

2018-2023年中国动漫行业市场产销态势分析与投资价值前景评估报告

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年中国动漫行业市场产销态势分析与投资价值前景评估报告》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/309613309613.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

1 动漫企业专利分析背景及数据来源

1.1 动漫企业专利分析背景

动漫自诞生以来，其每次跨越式发展都与科学技术进步密不可分，几乎每次涉及动漫产业的新技术出现，都使原有利益平衡被打破，促使动漫企业做出自我调整以适应新技术环境下的生存与发展。随着动漫技术的发展和用户需求的多样化，动漫正朝着科技化、信息化和人性化方向迈进，动漫技术的运用为创作者提供了更为广阔的表现平台，同时也为消费者带来更加满意的娱乐体验。技术路径必须以技术创新能力为建设标杆与发展基础，而技术创新能力的评价必须运用到诸多标准和复杂的运算方法，诸如层次分析法、德尔菲法等等，这些方法在进行评价时主观判断多，是一项非常复杂的系统工程。专利作为无形资产，已经成为承载巨大经济价值的重要资源，对于推动行业与地区的技术发展、提升产业核心竞争力、推动社会与经济的可持续发展具有重要意义。作为情报分析手段，专利分析是动漫技术创新者、动漫企业和相关政府部门等了解与把握业内技术现状与趋势、产业动态与走向、专利保护与运用状况，减少和避免专利纠纷的重要途径。对动漫技术专利进行分析可将原始专利信息从量变到质变，使它们由普通信息上升为高校科研、企业经营、政府决策中有价值的情报。相对于国外动漫企业在技术研发上的积极与主动，中国动漫企业对动漫技术带来的发展机遇回应迟缓并带有很大的不确定性，可能导致中国动漫企业错失发展良机。具体表现在：市场运作上，产业整体发展战略不明确，企业技术研发与运用策略不成熟，市场细分不完善；技术研发上，以技术引进为主，自主创新性不强，资金、设备与高端人才缺乏；学界研究上，国内对动漫专利布局、产业发展战略、促进性政策等方面的研究成果较少，仅局限于艺术特征和技术挖掘层面的初步研究。本文以专利分析为视角，结合政策、技术、市场三要素，对中国典型动漫企业近20年的专利申请量、专利类型、核心技术等进行统计分析，研究动漫技术领域的发展现状和趋势，以此为中国动漫技术的研发方向和技术发展提供有益启示。

1.2 动漫企业专利分析数据来源

本文以国家知识产权局专利数据库“专利信息服务平台试验系统”中的中国专利数据库为数据源。申请日设定为2006 - 2014年。在检索方法上，综合考虑专利检索的可操作性和产业内的认知广泛程度，本文数据采集选择小范围检索策略，检索时从申请人（专利权人）入手，具体做法为：第一步，对经过《动漫企业认定管理办法》认定的动漫企业进行检索，并统计专利数量多的企业名称；第二步，对专利数量多的企业进行筛选，排除所有申请专利

均为外观设计型专利的企业，根据此检索策略得到关于动漫企业较为准确、科学的检索条件；第三步，对剩余动漫企业按照专利数量进行排序，选取经国家认定的动漫企业在中国专利申请数量排名前6位的企业作为申请人（专利权人），即以广东奥飞动漫文化股份有限公司（奥飞动漫）、浙江中南卡通股份有限公司（中南卡通）、广州灵动创想文化科技有限公司（灵动创想）、武汉漫迪动漫文化传播有限公司（漫迪动漫）、上海幻维数码创意科技有限公司（幻维数码）、河南麦草动漫科技有限公司（麦草动漫）的专利数据作为本文专利分析的样本。作为中国动漫产业中的代表性企业，他们的专利现状不仅可以反映中国动漫产业在技术领域的发展趋势，同时也在一定程度上呈现了中国动漫企业在中国市场的技术发展战略和专利竞争策略。该检索表达式含义为：检索从2006 - 2014年期间国家知识产权局受理的，申请人（专利权人）为选定动漫企业的动漫技术专利。

