

# 2016-2022年中国动漫市场运行态势及十三五未来 前景分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国动漫市场运行态势及十三五未来前景分析报告》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/241153241153.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国动漫市场运行态势及十三五未来前景分析报告》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。

### 第一章：中国动漫企业发展环境分析

#### 1.1 中国动漫产业发展综述

##### 1.1.1 中国动漫产业界定

##### 1.1.2 中国动漫产业生命周期

###### (1) 动漫产业的发展特征分析

###### (2) 动漫产业发展周期阶段判断

#### 1.2 中国动漫产业扶持政策分析

##### 1.2.1 2009-2015年全国动漫产业政策分析

##### 1.2.2 广电总局推动国产动漫产业发展的措施

#### 1.3 中国动漫产业经济发展环境分析

##### 1.3.1 国内GDP增长分析

##### 1.3.2 社会消费品零售总额分析

##### 1.3.3 就业创业形势分析

##### 1.3.4 宏观经济走势预测

##### 1.3.5 居民收入增长情况

##### 1.3.6 经济环境对产业的影响分析

### 第二章：国际动漫产业现状与典型商业模式

#### 2.1 全球动漫产业的竞争格局

##### 2.1.1 全球动漫产业的竞争格局

##### 2.1.2 美国动漫产业的竞争地位

##### 2.1.3 日本动漫产业的竞争地位

#### 2.1.4 韩国动漫产业的竞争地位

#### 2.1.5 全球动漫产业竞争趋势预判

### 2.2 主要国家动漫产业发展模式

#### 2.2.1 美国：集团垄断原创模式

#### 2.2.2 日本：原创为主，外包为辅模式

#### 2.2.3 韩国：原创为重点，服务外包为主模式

### 2.3 国际动漫产业典型商业模式案例解析

#### 2.3.1 全产业链经营商业模式：迪士尼

##### (1) 迪士尼发展路径

##### (2) 迪士尼动漫影视作品的竞争地位

##### (3) 迪士尼商业模式简图

##### (4) 迪士尼战略与价值主张

##### (5) 迪士尼盈利模式分析

##### (6) 迪士尼的关键业务分析

##### (7) 迪士尼的核心资源分析

##### (8) 迪士尼的客户关系分析

##### (9) 迪士尼的销售渠道分析

#### 2.3.2 高度集中的高价值商业模式：皮克斯

##### (1) 皮克斯发展路径

##### (2) 皮克斯的市场定位

##### (3) 皮克斯的关键业务分析

#### 1) 动漫创意

#### 2) 动漫制作

#### 3) 后期制作

##### (4) 皮克斯的核心资源分析

##### (5) 皮克斯的营销方式分析

##### (6) 皮克斯商业模式的借鉴

#### 1) 融资运作方面

#### 2) 内容创作方面

#### 3) 产品营销方面

#### 4) 人才培养方面

#### 2.3.3 其他国际知名动漫企业商业模式解析

##### (1) 动画企业：梦工厂

#### 1) 梦工厂的发展路径

#### 2) 梦工厂的成功作品

3) 梦工厂业务组合

4) 梦工厂的价值主张分析

5) 梦工厂的资源配置

6) 梦工厂的竞争优势

(2) 动漫玩具公司：孩之宝

1) 孩之宝的发展路径

2) 孩之宝的客户定位

3) 孩之宝的关键业务

第三章：中国动漫产业发展现状分析

3.1 中国动漫产业整体规模

3.2 中国动漫产业细分市场现状

3.2.1 中国动画制作行业

(1) 中国动画制作行业现状分析

1) 国产电视动画片产量

2) 国产动画电影票房

3) 中国动画片产量预测分析

(2) 中国国产动画片题材变化情况

3.2.2 中国漫画杂志行业

(1) 中国漫画杂志市场现状分析

(2) 中国漫画杂志市场竞争格局

(3) 中国漫画杂志行业发展特点

3.2.3 中国动漫展会行业

(1) 中国动漫展会市场发展现状

(2) 中国动漫展会市场区域分布

3.2.4 中国网络动漫行业

(1) 中国网络动漫市场分析

1) 网络动漫市场发展概况

2) 网络动漫市场发展特点

(2) 中国网络动漫企业分析

