

2018-2024年中国动漫衍生品行业市场现状深度调研与投资前景规划预测报告

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年中国动漫衍生品行业市场现状深度调研与投资前景规划预测报告》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/311439311439.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

近年来，我国动漫产业发展迅猛，国产动画片数量不断增加，从 2001 年的不足 2000 万分钟到 2015 年超过 200000 万分钟，从不足 20 部增加到超过 400 部，动漫业总产值从 2010 年的 470.84 亿元到 2015 年的突破 1200 亿。其中，播映市场和衍生品市场产值增加迅速，而衍生品市场收入增长率大于播映市场收入增长率。就全球而言，动漫衍生品产业产值超过 5000 亿美元，2015 年中国动漫衍生品产业产值达 380 亿元左右。

一、动漫、动漫产业和动漫衍生品产业的关系

（一）动漫、动漫产业和动漫衍生品产业的相关概念

动漫的概念在不同的国家都有不同的解释。在我国，动漫是动画和漫画的合称和缩写。华文圈较多地习惯性将动画（animation）、漫画（comic）、游戏（game）三者合称作 ACG，或加上轻小说（novel）合称为 ACGN。日本不使用 ACG 这个词，较常使用的类似概念有 MAG（マグ），即 Manga（漫画）、Anime（动画）、Game（游戏）之缩写。日本的爱护者间常用二次元来代指一系列的动漫文化（包括轻小说，手办等）。一般则以オタク文化（otaku/御宅文化）泛指相关领域次文化、オタク产业指相关领域业界。另外，英语 cartoon 的中文音译“卡通”，也是漫画与动画的合称，但有时特指是美国式动画。

动漫产业是以动画、漫画为表现形式，包含动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫新品种等动漫直接产品的开发、生产、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。

图：动漫产业链的挖掘价值

动漫衍生品则是以动画、漫画中的原创人物形象为基础，经过专业的动漫卡通衍生品设计师的精心开发、设计的各种可供销售的服务和产品，这类产品可以是具体的实体，也可以是抽象的。动漫衍生品产业即指提供这些相关服务和商品的产业。中国动漫衍生品市场规模呈现连年扩大的趋势，如何从该产业自身阻碍因素出发，提出合理可行的对策，对我国动漫衍生品产业的发展有着重要的作用和意义。

（二）动漫、动漫产业和动漫衍生品产业的关系

动漫是动漫产业的核心，通过原创制作后的动漫作品以图书、电影、电视剧等方式进

入播放市场，获得其基本的价值；动漫衍生品产业作为动漫产业的衍生，通过更广阔的方式将动漫产品的附加值全部挖掘，是动漫产业的获利关键点。动漫产业则是衍生品产业的基础，衍生品产业是动漫产业的一个部分，不仅能为动漫产业带来收益还能促进动漫产业的发展。

二、发展我国动漫衍生品产业的意义

我国动漫产业在国家的政策和资金的扶持下不断发展，动漫作品数量逐渐增加、质量不断提高。随之而来的庞大的衍生产品消费群体和旺盛的国内衍生产品消费需求也刺激了我国衍生品产业的发展，部分传统产业如服装产业和玩具产业与动漫衍生品产业合作发展，取得了令人满意的经济效益。《2010~2015年中国动漫产业投资分析及前景预测报告》显示，中国儿童玩具每年的销售额为200亿元人民币左右，儿童服装每年的销售额达900亿元人民币以上，这些产品开发不仅可为动漫衍生品，还可为其他产业的发展挖掘新的经济增长点。由此可见，我国动漫衍生品产业拥有巨大的发展空间。且动漫衍生品产业涉及众多品种、范围广泛、生命力长，对发展动漫产业也有举足轻重的作用。

三、我国动漫衍生品产业的发展现状

近年来，我国动漫产业和动漫衍生品产业发展迅速，2010年到2015年，动漫产业总产值从470.84亿元增加到1200亿元，增加了729.16亿元。其中，动漫衍生产品的产值增加量从2010年的24亿元发展为2015年的85亿元，动漫衍生产品的市场收入已大于播映市场的收入，2015年多119亿元。说明衍生产品有很大的市场潜力，需要加大多衍生产品市场的开发。

