

2018-2024年中国动漫衍生品行业市场需求现状分析与投资发展前景研究报告

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需求现状分析与投资发展前景研究报告》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/311443311443.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

“动漫衍生品”是指利用动漫中的原创形象，经过加工设计，开发制作出的一系列可供售卖的服务或产品，如图书、玩具、动漫形象模型、服饰、文具、音像制品等。原创动漫形象以授权的方式可以衍生到社会生产生活的各个领域，如文化、餐饮、服装、旅游等。

一、动漫衍生品的发展历程

自1929年米老鼠形象被印制在家具、文具、玩具、服装等商品上，动漫衍生品便开始了它的发展历程。20世纪五六十年代，国产动画片发展迅猛，涌现出了一大批优秀动画片，如《大闹天宫》《铁扇公主》《小蝌蚪找妈妈》等。20世纪80年代以来，三毛、孙悟空、喜羊羊等成功的动漫形象让我们看到了动漫衍生品的巨大市场，从街头巷尾出现的动漫小店，到各个城市开设的动漫衍生品专卖店，再到动漫主题公园、动漫城等，国内动漫衍生品的销售平台正在快速搭建并不断发展。与此同时，在东西方文化交流与融合背景下，国产动漫衍生品的开发与销售也面临着极大的挑战。

二、国产动漫衍生品现状调研

笔者通过对调查问卷的统计分析发现，由于缺乏品牌知名度，动漫衍生品影响力不足的情况大概占动漫市场的31%，认为国产动漫衍生品制作粗糙的大约占35%，衍生品没有特色的占33%。

大多数人购买动漫衍生品是受到自己喜欢的原创动漫形象的影响，原创动漫形象深入人心，衍生品就容易受到青睐，从而加快整个动漫产业链的发展。《喜羊羊与灰太狼》热播后，其动漫形象广受喜爱，其衍生品也延伸到了服装、饮食、图书、文具等多个领域，据估算，其市场价值已达几十亿元人民币。在国产动漫衍生品的开发上，缺乏创意也是其中一个关键问题，满足不了消费者的实际使用需求和内在心理需要，很多衍生品经营公司过分依赖国外品牌来获取利润，造成国产动漫衍生品价格低廉，市场萎靡，使得原创制作公司没有积极性，国产动漫产业链呈现断裂状态。动漫衍生品的质量、品牌原创性、创意是制约我国动漫衍生品发展的主要因素。

三、国产动漫衍生品市场分析

（一）国外动漫衍生品占据国内主要市场

美国、日本、韩国的动漫，先是以一种文化倾销的方式低价进入中国市场，动漫形象逐步深入人心，然后通过其衍生品获取利润，从而赢得市场。美国动漫产业发展较早，拥有雄厚的资金和高端的制作技术，其中最具代表性的就是迪士尼。迪士尼公司创作了诸多深入人心的动画形象，这为衍生品开发打下了坚实的基础。日本采取了以漫画为先导带动动漫产业发展的策略，在动漫产业化发展过程中，日本动漫的产业化过程是先从动漫期刊上连载动漫原创作品，然后适时将作品改编成影视动画片，即动画化，最后该动画片在电视台和电影院播出和放映，随之发行动漫图书、开发游戏等。随着第三次工业革命——计算机网络技术的出现，韩国的动漫产业不断发展，据统计，韩国动画片出口增长率年均超过10%，已经成为世界第三大动画片制作和出口国，占全球30% 的市场份额。韩国动漫已经由加工起步转变为品牌特色的构建与输出。面对国外动漫衍生品占据国内主要市场的现实，国产动漫必须自强，并在衍生品开发环节潜心研究，积极开拓市场。