1) 主要动漫网站运营分析

2) 主要动漫网站分布

(3) 中国网络动漫全市场分析

1) 布卡漫画

2) 有妖气漫画

3) 腾讯动漫

4) 漫画鸟

5) 快看漫画

6) 暴走漫画

7) 咪咕动漫

8) 爱动漫

9) 追追漫画

10) 漫画帮

11) 有趣岛

(4) 中国网络动漫发展前景

1) 市场空间日益扩大

2) 投资规模不断增加

3.2.5 中国手机动漫行业

(1) 中国手机动漫行业发展状况

1) 手机漫画发展分析

2) 手机动画发展分析

(2) 中国手机动漫行业市场规模

1) 用户规模

2) 市场规模

(3) 中国原创手机动漫大赛分析

1) 历届原创手机动漫大赛举办情况

2) 大赛对手机动漫发展的影响

(4) 中国手机动漫市场调查

1) 对手机动漫感兴趣的程度

2) 手机动漫的使用类型

3) 手机动漫的使用习惯

4) 对手机动漫的评价

5) 对手机动漫形式的评价

第四章：中国动漫产业典型商业模式案例解析

4.1 中国动漫产业商业模式概述

4.1.1 中国动漫产业商业模式

(1) “浙江经济”模式

(2) “中国制造业”模式

(3) “大资本”模式

4.1.2 中国动画片的商业模式

(1) 中国动画片的市場结构

- (2) 中国动画片的三种商业模式
- 4.2 中国动漫企业商业模式剖析
  - 4.2.1 动漫企业商业模式中的价值主张分析
  - 4.2.2 动漫企业商业模式中的市场定位分析
    - (1) 动漫影视作品定位
    - (2) 动漫消费品定位
    - (3) 动漫游戏定位
    - (4) 动漫乐园定位
  - 4.2.3 动漫企业商业模式中的现金流结构分析
    - (1) 动漫产业的收入来源
    - (2) 动漫产业链的利益分配格局
    - (3) 动漫企业两种典型盈利模式
  - 4.2.4 动漫企业商业模式中的关键业务分析
    - (1) 动漫创意
    - (2) 动漫影视作品拍摄
    - (3) 动漫影视发行
    - (4) 音像制品制作
    - (5) 公司品牌经营
    - (6) 主题乐园运营
    - (7) 动漫品牌授权
    - (8) 动漫衍生品制造
    - (9) 动漫游戏制作
  - 4.2.5 动漫企业的融资方式分析
    - (1) 政府投资
    - (2) 播出机构投资
    - (3) 产业外投资
    - (4) 项目包装融资
    - (5) 上市融资
    - (6) 银行融资
    - (7) 国际风险投资
  - 4.2.6 动漫企业商业模式中的关键资源分析
    - (1) 商业模式中通用关键资源分析
    - (2) 动漫企业的核心资源分析
  - 4.2.7 动漫企业商业模式中的销售渠道分析
    - (1) 动漫产业发行销售渠道

- (2) 动漫影视作品销售方式
- (3) 动漫电影销售渠道
- 4.2.8 动漫企业商业模式中的重要伙伴分析
  - (1) 商业模式中重要伙伴的通用模型
  - (2) 动漫企业商业模式中的典型伙伴
- 4.3 中国动漫产业典型商业模式案例
  - 4.3.1 纵向一体化商业模式：奥飞动漫
    - (1) 奥飞动漫的发展路径
    - (2) 奥飞动漫的产品与定位
    - (3) 奥飞动漫商业模式简图
    - (4) 奥飞动漫的价值主张分析
    - (5) 奥飞动漫的关键业务分析
    - (6) 奥飞动漫的核心资源分析
    - (7) 奥飞动漫的重要伙伴分析
    - (8) 奥飞动漫的收入来源分析
    - (9) 奥飞动漫的客户关系分析
    - (10) 奥飞动漫的渠道网络分析
    - (11) 奥飞动漫的成本结构分析
  - 4.3.2 综合运营平台商业模式：万豪卡通
    - (1) 万豪卡通的发展路径
    - (2) 万豪卡通的产品与定位
    - (3) 万豪卡通商业模式简图
    - (4) 万豪卡通的价值主张分析
    - (5) 万豪卡通的收入来源分析
    - (6) 万豪卡通的关键业务分析
    - (7) 万豪卡通的核心资源分析
    - (8) 万豪卡通的重要伙伴分析
    - (9) 万豪卡通的客户关系分析
    - (10) 万豪卡通的渠道通路分析
    - (11) 万豪卡通的成本结构分析
  - 4.3.3 全产业链+多元化商业模式：华强文化科技集团
    - (1) 华强文化科技集团的发展路径
    - (2) 华强文化科技集团的发展战略
    - (3) 华强文化科技集团的业务体系
    - (4) 华强文化科技集团商业模式简图