而我国动漫衍生品产业中，动画占衍生品的市场规模为51%，仍占动漫衍生品市场规模的主导；其次是16%的服装，再者是29%的其他，最后是4%的出版物。这说明动漫衍生品产业各行业发展参差不齐，对衍生品产业的开发力度不够，动漫衍生产品单一，市场已开发的衍生品产品多限于传统的服装和出版作品，没有深入挖掘其他产品和服务，没有充分开发衍生品产业。同时，动漫衍生品市场规模不断扩大，衍生品内容不断丰富，完整的动漫衍生品产业链初步形成。

（一）动漫衍生品市场内容和规模不断完善

随着我国经济的发展以及消费群体的不断扩大，动漫衍生品消费者的消费能力也在不断的提升。动漫衍生品内容不断丰富，市场规模呈现逐年扩大的势态。从动漫的制作到影视

和书籍的传播、网络动漫、游戏动漫到玩具、食品、日用品等诸多衍生品产业，动漫衍生品产业链在逐步完善中。不过目前，动漫玩具仍是动漫衍生产品中最重要的获利项目，占到了中国动漫衍生品整体市场的一半以上。

（二）动漫衍生品产业推广方式多样化

动漫衍生品市场规模的扩大和利润的增加离不开动漫衍生品产业的推广。传统的方式多为电视广告，杂志广告和漫迷之间相互推广，这些方式虽在一定程度上推广了动漫衍生品产业，但也存在很多局限，比如时间滞后，内容不完整；再者由于不同漫迷对产品的喜爱程度不同，对产品的选择倾向会有偏爱等等，这些都不利于产业的推广。如今，随着科技的发展，网络的更新换代和普及程度的提高，推广的方式逐渐多样化。通过网络，我们可以在贴吧、论坛、微博等及时信息平台中了解动漫衍生品和衍生品产业；我们可以通过视频、真人COS活动直观的了解动漫衍生品。以ChinaJoy为例，作为中国最大的数码互动展会，其中除了数码和游戏产品及真人cos展之外，也包括中国国际动漫及衍生品展览会；漫迷可以实地参加，再现动漫内容和人物，对于喜欢的动漫人物的服装、配饰及其他的，都会考虑收藏。展会在动漫与漫游的互动和动漫衍生品的推广中发挥了重要作用。

四、我国动漫衍生品产业发展中存在的问题

（一）产业认识不充分

国内对动漫衍生品产业认识不足、开发不足、没有形成完整的产业链。大部分动漫企业的重心都集中在动漫产业上，重视动漫的原创、制作、生产、播放、获利。并没将动漫形象的授权和衍生品的开发整合为一个产业链，没有充足的资金投入动漫衍生品的开发，致使开发层次浅显，多集中为玩具、文具、儿童服饰等低端的消费领域，实际上可与动漫衍生品产业黏合的有很多，包括电子游戏嫁接、主题公园、数码产品的造型和设计等等。动漫产业与动漫衍生品产业脱节，没有完善而系统的产业链。

（二）对原创著作保护力度不够

原创著作保护不到位，盗版、山寨产品大行其道。版权问题是动漫产业链各个环节联系的关键，而版权交易机制不完全以及盗版侵权已经严重阻碍我国动漫衍生品产业的开发。盗版和山寨企业以市场现存的原创产品为基础，通过变换部分产品名称、使用方式、产品外包装或者产品的功能，大批量生产，这些变形产品大多价格低廉，阻碍了原创产品的市场推广和销售，对衍生品产业的发展是致命的阻碍。

（三）消费群体的发掘力度不足

没有深层次挖掘潜在的消费群体。现阶段，大多衍生品还集中在儿童产品：儿童刊物，儿童玩具，儿童服装等市场。而广大的青年和成年漫迷的消费能力高于儿童消费群体，消费选择力也强于儿童消费群体，对这部分消费群体的挖掘却严重不足。

