

2018-2023年中国动漫产业市场发展需求调研与投资前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国动漫产业市场发展需求调研与投资前景趋势研究报告》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/309612309612.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21世纪的新兴朝阳产业。大数据背景下，积极贯彻落实中共十八大、十八届五中全会精神，创新我国动漫产业国际化发展路径，可提高我国动漫产业国际竞争力，推进动漫及文化产业成为我国经济发展的支柱产业，抵御外来文化的侵蚀，保障中华民族精神家园，保障国家文化安全。

一、中国动漫产业国际化发展态势 1.我国动漫产业国际化发展状况

2013年文化部发布《国家“十二五”文化改革发展规划纲要》，号召创建动漫产业国际化发展机制，支持动漫走出国门、走向世界市场。2014年国务院出台《关于加快发展对外文化贸易的意见》，在体制改革、税收优惠、金融支撑、通关服务等方面为动漫产业外向发展构建了良好的产业政策环境。在这些政策制度支持下，我国动漫产业园区、基地纷纷建立，产业集聚带构建成型，企业集群发展模式初见成效，多元主体竞合局面逐步形成，动漫产品日益丰富，市场活力、产业潜能逐步释放。同时，随着IT产业、互联网快速发展，移动互联网、智能电视、新媒体平台快速建立，以及科技创新与动漫融合度、知识产权保护力度不断增强，二次元文化进入主流视线，产业原创水平逐步提升，产业结构逐步优化，品质化、品牌化程度日渐提高，动漫衍生品、主题公园、动漫形象授权比例增大，动画电影票房收入较快增长，融入国民经济发展大循环，支撑文化产业成为国民经济支柱行业。同时，国内外市场占有率逐步提升，国际竞争力影响力日渐增强，动漫形象海外授权日益成为动漫产业国际化发展主体，“走出去”发展模式效果显著，《美猴王》《三国演义》《喜羊羊与灰太狼》《摩尔庄园》等动漫影视行销海外市场。2010年中国动漫产业总产值为470.84亿元，出口收入5.1亿元；2015年动漫产业总产值达到1131.58亿元，出口收入14.20亿元。尤其是动漫游戏产业出口规模保持年均52%的复合增长率，在世界动漫产业市场具有一定的认可度和信誉度。

2.我国动漫产业国际化发展存在的问题

（1）动漫产业产值规模总量较小

虽然中国动漫产业发展取得较大成就，2010年动画电视片产量超过日本，成为世界第一动画片产量大国，但与世界动漫产业强国相比，中国动漫产业总体规模仍然较小，国内GDP占比、世界动漫市场占比均较低。2014年美国动漫产业及衍生品产值达7000亿美元，产值仅次于信息技术产业，连续10年超过好莱坞电影业，成为全美最大娱乐产业、美国经济发展的新增长点，成为其输出文化价值理念的重要载体。2013年日本动漫产值达到12.1兆日元，约折合1200亿美元，GDP占比超过10%，成为第三大产业（日本数字内容协会，2014）。2014年英国数字娱乐产业年产值占GDP的7.9%，成为该国第一大产业。就中国而言，2014年动漫产业总产值只有153亿美元，仅占国内生产总值的0.24%，占世界动漫产业总产值的1.3%左右。以网络游戏而言，2010年美国电子游戏行业产值为251亿美元，2013年日本动漫游戏行业产值为148亿美元，2014年韩国游戏市场规模达128.3亿美元，2014年中国动漫游戏市场规模只有68亿美元，且有相当部分为韩国游戏所创造。

（2）国际国内市场竞争力较低

由于中国动漫产业市场化、产业化、链条化发展历史较短，原创精品、品牌形象较少，核心龙头企业较少，产业核心竞争力弱，国内外市场占有份额均处于较低状态。2014年世界原创动漫产品市场结构中，日本原创动漫产品销售值占60%，欧美原创动漫产品占29%，中国原创动漫产品销售值只占11%（中商情报网，2014）。中国国内动漫市场同样被美日韩动漫所挤压。2015年中国最具影响力的动漫作品中，国产动漫占11%，6成以上被日本动漫占据（卢斌等，2016）。这一状况不仅导致资金外流，动漫厂商资金回笼难度大，抑制民间资本投资积极性，也导致外国文化理念、价值观传入国内，威胁中国文化安全，影响国家与民族文化发展的精神根基与基础。