- (5) 华强文化科技集团的价值主张分析
- (6) 华强文化科技集团的盈利模式分析
- (7) 华强文化科技集团的关键业务分析
- (8) 华强文化科技集团的核心资源分析
- (9) 华强文化科技集团主要客户分析
- (10) 华强文化科技集团的渠道通路分析
- (11) 华强文化科技集团经营状况分析

- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析

## 第五章：中国动漫产业典型企业商业模式评析

### 5.1 动画企业商业模式解析

#### 5.1.1 上海河马动画设计股份有限公司

- (1) 上海河马动画设计股份有限公司发展情况分析
- (2) 公司商业模式解剖
- (3) 公司商业模式评析

#### 5.1.2 广东原创动力文化传播有限公司

- (1) 广东原创动力文化传播有限公司分析
- (2) 公司商业模式解剖
- (3) 公司商业模式评析

#### 5.1.3 辰卡通集团有限公司

- (1) 公司发展基本情况分析
- (2) 公司商业模式解剖
- (3) 公司商业模式评析

#### 5.1.4 杭州宏梦卡通发展有限公司

- (1) 公司发展基本情况分析
- (2) 公司商业模式解剖
- (3) 公司商业模式评析

#### 5.1.5 环球数码媒体科技研究（深圳）有限公司

- (1) 公司发展基本情况分析
- (2) 环球数码商业模式解剖
- (3) 环球数码商业模式评析

#### 5.1.6 上海美术电影制片厂

- (1) 公司发展基本情况分析
  - (2) 公司商业模式解剖
  - (3) 美影厂商业模式评析
  - 5.2 动漫游戏企业商业模式解析
    - 5.2.1 完美世界（于2015年7月28日退市）
      - (1) 完美世界发展路径分析
      - (2) 完美世界商业模式解剖
      - (3) 完美世界商业模式评析
    - 5.2.2 苏州蜗牛
      - (1) 苏州蜗牛发展路径分析
      - (2) 苏州蜗牛商业模式解剖
      - (3) 苏州蜗牛商业模式评析
    - 5.2.3 腾讯科技
      - (1) 腾讯科技发展路径分析
      - (2) 腾讯科技商业模式解剖
      - (3) 腾讯科技商业模式评析
    - 5.2.4 上海盛大
      - (1) 上海盛大发展路径分析
      - (2) 上海盛大商业模式解剖
      - (3) 上海盛大商业模式评析
  - 5.3 动漫消费品企业商业模式解析
    - 5.3.1 动漫玩具企业：骅威股份
      - (1) 骅威股份发展路径分析
      - (2) 骅威股份商业模式解剖
      - (3) 骅威股份商业模式评析
    - 5.3.2 动漫服饰企业：美盛文化
      - (1) 美盛文化发展路径分析
      - (2) 美盛文化商业模式解剖
      - (3) 美盛文化商业模式评析
  - 5.4 动漫授权企业商业模式解析：广州艺洲人
    - 5.4.1 广州艺洲人发展路径分析
    - 5.4.2 广州艺洲人商业模式解剖
    - 5.4.3 广州艺洲人商业模式评析
- 第六章：中国动漫产业链发展困局与出路
- 6.1 动漫产业链结构分析

