

中国动画行业研究报告

2019年





2018年的动画行业，市场波折起伏。除却著名的动漫社区平台哔哩哔哩在美国上市外，几家老牌的动漫公司均出现了不同程度的震荡。**动画行业在快速发展的同时，市场也在进行优胜劣汰的整合。**



2016年开放二胎政策落地后，**2019年正在迎来低幼动画受众的人口小高潮**。作为可以和玩具、服饰、视频、家居、影视、教育、文旅等多个产业整合的内容，**低幼产业被长期看好。**



2018年的国产动画播放量TOP15中，目标定位为低幼儿童和12+青少年的作品比例大约为6：4，**儿童仍为国产动画的最主要受众**，但随着国产非低幼番剧作品数量和质量的逐渐上升，**12岁以上的青少年人群也逐渐被国产动画所吸引。**



随着电脑动画技术的主流化，流程化的分工也越来越容易，从建模材质、灯光渲染、特效合成、后期处理、剪辑编辑等各种**更加专业且灵活的小工作室可能是未来的发展趋势，各种细分的专业性会越来越强。**



2019年，在一些资源型公司的推动下，**会有越来越多动漫内容与实体消费结合**。随着消费群体的迭代，80、90后成为主流消费群体，但线下消费品同质化严重，**实体经济都希望自己能打上年轻化的标签吸引新的消费者。**

动画行业概述	1
中国动画行业发展环境分析	2
中国动画行业运行现状分析	3
中国动画行业代表性企业分析	4
中国动画行业未来发展趋势	5

动画的概念界定

动画是一种综合艺术

动画（animation）和漫画（cartoon）均是指通过制作，使一些有或无生命的东西拟人化、夸张化，赋予其人类的一切感情、动作，或将架空的或者现实的场景加以绘制，使其画面化。但动画是一种综合艺术，它是集合了绘画、漫画、电影、数字媒体、摄影、音乐、文学等众多艺术门类于一身的艺术表现形式。动画涵盖广泛、分类复杂，本报告研究的对象主要集中在互联网动画，部分涉及电视动画和动画电影，全面覆盖低幼和非低幼人群。

动画分类



工艺技术

- 平面手绘动画
- 立体拍摄动画
- 虚拟生成动画
- 真人结合动画

传播媒介

- 影院动画/动画电影
- 电视动画
- 互联网动画
- 户外广告动画

面向人群

- K12动画/低幼向动画
- 非低幼动画

动画性质

- 商业动画
- 科教动画
- 实验动画

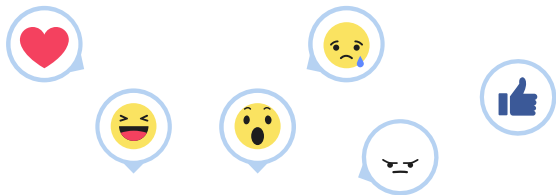
动画生产制作的特点

创作周期长、成本高，前期投入大

动画画面需要依靠创作者一帧一帧的绘制，1小时动画大概需要86400多幅画面支持。动画创作需要大量的人力成本、长周期的画面绘制，巨大的工作量带来的是高成本的投入。而且，制作越精细的作品，成本也越高。

动画制作流程

动画作品创作繁琐耗时，成本高



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

前期制作

前期制作相当于动画作品的研发阶段，指在动画制作前，对动画片进行的规划与设计。前期制作首先要有总导演，负责整部动画片的故事情节、节奏以及各种效果等艺术方面的总体把控。此外还包括故事创意、剧本编写、制作脚本、人物角色设计、场景设定以及与这些内容相关的必须的制作拍摄计划文案等

中期制作（一般为代工制作）

中期制作相当于动画作品的生产阶段，主要包括二维动画制作和三维动画制作。二维动画制作主要依赖动画师绘制创作，三维动画制作是借助于计算机工具进行创作。一般来说，二维动画主要制作流程为构图、原画创作和作监、动画创作和检查、着色、摄影等，三维动画主要制作流程为建模、材质、灯光、动画、摄影机控制、渲染等