二、中国动漫产业国际化滞后原因

1.国际化发展理念意识缺位 美国动漫产业国际化发展取得优势与领先并占有较大国际市场份额，主要原因在于：确定超前、合理的国际化发展理念，并依托产业先发优势，以核心品牌与形象为基础，打造科技化、信息化动漫影视游戏精品，制作视听盛宴，并发挥大型龙头企业带动引领作用，建设动漫主题公园，延伸发展动漫产业链，建构多元化国际营销体系，拓展国际业务，获得全球最大市场利益。日本则依托高新科技打造动漫影视精品，获得较大国际动漫市场份额。韩国则坚持差异化发展理念，以原创游戏为重点，制定国际化发展计划，扩大国际市场规模和全球市场占有率。中国由于二元经济体制、计划经济意识影响，商业化、市场化、产业化起步较晚，产业绩效评估、商业营销理念模式滞后，产品以市场自发销售为主，国际化发展理念缺位，未能构建超前、合理、科学的国际化发展模式，未能拓展国际业务的营销渠道，致使产业国际竞争力较弱，产品国际市场占有率低，在与先进国家竞争中处于劣势；国际动漫市场受到挤压且蔓延到国内动漫市场，与当前中国动漫产业快速发展、产业产值快速提升的态势不相匹配。

图：我国动漫发展局限图 2.产品受众与市场定位错位

由于传统文化浓郁的身份伦理、道德教育意识，以及改革开放前动漫事业注重教育意义的路径影响，中国动漫产业发展缺少多元化、差异化、大众化发展理念，产品受众与市场定位错位，产品创作、受众主要针对婴幼儿、青少年，以低幼年龄群体为主，产品内容以知识传授、伦理道德教育为主，难以获得潜力巨大的成年消费市场认可和国际受众青睐。2012年，我国动漫产业产值达759.94亿元，然而出口额仅为8.13亿元，较大外销市场份额仅为“喜羊羊”系列动画片所创造，其他产品出口额、海外市场份额很低。如文化产业司司长刘玉珠所言，“中国现在动漫消费基本还是以青少年为主，中国现在还处于一个动漫发展的初级阶段，不管是在创意上、技术上、品牌形象上，还是在市场营销和推广上，我们与国外特别是欧美、日韩这些国家还有很大的差距，不要被现在动漫产业的快速发展态势所陶醉，我们应该在快速发展过程当中看到我们的问题，看到我们发展当中的困难”。

3.缺少原创精品化动漫品牌

原创化、精品化程度不高，是影响我国动漫产业提升国际竞争力的重要因素。第一，缺乏内涵与思想深刻的原创动漫精品，影视动画片情节、故事老化，模仿痕迹明显，情节重

复冗长，暴力场面较多，缺乏吸引力，难与国外动漫产品匹敌。第二，画面粗糙、音乐简单。国外影视动漫产品音乐优美、旋律动人，音乐与画面精妙配合、相得益彰，观看如享受视听盛宴。如日本音乐家久石让与动漫大师宫崎骏合作的动画片《风之谷》《天空之城》《千与千寻》等，音乐、情节、画面精美结合，以上乘质量、创意、构思而获得奥斯卡最佳动画片金像奖。反观中国影视动画作品，音乐制作水平较低，旋律简单、音效低劣，音乐与画面、情节融合度较低，难以得到受众认可。第三，动漫产品与高新科技、数字信息技术融合度低，制作技术简单，知名度与美誉度较低，缺乏足够吸引力与市场竞争力。由动漫星空统计的2015年动漫排行榜中，Top10席位全部被日本动漫垄断，这反映了我国动漫优质IP作品仍待孵化。

4.动漫产业链、价值链不完善

美、日、韩等三国动漫产业所以能够占有较大国际市场份额，核心在于发达成熟的动漫产业链、价值链。以日本而言，先出版原创漫画刊物，得到受众欢迎后出版漫画专集，制作动画影视作品，开发动漫衍生产品，推出动漫形象品牌授权和服务业务，放大动画影视商业价值、利润空间，获得更大产业增值。美国以核心品牌与形象为依托，制作动画精品、打造视听盛宴，建设主题公园，拓展动漫衍生产品，完善产业链，获得最大市场利益。中国由于缺少具有深深刻意蕴与创意的动漫产品，产业利润获取只停留在播出盈利层面，难以开发出高质量的动漫衍生品，影响产业价值空间扩大与价值链建构，动漫产业链发展呈现非良性发展状态。2015年中国动漫衍生品市场规模为380亿元，只占动漫产业总体的33.5%（卢斌等，2016），而日美动漫衍生品产业达到同等水平，甚至超过动漫主体产业本身产值。

