



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国动漫产业前景 展望与市场预测报告

一、调研说明

《2007-2008年中国动漫产业前景展望与市场预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42262.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 动漫产业基本概述

第一节 动漫和动漫产业概述

一、 动漫的定义

二、动漫产业的定义

三、动漫产业链定义

四、动漫衍生周边产业定义

第二节 动漫作品概述

一、动漫作品的特点

二、动漫作品的类别

第二章 世界动漫产业发展态势分析

第一节 世界动漫产业发展历程及现状

一、外国动漫产业政策简介

二、国际动漫产业发展现状分析

三、世界动漫游戏产业推动三大市场发展

第二节 日本动漫产业

一、日本动漫产业发展阶段

二、日本十年动漫回顾

三、日本在全球动漫市场的地位

四、日本动漫产业的发展研究

五、日本动漫十大主要公司介绍

六、日本动漫产业问题分析

第三节 美国动漫产业

一、美国动漫产业发展阶段

二、美国动漫产业侧重点分析

三、美国动漫帝国成因分析

四、美国动画片主打品牌分析

五、美国动漫市场新变化

第四节 韩国动漫产业

- 一、韩国动漫产业的发展回顾
- 二、韩国动漫产业概况
- 三、韩国的动画产业存在的主要问题
- 四、韩国动漫产业发展分析
- 五、韩国动漫产业迅速崛起原因分析
- 六、韩国重振动漫产业的几大措施

第三章 2007年中国动漫产业运行状况分析

第一节 中国动漫产业现状

- 一、动漫产业发展回顾
- 二、2006年中国动漫产业的发展
- 三、2007年中国动漫产业发展的关键点
- 四、2007年中国动漫产业盈利模式初现
- 五、2007年中国动漫产业开始步入辉煌
- 六、中国动漫产业发展速度快
- 七、中国动漫分级迫在眉睫

第二节 中国动漫市场概况

- 一、中国动漫市场发展环境分析
- 二、动漫产业的三大市场板块分析
- 三、中国动漫市场崛起的四大因素分析
- 四、国内九成动漫市场被国外动漫占据

第三节 中国动漫产业的播映市场情况

- 一、中国动画播映体系形成
- 二、国内电视动画收视状况分析
- 三、少儿频道发展现状概述
- 四、三大上星动画频道分析比较

第四节 中国动漫消费市场构成分析

- 一、中国成全球最大动漫消费市场
- 二、学生消费群体
- 三、成人消费群体

第五节 国内动漫产业的生产制作分析

- 一、制作机构概况

二、动画片题材和制作长度

三、动漫产业的成本与收益

四、动画制作要素对产业的影响

第六节 动漫与广告产业

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、网络游戏成为广告播放新渠道

第七节 中国动漫产业经营分析

一、美影厂五个销售领域的经验借鉴

二、中国动漫产业盈利困难原因分析

三、国内动漫企业营销力量分析

四、动漫图书的营销技巧

第八节 中国动漫产业存在的问题

一、人才匮乏

二、有产无业

三、盗版猖獗

四、市场不成熟

第九节 发展中国动漫产业的建议

一、高端人才培养

二、创出中国的动漫品牌

三、加快产业化速度

四、发展中国动漫产业的措施

五、中国动漫产业打入国际市场的五大对策

第四章 动画产业发展状况分析

第一节 全球动画产业概述

一、世界动画电影发展历程

二、美国动画市场

三、日本动画市场

四、日美动画电影风格分析

五、2007年世界十大动漫游戏电影简介

第二节 国内动画产业现状

- 一、国内卡通市场总体概述
- 二、中国动画片市场需求
- 三、中国动画片市场供求分析
- 四、中国动画产业四大软肋

第三节 中日动画比较分析

- 一、画面效果
- 二、内容
- 三、配音
- 四、音乐
- 五、收看对象

第四节 电视动画频道分析

- 一、2004年中国国内第一个动画频道开播
- 二、2005年中国动画频道动态
- 三、2006年中国实施动画黄金时间政策
- 四、动画频道节目解析
- 五、动画频道成为中国动画产业突围的先锋官
- 六、国内动画频道缺乏全方位市场营销