后期制作

主要是将之前所做的动画片段、声音等素材、输出到最后的剪辑软件中，进行影像合成和最终编辑

中国动画业务模式发展历程

互联网平台崛起，网络番剧制作正当时

改革开放以后，民营企业开始制作电视动画，并逐渐寻求与电视台的合作。之后，中国电影业也开始走向市场化，动画企业随之开始制作动画电影获取票房，至此，动画的主要受众仍然是低幼少儿人群。进入21世纪，互联网开始在中国普及下沉，视频网站平台崛起，日本非低幼番剧在互联网传播，12+人群也成为动画的目标受众。动画企业瞄准12+人群的潜在市场，开始掀起非低幼网络番剧的制作热潮。

中国动画业务模式发展历程

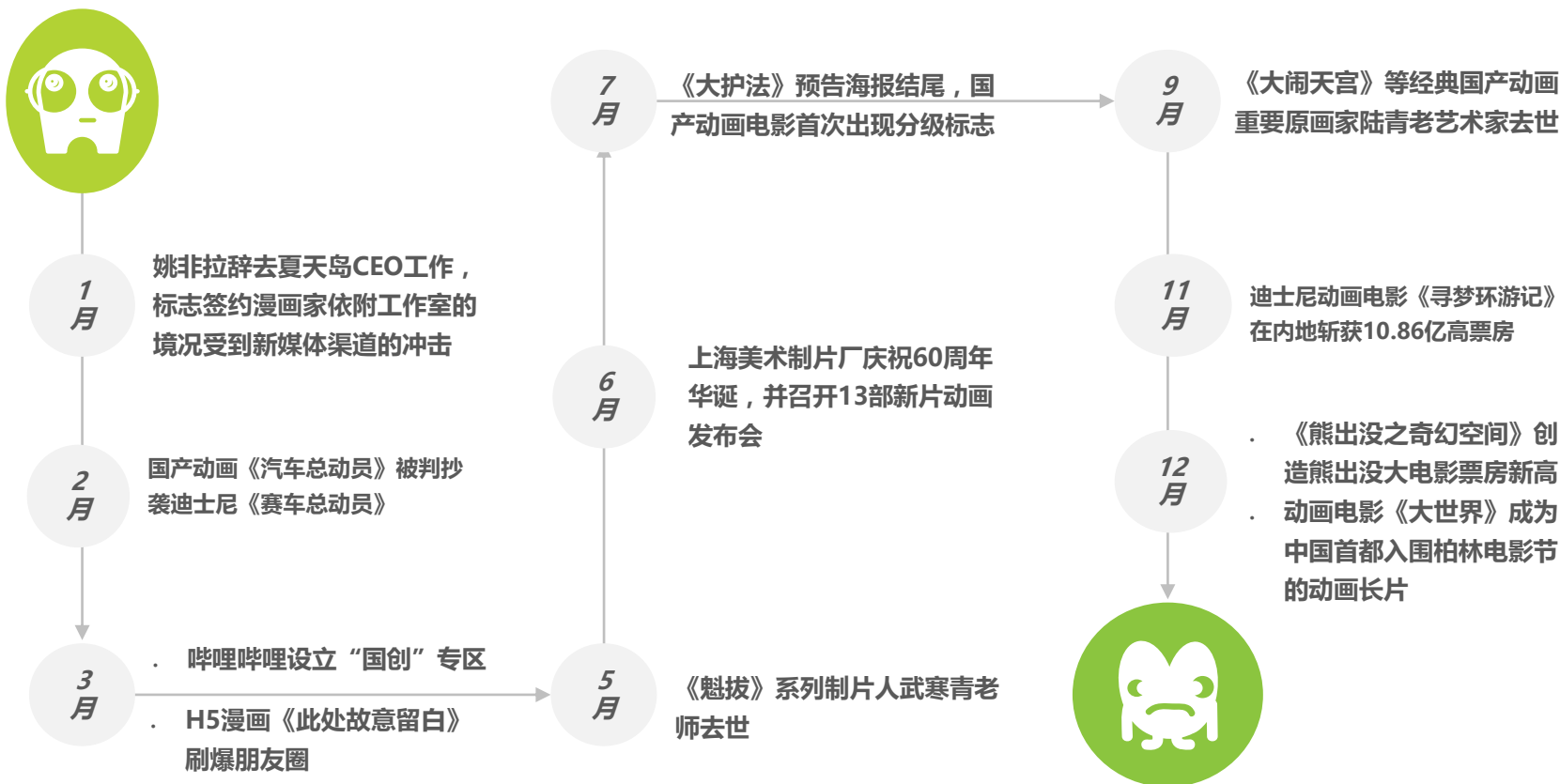


来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

2017年动画行业发展大事记

2017年的动画行业，延续历年来的向好发展趋势，继续挖掘互联网带来的传播渠道红利，除传统的影院、电视台和视频网站外，微博微信也成为动漫传播的重要渠道。此外，动画电影票房屡创新高，多部动画作品被给予高度评价，国产动画市场行情看好，众多动画新片都在如火如荼地筹划中。

2017年动画行业发展大事记



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

2018年动画行业发展大事记

2018年的动画行业，市场波折起伏。除却著名的动漫社区平台哔哩哔哩在美国上市外，几家老牌的动漫公司均出现了不同程度的震荡。A站关站11天、并在6月被快手收购，半次元被爱奇艺收购，网易漫画被哔哩哔哩收购，大角虫和腾讯动漫被曝拖欠稿费，文娱行业监管趋严、哔哩哔哩和动漫之家被要求整改……动画行业在快速发展的同时，市场也在进行优胜劣汰的整合。

