



2025年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

二次元动画制作：破壁启示录——中国动画工业化的进击之路

头豹词条报告系列



阮诗淼

2025-02-21 未经平台授权，禁止转载

摘要 二次元动画制作行业以ACGN为核心，涵盖多种发行方式，盈利多元。行业特征表现为内容受众庞大、消费力强，网文成为主要IP来源。企业布局点状，尚未形成共生生态，而美国迪士尼公司则为行业典范。技术变革驱动行业发展，AI、VR/AR技术提升制作效率与观众体验。新冠疫情对行业造成冲击后逐渐回暖，IP改编盛行但内容质量参差不齐。未来，用户规模扩大、消费能力提升，内容市场与衍生市场协同发展，将推动二次元动画制作行业规模持续扩大。（该报告由上海大学经济学专业阮诗淼于2025年2月完成）

行业定义

二次元动画是以ACGN（动画、漫画、游戏、小说）产业为核心的动画细分领域，通过手绘、数字技术将原创或改编内容转化为具有鲜明二次元特征的影视作品，其核心特征表现为夸张的人物比例、符号化造型等视觉风格。根据发行方式，主要分为电视动画（TV动画）、影院动画（剧场动画）、OVA动画和网络动画。制作企业通过运营版权、开发衍生品等多元模式盈利。虽然学术上“动漫”指动画与漫画的统称，但现实中人们通常将动漫与动画混淆，因此本文实际研究对象为具有二次元属性的动漫制作。

行业分类

二次元动画根据发行方式主要分为四类：电视动画（TV动画）、影院动画（剧场动画）、OVA动画和网络动画。

二次元动画制作行业基于发行方式分类

电视动画（TV动画）

电视动画，即TV动画，是借助电视台于电视上持续播映的动画形式。播放模式多为分集且分时段进行，通常每周更新一集。叙事架构灵活，既可通过连贯的主线剧情串联多集内容，构建故事体系；也可采用单元剧形式，每集独立成篇。从制作角度，相较于影院动画，电视动画对画面的精细度要求略低，往往采用每秒少于24帧的半动画技术，通过适当减少帧数削减制作成本，节省制作时间和经费。代表作有《海贼王》、《熊出没》、《喜羊羊与灰太狼》等。

影院动画（剧场动画）

影院动画又称剧场动画，指在电影院公映的动画作品，时长在90-120分钟左右。无论是角色塑造、动作设计与表现、故事结构编排，还是音乐配置，都严格遵循电影的制作标准，致力于为观众带来极致的观影体验。因此，其制作成本比通过其他媒体发行的动画高。具体而言，在制作环节对每秒帧数、画面分辨率及精细程度等都设定了更高的标准，且通常会运用更先进的技术提升画面精度和动作效果，同时精心打造紧凑的故事情节，以契合剧院大屏幕的观影环境，全方位吸引观众。代表作有《寻梦环游记》、《冰雪奇缘》等。

OVA动画

OVA动画全称“Original Video Animation（原创动画录影带）”，是以录像带或DVD光盘形式直接面向市场发售的动画作品，其独特之处在于未曾在电视和院线放映。相比于电视动画和影院动画，OVA动画的画面精度更胜一筹，制作投入也相对更大。由于其发行渠道主要依赖录像磁带（LD）和录影带（Video），不受电视台和院线对内容、时长的限制，内容创作更自由，能大胆展现更丰富多样、甚至相对小众的主题和情节，满足特定观众群体的多样化需求。代表作有《机动战士高达》、《进击的巨人：无悔》等。

网络动画

网络动画指主要在网络平台上播出的动画作品，涵盖短视频、系列剧、电影等多种形式，具备互动性强、传播及时、综合性高的特点。鉴于网络传播注重快速、便捷，其对画面的清晰度要求相对低于前面三种动画。由于无需在不同播放设备之间转换，只需制作完成后直接上

传至网络平台，在制作和发行方面最为简便。代表作有《十万个冷笑话》、《那年那兔那些事儿》、《黑塔利亚（Axis powers ヘタリア）》等。

行业特征

二次元动画制作的行业特征包括内容受众规模庞大，潜在消费能力强、企业呈点状布局，尚未形成共生开环布局、技术驱动变革，拓展市场潜力。

1 内容受众规模庞大，潜在消费能力强

现阶段，小说（尤其是网络文学）已成为二次元动画作品最主要的IP来源。根据数据显示，2023年超过50%的二次元动画作品源自小说改编，漫画改编动画占比25%，原创动画占比19%。相比四年前这三类动画占比基本均衡的状态，如今内容市场的格局已发生显著变化，呈现向网文改编方向倾斜的趋势。2023年，中国网文用户数量增至5.37亿。网文被改编成动画作品后，其中一部分网文用户自然而然会转化为改编动画的受众群体，为动画作品带来观众基础和市场潜力。

2 企业呈点状布局，尚未形成共生开环布局

现有头部企业大多聚焦于单一领域，尚未出现能全方位布局、多元向拓展的超大型领军企业。例如，华强方特注重主题公园建设，其营收占比高达87.88%；光线传媒专注打磨高品质作品，前五部影视作品营收占比达69.66%，二者在衍生品市场都有较大发展空间。奥飞娱乐则着重于玩具等衍生品销售，作品质量却参差不齐，影视类营收仅占比12.73%。相较而言，美国迪士尼公司施行专业化、集团化、国际化的全方位立体开发模式，无论是动画的创意设计、出版发行，还是主题公园旅游产业及衍生品开发拓展等各个关键领域，均已达成高度成熟的发展态势，构建起稳固的产业生态体系，成为行业发展的典范标杆。

3 技术驱动变革，拓展市场潜力

中国二次元动画制作行业正处于由技术驱动引发变革的关键时期。AI技术降低了创作的准入门槛，同时提高了制作效率。以PixAI Art等AI绘画工具为例，其借助深度学习算法，可生成高质量的动漫插画、独特的角色设计和逼真的背景画面，并能自动填补中间帧，从而使得动画的播放效果更流畅自然，优化动画制作的流程与品质。此外，VR技术和AR技术也为观众带来全新体验。比如，《时光代理人》与Rokid携手打造的沉浸式AR主题快闪活动，借助AR技术打破传统观看模式的局限，观众仿佛身临其境，通过手势交互回顾剧情、与角色互动。

发展历程

二次元动画制作行业分为四个阶段：萌芽期、培育期、成长期和高速发展期。目前，二次元动画制作行业仍处于高速发展期。

1980年中央电视台引进日本动画《铁壁阿童木》，标志着二次元动画行业正式起步。伴随一系列扶持政策的推出和互联网的普及，动画制作技术不断更新、提升，逐渐向数字化制作过渡；作品传播渠道拓宽，并随着视频平台的崛起进入平台化、社区化阶段。2015年后，一系列动画电影取得巨大成功，二次元动画行业进入高速发展期。