5.缺少国际化大型企业引领

近10年来，在制度与政策鼓励下，社会与民间投资主体积极参与动漫产业投资，动漫企业数量大大增加。到2012年底，注册动漫企业10000家左右，企业主体呈现出多元化、社会化、市场化趋势，有些动漫企业通过培育特有动漫形象品牌，在国内甚至国际市场渐露头角。但由于产业整体发展理念滞后，企业运作模式简化，原创能力较弱、动漫精品缺位，新产品开发不力，资金回笼缓慢，经营规模普遍较小，导致企业难以做大做强；大型龙头动漫企业较少，小、散、弱特点突出，原创动漫形象研发只能跟风投资，缺少足够市场影响力，致使国际化发展处于受挤压状态。2010年获得文化部、财政部、税务总局联合认定动漫企业269家，年产值在3000万元以上的企业只有24家，年产值超过1亿元的大型企业只有13家。

6.缺少领军人才与团队支撑

2014年中国动漫从业人员达到20万人，虽然数量较多，但由于缺乏具有高级创意的大师级领军人才，动漫产品或缺乏优秀创意、内涵与思想，产品“有技术、缺灵魂”；或“有灵魂、有创意、缺制作”，核心竞争力低，难以走出海外；也致使有些绘画、定型、三维等制作能力达到国际领先水平的企业常常为他人做“嫁衣裳”。同时，由于缺少高级国际化营销人才，即使有制作、创意俱佳的动漫作品、衍生品，也难以进行国际化商业运作，难以走向海外市场，致使诸多动漫产业园区为国外企业做代加工服务。总之，当美日等动漫产业先进国家以最先进的技术、最时尚的理念、最受观众欢迎的创意、多元化消费群体为动漫产业发展定

位制作“动漫大片”时，中国动漫产业徘徊在产品创意差、档次低的状态，不能做到“冲出亚洲、走向世界”。

三、中国动漫产业国际化发展路径创新

21世纪国际竞争将是文化软实力的竞争。预计2016年到2020年，全球动漫市场规模将翻5番，尤其是亚太市场、中国市场将成为动漫产业的主要增长市场。维克托舍恩伯格、肯尼斯库克耶在《大数据时代》中认为：通过对不同来源大数据的管理、处理、分析与优化，将创造出巨大的经济和社会价值。因此，为提高中国动漫产业国际竞争力，必须依托国际动漫产业市场大数据分析，挖掘世界动漫市场发展规律，创新动漫产业国际化发展路径，推动中国动漫产品走向世界。

1.加强国际动漫市场大数据研发

大数据具有体量大（Volume）、速度快（Velocity）、多样化（Variety）、价值高（Value）、真实性（Veracity）的5V特点。通过大数据分析、云计算等新技术，可获得更强的产业决策力、市场洞察力、产业优化能力，可促进商业营销决策从“业务驱动”转变为“数据驱动”，提高企业与产业核心竞争力。为推进我国动漫产业国际化发展的科学化、合理化水平，必须树立以大数据为主导的产业发展战略。依托国内互联网骨干网络媒体（百度、阿里、腾讯、搜狐、新浪、乐视、爱奇艺等）的海量动漫数据库，建构全球规模最大、专门化、系统化的动漫产业大数据平台，深入开展国内外动漫产业、动漫市场大数据研发，构建全面系统的世界动漫产业市场发展指数体系，监测、跟踪国际动漫产业与市场的发展规律和动态，形成科学合理的动漫产业大数据报告（何廷润，2015），提升动漫产业国际化发展的洞察力，优化产业国际化发展定位、目标，强化产业国际化发展决策力，促进我国动漫产业商业营销决策、模式转变为“数据驱动”，提高我国动漫企业与产业的国际核心竞争力。

2.制定科学合理的国际化发展目标

必须依托世界动漫产业大数据分析，依据邓宁所提出的关于“国际经营”四阶段发展理念，制定科学合理、多阶段、系统化的国际化发展目标。就近期目标而言，应大力提升我国动漫原创研发能力，提高技术创新、动漫制作水平，创作动漫精品力作与品牌，提高动漫产业国际竞争力；发挥产业化、市场化机制的资源配置作用，走出国家主导型发展模式误区，着力打造若干知名骨干动漫企业，培育一批具有较强市场意识、国内外知名的高级动漫艺术家和企业家。中期目标是持续增强动漫产业的影响力、辐射力、带动力，将动漫产业打造为国家经济发展的支柱产业，在产值、销售以及动漫精品拥有量方面成为亚洲第一动漫产业强国。远景目标是力争未来10~20年将我国发展成为世界第一动漫产业生产与销售大国，世界上最大的动漫消费市场。

