

2016-2022年中国动漫品牌 授权行业现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国动漫品牌授权行业现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1510/M46510BL47.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国动漫品牌授权行业现状分析及投资前景研究报告》共四章。报告介绍了动漫品牌授权行业相关概述、中国动漫品牌授权产业运行环境、分析了中国动漫品牌授权行业的现状、中国动漫品牌授权行业竞争格局、对中国动漫品牌授权行业做了重点企业经营状况分析及中国动漫品牌授权产业发展前景与投资预测。您若想对动漫品牌授权产业有个系统的了解或者想投资动漫品牌授权行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之前就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！近几年，我国文化衍生品行业特别是动漫衍生品领域发展迅速，越来越多的消费者开始关注动漫衍生品的投资。而动漫衍生品中的品牌授权越来越受到关注，更多的企业开始进行动漫品牌授权以获得更多的利润，使得行业竞争不断加剧，国内优秀的动漫企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对竞争企业和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的品牌迅速崛起，逐渐成为动漫品牌授权企业中的翘楚！

报告目录：

第一章 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 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

3.2.2 天络行（上海）品牌管理有限公司

- (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

3.2.3 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) 企业经营情况
- (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

3.2.4 广州新原动力动漫形象管理有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业品牌及代表形象
- (3) 企业经营情况
- (4) 企业优劣势分析

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

3.2.6 上海天弘知识产权代理有限公司

- (1) 企业简介
- (2) 企业品牌及代表形象

(3) 企业优劣势分析

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

第四章 动漫品牌授权行业发展前景

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1：2013-2015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2：2013-2015年网络使用用户年龄结构（单位：%）

图表3：2013-2015年网民收入结构（单位：%）

图表4：2013-2015年中国各类网络应用的使用率（单位：万，%）

图表5：2013-2015年6月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6：2013-2015年中国各媒介广告收入份额（单位：%）

图表7：2013年美国各媒介消费时长和广告市场份额（单位：%）

图表8：2014年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13：2013-2015年动漫产业产值（单位：亿元，%）

图表14：2013年国产电视动画片制造上万分钟以上省份（单位：部，分钟）

图表15：2013年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18：2013-2015年国产动画片制造情况（单位：部，分钟）

图表19：2013年国产动画影片排名（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23：2013年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28：2013-2015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.Q1-2013.Q3中国移动手机游戏市场规模及增速（单位：百万，%）

图表34：2013年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

图表37：动漫产业与手机视频产业链上下游合作方针

图表38：2014年新媒体动漫形象榜

图表39：2013-2015年广东省国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表40：漫友文化和原创动力的单向性产业链

图表41：腾讯控股的网络动漫产业链

图表42：奥飞动漫的“大企业”动漫产业链

图表43：2013-2015年上海市国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表44：上海市动漫产业“十二五”规划

图表45：2013-2015年上海通过认定动漫企业名单

图表46：2013-2015年北京市国产电视动画片生产情况（单位：部，分钟）

图表47：2013-2015年北京市动漫游戏产值及增速和出口（单位：亿元，%）

图表48：动漫品牌授权参与方

图表49：动漫品牌授权授权方式

图表50：2014年全球排名前十品牌授权代理商（单位：十亿美元）

图表51：动漫品牌授权企业员工主要工作内容占比（单位：%）

图表52：2013-2015年中国衍生品开发收入（单位：亿元）

图表53：2013-2015年中国动漫衍生品销售市场规模测算（单位：亿元）

图表54：2013年我国动漫授权产品细分市场份额（单位：亿元，%）

图表55：2014中国动漫授权业“十大品牌”

图表56：2014中国动漫授权业“十大海外品牌”

图表57：互联网动漫品牌授权模式

图表58：娱乐产业的长尾经济覆盖范围图

图表59：动漫品牌手机游戏授权商业模式

图表60：授权业务及业务支持协作模式

图表61：授权业务品类发展规划表

图表62：中国市场消费模式转换图

图表63：2013-2015年服装行业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）

图表64：2013-2015年服装行业资产总额变化趋势（单位：亿元，%）

图表65：2013-2015年服装行业销售收入变化趋势（单位：亿元，%）

图表66：2013-2015年服装行业利润总额变化趋势（单位：亿元，%）

图表67：2013-2015年中国服装行业工业总产值（单位：亿元，%）

图表68：2013-2015年服装行业景气度指数走势

图表69：2013年美盛文化创意股份有限公司主营业务构成表（单位：元，%）

图表70：2013-2015年上海美特斯邦威服饰股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表71：2013-2015年浙江森马服饰股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表72：2013-2015年上海巴布豆儿童用品有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表73：2013-2015年广东省小猪班纳服饰有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表74：2013-2015年中国动漫服饰市场规模情况图（单位：亿元）