（四）专业技术人员和推广平台缺乏

我国动漫衍生品产业缺乏专业技术人员和专门的推广平台。提起日本，我们会想到众多优秀的动漫作者和广受欢迎的动漫作品；提起欧美，我们会想到迪斯尼、梦工厂。而两者的共同点都是拥有专业的技术人员，专业的技术，丰富的人才资源，完整的人才体系。我国也拥有优秀的动漫衍生品开发和设计人才，众多的衍生品工作室，但是总体来说人员数量不足，工作室普及度低，不利于动漫衍生品产业的全面发展。

五、促进我国动漫衍生品产业发展的对策

（一）产业认识方面

国内对动漫衍生品产业认识不足、开发不足、没有形成完整的产业链。动漫企业的重心应当由集中在动漫产业上重视动漫的原创、制作、生产、播放、获利，逐渐转移至动漫形象的授权和衍生品的开发整合，逐步形成完整的产业链。加大对动漫衍生品产业的资金投入，包括对衍生品的开发投入，由玩具、文具、儿童服饰等低端的消费领域逐渐向高端领域的开发。同时，加强动漫衍生品产业也其他产业的黏合，包括电子游戏嫁接、主题公园、数码产品的造型和设计等等。

（二）知识产权保护方面

版权问题是动漫产业链各个环节联系的关键。知识产权的保护观念和保护行为在我国正在逐渐深入，但是目前的知识产权保护形势仍然严峻，知识产权保护意识薄弱，专利申请、授用情况不容乐观，虽有不断完善的产权保护法律体制，但是执行力度没有完全的匹配。

（三）人才培养方面

要发展我国动漫衍生品产业，拥有专业的技术人员，丰富的人展，加大这方面人才的培养和推广平台的开发就是重中之重。

（四）消费群体的发掘方面

首先应该对消费群体进行划分，针对不同群体采用不同的发掘方式。我国动漫衍生品消费群体主要可以划分为三类。第一类是儿童消费群体。儿童对动漫的喜爱是其选购衍生品的直接出发点，对儿童消费群体的发掘应多从儿童本身以及动漫作品出发。第二类是青少年消费群体。青少年群体就儿童消费群体而言有更广的选择范围，他们可以通过网络、电视等渠道获取动漫信息，选择不同的动漫衍生品。对青少年消费群体的发掘应从质量、价格和衍生品的制作方面入手，加大衍生品信息的推广和宣传。第三类是成人消费群体。成人也一样会追逐其时代下的动漫作品，特定时代的漫迷对动漫衍生品都有不同的热爱，20世纪80、90年代国产动画的探索中，产生了一批批国产漫迷，这些成人漫迷转换来的衍生品消费者，他们在选择力和购置力方面都强于前二者。对这类消费的发掘应多从产品的主题出发，可多设怀旧主题等。

（五）其他方面

另外，政府也应加大对国产动漫及衍生品的支持。提及动漫产业和动漫衍生品产业，我们多想到的是外国大国，米老鼠、Hello kitty等，这些国外的动漫衍生品充斥国内市场，对我国的经济和衍生品产业的发展都是不利的。国家和企业都应该加大对国产动漫作品和动漫衍生品的支持，加大国产作品的宣传力度。消费者更应多支持国产动漫和动漫衍生品，因为那些产品都凝聚了原创者和制作者的智慧和精力。对产品的支持就是对企业的肯定，这不仅有利于产业的健康发展，更有利于传播和弘扬我国的文化，防止外国文化的侵占。

我国的动漫衍生品产业起步晚，发展滞后，很多成果和发展的的问题都不能完全从文章内容表达出。且产业的发展需要不断探索，需要各种因素的综合作用。我国动漫衍生品产业身处有利的发展环境，如果能借助其他国家成功的经验，那我国潜在的巨大消费市场和广阔的产业前景，一定会使我国动漫衍生品产业获得巨大发展。

观研天下发布的《2018-2024年中国动漫衍生品行业市场现状深度调研与投资前景规划预测报告》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2017年动漫产业链运行情况分析