随着内容生产市场和周边衍生市场双向拉动发展，二次元动画制作行业将逐渐步入成熟阶段。

萌芽期 · 1980-01-01~2000-01-01

二次元文化起源于日本，最初在20世纪70-80年代以漫画单行本的形式传入中国。1980年，中国引进第一部日本动画《铁臂阿童木》，在中央电视台播出。随后，中国相继引进了多部日本动画片，如《哆啦A梦》、《美少女战士》、《奥特曼》、《灌篮高手》

等，日本动画一时席卷中国。

中国二次元动画产业正式起步。此阶段主要表现为日本对中国的单向传播，传播渠道多为非正规渠道，如走私、盗版录像带等。中国本土作品数量有限，质量参差不齐，受众集中于少数爱好者群体。总体而言，尚未形成成熟的产业生态，市场潜力有待挖掘。

培育期 · 2000-01-01~2007-01-01

2000年，中国广电总局颁布《关于加强动画片引进和播放管理的通知》，严格控制进口动画播出比例。随后，中国政府推出一系列政策扶持本土动漫。随着互联网在中国普及，二次元社区初步建立，如高校论坛出现ACG板块、POPGO漫游字幕组成立等。动画制作技术也随着计算机的推广不断发展。2005年，中国第一部具有广泛影响力的系列动画《喜羊羊与灰太狼》播出，该系列动画采用2D Flash动画技术，利用计算机软件完成动画制作，取代了传统的手绘动画。

中国二次元动画行业在政策扶持下开始崛起，动画制作逐渐由传统手绘转向数字化制作，制作效率有所提升。同时，随着互联网的普及，二次元社区和字幕组开始出现，为二次元文化的传播奠定基础。

成长期 · 2007-01-01~2015-01-01

2007-2009年间，两大二次元视频网站AcFun和Bilibili相继成立，并推出弹幕功能鼓励观众实时交流。2012-2013年间，中国文化部和广电总局相继出台进一步扶持政策，旨在加大资金投入、打造品牌。技术层面，中国首部小说改编动画《秦时明月》于2007年播出，利用3D建模、渲染和动画制作技术，提高画面立体感和动态效果，同时为复杂的场景和动作设计提供创作空间，这部动画是中国3D动画技术成熟的标志。

在政策进一步支持下，二次元动画产业进入初步发展阶段。视频平台崛起，传播形式逐渐平台化、社区化，弹幕等互动形式使得观众粘性增强，形成以平台为核心的二次元文化生态。3D动画技术逐渐成熟并广泛应用，推动视觉效果升级。此外，开始注重打造IP（知识产权），通过动画、漫画、游戏、周边产品等多领域联动，拓展了产业的商业边界。

高速发展期 · 2015-01-01~至今

2015年后，二次元亚文化在年轻群体中的迅速传播，泛二次元用户规模持续扩大，2023年增长至4.9亿人，其中超过60%的核心用户为25岁以下群体。互联网企业版权意识逐渐增强，网络视频付费业务迅速发展，2015年-2018年付费用户比例由17%增至53.1%，在线动漫平台随之兴起。技术层面，动画制作软件功能日益完善，动作捕捉精度提升，实时渲染引擎普及，AI图像生成等技术逐渐投入应用，制作门槛降低的同时全方位提升效能。衍生品市场呈现爆发式增长，手办、潮玩等各类衍生品层出不穷。企业与授权商合作，打造高质量、多样化衍生产品，满足粉丝需求的同时拓展盈利渠道，与动画作品相互促进。

中国二次元动画行业进入高速发展阶段。中国本土内容生产发力，网络平台崛起，技术革新成为强劲驱动力，衍生品市场迅速扩张，上中下游互相促进，市场规模稳步扩大。

产业链分析

二次元动画制作产业链的发展现状

二次元动画制作行业产业链上游为内容生产环节，负责创作内容、提供制作设备和技术；中游为内容制造环节，利用技术将上游提供的内容制作成完整的动画作品；下游为内容传播和周边衍生环节，主要通过传播媒介进行放映和推广，并开发实体衍生品和泛娱乐内容，将二次元内容转化为实际的消费产品和服务。

二次元动画制作行业产业链主要有以下核心研究观点：

内容市场竞争平缓，周边衍生市场竞争激烈

内容市场由于受技术、成本等多方面因素制约，准入门槛较高。如今动画制作对数字化技术高度依赖，而像高精度动作捕捉、实时渲染等前沿技术，实际运用需要大量资源投入并配置专业团队。成本方面，以一部中等制作规模的二次元动画为例，从前期策划，到中期制作，再到后期剪辑、配乐等，整个流程需数百万甚至上千万元。而观众需求日益多元化，市场对新作品的接受度难以预测，企业面临血本无归的风险。综合以上，潜在进入者的数量受到限制，使得内容市场竞争相对平缓。反观衍生品市场，进入门槛较低且毛利率较高。以常见的二次元周边“吧唧”（徽章，日语“バッジ”的音译）为例，正常生产情况下单个吧唧（徽章）的成本最高为2.5元，若批量化生产可被压低至几角钱。而被赋予热门二次元IP元素后，这些吧唧（徽章）便有了更高的市场价值，最低能以7元的价格售出。在二手交易市场，一些限量版、绝版吧唧（徽章）更是价格飙升，甚至能被倒卖至上万元。以奥飞娱乐为例，2023年其衍生玩具销售收入高达11亿元，毛利率43.08%。如此庞大的利润空间吸引大量企业进入，导致衍生品市场竞争愈发激烈。

“IP+产业”模式实现全产业链融合发展

二次元动画产业链正向深度整合方向发展，上中下游各环节协作愈发紧密，构建互利共赢的产业生态。上游作为内容生产的源头，拥有漫画、小说等IP资源。这些企业通过授权IP，不仅为中游制作环节提供核心素材，还可获得额外的版权收入。以阅文集团为例，2023年通过运营版权获得收入29亿元，营收占比42.4%。中游的动画制作企业扮演着关键角色，它们在取得内容版权后将IP进行动画化改编，不仅通过发行动画作品获取收益，还参与开发衍生品分享下游市场红利。下游周边企业则借助IP赋能，提升产品附加值的同时吸引大量消费者，实现更高盈利。例如，2023年6月泡泡玛特与热门动漫《鬼灭之刃》合作推出联动手办盲盒，一经上市便受到粉丝热烈追捧，该年三季度泡泡玛特零售店收入同比增长35%-40%。各环节通过紧密协作，实现IP价值最大化，推动二次元动画产业不断发展。

