

2016-2022年中国动漫行业运营现状调查及十三五 投资定位分析报告

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《2016-2022年中国动漫行业运营现状调查及十三五投资定位分析报告》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/qitait/244416244416.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

动漫产业，是指以“创意”为核心，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。

中国动漫内容生产实力进一步提升，类型和题材日趋多元化，在国家政策、资金、基地建设扶持背景下，动漫生产集群带和产业区培育初现端倪，动漫展会和交易气氛活跃。在媒介融合背景下，动漫生产与移动终端和互联网结合日益紧密。2014年我国动漫产业更多地受益于转型升级所带来的质量和效益提升，依旧保持强劲的发展态势，总值超过1000亿元，与2013年相比增长14.84%。2015年初的《熊出没之雪岭熊风》和《十万个冷笑话》均收获过亿票房，暑期档的《大圣归来》更是创造了9.56亿元的国产动漫电影票房新纪录。持续的品牌打造、互联网积攒的高人气和高水准的制作品质成为国产动漫迅速发展的关键。

随着动漫产业发展形势向好，资本市场愈加关注和重视动漫产业。2015年8月，奥飞动漫以9亿元收购国内最大互联网原创动漫平台之一 隅 訖 駁 Y { 业的收购。2015年10月，光线传媒宣布在其投资的13家动漫公司基础上组建“彩条屋”动漫集团并将推出22部动画电影。同时，2015年以来已有10多家中小动漫企业在“新三板”成功挂牌并实现千万元规模的融资，多家中小动漫企业开始筹备进入“新三板”。

动漫产品本身有巨大的市场空间，而动漫产品的衍生产品市场空间更大。儿童音像图书、童装、玩具、文具、儿童食品等，在某种程度上，这些行业今后的发展与行销都有赖于动漫这一新兴产业的带动作用，中国动漫产业拥有巨大的发展空间。

中国报告网发布的《2016-2022年中国动漫行业运营现状调查及十三五投资定位分析报告》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 动漫产业概述

