

中国动画市场发展动态与前景规划分析报告2024-2031年

产品名称	中国动画市场发展动态与前景规划分析报告2024-2031年
公司名称	鸿晟信合（北京）信息技术研究院有限公司
价格	7000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)（注册地址）
联系电话	010-84825791 15910976912

产品详情

【全新修订】：2024年1月

【出版单位】：鸿晟信合研究院

【内容部分有删减·详细可参鸿晟信合研究院出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾言

中国动画市场发展动态与前景规划分析报告2024-2031年

章 动画的相关概述

1.1 概念

1.1.1 动漫

1.1.2 动画

1.1.3 动画产业

1.2 动画的特点

1.2.1 动画的原理

1.2.2 动画的特性

1.3 动画的类型

1.3.1 形式类型

1.3.2 叙事类型

1.3.3 传播类型

第二章 2021-2023年动漫产业发展分析

2.1 中国动漫产业发展综述

2.1.1 国漫发展具有重要意义

2.1.2 产业集群主要发展模式

2.1.3 在新媒体平台上的发展

2.1.4 动漫产业发展的新态势

2.1.5 动漫产业投资动态分析

2.1.6 动漫产业发展趋势分析

2.2 2021-2023年中国动漫市场发展分析

2.2.1 动漫产业链的剖析

2.2.2 动漫产业产值情况

2.2.3 动漫产业企业规模

2.2.4 主要企业动漫作品

2.2.5 网络动漫用户规模

2.2.6 网络动漫市场规模

2.2.7 动漫产业商业模式

2.2.8 动漫市场发展机遇

2.3 中国动漫产业财务状况分析

2.3.1 上市公司规模

2.3.2 上市公司分布

2.3.3 经营状况分析

2.3.4 盈利能力分析

2.3.5 营运能力分析

2.3.6 成长能力分析

2.3.7 现金流量分析

2.4 中国动漫产业存在的问题

2.4.1 动漫内容缺乏原创性

2.4.2 动漫产业链条不够完善

2.4.3 知识产权保护力度不足

2.4.4 投融资体制不够完善

2.5 中国动漫产业的发展策略

2.5.1 打造全龄化动漫

2.5.2 开发动漫衍生品

2.5.3 优化动漫营销模式

2.5.4 加强知识产权保护

2.5.5 完善动漫投融资体制

第三章 2021-2023年全球动画产业发展分析

3.1 全球动画产业发展概述

3.1.1 全球动画产业回顾

3.1.2 全球经典动画排行

3.1.3 全球动画市场规模

3.2 美国

3.2.1 美国动画产业相关概述

3.2.2 美国动画艺术院校排名

3.2.3 美国动画电影发展阶段

3.2.4 美国动画电影发展规模

3.2.5 美国动画电影竞争格局

3.2.6 美国动画电影制作成本

3.2.7 美国动画电影投入产出

3.3 日本

3.3.1 日本动画产业发展历程

3.3.2 日本动画产业海外市场

3.3.3 日本动画电影市场规模

3.3.4 日本动画商品化市场规模

3.3.5 日本动画配信市场规模

3.3.6 日本动画全球合作情况

3.3.7 日本动画市场疫情影响分析

3.4 韩国

3.4.1 韩国动画产业发展现状

3.4.2 韩国动画产业规模分析

3.4.3 韩国动画产业消费者分析

3.4.4 韩国动画电影民族化趋势

3.5 印度

3.5.1 印度动画产业发展现状

3.5.2 印度动画业市场规模

3.5.3 印度动画产业收入来源

3.5.4 印度动画产业本土IP探索

3.6 马来西亚

3.6.1 马来西亚动画产业发展现状

3.6.2 马来西亚动画产业发展背景

3.6.3 马来西亚动画产业商业模式

3.6.4 马来西亚动画产业国际合作

第四章 2021-2023年中国动画产业发展分析

4.1 中国动画产业发展综述

4.1.1 动画产业发展历程

4.1.2 动画产业现状综述

4.1.3 动画制作企业数量

4.1.4 新媒体动画产业分析

4.1.5 传统动画发展情况

4.1.6 动画产业政策法规发展分析

4.2 中国动画电影市场分析

4.2.1 动画电影发展优势分析

4.2.2 2020年动画电影发展状况

4.2.3 2021年动画电影市场分析

4.2.4 国产类型动画电影市场分析

4.2.5 国产动画电影IP创作模式

4.2.6 贺岁档动画电影分析

4.2.7 网络动画电影发展路径

4.2.8 5G背景下动画电影行业的发展

4.3 中国电视动画产业总体状况

4.3.1 电视动画发展现状

4.3.2 2021年电视动画备案情况

4.3.3 2022年电视动画备案情况

4.3.4 电视动画题材分析

4.4 中国国产电视动画发展分析

4.4.1 国产电视动画创作规模

4.4.2 国产电视动画创作题材

4.4.3 国产电视动画创作质量

4.4.4 国产电视动画创作特色

4.4.5 国产电视动画创新之路

4.5 中国红色动画产业发展分析

4.5.1 红色动画发展历程

4.5.2 红色动画面临的困境

4.5.3 红色动画成功案例

4.5.4 红色动画推进策略

4.6 中国动画产品对外贸易发展状况分析

4.6.1 对外贸易状况

4.6.2 地域分布情况

4.6.3 对外贸易问题

4.6.4 对外贸易政策

4.7 中国商业动画类型和特点分析

4.7.1 儿童群体类型

4.7.2 青少年成年类型

4.7.3 全龄群体类型

4.8 中国动画产业发展的问题分析

4.8.1 受众定位问题

4.8.2 产业链延伸不足

4.8.3 动画片分级制度

4.8.4 人才匮乏

4.9 中国动画产业发展对策建议

4.9.1 发展动画产业链

4.9.2 扩大受众范围

4.9.3 培养复合型人才

4.9.4 技术人才培养对策

4.9.5 民族化的发展路径

第五章 2021-2023年中国动画产业链分析