产业链上游环节分析

生产制造端

内容生产、技术提供

上游厂商

杭州十字星文化创意有限公司

北京晋江原创网络科技有限公司

上海阅文信息技术有限公司

上海七猫文化传媒有限公司

广州凡拓数字创意科技股份有限公司

恒信东方文化股份有限公司

产业链上游分析

内容来源丰富，改编、创作能力存在短板

数据显示，截至2023年中国网络文学数量已飙升至3,620万部，当年新增420万部，庞大的文本储备量为二次元动画提供了充足的素材。后续创作动力也十分强劲，从各大视频平台的年度片单便可看出：腾讯视频播出动漫高达57%源自网文改编；爱奇艺公布的39部作品里网文改编作品有22部；Bilibili的2023-2024国创动画发布会片单中网文改编作品占比达43%。但由于创作能力受限，改编很难还原原著剧情，魔改剧情的现象频繁出现，网文改编动漫难以借助IP的热度获得成功，许多优质IP的潜力无法得到充分挖掘。

AIGC技术应用广泛，向智能化、数字化、交互化方向发展

AI技术在动画制作流程中发挥着关键作用，其自动化建模、自动化渲染等功能不仅可缩短制作周期，还能提高制作效率。例如，AI算法能从真人表演视频中自动生成角色的表情数据，减少传统手动动态捕捉所耗费的大量人力和时间成本，使得制作过程更高效，呈现的角色表情也更生动。在创作环节，动画师还可利用VR头显设备进行场景设计，身临其境地感受角色在三维空间中的运动轨迹及互动效果，为后续制作提供灵感和设计思路，提升动画作品的品质和吸引力。

人力资源供需不平衡，人才外流现象严重

动画制作涵盖上色、原画、分镜、编剧、导演等多个关键环节，每个岗位都对专业技能和创意能力有严格要求。然而，中国当下处于核心研发环节的动画专业人才仅有不足5万人，人才缺口高达100万人。在北京、上海、广州、杭州等动画产业发展集中的地区，此类人才短缺的状况尤为明显。人才培养方面，虽然目前中国共有300多所高等院校开设了动画相关专业，但存在诸多问题：多数院校并非重点院校，教学资源、师资力量等方面相对薄弱；仅有极少数院校将动画专业单独成院，在大部分院校处于边缘化地位。此外，薪资待遇也是重要因素。动画行业给予应届毕业生的薪资水平相较其他热门行业并不具备竞争优势。较低的薪资难以满足他们在生活和职业发展方面的需求，使得优秀人才转向薪资待遇更优厚的领域。人才外流现象进一步加剧了行业人才短缺的困境，制约行业的发展速度和创新能力。

中

产业链中游环节分析

品牌端

动画成品制作

中游厂商

北京光线传媒股份有限公司

奥飞娱乐股份有限公司

华强方特文化科技集团股份有限公司

中国电影集团公司

追光人动画设计（北京）有限公司

上海电影制片厂有限公司

武汉两点十分文化传播有限公司

江苏原力数字科技股份有限公司

杭州玄机科技股份有限公司

武汉江通动画传媒股份有限公司

产业链中游分析

企业数量多、产量大，竞争激烈

数据表明，截至目前中国现存动漫相关企业数量682.46万家。其中，动画制作企业共计117.63万家，在动漫相关企业中占比17.24%；近3年内新注册企业61.24万家，占动画制作企业总数52.06%。在中国所有影视作品都必须经过广播电视局审核，并获得许可证后方可正式发行播出，而每年国家广播电视总局颁发的许可证数量有限，使得众多企业为获取更多许可证纷纷加大产量，从而导致市场竞争异常激烈。以2023年为例，该年共有547部电视、网络动画作品提交备案，然而国家广播电视总局总计只通过审批345部作品，审批通过率仅有63.1%。

头部企业多元化发展，中小企业业务单一

在企业发展模式上，头部企业与中小企业形成鲜明对比。像光线传媒、奥飞娱乐、华强方特此类头部企业，在行业内不仅凭借出色的动画制作能力占据一席之地，还通过IP布局、拓展衍生业务，成功实现产业链延伸和多元化发展。以奥飞娱乐为例，其旗下首播于2005年的经典动画《喜羊羊与灰太狼》，截至目前已推出21部作品。在持续制作电视动画、主题电影的过程中，奥飞娱乐还围绕“喜羊羊”这一IP大力打造主题玩具等衍生产品，增强了IP的变现能力，拓展了盈利渠道。反观手握《秦时明月》、《斗罗大陆》等著名IP的玄机科技，业务模式则较为单一，主要集中于动画制作领域，衍生品开发严重不足。从2023年营收数据来看，玄机科技数字内容创作营收占比高达87.07%，衍生品销售收入仅占2.16%，业务结构的失衡在一定程度上限制了企业的进一步发展与扩张。

下

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

传播媒介、周边衍生品开发与销售

渠道端

北京泡泡玛特文化创意有限公司

潮玩国度（北京）科技有限公司

深圳潮玩星球互联网科技有限公司

北京次世文化传媒有限公司

上海哔哩哔哩科技有限公司

北京爱奇艺科技有限公司

腾讯科技（深圳）有限公司

优酷网络技术（北京）有限公司

消费者

产业链下游分析

周边品类消费集中，市场规则缺失导致负面事件频发

目前，二次元动画周边产品主要集中在吧唧（徽章）、卡片和亚克力制品等类型，其中吧唧（徽章）成为最受消费者青睐的主要消费类型。以热门动画《时光代理人》为例，在Bilibili平台销售的周边衍生品中吧唧不仅占比最高，销量也最突出：在销量排名前十的商品中，吧唧（徽章）数量占比高达60%，销量突破2.2万。然而，繁荣的周边市场背后却隐藏着诸多问题。由于缺乏规范管理，质量问题频发；部分产品粗制滥造，与宣传严重不符，极大损害了消费者权益；市场上还充斥着大量假货，扰乱市场秩序。此外，冲动消费风气盛行，导致周边市场成为未成年退款的重灾区。部分商家利用消费者的热情，通过饥饿营销等手段哄抬价格，原价15元-25元左右的吧唧（徽章）竟能被炒作至万元天价。此类非理性的市场现象严重阻碍了周边衍生品市场发展。

播放平台高度集中

在线视频平台成为二次元动画的主要传播媒介，其中Bilibili、腾讯视频、爱奇艺等平台占据主导地位。这些平台凭借强互动性，如弹幕、评论等功能，让用户能实时交流观看感受；积极获取优质动画版权，吸引不同需求的用户；实行社区化运营，打造专属的二次元社区以增强用户的归属感，从而有效提高用户参与度和粘性。截至2024年第三季度末，Bilibili的日均活跃用户数量达到1.07亿，有效大会员数量达2,197万，其中超过80%为年度订阅或自动续费会员。

行业规模

二次元动画制作行业规模的概况

2019年—2024年，二次元动画制作行业市场规模由107.46亿人民币元回落至60.86亿人民币元，期间年复合增长率-10.75%。预计2025年—2029年，二次元动画制作行业市场规模由73.37亿人民币元增长至180.34亿人民币元，期间年复合增长率25.21%。