2中国动漫企业专利技术现状及成因

2.1专利申请趋势分析——总体上升，后劲不足

图1显示了2006 - 2014年间样本企业动漫技术的总体年度专利申请发展趋势。该图提示了样本企业动漫技术的总体专利申请量的时序变化，及其在动漫技术领域的研发投入强度以及该类技术从萌芽到发展的过程变化。从整体来看，中国动漫企业的专利申请量总体呈现稳步上升态势，近年申请量稍有回落，但也基本稳定在高位。

图：样本企业专利申请总体年度趋势

中国动漫企业从21世纪初就着手动漫技术的研究与开发，市场的诱因自不待言，而适时的政策驱动亦在中国动漫企业技术研发上产生了非常显著的效果。2006年之前中国动漫产业年专利申请量在较低水平徘徊，样本企业的专利申请年度总量均少于十项。2006年国务院转发财政部、教育部等十部委共同发布《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》从国家层面对动漫产业发展做出了更具体的部署，一系列利好政策相继推出，从2006年开始样本企业专利申请总量呈阶梯式增长，尤其2009年《动漫企业认定管理办法》开始实施，中国动漫企业更为高效的享受扶持政策，将更多资本投入技术研发，因此专利申请总量在2011年达到顶峰。之后，动漫企业专利申请进入调整期，说明前期政策扶持已无法维持动漫企业专利申请进入下一个快速增长阶段，此时应着手调整政策扶持方向，创新激励方法与激励制度以适应动漫产业发展形势。

图：各样本企业专利申请年度趋势

上图显示了6家样本企业专利申请量随年度变化的情况，各样本企业专利申请年度趋势与专利申请总体年度趋势基本保持一致。将专利数量按时间序列进行分析，样本企业的动漫

技术申请趋势分为两个阶段:

2006 - 2009年的技术起步阶段，此时多数企业经历了专利从无到有的过程，总体专利数量较少。该阶段各级政府开始大规模扶持动漫产业，中国动漫产业管理体制也逐步完善，产业发展快、经济效益好，但是这一阶段企业发展主要围绕提高动漫数量，采用传统制作工艺与廉价劳动力相结合的方式，对于动漫技术创新关注较少，受科研技术、经济实力和政策投入的制约，这一阶段动漫技术专利申请量较少。2010至今的初步发展阶段，此时样本企业专利申请活跃，且专利申请量都在此阶段达到顶峰。数据表明，中国动漫产业技术发展在这一阶段得到了国家产业政策的扶持，与技术起步阶段相比，市场环境与研究方式更加成熟，样本企业每年的专利申请量相差不大，但整体保持了稳定向上的发展趋势。

大多数样本企业2014年专利申请量处于低位，主要有两个原因:其一，专利申请公开、公告存在一定的滞后期，部分2014年专利申请数据缺失;其二，奥飞动漫的专利申请量高于其他企业平均专利申请量的将近4倍，尤其是2014年专利申请量更是达到顶峰，作为中国唯一正式上市的动漫企业，奥飞动漫在资本注入、人才引进、设备投入等方面都有显著优势，其专利申请一家独大的形势业已形成，据此其他动漫企业在技术研发上考虑调整与转型，意图不与奥飞动漫在核心专利战略上进行正面碰撞，因此近期专利申请量出现下滑。

综上所述，中国动漫企业技术研发处于初步发展阶段，除了市场需求因素，政策驱动也具有较强影响力，但目前政策扶持已无法维持动漫技术持续快速增长，中国动漫技术创新模式有待优化。与中国历史同源、文化同质的日本在动漫技术创新中也采用政策驱动与市场结合模式，日本动漫企业技术创新中利用扶持政策优势，善于把握国外技术动向，多采用引进、消化、吸收、再创新模式，在早期迅速实现了技术产出的高增长，证明此模式对引导企业在技术创新的投入及抢占新技术所带来的市场先机效果明显。

