

2022-2027 年中国动漫衍生品行业市场调研及投资潜力分析报告

内容概要：

随着动漫日益受到人们的喜欢，动漫产业呈现出巨大的商机，各式各样的以动漫为主题的游戏、服装、玩具、食品、文具用品、主题公园、游乐场等销售强劲。

从世界经验看，动漫衍生品的市场规模通常大于内容市场规模，衍生品开发和营销是动漫产业链中最为重要的盈利环节。现象级动画片《冰雪奇缘》主角“同款”公主裙不到一年的时间里在全美大卖 300 万条，收入约 4.5 亿美元，而该片的北美票房也就 4 亿美元。

与美日相比，我国动漫电影衍生品市场存在较大差距，目前还刚刚起步。2016 年国内动漫衍生品市场规模约为 450 亿元，是播映市场的 1.5 倍，而日本的衍生产品基本是播映市场的 8-10 倍。但是随着电影制片方开发衍生品的意识增强、版权环境的优化，我国动漫授权市场逐渐打开，动漫衍生品随之进入快速发展阶段。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对动漫衍生品行业的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、经营模式、竞争态势、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为动漫及衍生品行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解动漫衍生品行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 15800

英文版价格：USD 8600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

2022-2027 年中国动漫衍生品行业市场调研及投资潜力分析报告

■ 报告目录

第 1 章 中国动漫衍生品行业相关概述

1.1 动漫衍生品行业定义

1.1.1 动漫衍生品行业定义

1.1.2 动漫衍生品行业分类

1.1.3 动漫衍生品行业特征分析

1.2 中国动漫衍生品行业知识产权状况

1.2.1 中国动漫衍生品行业知识产权保护现状

1.2.2 中国动漫衍生品行业知识产权保护建议

1.3 动漫衍生品行业战略地位分析

1.3.1 动漫衍生品行业战略意义

1.3.2 动漫衍生品行业在国民经济发展中重要地位

第 2 章 国际动漫及其衍生品行业市场发展状况分析

2.1 国际动漫及其衍生品行业发展现状

2.1.1 国际动漫行业发展状况分析

2.1.2 国际动漫衍生品行业发展状况分析

2.1.3 国际动漫及其衍生品行业发展趋势

2.2 日本动漫产业发展状况分析

2.2.1 日本动漫产业发展概况

2.2.2 日本动漫产业链及衍生品市场分析

2.2.3 日本动漫产业运营模式分析

2.3 美国动漫产业发展状况分析

2.3.1 美国动漫产业发展概况

2.3.2 美国动漫产业链及衍生品市场分析

2.3.3 美国动漫产业运营模式分析

2.4 韩国动漫产业发展状况分析

2.4.1 韩国动漫产业发展概况

2.4.2 韩国动漫产业链及衍生品市场分析

2.4.3 韩国动漫产业运营模式分析

第3章 中国动漫衍生品行业发展环境 PEST 分析

3.1 中国动漫衍生品行业政策环境分析

3.1.1 行业管理体制

3.1.2 行业政策体系

3.2 中国动漫衍生品行业经济环境分析

3.2.1 中国 GDP 增长情况

3.2.2 工业经济发展形势

3.2.3 社会固定资产投资情况

3.2.4 全社会消费品零售总额

3.2.5 中国融资环境分析

3.3 中国动漫衍生品行业社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 居民消费水平情况

3.3.4 居民消费理念分析

3.3.5 中国城镇化率水平

3.3.6 动漫及衍生品核心需求群体分析

3.4 中国动漫衍生品行业技术环境分析

3.4.1 关键技术发展分析

3.4.2 技术发展趋势分析

第4章 动漫产业链结构发展分析

4.1 动漫产业链结构分析

4.1.1 动漫行业产业链结构分析

4.1.2 动漫产业链价值点分布情况

4.1.3 动漫产业链盈利模式分析

4.2 动漫产业链各环节发展状况分析

4.2.1 漫画出版行业发展状况分析

4.2.2 动画电影行业发展状况分析