二次元动画制作行业市场规模历史变化的原因如下：

2020年全球卫生事件影响制作进度及线下活动，营收大幅降低，行业处于恢复期

受全球性公共卫生事件影响，许多项目中断、延期，制作周期被迫延长。原计划上映的剧场版作品由于影院停业或限制营业，不得不推迟上映时间。客户的线下活动同样受限，对院线作品的票房和衍生品市场的销量都产生了不利影响。2020年二次元动画电影总计上20部，与2019年相比下降25.93%，平均营收降低60.38%。全球卫生事件也催生了线上消费发展。人们居家时间大幅增加，线上内容消费需求显著增长。作为宅家娱乐的重要组成部分，二次元动画在线播放量和订阅用户数量呈现大幅上升的趋势。2020年，二次元电视、网络动画平均营收同比增长115.36%。随着2021年后线下限制逐渐减少，影响逐渐减退，影视动画上映数量迅速回升。该年共上映25部院线作品，同比增长25%，行业开始逐步回暖。

IP改编盛行，原创逐步崛起，但内容质量参差不齐导致营收差距大

2019年，改编自著名IP的《哪吒之魔童降世》和《白蛇：缘起》取得巨大成功，票房共计54亿元，占当年二次元动画电影总票房51.57%。2020年，改编自神话故事的动画电影《姜子牙》收获票房16.03亿元，占当年二次元动画电影总票房68.81%。除了这些IP改编作品，原创内容也逐渐受到消费者的喜爱，像《伍六七（原名：刺客伍六七）》、《时光代理人》、《雾山五行》等原创动画，在播放平台上的追番人数（动画持续关

注人数）名列前茅。然而，由于内容市场把关不够严格，审核标准不够明确，二次元动画作品的整体质量良莠不齐，一些具有争议性的内容不时出现。这也导致市场上不同作品的营收能力差距悬殊，优质作品能获得高额回报，而质量欠佳的作品则难以收回成本。

二次元动画制作行业市场规模未来变化的原因主要包括：

用户规模扩大，消费能力增强

中国二次元用户规模庞大，2023年二次元产业受众达4.9亿。随着Z世代群体（指1995年-2009年出生的人群，他们自出生起便与网络信息时代紧密相连，深受互联网、移动通讯设备影响）步入社会并获得稳定收入，二次元市场的消费潜力有望持续释放。这一群体成长于数字化环境，对二次元文化有着天然的亲近感和认同感，他们的消费能力提升将为二次元市场注入活力。此外，二次元动画正逐渐从面向Z世代转向全年龄向，不同年龄段的人群开始接触二次元动画，目标消费群体规模进一步扩大，拓展行业发展空间。

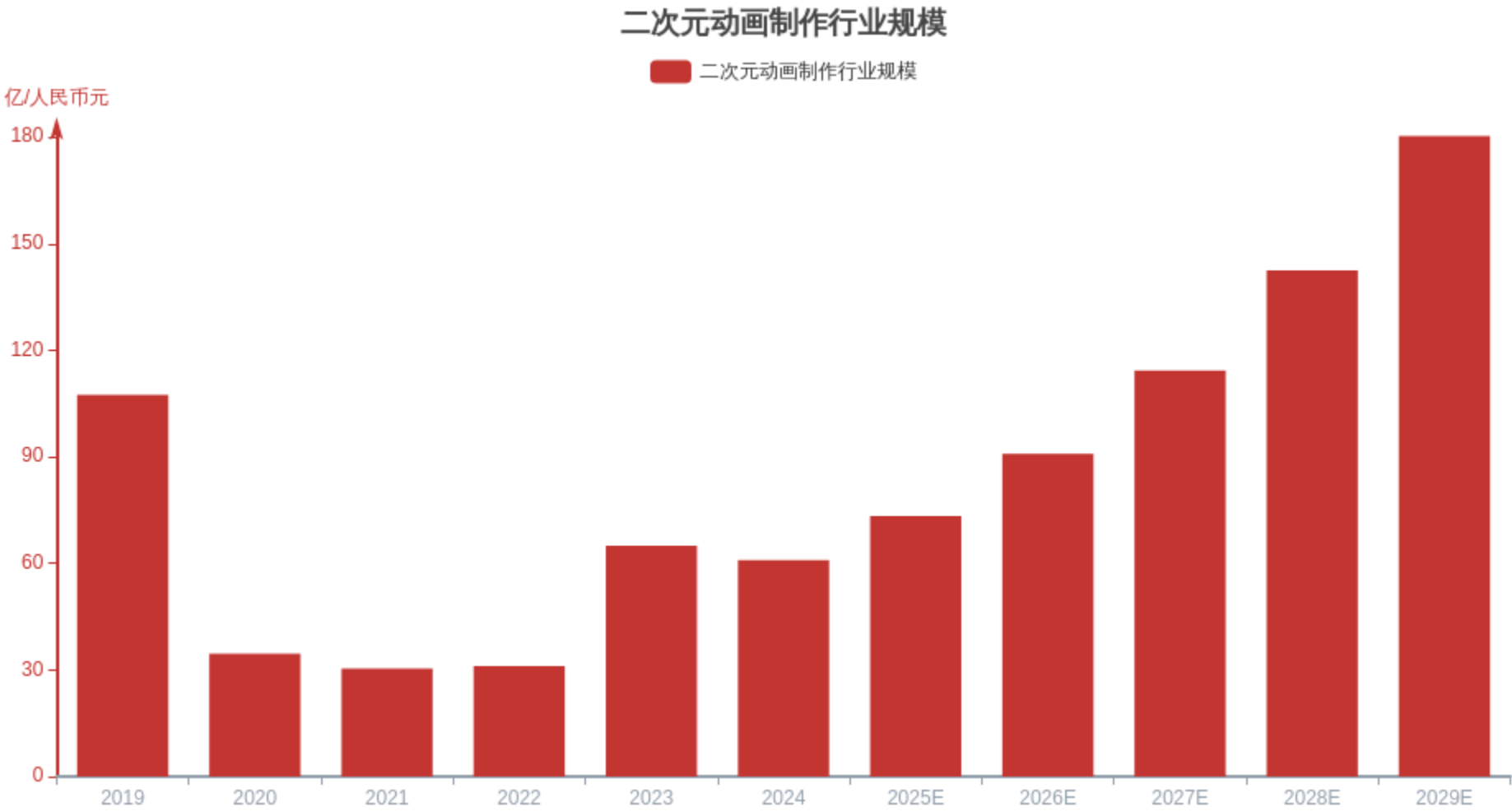
内容市场与衍生市场协同发展

动漫用户有很强的付费意愿和用户黏性，乐于为优质二次元作品付费，以实际行动支持内容创作。同时，他们还积极投入推广活动，像参加线下漫展与同好畅聊交流、筹备cosplay（角色扮演）表演、购买周边产品以表达对作品的热爱。随着居民收入水平不断提升，消费观念由传统的物质消费向精神文化领域转变，二次元衍生市场迎来迅猛发展。以中国潮流玩具零售市场为例，2015-2021年市场规模从63亿元飙升至345亿元，2017-2021年复合年均增长率达34%。如今，二次元产业已不再依赖内容创作环节单向拉动，逐步转向内容与周边衍生市场双向拉动的模式。随着AIGC等新兴技术普及，二次元内容的创作形式将更多元化，有望进一步激发用户的消费热情。预计未来3-5年，二次元周边衍生市场规模持续增长，2027年市场规模将接近1,300亿元。