而该模式的弊端也十分明显，模仿创新带来的经济效益具有时限性，缺乏原始创新对维持技术创新的持续高产空间有限，直接后果是技术的衰退期会更早来临。与此同时，美国实行完全市场化模式，动漫企业在市场需求不明显的技术萌芽期会经历较长时间的技术探索和市场培育，一旦新技术获得市场认同，企业迅速投入资源，技术创新厚积薄发，发展态势更为稳定持久。

该模式下的动漫企业原始性创新占应有比例，继受创新空间广阔，技术的高产出期更为持久，企业在技术发展成熟期的市场竞争优势亦更为显著，但企业需要在技术的萌芽期承担更多的市场风险。目前，中国动漫企业技术发展方向不明确，尚未形成相适应的技术创新策略，导致专利申请盲目性和滞后性。

受限于企业规模、资金来源、产业链发展水平和动漫低龄化定位等因素，中国动漫企业实行美国完全市场化模式不利于技术布局的快速形成，而日本政策驱动与市场结合模式带来的技术红利时效较短，中国动漫技术创新发展模式应综合两者利弊，取长补短，根据技术成长时期与产业发展状况给予适当政策扶持与引导，促进动漫技术创新提质增效。

2.2研发类型及方向分析——衍生品开发为主，创新性较低

样本企业申请的专利中，外观设计专利数量最多，占专利申请总量的84%。由此可见，以样本企业为代表的动漫产业技术主要集中在对产品形状、图案、色彩等平面设计或者立体造型方面，而对产品、方法或者其改进提出的新技术方案以及产品和方法发明，产品形状、构造或其结合所提出的适于实用的技术方案方面涉及较少。原因主要有四点：一是企业经营维系版权核心价值的传统模式，更注重版权内容的生产、管理、运营，没有开启科技商业化经营思路，应用新知识，研发新技术，提供新产品、新服务，并满足、创造和开发新需求。二是发明与实用新型在技术创造性和实用性方面比外观设计要求更高，研发成本也更高；三是中国动漫企业更注重动漫衍生品的研发，盈利点位于产业链下游。衍生品的过度开发能够快速提升动漫企业短期效益，但是从长期发展来看，中国动漫企业尚未真正掌握动漫产业发展主动权，动漫原创性、品牌提升、市场定位等方面能力较弱；四是现有扶持政策的高额补贴和外观设计专利研发的低成本双重利益驱使下，动漫企业单纯追求专利数量提高而大量申请外观设计专利，说明中国动漫产业激励制度亟需改善。

根据IPC分类号对应的技术内容的专利数量占专利总量的分析可了解样本企业各类专利申请所占比重、最为活跃的技术领域，以及研发能力的分布情况。我们对样本企业专利申请中IPC国际专利分类按小类进行统计，共得到34类专利，进一步分析后可知，样本企业技术领域可分为两类，一是动漫制作与传播类，二是实体玩具类。

进一步分析可知，对于动漫制作与传播类技术，科技含量高，技术难度大，竞争性强，但是总体数量较少，只占样本企业技术总量的10%。实体玩具类技术总体数量居多，占样本企业技术总量的90%，显而易见该领域是中国动漫企业研发的热点技术领域，但是，这类技术主要用于动漫衍生品开发，是版权价值的实现形式之一，与科技创新关联较小。再次印证中国动漫企业更注重衍生品开发，大多数企业处于动漫产业链下游，对处于产业链上游的动漫制作与传播类专利创新能力不足。与此同时，日美动漫企业均以研发动漫制作与传播类技术为主，而中国动漫企业却以创造性和后续接力式发展前景都较弱的衍生品开发为主，对自主创新力和市场竞争力提高无法起到有效改善作用。原因在于，其一，与动漫衍生品相关的外观设计与实体玩具类技术研发难度较低，资源投入少，短期回报率高；其二，中国动漫