第一节 动漫产业链分析

- 一、动漫产业链简介
- 二、动漫产业链流程
- 三、动漫产业链运营现状

第二节 漫画出版行业运行情况

- 一、中国漫画出版发展现状
- 二、中国漫画出版发展特点
- 三、漫画出版行业经济效应
- 四、漫画出版行业社会效应
- 五、中国漫画产业国际化进程

第三节 动画电影行业运行情况

- 一、中国动画电影市场现状
- 二、中国动画电影运行分析
- 三、立体动画影视产业成新宠

第四节 电视动画行业运行情况

- 一、国产动画片创作生产情况
- 二、主要地区动画片生产统计
- 三、电视动画片播出收视情况

第五节 新媒体动漫行业运行情况

- 一、新媒体动漫发展现状分析
- 二、新媒体动漫发展特点分析
 - (一) 网络动漫发展特点
 - (二) 手机动漫发展特点

三、新媒体动漫发展趋势分析

第六节 动漫产业链价值点分析

一、动漫产业链价值点分布情况

二、动漫产业链盈利模式分析

（一）动漫产业化

（二）产业动漫化

（三）两种盈利模式比较

第二章2017年国际动漫产业链与衍生品市场发展状况

第一节 国际动漫产业链与衍生品市场

一、日本动漫产业链发展分析

（一）日本动漫产业收入分析

（二）日本动漫产业链及衍生品市场分析

二、美国动漫产业发展分析

（一）美国动漫产业发展演进

（二）美国动漫产业链及衍生品市场分析

三、韩国动漫产业发展分析

（一）韩国动漫产业收入分析

（二）韩国动漫产业链及衍生品市场分析

第二节 国际动漫衍生品市场借鉴与启示

一、国际动漫产业与衍生品开发赢利点启示

二、国际动漫人物设计及衍生品开发的启示

三、美国动漫衍生品营销策略对比分析和启示

第三节 国际动漫衍生品运作情况

一、运作模式

二、动漫制作

三、产品制作

第四节 动漫作品与衍生品经营案例分析

一、狮子王

（一）盈利模式

（二）动漫收入

（三）衍生品收入

（四）辐射消费群体

（五）推广模式和渠道

（六）衍生领域拓展

二、变形金刚

- (一) 盈利模式
- (二) 动漫收入
- (三) 衍生品收入
- (四) 辐射消费群体
- (五) 推广模式和渠道
- (六) 衍生领域拓展前景

三、迪士尼

- (一) 盈利模式
- (二) 动漫收入
- (三) 衍生品收入

四、铁臂阿童木

- (一) 盈利模式
- (二) 动漫收入
- (三) 衍生品收入

第三章2017年动漫形象授权发展分析

第一节 中国动漫形象授权业现状

第二节 动漫形象授权流程

第三节 动漫形象授权合作方式与费用

一、动漫形象授权合作方式

二、动漫形象授权具体方式

(一) 商品形象授权

- 1、商品形象授权内容
- 2、商品形象授权收费方式
- 3、商品形象授权流程

(二) 促销形象授权

- 1、促销形象授权内容
- 2、促销形象授权收费方式
- 3、促销形象授权流程

(三) 主题形象授权

- 1、主题形象授权内容
- 2、主题形象授权收费方式
- 3、主题形象授权流程

(四) 渠道授权

第四节 动漫形象授权营销法则

第五节 动漫形象授权商发展分析

一、中国主要动漫形象授权商

二、动漫形象授权动态

(一) 上海方寸获迪士尼众多动漫反派角色形象授权

(二) 动漫形象组合授权

(三) 鞋类卡通形象使用授权正式宣布花落泉州

第六节 动漫形象被授权商发展分析

一、中国主要动漫形象被授权领域分布

二、中国主要动漫形象被授权商

(一) 玩具行业被授权企业

(二) 服装行业被授权企业

(三) 文具/纸品行业被授权企业

(四) 食品饮料行业被授权企业

(五) 生活用品行业被授权企业

(六) 电器行业被授权企业

第七节 动漫形象授权案例分析

一、迪士尼系列

二、蓝精灵

三、HELLO KITTY

第四章2017年中国动漫产业链与衍生品市场发展状况

第一节 中国宏观经济环境

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、居民消费价格分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国动漫产业链与衍生品行业发展政策环境