二次元动画制作规模预测

规模预测SIZE模型

二次元动画制作行业规模



数据来源: 国家广播电视总局、猫眼票房、东方财富网、企业官网

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加强动画片引进和播放管理的通知》	国家广播电影电视总局	2000-03-01	9
政策内容	《通知》规定，引进动画片必须取得《动画片发行许可证》才可播出，对引进动画片的播出数量和播放时长做出明确规定。			
政策解读	21世纪初，中国动画产业发展缓慢，与动画产业发达的国家相差甚远。《通知》严格控制引进动画的播出比例，增加国产动画的播出时长，促使动画制作公司增加产出，为国产动画提供市场空间。			
政策性质	规范性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》	财政部、教育部、科技部、信息产业部、商务部、文化部、税务总局、工商总局、广电总局、新闻出版总署	2006-04-01	10
政策内容	《意见》从十一个方面对于中国动漫产业的发展提出整体规划与建议，明确提出扶持国产动画产业，设立专项资金支持动画创作和人才培养。			
政策解读	中国动漫产业处于起步阶段，面临技术水平低、资金不足、市场竞争激烈等问题。《意见》首次将动漫产业提升到国家战略层面，推动产业规范化、市场化、品牌化，促进内容创新与多样化，为产业发展提供全面的政策支持。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于扶持我国动漫产业发展的若干意见》	文化和旅游部	2008-08-01	7
政策内容	《意见》从完善产业链、鼓励原创动漫、建设支撑体系、规范市场环境和加强监管引导的角度，提出进一步扶持动漫产业发展的具体措施。			
政策解读	中国动漫产业发展迅速，国产动漫数量大幅增长，质量有所提高，一批动漫企业和品牌崭露头角。《意见》强化政策支持与资金投入，推动动漫产业技术升级和内容创新，完善市场秩序。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《文化部“十二五”时期文化产业倍增计划》	文化和旅游部	2012-02-01	7
政策内容	将动漫产业列为十一项重点行业之一，明确提出推动文化产业数字化转型，支持3D动画、数字特效等技术研发和应用；支持跨媒体运营，打造IP生态。			
政策解读	随着数字技术的发展，政府开始注重动画产业的技术创新和产业升级。《计划》提出技术创新、内容创新、产业融合等多方面措施，为动画产业发展提供政策支持，提高国产动画的技术水平和内容质量。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》	文化部	2012-06-01	10
政策内容	引导原创动漫创作生产；充分发挥市场对资源的调节作用，完善动漫产业链条，推动产业布局优化；推动动画技术创新，加强关键技术研发。			
政策解读	在上一时期政策刺激下，中国动画片产量实现爆发式增长，但作品质量堪忧。《规划》立足中国动画生产与消费市场的客观实际，树立从“动画大国”到“动画强国”的发展意识，努力推动我国原创动漫提升创意、研发、制作能力，提高动画作品质量，实现产业转型。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	财政部、海关总署、国家税务总局	2014-03-01	4
政策内容	推动文化创意产业与其他产业深度融合，促进文化产业转型升级。			
政策解读	随着信息化、现代化进程加快，文化创意和设计服务已贯穿各个领域，呈现多向交互融合态势。《意见》旨在通过文化创意和设计服务的创新，提升相关产业的附加价值和竞争力。作为产业链中上游，动画产业与下游文创产业深度融合能推动共同发展，实现产业链整体优化。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于动漫企业进口动漫开发生产用品税收政策的通知》	财政部、海关总署、国家税务总局	2016-01-01	6
政策内容	经国务院有关部门认定的动漫企业自主开发、生产动漫直接产品，确需进口的商品可免征进口关税及进口环节增值税。			
政策解读	中国动漫行业处于快速发展时期，减免动漫直接产品进口关税有利于降低企业制作成本，同时学习先进技术和经验。			
政策性质	规范性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》	文化和旅游部	2017-04-01	2
政策内容	提升动漫、游戏、创意设计、网络文化等新兴文化产业发展水平，大力培育基于大数据、云计算、人工智能等新技术的新型文化业态，形成文化产业新的增长点。			
政策解读	中国文化产业发展处于重要战略机遇期，但也面临产业规模不足、创新能力和竞争力不强、有效供给不足等问题。《规划》旨在通过供给侧结构性改革，推动文化产业结构优化，提高竞争力。			
政策性质	规范性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《文化和旅游部关于推动数字文化产业高质量发展的意见》	文化和旅游部	2020-11-01	7
政策内容	深刻把握数字文化内容属性，加强原创能力建设。培育和塑造一批具有鲜明中国文化特色的原创IP，加强IP开发和转化，充分运用动漫游戏、网络文学、网络音乐等产业形态，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，打造更多具有广泛影响力的数字文化品牌。			
政策解读	数字产业化和产业数字化是时代发展趋势。《意见》把握科技发展趋势，坚持数据驱动、技术支撑，推动文化产业数字化转型，强化内容建设，提升供给质量。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”文化产业发展规划》	文化和旅游部	2021-05-01	7
政策内容	提升动漫产业质量效益，以动漫讲好中国故事，传播社会主义核心价值观；打造中国动漫品牌，发展动漫品牌授权和形象营销，延伸动漫产业链和价值链。推动形成产业链上下游和跨行业融合的数字化生态体系，扩大优质数字文化产品供给。			
政策解读	《规划》旨在鼓励动漫内容生产市场与优秀传统文化相结合，同时依托品牌和网络平台效应，拓宽传播范围，实现动画产业全产业链、全年龄向发展。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

二次元动画制作竞争格局概况

二次元动画制作行业市场整体集中度偏高，头部、一线企业占据较大市场份额。

二次元动画行业呈现以下梯队情况：以光线传媒为头部；以奥飞娱乐、华强方特等企业为第一梯队；以玄机科技等公司为第二梯队；追光动画、两点十分等其余公司处于第三梯队。

二次元动画制作行业竞争格局的历史原因

头部企业积累IP优势，新进企业缺乏市场信任难以立足

头部企业经过长年累月的沉淀，成功打造一系列经典动画IP，积累了一大批忠诚度极高且消费能力强的“死忠”粉丝。以华强方特为例，历经十年成功打磨出经典电视动画《熊出没》。2019年-2023年华强方特陆续推出4部“熊出没”主题电影，均收获上亿票房，其中2023年上映的《熊出没·伴我“熊芯”》票房高达14.95亿元，市场号召力可见一斑。与之相反，新进入动画行业的企业由于缺乏品牌积累而不具备稳定的粉丝基础。在竞争激烈的市场环境下，观众很难在短时间内对其产生信任，使得新企业难以获取市场认可和资源。

