

2015-2020年中国动漫产业重点企业商业模式与设计策略分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：中国动漫企业发展环境分析
 - 1.1 中国动漫产业发展综述
 - 1.1.1 中国动漫产业界定
 - 1.1.2 中国动漫产业生命周期
 - (1) 动漫产业的发展特征分析
 - (2) 动漫产业发展周期阶段判断
 - 1.2 中国动漫产业扶持政策分析
 - 1.2.1 2009-2015年全国动漫产业政策分析
 - 1.2.2 广电总局推动国产动漫产业发展的措施
 - 1.3 中国动漫产业经济发展环境分析
 - 1.3.1 宏观经济运行现状
 - 1.3.2 宏观经济走势预测
 - 1.3.3 居民收入增长情况
 - 1.3.4 经济环境对产业的影响分析
- 第2章：国际动漫产业现状与典型商业模式
 - 2.1 全球动漫产业的竞争格局
 - 2.1.1 全球动漫产业的竞争格局
 - 2.1.2 美国动漫产业的竞争地位
 - 2.1.3 日本动漫产业的竞争地位
 - 2.1.4 韩国动漫产业的竞争地位
 - 2.1.5 全球动漫产业竞争趋势预判
 - 2.2 主要国家动漫产业发展模式
 - 2.2.1 美国：集团垄断原创模式
 - 2.2.2 日本：原创为主，外包为辅模式
 - 2.2.3 韩国：原创为重点，服务外包为主模式
 - 2.3 国际动漫产业典型商业模式案例解析
 - 2.3.1 全产业链经营商业模式：迪士尼
 - (1) 迪士尼发展路径
 - (2) 迪士尼动漫影视作品的竞争地位
 - (3) 迪士尼商业模式简图
 - (4) 迪士尼战略与价值主张
 - (5) 迪士尼盈利模式分析
 - (6) 迪士尼的关键业务分析
 - (7) 迪士尼的核心资源分析
 - (8) 迪士尼的客户关系分析
 - (9) 迪士尼的销售渠道分析
 - 2.3.2 高度集中的高价值商业模式：皮克斯
 - (1) 皮克斯发展路径
 - (2) 皮克斯的市场定位
 - (3) 皮克斯的关键业务分析
 - 1) 动漫创意
 - 2) 动漫制作
 - 3) 后期制作
 - (4) 皮克斯的核心资源分析
 - (5) 皮克斯的营销方式分析
 - (6) 皮克斯商业模式的借鉴
 - 1) 融资运作方面
 - 2) 内容创作方面
 - 3) 产品营销方面
 - 4) 人才培养方面
 - 2.3.3 其他国际知名动漫企业商业模式解析

- (1) 动画企业：梦工厂
 - 1) 梦工厂的发展路径
 - 2) 梦工厂的成功作品
 - 3) 梦工厂业务组合
 - 4) 梦工厂的价值主张分析
 - 5) 梦工厂的资源配置
 - 6) 梦工厂的竞争优势
- (2) 动漫玩具公司：孩之宝
 - 1) 孩之宝的发展路径
 - 2) 孩之宝的客户定位
 - 3) 孩之宝的关键业务

第3章：中国动漫产业发展现状分析

3.1 中国动漫产业整体规模

3.2 中国动漫产业细分市场现状

3.2.1 中国动画制作行业

- (1) 中国动画制作行业现状分析
 - 1) 动画制作行业总产值分析
 - 2) 国产电视动画片产量
 - 3) 国产动画电影票房
 - 4) 中国动画片产量预测分析
- (2) 中国国产动画片题材变化情况

3.2.2 中国漫画杂志行业

- (1) 中国漫画杂志市场现状分析
- (2) 中国漫画杂志市场竞争格局
- (3) 中国漫画杂志行业发展特点

3.2.3 中国动漫展会行业

- (1) 中国动漫展会市场发展现状
- (2) 中国动漫展会市场区域分布

3.2.4 中国网络动漫行业

- (1) 中国网络动漫市场分析
 - 1) 网络动漫市场发展概况
 - 2) 网络动漫市场发展特点
- (2) 中国网络动漫企业分析
 - 1) 主要动漫网站运营分析
 - 2) 主要动漫网站分布
- (3) 中国网络动漫发展前景
 - 1) 市场空间日益扩大
 - 2) 投资规模不断增加

