

2018-2024年中国动画设计产业市场发展需求调研 与投资价值前景评估报告

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《2018-2024年中国动画设计产业市场发展需求调研与投资价值前景评估报告》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/311266311266.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

伴随着社会信息化程度的不断提高和新媒体技术的广泛运用，数字媒体在社会中的使用范围日益扩大。在这一背景下，在动画设计领域充分发挥数字媒体的艺术感，从而提升动画设计的质量，也成为值得探讨的内容。据此，笔者对于动画设计中数字媒体的重要性所作出的分析，也便具有了深刻的现实意义。

一、数字媒体的相关概述 1、数字媒体的含义

数字媒体是指通过二进制数的方式实现记录、传播、获取、处理等过程的信息载体，其中的载体包含数字化的文字、图像、图形、视频影像、声音、动画等感觉媒体，以及能够表示这些感觉媒体的表示媒体（编码）等（以上这些内容被统称为逻辑媒体），通常还包括存储、传输、显示逻辑媒体的实物媒体。而狭义上的感觉媒体主要指数字化的声音、动画、图像等。

数字媒体可以简要分为以下几类：其一，感觉媒体类。此类媒体是指人的感觉器官能够接受并对其产生作用，从而使人们能够获取嗅、味、视、听、触等感觉的媒体。其二，显示媒体类。该类媒体主要是能够对感觉进行显示的设备，显示的设备又可以划分为输入型的设备类与输出型的设备类。输入型的显示媒体主要有摄像机、键盘、光笔、话筒等，而输出型的显示媒体有打印机、显示器、扬声器等。输出型的媒体结构能够完成电信号与感觉媒体之间的转换任务。其三，表示媒体类。该类数字媒体指的是将感觉媒体的传送作为主要工作内容，从而研究出的一项新媒体。表示媒体不仅能够对感觉媒体实现高效的存储处理，还能够保证该媒体从一端传送到另一处的准确性与及时性，包括图像编码、语言编码、条形码、文本编码在内的信息都能够得到有效传输。其四，传输媒体类。该类数字媒体是指在信号传输过程中的物理载体，有双绞线、电磁波、同轴电缆等。其五，存储媒体类。该类数字媒体指的是能够对感觉媒体在数字化后的信息代码予以储存的媒体，常见的种类有U盘、光盘、纸张等。

2、数字媒体艺术的内容

数字媒体艺术是在数字媒体基础上形成的一种能够跨越自然科学、人文科学与社会科学综合性艺术。数字媒体艺术主要展现了人文、艺术与科学三者的完美结合，所以研究数字媒体艺术同动画设计的结合方法是促进动画产业与数字媒体发展的必由之路。

数字媒体艺术通过将传媒技术与数字技术优化整合，从而实现了两项技术质的飞跃，它是对人们艺术思想与理想思维相互结合的集中展现，这种艺术性的魅力与先进的技术表现手段能够在动画设计过程中得到更好的保持和落实。数字媒体艺术因此成为包括动画设计在内的艺术设计中蕴含巨大潜力与活力的成分。数字媒体艺术最为显著的特征在于能够利用电脑美术的方法完成数字绘画艺术。数字媒体艺术在数字技术与数字媒体相互结合时，不仅实现了视觉艺术的创造，同时这种新型的艺术表现形式也是对艺术与科技的突出表现。这些核心特征也成为艺术设计与计算机设计相互结合的重要内容，继而真正实现了电子媒体或数字

媒体作用的广泛展现。

3、动画设计的具体内容 动画设计的内涵在不同时期表现为不同的内容，动画的发展经历过几个不同阶段，最早的动画指的是魔术幻灯时期的动画原型，这种动画的演绎主要是依靠光照的物理反应与手工的“动画”从而实现播放的效果。接着，人们发现幻灯同动画之间的联系，便把这种连续的形象进行重叠，从而形成了动画的基础形态，一旦动画纸张被迅速交叠移动，就会给观众带来动的视觉感受。再加之发明家爱迪生于19世纪末创造出记录仪器，从而可以对动画内容进行放映，这便使动画的发展具有了坚实的技术基础。随着科学技术的飞跃式发展，动画内容变得更加丰富，并且动画设计的方式也变得更加多元化，数字媒体的产生更是将动画设计推向了一个前所未有的高峰。在动画设计实践过程中，工作人员需要将动画的特点与数字媒体艺术的内容需求相结合。我国的动画作品所具有的特点包含以下几个方面：

图：动画制作步骤

第一，假定性的特征。在动画设计中，由于动画最终需要依靠现实基础进行升华演绎，所以动画作品所呈现出的角色、剧情和时空场景等都有可能是为了创作而虚构出来的，有些基于历史故事或历史事件创作的动画也会为了艺术观赏性更强，而需要进行二次创作，这样才能使动画作品的内容更加鲜活、生动。所以，注意动画作品的主题性表达，凸显作品的中心内涵，成为动画设计人员在工作中所不可忽视的内容。

