

2021年中国动漫产品市场分析报告- 产业发展现状与发展趋势分析

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《2021年中国动漫产品市场分析报告-产业发展现状与发展趋势分析》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/543710543710.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

动漫公司发展战略选择路径 资料来源：观研天下整理

1、以消费者需求为中心，制定产品策略

以消费者需求为中心，制定产品策略产品，即由公司进行研发生产、且在市场中进行流通，从而占据更多的市场份和超额收益。产品的内涵非常广泛，不仅包括有形产品，同时包括无形产品，比如产品服务、衍生产品与产品概念等，它们的共同特征是能为公司带来收益，所以必须遵守市场供求关系原则。而动漫公司生产的产品，主要是动漫产品。所以，产品营销策略就从漫画、动画、舞台剧、电影与衍生品出发，进行研发设计。

动漫作为文化产品中最让人感到轻松愉悦的品种之一，其最主要的产品特征是娱乐性，这也是动漫消费者对于动漫产品的第一需求，其次才是动漫内涵的精神、文化等要素。而我国本土出品的儿童动漫作品则大多过于严肃，过分强调动漫的教育意义，造成动漫本身吸引力不够。而定位于成年观众的动漫却又太过夸张，导致成人观众觉得“太幼稚”。

市场调查是动漫创作之前所要进行的一道不可或缺的重要流程，并且会于动画的创意修改和制作过程中交叉往复进行，使动漫作品不断优化，不断往市场需求精准靠拢。例如美国梦工厂的动漫电影《功夫熊猫》在项目提出时，便进行一次市场调查，验证项目的可行性；电影主角人物形象初稿渲染后，进行第二次市场调查，以验证市场对人物形象的接纳度；进入摄制阶段后，又会循环往复的进行多次市场调查，以验证剧本、剧情、人物性格、内里文化等等观众集中关注的因素。另外，对动漫市场受众进行问卷调查，结果显示：那些为孩子购买动漫创意产品的家长，为孩子选择动画片的理由是“卡通动漫形象”、“动漫的故事情节”以及“对孩子的教育启发程度”。

2、以成本为基准，制定价格策略

价格策略是市场营销策略组合中最敏感、最灵活、也是最有效的策略，因为价格本身对于交易买卖双方都是十分直接的，这也导致价格很大程度上影响着市场营销策略中的其他因素。动漫创作者付出灵感、创意、技术、时间、精力、人力成本、管理成本、设备及制作场所的折旧等来换取消费者的享受、愉悦、认同、以及花费。

动漫产品线中，动漫衍生品的定价较为主动直接，而内容产品的产品则有清晰的行业标准，如TV动漫剧集的定价来自于播映电视台和视频网站的购买（部分剧集播映为互联网自媒体，观众免费观看，甚至还需给播映平台付费），漫画绘本是标准化系列书籍定价，动漫电影票价则是影片制式定价（2D和3D票价的区别）。

3、以提升消费者体验为根本，制定渠道策略

动漫内容类产品的播映渠道较广，基本已全面覆盖了主流卫视少儿频道、互联网视频网站、原创漫画网站等。因此，在此重点讨论动漫衍生产品的销售渠道。新上映动漫内容产品因粉丝积累有限，故而应该采取动漫内容和衍生互相促进的营销原则，一方面动漫内容促成衍生品的销量，另一方面衍生品的销售促进动漫内容品牌的粉丝积累。因此，衍生产品应主

要瞄准低端市场，采取低价加促销换销量的总策略。依照此方针，主要的销售渠道布局应侧重三四线城市以及县、乡、镇中心市场。销售渠道的结构上，自营品牌旗舰店和经销商相结合。

其中品牌旗舰店重点布置在三四线城市主要商业圈和小学校区附近，经销商则开发县乡镇级地区的校区附近的文具店、精品店、小型超市、便利店等业态。零售业务依旧是动漫产品的主要销售渠道。但是，为了能够争取更多的销售和市场利润，动漫公司应该寻找更多机会，而不仅仅是将渠道营销局限于零售业务。以下对两个新的营销渠道进行策略研究。

动漫公司渠道战略分析 资料来源：观研天下整理

（1）网络动漫营销策略

抓住互联网飞速发展这一历史契机，以线上推广来满足动画、漫画、舞台剧的受众观影需求。通过网络在创作者和消费者之间架起一座沟通的桥梁，大家可以通过这座桥梁进行动漫观影分享，实现无障碍实时的沟通交流，并且作为动漫产品的消费者，大家可以随时随地对动漫产品的作用进行自己的评价，同时也能够提出相关建议。