4.2.3 电视动画行业发展状况分析

(1) 国产动画片创作生产情况

(2) 国产动画片制作备案情况

(3) 中国电视动画片收视情况

(4) 中国电视动画片出口情况

4.2.4 新媒体动漫行业发展状况分析

4.2.5 动漫衍生品行业发展状况分析

第 5 章 中国动漫及衍生品市场发展状况分析

5.1 中国动漫行业市场发展分析

5.1.1 中国动漫产业发展阶段

5.1.2 中国动漫产业市场规模分析

5.1.3 中国动漫产业供需市场分析

5.2 中国动漫衍生品行业市场发展分析

5.2.1 动漫衍生品市场现状

5.2.2 动漫衍生品开发模式

5.2.3 动漫衍生品市场存在的问题

5.3 中国动漫衍生品运作模式分析

5.3.1 运作模式简况

5.3.2 动画制作

5.3.3 节目发行

5.3.4 品牌授权

5.3.5 产品制作

5.4 经典动画分析与其卡通形象的衍生案例

- 5.4.1 喜羊羊与灰太狼
 - (1) 盈利模式分析
 - (2) 推广模式和渠道
 - (3) 衍生领域拓展前景
- 5.4.2 阿狸
 - (1) 盈利模式分析
 - (2) 推广模式和渠道
 - (3) 衍生领域拓展前景

第 6 章 动漫形象授权市场发展状况分析

6.1 动漫形象授权基本概述

- 6.1.1 动漫形象授权概念
- 6.1.2 动漫形象授权流程
- 6.1.3 动漫形象授权保障

6.2 动漫形象授权环节角色分析

- 6.2.1 动漫形象授权商
- 6.2.2 动漫形象授权经营商
- 6.2.3 动漫形象授权代理商
- 6.2.4 动漫形象授权顾问

6.3 动漫形象授权合作方式分析

- 6.3.1 单一动漫形象授权
- 6.3.2 动漫形象授权与服务深度合作

6.4 动漫形象授权具体方式

- 6.4.1 商品形象授权
- 6.4.2 促销形象授权
- 6.4.3 主题形象授权

6.5 中国动漫形象授权市场发展分析

- 6.5.1 动漫形象授权业发展现状
- 6.5.2 动漫形象授权业存在问题

6.6 动漫形象授权案例分析

6.6.1 米奇老鼠

(1) 形象与品牌价值

(2) 授权方式分析

(3) 授权领域分析

6.6.2 小熊维尼

6.6.3 HELLO KITTY

第 7 章 中国动漫衍生品产业细分领域市场发展分析

7.1 中国动漫玩具市场分析

7.1.1 动漫玩具市场发展概况

7.1.2 动漫玩具供需状况分析

7.1.3 动漫玩具市场竞争模式分析

7.1.4 动漫玩具市场渠道分析

7.1.5 动漫玩具市场前景展望

7.2 中国动漫服装市场分析

7.2.1 动漫服装市场发展概况

7.2.2 动漫服装供需状况分析

7.2.3 动漫服装市场竞争模式分析

7.2.4 动漫服装市场渠道分析

7.2.5 动漫服装市场前景展望

7.3 中国动漫文具市场分析

7.3.1 动漫文具市场发展概况

7.3.2 动漫文具供需状况分析

7.3.3 动漫文具市场竞争模式分析

7.3.4 动漫文具市场渠道分析

7.3.5 动漫文具市场前景展望

7.4 中国动漫游戏市场分析

7.4.1 网路游戏用户规模

- 7.4.2 网络游戏市场规模
- 7.4.3 动漫游戏市场概况
- 7.4.4 动漫游戏开发运作模式
- 7.4.5 动漫游戏发展路径分析

7.5 中国动漫食品市场分析

- 7.5.1 动漫食品市场发展概况
- 7.5.2 动漫食品市场渠道分析
- 7.5.3 动漫食品市场前景展望

7.6 中国动漫日用品市场分析

- 7.6.1 动漫日用品市场发展概况
- 7.6.2 动漫日用品市场渠道分析
- 7.6.3 动漫日用品市场前景展望

7.7 经典动画与动漫衍生品开发成功案例

- 7.7.1 迪士尼——动画衍生的成功范例
- 7.7.2 变形金刚——先有产品后有动画的模式颠覆
- 7.7.3 铁臂阿童木——日本动画衍生品的开端
- 7.7.4 蓝猫——中国动画衍生品的成功

第 8 章 中国动漫产业基地及衍生品市场发展分析

8.1 中国动漫及衍生品产业区域分布情况

- 8.1.1 国家级动漫基地发展概况
- 8.1.2 国家级动漫基地产量情况

8.2 北京市动漫及衍生品产业发展分析

- 8.2.1 动漫产业发展概况
- 8.2.2 动漫产业产量分析
- 8.2.3 动漫衍生品市场发展分析
- 8.2.4 动漫及衍生品市场原创性
- 8.2.5 动漫及衍生品典型发展模式