1.1 动漫简介

1.1.1 动漫的定义

1.1.2 动画的相关介绍

1.1.3 漫画的相关介绍

1.2 动漫产业概述

1.2.1 动漫产业的定义

1.2.2 动漫产业链分析

1.2.3 动漫周边产业定义

1.3 动漫作品概述

1.3.1 动漫作品的特点

1.3.2 动漫作品的类别

第二章 2014-2016年世界动漫产业发展分析

2.1 国际动漫产业发展概况

2.1.1 产业综况

2.1.2 产业政策

2.1.3 规模状况

2.1.4 发展模式

2.1.5 发展特点

2.1.6 产业链分析

2.2 日本动漫产业

2.2.1 市场状况

2.2.2 运作模式

2.2.3 融资模式

2.2.4 行业特色

2.2.5 发展特点

2.2.6 发展困境

2.3 美国动漫产业

2.3.1 发展历程

2.3.2 运作流程

2.3.3 发展特点

2.3.4 发展模式

2.3.5 营销战略

2.3.6 经验借鉴

2.4 韩国动漫产业

2.4.1 发展历程

2.4.2 发展综况

2.4.3 发展特点

2.4.4 发展措施

2.5 英国动漫产业

2.5.1 产业概况

2.5.2 模式借鉴

2.5.3 产业布局

2.6 台湾动漫产业

2.6.1 行业发展综况

2.6.2 行业发展特征

2.6.3 加强与大陆合作

2.6.4 行业发展困境

第三章 2014-2016年中国动漫产业分析

3.1 中国动漫产业发展概况

3.1.1 产业发展历程

3.1.2 政策环境分析

3.1.3 行业发展现状

3.1.4 行业影响因素

3.1.5 行业发展特点

3.2 2014-2016年中国动漫产业发展规模分析

3.2.1 行业最新动态

3.2.2 行业产值规模

3.2.3 行业企业规模

3.2.4 行业竞争格局

3.2.5 展会繁荣活跃

3.3 2014-2016年中国动漫产业基地发展分析

3.3.1 动漫产业基地数量规模

3.3.2 动漫产业基地产品产出

3.3.3 动漫基地扶持力度增加

3.3.4 动漫产业基地运行模式

3.3.5 产业基地发展建议

3.3.6 打造产业聚集效应

3.4 中国动漫产业的战略模式

3.4.1 发展战略模式的必要性

3.4.2 创建产业发展模式

3.4.3 协调行业内部关系

3.4.4 合理规划产业布局

3.4.5 给予行业政策支持

3.5 中国动漫产业面临的问题分析

3.5.1 主要问题分析

3.5.2 产品质量低下

3.5.3 行业人才缺乏

3.5.4 发展资金不足

3.5.5 版权问题严重

3.6 发展中国动漫产业的建议

3.6.1 行业破局办法

3.6.2 加快产业化发展

3.6.3 行业发展策略

3.6.4 实行分级制度

3.6.5 产品发售环节策略

3.6.6 提升国际竞争力

第四章 2014-2016年中国动漫市场分析

4.1 中国动漫市场发展概况

4.1.1 市场发展因素分析

4.1.2 市场交易规模分析

4.1.3 动漫市场供给侧特征

4.1.4 数字动漫市场发展迅猛

4.1.5 动漫市场的粉丝凝聚力

4.2 中国动漫消费市场分析

4.2.1 动漫消费定位主体

4.2.2 动漫消费主体特征

4.2.3 怀旧动漫渐受消费者追捧

4.2.4 动漫衍生品消费群体分析

4.3 动漫市场知识产权（IP）分析

4.3.1 互联网助力动漫IP发展

4.3.2 动漫市场IP收购升温

4.3.3 国内引入日本动漫IP

4.3.4 低龄动漫IP发展分析

4.3.5 动漫IP是商业模式建构核心

4.3.6 动漫IP发展环境亟待优化

4.4 动漫市场消费者的代际消费理论剖析

4.4.1 同一性消费需求

4.4.2 回忆性消费需求

4.4.3 代际消费原理的启示

4.5 中国动漫市场营销模式分析

4.5.1 动漫营销的基本模式

4.5.2 动漫企业营销实例

4.5.3 动漫品牌营销方式

4.5.4 动漫图书营销技巧

4.6 中国动漫市场营销策略分析

4.6.1 成本策略

4.6.2 渠道策略

4.6.3 衍生品开发策略

4.6.4 线上营销对策

4.6.5 国产动漫营销策略

第五章 2014-2016年中国动画产业发展分析

5.1 全球动画产业发展分析

5.1.1 全球各地区动画产业现状

5.1.2 重点动画电影公司介绍

5.1.3 优秀动画电影属性分析

5.1.4 全球3D动画产业发展趋势