动漫创作人员与动漫粉丝的相互互动可以使动画创作更加符合市场需求。譬如公司可以设立一个官方微博或微信，通过网络，与消费者之间进行近距离的沟通与交流，在增加漫画消费者的归属感的同时也能够有机会收获来自粉丝的灵感，制作出更加优秀的动漫产品。

公司可以利用动漫资源优势，设立一个如优酷、乐视等一样的播放网站。在该网站上，公司可以独家播放自产漫画，通过垄断手段，获得更大的市场份额，进一步吸引广告投资商的加入。独有的动漫资源将会使动漫公司的播放网站比其他播放网站更具优势，有利于播放网站的发展，从而进一步形成品牌效应。

（2）体验动漫营销策略

如今的动漫企业应该以“分享快乐”为经营宗旨，以多元、创新的服务为经营理念，塑造“让读者快乐”的企业文化。时时刻刻努力满足消费者所需是动漫体验营销的宗旨，而“分享快乐”是动漫公司的总体的工作目标。正如迪斯尼缔造的娱乐帝国和新线（时代华纳的子公司）掀起的《魔戒》风潮一样，动漫企业也应将自身的“快乐”理念传递给每位消费者，通过体验营销缔造新的商业传奇。

当然，动漫公司要做的不仅仅是对动漫产品创作进行创新，提升公司的服务质量，还需要透过现象看到本质，从各式静、动态活动中发掘机遇，提升动漫迷，拉近消费者与动漫的距离，将分享快乐的品牌文化植入当中。

具体措施如下：

动漫公司体验动漫营销策略分析 资料来源：观研天下整理

1) 动漫游戏体验店。消费者对游戏场所最看重的是游戏氛围，宽敞明亮的休闲空间和细致入微的服务能够为消费者带来愉悦的心情。动漫公司可以采用网吧推广模式，从欧日韩等动漫成熟国家中引入最新的游戏机种，建成有特色主题氛围的游戏体验式网络会所。从而，通过充满动漫特色主题的氛围进行渲染，进一步吸引网络会所中的潜在消费者主动尝试动

漫主题游戏，一方面可以吸引更多的动漫主题游戏玩家的加入，另一方面可以同时以动漫体验店的形式，提升动漫公司在消费者心目中的品牌形象。

2) 漫画体验店。由于大部分消费者舍不得直接购买动漫杂志，而是通过租书的方式进行漫画阅读，市面上大多数的租书商店，以低廉的价格提供漫画租赁；但是这里书籍种类繁多，环境体验较差，不能给动漫消费者带来了良好的阅读体验。所以，动漫公司应该为动漫粉丝专门设立的漫画主题书店，与市面上的租书商店不同，该动漫主题书店需要被打造成充满漫画氛围的休闲空间，为读者提供茶水和舒适的阅读环境。

3) 举办动漫主题活动。动漫公司可以以旗下不同的动漫主题，举办各种不同形式的活动，如旗下动漫主题人物的COSPLAY，动漫故事互动式体验表演等，尽可能地为消费者提供近距离体验的机会，让消费者能够畅快游弋在梦想剧场里体验动漫，让他们在零距离接触动漫的同时，精准有效地宣传动漫，提升J X动漫公司的客户满意度和粘度。

4) 旅游与动漫相结合。体验营销发展历程中的一种创造和尝试，或许只是一个开始，但无疑是一个全新而富有挑战性的开端。当美国迪斯尼乐园在全球刮起一阵动漫主题乐园旋风的同时，也兴起了为满足消费者动漫体验而构建的旅游景区。主题公园作为体验的承载主体，引领着消费体验经济；而旅游作为得天独厚的体验经济，通过与动漫产业的强强联合，势必打造出创新丰富的体验组合，推出崭新的各种机会空间。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国动漫产品市场分析报告-产业发展现状与发展趋势分析》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分

析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国动漫产品行业发展概述

第一节 动漫产品行业发展情况概述

- 一、动漫产品行业相关定义
- 二、动漫产品行业基本情况介绍
- 三、动漫产品行业发展特点分析
- 四、动漫产品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、动漫产品行业需求主体分析

第二节 中国动漫产品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、动漫产品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国动漫产品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国动漫产品行业生命周期分析

- 一、动漫产品行业生命周期理论概述
- 二、动漫产品行业所属的生命周期分析

第四节 动漫产品行业经济指标分析

- 一、动漫产品行业的赢利性分析
- 二、动漫产品行业的经济周期分析
- 三、动漫产品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国动漫产品行业进入壁垒分析

