

2017-2022年中国动漫产业发展态势及十三五发展策略分析报告

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年中国动漫产业发展态势及十三五发展策略分析报告》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/yingshidongman/274102274102.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。近几年我国动画电影发展迅猛，制作技术水平整体进步明显，表现出来的是显著提高的口碑与评分。另外，我国本土动画电影逐渐突破过去低龄化的界限，表现出越来越多样化的受众。目前我国已成功打造出《喜羊羊系列》、《摩尔庄园》、《秦时明月》等一系列优秀国产本土动画作品。

中国有广阔的动漫市场，各地动漫产业发展计划的制定更是如火如荼，纷纷打造自己的"动漫之都"。北京着力打造国际一流的动漫产业中心；上海、广州、福州已初步形成以网络游戏、动画、手机游戏、单机游戏和与游戏相关的产业链。这一切都直接导致了国产动漫市场的上位。财政部、国家税务总局发布的《关于动漫产业增值税和营业税政策的通知》明确，对属于增值税一般纳税人动漫企业销售其自主开发生产的动漫软件，按17%的税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过3%的部分，实行即征即退政策。动漫软件出口免征增值税。执行时间自2013年1月1日至2017年12月31日。

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。

我国动漫行业产值在 2014 年已突破 1000 亿元，从产业结构来看，2013 年动漫影视直接相关市场占比不到 20%，漫画领域知名 IP 更是寥寥无几，下游衍生品产业中，主题公园占比近半，商品化衍生品等凸显用户喜爱度的市场并不是十分发达。我国动漫产值已突破千亿元

我国动漫行业产业结构

从日本、美国的动漫产业成功的发展经验来看，无不是先有发达的漫画市场，然后选取粉丝庞大的优秀漫画作品改编成 TV 动画、电影等影视节目。我国漫画市场发展较晚，漫画出版领域最成功的杂志《知音动漫》创刊于 2006 年，漫画出版市场远小于 TV 动画。随着新媒体渠道的变革，腾讯动漫、有妖气、布卡等网络漫画平台兴起，国漫输出能力得到极大的增强。根据文化部监测统计数据，2016 年上半年，我国网络动漫市场规模达到 70.3 亿元，同比增长 77.1%。日本动漫的发展经历了三次扩张时期，其中渠道的变革影响深

远。日本动画在发展初期一直以 TV 动画为主，并且和我国动画发展初期一样，其受众多为低龄儿童。二十世纪 80 年代录像带的普及为日本动画产业开辟了新的市场，并且相对于 TV 动画而言 OVA 动画在时长、取材方面受到限制较少，在新渠道下其具备更高的表现自由度，逐渐收获了青年层市场的喜爱。OVA 录像带的出现将日本动画市场规模扩大一半

日本 OVA 录像带动画和 TV 动画的对比

数据显示，2015 年我国互联网和手机网民已经双双突破 6 亿，互联网及智能手机的普及革新了动漫发行渠道，以互联网为主的新媒体动漫平台也正在崛起，渠道变革下压抑的用户需求开始爆发。（2）用户层面来看：代际变迁触发动漫产业消费需求；90 后饱受二次元文化影响，随着这批人群消费能力的逐渐提升，动漫产业迎来变现转折点。（3）产业层面来看：动漫行业的证券化是下半年可以预见的发展趋势，增量资本加速进入动漫产业，动漫大 IP 时代即将到来。天时地理人和之下，我国腾讯动漫、有妖气等各类动漫新媒体迎来发展大时代，腾讯动漫的国漫数量从 2013 年一季度的 1.2 万余部迅速上升到 2015 年二季度的 2.4 万余部，年增幅度超过 40%。新媒体平台下的国漫近 2 年呈爆发性增长状态

二次元用户中 90 后占比达 94.3%

2014 年我国超过 90% 以上的 TV 动画是针对低龄儿童的益智教育和亲子类节目。虽然偶尔有熊出没、喜洋洋等佳作出现但是整体而言电视动画质量不高。并且在电视台垄断发行渠道的体系下，动画播出空间有限，相比于受众面更广的成年人节目，低幼动画并不受到电视台的欢迎。在政府补贴下，电视动画时长曾不断增加，但是供过于求的背景导致行业盈利状况不断恶化，从 2011 年开始我国电视动画时长快速下滑，2014 年播出时长仅为 2011 年的一半左右。