### 6.1.1 动漫产业链结构与流程

### 6.1.2 动漫产业链内主体企业

### 6.1.3 动漫产品的层次与结构

## 6.2 动漫产业链各环节运营状况

### 6.2.1 漫画制作：原创漫画几近空白

### 6.2.2 动画制作：以国家动画产业基地为主

### 6.2.3 动画播出：已有多个专门的卡通频道

### 6.2.4 图书出版及音像发行：发展阻力较大

### 6.2.5 手机动漫：以运营商基地为主

### 6.2.6 衍生品市场：开发不足，处在初级阶段

#### (1) 衍生品市场现状分析

#### (2) 衍生品市场前景分析

1) 我国人均玩具消费支出远低于世界主要国家

2) 人口结构的调整对婴童行业具有较大的影响

3) 亲子文化造成婴童用品需求“刚性”

4) 将超越美国成为全球最大的婴童消费市场

## 6.3 中国动漫产业链的困局

### 6.3.1 产业链缺失

### 6.3.2 动漫营销观念落伍

### 6.3.3 动漫产业的发行体系不健全

### 6.3.4 进口片的低价倾销导致国产片价格很低

### 6.3.5 缺乏人才

### 6.3.6 各环节中的问题

## 6.4 产业链困局的突破：商业模式打造

### 6.4.1 我国动漫企业亏本经营

### 6.4.2 动漫企业依靠政府补贴生存

### 6.4.3 动漫产业最大的利润来自于衍生品

### 6.4.4 动漫产业的成功需要行业成功的商业模式

## 第七章：中国动漫产业发展前景与投资建议

### 7.1 中国动漫产业发展前景分析

#### 7.1.1 中国动漫产业发展的新思路

#### 7.1.2 中国动漫产业发展的传统思路

##### (1) 传统发行渠道—电视台

##### (2) 传统发行渠道—院线

#### 7.1.3 中国动漫产业发展前景预测

(1) “IP为王”的时代

(2) 全产业链布局

7.2 中国动漫产业投资发展建议

7.2.1 中国动漫产业投资领域建议

(1) 动漫产业链不同环节投融资建议

(2) 不同类型动漫企业投融资建议

7.2.2 中国动漫产业投融资运作建议

(1) 重点关注手机新媒体

(2) 关注政策动态，挖掘新的投资渠道

(3) 大力开发动漫衍生产品

图表目录

图表1：《动漫企业认定管理办法》对动漫企业的界定

图表2：中国动漫产业发展历程简介

图表3：2009-2015年中国动漫产业相关政策

图表4：广电总局推动国产动漫产业发展的措施

图表5：广电总局扶持国产动画电影的9条政策

图表6：2009-2015年GDP和各产业累计同比实际增速

图表7：2009-2015年社会消费品零售总额同比增速

图表8：2009-2015年城镇登记失业率走势

图表9：2011-2015年全国居民人均收入增长情况（单位：元，%）

图表10：全球动漫产业竞争格局简析

图表11：迪士尼品牌价值链

图表12：迪士尼产业架构

图表13：全球历史票房收入排名前100名的电影各制片商占比（单位：%）

图表14：迪士尼在电影历史Best-seller榜（DVD，VHS，蓝光等各种主流媒介）中排名（单位：个）

图表15：迪士尼动漫影视作品所获荣誉

图表16：2009-2015年迪士尼消费品业务各分部收入（单位：百万美元）

图表17：迪士尼商业模式简图