受技术与成本限制，新进企业难以达到行业标准水平

动画制作不仅周期漫长、成本高昂，对制作设备也有着较高要求。以2D动画为例，一部中等长度（3-10分钟）2D动画的制作成本通常为2万-8万元左右，而长篇2D动画系列每一集（10-20分钟）便需投入大约4万-10万元。动画制作还需要大量专业人才，岗位包括导演、编剧、动画师、后期制作人员等，不仅要有扎实的绘画功底，还需掌握制作技术。短时间内，新进入者很难在资金、设备、人才等各个方面迅速达到行业标准，导致作品质量难以满足观众要求，在市场竞争中处于劣势地位。

随着网文改编盛行、AIGC技术不断发展，未来二次元动画制作行业格局会发生改变，中小企业迎来发展机遇。

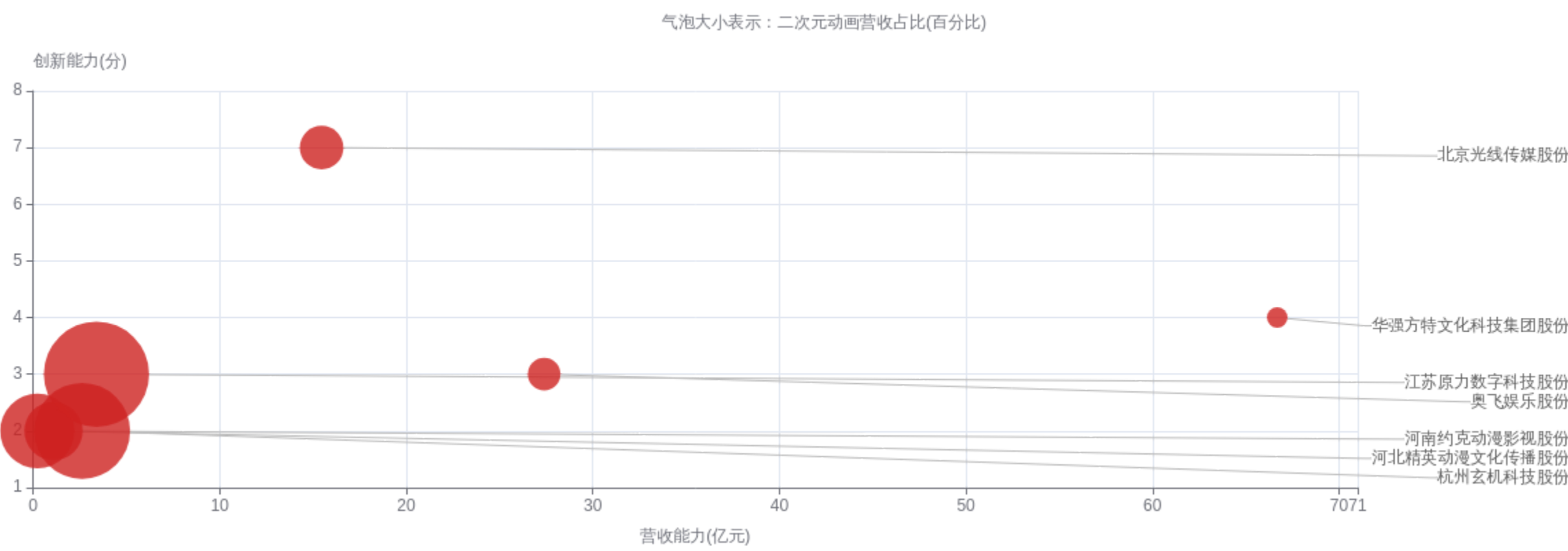
二次元动画制作行业竞争格局未来变化原因

网络文学IP成为改编主要来源，为中小企业提供固有粉丝基础

网络文学已成为动画改编的主力军：腾讯视频2023年动漫片单里高达57%的动画作品源自网文改编；Bilibili的2023-2024国创动画发布会片单中网文改编动画占比43%。网络文学凭借其庞大的读者群体和深厚的内容底蕴，为改编动漫带来了原始热度和粉丝基础，为中小企业打破头部企业的“垄断”局面提供机会。借助热门网文IP，中小企业能迅速吸引关注，突破发展瓶颈。

AIGC技术不断发展，机遇与挑战并存

随着AIGC技术日趋成熟，其在动画领域的应用已是大势所趋，但随之而来的挑战也愈发严峻。如何将AIGC技术快速、有效地运用到实际制作过程，已成为当下企业亟待重点思考的问题。资金方面头部企业有显著优势，获取先进技术相对中小企业更容易。然而在应用层面AIGC技术仍存在局限性，难以全方位深度融入制作流程，真正实现降本增效。以2023年日本奈飞（Netflix JP）、日本WIT STUDIO和微软小冰公司日本分部（rinna）联合制作的动画短片《犬与少年》为例，该片虽利用AIGC技术绘制背景、创作音乐，却出现了图像质量粗糙、内容设计缺乏创意等问题。可以预见，未来几年AIGC技术的运用将成为二次元动画行业竞争的核心内容，谁能率先突破技术应用难题，谁就能在行业角逐中抢占先机。



上市公司速览

北京光线传媒股份有限公司（300251）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	9.4亿元 >	37.1	36.0

华强方特文化科技集团股份有限公司（834793）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
87.7亿元 >	32.7亿元 >	13.8	50.4

美盛文化创意股份有限公司（002699）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.4亿元 >	-8.0	33.8

奥飞娱乐股份有限公司（002292）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	13.0亿元 >	-2.3	36.8

北京百纳千成影视股份有限公司（300291）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4971.3万元 >	16.0	8.2

凯撒(中国)文化股份有限公司（002425）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.3亿元 >	21.6	5.0

企业分析

1

奥飞娱乐股份有限公司【002292】

公司信息			
企业状态	存续	注册资本	147869.9697万人民币
企业总部	汕头市	行业	娱乐业
法人	蔡东青	统一社会信用代码	91440500617557490G
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	870278400000
品牌名称	奥飞娱乐股份有限公司	经营范围	广播电视节目制作经营；电视剧制作；电视剧发行；电影发行；音像制品制作；音像制品复制；电子出版物复制；互联网信息服务；网络文化经营；玩具制造；玩具销售；玩具、动漫及游艺用品销售；母婴用品制造；母婴用品销售；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；广告制作；广告发布；广告设计、代理；电影摄制服务；电子产品销售；文具制造；文具用品批发；文具用品零售；塑料制品制造；塑料制品销售；五金产品制造；五金产品零售；五金产品批发；家用电器销售；服装服饰批发；服装服饰零售；日用百货销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；货物进出口；技术进出口；体育用品及器材制造；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；劳动保护用品生产；劳动保护用品销售；食品生产；食品销售。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)≡