2018动画行业发展大事记



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

动画行业概述

1

中国动画行业发展环境分析

2

中国动画行业运行现状分析

3

中国动画行业代表性企业分析

4

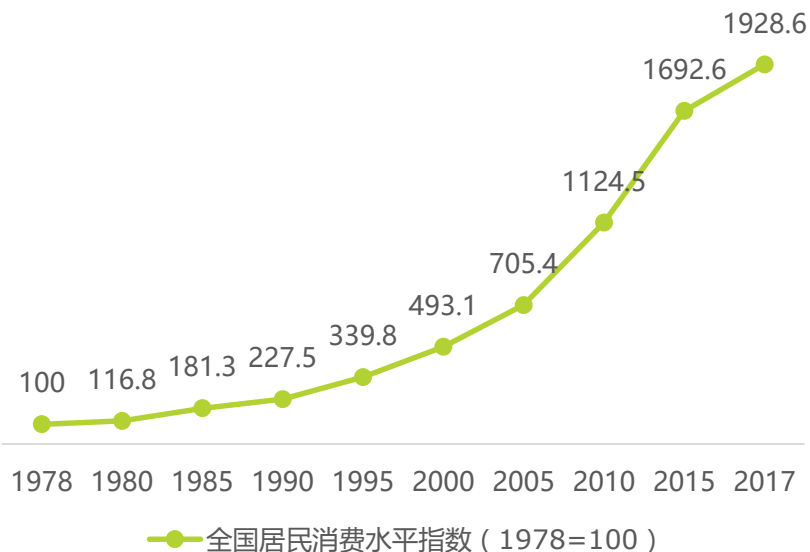
中国动画行业未来发展趋势

5

改革开放30年来，中国居民消费水平大幅提升

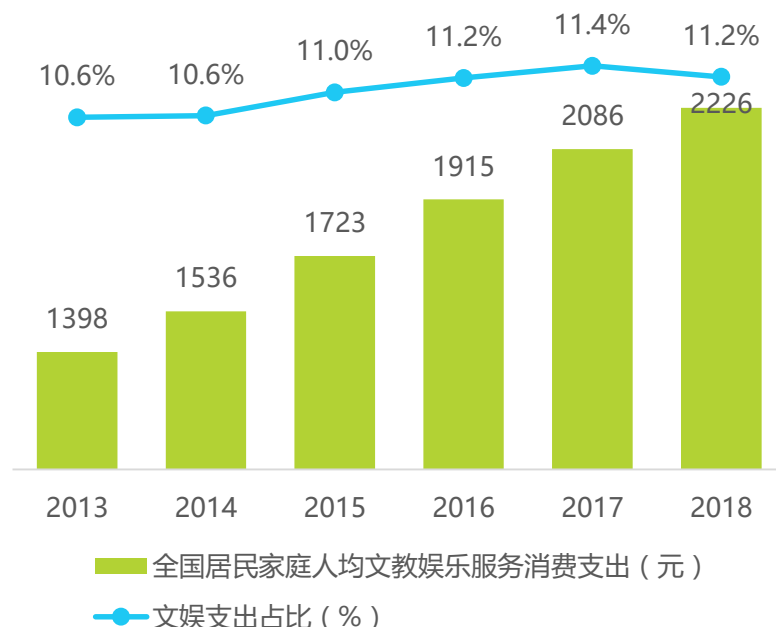
依托于社会主义市场经济环境大背景，中国国民经济在近30年飞速发展，人民生活水平得到极大改善，中国居民的消费能力稳步增长，恩格尔系数持续下降。从近5年来看，中国居民的文娱消费支出在居民消费总支出中的占比一直维持在10%以上，随着居民生活水平的改善，这一占比未来仍将继续增长。