图表18：2009-2015年迪士尼公司影视娱乐业务收入（单位：百万美元）

图表19：2009-2015年迪士尼公司主题公园及度假村业务各分部收入（单位：百万美元）

图表20：迪士尼关键业务

图表21：2015年迪士尼公司各分部收入（单位：百万美元）

图表22：皮克斯发展路径

图表23：皮克斯后期制作过程

图表24：梦工厂的发展路径

图表25：梦工厂部分成功作品（单位：亿美元）

图表26：梦工厂竞争优势

图表27：孩之宝的产业链

图表28：孩之宝玩具游戏品牌

图表29：孩之宝关键业务

图表30：2009-2015年中国动漫产业总产值情况（单位：亿元，%）

图表31：中国动漫产业链主要形态

图表32：当前中国动漫行业主流商业模式

图表33：2010-2015年中国动漫衍生品规模（单位：亿元）

图表34：包含互联网基因的中国动漫产业

图表35：截至2015年底中国动漫产业优秀作品人气表现

图表36：2015年Q1中国动漫产业国产动画用户规模前十（单位：万人，万小时）

图表37：2013-2015年中国动漫产业“国产动漫”百度指数变化趋势（单位：亿元，%）

图表38：国产电视动画片生产总数量及增长率情况（单位：部，%）

图表39：国产电视动画片生产总时长及增长率情况（单位：分钟，%）

图表40：2015年中国原创电视动画片生产十大企业排名（单位：部，分钟）

图表41：2015年全国原创电视动画片生产十大省区（单位：部，分钟）

图表42：2015年各月备案公示国产动画片（单位：部）

图表43：中国国产动漫电影票房占比（单位：亿元，%）

图表44：票房超过5000万国产动漫电影数量（单位：部）

图表45：截至2015年底全年内地动画电影和国产动画电影票房TOP10（单位：万元）

图表46：2016-2022年中国国产电视动画片产量预测（单位：万分钟）

图表47：2015年国产动画片备案题材变化情况（单位：部）

图表48：2014年动漫杂志市场占有率分布图（单位：%）

图表49：2013-2014年动漫杂志销售指数

图表50：2012-2014年当当网中国内地漫画销量榜前20名

图表51：中国主要漫画杂志厂商竞争格局

图表52：中国漫画杂志行业发展特点简析

图表53：2015年中国各大漫画展会

图表54：2009-2015年中国网络游戏市场规模（单位：亿元，%）

图表55：中国网络动漫市场发展特点简析

图表56：中文动漫类代表网站的主要内容

图表57：主要中文动漫类网站的优势内容和流量分析

图表58：主要中文动漫类网站运营状况

图表59：中国动漫网站100强

图表60：中国不同类别动漫网站市场份额（单位：%）

图表61：中国不同动漫网站地区分布（单位：%）

图表62：中国网络动漫市场实力矩阵分布

图表63：有妖气漫画主要发展历程

图表64：腾讯动漫主要发展历程

图表65：咪咕动漫主要发展历程

图表66：爱动漫主要发展历程

图表67：2009-2015年我国网民规模及普及率情况（单位：万人，%）

图表68：手机漫画产业链

图表69：手机动画价值链

图表70：2009-2015年我国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表71：2014-2015年8月移动宽带用户当月净增数和总数占比情况（单位：万户，%）