国产电视动画类型以低幼类为主

2011 年以来电视动画时长不断下降

我国动漫产业发展至今，已逐渐由“低幼化产品”走向“去低幼化作品”的道路。《喜洋洋与灰太狼》平均仅 1.2 亿的票房，《熊出没》平均 2.7 亿票房，而《大圣归来》实现了质变，票房 9.56 亿，在这之后《大鱼海棠》再一次看到了国漫的进步，当“去低幼化”成为行业主流，好的作品会源源不断地涌现出来，动漫产业估值

有望不断提升。

2015 年我国二次元用户达到 2.2 亿人，预计至 2017 年将超过 3 亿人；而二次元用户中的游戏玩家占比达到 74%，属于游戏属性很强的一类群体，是手游领域内一片空间很大的市场。根据易观智库的数据，以动漫为 IP 的 IP 类手游占 18%，手游已成为动漫变现的重要渠道，随着国漫的兴起，国漫在手游中也会扮演越来越重要的角色。2017 年我国二次元用户将超 3 亿

2015 年中国二次元用户玩游戏比例达 74%

中国报告网发布的《2017-2022年中国动漫产业发展态势及十三五发展策略分析报告》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。

第一部分 行业发展分析

第一章 动漫产业概述

第一节 动漫简介

一、动漫的定义

二、动画的相关介绍

三、漫画的相关介绍

第二节 动漫产业概述

一、动漫产业的定义

二、动漫产业链定义

三、动漫周边产业定义

第二章 世界动漫产业发展分析

第一节 国际动漫产业发展概况

一、国外动漫产业政策解析

二、国际动漫产业发展综述

三、国际动漫产业的发展特点

四、国际动漫产业发展的成功经验剖析

第二节 日本动漫产业

一、日本动漫产业的发展回顾

二、日本动漫行业发展特色解析

三、2016日本动画业界及动画市场动向

第三节 美国动漫产业

一、美国动漫产业发展历史

二、美国动漫的特点及运作模式

三、2016年美国动漫节参观人数创历史新高

第四节 韩国动漫产业

一、韩国动漫产业发展回顾

二、韩国如何发展动漫产业

三、韩国重振动漫产业的几大措施

第五节 台湾动漫产业

一、台湾动漫产业发展浅析

二、台湾动漫市场发展综述

三、台湾动漫产业：与大陆携手“逐格造梦”

四、2016年台湾两岸共同拓展国际动漫市场

第六节 欧洲国家动漫产业

一、英国动漫产业在欧洲居领先地位

二、俄罗斯动画产业发展概况

三、捷克动画产业发展分析

四、波兰动画产业发展简况

五、瑞典动画产业发展概况

六、欧洲动漫产业发展的“软肋”

第三章 中国动漫产业分析

第一节 中国动漫产业发展概况

一、动漫产业迅猛发展

二、产业政策不断给力

三、动漫出版物持续发力

四、影视动画成绩斐然

五、动漫新媒体积极探索

六、动漫衍生品开发风生水起

七、动漫“走出去”惊喜不断

第二节 2015-2016年中国动漫产业发展分析

- 一、2015年动漫产业总产值
- 二、2015年动漫产业步入高速发展期
- 三、2015年中国动漫游戏产业政策渐成体系
- 四、2015年国内外动漫产业十大新闻
- 五、2016年中国动漫产业集聚效应凸显
- 六、2016年动漫产业获免税政策

第三节 中国动漫行业人才供求现状

- 一、动漫行业人才供应及需求情况
- 二、动漫人才流动性状况
- 三、中国动漫人才供给形势不容乐观

第四节 中国动漫产业的战略模式

- 一、动漫产业发展战略模式的必要性
- 二、国际动漫产业发展的基本战略模式和发展规律
- 三、创建我国动漫产业战略模式的探讨
- 四、动漫产业发展模式要处理好五方面的关系
- 五、动漫产业发展模式的主要战略部署

第五节 中国动漫产业面临的困境

- 一、我国动漫产业发展存在的主要问题
- 二、中国动漫产业发展的四大软肋
- 三、中国本土动漫产业遭遇新挑战
- 四、制约我国动漫产业发展的瓶颈
- 五、国内动漫产业整合步伐亟待提速

