2024-2029年动漫品牌授权行业市场前瞻与市场需求预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国动漫品牌授权发展背景分析
1.1 互联网动漫产业发展分析
1.1.1 互联网动漫产业链分析
1.1.2 互联网动漫产业应用领域分析
1.1.3 互联网对动漫产业发展的影响
1.1.4 我国动漫产业主要地区分析
1.2 动漫品牌授权的价值/意义
1.3 互联网发展给动漫品牌授权带来的机遇分析
1.3.1 渠道改造
1.3.2 消费方式变革
1.3.3 新领域——以手机游戏为例
1.4 中国动漫品牌授权运行情况分析
1.5 动漫品牌授权发展现状分析
1.5.1 中国动漫品牌授权发展现状分析
1.5.2 中国动漫品牌授权市场规模分析
1.5.3 中国动漫授权主要品牌
1.6 动漫品牌授权发展模式分析
1.6.1 动漫品牌授权方式分析
1.6.2 动漫品牌授权运作模式
1.6.3 动漫品牌授权收费方式
1.6.4 动漫衍生品营销模式
1.7 中国动漫品牌授权问题解析
1.7.1 中国动漫品牌授权市场存在问题
1.7.2 中国动漫品牌授权市场问题原因
1.7.3 中国动漫品牌授权市场发展对策
1.8 互联网下中国动漫品牌授权发展总结
1.8.1 中国动漫授权产品消费状况分析
1.9 动漫服装市场消费状况
1.9.1 动漫服装市场概况
1.9.2 动漫服装市场规模
1.9.3 动漫服装主要类型
1.9.4 动漫服装盈利水平
1.9.5 动漫服装市场竞争
1.9.6 动漫服装消费市场
1.9.7 动漫服装主要企业
1.9.8 动漫服装市场渠道
1.9.9 动漫服装市场前景
1.10 动漫玩具市场消费状况
1.10.1 动漫玩具市场概况
1.10.2 动漫玩具市场规模
1.10.3 动漫玩具主要类型
1.10.4 动漫玩具市场竞争
1.10.5 动漫玩具消费市场
1.10.6 动漫玩具主要企业
1.10.7 动漫玩具市场渠道
1.10.8 动漫玩具市场前景
1.11 动漫文具市场消费状况
1.11.1 动漫文具市场概况
1.11.2 动漫文具主要类型
1.11.3 动漫文具市场竞争
1.11.4 动漫文具消费市场

1.11.5 动漫文具主要企业
1.11.6 动漫文具市场渠道
1.11.7 动漫文具市场前景
1.12 动漫食品市场消费状况
1.12.1 动漫食品市场概况
1.12.2 动漫食品主要类型
1.12.3 动漫食品消费市场
1.12.4 动漫食品主要企业
1.12.5 动漫食品市场前景
（1）动漫授权重点企业经营状况
1.13 动漫授权行业企业发展概况
1.14 动漫品牌授权企业之国内动漫品牌代理授权商经营状况
1.14.1 广州艺洲人品牌管理股份有限公司
1.14.2 上海天络行品牌管理股份有限公司
1.14.3 优扬文化传媒股份有限公司
1.14.4 广州奥飞动漫品牌管理有限公司
1.14.5 上海瀚允卓辰文化传播有限公司
1.15 动漫品牌授权企业之国内动漫品牌自营授权商经营状况
1.15.1 浙江中南卡通股份有限公司
1.15.2 广州盒玩商贸有限公司
1.15.3 广州奥飞动漫文化股份有限公司
1.15.4 华强方特（深圳）动漫有限公司
1.15.5 杭州玄机科技信息技术有限公司
1.15.6 广州蓝弧文化传播有限公司
1.15.7 北京梦之城文化股份有限公司
1.16 动漫品牌授权企业之境外在华品牌自营/代理授权商经营状况
1.16.1 香港可利可亚洲专利授权有限公司
1.16.2 孩子宝商贸（中国）有限公司
1.16.3 美太芭比（上海）贸易有限公司
1.16.4 艾影（上海）商贸有限公司
1.16.5 华特迪士尼（中国）有限公司
1.16.6 上海世纪华创文化形象管理有限公司
1.16.7 羚邦星艺文化发展（上海）有限公司
1.16.8 香港山成集团PPW（Promotional Partners Worldwide）
1.16.9 盈思市场拓展有限公司
1.16.10 河北曼迪文化传播有限公司
（1）动漫品牌授权行业发展前景
1.17 动漫品牌授权典型案例及相关领域分析
1.17.1 部分知名动漫品牌授权企业授权模式分析
1.17.2 数字动漫产业发展现状介绍
1.18 动漫品牌授权的发展趋势
1.18.1 动漫品牌授权专业化
1.18.2 消费者群体细化逐渐成形
1.18.3 专业卡通频道全面介入动漫品牌授权领域
1.18.4 国外品牌积极加入竞争
1.18.5 动漫品牌授权规模预测