3.推行原创多元精品化发展模式

依据国际动漫产品市场、消费者大数据库，创新、拓展服务模式，以原创化、多元化为主要逻辑，开发培育一大批具有国际影响力的动漫产品，拓展新产品、新服务、新业态，促进动漫产品真正走出国门。第一，依托中国5000年源远流长的历史、深厚的文化底蕴，开发结合中外文化元素，寓意深刻、内涵渊博，中外观众均能认可、接受的原创动漫品牌与形象，提升中国动漫产品的品位。第二，依据国际动漫市场大数据库分析，树立差异化发展理念，打造不同年龄段观众与消费者喜爱的差异化、多元化产品与品牌。第三，树立精品化发展理念，加强技术创新能力，提升动漫产品与高新科

技、信息技术的融合度，将符合世界动漫产业发展潮流的高级创意，通过动漫制作技术创新的方式转化为产品，打造动漫精品，推进中国动漫产品、产业国际化发展的进程与步伐，使中国原创动漫作品、动漫衍生品依靠现代高新技术走出国门、走向海外市场。

4.创新产业国际营销与融资模式 以国际动漫产业市场大数据分析为基础，创新国际化营销与商业模式。第一，研究国际动漫市场细分格局，大力强化特色原创产品研发，探索多元化国际营销模式，构建多元化宣传渠道、营销体系。首先将动漫产品、品牌推广、发行到华语区，在获得华语区受众接受后发展到非华语地区以及世界各地。第二，打造国际化营销平台、网上交易会，为动漫厂商与国际动漫企业展开交流与合作、学习和借鉴他人技术、建立伙伴关系创造良好机遇。第三，积极尝试、推行产品预售策略，通过样品预售吸引海外买家，得到一定的成功后再大力推广至更多的地区与国家。第四，推行联合制作模式，集全球人智慧为共同打造国际动漫品牌，使动漫产品开发达到国际化水平，从而提高产品的国外市场与消费者认可度。第五，推进动漫产业投融资国际化，推进资本市场发展，完善相关法律法规，完善上市发行制度，提高动漫企业上市效率，鼓励更多优质动漫企业境外上市，推进产业融资国际化进程，逐步建立多层次资本市场，满足更多动漫企业的上市与资金需求。

5.培育高级国际化动漫人才队伍 高级动漫产业领军人才、经营管理人才、研发制作人才是我国动漫产业国际化发展的关键，能力强劲的基础人才队伍是我国动漫产业国际化发展的基石。大数据背景下，创新中国动漫产业国际化发展路径，必须以高级与基础人才队伍建设路径的创新为基础：第一，加强高级领军人才、高级经营管理人才与高级研发人才的培养。产业领军人才具备创新、创业、开拓等现代企业家精神，可以开拓新业态、新市场、新产品，能够引领产业发展方向，甚至形成行业“话语权”，与动漫产业的创新本质存在内在契合性；高级经营管理人才谙熟企业人员、财务、资本管理要领，谙熟国内外市场发展趋势与潮流，可熟练地进行资本资产运作，将企业做大、做强，走出国门、走向国际市场；高级研发人才熟练掌握新兴科技与技能，熟悉产品开发的要旨与方向，可以创意、策划、开发出符合市场审美需求、科技融合度高的动漫产品。所以，我国动漫产业国际化发展必须积极创新高级人才培养机制、管理机制、激励机制，通过培养与引进等方式，努力培养大批具有前瞻意识与国际化发展理念的高级人才。第二，提高动漫产业高级人才复合化、高端化、国际化程度。动漫产业国际化发展的关键在于创新，创新的要义在于能力的复合化、高端化以及创新意识与理念的国际化。

高级动漫人才的培养，应该着力提高其复合化程度，要求动漫产业从业人员既要懂动漫，也要懂经济、文化、管理；既要懂动漫产品创造与设计，也要懂产业、企业经营、管理与营销；还需加强动漫产业从业人才队伍的高端化，使其掌握国际前沿的产品创意、设计理念，认清国际动漫产业市场发展潮流与规律，掌握最新高端的动漫制作技术。第三，加强动漫产业基础从业人才队伍建设的国际化，使其知晓国际动漫产业发展进程，知晓国际流行动漫形象与品牌，具备国际化视野。第四，大力培养动漫产业大数据分析人才，确保能够获得

科学、有效、准确的国际动漫产业与市场数据，为我国动漫产业国际化发展提供方向。

6. 培育大型企业推进管理国际化 中国动漫产业国际化发展路径创新更当积极培育国际化龙头的核心企业，推行动漫企业国际化经营管理模式，提升动漫企业国际化经营管理水准。