第五节 中国动画产业发展趋势分析

- 一、中国动画产业发展前景看好
- 二、对中国动画发展的思考
- 三、制约中国动画产业发展的五大问题
- 四、中国动画产业的未来走向
- 五、本土动画产业发展前景分析

第五章 漫画产业发展前景预测

第一节 国外漫画产业分析

- 一、日本
- 二、美国
- 三、韩国
- 四、欧洲

第二节 中国漫画产业现状

一、漫画是动漫产业发展的根本

二、中国漫画市场简析

三、对国内漫画市场切入点的判断

四、中国原创漫画首次进入日本

第三节 香港漫画产业

一、香港漫画发展历程

二、香港漫画市场现状分析

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、中国漫画新闻的现状

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分析

第五节 中国漫画产业发展趋势分析

一、动漫时代传统漫画的发展走向

二、漫画改编影视成发展趋势

第六章 手机动漫产业发展趋势

第一节 手机动漫概述

一、手机动漫的概念

二、手机动漫市场的特点

三、动漫与手机结合现状

第二节 中国手机动漫产业发展现状

一、2006年国内手机动漫产业市场规模分析

二、手机动漫成为重振动漫市场的新机遇

三、中国手机动漫盈利空间分析

四、电信运营商看好手机动漫的发展潜力

第三节 手机游戏市场状况

一、2006年国内手机游戏市场规模分析

二、2006年中国手机游戏市场迎来拐点

三、中国手机游戏市场发展困境分析

四、中国手机游戏市场趋势分析

第四节 手机动漫产业未来发展趋势

- 一、手机动漫产业的发展机会分析
- 二、2008年中国手机动漫市场面临产业调整
- 三、中国手机动漫成长空间广阔
- 四、手机动漫将成为下一个手机增值业务增长点
- 五、手机下载漫画成市场流行

第七章 网络动漫产业研究分析

第一节 网络媒体产业

- 一、网络媒体的背景和特性
- 二、网络媒体的现状分析
- 三、网络媒体的发展主线
- 四、网络媒体发展结论和原因
- 五、网络媒体的战略定位和对策
- 六、中国网络媒体市场展望