图：中国动漫衍生品细分市场份（单位：%）

（二）国产动漫衍生品缺乏受众细分

在我国，动漫衍生品核心受众的年龄是3~18岁，导致面向成人的动漫衍生品的消费成为空白。在受众层面上，国产动漫几乎是儿童片的代名词，没有针对年龄阶段进行分类，因此在国产动漫衍生品的生产上，同样缺乏精细的受众定位。国外通常把目标客户群锁定在思想上更为成熟、更具自主购买力的消费群体，即18~30岁的受众，并针对这一市场进行受众细分，生产符合各个年龄阶段和不同兴趣群体需求的产品。动漫产品的目标消费群体可从性别和年龄两个方面进行细分定位。首先，可以对消费者的性别进行划分，生产出针对男性消费者和女性消费者的动漫产品。例如，日本的Hello Kitty，针对女性消费群体，2010年9月，三丽鸥公司和日本网游厂商合作研发的可爱教主网游“Hello Kitty Online”在北美和欧洲地区正式上线，专门针对女性玩家。其次，从消费者年龄划分，动漫产品的消费受众可分为儿童、青少年和成年人。准确定位市场，细分受众消费群体有利于更好地推广产品，节省成本，只有这样才能更好地提高国产动漫衍生品的市场占有率。

（三）国产动漫衍生品盈利模式单一

在美、日、韩等动漫产业发达国家，动漫衍生品的消费群体广泛，产品生命周期长，并带有高附加值，其盈利模式多样，衍生品类型繁多。在我国，衍生品市场运作机制不够成熟，缺乏有效而积极的推广策略，难以涵盖各个层次的消费者。相关资料显示，大部分动漫衍生品企业都是属于中小型企业，规模小，投资少，企业的经营业务主要是依靠外包加工业务为主，导致国产动漫衍生品开发不足，产品单一，没有长期发展目标；在销售上，由于缺乏统一的行业标准，网站、实体店等各种渠道销售的动漫衍生品在质量、品牌、价格等方面也都有很大的差异，严重影响了整个行业的声誉，打击了消费者的购买热情，产品生命周期

短，盈利不高。

当前国产动漫衍生品的设计与制作还存在诸多问题，市场前景也不容乐观，国产动漫公司必须敢于担当，勇于面对挑战，将中国传统文化与动漫作品和动漫衍生品有机融合，设计出具有中国特色的动漫衍生产品，科学合理地对动漫衍生品类型及功能进行定位，拓展盈利模式，搭建完整的动漫产业链。

观研天下发布的《2018-2024年中国动漫衍生品行业市场需求现状分析与投资发展前景研究报告》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。