图表72：对手机动漫的感兴趣程度——地区分布（单位：%）

图表73：对手机动漫的感兴趣程度——年龄分布（单位：%）

图表74：接触哪类的手机动漫

图表75：手机动漫的使用习惯

图表76：对手机动漫杂志的评价

图表77：对手机动漫动画的评价

图表78：对手机动漫形象DIY的评价

图表79：对手机动画游戏的评价

图表80：中国动画片的的结构分析

图表81：中国动画片的三种商业模式

图表82：三种不同商业模式的经营导向

图表83：三种不同商业模式的动画片情况

图表84：动漫企业商业模式常用的价值主张要素

图表85：动漫衍生品类型分类

图表86：主要动漫消费品企业的产品定位

图表87：量化衍生商品主要特点

图表88：优化衍生商品主要特点

图表89：我国动漫产业的市场结构与收入结构

图表90：“文化产业化”与“产业文化化”模式示意图

图表91：中国动漫产业文化产业化实际发展中的问题

图表92：中国动漫产业产业文化化实际发展中的问题

图表93：动漫企业两种盈利模式的特点

图表94：创意产业价值链

图表95：政府对动漫产业投资的方式

图表96：播出机构参与动漫投资的情况分析

图表97：产业外资本投资动漫产业的方式

图表98：动漫企业银行融资困难的企业层面

图表99：动漫企业银行融资困难的产业层面

图表100：动漫企业银行融资困难的制度层面

图表101：动漫企业银行融资困难的银行层面

图表102：动漫企业商业模式中的通用关键资源分析

图表103：全国动漫电视媒体的金字塔结构

图表104：国内主流动漫电视媒体的比较

图表105：手机作为动漫类产品运营载体的优势

图表106：中国动漫产品海外发行需注意的问题

图表107：合作伙伴通用模型

图表108：奥飞动漫20年发展历程

图表109：奥飞动漫产业布局上初具迪士尼雏形

图表110：奥飞动漫战略转型过程

图表111：奥飞投资入股时间表

图表112：奥飞动漫构建平台型运作体系发挥板块间协同效应

图表113：奥飞动漫的业务将覆盖更多年龄段群体

图表114：奥飞旗下动漫IP知名度较高

图表115：奥飞动漫已拥有多种类型、覆盖广泛的动漫品牌

图表116：2015年第四季度中国动漫指数TOP20

图表117：奥飞动漫商业模式简图

图表118：奥飞动漫的企业文化与价值使命

图表119：2014-2015年奥飞动漫动漫影视类收入情况（单位：万元，%）

图表120：2014-2015年奥飞动漫动漫影视类占总收入比例（单位：%）

图表121：2014-2015年奥飞动漫电视媒体类业务收入与毛利率（单位：万元，%）

图表122：“巴啦啦小魔仙”在《爱看动漫乐园》动画排行榜排名居首

图表123：玩具收入（包括动漫与非动漫玩具）是目前奥飞动漫最大的营收来源（单位：%）

图表124：2014-2015年奥飞动漫玩具销售类业务收入与毛利率（单位：%）

图表125：2012-2015年爱乐游游戏业务情况（单位：万元，%）

图表126：2011-2015年方寸科技营业利润情况（单位：千元）

图表127：奥飞动漫品牌授权模式

图表128：奥飞动漫的授权衍生产品

图表129：“澳贝”产品在亚马逊销售排行榜前十中占据九席（依据销售量排名）

图表130：2013-2015年奥飞动漫其他婴童用品类营业收入情况（单位：亿元，%）

图表131：改革公报中针对文化产业的相关举措

图表132：奥飞旗下的动漫IP量远超过其他竞争对手

图表133：奥飞动漫部分创作团队在全国的分布情况

图表134：奥飞动漫的国际化战略积极推进

图表135：海外动漫企业纷纷嫁接中国市场

图表136：奥飞动漫与“孩之宝”达成战略合作

图表137：奥飞动漫与迪士尼在消费品授权领域展开合作

图表138：2015年奥飞动漫收入来源结构（单位：%）

图表139：奥飞已构建全方位媒体宣发渠道网络

图表140：奥飞动漫国内已打造较为成熟的渠道体系

图表141：奥飞动漫渠道销售架构（单位：%）

图表142：2015年奥飞动漫成本结构（单位：%）

图表143：万豪卡通的发展历程

图表144：万豪卡通的动画作品

图表145：万豪卡通商业模式简图

图表146：万豪卡通的主营业务及增值业务

图表147：华强文化科技集团的发展路径

图表148：华强文化科技集团业务体系图

图表149：华强文化科技集团的商业模式简图

图表150：华强文化科技集团价值主张图

图表151：华强文化科技集团文化科技主题公园布局图

图表152：2015年华强文化科技集团主要客户分析（单位：万元）

图表153：2012-2015年华强文化科技集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表154：2011-2015年华强文化科技集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表155：2015年华强文化科技集团股份有限公司分产品情况表（单位：万元，%）

图表156：2012-2015年华强文化科技集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表157：2012-2015年华强文化科技集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表158：2012-2015年华强文化科技集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表159：上海河马动画设计股份有限公司基本信息表