一、文化产业相关政策及规划

(一) 关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见

(二) 藏羌彝文化产业走廊总体规划

(三) 关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见

二、动漫行业相关政策及体制

- (一) 《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》
- (二) 《关于动漫产业增值税和营业税政策的通知》
- (三) 《动漫企业认定管理办法(试行)》

三、动漫产业相关鼓励政策

四、动漫衍生品行业相关政策

五、政策对动漫产业的影响

第三节 动漫行业社会发展环境

一、人口环境分析

二、文化消费分析

三、中国城镇化率

第四节 中国动漫产业链及衍生品市场发展

一、中国动漫产业市场

- (一) 中国动漫产业发展阶段
- (二) 中国动漫产业市场规模

二、中国动漫产业市场分析

- (一) 中国动画产业市场情况

1、中国主要企业动画片生产统计

2、中国主要城市动画创作规模

3、中国动画产业基地动画产量

- (二) 中国漫画产业市场情况

1、动漫出版发展规模分析

2、中国漫画杂志市场格局

三、中国动漫产业市场竞争分析

- (一) 人力资源分析

- (二) 文化资源分析

- (三) 资本资源分析

- (四) 技术资源分析

四、中国动漫衍生品市场现状

- (一) 动漫衍生品开发模式

- (二) 中国动漫衍生品市场规模

- (三) 中国动漫衍生品市场存在的问题

1、国内原创动漫衍生品市场份额严重缺失

2、完整产业链的缺失

3、传播与发行平台单一

第五节 经典动画分析与其卡通形象的衍生案例

一、喜羊羊与灰太狼

二、悠嘻猴

第五章2017年中国动漫衍生品产业细分市场分析

第一节 中国动漫玩具市场分析

一、中国动漫玩具的主要类型介绍

二、玩具和卡通结合形成新的产业链

三、中国动漫玩具市场盈利模式分析

四、玩具业与动漫业联合发展战略

五、玩具经营与动漫创作需要一体化

第二节 中国动漫服装市场分析

一、动漫服饰的定义及发展背景

二、动漫服饰行业的市场参与主体

三、动漫服饰的分类及用途

四、我国动漫服饰行业竞争格局

五、动漫服饰行业市场化程度

第三节 中国动漫广告市场分析

一、国内动漫与广告结合的表现形式

二、动漫广告是跨越传统的新产物

三、在线广告是动漫产业的重要领域

四、动漫广告迎来消费的黄金时代

第四节 中国动漫食品市场分析

一、动漫食品在国内市场悄然流行

二、真功夫联姻动漫挖掘餐饮市场

三、食品企业借用动漫形象的思考

四、休闲食品借用动漫形象的好处

五、迪士尼旋风席卷卡通食品市场

第五节 中国动漫主题公园市场分析

一、国内外企业投建动漫主题公园情况

（一）Hello kitty主题乐园落户安吉

（二）迪士尼乐园落户上海

（三）方特梦幻王国

二、各地政府投建动漫主题公园情况

（一）海南计划开发“九龙山动漫主题森林公园”

- (二) 山东青岛计划投建主题公园“动漫传奇海”
- (三) 重庆市投建西部最大“中华动漫大观园”
- (四) 长春市高新区投建“多多国”动漫主题公园

三、动漫主题公园建设存在的问题

第六节 中国动漫游戏市场分析

- 一、动漫游戏产业的特征解析
- 二、动漫游戏产业成长效果显著
- 三、动漫游戏产业走向升级整合
- 四、动漫游戏行业标准解读
- 五、网络游戏与动漫联合运营

第六章 动漫衍生品行业竞争分析

第一节 我国动漫衍生品市场竞争状况

- 一、中韩动漫衍生品产业对比分析
- 二、中国动漫衍生品产业竞争状况
- 三、动漫衍生品企业发展竞争状况
- 四、成人漫画对中国动漫衍生品市场影响
- 五、我国动漫衍生品竞争合作发展分析
- 六、动漫衍生产品市场规模竞争状况
- 七、2017年动漫衍生品企业发展衍生行业状况