■ 财务数据分析									
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	0.67	1.21	1.02	1.14	1.05	1.09	1.09	1.03	1.02
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	35.8148	41.5478	41.2868	40.1785	34.4321	40.9856	43.0091	40.0452	33.101
营业总收入同比增长(%)	6.5646	29.7971	8.3851	-22.0366	-3.9746	-13.1548	11.6594	0.4704	3.0866
归属净利润同比增长(%)	14.2582	1.923	-81.9178	-1908.7178	107.3673	-474.9267	7.3782	58.8557	154.6336
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	74.8628	73.8007	68.7246	78.1725	66.5742	69.23	49.3468	47.5677	51.7032
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.8275	1.2136	0.9202	1.0478	1.0593	0.9371	1.1878	1.1206	1.1878
每股经营现金流(元)	-0.0764	0.1422	0.1162	0.054	0.21	0.0919	-0.0278	0.0998	0.1331
毛利率(%)	53.3787	49.4202	42.5413	38.531	46.593	31.338	26.2555	31.0332	37.7203
流动负债/总负债(%)	66.7209	75.672	93.0627	90.0755	96.3839	97.2387	87.3779	87.0772	88.8094
速动比率	1.1495	0.5942	0.4899	0.6193	0.5597	0.5365	0.832	0.6941	0.7526
摊薄总资产收益率(%)	10.7789	7.2434	0.8195	-22.4799	1.6095	-7.6651	-7.2657	-3.111	1.6057
营业总收入滚动环比增长(%)	17.032	-12.7029	15.0346	-3.2669	-2.4936	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	-38.4255	-86.7628	-872.3366	-2369.47	-341.0252	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	17.46	11.74	1.88	-37.32	3.01	-12.41	-13.67	-5.37	2.84
基本每股收益(元)	0.39	0.39	0.07	-1.2	0.09	-0.33	-0.3	-0.12	0.06
净利率(%)	18.566	14.1988	1.8821	-59.5713	3.816	-19.0033	-15.4357	-6.5836	3.0821
总资产周转率(次)	0.5806	0.5101	0.4354	0.3774	0.4218	0.4034	0.4707	0.4725	0.521
归属净利润滚动环比增长(%)	-14.1919	-58.3434	-224.9511	-5507.4246	-79.1863	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.1924	1.1197	1.1187	1.5457	1.5271	1.5182	1.6617	1.6684	1.6557
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	126.2184	172.5626	187.1686	188.2255	216.0735	197.217	151.8283	155.8104	154.0173
营业总收入(元)	2589170846.06	3360668382.81	3642464104.89	2839790072.06	2726920351.65	2368198964.01	2644316753.12	2656755010.83	2738759205.55
每股未分配利润(元)	1.0942	1.3741	1.3774	0.1253	0.217	-0.1314	-0.4229	-0.539	-0.5079
稀释每股收益(元)	0.39	0.39	0.07	-1.2	0.09	-0.33	-0.3	-0.12	0.06
归属净利润(元)	489039975.91	498444367.91	90129598.1	-1630190056.08	120100514.12	-450288851.86	-417065559.92	-171598809.76	93642611.74
扣非每股收益(元)	0.28	0.26	-0.12	-1.31	0.05	/	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	-0.0764	0.1422	0.1162	0.054	0.21	0.0919	-0.0278	0.0998	0.1331

公司竞争优势

▪ 竞争优势

奥飞娱乐通过打造动画IP、构建多渠道盈利体系，实现IP价值变现，增强公司的抗风险能力和持续发展潜力。通过多年打磨，奥飞娱乐培育了一批经典动画，如《喜羊羊与灰太狼》、《巴啦啦小魔仙》等，使其成为公司盈利的核心驱动力。在影视领域，以这些经典IP为基础制作的动画剧集和电影积累了大量观众。借助IP影响力，公司将衍生产品与IP深度融合，玩具销售成为盈利支柱，婴童类产品稳定盈利。此外，公司还与餐饮、游戏等不同行业合作，拓展授权领域，带来新的收入增长点。2023年，奥飞娱乐影视媒体收入3亿元，营收占比12.73%；玩具销售收入高达11亿元，占比42.62%，同比增长17.86%；婴童类产品收入10亿元，占比39.16%。

奥飞娱乐

2 华强方特文化科技集团股份有限公司【834793】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	97199.3829万人民币
企业总部	深圳市	行业	批发业
法人	刘道强	统一社会信用代码	914403007917166617
企业类型	股份有限公司(非上市)	成立时间	1152633600000
品牌名称	华强方特文化科技集团股份有限公司	经营范围	投资文化项目（具体项目另行申报）；数码电影、数码电视的设计；经济信息咨询；数字文化技术创新服务（不含限制项目）；一般贸易；经营进出口业务。（以上项目法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。文化场馆用智能设备制造。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）^数字动漫设计制作。（涉及许可证的凭许可证经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）

■ 财务数据分析									
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	1.14	1.15	0.99	1.23	1.13	1.14	1.04	0.91	1.08
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	68.8555	58.3815	48.1884	47.7334	51.3148	51.587	56.3245	59.3866	55.8643
营业总收入同比增长(%)	19.1342	19.7851	14.6903	12.5676	23.1553	-20.9781	11.8205	0.9164	46.932
归属净利润同比增长(%)	-8.0844	8.7109	5.0859	5.4827	3.2039	-38.8406	-150.5571	75.2183	1375.3496
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	23.3912	/	/	/	21.081	29.1557	25.061	39.2758	34.127
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	0.2245	0.2382	0.5303	0.4994	0.2562	0.2575	0.1511	0.2512	0.3088
每股经营现金流(元)	4.1265	1.49	1.16	1.98	2.2643	2.3046	1.4872	1.2416	3.0528
毛利率(%)	78.1767	59.3261	56.5132	58.0853	56.4215	47.7931	45.9741	40.0845	50.9308
流动负债/总负债(%)	47.2728	44.6252	42.6951	45.5523	64.9181	69.9309	70.5947	60.8395	56.5216
速动比率	0.1706	0.1604	0.184	0.2464	0.1675	0.2029	0.1085	0.2143	0.253
摊薄总资产收益率(%)	4.6394	4.463	4.2597	4.1331	4.0434	2.2905	-1.2937	-0.4773	3.502
营业总收入滚动环比增长(%)	/	/	-30.0834	-24.353	-26.884	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	-72.1669	-90.7973	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	17.24	12.33	10.22	8.58	8.27	4.69	-2.36	-0.6	7.67
基本每股收益(元)	1.78	0.81	0.82	0.81	0.84	0.5	-0.25	-0.06	0.82
净利率(%)	23.6632	21.0858	19.3664	17.9348	15.7835	13.1183	-7.0499	-2.7335	13.9762
总资产周转率(次)	0.1961	0.2117	0.22	0.2304	0.2562	0.1746	0.1835	0.1746	0.2506
归属净利润滚动环比增长(%)	/	/	-55.8903	-54.4812	-66.2592	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	1.5193	2.4151	3.924	3.9289	3.8223	3.8256	3.8263	3.8332	3.8445
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	99.7783	53.3808	52.4583	67.0578	64.2869	76.643	68.5571	54.3142	48.5673
营业总收入(元)	2354423365.2	3359879812.82	3853454911.16	4337740571.19	5342157247.19	4021906748.05	4497315627.98	4538527780.52	6668551513.81
每股未分配利润(元)	7.8633	3.6244	3.8743	4.4115	5.033	5.5594	5.2071	4.9946	5.8163
稀释每股收益(元)	1.78	0.81	0.82	0.81	0.84	0.5	-0.25	-0.06	0.82
归属净利润(元)	711392956.41	710840078.76	746992378.72	787947645.98	813192427.02	485089441.43	-245247389.91	-60776579.05	800778202.12
扣非每股收益(元)	1.03	0.41	0.49	0.47	0.54	/	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	4.1265	1.49	1.16	1.98	2.2643	2.3046	1.4872	1.2416	3.0528