3.2.5 中国手机动漫行业

- (1) 中国手机动漫行业发展状况
 - 1) 手机漫画发展分析
 - 2) 手机动画发展分析
- (2) 中国手机动漫行业市场规模
 - 1) 用户规模
 - 2) 市场规模
- (3) 中国原创手机动漫大赛分析
 - 1) 历届原创手机动漫大赛举办情况
 - 2) 大赛对手机动漫发展的影响
- (4) 中国手机动漫市场调查
 - 1) 对手机动漫感兴趣的程度
 - 2) 手机动漫的使用类型
 - 3) 手机动漫的使用习惯
 - 4) 对手机动漫的评价
 - 5) 对手机动漫形式的评价

第4章：中国动漫产业典型商业模式案例解析

4.1 中国动漫产业商业模式概述

4.1.1 中国动漫产业商业模式

- (1) “浙江经济”模式
- (2) “中国制造业”模式

- (3) “大资本”模式
- 4.1.2 中国动画片的商业模式
 - (1) 中国动画片的市场结构
 - (2) 中国动画片的三种商业模式
- 4.2 中国动漫企业商业模式剖析**
 - 4.2.1 动漫企业商业模式中的价值主张分析
 - 4.2.2 动漫企业商业模式中的市场定位分析
 - (1) 动漫影视作品定位
 - (2) 动漫消费品定位
 - (3) 动漫游戏定位
 - (4) 动漫乐园定位
 - 4.2.3 动漫企业商业模式中的现金流结构分析
 - (1) 动漫产业的收入来源
 - (2) 动漫产业链的利益分配格局
 - (3) 动漫企业两种典型盈利模式
 - 4.2.4 动漫企业商业模式中的关键业务分析
 - (1) 动漫创意
 - (2) 动漫影视作品拍摄
 - (3) 动漫影视发行
 - (4) 音像制品制作
 - (5) 公司品牌经营
 - (6) 主题乐园运营
 - (7) 动漫品牌授权
 - (8) 动漫衍生品制造
 - (9) 动漫游戏制作
 - 4.2.5 动漫企业的融资方式分析
 - (1) 政府投资
 - (2) 播出机构投资
 - (3) 产业外投资
 - (4) 项目包装融资
 - (5) 上市融资
 - (6) 银行融资
 - (7) 国际风险投资
 - 4.2.6 动漫企业商业模式中的关键资源分析
 - (1) 商业模式中通用关键资源分析
 - (2) 动漫企业的核心资源分析
 - 4.2.7 动漫企业商业模式中的销售渠道分析
 - (1) 动漫产业发行销售渠道
 - (2) 动漫影视作品销售方式
 - (3) 动漫电影销售渠道
 - 4.2.8 动漫企业商业模式中的重要伙伴分析
 - (1) 商业模式中重要伙伴的通用模型
 - (2) 动漫企业商业模式中的典型伙伴
- 4.3 中国动漫产业典型商业模式案例**
 - 4.3.1 纵向一体化商业模式：奥飞动漫
 - (1) 奥飞动漫的发展路径
 - (2) 奥飞动漫的产品与定位
 - (3) 奥飞动漫商业模式简图
 - (4) 奥飞动漫的价值主张分析
 - (5) 奥飞动漫的关键业务分析
 - (6) 奥飞动漫的核心资源分析
 - (7) 奥飞动漫的重要伙伴分析
 - (8) 奥飞动漫的收入来源分析
 - (9) 奥飞动漫的客户关系分析
 - (10) 奥飞动漫的渠道网络分析
 - (11) 奥飞动漫的成本结构分析
 - 4.3.2 综合运营平台商业模式：万豪卡通
 - (1) 万豪卡通的发展路径
 - (2) 万豪卡通的产品与定位

- (3) 万豪卡通商业模式简图
 - (4) 万豪卡通的价值主张分析
 - (5) 万豪卡通的收入来源分析
 - (6) 万豪卡通的关键业务分析
 - (7) 万豪卡通的核心资源分析
 - (8) 万豪卡通的重要伙伴分析
 - (9) 万豪卡通的客户关系分析
 - (10) 万豪卡通的渠道通路分析
 - (11) 万豪卡通的成本结构分析
- 4.3.3 全产业链+多元化商业模式：华强文化科技集团
- (1) 华强文化科技集团的发展路径
 - (2) 华强文化科技集团的发展战略
 - (3) 华强文化科技集团的业务体系
 - (4) 华强文化科技集团商业模式简图
 - (5) 华强文化科技集团的价值主张分析
 - (6) 华强文化科技集团的盈利模式分析
 - (7) 华强文化科技集团的关键业务分析
 - (8) 华强文化科技集团的核心资源分析
 - (9) 华强文化科技集团主要客户分析
 - (10) 华强文化科技集团的渠道通路分析
 - (11) 华强文化科技集团的成本结构分析