第二节 2016-2017年中国动漫衍生品行业竞争分析及预测

- 一、2017年动漫衍生品市场竞争情况分析
- 二、2017年动漫衍生品市场竞争形势分析
- 三、2016-2017年集中度分析及预测
- 四、2016-2017年SWOT分析及预测
- 五、2016-2017年进入退出状况分析及预测
- 六、2016-2017年生命周期分析及预测

第七章 动漫衍生品企业竞争策略分析

第一节 我国动漫衍生品的国际化竞争战略

- 一、我国动漫衍生品参与国际竞争的意义
- 二、我国动漫衍生品实施“走出去”战略
- 三、我国动漫衍生品国际竞争的主要途径
- 四、中国动漫衍生品开发竞争走势分析
- 五、动漫衍生品竞争战略的新趋势

第二节 动漫衍生品市场竞争策略分析

第三节 动漫衍生品企业竞争策略分析

第八章 2017年中国动漫产业链及衍生品企业分析

第一节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第二节 美盛文化创意股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第三节 浙江中南集团卡通影视有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第四节 三辰卡通集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第五节 广东原创动力文化传播有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第六节 杭州玄机科技信息技术有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第七节 深圳华强数字动漫有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第八节 中山市世宇科技动漫有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第九节 广东小白龙动漫玩具实业有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第十节 甲壳虫动漫股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业竞争优势分析

第九章 中国动漫衍生品产业趋势分析

第一节 我国动漫衍生品产业发展趋势

一、动漫品牌授权更加专业化趋势

二、国外品牌加入，竞争更加激烈

三、动漫衍生品市场需求多元化趋势

第二节 我国动漫衍生品产业发展前景

一、中国动漫衍生品发展方向

(一) 中国动漫发展需要的是真正的中国元素

(二) 动漫衍文化衍生品制造业扩军

(三) 创新是动漫产业的基石

(四) 手机动漫异军突起

二、中国动漫衍生品产业未来发展分析

第十章 动漫衍生品行业投资现状分析

第一节 中国动漫领域投资价值分析

第二节 动漫衍生品行业重点投资领域

一、手机动漫

二、动漫游戏

三、动漫主题公园

四、3D动漫图书

五、数字动漫领域

第三节 动漫衍生品行业投资动态分析

一、奥飞动漫收购两游戏商40%股权

二、光线传媒收购收购游戏、动漫公司

三、快乐工场 (JoyWorks) 完成A轮融资

四、动漫产业转型升级遭遇融资难

第四节 动漫企业市场开拓建议

第十一章 动漫衍生品行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

第二节 政策法规环境分析

第三节 社会发展环境分析

第十二章 动漫衍生品行业投资机会与风险

第一节 动漫衍生品行业投资效益分析

第二节 影响动漫衍生品行业发展的主要因素

第三节 动漫衍生品行业投资风险分析

一、知识产权保护风险

二、原材料价格波动风险

三、市场竞争风险

四、产业政策风险

第十三章 动漫衍生品行业投资战略研究

第一节 动漫衍生品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

七、动漫衍生品品牌战略管理的策略

第二节 动漫衍生品行业投资战略研究

第十四章 动漫衍生品产业经营策略

第一节 我国动漫衍生品产业经营策略

一、动漫衍生品连锁加盟

二、以现代观念发展动漫衍生品产业

三、动漫衍生品产业创新发展对策

第二节 我国动漫衍生品产业发展战略模式

一、中国动漫衍生品产业基本战略布局

二、国际动漫衍生品产业发展基本战略模式

三、我国动漫衍生品产业发展机遇与空间

四、我国动漫衍生品的开发策略分析

(GYZQJP)

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/311439311439.html>