【报告目录】

第一章 动漫产业链运行情况分析

1.1 动漫产业链分析

1.1.1 动漫产业链简介

1.1.2 动漫产业链流程

1.1.3 动漫产业链主要业态

1.2 年漫画出版行业运行情况

1.2.1 年漫画期刊杂志销售情况

1.2.2 年漫画单行本销售情况

1.3 动画电影行业运行情况

1.3.1 中国动画电影行业规模与销售规模

(1) 中国动画电影行业产出规模及票房收入

(2) 中国国产动画电影票房占比

(3) 2017年上映动画影视作品

1.3.2 动画电影制片状况

1.4 电视动画行业运行情况

1.4.1 国产动画片创作生产情况

(1) 国产动画片产量

(2) 国产动画片生产总时长

(3) 2017年国产动画片产量城市排名

(4) 2017年国产动画片产量企业排名

1) 2016-2017年国产动画片制作备案情况

2) 2016-2017年中国电视动画片播出收视情况

1.4.2 中国电视动画片出口情况

(1) 2016-2017年中国电视动画片海外销售收入

(2) 2016-2017年中国电视动画片出口企业数量

1.4.3 国家动画产业基地动画产量情况

1.5 新媒体动漫行业运行情况

1.5.1 新媒体动漫发展现状分析

1.5.2 新媒体动漫发展特点分析

(1) 网络动漫发展特点

(2) 手机动漫发展特点

1.5.3 新媒体动漫发展趋势分析

1.6 动漫衍生品行业运行情况

1.6.1 动漫衍生品细分市场规模

1.6.2 动漫玩具市场规模

1.7 动漫产业链价值点分析

1.7.1 动漫产业链价值点分布情况

1.7.2 动漫产业链盈利模式分析

(1) 产业链盈利模式

1) 动漫产业化

2) 产业动漫化

3) 两种盈利模式的比较

(2) 产业链各环节盈利模式

1) 漫画、动画创作与生产环节

2) 动漫影视与播放环节

3) 图文、音像产品市场投放环节

4) 动漫衍生品运营环节

第二章 动漫形象授权发展分析

2.1 动漫形象授权市场规模

2.1.1 动漫形象授权定义和特点

(1) 动漫形象授权定义

(2) 动漫形象授权特点

2.1.2 国际动漫形象授权发展

2.1.3 中国动漫形象授权业发展与现状

(1) 我国动漫品牌授权消费市场潜力巨大

(2) 我国本土动漫品牌授权业发展不容乐观

(3) 电视媒体助推动漫品牌授权发展

2.1.4 中国动漫形象授权业存在的问题

2.2 动漫形象授权流程与规则

2.2.1 动漫形象授权流程

2.2.2 动漫形象授权环节角色分析

(1) 动漫形象授权商

(2) 动漫形象授权经营商

(3) 动漫形象授权代理商

(4) 动漫形象授权顾问

2.2.3 动漫形象授权保障

2.3 动漫形象授权合作方式与费用

2.3.1 动漫形象授权合作方式

(1) 单一动漫形象授权

(2) 动漫形象授权与服务深度合作

2.3.2 动漫形象授权具体方式

(1) 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

(2) 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

(3) 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

(4) 渠道授权

2.4 动漫形象授权营销法则

2.4.1 动漫形象与品牌定位

2.4.2 动漫形象价值

2.4.3 动漫形象运营系统

2.5 动漫形象授权商发展分析

2.5.1 国际主要动漫形象授权商

2.5.2 中国主要动漫形象授权商

2.5.3 动漫形象授权商动态及合作项目

(1) 动漫形象授权商合作项目

(2) 动漫形象授权商动态与商业机会

2.6 动漫形象被授权商发展分析

2.6.1 中国主要动漫形象被授权领域分布

2.6.2 中国主要动漫形象被授权商发展概况

2.7 动漫形象授权代理机构发展分析

2.7.1 动漫形象授权代理机构发展现状

2.7.2 主要动漫形象授权代理机构

2.8 动漫形象授权案例分析

2.8.1 米奇老鼠

(1) 米奇老鼠形象与品牌价值

(2) 米奇老鼠形象授权方式

(3) 米奇老鼠形象授权领域

(4) 米奇老鼠衍生品销售规模

2.8.2 小熊维尼

(1) 小熊维尼形象与品牌价值

(2) 小熊维尼形象授权方式

(3) 小熊维尼形象授权领域

(4) 小熊维尼衍生品销售规模

2.8.3 HELLOKITTY

(1) HELLOKITTY形象与品牌价值

(2) HELLOKITTY形象授权方式

(3) HELLOKITTY形象授权领域

(4) HELLOKITTY衍生品销售规模

第三章 国际动漫产业链与衍生品市场发展状况

3.1 国际动漫产业链与衍生品市场

3.1.1 日本动漫产业链发展分析

- (1) 日本动漫产业发展概况
- (2) 日本动漫产业发展规模
- (3) 日本动漫产业收入结构
- (4) 日本动漫产业链及衍生品市场调研
- (5) 日本动漫产业运营模式及对中国动漫产业发展的借鉴意义

1) 日本动漫产业运营模式

2) 对中国动漫产业发展的借鉴意义

3.1.2 美国动漫产业发展分析

- (1) 美国动漫产业发展历程
- (2) 美国主体动漫产业流程
- (3) 美国动漫产业规模
- (4) 美国动漫产业链及衍生品市场调研
- (5) 美国动漫产业重点企业分析