第六节 发展中国动漫产业的建议

- 一、发展机遇中的中国动漫业如何转型？
- 二、中国动漫发展亟需进行体制改革
- 三、中国动漫产品需要实行分级制度
- 四、发展中国动漫产业的措施
- 五、促进中国动漫产业可持续发展的策略

第四章 中国动漫市场分析

第一节 中国动漫市场概况

- 一、2016年中国动漫产业市场分析
- 二、中国动漫市场崛起的四大因素分析
- 三、动漫市场戏曲动漫开辟一席之地

四、国产动漫已占国内市场半壁江山四项措施促其国际化

五、国内成人动漫市场开发前景广阔

第二节 中国动漫消费市场分析

一、中国成为世界最大动漫消费市场

二、中国动漫市场消费者构成情况

三、动漫产品消费者的代际消费原理探讨

四、青少年动漫消费情况分析

五、透析中国儿童动漫消费市场的潜力

第三节 中国动漫市场营销分析

一、中国原创动漫营销能力分析

二、动漫图书市场的营销技巧

三、动漫市场营销进入新媒体时代

四、金融危机给动漫营销带来的机遇与挑战

五、动漫营销的中国机遇与挑战

第二部分 细分市场分析

第五章 动画产业

第一节 全球动画产业概述

一、世界动画电影发展历程

二、全球动画产业发展概况

三、日美动画电影风格分析

四、全球十大经典动画片回眸

第二节 中国动画产业发展概况

一、“十三五”中国动画产业跨越式发展

二、“十三五”期间我国动画产业已从起步期进入跃升期

第三节 2015-2016年中国动画产业运行现状

一、2015年我国动画片制作发行情况

二、2015年中国影视动画产业发展特征解析

三、2016年我国动画片制作发行情况

第四节 中日动画比较分析

一、中日动画的发展路径

二、中日动画的生态环境

三、中日动画的创作策略

四、中日动画的价值取向

第五节 中国动画播映市场分析

一、中国动画播映体系的形成

二、中国影视动画播映市场规模初显

三、中国动画片播映体系渐趋完善

四、中国动画电影播映市场开发营销策略分析

第六节 中国动画产业发展的问题与对策分析

一、人才供需失衡桎梏中国动画产业发展

二、进口动画片冲击的“双重怪圈”严重制约中国动画产业发展

三、国内外动画片制作成本存在巨大差异

四、发展中国动画产业的建议

第六章 漫画产业

第一节 全球漫画产业分析

一、欧美漫画业概况

二、美国漫画业青睐“数字化”