5.1 中国动画产业链概况

5.1.1 动画产业链的内涵

5.1.2 动画传播产业链分析

5.1.3 动画授权产业链分析

5.1.4 动画产业链发展建议

5.2 动画生产环节

5.2.1 资本的商业布局

5.2.2 工业化体系构建

5.2.3 产业的品牌打造

5.3 动画播出环节

5.3.1 动画播出题材统计

5.3.2 平台动画播出状况

5.3.3 国产动画播放时长

第六章 2021-2023年中国动画产业衍生产品市场分析

6.1 中国当代动画衍生品的创作与发展

6.1.1 动画衍生品现状

6.1.2 动画衍生品创作

6.1.3 动画衍生品前景

6.2 卡通图书市场

6.2.1 少儿图书市场特点

6.2.2 卡通图书市场占比

6.2.3 动画图书典型案例

6.3 卡通服装市场

6.3.1 动画卡通服装发展概况

6.3.2 二次元服装市场规模

6.3.3 卡通服装经典IP形象

6.3.4 卡通图案在服装应用

6.3.5 印染技术卡通服装应用

6.4 卡通玩具市场

6.4.1 中国玩具行业发展运行

6.4.2 我国卡通玩具的主要类型

6.4.3 热播动画带动玩具市场

6.4.4 玩具市场对动画的需求

6.4.5 动画衍生玩具典型公司

第七章 2021-2023年主要动画和少儿频道发展分析

7.1 我国动画少儿频道发展综况

7.1.1 发展环境分析

7.1.2 动画频道收视现状

7.1.3 频道收视态势分析

7.1.4 市场替代品威胁

7.1.5 频道游戏节目开发

7.1.6 少儿频道发展建议

7.2 中央电视台少儿频道

7.2.1 央视总台传播数据

7.2.2 少儿频道发展概况

7.2.3 智力快车节目动态

7.2.4 少儿频道观众数量

7.3 北京卡酷动画卫视

7.3.1 频道发展回顾

7.3.2 频道发展定位

7.3.3 频道发展现状

7.3.4 频道收视分析

7.4 湖南金鹰卡通卫视

7.4.1 频道发展概况

7.4.2 频道主要节目

7.4.3 频道市场影响力

7.4.4 频道发展策略

7.5 哈哈炫动卫视

7.5.1 频道发展概况

7.5.2 频道合作动态

7.5.3 频道改革对策

7.6 广东嘉佳卡通卫视

7.6.1 频道发展概况

7.6.2 收视范围覆盖

7.6.3 频道发展现状

第八章 2021-2023年动画技术领域发展分析

8.1 Flash动画

8.1.1 Flash动画的简介

8.1.2 Flash动画主要功能

8.1.3 Flash动画网页制作

8.2 3D动画

8.2.1 3D动画简介

8.2.2 3D动画应用领域

8.2.3 2D动画和3D动画的区别

8.2.4 3D技术运用于二维动画

8.2.5 VR技术与3D动画场景设计

8.3 无纸动画

8.3.1 无纸动画的制作流程

8.3.2 无纸动画与传统动画的区别

8.3.3 无纸动画与现代动画融合

8.3.4 多维视野下无纸化水墨动画

8.3.5 水彩与无纸动画技术结合

第九章 2021-2023年中国动画产业的市场竞争与营销分析

9.1 2021-2023年动画行业竞争状况分析

9.1.1 动画产业竞争情况

9.1.2 行业国际竞争分析

9.1.3 上游企业竞争情况

9.1.4 国漫动画的市占率

9.1.5 三维动画竞争优势

9.2 中国动画品牌营销案例分析

9.2.1 案例背景介绍

9.2.2 媒介选择策略

9.2.3 档期营销策略

9.2.4 口碑营销策略

9.2.5 话题营销策略

9.2.6 IP产业营销策略

9.3 中国动画电影的新媒体营销对策

9.3.1 开发新媒体传播潜力

9.3.2 定位营销渠道

9.3.3 利用意见影响力

9.3.4 激发受众的文化认同

第十章 2020-2023年动画产业重点企业经营分析

10.1 东宝株式会社（Toho）

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 2021财年企业经营状况分析

10.1.3 2022财年企业经营状况分析

10.1.4 2023财年企业经营状况分析

10.2 东映动画株式会社（Toei Animation Co., Ltd.）

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 2022财年企业经营状况分析

10.2.3 2023财年企业经营状况分析

10.2.4 2023财年企业经营状况分析

10.3 迪士尼（The Walt Disney Company）

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 Disney+现状

10.3.3 企业收购路径

10.3.4 2021财年企业经营状况分析

10.3.5 2022财年企业经营状况分析

10.3.6 2023财年企业经营状况分析

10.4 环球数码创意控股有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 企业发展动态

10.4.3 打造工业化体系

10.4.4 2021年企业经营状况分析

10.4.5 2022年企业经营状况分析

10.4.6 2023年企业经营状况分析

10.5 奥飞娱乐股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务经营分析

10.5.4 财务状况分析

10.5.5 核心竞争力分析

10.5.6 公司发展战略

10.5.7 未来前景展望

10.6 北京光线传媒股份有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 经营效益分析

10.6.3 业务经营分析

10.6.4 财务状况分析

10.6.5 未来前景展望

10.7 山东金正动画股份有限公司

10.7.1 企业发展概况

10.7.2 经营效益分析