1978-2017年中国居民消费水平 增长情况



来源：中国国家统计局官网。

2013-2018年中国居民文娱消费 支出情况



来源：中国国家统计局官网。

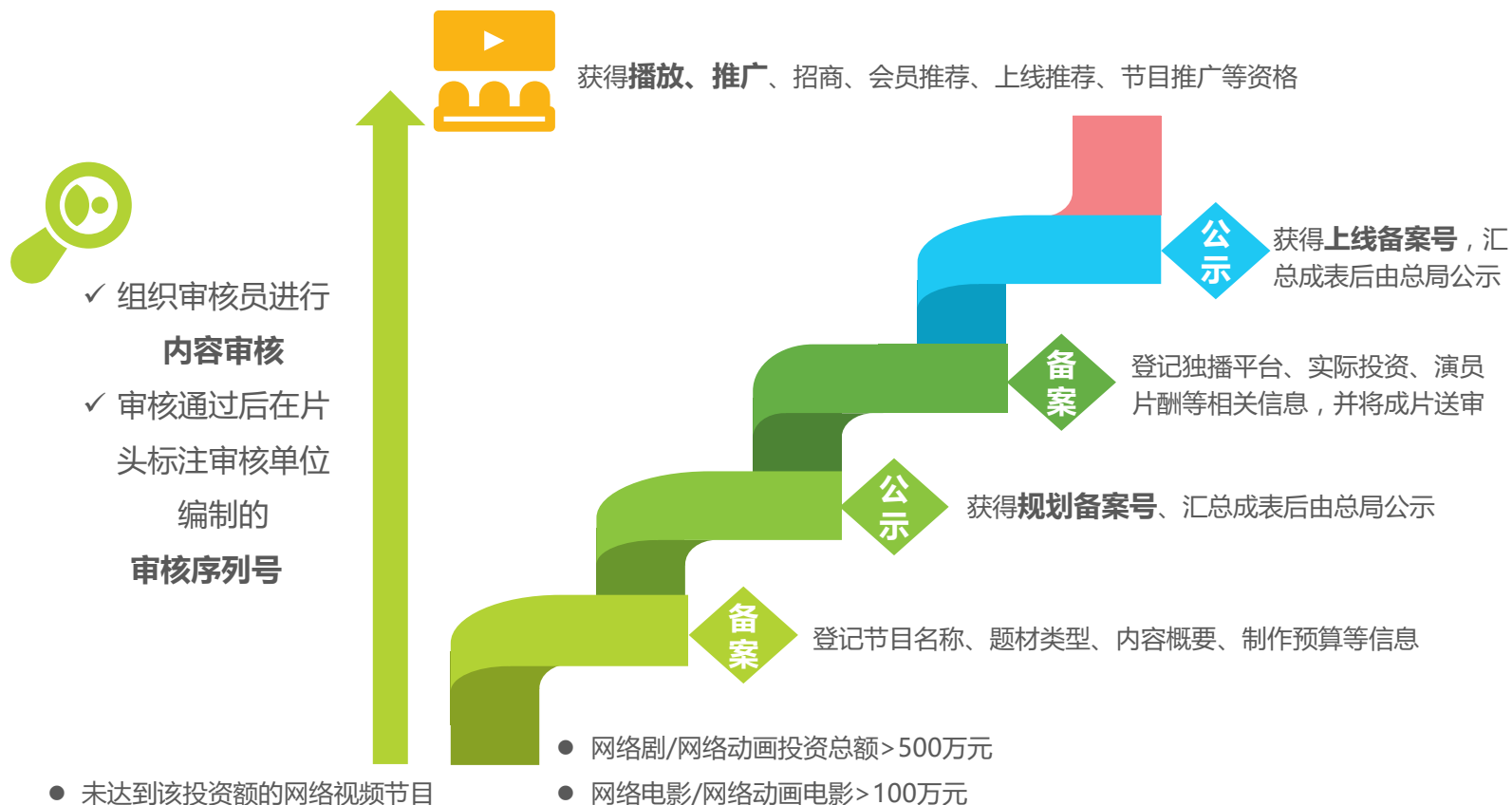
中国动漫产业扶持政策概览



- 2019.1, 《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》, 鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大, 推动**资产证券化**, 充分利用金融资源
- 2018.5, 《关于延续动漫产业增值税政策的通知》, 动漫企业增值税一般纳税人销售其自主开发生产的动漫软件, 对其增值税实际**税负**超过3%的部分, 实行**即征即退政策**
- 2017.2, 《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》指出推动中国国际动漫游戏博览会等重点**展会市场化**, 支持原创动漫创作生产和宣传推广
- 2012.6, 《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》, 指出“十二五”期间, 将着力打造5至10个**知名国产动漫品牌和骨干动漫企业**, 同时完善动漫产业融资政策, 鼓励各类资本投入动漫产业