- 一、动漫产品行业资金壁垒分析
- 二、动漫产品行业技术壁垒分析

- 三、动漫产品行业人才壁垒分析
- 四、动漫产品行业品牌壁垒分析
- 五、动漫产品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球动漫产品行业市场发展现状分析

- 第一节 全球动漫产品行业发展历程回顾
- 第二节 全球动漫产品行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲动漫产品行业地区市场分析
 - 一、亚洲动漫产品行业市场现状分析
 - 二、亚洲动漫产品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲动漫产品行业市场前景分析
- 第四节 北美动漫产品行业地区市场分析
 - 一、北美动漫产品行业市场现状分析
 - 二、北美动漫产品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美动漫产品行业市场前景分析
- 第五节 欧洲动漫产品行业地区市场分析
 - 一、欧洲动漫产品行业市场现状分析
 - 二、欧洲动漫产品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲动漫产品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界动漫产品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球动漫产品行业市场规模预测

第三章 中国动漫产品产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 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、全社会消费品动漫产品总额
 - 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 中国动漫产品行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国动漫产品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国动漫产品行业运行情况

第一节 中国动漫产品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国动漫产品行业市场规模分析

第三节 中国动漫产品行业供应情况分析

第四节 中国动漫产品行业需求情况分析

第五节 我国动漫产品行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国动漫产品行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第七节 中国动漫产品行业供需平衡分析

第八节 中国动漫产品行业发展趋势分析

第五章 中国动漫产品所属行业运行数据监测

第一节 中国动漫产品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国动漫产品所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国动漫产品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国动漫产品市场格局分析

第一节 中国动漫产品行业竞争现状分析

一、中国动漫产品行业竞争情况分析

二、中国动漫产品行业主要品牌分析

第二节 中国动漫产品行业集中度分析

一、中国动漫产品行业市场集中度影响因素分析

二、中国动漫产品行业市场集中度分析

第三节 中国动漫产品行业存在的问题

第四节 中国动漫产品行业解决问题的策略分析

第五节 中国动漫产品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国动漫产品行业需求特点与动态分析

第一节 中国动漫产品行业消费市场动态情况

第二节 中国动漫产品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 动漫产品行业成本结构分析

第四节 动漫产品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国动漫产品行业价格现状分析

第六节 中国动漫产品行业平均价格走势预测

一、中国动漫产品行业价格影响因素

二、中国动漫产品行业平均价格走势预测

三、中国动漫产品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国动漫产品行业区域市场现状分析

第一节 中国动漫产品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区动漫产品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区动漫产品市场规模分析

四、华东地区动漫产品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区动漫产品市场规模分析

四、华中地区动漫产品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区动漫产品市场规模分析

四、华南地区动漫产品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国动漫产品行业竞争情况

第一节 中国动漫产品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国动漫产品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国动漫产品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 动漫产品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国动漫产品行业发展前景分析与预测

第一节 中国动漫产品行业未来发展前景分析

- 一、动漫产品行业国内投资环境分析
- 二、中国动漫产品行业市场机会分析
- 三、中国动漫产品行业投资增速预测

第二节 中国动漫产品行业未来发展趋势预测

第三节 中国动漫产品行业市场发展预测

- 一、中国动漫产品行业市场规模预测
- 二、中国动漫产品行业市场规模增速预测
- 三、中国动漫产品行业产值规模预测
- 四、中国动漫产品行业产值增速预测
- 五、中国动漫产品行业供需情况预测

第四节 中国动漫产品行业盈利走势预测

- 一、中国动漫产品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国动漫产品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国动漫产品行业投资风险与营销分析

第一节 动漫产品行业投资风险分析

- 一、动漫产品行业政策风险分析
- 二、动漫产品行业技术风险分析
- 三、动漫产品行业竞争风险分析
- 四、动漫产品行业其他风险分析

第二节 动漫产品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国动漫产品行业发展战略及规划建议

第一节 中国动漫产品行业品牌战略分析

- 一、动漫产品企业品牌的重要性
- 二、动漫产品企业实施品牌战略的意义
- 三、动漫产品企业品牌的现状分析
- 四、动漫产品企业的品牌战略
- 五、动漫产品品牌战略管理的策略

第二节 中国动漫产品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国动漫产品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国动漫产品行业发展策略及投资建议

第一节 中国动漫产品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国动漫产品行业营销渠道策略

- 一、动漫产品行业渠道选择策略
- 二、动漫产品行业营销策略

第三节 中国动漫产品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国动漫产品行业重点投资区域分析
- 二、中国动漫产品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/543710543710.html>