

2021-2027年中国动画行业市场运营格局及投资风险 评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国动画行业市场运营格局及投资风险评估报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202011/912682.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

动画的概念不同于一般意义上的动画片，动画是一种综合艺术，它是集合了绘画、电影、数字媒体、摄影、音乐、文学等众多艺术门类于一身的艺术表现形式。最早发源于19世纪上半叶的英国，兴盛于美国，中国动画起源于20世纪20年代。动画是一门年轻的艺术，它是唯一有确定诞生日期的一门艺术，1892年10月28日埃米尔·雷诺首次在巴黎著名的葛莱凡蜡像馆向观众放映光学影戏，标志着动画的正式诞生，同时埃米尔·雷诺也被誉为“动画之父”。动画艺术经过了100多年的发展，已经有了较为完善的理论体系和产业体系，并以其独特的艺术魅力深受人们的喜爱。

动画的英文有很多表述，如animation、cartoon、animated cartoon、cameracature。其中较正式的"Animation"一词源自于拉丁文字根anima，意思为“灵魂”，动词animate是“赋予生命”的意思，引申为使某物活起来的意思。所以动画可以定义为使用绘画的手法，创造生命运动的艺术。

智研咨询发布的《2021-2027年中国动画行业市场运营格局及投资风险评估报告》共八章。首先介绍了动画行业市场发展环境、动画整体运行态势等，接着分析了动画行业市场运行的现状，然后介绍了动画市场竞争格局。随后，报告对动画做了重点企业经营状况分析，最后分析了动画行业发展趋势与投资预测。您若想对动画产业有个系统的了解或者想投资动画行业，本报告是您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：

第一章中国动漫所属行业发展情况分析

第一节中国动漫产业发展现状分析

一、中国动漫产业发展历程分析

二、中国动漫产业发展现状分析

三、中国动漫市场发展特征分析

第二节中国动漫产业市场规模分析

一、中国动漫产业市场规模分析

二、中国动漫衍生品的市场规模

三、中国动漫市场出口统计情况

第三节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

第四节中国动漫市场现存问题分析

- 一、市场培育效果初显，产业结构尚需完善
- 二、政策扶持模式调整，人才培养问题凸显
- 三、赢利成效初步呈现，经营方式探索变革
- 四、新兴媒体助推升级，品牌理念有待革新

第五节中国动漫市场发展策略分析

- 一、动漫市场的发展对策分析
- 二、动漫产业盈利模式的创新

第二章中国动画所属行业发展状况分析

第一节中国动画产业的相关概述

- 一、中国动画产业的概念分析
- 二、中国动画产业的分类情况
- 三、中国动画产业的特征分析
- 四、中国动画产业的特性分析

第二节电视动画产业的发展情况

- 一、中国电视动画生产情况
- 二、中国电视动画播出数量
- 三、中国电视动画制作投资额
- 四、中国电视动画销售交易额
- 五、中国电视动画进口情况分析
- 六、中国电视动画出口情况分析
- 七、中国二次元用户规模分析