产业专利研发过于集中在实体玩具类领域，研发资金、人力设备基本集中在固定领域，可能导致新进的动漫制作与传播类技术研发力量投入不足;其三，侧重于对企业的财政补贴及保护性政策虽加速了动漫技术发展进程，但在高额补贴和模仿创新的低成本双重利益驱使下，动漫企业为追求专利申请量而着重研发外观设计与实体玩具类技术。

表：样本企业排名前十位发明人的专利申请情况

根据上表可知，大多数样本企业发明人不足十位，样本企业中第一发明人的专利申请量占该企业所有发明人专利申请总量一半以上的有三家，分别是奥飞动漫、中南卡通和灵动创想，尤其是奥飞动漫只有一位发明人，承担了企业100%的专利研发项目。

由上表还可以发现，某些样本企业数位发明人的专利申请量完全一致，其原因主要在于，样本企业中存在合作发明的情况，对专利申请情况进一步剖析可知，中南卡通第二、第三发明人具有共同发明28件，灵动创想第三、第四发明人具有共同发明19件，漫迪动漫第一至第四发明人具有共同发明138件，幻维数码第一至第三发明人具有共同发明29件，麦草动漫第一至第六发明人具有共同发明50件，第七至第十发明人具有共同发明15件。由此可见，以独立发明为主的企业为奥飞动漫、中南卡通和灵动创想，以协作发明为主的企业为漫迪动漫、幻维数码和麦草动漫。价值共创（ValueCo - creation）是近十年来逐渐成熟并受到学界广泛关注的核心理论，它主张在价值共创活动中，会有包括创作者、生产者、消费者等多方与价值创造活动产生关联，一起发现价值，采取共同行动追求价值，并通过合理机制分配所创造的附加值。

在动漫科技创新中，推行价值共同创造的协作意识、协作能力和协作氛围有利于融合各方创新资源，获取互补资源，降低和分担研发中的风险和成本，保持创新中组织的灵活性，激励发明人创新积极性，提高企业自主创新能力，加快技术市场化速度。以独立发明为主的企业各研发团队相对独立，研发项目无相互关系，以协作发明为主的企业各研发团队相互协作，技术研发具有关联性与传承性。而样本企业对内协作发明较少，对外“产学研”协作申请专利为零，引入消费者参与创新的价值共创计划尚未被企业管理者所关注，极大影响了中国动漫企业的科技创新能力。

综上所述，样本企业技术研发基础还比较薄弱，形式比较单一，研发领域相对狭窄。由此可见，其一，中国动漫企业科研人员投入不足，就业人员中研发人员密度较低，直接影响了技术研发效果;其二，中国动漫企业技术研发形式单一，独立研发是较为普遍现象，缺乏企业内协作发明、企业外“产学研”协同与消费者价值共创带来的创新效率提升;其三，中国动漫企业技术创新人才缺口较大，在动漫技术人才培养方面除了基础知识和科技运用能力，还应注重对创新思维、技术创新方法与技巧的培养。

3中国动漫企业技术专利问题分析及因应策略

3.1中国动漫企业技术专利问题分析

综上所述，中国大多数动漫企业并未将动漫技术研发作为企业经营的主要部分，本文对6家中国典型动漫企业进行专利分析后得出结论，第一，样本企业总体专利申请速度趋缓，发展稳定，尤其是在技术发展第二阶段的初步成长期专利申请持续活跃，从总体上看，目前中国动漫企业专利的申请总量并不高，但政策扶持对动漫企业专利申请起到了一定推动作用，根据发展趋势来看，专利申请量和授权量在未来几年内仍将继续维持上升态势。第二，只有少数企业抱着积极态度参与到动漫技术研发中，专利保护意识也有一定提高，但是处于初步发展期的动漫产业技术发展尚在探索阶段，面临缺乏专业素质的研发人员和资金等一系列挑战。第三，样本企业专利申请类型以外观设计为主，实体玩具类技术比重较高，技术含量较低，中国动漫企业在动漫产业链上游的主体地位有待加强。第四，样本企业在发明人数量和合作发明数量均较少，突显中国动漫企业创新型技术人才匮乏，技术研发方式单一。