5.2 中国动画产业发展概况

5.2.1 中国动画产业发展历程

5.2.2 中国动画产业行业规模

5.2.3 中国动画产业发展态势

5.2.4 动画产业政策扶持效果

5.2.5 动画水平滞后成因分析

5.2.6 中国动画产业需要突围

5.3 2012-2015年中国动画电影产业发展分析

5.3.1 动画电影市场票房

5.3.2 动画电影票房结构

5.3.3 动画电影放映时间

5.3.4 动画电影受众定位

5.3.5 动画电影题材分布

5.3.6 动画电影产业特点

5.4 动画片市场化运作模式解析

5.4.1 动画片市场层次

5.4.2 动画片商业类型

5.4.3 加强资本融合商品权分切

5.5 中国动画产业发展的问题与对策分析

5.5.1 中外差距较大

5.5.2 产业发展缺失

5.5.3 专业人才匮乏

5.5.4 改革管理体制

5.5.5 完善产业链条

5.5.6 打通行业壁垒

第六章 2014-2016年中国漫画产业发展分析

6.1 全球漫画产业分析

6.1.1 世界漫画产业发展概述

6.1.2 世界漫画巨头竞争态势

6.1.3 北美漫画产业发展规模

6.1.4 日本漫画产业发达成因

6.1.5 法国漫画产业成功经验

6.1.6 韩国网络漫画市场规模

6.2 中国漫画产业分析

6.2.1 中国漫画产业发展历程

6.2.2 漫画消费行为分析

6.2.3 漫画出版物规模

6.2.4 漫画IP市场崛起

6.2.5 互联网漫画平台成长

6.3 香港漫画产业

6.3.1 香港漫画业的崛起

6.3.2 香港漫画市场特点

6.3.3 日本对香港漫画的影响

6.3.4 网络盗版打击漫画产业

6.4 漫画新闻产业

6.4.1 漫画新闻的定义

6.4.2 中国漫画新闻的概况

6.4.3 漫画新闻传播优势

6.4.4 漫画新闻发展中的问题

6.4.5 漫画新闻发展策略

6.5 中国漫画产业的问题与发展趋势分析

6.5.1 新漫画市场阻碍

6.5.2 漫画期刊产业存在问题

6.5.3 传统漫画发展走向

6.5.4 成人漫画市场前景

第七章 2014-2016年手机动漫产业发展分析

7.1 手机动漫概述

7.1.1 手机动漫的概念

7.1.2 手机动漫产业价值链

7.1.3 手机动漫市场特点

7.1.4 手机动漫的传播特性

7.1.5 手机动漫的受众分析

7.2 2014-2016年中国手机动漫产业发展态势

7.2.1 行业标准出台

7.2.2 手机网民规模

7.2.3 手机动漫规模

7.2.4 市场发展态势

7.2.5 行业竞争格局

7.2.6 产业基地建设

7.2.7 助推产业发展

7.3 手机动漫产业面临的问题与对策分析

7.3.1 手机动漫发展障碍

7.3.2 手机动漫创作误区

7.3.3 加强政策保障

7.3.4 完善经营模式

7.3.5 积极培育市场

7.4 手机动漫发展前景及趋势分析

7.4.1 行业发展契机

7.4.2 市场前景分析

7.4.3 未来发展方向

7.4.4 社区化互动化趋势

第八章 2014-2016年中国网络动漫产业发展分析

8.1 网络动漫概述

8.1.1 定义及分类

8.1.2 用户特征

8.1.3 市场特点

8.1.4 经营模式

8.2 网络动漫产业分析

8.2.1 网络传媒对传统动画的影响

8.2.2 网络动漫市场现状

8.2.3 网络视频成重要渠道

8.2.4 网络动漫市场格局

8.2.5 行业面临的机遇与挑战

8.3 网络动漫产业赢利分析

8.3.1 动漫网站盈利模式单一

8.3.2 网络动漫盈利模式渐清晰

8.3.3 网络动漫企业冷待风险投资

8.3.4 网络动漫企业的赢利对策

第九章 2014-2016年动漫游戏（偏网络）产业发展分析

9.1 动漫游戏产业发展态势

9.1.1 产业特征解析

9.1.2 产业带动作用

9.1.3 产业融合发展

9.1.4 产业发展规模

9.1.5 动漫IP需求爆发

9.1.6 产业联盟成立

9.1.7 产业发展障碍

9.2 2014-2016年网络游戏市场发展分析

9.2.1 行业市场规模

9.2.2 市场结构分析

9.2.3 虚拟物品市场

9.2.4 细分市场态势

9.2.5 行业领先企业

9.2.6 行业发展趋势

9.3 发展中国动漫游戏产业的建议

9.3.1 抓住行业发展机遇

9.3.2 培育本土原创产品

9.3.3 培养高端行业人才