1) 迪士尼

1、迪士尼品牌战略

2、20世纪90年代以来迪士尼发展重要事件

3、2017年迪士尼营运状况

2) 孩之宝

1、公司发展历程

2、公司运营情况

3、公司动漫产业拓展

3.1.3 韩国动漫产业发展分析

- (1) 韩国动漫产业流程
- (2) 韩国动漫产业规模
- (3) 韩国动漫产业链及衍生品市场调研
- (4) 韩国动漫产业主要公司发展分析

1) AKOM动画公司

1、企业简介

2、代表作品

2) Vooz Club

- (5) 韩国动漫产业崛起经验总结

3.2 国际动漫衍生品市场借鉴与启示

3.2.1 国际动漫产业与衍生品开发赢利点启示

3.2.2 国际动漫人物设计及衍生品开发的启示

3.2.3 日美动漫衍生品营销策略对比分析和启示

(1) 日本动漫产业中衍生品的营销战略

(2) 美国动漫产业中衍生品的营销战略

(3) 日美动漫产业中衍生品开发战略的比较

(4) 对我国动漫产业衍生品开发策略的启示

3.3 国际动漫衍生品运作

3.3.1 运作模式

3.3.2 计划与资金投入

3.3.3 动画制作

3.3.4 节目发行

3.3.5 品牌授权

3.3.6 产品制作

3.4 动漫作品与衍生品经营案例分析

3.4.1 狮子王

(1) 盈利模式

(2) 票房收入

(3) 衍生品收入

3.4.2 变形金刚

(1) 盈利模式

(2) 动画收入

(3) 衍生品收入

(4) 衍生品主要类别

第四章 中国动漫产业链与衍生品市场发展状况

4.1 中国动漫产业与衍生品市场环境发展

4.1.1 中国动漫产业链与衍生品市场环境

(1) 宏观经济发展与走势

1) 宏观经济运行现状

2) 宏观经济走势预测

(2) 居民收入与消费水平

(3) 经济环境对产业的影响分析

4.1.2 中国动漫产业链及衍生品市场政策环境

4.1.3 中国动漫产业链与衍生品市场需求环境

- (1) 人口结构与动漫及衍生品需求
- (2) 动漫及衍生品核心需求群体分析
- (3) 动漫及衍生品需求量调研

- 1) 动漫及衍生品需求强度
- 2) 动漫及衍生品购买频率
- 3) 动漫及衍生品关注度
- 4) 动漫及衍生品的关注原因
- 5) 动漫及衍生品喜好度
- 6) 选择动漫及衍生品的首要因素
- 7) 动漫及衍生品的种类选择
- 8) 动漫及衍生品的月度花费

4.2 中国动漫及衍生品市场发展

4.2.1 中国动漫产业市场规模

- (1) 中国动漫产业发展阶段
- (2) 中国动漫产业市场规模

4.2.2 中国动漫产业供需分析

- (1) 中国动漫产业市场供给分析
- (2) 中国动漫产业市场需求分析

4.2.3 中国动漫产业市场竞争分析

- (1) 动漫产业整体竞争实力
- (2) 衍生品产业对国外动漫产业的依赖

4.2.4 中国动漫衍生品市场现状

- (1) 动漫衍生品开发模式
 - (2) 中国动漫衍生品市场规模
 - (3) 中国动漫衍生品市场存在的问题
- 1) 国外动漫品牌占据垄断地位
 - 2) 国产动漫衍生品开发优势不突出