8.3 上海市动漫及衍生品产业发展分析

- 8.3.1 动漫产业发展概况
- 8.3.2 动漫产业产量分析
- 8.3.3 动漫衍生品市场发展分析
- 8.3.4 动漫及衍生品市场原创性
- 8.3.5 动漫及衍生品典型发展模式
- 8.4 广东省动漫及衍生品产业发展分析**
 - 8.4.1 动漫产业发展概况
 - 8.4.2 动漫产业产量分析
 - 8.4.3 动漫衍生品市场发展分析
 - 8.4.4 动漫及衍生品市场原创性
 - 8.4.5 动漫及衍生品典型发展模式
- 8.5 江苏省动漫及衍生品产业发展分析**
 - 8.5.1 动漫产业发展概况
 - 8.5.2 动漫产业产量分析
 - 8.5.3 动漫衍生品市场发展分析
 - 8.5.4 动漫及衍生品市场原创性
 - 8.5.5 动漫及衍生品典型发展模式
- 8.6 浙江省动漫及衍生品产业发展分析**
 - 8.6.1 动漫产业发展概况
 - 8.6.2 动漫产业产量分析
 - 8.6.3 动漫衍生品市场发展分析
 - 8.6.4 动漫及衍生品市场原创性
 - 8.6.5 动漫及衍生品典型发展模式
- 8.7 山东省动漫及衍生品产业发展分析**
 - 8.7.1 动漫产业发展概况
 - 8.7.2 动漫产业产量分析
 - 8.7.3 动漫衍生品市场发展分析
 - 8.3.4 动漫及衍生品市场原创性

