

2017-2022年中国动漫品牌 授权市场调查与投资风险报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国动漫品牌授权市场调查与投资风险报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/774128YL5P.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第1章：互联网时代动漫品牌授权发展状况分析

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 动漫品牌授权发展状况分析

1.3.1 动漫品牌授权概述

- (1) 动漫品牌授权定义
- (2) 动漫品牌授权方式
- (3) 动漫品牌授权运作模式
- (4) 动漫品牌授权收费方式
- (5) 动漫衍生品营销模式
- (6) 动漫品牌授权的价值/意义
- 1.3.2 中国动漫品牌授权发展现状分析
 - (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 中国动漫品牌授权市场规模分析
 - (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 互联网发展给动漫品牌授权带来的机遇分析
 - (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 中国动漫品牌授权问题解析
 - 1.4.1 中国动漫品牌授权市场存在问题
 - 1.4.2 中国动漫品牌授权市场问题原因
 - 1.4.3 中国动漫品牌授权市场发展对策
- 1.5 互联网下中国动漫品牌授权发展总结

第2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3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 动漫品牌授权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) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.2 天络行（上海）品牌管理有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.3 优扬文化传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.4 广州新原动力动漫形象管理有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.5 上海瀚允卓辰文化传播有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

3.2.6 上海天弘知识产权代理有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

3.3 动漫品牌授权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
- (5) 企业典型客户
- (6) 企业优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

3.3.2 广东咏声文化传播有限公司

- (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
- (5) 企业授权模式
- (6) 企业授权品牌价值
- (7) 企业优劣势分析
- (8) 企业最新发展动向

3.3.3 广州奥飞动漫文化股份有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业衍生品结构
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业发展模式
- (6) 企业授权模式
- (7) 企业品牌授权业务发展
- (8) 企业典型客户
- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向

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) 企业经营情况
- (4) 企业发展模式
- (5) 企业优劣势分析

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) 企业授权品牌价值
- (6) 企业优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

3.3.6 广州蓝弧文化传播有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业发展模式
- (6) 企业授权模式
- (7) 企业优劣势分析
- (8) 企业最新发展动向

3.3.7 北京梦之城文化有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 企业授权模式
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

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) 企业优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

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) 企业授权模式
- (4) 企业典型客户
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

3.3.10 上海淘米网络科技有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业业务结构
- (3) 企业品牌及代表形象
- (4) 经营情况
- (5) 企业发展模式
- (6) 企业授权模式
- (7) 企业优劣势分析
- (8) 企业最新发展动向

3.4 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

3.4.1 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
- (5) 企业优劣势分析

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 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
- (5) 企业典型客户
- (6) 企业优劣势分析

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
- (5) 企业最新发展动向

第4章：动漫品牌授权行业发展前景(ZY WZY)

4.1 动漫品牌授权典型案例及相关领域分析

4.1.1 部分知名动漫品牌授权企业授权模式分析

- (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 动漫品牌授权的发展趋势

4.2.1 动漫品牌授权专业化

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动漫品牌授权领域

4.2.4 国外品牌积极加入竞争

4.2.5 动漫品牌授权规模预测

图表目录：

图表1：2010年以来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2：2012年以来网络使用用户年龄结构（单位：%）

图表3：2012年以来网民收入结构（单位：%）

图表4：2012年以来中国各类网络应用的使用率（单位：万，%）

图表5：2010年以来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6：2002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

图表10：动漫产品示意图

图表11：动漫产业主要环节

图表12：动漫产业价值链

图表13：2011年以来动漫产业产值（单位：亿元，%）

图表14：国产电视动画片制造上万分钟以上省份（单位：部，分钟）

图表15：通过认定的重点动漫企业名单（9家）

图表16：我国动漫产业链示意图

图表17：动漫产业链整合模型

图表18：2008年以来国产动画片制造情况（单位：部，分钟）

图表19：国产动画影片排名（单位：万元）

图表20：动漫衍生品类别

图表21：中、日、美三国动漫产品销售收入结构（单位：%）

图表22：移动互联网价值链

图表23：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24：移动互联网动漫渠道优势

图表25：动漫产品传播渠道对比分析

图表26：中国移动互联网应用发展情况

图表27：移动互联网细分市场针对动漫产业进入推荐

图表28：2010-2015年中国移动阅读市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表29：移动阅读促进因素分析

图表30：移动阅读阻碍因素分析

图表31：中国移动阅读市场产业地图

图表32：动漫产业与移动阅读产业链上下游合作方针

图表33：2012年以来中国移动手机游戏市场规模及增速（单位：百万，%）

图表34：中国移动游戏发行商用户规模竞争格局（单位：%）

图表35：中国移动游戏市场产业地图

图表36：中国在线视频行业产业地图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/774128YL5P.html>