4.3 经典动画分析与其卡通形象的衍生案例

4.3.1 喜羊羊与灰太狼

- (1) 盈利模式
- (2) 动画收入
- (3) 衍生品收入
- (4) 推广模式和渠道
- (5) 衍生领域拓展前景

4.3.2 阿狸

- (1) 盈利模式
- (2) 形象授权打造动漫品牌
- (3) 多元运营提升品牌价值
- (4) 经营情况

第五章 中国动漫产业基地及衍生品市场发展分析

5.1 中国动漫及衍生品产业区域分布情况

5.2 中国国家级动漫基地发展概况

5.2.1 中国国家级动漫基地发展规模

5.2.2 中国国家级动漫基地产能分析

5.3 江苏省动漫及衍生品产业发展分析

5.3.1 动漫产业规模

5.3.2 动漫产业产量分析

5.3.3 动漫产业及衍生品市场发展

5.3.4 省政府扶持力量与鼓励政策

5.3.5 动漫及衍生品市场原创性

5.3.6 动漫及衍生品市场海外拓展

5.3.7 主要动漫及衍生品制作企业发展情况

- (1) 南京阿法贝多媒体有限公司
- (2) 慈文紫光数字影视有限公司
- (3) 苏州欧瑞动漫有限公司
- (4) 苏州欧瑞动漫有限公司

5.4 浙江省动漫及衍生品产业发展分析

5.4.1 动漫产业规模

5.4.2 动漫产业产量分析

5.4.3 动漫产业及衍生品市场发展

5.4.4 省政府扶持力量与鼓励政策

5.4.5 动漫行业及衍生品发展特点

- (1) 动画产业链初步形成
- (2) 人才培养规模化
- (3) 动画博思数据化

5.4.6 主要动漫及衍生品制作企业发展情况

- (1) 浙江中南卡通股份有限公司
- (2) 杭州玄机科技信息技术有限公司

(3) 浙江缔顺科技有限公司

5.4.7 动漫及衍生品典型发展模式

(1) 浙江缔顺科技有限公司

(2) 浙江中南卡通股份有限公司

5.5 广东省动漫及衍生品产业发展分析

5.5.1 动漫产业规模

5.5.2 动漫产业产量分析

5.5.3 动漫产业及衍生品市场发展

5.5.4 省市扶持力量与鼓励政策

5.5.5 动漫及衍生品市场原创性

5.5.6 动漫及衍生品市场海外拓展

5.5.7 主要动漫及企业发展情况

(1) 广东奥飞动漫文化股份有限公司

(2) 广东原创动力文化传播有限公司

(3) 广州漫友文化科技发展有限公司

(4) 深圳华强数字动漫有限公司

5.5.8 动漫及衍生品典型发展模式

(1) “奥飞”模式

(2) “喜羊羊”模式

(3) “漫友”模式

(4) “华强”模式

5.6 山东省动漫及衍生品产业发展分析

5.6.1 动漫产业规模

5.6.2 动漫产业产量分析

5.6.3 省政府扶持力量与鼓励政策

5.6.4 动漫及衍生品市场发展机遇

5.6.5 动漫及衍生品市场发展瓶颈

5.6.6 动漫及衍生品市场发展建议

5.6.7 主要动漫及衍生品制作企业发展情况

(1) 青岛普达海动漫影视有限责任公司

5.6.8 动漫及衍生品典型发展模式

5.7 湖南省动漫及衍生品产业发展分析

5.7.1 动漫产业规模

5.7.2 动漫产业产量分析

5.7.3 动漫产业及衍生品市场发展

5.7.4 省政府扶持力量与鼓励政策

5.7.5 动漫及衍生品市场原创性

5.7.6 动漫及衍生品市场海外拓展

5.7.7 主要动漫及衍生品制作企业发展情况

(1) 宏梦卡通集团

(2) 湖南蓝猫动漫传媒有限公司

(3) 湖南拓维信息系统股份有限公司

5.7.8 动漫及衍生品典型发展模式

(1) 宏梦卡通集团

(2) 湖南蓝猫动漫传媒有限公司

(3) 湖南拓维信息系统股份有限公司

5.8 上海市动漫及衍生品产业发展分析

5.8.1 动漫产业规模

5.8.2 动漫产业产量分析

5.8.3 动漫行业及衍生品市场发展

5.8.4 市政府扶持力量与鼓励政策

5.8.5 动漫及衍生品市场发展优势

5.8.6 动漫及衍生品市场发展对策

5.8.7 主要动漫及衍生品制作企业发展情况

(1) 上海河马动画设计股份有限公司

(2) 上海美术电影制片厂

(3) 上海炫动传播股份有限公司

5.8.8 动漫及衍生品典型发展模式

5.9 北京市动漫及衍生品产业发展分析

5.9.1 动漫产业规模

5.9.2 动漫产业产量分析