图表75：美盛文化公司动漫服饰产品分类图

图表76：2013-2015年6月中国动漫服饰和普通服饰毛利水平对比（单位：%）

图表77：中国动漫服饰出口在世界市场中的地位（单位：%）

图表78：中国动漫服饰其他主要生产企业

图表79：2016-2022年中国动漫服饰市场规模情况图（单位：亿元）

图表80：2013-2015年玩具制造行业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）

图表81：2013-2015年玩具制造行业资产总额变化趋势（单位：亿元，%）

图表82：2013-2015年玩具制造行业销售收入变化趋势（单位：亿元，%）

图表83：2013-2015年玩具制造行业利润总额变化趋势（单位：亿元，%）

图表84：2013-2015年中国玩具制造业工业总产值增长分析（单位：亿元，%）

图表85：世界各国动漫玩具在玩具市场中的比重（单位：%）

图表86：2013年广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务构成表（单位：元，%）

图表87：2013-2015年孩之宝公司盈利情况（单位：百万美元）

图表88：2013-2015年广东骅威玩具工艺股份有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表89：2013-2015年迪士尼公司盈利情况（单位：百万美元）

图表90：2013-2015年广东群兴玩具股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表91：2013-2015年中国动漫玩具市场规模（单位：亿元，%）

图表92：2013-2015年我国0-14岁人口数量（单位：万人）

图表93：2013年主要玩具生产企业净利润情况（单位：万元，%）

图表94：2013-2015年我国玩具产品出口增速变化（单位：亿美元，%）

图表95：世界各国玩具规模及人均消费比较（单位：亿美元，美元）

图表96：2016-2022年中国动漫玩具市场规模预测（单位：亿元）

图表97：2013-2015年文具制造业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）

图表98：2013-2015年文具制造业主要经济指标分析（单位：亿元，%）

图表99：2013-2015年动漫文具行业销售收入增长趋势图（单位：万元）

图表100：中国动漫文具主要生产企业

图表101：2016-2022年中国动漫文具市场规模情况图（单位：亿元）

图表102：2013-2015年食品制造业主要经济指标一览表（单位：家，万元，%）

图表103：2013-2015年食品制造业主要经济指标分析（单位：亿元，%）

图表104：2013-2015年中国食品制造业景气指数

图表105：2016-2022年中国动漫食品市场规模情况图（单位：亿元）

图表106：国内动漫品牌代理授权商发展情况对比

图表107：广州艺洲人文化传播有限公司基本简况

图表108：广州艺洲人文化传播有限公司业务关联结构

图表109：广州艺洲人文化传播有限公司授权品牌

图表110：广州艺洲人文化传播有限公司发展模式

图表111：广州艺洲人文化传播有限公司品牌360°全方位授权模式

图表112：广州艺洲人文化传播有限公司优劣势分析

图表113：天络行（上海）品牌管理有限公司基本简况

图表114：天络行（上海）品牌管理有限公司商品授权品牌

图表115：天络行（上海）品牌管理有限公司授权模式

图表116：天络行（上海）品牌管理有限公司客户经典案例

图表117：天络行（上海）品牌管理有限公司优劣势分析

图表118：优扬文化传媒股份有限公司基本简况

图表119：优扬文化传媒股份有限公司核心业务结构

图表120：优扬文化传媒股份有限公司发展模式

图表121：优扬文化传媒股份有限公司授权模式

图表122：优扬文化传媒股份有限公司优劣势分析

图表123：2013-2015年资讯港系列公司经营效益（单位：万元）

图表124：广州新原动力动漫形象管理有限公司优劣势分析

图表125：上海瀚允卓辰文化传播有限公司基本简况

图表126：上海瀚允卓辰文化传播有限公司运营品牌

图表127：瀚允卓辰文化传播有限公司优劣势分析

图表128：上海天弘知识产权代理有限公司基本简况

图表129：上海天弘知识产权代理有限公司优劣势分析

图表130：国内动漫品牌自营授权商发展情况对比

图表131：浙江中南卡通股份有限公司基本简况

图表132：浙江中南卡通股份有限公司发展模式

图表133：浙江中南卡通股份有限公司授权模式

图表134：浙江中南卡通股份有限公司品牌授权优秀案例

图表135：浙江中南卡通股份有限公司优劣势分析

图表136：广东咏声文化传播有限公司基本简况

图表137：广东咏声文化传播有限公司组织架构

图表138：广东咏声文化传播有限公司业务结构

图表139：广东咏声文化传播有限公司动漫形象

图表140：广东咏声文化传播有限公司授权模式

图表141：广东咏声文化传播有限公司优劣势分析

图表142：广东奥飞动漫文化股份有限公司基本信息表

图表143：2013年广东奥飞动漫文化股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表144：2013年广东奥飞动漫文化股份有限公司主营业务分析（单位：万元，%）