8.7.5 动漫及衍生品典型发展模式

8.8 湖南省动漫及衍生品产业发展分析

8.8.1 动漫产业发展概况

8.8.2 动漫产业产量分析

8.8.3 动漫衍生品市场发展分析

8.8.4 动漫及衍生品市场原创性

8.8.5 动漫及衍生品典型发展模式

第9章 中国动漫及衍生品行业重点企业经营分析

9.1 浙江中南卡通股份有限公司

9.1.1 企业发展简况

9.1.2 企业主营业务分析

9.1.3 企业品牌及代表形象

9.1.4 企业经营情况分析

9.1.5 企业发展模式分析

9.1.6 企业竞争优势分析

9.2 湖南蓝猫动漫传媒有限公司

9.2.1 企业发展简况

9.2.2 企业主营业务分析

9.2.3 企业品牌及代表形象

9.2.4 企业经营情况分析

9.2.5 企业发展模式分析

9.2.6 企业竞争优势分析

9.3 广东原创动力文化传播有限公司

9.3.1 企业发展简况

9.3.2 企业主营业务分析

9.3.3 企业品牌及代表形象

9.3.4 企业经营情况分析

9.3.5 企业发展模式分析

9.3.6 企业竞争优劣势分析

9.4 江苏动力谷文化传媒有限公司

9.4.1 企业发展简况

9.4.2 企业主营业务分析

9.4.3 企业品牌及代表形象

9.4.4 企业经营情况分析

9.4.5 企业发展模式分析

9.4.6 企业竞争优劣势分析

9.5 杭州玄机科技信息技术有限公司

9.5.1 企业发展简况

9.5.2 企业主营业务分析

9.5.3 企业品牌及代表形象

9.5.4 企业经营情况分析

9.5.5 企业发展模式分析

9.5.6 企业竞争优劣势分析

9.6 湖南拓维信息系统股份有限公司

9.6.1 企业发展简况

9.6.2 企业主营业务分析

9.6.3 企业品牌及代表形象

9.6.4 企业经营情况分析

9.6.5 企业发展模式分析

9.6.6 企业竞争优劣势分析

9.7 奥飞娱乐股份有限公司

9.7.1 企业发展简况

9.7.2 企业主营业务分析

9.7.3 企业品牌及代表形象

9.7.4 企业经营情况分析

9.7.5 企业发展模式分析

9.7.6 企业竞争优劣势分析

9.8 北京卡酷传媒有限公司

9.8.1 企业发展简况

9.8.2 企业主营业务分析

9.8.3 企业品牌及代表形象

9.8.4 企业经营情况分析

9.8.5 企业发展模式分析

9.8.6 企业竞争优劣势分析

9.9 中国动漫集团有限公司

9.9.1 企业发展简况

9.9.2 企业主营业务分析

9.9.3 企业品牌及代表形象

9.9.4 企业经营情况分析

9.9.5 企业发展模式分析

9.9.6 企业竞争优劣势分析

9.10 上海美术电影制片厂有限公司

9.10.1 企业发展简况

9.10.2 企业主营业务分析

9.10.3 企业品牌及代表形象

9.10.4 企业经营情况分析

9.10.5 企业发展模式分析

9.10.6 企业竞争优劣势分析

9.11 华强方特（深圳）动漫有限公司

9.11.1 企业发展简况

9.11.2 企业主营业务分析

9.11.3 企业品牌及代表形象

9.11.4 企业经营情况分析

9.11.5 企业发展模式分析

9.11.6 企业竞争优劣势分析

9.12 广东缤果动漫连锁管理有限公司

9.12.1 企业发展简况

9.12.2 企业主营业务分析

9.12.3 企业品牌及代表形象

9.12.4 企业经营情况分析

9.12.5 企业发展模式分析

9.12.6 企业竞争优劣势分析

9.13 南京阿法贝文化创意股份有限公司

9.13.1 企业发展简况

9.13.2 企业主营业务分析

9.13.3 企业品牌及代表形象

9.13.4 企业经营情况分析

9.13.5 企业发展模式分析

9.13.6 企业竞争优劣势分析

9.14 苏州士奥动画制作有限公司

9.14.1 企业发展简况

9.14.2 企业主营业务分析

9.14.3 企业品牌及代表形象

9.14.4 企业经营情况分析

9.14.5 企业发展模式分析

9.14.6 企业竞争优劣势分析

9.15 南京合谷科技信息技术有限公司

9.15.1 企业发展简况

9.15.2 企业主营业务分析

9.15.3 企业品牌及代表形象

9.15.4 企业经营情况分析

9.15.5 企业发展模式分析

9.15.6 企业竞争优劣势分析

第 10 章 中国动漫衍生品行业发展趋势与前景预测

10.1 中国动漫衍生品行业发展趋势预测

10.1.1 产业政策趋向

10.1.2 行业整体趋势预测

10.1.3 市场竞争格局预测

10.2 中国动漫衍生品行业市场前景展望

10.2.1 动漫衍生品行业发展预测

10.2.2 细分领域发展前景展望

第 11 章 中国动漫衍生品行业发展投资潜力分析

11.1 中国动漫衍生品行业市场投资机会分析

11.1.1 产业链投资机会分析

11.1.2 细分市场投资机会分析

11.1.3 重点区域投资机会分析

11.2 中国动漫衍生品行业市场投资潜力分析

11.2.1 行业发展影响因素分析

11.2.2 行业市场投资潜力分析

11.3 动漫衍生品行业投资策略规划

11.3.1 行业投资方式策略

11.3.2 行业产品创新策略

11.3.3 行业商业模式策略

第 12 章 中国动漫衍生品行业投资战略规划建议

12.1 动漫衍生品企业制定投资战略应考虑因素

12.1.1 宏观经济环境状况

12.1.2 地方政策及发展规划

12.1.3 行业发展趋势走向

12.1.4 企业整体战略规划布局

12.2 动漫衍生品企业重点客户战略实施

- 12.2.1 重点客户战略必要性
- 12.2.2 合理确立重点客户
- 12.2.3 要重点解决的关键问题
- 12.2.4 重点客户管理功能分析

12.3 动漫衍生品行业发展战略研究

- 12.3.1 战略综合规划
- 12.3.2 技术开发战略
- 12.3.3 业务组合战略
- 12.3.4 区域战略规划
- 12.3.5 产业战略规划
- 12.3.6 竞争战略规划

■ 图表目录

- 图表 1：动漫产业链结构情况
- 图表 2：中国国内生产总值
- 图表 3：中国工业增加值及同比增速
- 图表 4：中国农村居民人均纯收入情况
- 图表 5：中国城镇居民人均可支配收入情况
- 图表 6：中国社会消费量零售总额
- 图表 7：中国城镇化率水平
- 图表 8：全球动画产权交易市场份额
- 图表 9：日本动漫市场规模情况
- 图表 10：美国动画电影市场份额分布情况
- 图表 11：动漫产业主要业态情况
- 图表 12：中国动漫电影票房总收入规模
- 图表 13：中国国产动漫电影票房收入及占比情况

- 图表 14：中国电视动画完成数量及增长情况
- 图表 15：国产动画片生产总时长及增长率情况
- 图表 15：中国动漫衍生品市场规模
- 图表 16：中国动漫衍生品细分市场份额占比情况
- 图表 17：“动漫产业化”与“产业动漫化”模式示意图
- 图表 18：全国各省国产电视动画片备案情况
- 图表 19：浙江省国产电视动画片生产情况
- 图表 20：广东省国产电视动画片生产情况
-

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：400-6630-998 0755-32919669

QQ 在线咨询：2013746518 3119207588

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。