第二，极简性和夸张性的特征。首先，动画作品的剧情、造型等内容都需要创作者进行较为严格的尺度把握，通常来说注重造型与剧情内容的简单化主要是为了使制作流程顺畅，从而保障动画的内容质量。再者，夸张性也是优秀的动画设计必不可少的条件，夸张的设计不仅能够使动画作品的幽默感得到提高，还通常会使动画作品具有更大的张力，也更容易引发观众的情感共鸣。除此之外，我国的动画作品中最具特色的取材往往来源于中国民间故事、神话传说、科幻想象等。所以，夸张的动画设计不仅能够增强整个动画所要展现的表达效果，还会使动画作品更加富有内涵。

第三，综合性的特征。具有中国特色的动画作品囊括了文学、音乐、舞蹈、戏曲等诸多内容。借助其他多种艺术形式提高动画作品的品质，也成为在动画设计中融入数字媒体艺术的题中之义。

二、数字媒体艺术在动画设计中的重要性 1、数字媒体艺术的重要性

数字媒体艺术在动画设计中的重要性主要体现在以下几个方面： 第一，数字媒体艺术在动画设计中的运用推动了动画效果艺术性的提升。数字媒体艺术有着较大的技术优势，创作者利用该项技术同动画设计的工作内容相互统一，能够对脑海中天马行空的想象予以最大限度的还原，同时，这种创作往往会生发出巨大的艺术价值，使观众既可以观看到先进的技术手段，还能从中感受到作品的美感和价值。

第二，将数字媒体艺术与动画设计相结合，能够更好地运用先进的技术完成对于动画

设计的升级。在科学技术不断进步的当下，手绘动画作品已经无法满足动画产业的发展需要，所以动画设计的改革势在必行。当下CG技术的出现使人们的创造力与想象力能够在CG中得到更为具象的体现，这种技术创新也为动画设计工作注入了新的内涵。以迪士尼动画为例，迪士尼公司利用三维动画的方式对动画人物的形态、表情、动作等进行更为深刻的刻画，多样因素的引入也为设计人员的创作提供了更为广阔的想象空间，从而使动画作品更加具有吸引力。

第三，数字媒体艺术同动画设计相结合成为当前动画产业发展的潮流趋势。在美国，研究数字媒体艺术与动画媒体相互融合的具体方法成为了研究热点。应用数字媒体艺术创作的动画作品获得了观众的认同与好评，也使动画产业与数字媒体在商业市场中获得了巨大成功，这也为我国的动画产业发展带来重要启示。只有将动画设计与数字媒体艺术尽善尽美地结合起来，才能顺应时代的发展潮流，才能创造出更加具有中国特色的优秀动画作品，从而实现口碑与效益的双丰收。

2、数字媒体艺术在动画设计中的运用方法

要实现将数字媒体艺术融入动画设计，关键要从以下方面予以把握：

第一，增强数字媒体艺术对于动画设计中细节部分的刻画。数字媒体艺术的内容是极为丰富的，动画设计的步骤与内容也是较为复杂的，如动画背景、平面构成、分镜头脚本、三维动画等。所以，在动画设计中应用数字媒体艺术要避免出现违和感，以致动画作品最后的效果不佳。动画创作者在利用数字媒体艺术完成动画设计的实践中需要更加重视对于每个细微之处的精细掌控，只有高质量地完成每个步骤与环节，才能使整部动画作品的质量得到保障。

第二，提高数字媒体的核心软件技术功能。在利用数字媒体艺术完成动画设计过程中会使用一些核心软件或先进设备，如在动画设计中应用专业的漫画绘画软件等。将这些软件与设备的优势最大限度地发挥出来，利用有效、合理的资源，则能够满足打造动画美感的多项要求。

三、结语

加强动画设计领域有关数字媒体的艺术重要性研究，有利于新媒体同动画行业之间的融合，从而保障动画设计的艺术性要求，同时，这种相互促进的新兴发展方式也能够为动画产业与新媒体艺术的互相成就、共同提高打下坚实的基础。因此，只有不断强化动画设计与数字媒体艺术的融合方法研究，并且将探索得到的宝贵经验积极运用于动画创作实践中，才能促进我国的动漫产业与新媒体行业等信息产业获得更为巨大的进步。观研天下发布的《2018-2024年中国动画设计产业市场发展需求调研与投资价值前景评估报告》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。

【报告大纲】

第一章2016-2017年中国动画设计行业发展概述

第一节2016-2017年动画设计行业发展情况概述

一、动画设计行业相关定义

二、动画设计行业基本情况介绍

三、2016-2017年动画设计行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国动画设计行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、动画设计行业产业链条分析

三、2016-2017年中国动画设计行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国动画设计行业生命周期分析