图表145：亚马逊婴幼儿玩具销售排行榜

图表146：广东奥飞动漫文化股份有限公司衍生品生产基地投资情况（单位：平方米，万元）

图表147：2013-2015年广东奥飞动漫文化股份有限公司实物生产销售情况（单位：个）

图表148：广东奥飞动漫文化股份有限公司动漫品牌

图表149：2013-2015年6月广东奥飞动漫文化股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表150：2013-2015年广东奥飞动漫文化股份有限公司营业收入与利润总额及增速（单位：万元，%）

图表151：2013-2015年6月广东奥飞动漫文化股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表152：2013-2015年6月广东奥飞动漫文化股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表153：2013-2015年6月广东奥飞动漫文化股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表154：2013-2015年6月广东奥飞动漫文化股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表155：广东奥飞动漫文化股份有限公司产业链版图

图表156：广东奥飞动漫文化股份有限公司动漫品牌授权模式

图表157：广东奥飞动漫文化股份有限公司前五名客户销售情况（单位：万元，%）

图表158：广东奥飞动漫文化股份有限公司优势与劣势分析

图表159：深圳华强数字动漫有限公司基本简况

图表160：深圳华强数字动漫有限公司优劣势分析

图表161：杭州玄机科技信息技术有限公司基本简况

图表162：杭州玄机科技信息技术有限公司优劣势分析

图表163：广州蓝弧文化传播有限公司基本简况

图表164：广州蓝弧文化传播有限公司动漫产品

图表165：2013-2015年广州蓝弧文化传播有限公司经营业绩（单位：万元）

图表166：广州蓝弧文化传播有限公司优劣势分析

图表167：北京梦之城文化有限公司基本简况

图表168：北京梦之城文化有限公司业务结构

图表169：北京梦之城文化有限公司优势分析

图表170：广州盒玩商贸有限公司基本简况

图表171：广州盒玩商贸有限公司优劣势分析

图表172：广州市引籽文化发展有限公司基本简况

图表173：广州市引籽文化发展有限公司合作客户

图表174：广州市引籽文化发展有限公司优劣势分析

图表175：上海淘米网络科技有限公司基本简况

图表176：上海淘米网络科技有限公司主要业务

图表177：上海淘米网络科技有限公司业务结构

图表178：上海淘米网络科技有限公司代表产品

图表179：上海淘米网络科技有限公司发展模式

图表180：上海淘米网络科技有限公司优劣势分析

图表181：香港可利可亚洲专利授权有限公司基本简况

图表182：香港可利可亚洲专利授权有限公司授权品牌

图表183：香港可利可亚洲专利授权有限公司发展模式

图表184：香港可利可亚洲专利授权有限公司优劣势分析

图表185：孩子宝商贸（中国）有限公司基本简况

图表186：孩子宝商贸（中国）有限公司产品系列

图表187：孩子宝与奥飞动漫的合作授权模式

图表188：孩子宝商贸（中国）有限公司优劣势分析

图表189：美太芭比（上海）贸易有限公司基本简况

图表190：美太芭比（上海）贸易有限公司优劣势分析

图表191：艾影（上海）商贸有限公司基本简况

图表192：艾影（上海）商贸有限公司业务结构

图表193：艾影（上海）商贸有限公司授权形象

图表194：艾影（上海）商贸有限公司优劣势分析

图表195：华特迪士尼（上海）有限公司基本简况

图表196：华特迪士尼（上海）有限公司业务领域

图表197：迪士尼乐园全球布局

图表198：华特迪士尼（上海）有限公司优劣势分析

图表199：上海世纪华创文化形象管理有限公司基本简况

图表200：上海世纪华创文化形象管理有限公司业务结构

图表201：上海世纪华创文化形象管理有限公司品牌

图表202：上海世纪华创文化形象管理有限公司优劣势分析

图表203：羚邦星艺文化发展（上海）有限公司基本简况

图表204：羚邦星艺文化发展（上海）有限公司优劣势分析

图表205：PPW基本简况

图表206：PPW公司业务结构

图表207：PPW公司授权品牌

图表208：PPW公司发展模式分析

图表209：PPW公司优劣势分析

图表210：盈思市场拓展有限公司优劣势分析

图表211：曼迪传播有限公司基本简况

图表212：曼迪传播有限公司优劣势分析

图表213：2015年6月百度风云榜国产动漫前十品牌（单位：次）

图表214：2016-2022年动漫品牌授权行业市场规模预测（单位：亿美元）

略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1510/M46510BL47.html>