

2024年中国动漫发展现状调研及市场前景分析报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国动漫发展现状调研及市场前景分析报告

报告编号： 1A26126 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7360 元 纸质+电子版：7660 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/6/12/DongManShiChangDiaoYanBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

动漫产业作为一个融合了艺术、科技与文化的复合型产业，在全球范围内表现出强劲的增长势头。近年来，动漫内容的制作技术不断进步，包括二维手绘、三维CGI、虚拟现实和增强现实等多种表现形式。尤其在亚洲地区，以日本为首，中国的动漫产业也在国家政策引导和支持下实现了飞速发展，原创动画产量逐年增长，品质大幅提升。同时，动漫产业的商业化运作模式日趋成熟，涵盖版权交易、衍生品开发、游戏联动、线上线下活动等多元化收益渠道。

随着5G、AI等新技术的应用，动漫内容创作将更加高效、智能，跨媒体叙事和互动式体验将成为新的潮流。全球化背景下，动漫作品的国际合作与交流将更加频繁，国际版权市场将进一步规范和完善。同时，动漫产业将更深入地融入社会各领域，如教育、科普、旅游等，催生出更多的跨界融合产品和服务。此外，基于用户个性化需求的定制内容以及二次元文化的普及，将带动动漫产业向更细分、更垂直的市场拓展。

今年7月25日面世的《动漫蓝皮书：中国动漫产业发展报告（2014）》指出，自2006年中国动漫启动产业化进程以来，商业化、市场化、产业化程度与日俱增。动漫产业产值2005年不足100亿元人民币，2010年增长到470.84亿元，年均增长率超过30%，2011年至2013年仍保持平均增长速度在24%以上，超过同期国内生产总值增长速度15个百分点，高于全国文化产业增加值增长速度4个百分点。去年，我国动漫产业总产值达870.85亿元，预计2014年总产值将达到1000亿元。从产业生命周期来看，中国动漫目前正处于从幼稚期向发展期转变的过渡阶段，未来几年仍然会保持较快增长态势。

据有关机构提供的资料显示，目前我国动漫产业共有企业约4600家，从业人数近22万人。我国也一直争取以强大的产业政策来推动动漫产业跨越式发展。如，2001年，动漫产业被纳入文化部文化产业发展“十五”计划纲要；2006年4月，国务院《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》颁布；2006年7月，国务院批准成立了由文化部、财政部等10部委组成的扶持动漫产业发展部际联席会议；2009年7月，财政部、国家税务总局公布了针对动漫产业的增值税、企业所得税、营业税、进口关税和进口环节增

值税的减免及优惠政策；2012年6月，文化部颁布《“十二五”时期国家动漫产业规划》。以国民经济的持续发展为背景，经过近十年的产业扶植和快速发展，我国目前已经有了喜羊羊、熊出没、阿狸、兔侠传奇、功夫兔、秦时明月等一批广为人知的动漫形象和品牌，以广东、上海、北京为首的珠三角、长三角和环渤海地区已经成为我国动漫产业的重要高地，并涌现出了一批重点动漫企业。

广东奥飞动漫文化股份有限公司是已在中国内地成功上市的3家动漫企业之一。奥飞从做玩具起家，目前有电影、电视片、舞台剧、衍生品、图书以及主题乐园等许多分公司，是民族动漫产业的领头人。奥飞动漫有关负责人表示，奥飞将加强公司的电影板块实力，如暑期档上映的3D大电影《开心超人2之启源星之战》以及之前已经成功上映的《喜羊羊与灰太狼6：飞马奇遇记》和《巴啦啦小魔仙》，都是该公司的作品。此外，公司上半年的亮点是二季度推出的动画项目《战斗王之飓风战魂2》，其衍生产品陀螺产品的新系列销售情况超出预期。他介绍，目前动漫游戏《雷霆战机》日流水最高超1500万，月流水最高接近3亿。

与国外的差距正在缩小

7月20日，半百之年的北京电影学院副院长、中国美协动漫艺术委员会主任孙立军骑自行车，开始他从北京到上海的“原创动漫基层农村推广之旅”。他随身携带的还有幕布和数部动漫电影，比如他和600名年轻人历经6年制作的《小兵张嘎》。这一路，他将为沿途村镇的留守儿童、家庭困难儿童等较少有机会到影院观看动漫大片的孩子们免费放映。8月6日，他将到达此次骑行的目的地上海。他告诉记者，到上海后，他会带着一路为他拍下纪录片的18岁的女儿，到上海美术电影制片厂拜访那里的老动漫影人，聆听他们的教诲，感受他们的智慧和风采。

