|  |
| --- |
| [2024-2030年中国原创动漫行业深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/9/52/YuanChuangDongManXianZhuangYuFaZ.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国原创动漫行业深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/9/52/YuanChuangDongManXianZhuangYuFaZ.html) |
| 报告编号： | 2516529　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/9/52/YuanChuangDongManXianZhuangYuFaZ.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　原创动漫近年来在全球范围内获得了极大的关注和发展。随着数字媒体技术的进步和流媒体平台的兴起，原创动漫作品不仅在国内市场取得了巨大成功，还在国际市场上赢得了广泛的观众基础。目前，原创动漫作品的质量不断提高，叙事手法和视觉效果都达到了较高水平，同时也吸引了大量资本投入，促进了产业链的进一步完善。
　　未来，原创动漫的发展将更加注重国际化和多元化。一方面，随着全球化进程的加快，原创动漫作品将更加注重文化融合，创作出能够跨越国界的优质内容，以扩大国际影响力。另一方面，随着受众群体的多样化，原创动漫将更加注重题材的多元化，满足不同年龄段和兴趣爱好的观众需求。此外，随着虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等技术的应用，原创动漫将探索新的叙事方式和互动体验，为用户提供更加沉浸式的观看体验。
　　《[2024-2030年中国原创动漫行业深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/9/52/YuanChuangDongManXianZhuangYuFaZ.html)》对原创动漫行业相关因素进行具体调查、研究、分析，洞察原创动漫行业今后的发展方向、原创动漫行业竞争格局的演变趋势以及原创动漫技术标准、原创动漫市场规模、原创动漫行业潜在问题与原创动漫行业发展的症结所在，评估原创动漫行业投资价值、原创动漫效果效益程度，提出建设性意见建议，为原创动漫行业投资决策者和原创动漫企业经营者提供参考依据。

第一章 互联网时代原创动漫发展状况分析
　　1.1 互联网发展现状及其趋势分析
　　　　1.1.1 互联网发展现状分析
　　　　（1）互联网用户规模和结构分析
　　　　（2）互联网应用现状
　　　　1.1.2 互联网发展趋势分析
　　1.2 互联网动漫产业发展分析
　　　　1.2.1 互联网动漫产业链分析
　　　　（1）动漫产业概述
　　　　（2）动漫产业发展现状
　　　　（3）我国动漫产业链分析
　　　　（4）动漫产业在互联网产业链的位置
　　　　1.2.2 互联网动漫产业应用领域分析
　　　　（1）中国移动互联网市场应用服务发展现状
　　　　（2）互联网细分领域动漫进入分析
　　　　（3）移动阅读
　　　　（4）手机游戏
　　　　（5）手机视频
　　　　1.2.3 互联网对动漫产业发展的影响
　　　　（1）动漫互联网品牌开发
　　　　（2）平台内容化
　　　　（3）品牌资本化
　　　　（4）粉丝经济
　　　　1.2.4 我国动漫产业主要地区分析
　　　　（1）广东省动漫产业发展现状
　　　　（2）上海市动漫产业发展现状
　　　　（3）北京市动漫产业发展现状
　　1.3 原创动漫发展状况分析
　　然而，2015年及以前，我国动画领域原创作品不多，国外动画作品尤其是日本动画长期侵占我国市场，原创动画在我国动画观众中影响力较低。
　　2017年，我国动画用户规模达到1.38亿人，同比增长62.7%。预计到，动画覆盖人次将增长至1.87亿。
　　205-中国动画用户规模及增速
　　　　1.3.1 原创动漫概述
　　　　（1）原创动漫定义
　　　　（2）原创动漫方式
　　　　（3）原创动漫运作模式
　　　　（4）原创动漫收费方式
　　　　（5）动漫衍生品营销模式
　　　　（6）原创动漫的价值/意义
　　　　1.3.2 中国原创动漫发展现状分析
　　　　（1）企业规模小、业务规模偏小
　　　　（2）授权模式单一、延展空间较大
　　　　（3）授权业务收入结构不均衡
　　　　（4）授权项目运作可持续性差、市场表现差
　　　　1.3.3 中国原创动漫市场规模分析
　　　　（1）市场规模
　　　　（2）授权领域分布
　　　　1.3.4 中国动漫授权主要品牌
　　　　1.3.5 互联网发展给原创动漫带来的机遇分析
　　　　（1）渠道改造
　　　　（2）消费方式变革
　　　　（3）新领域——以手机游戏为例
　　1.4 中国原创动漫问题解析
　　　　1.4.1 中国原创动漫市场存在问题
　　　　1.4.2 中国原创动漫市场问题原因
　　　　1.4.3 中国原创动漫市场发展对策
　　1.5 互联网下中国原创动漫发展总结