第5章：中国动漫产业重点企业商业模式评析

5.1 动画企业商业模式解析

- 5.1.1 上海河马动画设计股份有限公司
 - (1) 上海河马动画设计股份有限公司发展情况分析
 - (2) 公司商业模式解剖
 - (3) 公司商业模式评析
- 5.1.2 广东原创动力文化传播有限公司
 - (1) 广东原创动力文化传播有限公司分析
 - (2) 公司商业模式解剖
 - (3) 公司商业模式评析
- 5.1.3 辰卡通集团有限公司
 - (1) 公司发展基本情况分析
 - (2) 公司商业模式解剖
 - (3) 公司商业模式评析
- 5.1.4 杭州宏梦卡通发展有限公司
 - (1) 公司发展基本情况分析
 - (2) 公司商业模式解剖
 - (3) 公司商业模式评析
- 5.1.5 环球数码媒体科技研究（深圳）有限公司
 - (1) 公司发展基本情况分析
 - (2) 环球数码商业模式解剖
 - (3) 环球数码商业模式评析
- 5.1.6 上海美术电影制片厂
 - (1) 公司发展基本情况分析
 - (2) 公司商业模式解剖
 - (3) 美影厂商业模式评析

5.2 动漫游戏企业商业模式解析

- 5.2.1 完美世界
 - (1) 完美世界发展路径分析
 - (2) 完美世界商业模式解剖
 - (3) 完美世界商业模式评析
- 5.2.2 苏州蜗牛
 - (1) 苏州蜗牛发展路径分析
 - (2) 苏州蜗牛商业模式解剖
 - (3) 苏州蜗牛商业模式评析
- 5.2.3 腾讯科技
 - (1) 腾讯科技发展路径分析
 - (2) 腾讯科技商业模式解剖

(3) 腾讯科技商业模式评析

5.2.4 上海盛大

(1) 上海盛大发展路径分析

(2) 上海盛大商业模式解剖

(3) 上海盛大商业模式评析

5.3 动漫消费品企业商业模式解析

5.3.1 动漫玩具企业：骅威股份

(1) 骅威股份发展路径分析

(2) 骅威股份商业模式解剖

(3) 骅威股份商业模式评析

5.3.2 动漫服饰企业：美盛文化

(1) 美盛文化发展路径分析

(2) 美盛文化商业模式解剖

(3) 美盛文化商业模式评析

5.4 动漫授权企业商业模式解析：广州艺洲人

5.4.1 广州艺洲人发展路径分析

5.4.2 广州艺洲人商业模式解剖

5.4.3 广州艺洲人商业模式评析

第6章：中国动漫产业链发展困局与出路

6.1 动漫产业链结构分析

6.1.1 动漫产业链结构与流程

6.1.2 动漫产业链内主体企业

6.1.3 动漫产品的层次与结构

6.2 动漫产业链各环节运营状况

6.2.1 漫画制作：原创漫画几近空白

6.2.2 动画制作：以国家动画产业基地为主

6.2.3 动画播出：已有多个专门的卡通频道

6.2.4 图书出版及音像发行：发展阻力较大

6.2.5 手机动漫：以运营商基地为主

6.2.6 衍生品市场：开发不足，处在初级阶段

(1) 衍生品市场现状分析

(2) 衍生品市场前景分析

1) 我国人均玩具消费支出远低于世界主要国家

2) 人口结构的调整对婴童行业具有较大的影响

3) 亲子文化造成婴童用品需求“刚性”