第一，全面深化文化管理体制变革，全面深化政商关系改革，完善产业发展制度、政策，推进市场化发展，积极建立现代企业制度，提高动漫企业管理的现代化水平，积极发挥市场配置动漫产业资源的作用。第二，树立动漫企业国际化发展理念，完善企业国际化管理模式，使得企业管理模式和理念适应国际发展潮流，通过企业国际化管理经营实现跨国资源优化组合。

7. 加强动漫品牌与知识产权保护

加强知识产权保护是促进我国动漫产业国际化发展的必由之路。鉴于当前我国动漫产业盗版侵权泛滥的困境，必须结合我国动漫发展实际，借鉴美日等国家和地区关于动漫知识产权保护的经验，建立具有中国特色的动漫知识产权保护体系，最大限度地给予动漫产业知识产权全方位的保护。在立法中明确规定动漫知识产权的侵权行为，严禁他人仿冒、非法使用已形成一定品牌效应的动漫形象及与该形象相关的产品，禁止他人非法演绎、商标淡化、非法抢注等情形。尽快建立完善的知识产权尤其是版权和商标权的保护和监管法律体系和管理办法，尽快适应国际动漫产业市场要求。引入动漫角色商品化权，承认动漫角色作为主体的权利，构建全方位的法律体系，保护动漫产业发展。

观研天下发布的《2018-2023年中国动漫产业市场发展需求调研与投资前景趋势研究报告》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 动漫产业基本概述