9.3.4 加强知识产权保护

9.3.5 培育动漫游戏产业链

9.4 动漫游戏未来发展前景及趋势分析

9.4.1 行业发展契机

9.4.2 游戏与动漫相结合

9.4.3 游戏改编影视前景良好

9.4.4 行业发展趋势

9.4.5 未来发展方向

第十章 2014-2016年重点区域动漫产业发展状况

10.1 北京市

10.1.1 动漫产业规模

10.1.2 总部基地建设

10.1.3 培育动漫消费

10.1.4 产业发展建议

10.2 上海市

10.2.1 行业发展态势

10.2.2 行业发展特征

10.2.3 优秀产品介绍

10.2.4 行业扶持办法

10.2.5 产业园区开发

10.2.6 提高产业标准

10.3 深圳市

10.3.1 优秀作品介绍

10.3.2 行业发展现状

10.3.3 文博会助力产业

10.3.4 行业发展对策

10.3.5 未来发展目标

10.4 济南市

10.4.1 产业发展现状

10.4.2 产业基地建设

10.4.3 承接外包机遇

10.4.4 产业发展对策

10.5 长沙市

10.5.1 行业发展现状

10.5.2 产业发展机遇

10.5.3 行业发展建议

10.5.4 产业发展前景

10.6 杭州市

10.6.1 行业政策环境

10.6.2 产业规模分析

10.6.3 动漫游戏规模

10.6.4 动漫产品质量

10.6.5 企业盈利模式

10.6.6 产业发展对策

10.7 厦门市

10.7.1 产业发展规模

10.7.2 产业发展态势

10.7.3 动画产业基地

10.7.4 政策扶持措施

10.7.5 厦门国际动漫节

10.7.6 产业发展展望

10.8 其他地区

10.8.1 天津市动漫产业园建立

10.8.2 武汉市动漫行业发展规模

10.8.3 安徽动漫游戏产业园

10.8.4 重庆市动漫产业现状

10.8.5 东莞动漫产业发展态势

第十一章 2014-2016年中国动漫衍生品市场分析

11.1 动漫衍生品市场概况

11.1.1 市场发展特征

11.1.2 市场开发模式

11.1.3 市场规模分析

11.1.4 行业产业链

11.1.5 发展案例分析

11.2 动漫与广告业

11.2.1 动漫与广告的结合

11.2.2 动漫广告媒介平台

11.2.3 动漫广告传播优势

11.2.4 动漫广告运作流程

11.2.5 动漫广告的公益应用

11.2.6 动漫广告的政策机遇

11.2.7 动漫广告的发展前景

11.3 动漫与服装产业

11.3.1 动漫服装的产生

11.3.2 动漫服饰产业链分析

11.3.3 动漫服饰产业发展提速

11.3.4 卡通品牌服装市场分析

11.3.5 服装品牌推进动漫营销

11.3.6 动漫服装品牌发展方向

11.4 动漫与食品产业

11.4.1 动漫食品受欢迎

11.4.2 卡通食品市场占有率

11.4.3 卡通食品带动饮食新理念

11.4.4 使用动漫形象的益处

11.4.5 使用动漫形象的方法

11.5 动漫与玩具产业

11.5.1 动漫玩具发展现状

11.5.2 国产动漫玩具市场火热

11.5.3 动漫玩具发展对策

11.5.4 动漫玩具店发展趋势

11.5.5 授权玩具市场前景广阔

第十二章 2014-2016年重点动漫企业运营状况分析

12.1 华特迪士尼 (The Walt Disney Company)

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 企业经营状况

12.1.3 企业市场运作

12.1.4 品牌价值开发

12.1.5 企业合作动态

12.1.6 迪斯尼乐园

12.2 梦工厂动画公司 (DREAMWORKS ANIMATION SKG, INC.)

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 企业经营状况

12.2.3 资本并购分析

12.2.4 企业发展动态

12.2.5 打造主题乐园

12.3 东映动画株式会社 (Toei Animation Co., Ltd.)

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 企业经营状况

12.3.3 企业发展动态

12.3.4 布局手游行业

12.4 盛大游戏 (Shanda Games Ltd)

