

2022-2027年中国动漫品牌授权行业发展监测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国动漫品牌授权行业发展监测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/media/783622.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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) 中国动漫产业链分析

(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 中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 广州艺洲人品牌管理股份有限公司

- (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

3.2.2 上海天络行品牌管理股份有限公司

- (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

3.2.3 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 广州奥飞动漫品牌管理有限公司

- (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

3.2.5 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

3.3.2 广东咏声动漫股份有限公司

- (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

3.3.3 奥飞娱乐股份有限公司广州分公司

- (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

3.3.4 华强方特(深圳)动漫有限公司

(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

3.3.5 杭州玄机科技股份有限公司

(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

3.3.6 广州蓝弧文化传播有限公司

(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

3.3.7 北京梦之城文化有限公司

(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

3.3.8 广州盒玩商贸有限公司

(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

3.3.9 广州市引籽文化发展有限公司

(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

3.3.10 上海淘米网络科技有限公司

(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

3.4 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

3.4.2 羚邦星艺文化发展（上海）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

3.4.3 美太芭比（上海）贸易有限公司

- (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

3.4.4 艾影（上海）商贸有限公司

- (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

3.4.5 华特迪士尼（中国）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

第4章 动漫品牌授权行业发展前景「HJ LT」

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

4.1.2 数字动漫产业发展现状介绍

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1：2017-2021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2：2017-2021年网络使用用户年龄结构（单位：%）

图表3：2017-2021年网民收入结构（单位：%）

图表4：2017-2021年中国各类网络应用的使用率（单位：万，%）

图表5：2017-2021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6：2017-2021年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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/783622.html>