一、动画设计行业生命周期理论概述

二、2017年动画设计行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年动画设计行业经济指标分析

二、2016-2017年动画设计行业的赢利性分析

四、2016-2017年动画设计行业的经济周期分析

三、动画设计行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年国中动画设计行业进入壁垒分析

一、动画设计行业技术壁垒分析

二、动画设计行业规模壁垒分析

三、动画设计行业品牌壁垒分析

四、动画设计行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球动画设计行业市场发展现状分析

第一节 全球动画设计行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球动画设计行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲动画设计行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲动画设计行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲动画设计行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年亚洲动画设计行业市场前景分析
- 四、2018-2024年亚洲动画设计发展趋势分析

第四节2016-2017年北美动画设计行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美动画设计行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美动画设计行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年北美动画设计行业市场前景分析
- 四、2018-2024年北美动画设计行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟动画设计行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟动画设计行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟动画设计行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年欧盟动画设计行业市场前景分析
- 四、2018-2024年欧盟动画设计行业发展趋势分析

第六节2018-2024年世界动画设计行业分布走势预测

第七节2018-2024年全球动画设计行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲动画设计行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美动画设计行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟动画设计行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国动画设计产业发展环境分析

第一节6-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节6-2017年中国动画设计行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节6-2017年中国动画设计产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章2016-2017年中国动画设计产业运行情况

第一节 中国动画设计行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节2016-2017年中国动画设计行业市场规模分析

第三节2016-2017年中国动画设计行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2016-2017年中国动画设计行业价值情况分析

三、2016-2017年中国动画设计行业区域分布情况

第四节2016-2017年中国动画设计行业需求情况分析

一、2016-2017年中国动画设计行业需求分析

二、2016-2017年中国动画设计行业需求区域分布

第四节2018-2024年中国动画设计行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国动画设计市场格局分析

第一节2016-2017年中国动画设计行业竞争现状分析

一、中国动画设计行业竞争情况分析

二、中国动画设计行业主要品牌分析

第二节6-2017年中国动画设计行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国动画设计行业存在的问题

第四节2016-2017年中国动画设计行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国动画设计行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国动画设计市场价格走势分析

第一节2016-2017年动画设计行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节2016-2017年中国动画设计行业价格现状分析

一、2016-2017年动画设计行业平均价格走势回顾分析

二、2018年动画设计行业平均价格走势预测

第三节2018-2024年中国动画设计行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2024年中国动画设计行业平均价格走势预测

三、2018-2024年中国动画设计行业平均价格增速预测

第七章2016-2017年中国动画设计行业区域市场现状分析

第一节2016-2017年中国动画设计行业区域市场规模分布

第二节2016-2017年中国华东地区动画设计市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2016-2017年华东地区动画设计市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2016-2017年华中地区动画设计市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2016-2017年华南地区动画设计市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2016-2017年华北地区动画设计市场规模分析

第八章2016-2017年中国动画设计行业竞争情况

第一节2016-2017年中国动画设计行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国动画设计行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国动画设计行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国动画设计所属行业数据监测

第一节 中国动画设计所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国动画设计所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国动画设计所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国动画设计行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国动画设计行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国动画设计行业未来发展前景分析

一、2018-2024年行业国内投资环境分析

二、2018-2024年中国动画设计行业市场机会分析

三、2018-2024年中国动画设计行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国动画设计行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国动画设计行业市场发展预测

一、2018-2024年中国动画设计行业市场规模预测

二、2018-2024年中国动画设计行业市场规模增速预测

三、2018-2024年中国动画设计行业产值规模预测

四、2018-2024年中国动画设计行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国动画设计行业盈利走势预测

一、2018-2024年中国动画设计行业毛利润同比增速预测

二、2018-2024年中国动画设计行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2024年中国动画设计行业投资风险与营销分析

第一节2018-2024年动画设计行业投资风险分析

一、2018-2024年动画设计行业政策风险分析

二、2018-2024年动画设计行业技术风险分析

三、2018-2024年动画设计行业竞争风险分析

四、2018-2024年动画设计行业其他风险分析

第二节2018-2024年动画设计行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2024年动画设计行业经营模式

二、2018-2024年动画设计行业生产模式

三、2018-2024年动画设计行业销售模式

第三节2018-2024年动画设计行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国动画设计行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国动画设计行业品牌战略分析

- 一、动画设计企业品牌的重要性
- 二、动画设计企业实施品牌战略的意义
- 三、动画设计企业品牌的现状分析
- 四、动画设计企业的品牌战略
- 五、动画设计品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国动画设计行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2024年中国动画设计行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章2018-2024年中国动画设计行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国动画设计行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国动画设计行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年动画设计行业营销模式
- 二、2018-2024年动画设计行业营销策略

第三节2018-2024年中国动画设计行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国动画设计行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国动画设计行业投资产品分析

图表详见报告正文

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着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/311266311266.html>