

2017-2022年中国动漫衍生品产业规模调查及投资价值分析报告

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《2017-2022年中国动漫衍生品产业规模调查及投资价值分析报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/285217285217.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

动漫（Anime）衍生品简单的说是利用卡通动漫中的原创人物形象，经过专业的卡通动漫衍生品设计师的精心设计，所开发制造出的一系列可供售卖的服务或产品。如音像制品、电影、书籍小说、各种游戏、玩具、动漫形象模型、服饰、饮料、保健品、袜业、鞋业、文具.....都能开发成动漫衍生品，更能以形象授权方式衍生到更广泛的领域，比如：主题餐饮、漫画咖啡馆、主题公园等旅游产业及服务行业等等。

一、国内动漫衍生品市场的发展现状 数据来源：中国报告网数据中心整理 数据来源：中国报告网数据中心整理 我国制造加工了全球大部分的动漫衍生品，是最大的动漫衍生品生产基地。但我国动漫衍生品的设计能力却比较欠缺，产品开发才刚刚起步，面临着美日韩等发达国家的重要挑战，但也有很大的发展机遇。

（一）国外动漫衍生品在我国动漫衍生品市场占主导地位。 在动漫衍生品方面，欧美日韩等发达国家的起步早，创新能力好，市场竞争力强。它们进入中国市场的方式是文化倾销。这个文化倾销以很低的价格打开中国市场，宣传其动漫形象，然后以衍生品的销售赚得较高的利润，控制中国的市场。比如，变形金刚最初进入中国的时间是上个世纪80年代，它通过非常低的价格打入我国市场，在全国各大电视台播发。此后就在中国推出了其衍生品。据文化部的有关资料显示，时至今日，与变形金刚有关的出版物、服装和玩具在中国获取了400多亿的利润。此外，在中国市场长期热销的动漫衍生品品牌还有星际宝贝、小熊维尼、米老鼠、史酷比、猫和老鼠、宠物小精灵、哆啦A梦、史努比、海绵宝宝、芭比、、阿童木、皮卡丘、奥特曼等等。其中市场占有率最高的是日本，高达61%，其次是欧美，占28%，但国内动漫衍生品的市场占有率不到11%。我国虽然也生产出了《葫芦娃》、《大闹天宫》等有影响力的动画片，但是这些动画片的生命力和影响力不够持久，有关的衍生品没有得到开发。

（二）国内动漫企业对衍生品市场的开发重视程度提高。

中国动漫企业看到欧美日韩等发达国家的动漫衍生品在我国获得了良好经济效益，也对动漫衍生品的开发高度重视，明白了其获利方式，并且对这个市场的前景非常乐观。广东省的原创动力文化传播公司就是其中的佼佼者，它的社会知名度随着喜羊羊这个动漫作品的流行而得到提高。这个公司在播放的最初阶段就拥有很强的市场营销意识，它设立了专门的授权部门，授权给某些特定的生产商以喜羊羊品牌形象。随后开发的《喜羊羊与灰太狼》动画，在电影票房上获得了巨大收益。目前，该公司还授权发行了与其品牌相关的出版物、文具和玩偶等成千中衍生品。此后，香港意马公司将《喜羊羊与灰太狼》的消费品业务买入旗下，花费了8亿多港元。由此可见动漫衍生品市场的商机和利润。“虹猫蓝兔”也是一个好的例子。

它是湖南宏梦卡通集团打造的并打入市场的。这个品牌的衍生品的得到很快发展，开拓了动画、衍生品和媒体三者密切结合的营销模式，使其品牌影响力不断增强。总之，我国动漫企业的衍生品市场开拓能力刚刚显示出来，欧美日韩等国外动漫衍生品在短期内会继续

控制中国的市场，但国内动漫企业的长期发展比较乐观。国内动漫企业不断发展壮大，产业链不断得到完善，过长动漫衍生品发展形势大好，前景向好。

二、国内动漫衍生品市场前景分析

（一）动漫衍生品市场需求大。我国目前拥有13亿人口，其中包括4亿青少年。这些数量庞大的青少年为我姑动漫产业的发展提供了广阔的市场。有关资料表明，我国大部分青少年接触过动漫产品。超过90%的上海青少年喜欢卡通，而且有一半以上的青少年喜欢购买自己喜欢的动漫衍生品。比如，影碟、服装、杂志、玩具和饰品等产品。很多国家的动漫主角都对我国青少年产生了重要影响，比如米老鼠、樱桃小丸子、唐老鸭、蜡笔小新等等。

由于青少年喜欢这些动漫形象，所以非常乐意买与之相关的卡通形象。由于计算机技术的发展，动漫爱好者在青少年中所占的比例有所增加。知名度较好的动漫产品在中国第一届国际动漫产业博览会上都获得了不少的收益。在2005，上海动漫总动员上，个人消费更是创下了消费记录。动漫产业获利的重要手段就是衍生品，众多的动漫爱好者给我国动漫产业发展提供了广阔的市场。

（二）动漫衍生品市场缺口大。根据国际数据统计显示，动漫产业是美国的第六大支柱产业，其每年的产值高达50多亿。日本动漫是日本的第一大产业，其产值已经超过其汽车工业，每年给日本带来100多亿美元的利润。其他致力于动漫产业发展的国家，从上个世纪八十年代就开始制定规划，几乎每年向国外出口一亿左右的动漫加工产品及其衍生品。2004年，全球动漫产业的产值就高达5000亿美元，但当时中国的动漫产业的市场份额不到1%，仅有300亿。之后一年，中国动漫产业呈现出跨域式发展，生产的动漫超过4万分钟。但是，即便如此，我国动漫产业的市场缺口还是很大。据统计，我国动漫产品的市场需求至少在25万分钟，而且还在增长。根据国家的发展规划，我国要用大约10年的时间使动漫产业在国民经济中的比重上升，占到1%以上。

（三）国家政策支持。我国在2004年，广电总局出台了有关政策支持动漫产业的发展，对开办动漫专栏的电视台给与奖励，鼓励电视台对动漫时段进行开发，使动画片的播出数量得到提高。在2005年又出台了动漫18条，规定在黄金时间必须播出国产动画片，这大大刺激了国产动漫产业的发展，使许多动漫基地得以产生。

中国报告网发布的《2017-2022年中国动漫衍生品产业规模调查及投资价值分析报告》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。报告目录\REPORTDIRECTOR

第一章-动漫产业链运行情况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-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）衍生领域拓展前景二、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-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、HELLOKITTY

第四章-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、居民消费价格变化分析七、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、中国动漫产业市场规模（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-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）HelloKitty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、-动漫衍生品企业发展衍生行业状况第二节-中国动漫衍生品行业竞争分析及预测一、动漫衍生品市场竞争情况分析二、动漫衍生品市场竞争形势分析三、-集中度分析及预测四、-SWOT分析及预测五、-进入退出状况分析及预测六、-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-中国动漫产业链及衍生品重点企业分析第一节广东奥飞动漫文化股份有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第二节美盛文化创意股份有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第三节浙江中南集团卡通影视有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第四节三辰卡通集团有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第五节广东原创动力文化传播有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第六节杭州玄机科技信息技术有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第七节深圳华强数字动漫有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第八节中山市世宇科技动漫有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第九节广东小白龙动漫玩具实业有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析第十节甲壳虫动漫股份有限公司一、企业概况二、主营业务情况分析三、公司运营情况分析四、公司优劣势分析

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（GYZJY）图表详见正文特别说明：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，请放心查阅。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/285217285217.html>