1.1 动漫

1.1.1 动漫的定义

1.1.2 动漫的划分

1.2 动漫产业

1.2.1 动漫产业的概念

1.2.2 动漫产业的经济特性

第二章2016-2017年国外动漫产业发展分析

2.1 2016-2017年世界动漫产业运行综述

2.1.1 产业现状

2.1.2 发展模式

2.1.3 发展特点

2.1.4 热点分析

2.2 2016-2017年主要国家或动漫产业分析

2.2.1 日本

2.2.2 美国

2.2.3 韩国

2.2.4 印度

2.2.5 台湾地区

2.3 国外动漫产业政策分析

2.3.1 产业定位政策导向

2.3.2 职能机构指导监管

2.3.3 政府资本扶持

2.3.4 政府行政手段

第三章2016-2017年中国动漫产业发展环境分析

3.1 人口环境

3.1.1 中国处于高速城镇化阶段

3.1.2 城市人口是主要消费群体

3.1.3 最终消费者以儿童为主

3.2 经济环境

3.2.1 国民经济总体情况

3.2.2 全国居民消费情况

3.2.3 宏观经济发展

3.3 社会环境

3.3.1 文化产业蓬勃发展

3.3.2 动漫产业需求量巨大

3.3.3 民众文化消费奠定产业基础

3.3.4 儿童消费品行业迅速发展

3.4 技术环境

3.4.1 网络动漫持续繁荣

3.4.2 4G技术的出现和应用

第四章2016-2017年中国动漫产业发展分析

4.1 中国动漫产业发展因素分析

4.1.1 政治、法律要素

4.1.2 经济、技术要素

4.1.3 市场发展要素

4.2 2016-2017年中国动漫产业发展现状分析

4.2.1 产业规模

4.2.2 运行状况

4.2.3 发展特点

4.2.4 发展亮点

4.2.5 盈利模式

4.2.6 出口市场

4.3 中国动漫产品经营情况分析

4.3.1 动漫项目的成本与收益情况

4.3.2 动漫项目的制作技术对收益的影响

4.3.4 动漫项目的衍生开发情况对收益的影响

4.4 中国动漫产业战略模式分析

4.4.1 动漫产业发展战略模式的必要性

4.4.2 国际动漫产业发展的基本战略模式和发展规律

4.4.3 创建我国动漫产业战略模式的探讨

4.4.4 动漫产业发展模式要处理好五方面的关系

4.4.5 动漫产业发展模式的主要战略部署

4.5 中国动漫产业面临的问题分析

4.5.1 中国动漫产业发展的软肋

4.5.2 中国动漫产业发展的主要问题

4.5.3 中国动漫产业发展的瓶颈分析

4.5.4 对比国外我国动漫产业存在三大缺失

4.6 发展中国动漫产业的

4.6.1 中国动漫业要加快产业化速度

4.6.2 中国动漫产品需要实行分级制度

4.6.3 国内动漫行业发售环节 策略剖析

4.6.4 我国动漫产业应走强强联盟道路

第五章2016-2017年动画产业分析

5.1 2016-2017年全球动画产业发展现状

5.1.1 全球动画产业发展概况

5.1.2 全球十大经典动画片回眸

5.1.3 全球动画产业发展现状

5.1.4 日本动画产业发展现状

5.1.5 英国动画产业发展动态

5.2 2016-2017年中国动画产业体系及规模

5.2.1 中国动画产业整体运行态势

5.2.2 中国动画产业播映体系分析

5.2.3 2017年中国动画片制作发行情况

5.2.4 2017年中国动画电影市场发展状况

5.2.5 2017年中国动画电影市场发展态势

5.2.6 中国动画电影的成功路径分析

5.3 动画片市场化运作的商业模式解析

5.3.1 动画片的三个市场层次

5.3.2 动画片的三种商业类型

5.3.3 动画片的市场化出路

5.4 中日动画比较分析

5.4.1 画面效果

5.4.2 内容

5.4.3 配音

5.4.4 音乐

5.4.5 收看对象

5.5 中国动画产业发展的问题与对策分析

5.5.1 中国动画产业发展的五大软肋

5.5.2 国内影视动画产业发展存在的缺失

5.5.3 中国动画产业面临供求失衡困境

5.5.4 改革中国动画产业管理体制的措施

5.5.5 发展中国动画产业的若干建议

第六章2016-2017年漫画产业分析

6.1 2016-2017年全球漫画产业格局分析

6.1.1 世界漫画产业发展概述

6.1.2 北美漫画市场发展状况

6.1.3 日本漫画产业发展现状

6.1.4 韩国漫画产业发展动态

6.2 2016-2017年中国漫画产业现状分析

6.2.1 中国漫画发展的七个阶段

6.2.2 中国漫画产业发展现状综述

6.2.3 中国漫画出版业发展状况

6.2.4 中国手机漫画业发展分析

6.2.5 多方合力推动漫画产业发展

6.2.6 中国漫画消费市场发展分析

6.3 香港漫画产业

6.3.1 香港漫画业的崛起

6.3.2 香港漫画市场概况

6.3.3 日本漫画对香港漫画的影响分析

6.3.4 香港进军电子漫画书市场

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 漫画新闻的传播优势分析

6.4.4 漫画新闻发展中的问题分析

6.4.5 漫画新闻发展的策略

6.5 中国漫画产业的问题与发展趋势分析

6.5.1 新漫画通向连环画主流遭遇的阻碍

6.5.2 中国漫画期刊产业存在的突出问题

6.5.3 动漫时代传统漫画的发展走向

6.5.4 成人漫画市场发展前景广阔

第七章2016-2017年手机动漫产业分析

7.1 手机动漫概述

7.1.1 手机动漫的概念