第二章 动漫授权产品消费状况分析
　　2.1 动漫服装市场消费状况
　　　　2.1.1 动漫服装市场概况
　　　　（1）服装市场概况
　　　　（2）动漫服装市场概况
　　　　2.1.2 动漫服装市场规模
　　　　2.1.3 动漫服装主要类型
　　　　2.1.4 动漫服装盈利水平
　　　　2.1.5 动漫服装市场竞争
　　　　（1）国际市场竞争分析
　　　　（2）国内市场竞争分析
　　　　2.1.6 动漫服装消费市场
　　　　2.1.7 动漫服装主要企业
　　　　2.1.8 动漫服装市场渠道
　　　　2.1.9 动漫服装市场前景
　　　　（1）上游行业发展状况对动漫服饰行业发展前景的影响
　　　　（2）下游行业发展状况对动漫服饰行业发展前景的影响
　　2.2 动漫玩具市场消费状况
　　　　2.2.1 动漫玩具市场概况
　　　　（1）玩具市场概况
　　　　（2）动漫玩具市场概况
　　　　2.2.2 动漫玩具市场规模
　　　　2.2.3 动漫玩具主要类型
　　　　2.2.4 动漫玩具市场竞争
　　　　2.2.5 动漫玩具消费市场
　　　　2.2.6 动漫玩具主要企业
　　　　（1）动漫玩具主要生产企业
　　　　（2）动漫玩具主要企业经营情况
　　　　2.2.7 动漫玩具市场渠道
　　　　（1）出口渠道增长快速
　　　　（2）国内销售潜力巨大
　　　　2.2.8 动漫玩具市场前景
　　2.3 动漫文具市场消费状况
　　　　2.3.1 动漫文具市场概况
　　　　2.3.2 动漫文具主要类型
　　　　2.3.3 动漫文具市场竞争
　　　　2.3.4 动漫文具消费市场
　　　　2.3.5 动漫文具主要企业
　　　　2.3.6 动漫文具市场渠道
　　　　2.3.7 动漫文具市场前景
　　2.4 动漫食品市场消费状况
　　　　2.4.1 动漫食品市场概况
　　　　2.4.2 动漫食品主要类型
　　　　2.4.3 动漫食品消费市场
　　　　2.4.4 动漫食品主要企业
　　　　2.4.5 动漫食品市场前景

第三章 动漫授权领先企业经营状况
　　3.1 动漫授权行业企业发展概况
　　3.2 原创动漫企业之国内动漫品牌代理授权商经营状况
　　　　3.2.1 广州艺洲人文化传播有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　　　3.2.2 天络行（上海）品牌管理有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　　　3.2.3 优扬文化传媒股份有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　　　3.2.4 广州新原动力动漫形象管理有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　　　3.2.5 上海瀚允卓辰文化传播有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　　　3.2.6 上海天弘知识产权代理有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　3.3 原创动漫企业之国内动漫品牌自营授权商经营状况
　　　　3.3.1 浙江中南卡通股份有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.2 广东咏声文化传播有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.3 广州奥飞动漫文化股份有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.4 深圳华强数字动漫有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.5 杭州玄机科技信息技术有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.6 广州蓝弧文化传播有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.7 北京梦之城文化有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.8 广州盒玩商贸有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.9 广州市引籽文化发展有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.3.10 上海淘米网络科技有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　3.4 原创动漫企业之境外在华品牌自营/代理授权商经营状况
　　　　3.4.1 中国香港可利可亚洲专利授权有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业优劣势分析
　　　　3.4.2 孩子宝商贸（中国）有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　（5）企业优劣势分析
　　　　3.4.3 美太芭比（上海）贸易有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业优劣势分析
　　　　3.4.4 艾影（上海）商贸有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业优劣势分析
　　　　3.4.5 华特迪士尼（上海）有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业发展模式
　　　　（4）企业授权模式
　　　　3.4.6 上海世纪华创文化形象管理有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　　　（5）企业授权模式
　　　　（6）企业优劣势分析
　　　　（7）企业最新发展动向
　　　　3.4.7 羚邦星艺文化发展（上海）有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业发展模式
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业优劣势分析
　　　　3.4.8 中国香港山成集团PPW（Promotional Partners Worldwide）
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业业务结构
　　　　（3）企业品牌及代表形象
　　　　（4）企业发展模式
　　　　3.4.9 盈思市场拓展有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业经营情况
　　　　（4）企业优劣势分析
　　　　3.4.10 曼迪传播有限公司
　　　　（1）企业简介
　　　　（2）企业品牌及代表形象
　　　　（3）企业授权模式
　　　　（4）企业优劣势分析

第四章 中^智^林^　原创动漫行业发展前景
　　4.1 原创动漫典型案例及相关领域分析
　　　　4.1.1 部分知名原创动漫企业授权模式分析
　　　　（1）奥飞动漫——“动漫+玩具+X”模式
　　　　（2）天络行——“全媒体推广+授权+渠道”模式
　　　　（3）艺洲人——360度全方位授权模式
　　　　4.1.2 数字动漫产业发展现状介绍
　　　　（1）发展规模
　　　　（2）市场竞争
　　　　（3）主要业务
　　4.2 原创动漫的发展趋势
　　　　4.2.1 原创动漫专业化
　　　　4.2.2 消费者群体细化逐渐成形
　　　　4.2.3 专业卡通频道全面介入原创动漫领域
　　　　4.2.4 国外品牌积极加入竞争
　　　　4.2.5 原创动漫规模预测

图表目录
　　图表 1：2024-2030年中国网民规模和互联网普及率及在全球排名（单位：亿人，%）
　　图表 2：2024-2030年网络使用用户年龄结构（单位：%）
　　图表 3：2024-2030年网民收入结构（单位：%）
　　图表 4：2024-2030年中国各类网络应用的使用率（单位：万，%）
　　图表 5：2024-2030年整体网民数量及移动互联网占整体网民比例和移动互联网普及率（单位：亿，%）
　　图表 6：2024年以来中国各媒介广告收入份额（单位：%）
　　图表 7：美国各媒介消费时长和广告市场份额（单位：%）
　　图表 8：主流社交应用网民渗透率（单位：%）
　　图表 9：社交应用的一站式布局情况
略……

了解《[2024-2030年中国原创动漫行业深度调研与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/9/52/YuanChuangDongManXianZhuangYuFaZ.html)》，报告编号：2516529，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/9/52/YuanChuangDongManXianZhuangYuFaZ.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！