- 2008.8, 《关于扶持我国动漫产业发展的若干意见》, 提出**扶持民族原创**, 推进传统动漫产业升级, 延伸产业链条, 引领动画制作逐渐从量向质进行升级转型
- 2006.8, 《广电总局关于进一步规范电视动画片播出管理的通知》指出下午5至8点, **禁播国外动漫节目**, 且每日全国动漫播出总量中, 国产动漫比例不低于70%
- 2005.5, 《关于促进我国动画创作发展的具体措施》, 提出为扶持国产动画, 鼓励在**黄金时段播放优秀国产动画**

大制作的网络视听节目审核流程升级

网络视听节目信息备案系统升级



技术和文化环境

技术和文化的积累滋养中国动画的成长

曾经代工时期的技术沉淀，以及传统文化的丰厚积淀，都成为中国动画行业向前发展的营养剂。

中国动画行业面临的技术和文化环境



代工技术沉淀

- 为日本动画代工的公司能够较早地接触到纯正的日本动画工作流程和质量标准
- 早期代工公司承接的是背景等较为简单的环节，后来分镜等中期环节、甚至第一原画、第二原画等也有发展到国内代工，从而接触到日本核心的动画制作



唱腔：《石猴出世》



传统文化积累

- 从动画故事构思来说，大众对熟悉的IP具有更高的接受度，中华各种神话传说和历史事迹积累深厚
- 从动画艺术造型设计来说，中国有着丰富的民间传统艺术，像国画、京剧脸谱、皮影等，其表现形式为中国动画提供了生动的素材

