2018-2024年发展规划
- 10.2 B公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 2016-2017年经营状况
 - 10.2.5 2018-2024年发展规划
- 10.3 C公司
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 2016-2017年经营状况

10.3.5 2018-2024年发展规划

10.4 D公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 2016-2017年经营状况

10.4.5 2018-2024年发展规划

10.5 E公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 2016-2017年经营状况

10.5.5 2018-2024年发展规划

第十一章 2018-2024年动画电影行业行业前景调研

11.1 2018-2024年动画电影市场趋势预测

11.1.1 2018-2024年动画电影市场发展潜力

11.1.2 2018-2024年动画电影市场趋势预测展望

11.1.3 2018-2024年动画电影细分行业趋势预测分析

11.2 2018-2024年动画电影市场发展趋势预测

11.2.1 2018-2024年动画电影行业发展趋势

11.2.2 2018-2024年动画电影市场规模预测

11.2.3 2018-2024年动画电影行业应用趋势预测

11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测

11.3 2018-2024年中国动画电影行业供需预测

11.3.1 2018-2024年中国动画电影行业供给预测

11.3.2 2018-2024年中国动画电影行业需求预测

11.3.3 2018-2024年中国动画电影供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年动画电影行业投资机会与风险

12.1 动画电影行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2018-2024年动画电影行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2018-2024年动画电影行业投资前景及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 动画电影行业投资规划建议研究

13.1 动画电影行业投资前景研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.2 动画电影新产品差异化战略

13.2.1 动画电影行业投资规划建议研究

13.2.2 2017年动画电影行业投资规划建议

13.2.3 2018-2024年动画电影行业投资规划建议

13.2.4 2018-2024年细分行业投资规划建议

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 动画电影行业研究结论

14.2 动画电影行业投资价值评估

14.3 动画电影行业投资建议

14.3.1 行业投资策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/316916316916.html>