4) 将超越美国成为全球最大的婴童消费市场

6.3 中国动漫产业链的困局

6.3.1 困局一：盲目模仿

6.3.2 困局二：创意人才的缺乏

6.3.3 困局三：缺乏强力资本接入

6.3.4 困局三：成人动漫几近空白

6.3.5 困局四：衍生产品开发不足

6.4 产业链困局的突破：商业模式打造

6.4.1 我国动漫企业亏本经营

6.4.2 动漫企业依靠政府补贴生存

6.4.3 动漫产业最大的利润来自于衍生品

6.4.4 动漫产业的成功需要行业成功的商业模式

第7章：中国动漫产业发展前景与投资建议

7.1 中国动漫产业发展前景分析

7.1.1 中国动漫产业发展的有利因素

7.1.2 中国动漫产业发展的不利因素

7.1.3 中国动漫产业发展前景预测

(1) 动漫产业成长空间分析

(2) 动漫产业细分领域市场前景分析

(3) 中国动漫产业市场规模预测

7.2 中国动漫产业投资发展建议

7.2.1 中国动漫产业投资领域建议

(1) 动漫产业链不同环节投融资建议

(2) 不同类型动漫企业投融资建议

7.2.2 中国动漫产业投融资运作建议

- (1) 重点关注手机新媒体
- (2) 关注政策动态，挖掘新的投资渠道
- (3) 大力开发动漫衍生产品

图表目录

图表1: 《动漫企业认定管理办法》对动漫企业的界定
图表2: 中国动漫产业发展历程简介
图表3: 2009-2015年中国动漫产业相关政策
图表4: 广电总局推动国产动漫产业发展的措施
图表5: 广电总局扶持国产动画电影的9条政策
图表6: 2008-2015年中国国内生产总值及其增长率情况 (单位: 万亿元, %)
图表7: 2008-2015年中国城乡居民人均收入增长情况 (单位: 元, %)
图表8: 全球动漫产业竞争格局简析
图表9: 迪士尼品牌价值链
图表10: 迪士尼产业架构
图表11: 全球历史票房收入排名前100名的电影各制片商占比 (单位: %)
图表12: 迪士尼在电影历史Best-seller榜 (DVD, VHS, 蓝光等各种主流媒介) 中排名 (单位: 个)
图表13: 迪士尼动漫影视作品所获荣誉
图表14: 迪士尼消费品业务各分部收入 (单位: 百万美元)
图表15: 迪士尼商业模式简图
图表16: 2009-2015年迪士尼公司影视娱乐业务收入 (单位: 百万美元)
图表17: 2009-2015年迪士尼公司主题公园及度假村业务各分部收入 (单位: 百万美元)
图表18: 迪士尼关键业务
图表19: 2009-2015年迪士尼公司各分部收入 (单位: 百万美元)
图表20: 皮克斯发展路径
图表21: 皮克斯后期制作过程
图表22: 梦工厂的发展路径
图表23: 梦工厂部分成功作品 (单位: 亿美元)
图表24: 梦工厂竞争优势
图表25: 孩之宝的产业链
图表26: 孩之宝玩具游戏品牌
图表27: 孩之宝关键业务
图表28: 2009-2015年中国动漫产业总产值及预测情况 (单位: 亿元, %)
图表29: 2009-2014年中国动画产值规模增长情况 (单位: 亿元, %)
图表30: 2009-2014年国产电视动画片生产总数量及增长率情况 (单位: 部, %)
图表31: 2009-2014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32: 2014年中国原创电视动画片生产十大企业排名 (单位: 部, 分钟)
图表33: 2014年全国原创电视动画片生产十大城市 (单位: 部, 分钟)
图表34: 2014年备案公示国产动画片 (单位: 部, 万分钟)
图表35: 2008-2014年中国国产动漫电影票房占比 (单位: 亿元, %)
图表36: 2010-2014年票房超过5000万国产动漫电影数量 (单位: 部)
图表37: 2014年国产动画片票房TOP10 (单位: 亿元, 万元)
图表38: 2015-2020年中国国产电视动画片产量预测 (单位: 万分钟)
图表39: 2014年国产动画片备案题材变化情况 (单位: 部)
图表40: 2010年以来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41: 中国四大城市漫画杂志销售情况 (单位: %)
图表42: 四大漫画杂志综合市场价值成长指数 (单位: 元)
图表43: 中国主要漫画杂志厂商竞争格局
图表44: 中国漫画杂志行业发展特点简析
图表45: 中国网络动漫市场发展特点简析
图表46: 中文动漫类代表网站的主要内容
图表47: 主要中文动漫类网站的优势内容和流量分析
图表48: 主要中文动漫类网站运营状况
图表49: 中国动漫网站100强