与此同时，日美等动漫发达国家动漫企业技术研发起步早，研发实力雄厚，技术发展较快，现已进入技术成熟阶段，专利申请数量多，且以3D技术领域为主。以美国迪士尼公司为例，迪士尼公司在上世纪80年代就已开始专利申请，目前已申请专利四千余项，在近十年专利申请中，3D技术专利占申请总量的四分之一。由此可知，国外动漫企业对3D技术的研发使企业发展与高精尖技术联系愈发紧密，而中国对诸如3D技术的高科技研发主要集中于高等院校、科研院所和实力较强的科技公司，动漫企业自主研发较少，创新能力有待加强。

中国动漫企业技术研发较弱的主要原因在于:其一，中国动漫企业尚未形成利用科技创新提升商业竞争力的意识，企业经营维系版权核心价值的传统模式，企业发展中的技术消耗通常依赖于购买而非自主研发;其二，中国动漫企业技术研发起步晚，且中小型动漫企业居多，技术研发投入较少;其三，动漫产业链发展不均衡，企业更注重短期效益好的产业链下游衍生品的开发;其四，企业的动漫创作团队与科研院所的技术团队协同创新率低，艺术、技术与市场缺乏有效的结合;其五，中国政府及产业均将动漫予以低龄化定位，抑制了动漫原创力与市场化提升。

3.2中国动漫企业技术专利因应策略

在厘清中国动漫企业技术发展状况后，才能正确定位中国动漫产业的发展目标、技术路线。我们认为，中国动漫产业技术发展促进政策与企业的市场抉择应体现以下思路:

首先，正确发挥政府职能，有所为有所不为。我国动漫企业尚处于基础技术和关键技术研发的起步阶段，具有投资大、技术含量高、产品应用成本高等特点，目前市场拉动力还不足，需要政策扶持才能更快走向成熟。但是，政策干预中动漫产业发展的市场规律也应得到重视。

结合日本政府干预型与美国完全市场化创新模式经验，动漫产业的发展仅局限于市场机制和法制保障的完善是不够的，技术萌芽期研发投入高，市场收益低，动漫企业进入技术领域意愿低，没有政府助力企业有可能错失发展良机；同样动漫价值共创激励主要靠政府推动也存在很大隐患，政府支持下的企业创新，知识产权成果集中度高且多以模仿与改进创新为主，原创动漫较少，导致企业发展后劲不足，易较早进入创新瓶颈期。

我们认为，应将政策扶持与市场化、法制化相结合，在动漫产业的创意端、确权端和商业端应分别以政府、司法、市场为主导，并辅以其他激励形式，由此形成良好的协同创新机制，确立国家主导、行业自律和个人参与的我国动漫技术创新模式。政府在动漫产业链创意端的创造力培育以及环境营造上应充分发挥其“主导者”的角色与职能，而在确权端与商业端应以理性“守夜人”为主要角色，以保证市场有序运行为主要任务，平衡先行创新者、模仿创新者和社会公众的利益，并考虑对整个社会进步的影响。而企业更应在技术创新上发挥其能动性，在传统创新模式之外，致力于动漫产业发展特点的技术及商业模式创新。

其次，有效转变核心技术研发方向，提升专利质量。从样本企业专利的技术领域分布看，国内动漫企业的技术领域主要集中在实体玩具开发技术，而在动漫制作与传播技术数量较少，技术研发领域相对比较集中，政策措施、资金、设备、人力、物力基本倾向几个固定领域。国内动漫企业在积极进行自主创新时需要密切注意整个产业的专利布局情况，对于已经相对成熟的领域（如实体玩具类技术）应当注意避免产生侵权纠纷，对于正在成为热点的领域（如动漫制作与传播技术）应当加大研发力度，积极开展专利申请活动，抢先进行专利布局，对于在整个行业具有足够实力的企业（例如迪士尼）应当关注其专利申请动态，必要时采取跟随策略（例如3D技术研发）。