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 企业经营状况

12.4.3 发力线下内容

12.4.4 扩展产业布局

12.5 环球数码创意控股有限公司

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 集团主要业务

12.5.3 最新IP作品

12.5.4 经营状况分析

12.5.5 注重人才培养

12.6 奥飞娱乐股份有限公司

12.6.1 企业发展概况

12.6.2 经营状况分析

12.6.3 核心竞争力分析

12.6.4 企业发展布局

12.6.5 打造全产业链

12.6.6 未来前景展望

12.7 长城国际动漫游戏股份有限公司

12.7.1 企业发展概况

12.7.2 经营状况分析

12.7.3 整合产业链条

12.7.4 资本化运作

12.7.5 核心竞争力

12.7.6 未来前景展望

12.8 广东咏声动漫股份有限公司

12.8.1 企业发展概况

12.8.2 经营状况分析

12.8.3 企业授权模式

12.8.4 构建动漫生态圈

12.9 上海美术电影制片厂

12.9.1 企业发展概况

12.9.2 经典作品巡展

12.9.3 合作打造手游

12.9.4 企业合作动态

12.10 深圳华强数字动漫有限公司

12.10.1 企业发展概况

12.10.2 进军海外市场

12.10.3 打造儿童舞台剧

12.11 广东原创动力文化传播有限公司

12.11.1 企业发展概况

12.11.2 企业发展策略

12.11.3 企业经营思路

12.11.4 全方位发展道路

12.12 浙江中南卡通股份有限公司

12.12.1 企业发展概况

12.12.2 国际化发展路径

12.12.3 进军动画电影

12.12.4 进军童装市场

第十三章 2014-2016年动漫行业竞争力分析

13.1 全球动漫产业竞争力分析

13.1.1 各国竞争力水平分析

13.1.2 美国动漫产业竞争优势

13.1.3 日本动漫产业竞争优势

13.1.4 韩国动漫产业竞争优势

13.2 中国动漫行业竞争优势分析

13.2.1 生产要素优势

13.2.2 市场需求优势

13.2.3 相关产业支持

13.2.4 产业后发优势

13.2.5 虚拟动漫集群优势

13.3 中国动漫市场竞争格局分析

13.3.1 中国动画的国际竞争力

13.3.2 外来动漫占领中国市场

13.3.3 中日动漫业竞争力比较

13.3.4 幽默漫画期刊市场竞争

13.4 打造动漫民族品牌核心竞争力

13.4.1 培养品牌意识

13.4.2 打造品牌战略

13.4.3 提升品牌价值

13.4.4 加强品牌营销

13.4.5 提高管理水平

第十四章 中国动漫产业投资潜力分析

14.1 动漫行业投资背景分析

14.1.1 全球化背景

14.1.2 动漫产品需求扩大

14.1.3 产业投融资环境

14.2 动漫行业投资机遇分析

14.2.1 新媒体机遇

14.2.2 城镇化机遇

14.2.3 动漫走出去机遇

14.2.4 二胎政策带来消费机遇

14.2.5 小微动漫企业发展机遇

14.3 动漫产业投融资状况分析

14.3.1 动漫企业融资案例

14.3.2 动漫IP投资项目

14.3.3 动漫产业投资动态

14.4 动漫资金投资形式比较分析

14.4.1 个人投资

14.4.2 种子基金

14.4.3 风险投资

14.4.4 企业并购

14.5 动漫产业风险及建议

14.5.1 动漫产业的投资风险

14.5.2 动漫企业融资建议

第十五章 2016-2022年中国动漫产业发展前景预测

15.1 动漫产业发展前景分析

15.1.1 中国动漫市场成投资热点

15.1.2 我国动漫市场前景展望

15.1.3 动漫衍生品市场空间广阔

15.1.4 我国动漫授权市场前景可期

15.2 动漫产业发展趋势预测

15.2.1 动漫行业整体发展方向

15.2.2 新媒体动漫发展方向

15.2.3 服务外包成趋势

15.2.4 全龄化发展趋势

15.2.5 技术发展趋势

15.2.6 互联网+动漫趋势

15.2.7 “弹幕文化”成主流

15.3 中国报告网对2016-2022年动漫产业规模预测分析

15.3.1 中国报告网对2016-2022年中国动漫产业市场前景预测

15.3.2 中国报告网对2016-2022年中国国产电视动画片产量预测

15.3.3 中国报告网对2016-2022年中国国产动画电影票房预测