第二节 网络动漫产业现状

- 一、网络传媒对传统动画的影响
- 二、网络动漫市场潜力分析
- 三、2006-2007年中国网络动漫市场规模分析

第三节 网络动漫产业赢利分析

- 一、网络动漫产业概况
- 二、“有价无市”的尴尬
- 三、借助无线增值商机
- 四、不要风险投资
- 五、解决当务之急

第四节 FLASH动画发展分析

- 一、FLASH动画概述
- 二、当前动画和网络的发展分析
- 三、FLASH动画的趋势分析

第八章 网络游戏产业市场运行分析

第一节 网络游戏产业概述

一、网络游戏的定义

二、网络游戏的分类

三、网络游戏产业的特征分析

第二节 国外网络游戏产业的启示

一、日本网络游戏产业

二、美国网络游戏产业

三、韩国网络游戏产业

第三节 中国网络游戏产业概况

一、国内网络游戏产业的发展背景分析

二、中国网络游戏产业政策环境分析

三、中国网络游戏产业地域特点分析

四、中国网络游戏市场消费群体分析

第四节 当前中国网络游戏产业现状分析

一、中国网络游戏产业发展现状

二、2006年国内网络游戏市场规模分析

三、中国动漫游戏产业发展机遇分析

四、网络游戏面临行业洗牌

第五节 教育网络游戏分析

一、教育网络游戏的产业角度解析

二、网络游戏进入校园

三、K12play新型的教育网络游戏平台

第六节 国家对网游的政策

一、国家预备给网游设时限

二、网络游戏人才纳入国家培养计划

三、网络游戏开发进入国家863计划

四、政府支持网络游戏产业健康发展的举措

五、2007年网络游戏防沉迷系统全国推广

第七节 中国网络游戏发展前景分析

一、中国网络游戏业的发展出路分析

二、中国网络游戏产业未来发展方向

三、国内网络游戏产业发展趋势分析

四、未来五年中国网络游戏的主流发展趋势

第九章 动漫企业竞争格局分析

第一节 中外动漫企业竞争现状

- 一、中外动漫竞争激烈本土市场潜力巨大
- 二、外来动漫占领中国大部分市场
- 三、中国动漫潜力与竞争力之间的转变
- 四、动漫企业实现优先上市融资

第二节 动漫企业提升自身竞争力的对策

- 一、中国动漫企业抢夺市场份额的途径
- 二、在国际市场树立“中国招牌”
- 三、开发卡通形象魔力
- 四、服装 + 动漫
- 五、现代元素的加入
- 六、集群发展和产业链的延伸

第三节 动漫基地品牌战略分析

- 一、动漫基地品牌概述
- 二、动漫基地品牌战略的现状
- 三、目前动漫企业品牌战略存在的误区
- 四、动漫基地品牌战略的对策

第十章 国内主要省市动漫产业区域比较分析

第一节 深圳动漫产业

- 一、深圳成为世界动漫业重要加工基地
- 二、深圳动漫产业集聚效应显现
- 三、深圳动漫市场分析
- 四、深圳政府给动漫产业解绑
- 五、促进深圳动漫产业健康发展的建议
- 六、深圳动漫产业发展途径及因素

第二节 上海动漫产业

- 一、上海动漫发展历程
- 二、2007年上海成立动漫产权交易中心

三、上海六百亿动漫产业链对接国际时尚

四、上海动漫游戏产业占原创优势

第三节 浙江动漫产业

一、浙江盯上动漫产业

二、中南卡通引领浙江动漫产业

三、浙江商业资本进军动漫产业

四、浙江打造动画业“巨舰”的规划

五、浙江省动漫发展分析

第十一章 重点动漫企业经营情况分析

第一节 迪斯尼

一、迪斯尼集团概况

二、迪斯尼公司十年动画经典回顾

三、迪斯尼公司的市场运作

四、迪斯尼集团价值链解析

五、迪斯尼乐园SWOT分析及介绍

第二节 梦工厂

一、梦工厂概况

二、2007年第二季度梦工厂利润分析

三、梦工厂经典动画介绍

四、梦工厂未来发展形势

第三节 盛大网络

一、盛大网络公司概况

二、2007年第二季盛大财务情况分析

三、盛大网游推行区域特许经营

第四节 三辰集团

一、三辰卡通集团概况

二、三辰卡通品牌效应开始提升

三、三辰集团蓝猫卡通进军幼教领域

第十二章 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、米老鼠的发展

第二节 蓝猫

一、蓝猫优势分析

二、品牌扩张分析

三、“蓝猫”中国卡通的成功

四、“蓝猫”赢取儿童饮料市场

五、“蓝猫”追赶“米老鼠”

第三节 魔兽世界

一、《魔兽世界》全球玩家分析

二、魔兽世界主宰北美在线游戏市场

三、《魔兽世界》各国运营分析

四、九城中文版《魔兽世界》运营情况分析

五、魔兽世界关于收费后运营预测

第十三章 动漫产业链分析

第一节 中国动漫产业链分析

一、国内动漫产业链模式探讨

二、产业链的完善将带动动漫业

三、网络游戏、动漫相互融合形成新产业链

四、动漫产业链要发展群众基础是关键

第二节 动漫衍生品产业市场现状

一、国内动漫衍生产品不敌国外品牌

二、动漫衍生产品生产潜力巨大

三、国产动画衍生产品市场高度缺乏

四、中国动漫衍生产品开发落后

第三节 服装产业

一、卡通品牌服装市场分析

二、卡通-童装设计中的浪漫、纯正

三、卡通服装酿造新的商机

四、加菲猫童装成功经验分析

第四节 食品产业

- 一、卡通外包装带动食品新的消费浪潮
- 二、卡通食品带动饮食新理念
- 三、金鹰卡通进驻食品领域
- 四、迪斯尼食品向健康食品迈进

第五节 玩具产业

- 一、玩具业处于动漫产业链末端
- 二、中国玩具市场分析
- 三、玩具和卡通结合形成新的产业链
- 四、卡通玩具进入成人市场

第十四章 2007-2008年中国动漫产业发展趋势分析与前景预测

第一节 文化产业发展前景分析

- 一、世界文化产业发展趋势分析
- 二、国际性城市文化发展方向
- 三、中国文化产业发展趋势解析
- 四、中国文化产业发展的八大方向
- 五、“十一五”中国文化产业发展的趋势分析