行业核心驱动因素

视频网站崛起、资本涌入市场，推动我国动画行业向前

中国动画行业发展至今，经历过早期政策的大力扶持之后，国产动画产量有了明显的提高。未来，随着互联网的普及下沉以及视频网站的崛起，为动画内容提供新的发行渠道和广阔的创作空间；市场化程度的提高以及巨大的国民文化娱乐需求促使资本进入动画行业，为动画行业解决了生存问题，推动中国动画行业的向前发展。

中国动画行业的核心促进因素



视频平台崛起

- 互联网视频网站崛起，用户规模大，对文化内容需求大
- 动画内容发行渠道选择多

资本涌入市场

- 2015年至今，资本涌入动画市场，解决企业生存问题，为国产原创动画铺垫道路



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

动画行业概述

1

中国动画行业发展环境分析

2

中国动画行业运行现状分析

3

中国动画行业代表性企业分析

4

中国动画行业未来发展趋势

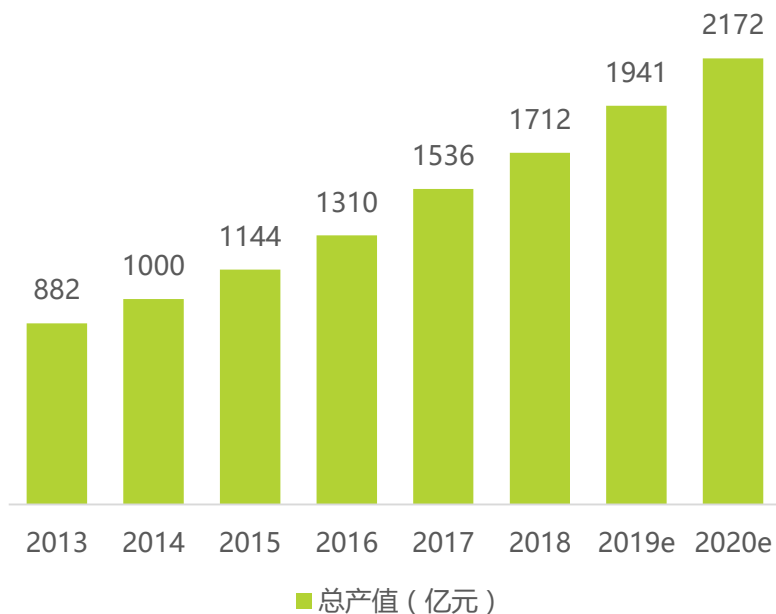
5

市场规模逆势增长

行业总产值达1700多亿，在线内容市场规模过百亿

在资本、新媒体和消费人群的多重驱动下，动漫产业产值持续快速增长。2018年，受到整体经济环境的影响，以及互联网红利带来的野蛮增长的逐渐消失，中国动漫行业被进入“寒冬”，但总产值仍达到了1712亿元。在动画内容市场中，随着我国近几年非低幼向国产番剧质量和产量的提升，我国在线动画市场的规模也在快速提升。