公司竞争优势

▪ 竞争优势

华强方特的竞争优势在于其全产业链深度协同，构建高效的产业生态闭环，提升整体竞争力和盈利能力。华强方特构建了强大的全产业链经营体系：在文化内容创作端，以《熊出没》为代表的IP产出强劲，系列电影票房屡创佳绩、电视媒体热度不减，为后续环节筑牢根基；多地布局主题公园，凭借独特的文化主题、先进设施及多样活动增强游客粘性；产业协同紧密高效，热门IP深度融入公园，如“熊出没”主题区成为焦点，同时带动衍生产品开发与授权业务发展，实现全产业链价值最大化与生态闭环。2023年，华强方特“熊出没”系列电影《熊出没·伴我熊芯》刷新票房记录，主题公园营收同比增长106.35%，授权产品超360款。

东方财富网

3 北京光线传媒股份有限公司【300251】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	293360.8432万人民币
企业总部	北京市	行业	广播、电视、电影和录音制作业
法人	王长田	统一社会信用代码	91110000722604869A
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	956505600000
品牌名称	北京光线传媒股份有限公司	经营范围	许可项目：广播电视节目制作经营；电视剧制作；电视剧发行；电影发行；演出经纪。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：电影摄制服务；摄像及视频制作服务；文艺创作；广告设计、代理；广告制作；玩具、动漫及游艺用品销售；市场营销策划；版权代理；知识产权服务（专利代理服务除外）；组织文化艺术交流活动；文化娱乐经纪人服务；会议及展览服务；租赁服务（不含许可类租赁服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

■ 财务数据分析									
财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
销售现金流/营业收入	0.94	1.2	1.32	1.22	1.12	0.43	1.29	1.42	1.07
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	14.8764	22.2101	28.8587	20.3162	18.2977	7.9049	8.6656	8.862	12.5425
营业总收入同比增长(%)	25.0579	13.6557	6.4772	-19.0903	89.7008	-59.0354	0.7427	-35.3497	104.7439
归属净利润同比增长(%)	22.0939	84.2669	10.0208	68.47	-30.999	-69.2847	-207.0873	-128.7228	158.6233
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	220.3992	189.8534	107.6458	75.0422	45.4971	165.6162	148.5742	125.8598	63.812
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	3.7656	3.8434	2.8341	4.0269	2.4557	5.7546	6.227	5.679	4.2176
每股经营现金流(元)	0.2712	0.2546	-0.0109	-0.1624	0.5519	-0.0049	0.1827	-0.0025	0.2189
毛利率(%)	33.6848	49.4486	41.2765	32.2632	44.7561	53.032	38.2739	19.1047	39.8917
流动负债/总负债(%)	80.3456	41.9083	39.9695	54.4837	97.2551	88.1367	83.2769	80.6547	86.3718
速动比率	2.8103	3.0534	1.7758	1.9406	1.6478	4.2417	4.6638	3.8396	3.0515
摊薄总资产收益率(%)	6.3252	8.5353	7.8085	12.0201	8.6705	2.7683	-3.0968	-7.4052	4.4132
营业总收入滚动环比增长(%)	62.1724	16.9724	-43.4235	-63.4168	-71.4086	206.0412	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	116.4134	-67.4205	-90.1651	-502.8915	-120.4639	645.6245	/	/	/
加权净资产收益率(%)	7.04	10.67	10.98	16.25	10.8	3.24	-3.23	-8.09	4.98
基本每股收益(元)	0.28	0.25	0.28	0.47	0.32	0.1	-0.11	-0.24	0.14
净利率(%)	27.3493	42.7396	44.5476	91.5916	33.4557	24.8567	-26.9255	-95.8727	27.1251
总资产周转率(次)	0.2313	0.1997	0.1753	0.1312	0.2592	0.1114	0.115	0.0772	0.1627
归属净利润滚动环比增长(%)	116.2669	-37.9764	-18.0141	-611.7103	-116.1109	426.869	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	1.9272	0.471	0.8428	0.8133	0.6831	0.6777	0.6755	0.6718	0.677
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	150.3885	175.7984	269.0784	480.6409	312.256	695.5178	529.7234	699.8445	474.0585
营业总收入(元)	1523294694.84	1731311632.22	1843452761.05	1491532461.18	2829448781.94	1159072835.12	1167681832.2	754909328.32	1545630987.79
每股未分配利润(元)	0.7854	0.5896	0.8184	1.0359	1.2775	1.3113	1.4606	1.0224	1.1093
稀释每股收益(元)	0.28	0.25	0.28	0.47	0.32	0.1	-0.11	-0.24	0.14
归属净利润(元)	402085893.55	740911252.87	815156857.46	1373294847.75	947587703.55	291054770.39	-311682598.95	-712889081.44	417812097.9
扣非每股收益(元)	0.25	0.18	0.16	-0.1	0.3	0.08	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.2712	0.2546	-0.0109	-0.1624	0.5519	-0.0049	0.1827	-0.0025	0.2189

公司竞争优势

竞争优势

光线传媒的核心优势在于其强大的制作能力与创新能力。制作技术方面，光线传媒不断探索创新，提升作品品质。如在《深海》中，创新性运用“粒子水墨”技术，将中国传统水墨元素与三维动画技术相结合。该技术不仅提升影片的艺术价值，也使得光线传媒在技术层面领先于部分同行。创新方面，光线传媒通过多元投资构建起强大的制作资源网络，自2013年布局动画领域已在中国投资20多家一线动漫团队。公司于2015年成立厂牌“彩条屋”主攻动画电影，2022年组建光线动画制作团队。内外部团队协同合作，保障产能稳定高质。此外，公司也多元化探索题材，扩大受众范围。例如《哪吒》系列，对传统神话故事大胆创新改编，塑造极具个性的角色形象。截至2025年2月6日，《哪吒》系列总票房突破100亿元，均位列中国影史票房前五。

猫眼、东方财富网

附录

法律声明



权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并应提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、提起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchi
na.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588



头豹
LeadLeo