图表160：上海河马动画设计股份有限公司商业模式简图

图表161：广东原创动力文化传播有限公司基本信息表

图表162：广东原创动力文化传播有限公司商业模式简图



- 图表163：三辰卡通集团有限公司基本信息表
- 图表164：三辰卡通集团商业模式简图
- 图表165：杭州宏梦卡通发展有限公司基本信息表
- 图表166：杭州宏梦卡通发展有限公司商业模式简图
- 图表167：环球数码媒体科技研究（深圳）有限公司基本信息表
- 图表168：环球数码媒体科技研究（深圳）有限公司商业模式简图
- 图表169：上海美术电影制片厂基本信息表
- 图表170：上海美术电影厂商业模式简图
- 图表171：2012-2014年完美世界经营数据（单位：百万美元，%）
- 图表172：完美世界商业模式要素分析
- 图表173：广州艺洲人的品牌管理
- 图表174：广州艺洲人的商品授权发展路径
- 图表175：广州艺洲人的商品授权
- 图表176：广州艺洲人商业模式简图
- 图表177：动漫产品层次
- 图表178：动漫衍生产品种类
- 图表179：2010-2015年中国手机动漫产业市场规模（单位：亿元）
- 图表180：2010-2015年我国动漫产业主要衍生品市场规模（单位：亿元）
- 图表181：2015年全球玩具消费额主要构成（单位：%）
- 图表182：2015年我国家庭平均玩具消费支出远低于世界主要国家（单位：美元）
- 图表183：1980-2030年我国少儿抚养比变化趋势图（单位：%）
- 图表184：联合国对中国儿童人口数量测算
- 图表185：我国多个地区的人均GDP已远超5000美元（单位：元）
- 图表186：国内外婴童消费结构比较（单位：%）
- 图表187：1990-2020我国婴童市场发展预测
- 图表188：动漫的新媒体发行渠道
- 图表189：互联网对动漫行业需求影响
- 图表190：中国动漫传统媒体渠道
- 图表191：全国卡通频道结构
- 图表192：全国卡通频道收视率分布
- 图表193：典型卡通频道动画播放与收视比率
- 图表194：我国电影发行渠道情况描述
- 图表195：动漫行业上游IP源头
- 图表196：2015年北美漫画市场规模（单位：百万美元）
- 图表197：2015年北美漫画市场份额（单位：%）

图表198：2015年主要网文站用户覆盖率（单位：%）

图表199：1994-2012年美国电影平均每部预算（单位：百万美元）

图表200：1993-2012年美国主要制作方年发行数量（单位：百万美元）

图表201：2015年7-12月《大圣归来》百度指数

图表202：2015年7-12月《大圣归来》新浪指数

图表203：漫威著名IP

图表204：漫威盈利能力—以《钢铁侠》为例

图表205：迪士尼若干收购后拥有的IP版图

图表206：漫威受众画像—年龄

图表207：漫威受众画像—性别

图表208：超能陆战队中出现各种迪士尼彩蛋，包括次年的电影

图表209：2006-2015年北美动漫产业规模（单位：亿美元）

图表210：1996-2015年日本动漫产业规模（单位：亿日元）

图表211：日本动漫制作委员会制度

图表212：Fate/Zero动画版片头出现的制作委员会名单

图表213：日本动漫产业链

图表214：日美公司净利润、销售额、市值对比（蓝色为日企，橘色为美企）（单位：亿日元，兆日元）

图表215：北美漫画市场规模（单位：百万美元）

图表216：迪士尼业务分类

图表217：迪士尼商业模式

图表218：迪士尼业务发展与并购史

图表219：1981-2014年迪士尼发展历程（单位：百万美元，%）

图表220：1957年华特迪士尼公司业务规划

图表221：全产业链布局优势分析

图表222：2000-2013年迪士尼产品在不同窗口间的转化速度（单位：天）

图表223：迪士尼轮次收入模式

图表224：2001-2014年迪士尼部分营业利润率（单位：%）

图表225：奥飞动漫的动漫玩具和非动漫玩具毛利率对比（单位：%）

图表226：悠悠球淘宝指数

图表227：迪士尼动漫多轮开发模型测算—以《冰雪奇缘》为例

图表228：《十万个冷笑话》全产业链开发过程

图表229：《十万个冷笑话》相关作品

图片详见报告正文•••••（GYLX）

特别说明：中国报告网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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/241153241153.html>