5.9.3 动漫及衍生品市场发展

5.9.4 市政府扶持力量与鼓励政策

5.9.5 动漫及衍生品市场原创性

5.9.6 动漫及衍生品市场海外拓展

5.9.7 主要动漫及衍生品企业发展情况

(1) 幸星数字娱乐科技（北京）有限公司

(2) 北京青青树动漫科技有限公司

(3) 北京卡酷传媒有限公司

5.9.8 动漫及衍生品典型发展模式

5.10 重庆市动漫及衍生品产业发展分析

5.10.1 动漫产业规模

5.10.2 动漫产业产量分析

5.10.3 动漫产业及衍生品市场发展

5.10.4 市政府扶持力量与鼓励政策

5.10.5 动漫及衍生品产业发展特点

5.10.6 动漫及衍生品产业SWOT分析

(1) 优势分析

(2) 劣势分析

(3) 机遇分析

(4) 威胁分析

5.10.7 主要动漫及衍生品制作企业发展情况

(1) 重庆享弘影视股份有限公司

(2) 重庆视美动画艺术有限责任公司

5.10.8 动漫及衍生品典型发展模式

(1) 重庆享弘影视股份有限公司

(2) 重庆视美动画艺术有限责任公司

第六章 中国动漫衍生品产业细分市场调研

6.1 中国动漫玩具市场调研

6.1.1 动漫玩具在玩具市场中比重

6.1.2 动漫玩具市场规模

6.1.3 动漫玩具主要类型

6.1.4 动漫玩具供需分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

(3) 市场潜力

6.1.5 动漫玩具市场竞争模式分析

6.1.6 动漫玩具主要生产企业

(1) 动漫玩具主要生产企业

(2) 动漫玩具主要企业经营情况

6.1.7 动漫玩具市场渠道分析

(1) 出口渠道增长快速

(2) 国内销售潜力巨大

6.1.8 动漫玩具市场前景

6.2 中国动漫服装市场调研

6.2.1 动漫服装市场概况

6.2.2 动漫服装市场规模

6.2.3 动漫服装主要类型

6.2.4 动漫服装供需分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

6.2.5 动漫服装毛利水平高

6.2.6 动漫服装市场竞争分析

(1) 国际市场竞争分析

(2) 国内市场竞争分析

6.2.7 动漫服装主要生产企业

6.2.8 动漫服装市场渠道分析

6.2.9 动漫服装市场前景

6.3 中国动漫文具市场调研

6.3.1 动漫文具市场概况

6.3.2 动漫文具主要类型

6.3.3 动漫文具供需分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

6.3.4 动漫文具主要生产企业

6.3.5 动漫文具市场渠道分析

6.3.6 动漫文具市场前景

6.4 中国动漫游戏市场调研

6.4.1 网络游戏及电玩市场的发展

(1) 网路游戏用户规模

(2) 网络游戏付费市场规模

(3) 网络游戏市场结构分析

6.4.2 动漫游戏市场规模

6.4.3 动漫游戏开发运作模式

6.4.4 动漫游戏主要参与企业

6.4.5 动漫游戏发展路径

6.5 中国动漫食品市场调研

6.5.1 食品市场调研

(1) 供给分析

(2) 需求分析

6.5.2 动漫食品市场概况

6.5.3 动漫食品主要类型

6.5.4 动漫食品主要生产企业

6.6 中国动漫日用品市场调研

6.6.1 日用品市场调研

(1) 供给分析

(2) 需求分析

6.6.2 动漫日用品主要类型

6.6.3 动漫日用品市场前景

6.7 其他动漫衍生品市场调研

6.7.1 动漫主题公园发展分析

(1) 国内外企业投建动漫主题公园情况

(2) 各地政府投建动漫主题公园情况

6.7.2 经典动画与动漫衍生品开发成功案例

(1) 迪士尼——动画衍生的成功范例

(2) 变形金刚——先有产品后有动画的模式颠覆

(3) 铁臂阿童木——日本动画衍生品的开端

(4) 蓝猫——中国动画衍生品的成功

1) 中国动漫产业链及衍生品重点企业分析

6.8 中国动漫产业链及衍生品企业总体状况分析

6.9 中国动漫产业链及衍生品重点企业经营分析

6.9.1 浙江中南卡通股份有限公司

(1) 企业简介

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业主营业务及产品