7.1.2 手机动漫的产业价值链

7.1.3 手机动漫市场的特点

7.1.4 手机动漫的传播性与受众分析

7.2 2016-2017年手机动漫产业发展规模

7.2.1 国外手机动漫产业发展综述

7.2.2 中国手机网民规模及网络应用现状

7.2.3 中国手机动漫产业链发展解析

7.2.4 中国手机动漫市场发展概况

7.2.5 中国手机动漫行业发展态势良好

7.3 手机动漫产业面临的问题与对策

7.3.1 中国手机动漫产业发展的短板透析

7.3.2 手机动漫存在的其它不足

7.3.3 手机动漫的内容匮乏原因及应对策略

7.3.4 4G手机动漫业务的总体开发策略

7.4 手机动漫发展前景及趋势分析

7.4.1 手机动漫产业具备良好的发展契机

7.4.2 手机动漫市场发展前景分析

7.4.3 未来手机动漫将趋向社区化互动化

第八章2016-2017年网络动漫产业分析

8.1 网络动漫概述

8.1.1 网络媒体的定义及分类

8.1.2 网络动漫的用户特征

8.1.3 网络动漫市场特点分析

8.1.4 网络动漫的两种经营模式

8.2 2016-2017年网络动漫产业发展规模

8.2.1 网络传媒对传统动画的影响

8.2.2 中国网络动漫市场基本情况

8.2.3 国家级网络动漫研究基地落户天津滨海

8.2.4 我国互联网与动漫业加速融合

8.2.5 我国网络文学漫画开始萌芽

8.2.6 中国网络动漫面临的机遇与挑战

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 网络动漫面临“有价无市”尴尬

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分析

第九章2016-2017年动漫游戏（偏网络）产业分析

9.1 2016-2017年网络游戏产业发展规模

9.1.1 中国网络游戏产业政策环境分析

9.1.2 中国网络游戏市场消费群体分析

9.1.3 2017年网络游戏市场发展概况

9.1.4 2017年网络游戏市场规模分析

9.1.5 2017年中国网络游戏市场分析

9.2 2016-2017年动漫游戏产业现状分析

9.2.1 动漫游戏产业的特征解析

9.2.2 动漫网络游戏业最能体现文化创意实质

9.2.3 全球动漫游戏产业推动三大市场发展

9.2.4 我国动漫游戏产业发展现状

9.2.5 网络游戏与动漫之间的融合发展

9.3 发展中国动漫游戏产业的建议

9.3.1 正确认识动漫游戏业的战略机遇期

9.3.2 走中国道路让国产原创作品占主流

9.3.3 高端人才培养是关键

9.3.4 培育动漫游戏产业链

9.3.5 保护知识产权及提升行业自律意识

9.4 动漫游戏的发展前景与趋势分析

9.4.1 网游业与动漫业结合前景看好

9.4.2 动漫游戏改编电影具有广阔发展前景

9.4.3 中国网游市场的发展趋势与投资形势

第十章2016-2017年动漫产业分区域分析

10.1 广东省

10.1.1 政策情况

10.1.2 产业现状

10.1.3 发展特点

10.1.4 存在问题

10.1.5 发展对策

10.2 北京市

10.2.1 政策情况

10.2.2 产业现状

10.2.3 存在问题

10.2.4 发展对策

10.3 上海市

10.3.1 政策情况

10.3.2 产业现状

10.3.3 发展特点

10.3.4 发展对策

10.4 湖南省

10.4.1 政策情况

10.4.2 产业现状

10.4.3 发展动态

10.4.4 存在问题

10.4.5 发展对策

10.5 湖北省

10.5.1 政策情况

10.5.2 产业现状

10.5.3 发展动态

10.5.4 存在问题

10.5.5 发展对策

10.6 浙江省

10.6.1 政策情况

10.6.2 产业现状

10.6.3 发展动态

10.6.4 存在问题

10.7 其他地区

10.7.1 江苏省

10.7.2 安徽省

10.7.3 吉林省

10.7.4 福建省

第十一章2016-2017年动漫产业基地分析

11.1 中国动漫产业集群发展综述

11.1.1 发展现状

11.1.2 存在问题

11.1.3 理论模式

11.1.4 建设模式

- 11.1.5 政府角色定位
- 11.2 中国动漫产业基地整体分析
 - 11.2.1 建设加速
 - 11.2.2 运营模式
 - 11.2.3 存在问题
 - 11.2.4 路径选择
- 11.3 北京动漫产业发展分析
 - 11.3.1 发展态势
 - 11.3.2 建设动态
 - 11.3.3 主要基地概况
- 11.4 上海动漫产业发展分析
 - 11.4.1 发展态势
 - 11.4.2 建设动态
 - 11.4.3 主要基地概况
- 11.5 天津动漫产业发展分析
 - 11.5.1 发展态势
 - 11.5.2 建设动态
 - 11.5.3 主要基地概况
- 11.6 深圳动漫产业发展分析
 - 11.6.1 发展态势
 - 11.6.2 建设动态
 - 11.6.3 主要基地概况
- 11.7 浙江动漫产业发展分析
 - 11.7.1 发展态势
 - 11.7.2 建设动态
 - 11.7.3 主要基地概况
- 11.8 江苏动漫产业发展分析
 - 11.8.1 发展态势
 - 11.8.2 建设动态
 - 11.8.3 主要基地概况
- 11.9 其他地区
 - 11.9.1 山东
 - 11.9.2 河北
 - 11.9.3 辽宁
 - 11.9.4 黑龙江