第二节 动漫产业发展趋势

- 一、中国动漫产业发展因素分析
- 二、中国原创动漫借2008年奥运商机图发展
- 三、未来四年中国动漫产业发展预测
- 四、动漫产业前景广阔
- 五、中国动漫产业的发展趋势分析
- 六、数百亿市场机会等待中国动漫产业化

第三节 网络游戏发展前景

- 一、2006年中国网络游戏市场达65.4亿
- 二、2007年我国将成为世界上最大网游市场
- 三、未来网络游戏市场将以免费为主
- 四、未来网络游戏产品趋向多元化
- 五、我国网游前景广阔

第四节 手机行业发展前景

- 一、手机网络游戏下一个掘金点
- 二、2006年手机网络游戏的契机
- 三、手机网游渐成行业新的发展点
- 四、我国手机游戏市场潜力巨大
- 五、手机网游机遇与挑战分析
- 六、手机网游前景光明

第十五章 动漫产业投资机会与风险分析

第一节 动漫产业投资潜力

- 一、资本向动漫产业聚集
- 二、我国动漫产业成为国际投资热点
- 三、国内动漫产业吸引美国投资者
- 四、中国动漫市场成香饽饽
- 五、民间资本争相涌入动漫产业

第二节 投资机会分析

- 一、网络游戏投资机会分析
- 二、动画产业的投资分析
- 三、动漫衍生产品机会
- 四、卡通流行带来的投资商机

第三节 动漫产业投资风险及控制

- 一、市场风险
- 二、政策风险
- 三、动漫原创存在的风险

第四节 动漫产业投资建议

- 一、国内原创动漫企业投资融资分析
- 二、动漫风投的十条规则
- 三、动漫商铺的投资经营分析

图表目录

图表1 动漫产业构成

图表2 国际主流动漫产业价值链

图表3 动漫衍生产品的范围

图表 4 2004-2005日本在海外发行的主要动画电影

图表 5 1996-2001年日本动画产业市场规模 单位：亿日元

图表 6 2001年美国动画电影市场占有率分布 单位：百万美元

图表 7 美国市场动画电影商市场份额 单位：百万美元

图表 8 我国市场各国家或地区动漫产品比重

图表 9 2004年六大重点城市动画节目收视对比

图表 10 2005--2010年手机动漫市场规模增长趋势预测

图表 11 2006-2008年手机游戏市场规模发展预测

图表 12 2003--2006年主要网站网络营销市场比重

图表 13 2006年平均增长主要网络媒体占网络营销市场比重

图表 14 2005--2010年我国网络动漫市场规模增长趋势

图表 15 2002年6月--2007年6月我国网民总人数增长趋势

图表 16 截至2007年6月我国不同方式网民规模

图表 17 2007年6月我国网民上网地点分布比例

图表 18 2007年我国互联网使用率

图表 19 2002年6月~2007年6月我国学生网民与非学生网民规模与增长趋势比较

图表 20 网络游戏用户与付费用户年龄结构

图表 21 2006 - 2011大型角色扮演类网络游戏的市场规模

图表 22 2006 - 2011休闲游戏的市场规模

图表 23 中国国家级动漫产业基地成立时间一览表

图表 24 全国动漫基地产业业态分布情况

图表 25 2003-2006年我国动画片年产量情况

图表 26 日本动画产业的结构

图表 27 窗口战略和资源重复使用战略

图表 28 制作委员会

图表 29 1999年--2006年我国QQ注册用户数量

图表 30 略。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42262.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。