三、日本漫画发展呈现下坡趋势

四、韩国影视业热捧日本漫画小说

第二节 中国漫画产业分析

一、中国漫画发展的七个阶段

二、中国漫画产业发展概述

三、手机漫画给中国漫画业带来新气象

四、中国漫画杂志市场格局分析

五、国内漫画消费市场分析

六、中国原创漫画受国际市场青睐

第三节 香港漫画产业

一、香港漫画业的崛起

二、香港出现首部政策性漫画

三、日本漫画对香港漫画的影响分析

第四节 漫画新闻产业

一、漫画新闻的定义

二、中国漫画新闻的概况

三、漫画新闻的传播优势分析

四、漫画新闻发展中的问题分析

五、漫画新闻发展的策略

第五节 中国漫画产业的问题与发展趋势分析

一、新漫画通向连环画主流遭遇的阻碍

二、推动原创用漫画杠杆撬起动漫产业发展

三、动漫时代传统漫画的发展走向

四、成人漫画市场前景广阔

第七章 手机动漫产业

第一节 手机动漫概述

一、手机动漫的概念

二、手机动漫的产业价值链

三、手机动漫市场的特点

四、手机动漫的传播性与受众分析

第二节 中国手机动漫产业发展概况

一、手机动漫产业发展综述

二、手机动漫盈利前景渐明

三、4G时代手机动漫面临的机遇与挑战

四、2015年手机动漫市场规模

五、2016年手机动漫标准制定工作启动

第三节 手机动漫产业面临的问题与对策分析

一、4G手机与动漫产业合流利益分配成最大的问题

二、手机动漫亟需建立有效的商业模式

三、手机动漫（偏漫画）的问题及对策

四、手机动漫（偏动画）的问题及策略

第四节 手机动漫趋势预测及趋势分析

一、手机动漫产业前景光明

二、行业标准如何制定

第八章 网络动漫产业

第一节 网络动漫概述

一、网络媒体的定义及分类

二、网络动漫的用户特征

三、网络动漫市场特点分析

四、网络动漫的两种经营模式

第二节 网络动漫产业分析

一、探析传统文化对网络动画创作影响

二、中国网络动漫市场蓬勃发展

三、网络动漫试水传统领域

四、中国网络动漫面临的机遇与挑战

第三节 网络动漫产业赢利分析

一、动漫网站盈利模式单一

二、“有价无市”的尴尬

三、不要风险投资

四、网络动漫亟待突破盈利困局

第四节 FLASH动画发展分析

一、FLASH动画概述

二、Flash动画与传统动画之比较

三、FLASH动画从网络走向电视是趋势

第九章 动漫游戏（偏网络）产业

第一节 网络游戏产业发展概况

一、中国网络游戏产业政策环境分析

二、中国网络游戏市场消费群体分析

三、2015年中国网络游戏产业发展状况

四、2016年中国网络游戏产业发展状况

第二节 2016年网络游戏市场运营状况分析

第三节 动漫游戏产业分析

一、动漫游戏产业的特征解析

二、动漫网络游戏业最能体现文化创意实质

三、全球动漫游戏产业推动三大市场发展

四、网络游戏与动漫之间的融合发展

五、我国动漫游戏市场规模

六、我国动漫游戏技术瓶颈问题受关注

第四节 发展中国动漫游戏产业的建议

一、正确认识动漫游戏业的战略机遇期

二、走中国道路让国产原创产品占主流

三、高端人才培养是关键

四、培育动漫游戏产业链

五、保护知识产权及提升行业自律意识

第五节 动漫游戏的趋势预测与趋势分析

一、网游业与动漫业结合前景看好

二、中国动漫游戏产业市场潜力探析

三、2016年中国网游市场发展预测

四、网络游戏未来十大趋势

第十章 动漫产业区域发展状况

第一节 北京动漫产业

一、北京动漫产业产值获得大丰收

二、北京动漫游戏产业优势分析

三、2016年北京动漫游戏发展分析

四、“十三五”北京动漫游戏产业产值预计

六、加快发展北京动漫产业的建议

第二节 上海动漫产业

一、上海动漫产业发展现状浅析

二、上海动漫产业发展的优势与机遇

三、2016年上海动漫衍生产业园发展态势良好

四、2016年上海市加大动漫扶持力度

五、2016年上海动漫公共技术服务平台通过国家有关部门联合验收

第三节 深圳动漫产业

一、深圳动漫产业发展的路径、要素及定位

二、深圳动漫产业集聚效应显现

三、深入分析深圳动漫产业的现状

四、深圳动漫业急需做大产业

五、深圳动漫产业面临的挑战与发展建议

第四节 济南动漫产业

一、济南市动漫产业发展概况

二、济南市形成动漫游戏产业链

三、济南市出台新政扶持动漫产业

四、2016年济南市动漫产业产值

第五节 长沙动漫产业

一、长沙市动漫产业的比较优势

二、长沙动漫产业发展的政策环境

三、2016年长沙市动漫生产数量

四、2016年长沙动漫产业跨入转型关键时期