第三节中国动画电影的发展情况

- 一、中国动画电影生产情况
- 二、中国动画电影票房排名
- 三、中国动画电影播放情况

第四节中国动画的制作技术分析

- 一、Flash动画技术
- 二、三维动画技术
- 三、无纸动画技术

第五节中国动画产业存在问题分析

- 一、动画产业原创能力不足
- 二、体制与配套机制不完善

三、缺乏突出的动画品牌

四、动画相关人才的缺失

五、消费群体定位狭窄

第六节中国动画产业发展策略分析

一、坚持利用政策扶持

二、企业要有创新思维

三、加强对外交流与合作

四、发挥播出机构的作用

第三章中国动画所属行业衍生产品市场分析

第一节中国动画衍生产品市场发展综述

一、中国动画衍生产品市场概况

二、中国动画衍生品行业收益水平

三、动画衍生品市场发展的主要问题

第二节中国动画卡通服装市场分析

一、中国动画卡通服装的发展概况

二、中国卡通服装品牌探索发展之路

三、中国卡通服装品牌的发展建议

第三节卡通玩具市场分析

一、中国玩具制造行业发展情况

二、中国卡通玩具的主要类型

三、国内玩具行业需求特点分析

四、国产卡通玩具市场盈利模式分析

第四章中国动画产业领域主要作品分析

第一节电视动画片主要作品分析

一、优秀国产电视动画片分析

二、国产电视动画片制作备案

第二节中国动画电影主要作品分析

一、“贺岁档”动画电影案例

二、“六一档”动画电影案例

三、“暑期档”动画电影案例

第三节中国动画电影主要作品分析

一、《熊出没之雪岭熊风》

二、《西游记之大圣归来》

三、《天生我刺》

四、《昆塔2》

第五章 动画行业领先企业经营形势分析

第一节 迪士尼

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业在华经营分析

第二节 梦工厂

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业在华经营分析

第三节 东映动画株式会社

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、东映经营情况分析
- 四、企业在华经营分析

第四节 环球数码创意控股有限公司

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业最新动漫作品

第五节 华夏动漫形象有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主营业务分
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业发展战略分析

第六节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主营业务分
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业发展战略分析

第七节 长城国际动漫游戏股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第八节美盛文化创意股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第九节武汉博润通文化科技股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第十节每日视界影视动画股份有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第六章2021-2027年中国动画产业投资机会与策略分析

第一节中国动画产业投资环境分析

一、“限播令”为国产动画创造良好市场环境

二、国家出台政策规范动画市场发展

三、中国各省市大力扶持动画产业

第二节中国动画产业投资风险分析

一、动画原创现存风险

二、动画企业融资风险

三、动画市场竞争风险

四、动画产业技术风险

五、动画产业链断层风险

第三节中国动画产业投资策略分析

一、不同环节投资价值分析

二、动画行业投资收益分析

三、动画外包行业投资分析

四、动画原创市场投资分析

五、中国动画企业融资建议

六、动画企业市场开拓建议

第七章2021-2027年中国动画产业发展前景及趋势分析

第一节2021-2027年中国动画产业发展前景分析

一、中国动画产业发展展望

二、动画产业发展空间巨大

三、中国动画发展方向分析

第二节2021-2027年中国动画产业发展趋势分析

一、动画产业政策法制化趋势

二、动画市场主体和资本多元化趋势

三、动画产业化进一步发展的趋势

四、动画产业高科技化趋势

五、动画产业呈现多种模式

第三节2021-2027年中国动漫产业发展前景分析

一、中国动漫产业发展变化分析

二、中国动漫产业发展策略分析

三、中国动漫产业发展趋势分析

第四节2021-2027年中国动画行业市场规模预测

一、2021-2027年中国动漫产业市场规模预测

二、2021-2027年中国电视动画制作销售规模预测

第八章2021-2027年中国动画产业营销策略分析(ZY LZQ)

第一节中国动画行业营销策略分析及建议

一、中国动画行业营销模式

二、中国动画行业营销策略

第二节中国动画企业营销发展分析

一、战略营销

二、精确营销

三、体验营销

四、服务营销

五、网络营销

第三节市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

部分图表目录：

图表1全球动漫市场发展情况比较

图表2中国动漫行业总规模（亿元）

图表3动漫衍生品行业赢利方式简图

图表42016-2020年中国动漫衍生品市场规模（单位：亿元）

图表5ACGN产业构成

图表6国家政策扶持动漫产业发展

图表7世界漫画销量排行前20位

图表8百度动漫搜索风云榜前30位

图表9中国动画片的三种商业模式

图表10三种不同商业模式的经营导向

图表11三种不同商业模式的动画片情况

图表122016-2020年国产动画在以时光网和豆瓣网打分

图表132020年中国二次元用户的性别

图表142020年中国二次元用户的属性

图表152020年中国二次元用户年龄分布

图表162020年中国二次元用户的职业分布

图表172020年中国二次元用户地区分布

图表182020年中国二次元学生群体的零花钱

图表192020年中国二次元用户入坑作品

图表202020年中国二次元用户对待二/三次元的关系

图表212020年中国二次元用户每天玩游戏的时长

图表222020年中国二次元用户在游戏上的消费内容

图表23整体化设计动漫产业链

图表24动漫衍生品行业赢利方式简图

图表25中国动漫衍生品细分市场份（单位：%）

图表26动漫服饰的适合场所与形象来源

图表272020年优秀国产电视动画片目录

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/912682.html>