图表目录

图表1：动漫产品示意图
图表2：动漫产业主要环节
图表3：动漫产业价值链
图表4：2017-2022年动漫产业产值（单位：亿元，%）
图表5：2022年国产电视动画片制造上万分钟以上省份（单位：部，分钟）
图表6：2022年通过认定的重点动漫企业名单（9家）
图表7：我国动漫产业链示意图

图表8：动漫产业链整合模型
图表9：2017-2022年国产动画片制造情况（单位：部，分钟）
图表10：2022年国产动画影片排名（单位：万元）
图表11：动漫衍生品类别
图表12：中、日、美三国动漫产品销售收入结构（单位：%）
图表13：移动互联网价值链
图表14：2022年中国和日本手机动漫市场对比（单位：人，户，亿日元、亿人民币）
图表15：移动互联网动漫渠道优势
图表16：动漫产品传播渠道对比分析
图表17：中国移动互联网应用发展情况
图表18：移动互联网细分市场针对动漫产业进入推荐
图表19：2017-2022年中国移动阅读市场规模及预测（单位：亿元，%）
图表20：移动阅读促进因素分析
图表21：移动阅读阻碍因素分析
图表22：中国移动阅读市场产业地图
图表23：动漫产业与移动阅读产业链上下游合作方针
图表24：2017-2022年中国移动手机游戏市场规模及增速（单位：百万，%）
图表25：2022年中国移动游戏发行商用户规模竞争格局（单位：%）
图表26：中国移动游戏市场产业地图
图表27：中国在线视频行业产业地图
图表28：动漫产业与手机视频产业链上下游合作方针
图表29：2022年新媒体动漫形象榜
图表30：2017-2022年广东省国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）
图表31：漫友文化和原创动力的单向性产业链
图表32：腾讯控股的网络动漫产业链
图表33：奥飞动漫的“大企业”动漫产业链
图表34：2017-2022年上海市国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）
图表35：上海市动漫产业“十四五”规划
图表36：2017-2022年上海通过认定动漫企业名单
图表37：2017-2022年北京市国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）
图表38：2017-2022年北京市动漫游戏产值及增速和出口（单位：亿元，%）
图表39：互联网动漫品牌授权模式
图表40：娱乐产业的长尾经济覆盖范围图
图表41：动漫品牌手机游戏授权商业模式
图表42：2022年全球排名前十品牌授权代理商（单位：十亿美元）
图表43：动漫品牌授权企业员工主要工作内容占比（单位：%）
图表44：2017-2022年中国衍生品开发收入（单位：亿元）
图表45：2017-2022年中国动漫衍生品销售市场规模测算（单位：亿元）
图表46：2022年我国动漫授权产品细分市场份额（单位：亿元，%）
图表47：2016中国动漫授权业“十大中国品牌”
图表48：2016中国动漫授权业“十大海外品牌”
图表49：动漫品牌授权授权方式
图表50：授权业务及业务支持协作模式
图表51：授权业务品类发展规划表
图表52：中国市场消费模式转换图
图表53：2017-2022年服装行业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）
图表54：2017-2022年服装行业资产总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表55：2017-2022年服装行业销售收入变化趋势（单位：亿元，%）
图表56：2017-2022年服装行业利润总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表57：2017-2022年中国服装行业工业总产值（单位：亿元，%）
图表58：2017-2022年服装行业景气度指数走势
图表59：2022年美盛文化创意股份有限公司主营业务构成表（单位：元，%）
图表60：2017-2022年上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表61：2017-2022年浙江森马服饰股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表62：2017-2022年上海巴布豆儿童用品有限公司产销能力分析（单位：万元）
图表63：2017-2022年广东省小猪班纳服饰有限公司产销能力分析（单位：万元）
图表64：2017-2022年中国动漫服饰市场规模情况图（单位：亿元）
图表65：美盛文化公司动漫服饰产品分类图
图表66：2017-2022年中国动漫服饰和普通服饰毛利水平对比（单位：%）