第六节 杭州市动漫产业

一、杭州动漫产业发展的背景和优势

二、2015杭州动漫产业发展十件大事综述

三、2016年杭州动漫游戏业进入全国领先行列

四、杭州动漫产业发展的成功经验

五、2016年杭州做大做强文化创意产业

第七节 厦门动漫产业

一、厦门动漫产业的发展概况

二、厦门动漫产业成为三产发展中坚力量

三、福建省多渠道全方位开发动漫产业人才

四、厦门承接台湾动漫产业转移研究

五、2016年厦门市22家动漫企业获扶持资金情况

第八节 其他省市动漫产业

一、重庆动漫产业发展综述

二、南京市动漫产业发展概述

三、2016年湖北动漫产业发展分析

四、2016年武汉全市动漫产值

五、2016年成都动漫产业发展分析

六、2016年福州动漫产业发展迅速

七、2016年河南省动漫产业实现重大突破

八、2016年江西省通过认定动漫企业和重点动漫企业名单

九、安徽出台“十三五”时期动漫产业发展规划

第十一章 动漫衍生品市场分析

第一节 动漫衍生品市场概况

一、2016年国内动漫衍生品市场分析

二、中国动漫衍生产品市场空间大但企业盈利模式还不明确

三、动漫衍生品市场空间超千亿元企业面临洗牌

四、发展动漫衍生品市场创意主打商标先行

五、动漫衍生品市场被看好

第二节 动漫与广告业

一、动漫与广告的结合

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发展领域

四、动漫广告迎来“80后”消费黄金时代

第三节 动漫与服装产业

一、动漫服装的产生

二、卡通服装品牌我国服装市场生力军

三、卡通童装设计中的浪漫、纯正

四、动漫主题成为传统服装业发展新契机

五、发展动漫服装品牌的市场初探

第四节 动漫与食品产业

一、动漫食品在中国悄然流行

二、卡通食品带动食品业新的消费浪潮

三、休闲食品借用动漫形象的好处及对策

四、迪士尼食品向健康食品迈进

第五节 动漫与玩具产业

- 一、玩具不应仅做动漫产业链的下游
- 二、玩具业依托动漫实现转型升级打造完整的玩具动漫产业链
- 三、应对经济寒流玩具业纷纷与动漫业融合
- 四、网游玩具：传统玩具业破发点

第三部分 行业竞争格局

第十二章 动漫行业竞争分析

第一节 中国动漫行业优势探讨

- 一、中国动漫产业具有三大优势
- 二、中国发展虚拟动漫产业集群的竞争优势
- 三、中国动漫产业的政策优势剖析

第二节 动漫行业竞争状况分析

- 一、中国动画的国际竞争力解析
- 二、台企进军大陆--动漫行业竞争将加剧
- 三、国内各地争相建设动漫基地
- 四、幽默漫画期刊市场竞争激烈

第三节 打造动漫民族品牌核心竞争力

- 一、品牌意识
- 二、以创意提升品牌价值
- 三、品牌营销
- 四、管理
- 五、人力资本

第十三章 重点动漫企业分析

第一节 迪斯尼

- 一、迪斯尼集团简介
- 二、迪斯尼公司的市场运作
- 三、2016年上海迪斯尼建设与运营情况
- 四、2016财年迪斯尼经营状况
- 五、2016年香港迪士尼经营
- 六、迪斯尼乐园SWOT分析及介绍

第二节 梦工厂

- 一、梦工厂简介
- 二、梦工厂经典动画介绍
- 三、梦工厂全面进军3D立体电影
- 四、2016财年梦工厂净利润

五、梦工厂宣布2016年动画片计划

第三节 东映动画株式会社

一、公司简介

二、2016财年东映动画经营状况

三、2016年日本东映动画涉足网游

四、2016年日本东映动画公司涉足漫画创作

第四节 环球数码创意控股有限公司

一、公司简介

二、2015年环球数码经营状况

三、2016年环球数码经营状况

四、环球数码21亿打造文化创意产业园

第五节 上海盛大网络发展有限公司

一、公司简介

二、2015年盛大网络经营状况

三、2016年盛大网络经营状况

四、盛大全面实施网络游戏社交化

第六节 湖南宏梦卡通传播有限公司

一、公司简介

二、宏梦集团“虹猫蓝兔”播映市场反响大

三、宏梦发展回顾与反思

第七节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

一、公司简介

二、2015年奥飞动漫经营状况简析

三、2016年公司未来发展展望及规划

第八节 广东原创动力文化传播有限公司

一、公司简介

二、原创动力的动漫攻略

三、《喜羊羊与灰太狼》发展分析

四、喜羊羊将于迪士尼合作打入国际市场

第九节 上海美术电影制片厂

一、公司简介

二、杭州动漫与上海美影厂签订战略合作协议

三、上海美影厂推出“红色动画”