11.9.5 福建

11.9.6 安徽

第十二章2016-2017年动漫产业链分析

12.1 动漫产业链概述

12.1.1 动漫产业链的界定

12.1.2 动漫产业链的内涵

12.2 国外动漫产业链特点分析

12.2.1 美国动漫产业链的特点

12.2.2 日本动漫产业链的特点

12.2.3 韩国动漫产业链的特点

12.3 2016-2017年中国动漫出版市场分析

12.3.1 动漫出版渐成规模

12.3.2 动漫出版物市场格局

12.3.3 动漫出版与市场对接

12.3.4 动漫期刊加速发展

12.4 2016-2017年中国动漫衍生品市场分析

12.4.1 开发现状

12.4.2 发展特点

12.4.3 存在问题

12.4.4 发展出路

12.5 2016-2017年动漫业衍生品细分市场分析

12.5.1 动漫与广告和游戏

12.5.2 动漫与服装

12.5.3 动漫与玩具

12.5.4 动漫与食品

12.5.5 动漫与主题公园

12.5.6 动漫与服务业

第十三章2016-2017年动漫产业重点企业分析

13.1 迪斯尼公司

3.1.1 企业概况

3.1.2 经营状况

3.1.3 发展动态

13.2 梦工厂电影公司

3.2.1 企业概况

3.2.2 经营状况

3.2.3 发展动态

3.3 东映动画株式会社

3.3.1 企业概况

3.3.2 经营状况

3.3.3 发展动态

13.4 环球数码创意控股有限公司

3.4.1 企业概况

3.4.2 经营状况

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

3.4.3 发展动态

13.5 湖南拓维信息系统股份有限公司

3.5.1 企业概况

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

3.5.2 产业探索

3.5.3 战略动向

13.6 骅威科技股份有限公司

13.6.1 企业概况

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

13.6.2 产业探索

13.6.3 战略动向

13.7 广东奥飞动漫文化股份有限公司

13.7.1 企业发展概况

13.7.2 经营效益分析

13.7.3 业务经营分析

13.7.4 财务状况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

（三）企业盈利能力分析

13.7.5 未来前景展望

13.8 深圳华强数字动漫有限公司

13.8.1 企业概况

（一）企业偿债能力分析

（二）企业运营能力分析

（三）企业盈利能力分析

13.8.2 产业探索

13.8.3 战略动向

13.9 杭州飞龙动画材料有限公司

13.9.1 企业概况

（一）企业偿债能力分析

（二）企业运营能力分析

（三）企业盈利能力分析

13.9.2 产业探索

13.9.3 战略动向

13.10 浙江中南卡通股份有限公司

13.10.1 企业概况

（一）企业偿债能力分析

（二）企业运营能力分析

（三）企业盈利能力分析

13.10.2 产业探索

13.10.3 战略动向

第十四章2016-2017年动漫产业政策背景分析

14.1 中国动漫产业政策回顾

14.1.1 政策大力推动动漫产业发展

14.1.2 我国政府重视动漫产业发展

14.1.3 国家财税政策扶持动漫产业发展

14.1.4 国家政策鼓励民间资本投资动漫产业

14.2 2016-2017年中国动漫产业政策动态

14.2.1 关于国家动漫奖

14.2.2 关于动漫企业进口开发生产用品免征进口税收的政策

14.2.3 扶持动漫产业发展的增值税和营业税政策

14.2.4 动漫企业营改增试点政策明确

- 14.2.5 政策支持小微文化产业发展
- 14.3 国家动漫产业政策的主要特点
 - 14.3.1 促进动漫产业链良性发展成为基本出发点
 - 14.3.2 发挥市场机制以需求拉动生产
 - 14.3.3 鼓励动漫核心技术研发和产业化
 - 14.3.4 以增强企业竞争力为核心大力培育市场主体
- 14.4 相关政策法规文件
 - 14.4.1 《动漫企业进口动漫开发生产用品免征进口税收的暂行规定》
 - 14.4.2 《关于推动中国动漫产业发展若干意见的通知》
 - 14.4.3 《关于发展中国影视动画产业的若干意见》
 - 14.4.4 《动漫企业认定管理办法（试行）》
 - 14.4.5 《互联网文化管理暂行规定》
 - 14.4.6 《音像制品管理条例》
 - 14.4.7 《网络游戏管理暂行办法》

第十五章 动漫产业发展规划分析

- 15.1 我国动漫产业发展规划分析
 - 15.1.1 面临的形势
 - 15.1.2 主要任务
 - 15.1.3 保障措施
- 15.2 部分地区动漫产业发展规划
 - 15.2.1 安徽省
 - 15.2.2 河南省
 - 15.2.3 湖北省
 - 15.2.4 深圳市
 - 15.2.5 汕头市
 - 15.2.6 成都市双流县

第十六章 动漫产业前景展望

- 16.1 中国动漫产业发展前景分析
 - 16.1.1 中国动漫产业前景光明
 - 16.1.2 发展机遇与空间
 - 16.1.3 面临的挑战
- 16.2 2018-2023年中国动漫产业发展预测
 - 16.2.1 2018-2023年中国动漫产业走势预测

16.2.2 2018-2023年中国动漫行业趋势预测

16.2.3 2018-2023年中国动漫市场规模预测

(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/309612309612.html>