1) 卡通作品

2) 卡通衍生品

(4) 企业品牌及代表形象

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展模式分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业最新发展动向

6.9.2 湖南蓝猫动漫传媒有限公司

(1) 企业简介

- (2) 企业主营业务及产品
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业发展模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析

6.9.3 广东原创动力文化传播有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业主营业务及产品
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业发展模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

6.9.4 宏梦卡通集团

- (1) 企业简介
- (2) 企业主营业务及产品
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业发展模式分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

6.9.5 杭州玄机科技信息技术有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业主营业务及产品
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

第七章 中国动漫产业链及衍生品市场前景及投融资

7.1 中国动漫产业链趋势预测分析

7.1.1 中国动漫产业趋势预测

- (1) 动漫产业发展的有利因素
- (2) 动漫产业发展的不利因素
- (3) 动漫产业趋势预测分析

- 1) 动漫产业成长空间分析
- 2) 动漫产业市场规模预测
- 7.1.2 中国动漫衍生品产业趋势预测
 - (1) 动漫衍生品产业发展的有利因素
 - (2) 动漫衍生品产业发展的不利因素
 - (3) 动漫衍生品产业趋势预测分析
- 7.2 中国动漫产业链及衍生品市场投融资分析
- 7.2.1 动漫产业投融资事件
- 7.2.2 动漫产业链及衍生品市场投融资分析

图表目录

- 图表1：整体化设计动漫产业链
- 图表2：日本动漫产业链模式
- 图表3：美国动漫产业链模式
- 图表4：动漫产业主要业态
- 图表5：2016-2017年全国四大城市漫画杂志占市场化杂志总销量比重（单位：%）
- 图表6：2017年中国四大城市漫画杂志销售情况（单位：%）
- 图表7：2017年四大漫画杂志综合市场价值成长指数（单位：元）
- 图表8：2017年当当网动漫图书销售榜前5位
- 图表9：2017年当当网中国内地动漫图书销售榜前10位
- 图表10：2016-2017年中国动漫电影票房总收入（单位：万元，%）
- 图表11：2016-2017年中国国产动漫电影票房占比（单位：亿元，%）
- 图表12：2017年上映动画影视作品列表（单位：万元，人次）
- 图表13：2017年千万票房以上动画电影投资情况（单位：万元）
- 图表14：2016-2017年内地公映动画电影投资模式（单位：部）
- 图表15：2016-2017年国产动画片生产总数量及增长率情况（单位：部，%）
- 图表16：2016-2017年国产动画片生产总时长及增长率情况（单位：分钟，%）
- 图表17：2017年国产动画片生产城市排名（单位：分钟，部）
- 图表18：2017年国产动画片生产企业排名（单位：分钟，部）
- 图表19：2016-2017年当年备案公示国产动画片（单位：部，%）
- 图表20：2016-2017年我国电视节目动画播出与人均收视总时长（单位：小时，%）

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/311443311443.html>