第十节 浙江中南集团卡通影视有限公司

一、公司简介

二、中南卡通的经营模式解析

第十四章 成功动漫人物案例分析

第一节 米老鼠

一、米老鼠的创造

二、米老鼠的魅力

三、米老鼠的版权保护分析

第二节 哆啦A梦

一、哆啦A梦的崛起

二、哆啦A梦的产业链效应

三、哆啦A梦电影的全新演绎

第三节 蓝猫

一、蓝猫的营销策略介绍：

二、“蓝猫”品牌价值分析

三、蓝猫品牌的出路

第四部分 行业环境与行业前景调研分析

第十五章 “十三五”动漫产业发展分析及预测

第一节 “十三五”动漫产业发展环境分析

第二节 “十三五”动漫产业发展趋势预测

一、产业链初步形成，企业的盈利模式逐渐清晰

二、“跨界”发展趋势进一步加强，动画技术应用领域更加宽广

三、重视动画轻视漫画的现象有所改变

四、“中国元素”才是作品灵魂获得广泛认知

五、专业人才的缺口继续加大

第十六章 2017-2022年动漫产业投资及前景分析

第一节 动漫资金投资形式比较分析

一、个人投资机动灵活

二、种子基金一荣俱荣

三、风险投资长线大鱼

四、企业并购已经在望

第二节 2017-2022年动漫产业投资潜力

第三节 2017-2022年动漫产业投资机会、风险及建议

一、动漫衍生产品机会多多

二、卡通流行带来的投资商机

三、2016年动漫企业融资建议

四、2016年动漫企业投资建议

第四节 2017-2022年动漫产业趋势预测分析

- 一、2016年我国动漫市场预测
- 二、2016年动漫行业薪酬福利发展预测
- 三、2017-2022年我国发展动漫产业面临的机遇与空间
- 四、2017-2022年动漫产业前景广阔
- 五、2017-2022年动漫产业发展政策的着力点

图表目录：

图表1：动漫衍生产品种类

图表2：动漫产业主要监管部门及职责

图表3：中国动漫产业相关政策规划简析

图表4：2005-2016年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表5：2016年宏观经济增长预测（单位：%）

图表6：2005-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表7：2005-2016年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表8：主要国家动漫产业扶植政策

图表9：国际动漫产业竞争格局简析

图表10：国际动漫产业发展特点简析

图表11：全球动画产权交易市场份额（单位：%）

图表12：全球动画产权交易市场份额（单位：%）

图表13：2016年日本动画电影票房30亿以上票房影片一览（单位：亿日元）

图表14：日本动漫产业格局简析

图表15：日本动漫产业链简图

图表16：日本动漫产业运营模式简析

图表17：加强产业化经营策略简析

图表18：美国动漫产业发展百年历程

图表19：美国动画产值及GDP占比（单位：十亿美元，%）

图表20：迪士尼品牌价值链

图表21：迪士尼产业构架

图表22：2016年迪士尼营业收入构成（单位：%）

图表23：2016年梦工厂动画新片上映计划

图表24：迪士尼公司运营特点简析

图表25：迪士尼公司动画制作特点简析

图表26：迪士尼公司动画发行模式简析

图表27：韩国动漫产业发展历程简介

图表28：韩国动漫产业崛起经验总结

图表29：“文化产业化”与“产业文化化”模式示意图

图表30：两种盈利模式的特点

图表31：整体化设计动漫产业链

图表32：日本动漫产业链模式

图表33：美国动漫产业链模式

图表34：动漫产业企业类型

图表35：我国电视节目动画播出与人均收视总时长（单位：小时，%）

图表36：整体化设计动漫产业链

图表37：中国动漫产业发展历程

图表38：中国动漫产业总产值及增长率情况（单位：亿元，%）

图表39：2011-2016年我国国产电视动画生产部数及增长率（单位：部，%）

图表40：2011-2016年我国国产电视动画生产分钟数及增长率（单位：分钟，%）

图表41：中国动漫内容市场消费结构（单位：部，%）

图表42：动漫市场供求变动原因简析

图表43：2016年通过认定的重点动漫企业名单（9家）

图表44：2016年全国各省国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表45：国内动画产业基地一览表

图表46：国家动画产业基地国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表47：2012-2016年江苏省国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表48：江苏省动漫产业现存问题简析

图表49：江苏省动漫产业发展对策

图表50：2012-2016年浙江省国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表51：玄机科技商业模式简析