数年前，孙立军有关“中国动漫数年内将赶上日本动漫水平”的言论在网上引发轩然大波，让人惊觉日本动漫的中国粉丝是如此之多。孙立军表示，如果说日美的动漫是蛋糕、巧克力，中国的动漫就是饺子、馒头。“蛋糕、巧克力咱们要尝，饺子、馒头就更不可缺少。”他说，中国动漫和日本、美国还不是一个量级的作品，由于很难找到大笔的资金来支持《小兵张嘎》等进入院线，他就选择了现在的方式，将其送给普通观众。

奥飞动漫去年高价收购了喜羊羊，今年又收购了韩国品牌倒霉熊。奥飞有关负责人认为，这几年，包括《喜羊羊和灰太狼》等优秀民族动漫作品的出现，说明我国和国外动漫产业的差距正在缩小，“我们要做的，是从动漫创意和制作技术方面进一步加强力量。而版权保护的艰难，也是民族动漫产业发展的一大桎梏”。

一些业内人士通过专业研究，认为中国和日本、欧美动漫产品市场份额的差距正在逐步缩小。《动漫蓝皮书：中国动漫产业发展报告（2014）》指出，根据网民对国内外动漫产品关注度的分析，可以发现中国动漫产品与国外动漫产品相比，有一条非常明显的长尾。国外动漫采取大投资大制作策略，经过多年的积累，形成了部分一线品牌，但由二、三线品牌构成的尾部并不长；而国产动漫发展时间尚短，更多呈现出来的是一条长尾，将形成一个多维度、多层次的品牌矩阵。以百度搜索风云榜动漫榜单为例，在其前25名中，有16部日本动漫产品、6部国产动漫产品、2部欧美动漫产品和1部其他国家动漫产品，市场份额分别为64.0%、24.0%、8.0%和4.0%，但如果关注一下前200名的榜单，日本动漫、国产动漫、欧美动漫和其他国家动漫产品的市场份额分别演变为45.5%、33.5%、20.0%和1.0%。所以，国产动漫需要增强信心，保持耐心。

孙立军表示，不宜完全用好莱坞的标准来衡量中国动漫作品和动漫产业，“起码不能完全以票房论英雄，而应该扎扎实实搞好原创作品”。他反对目前流行的“小作品，大营销”的做法，“美国是已经有了成熟的品牌，比如迪士尼，一部动漫电影再投1000万美元搞营销占领我们的市场，可我们确实还没有这样的品牌”。

“今年奥飞动漫就要从动漫公司转为泛娱乐公司，要成为新时代的中国迪士尼和互联网时代下新型传媒公司。”奥飞动漫有关负责人表示。

第一章 动漫品牌嘉年华发展分析

第一节 世界动漫品牌嘉年华发展总体状况

第二节 中国动漫品牌嘉年华的发展

第三节 动漫品牌嘉年华的投资机遇

第四节 动漫品牌嘉年华发展存在的问题

第五节 促进我国动漫品牌嘉年华发展的对策

第二章 中国动漫品牌嘉年华市场运行态势分析

第一节 中国动漫品牌嘉年华市场发展总况

第二节 中国动漫品牌嘉年华市场动态分析

第三节 中国动漫品牌嘉年华市场销售情况分析

第三章 动漫品牌嘉年华市场规模分析

第一节 市场规模分析

第二节 市场结构分析

第三节 市场特点分析

第四章 中国动漫品牌嘉年华走势分析

第一节 中国动漫品牌嘉年华发展概述

第二节 中国动漫品牌嘉年华运行态势分析

第三节 中国动漫品牌嘉年华发展存在问题分析

第五章 动漫品牌嘉年华渠道分析

第一节 渠道格局

第二节 渠道形式

第三节 渠道要素对比

第六章 中国动漫品牌嘉年华产品市场竞争格局分析

第一节 中国动漫品牌嘉年华竞争现状分析

第二节 中国动漫品牌嘉年华集中度分析

第三节 中国动漫品牌嘉年华企业提升竞争力策略分析

第七章 动漫品牌嘉年华重点案例分析

第一节 案例一

第二节 案例二

第三节 案例三

第八章 动漫品牌嘉年华发展趋势预测分析

第一节 中国动漫品牌嘉年华发展趋势分析

第二节 中国动漫品牌嘉年华市场预测分析

第三节 中国动漫品牌嘉年华市场盈利预测分析

第九章 动漫品牌嘉年华发展前景及策略分析

第一节 动漫品牌嘉年华发展前景预测

第二节 动漫品牌嘉年华企业营销策略

第三节 动漫品牌嘉年华企业投资策略

第十章 动漫品牌嘉年华风险分析

第一节 动漫品牌嘉年华环境风险

第二节 动漫品牌嘉年华链上下游风险

第三节 动漫品牌嘉年华政策风险

第四节 动漫品牌嘉年华市场风险

第五节 中-智林-济研：动漫品牌嘉年华其他风险分析

第十一章 专家建议

略……

订阅“2024年中国动漫发展现状调研及市场前景分析报告”，编号：1A26126，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/6/12/DongManShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！