图表67：中国动漫服饰出口在世界市场中的地位（单位：%）
图表68：中国动漫服饰其他主要生产企业
图表69：2023-2028年中国动漫服饰市场规模情况图（单位：亿元）
图表70：2017-2022年玩具制造行业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）
图表71：2017-2022年玩具制造行业资产总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表72：2017-2022年玩具制造行业销售收入变化趋势（单位：亿元，%）
图表73：2017-2022年玩具制造行业利润总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表74：2017-2022年中国玩具制造业工业总产值增长分析（单位：亿元，%）
图表75：世界各国动漫玩具在玩具市场中的比重（单位：%）
图表76：2022年广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务构成表（单位：元，%）
图表77：2017-2022年孩之宝公司盈利情况（单位：百万美元）
图表78：2017-2022年广东骅威玩具工艺股份有限公司产销能力分析（单位：万元）
图表79：2017-2022年迪士尼公司盈利情况（单位：百万美元）
图表80：2017-2022年广东群兴玩具股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表81：2017-2022年中国动漫玩具市场规模（单位：亿元，%）
图表82：2017-2022年我国0-14岁人口数量（单位：万人）
图表83：2022年主要玩具生产企业净利润情况（单位：万元，%）
图表84：2017-2022年我国玩具产品出口增速变化（单位：亿美元，%）
图表85：世界各国玩具规模及人均消费比较（单位：亿美元，美元）
图表86：2023-2028年中国动漫玩具市场规模预测（单位：亿元）
图表87：2017-2022年文具制造业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）
图表88：2017-2022年文具制造业主要经济指标分析（单位：亿元，%）
图表89：2017-2022年动漫文具行业销售收入增长趋势图（单位：万元）
图表90：中国动漫文具主要生产企业
图表91：2023-2028年中国动漫文具市场规模情况图（单位：亿元）
图表92：2017-2022年食品制造业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）
图表93：2017-2022年食品制造业主要经济指标分析（单位：亿元，%）
图表94：2017-2022年中国食品制造业景气指数
图表95：2023-2028年中国动漫食品市场规模情况图（单位：亿元）
图表96：国内动漫品牌代理授权商发展情况对比
图表97：广州艺洲人文化传播有限公司基本简况
图表98：广州艺洲人文化传播有限公司业务关联结构
图表99：广州艺洲人文化传播有限公司授权品牌
图表100：广州艺洲人文化传播有限公司发展模式
图表101：广州艺洲人文化传播有限公司品牌360°全方位授权模式
图表102：广州艺洲人文化传播有限公司优劣势分析
图表103：天络行（上海）品牌管理有限公司基本简况
图表104：天络行（上海）品牌管理有限公司商品授权品牌
图表105：天络行（上海）品牌管理有限公司授权模式
图表106：天络行（上海）品牌管理有限公司客户经典案例
图表107：天络行（上海）品牌管理有限公司优劣势分析
图表108：优扬文化传媒股份有限公司基本简况
图表109：优扬文化传媒股份有限公司核心业务结构
图表110：优扬文化传媒股份有限公司发展模式
图表111：优扬文化传媒股份有限公司授权模式
图表112：优扬文化传媒股份有限公司优劣势分析
图表113：2017-2022年资讯港系列公司经营效益（单位：万元）
图表114：广州新原动力动漫形象管理有限公司优劣势分析
图表115：上海瀚允卓辰文化传播有限公司基本简况
图表116：上海瀚允卓辰文化传播有限公司运营品牌
图表117：瀚允卓辰文化传播有限公司优劣势分析
图表118：国内动漫品牌自营授权商发展情况对比
图表119：浙江中南卡通股份有限公司基本简况
图表120：浙江中南卡通股份有限公司发展模式
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！