图表52：辉煌时代商业模式简析

图表53：玄机科技与辉煌时代的商业模式比较

图表54：浙江省动漫产业发展瓶颈简析

图表55：浙江省动漫产业发展对策

图表56：2012-2016年广东省国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表57：广东省动漫产业发展优势

图表58：广东省动漫产业发展瓶颈简析

图表59：广东省动漫产业发展措施

图表60：2012-2016年上海市国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表61：上海市动漫产业发展优势简析

图表62：上海市动漫产业发展对策

图表63：2012-2016年重庆市国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

- 图表64：重庆市动漫产业发展特点简析
- 图表65：重庆市动漫产业发展优势简析
- 图表66：重庆市动漫产业发展劣势简析
- 图表67：重庆市动漫产业发展机遇简析
- 图表68：重庆市动漫产业发展威胁简析
- 图表69：2012-2016年中国动画产值规模增长情况（单位：亿元）
- 图表70：2011-2016年国产电视动画片生产总数量及增长率情况（单位：部，%）
- 图表71：2004-2016年国产电视动画片生产总时长及增长率情况（单位：分钟，%）
- 图表72：中国原创电视动画片生产十大企业排名（单位：部，分钟）
- 图表73：全国原创电视动画片生产十大城市（单位：部，分钟）
- 图表74：2016年当年备案公示国产动画片（单位：部，万分钟）
- 图表75：2011-2016年中国国产动漫电影票房占比（单位：亿元，%）
- 图表76：2017-2022年中国国产电视动画片产量预测（单位：万分钟）
- 图表77：近年国产动画片题材变化情况（单位：部）
- 图表78：中国动画加工发展历程简介
- 图表79：中国动漫培训行业现存问题简析
- 图表80：全国四大城市漫画杂志占市场化杂志总销量比重（单位：%）
- 图表81：中国四大城市漫画杂志销售情况（单位：%）
- 图表82：四大漫画杂志综合市场价值成长指数（单位：元）
- 图表83：中国主要漫画杂志厂商竞争格局
- 图表84：中国漫画杂志行业发展特点简析
- 图表85：2016年当当网动漫图书销售榜前5位
- 图表86：中国网络动漫市场发展特点简析
- 图表87：中文动漫类代表网站的主要内容
- 图表88：主要中文动漫类网站的优势内容和流量分析
- 图表89：主要中文动漫类网站发展现状
- 图表90：中国动漫网站100强
- 图表91：中国不同类别动漫网站市场份额（单位：%）
- 图表92：中国不同动漫网站地区分布（单位：%）
- 图表93：2013.6-2016.5中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
- 图表94：手机漫画产业链
- 图表95：手机动画价值链
- 图表96：2013.6-2016.5我国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）
- 图表97：对手机动漫的感兴趣程度——地区分布（单位：%）
- 图表98：对手机动漫的感兴趣程度——年龄分布（单位：%）

图表99：接触哪类的手机动漫

图表100：手机动漫的使用习惯

图表101：对手机动漫杂志的评价

图表102：对手机动漫动画的评价

图表103：对手机动漫形象DIY的评价

图表104：对手机动画游戏的评价

图表105：2016年中国动漫衍生品市场规模测算（单位：亿元）

图表106：中国玩具制造业工业总产值增长分析（单位：亿元，%）

图表107：2011-2016年中国玩具制造业销售收入增长分析（单位：亿元，%）

图表108：儿童人均玩具消费比较（单位：元）

图表109：世界各国动漫玩具在玩具市场中的比重（单位：%）

图表110：2014-2016年中国网络游戏用户数及使用率（单位：亿人，%）

图表111：主要动漫游戏开发运作模式简析

图表112：中国动漫游戏发展路径简析

图表113：中国服装行业工业总产值（单位：亿元，%）

图表114：2011-2016年中国服装行业销售收入（单位：亿元，%）

图表115：迪士尼动画衍生品主要类别

图表116：《变形金刚》衍生品主要类别

图表117：《铁臂阿童木》衍生品主要类别

图表118：中国动漫主题公园建设存在的问题简析

图表119：全球现有迪士尼乐园概况一览表（单位：万美元，亿美元，亿元，公顷，万人次）

图表120：迪士尼乐园成功因素简析

（GYZX）

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：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/274102274102.html>