15.3.4 中国报告网对2016-2022年中国动漫产业总产值预测

附录

附录一：中华人民共和国著作权法

附录二：互联网文化管理暂行规定

附录三：音像制品管理条例

附录四：国家文化产业示范基地管理办法

附录五：网络游戏管理暂行办法

附录六：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

图表目录

图表1 动漫产业链

图表2 中国动漫产业利润分配

图表3 动漫产业层次结构

图表4 动漫产业各层次盈利模式

图表5 2010-2014年日本动画市场规模

图表6 美国主体动漫产业流程

图表7 2006-2014年中国动漫产业发展相关政策（一）

图表8 2006-2014年中国动漫产业发展相关政策（二）

图表9 2010-2014年中国动漫产业总产值变化

图表10 国家动画产业基地国产电视动画片生产情况

图表11 动漫基地融资策略

图表12 不同年龄段人群对孩子小额消费的支持度

图表13 1990-2013年全国票房超过3亿美元动画电影数量

图表14 全球六大动画公司产品及票房

图表15 全球著名动画公司奥斯卡最佳动画将提名及获奖次数

- 图表16 全球最卖座动画电影TOP10
- 图表17 投资回报比最高动画电影TOP10
- 图表18 北美票房低于海外票房动画电影TOP10
- 图表19 全球票房过3亿美元动画北美映期按月分布
- 图表20 全球票房过3亿美元动画片长分布
- 图表21 2010-2014年中国电视动画公示及完成情况
- 图表22 2009-2013年中国动画电影市场票房情况
- 图表23 2012-2014年每月上映动画电影数量
- 图表24 2016年3月电影票房排名前五
- 图表25 2016年已经上映及即将上映国产动画电影
- 图表26 2016年已经上映及即将上映海外动画电影
- 图表27 2013年国产动画电影数量受众定位分布
- 图表28 2013年国产动画电影受众群体票房共享占比
- 图表29 2015年国产动画电影按受众定位的票房占比
- 图表30 2015年国产动画电影受众定位分布
- 图表31 中国动画片商品化市场结构的三个层次
- 图表32 国内播映动画片的主要商业策略
- 图表33 国内动画片的三种商业类型
- 图表34 A类型的动画片
- 图表35 B类型动画片的“品牌”导向
- 图表36 C类型的动画片=广告片
- 图表37 2015年美漫排行榜
- 图表38 2015-2019年漫威与DC的漫改超级英雄电影计划
- 图表39 钢铁侠的商业价值变现
- 图表40 1997-2013年北美漫画市场规模
- 图表41 北美漫画市场占比
- 图表42 日本动漫市场成长模型
- 图表43 韩国动漫产业各领域销售额
- 图表44 2012-2014年当当网中国内地漫画销量排行榜TOP20
- 图表45 2014年漫画作家富豪排行榜
- 图表46 2005-2015年中国网民规模及互联网普及率
- 图表47 2007-2015年中国手机网民规模及其占整体网民比例
- 图表48 2011-2014年中国移动手机动漫收入及其增速
- 图表49 腾讯动漫2013年度TOP10网络动漫
- 图表50 动漫产业新媒体发行渠道

图表51 互联网对动漫产业需求的影响

图表52 “秦时明月”品牌衍生的游戏产品

图表53 国漫IP手游授权价格

图表54 2014年手游题材分布占比

图表55 2011-2018年中国网络游戏市场规模及其增速

图表56 2011-2018年中国网络游戏市场结构占比

图表57 2013年中国虚拟物品交易平台市场份额占比

图表58 2014年中国上市公司并购游戏买方规模份额

图表59 2013-2014年中国上市公司并购游戏公司金额、数量及其占比

图表60 2014年月度中国游戏榜单每月TOP20游戏不同类型研发商的游戏数量

图表61 2014年中国移动游戏榜单TOP30游戏IP类型分布

图表62 2015年中国网络游戏上市企业营收TOP15

图表63 2016-2017年已有改编计划的游戏改编电影

图表64 2015年杭州市动漫产品产业规模

图表65 2010-2014年中国动漫衍生品规模增长情况

图表66 2010-2014年中国动漫衍生品细分市场市场份额

图表67 整体化设计动漫产业链

图表68 动漫衍生品行业盈利模式

图表69 卡通食品在各国食品市场中的占有率

图表70 2012-财年迪士尼综合收益表

图片详见报告正文`````` (GY LWT)

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/qitait/244416244416.html>