- 图表50: 中国不同类别动漫网站市场份额 (单位: %)
- 图表51: 中国不同动漫网站地区分布 (单位: %)
- 图表52: 2009-2015年我国网民规模及普及率情况 (单位: 万人, %)
- 图表53: 手机漫画产业链
- 图表54: 手机动画价值链
- 图表55: 2009-2015年我国手机网民规模及占网民比例 (单位: 万人, %)
- 图表56: 对手机动漫的感兴趣程度——地区分布 (单位: %)
- 图表57: 对手机动漫的感兴趣程度——年龄分布 (单位: %)
- 图表58: 接触哪类的手机动漫
- 图表59: 手机动漫的使用习惯
- 图表60: 对手机动漫杂志的评价
- 图表61: 对手机动漫动画的评价
- 图表62: 对手机动漫形象DIY的评价
- 图表63: 对手机动画游戏的评价
- 图表64: 中国动画片的结构分析
- 图表65: 中国动画片的三种商业模式
- 图表66: 三种不同商业模式的经营导向
- 图表67: 三种不同商业模式的动画片情况
- 图表68: 动漫企业商业模式常用的价值主张要素
- 图表69: 动漫衍生品类型分类
- 图表70: 主要动漫消费品企业的产品定位
- 图表71: 量化衍生商品主要特点
- 图表72: 优化衍生商品主要特点
- 图表73: 我国动漫产业的市场结构与收入结构
- 图表74: “文化产业化”与“产业文化化”模式示意图
- 图表75: 中国动漫产业文化产业化实际发展中的问题
- 图表76: 中国动漫产业产业文化化实际发展中的问题
- 图表77: 动漫企业两种盈利模式的特点
- 图表78: 创意产业价值链
- 图表79: 政府对动漫产业投资的方式
- 图表80: 播出机构参与动漫投资的情况分析
- 图表81: 产业外资本投资动漫产业的方式
- 图表82: 动漫企业银行融资困难的企业层面
- 图表83: 动漫企业银行融资困难的产业层面
- 图表84: 动漫企业银行融资困难的制度层面
- 图表85: 动漫企业银行融资困难的银行层面
- 图表86: 动漫企业商业模式中的通用关键资源分析
- 图表87: 全国动漫电视媒体的金字塔结构
- 图表88: 国内主流动漫电视媒体的比较
- 图表89: 手机作为动漫类产品运营载体的优势
- 图表90: 中国动漫产品海外发行需注意的问题
- 图表91: 合作伙伴通用模型
- 图表92: 奥飞动漫20年发展历程
- 图表93: 奥飞动漫产业布局上初具迪士尼雏形
- 图表94: 奥飞动漫战略转型过程
- 图表95: 奥飞动漫收购公司信息的一览表
- 图表96: 奥飞动漫构建平台型运作体系发挥板块间协同效应
- 图表97: 奥飞动漫的业务将覆盖更多年龄段群体
- 图表98: 奥飞旗下动漫IP知名度较高
- 图表99: 奥飞动漫已拥有多种类型、覆盖广泛的动漫品牌
- 图表100: 第一季度中国动漫指数TOP20
- 图表101: 奥飞动漫商业模式简图
- 图表102: 奥飞动漫的企业文化与价值使命
- 图表103: 2006-2015年奥飞动漫动漫影视类收入情况 (单位: 万元, %)
- 图表104: 2009-2015年奥飞动漫动漫影视类占总收入比例 (单位: %)
- 图表105: 2010-2015年奥飞动漫电视媒体类业务收入与毛利率 (单位: 万元, %)
- 图表106: “啦啦啦小魔仙”在《爱看动漫乐园》动画排行榜排名居首
- 图表107: 玩具收入 (包括动漫与非动漫玩具) 是目前奥飞动漫最大的营收来源 (单位: %)
- 图表108: 2009-2015年奥飞动漫玩具销售收入情况 (单位: 万元)

- 图表109: 2009-2015年奥飞动漫玩具销售毛利率(单位: %)
- 图表110: 2012-2015年爱乐游戏业务情况(单位: 万元, %)
- 图表111: 2011-2015年方寸科技营业利润情况(单位: 元)
- 图表112: 奥飞动漫品牌授权模式
- 图表113: 奥飞动漫的授权衍生产品
- 图表114: “澳贝”产品在亚马逊销售排行榜前十中占据九席(依据销售量排名)
- 图表115: 2011-2015年奥飞动漫其他婴童用品类营业收入情况(单位: 万元, %)
- 图表116: 改革公报中针对文化产业的相关举措
- 图表117: 奥飞旗下的动漫IP量远超过其他竞争对手
- 图表118: 奥飞动漫部分创作团队在全国的分布情况
- 图表119: 奥飞动漫的国际化战略积极推进
- 图表120: 海外动漫企业纷纷嫁接中国市场

……略

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!