再次，切实拓展技术研发方式，加强“产学研”合作与价值共创。对样本企业专利申请状况分析可知，中国动漫企业专利申请多为独立申请，联合申请的情况较少。一方面，由于当前我国多数动漫企业的独立研发实力不足，且相关动漫技术开发在高等院校和科研院所也缺少明确的市场导向，因此，应积极倡导、鼓励、强化业内的骨干企业与高校、科研院所之间的合作，通过技术联合开发，提高科技成果转化率，利用优势互补形成一种合力之下的整体推进和突破。另一方面，通过让消费者参与动漫产品测试服务，帮助技术、营销和企业决

策人员发现市场需求、改进现有思路、降低成本、提高专利申请效率、提升专利价值等，这些因素构建了动漫创作者与生产者独特的竞争优势。而消费者通过参与价值共创，可以获得满意的产品、成就感、荣誉感、奖励或独特的体验等，与此同时，消费者的这些收获又进一步对动漫创作者与生产者产生影响，如提高顾客的满意度、忠诚度、购买意愿等。这种实践突破了传统价值论所倡导的“生产者是唯一的价值创造者，消费者只是单纯的价值消耗者”主张，在动漫技术合作研发、市场定位与细分、开放式创新等方面都具有显著优势。

最后，持续加强人才队伍建设，增强发展“软”实力。人才是技术创新的源头，动漫产业是高新技术型产业，智力资源对其发展具有至关重要的作用。中国有长期为国外动漫企业“代工”的历史，能够熟练运用动漫软硬件技术的人才并不少见，现阶段中国动漫企业最缺乏的是技术研发人才和高层次技术管理人才。为此，一方面要优化人才培养模式，提高动漫技术从业人员的创新能力与创新积极性，另一方面要在公平合理的基础上，构建创新型人才的激励与评价机制，在动漫产业链与价值链的各领域与各环节对创新性与竞争性高的高素质人才进行针对性培养，逐渐形成与发展具有持续创新能力的人力资源竞争优势。

观研天下发布的《2018-2023年中国动漫行业市场产销态势分析与投资价值前景评估报告》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】

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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 投资前景模式的必要性

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 行业投资策略

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 2015-2017年中国动漫市场调研

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 中国动漫消费市场调研

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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 世界漫画巨头竞争力分析

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 漫画新闻投资策略

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 2015-2017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 2015-2017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 手机动漫趋势预测及趋势分析

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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 动漫游戏投资前景调研预测及趋势分析
 - 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 2015-2017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 市场发展现状
 - 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 产业趋势预测

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 2015-2017年中国动漫衍生品市场调研

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 动漫广告的趋势预测
- 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 卡通品牌服装市场调研
 - 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 2015-2017年重点动漫企业发展现状分析

- 12.1 华特迪士尼 (The Walt Disney Copany)
 - 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 (DREAWORKS ANIATION 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 Aniation 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 Gaes 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 企业投资策略

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 2015-2017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 动漫产业的投资前景

14.5.2 动漫企业融资建议

第十五章 2018-2023年中国动漫产业趋势预测分析

15.1 动漫产业趋势预测分析

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 对2018-2023年动漫产业规模预测分析

15.3.1 对2018-2023年中国动漫产业市场趋势分析

15.3.2 对2018-2023年中国国产电视动画片产量预测

15.3.3 对2018-2023年中国国产动画电影票房预测

15.3.4 对2018-2023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 2016-2017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 2016-2017年中国动漫产业发展相关政策（一）

图表8 2016-2017年中国动漫产业发展相关政策（二）

图表9 2016-2017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/309613309613.html>