2013-2020年中国动漫行业总产值规模



2012-2019年中国在线动画行业市场规模



来源：艾瑞研究院综合公开资料、上市公司财报以及数据推算模型等。
注释：动漫行业总产值包括各类载体动漫的内容市场以及衍生市场产生的总产值。

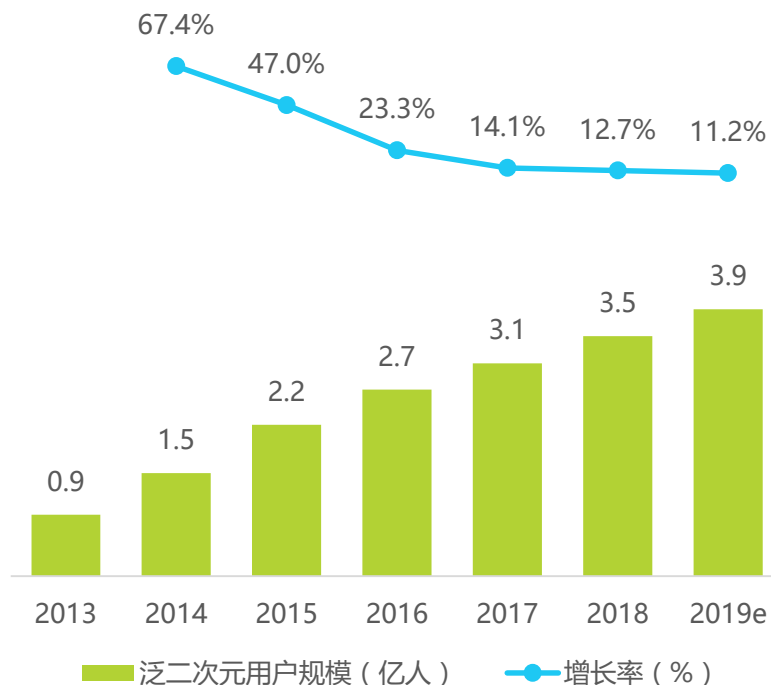
来源：艾瑞研究院综合市场调研、企业深访、上市公司财报以及数据推算模型等。
注释：在线动画市场收入核算自互联网动画内容生产方和渠道发行方的去重总收入（涵盖低幼和非低幼）。

用户规模体量庞大

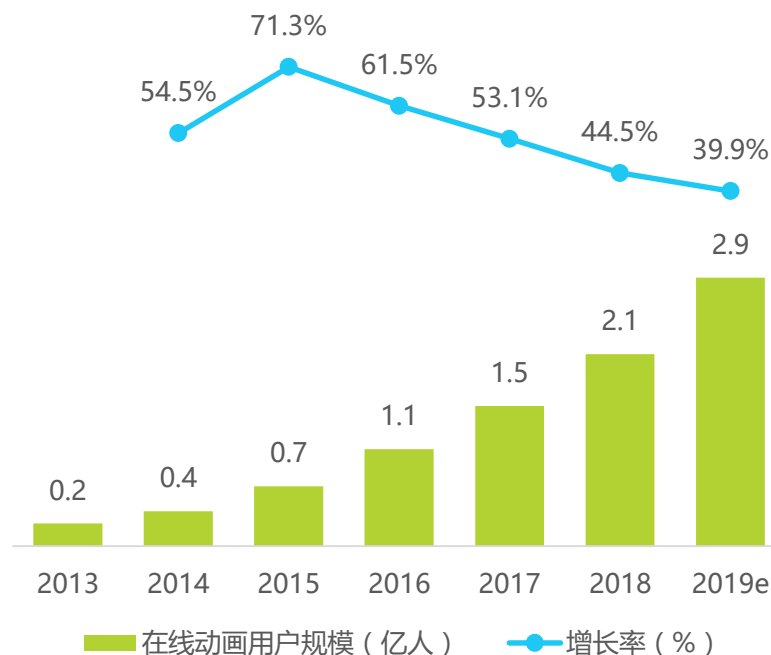
泛二次元用户规模近3.5亿，在线动漫用户量达2.19亿

随着青少年物质生活水平的提高，以及二次元文化等在中国的广泛传播，中国泛二次元用户规模巨大。艾瑞数据显示，2018年中国的泛二次元用户规模将近3.5亿，在线动漫用户规模也达到2亿多。庞大的用户规模为中国动漫产业的发展带来巨大的需求市场。

2013-2019年中国泛二次元用户规模



2013-2019年中国在线动画用户规模



来源：艾瑞研究院综合市场调研、行业访谈以及数据推算模型等。
泛二次元用户统计标准：最近半年内至少看过一次动画或者漫画，观看渠道不限。

来源：艾瑞研究院综合市场调研、行业访谈以及数据推算模型等。
在线动画用户统计标准：最近半年内每周至少在网上看一次动画。

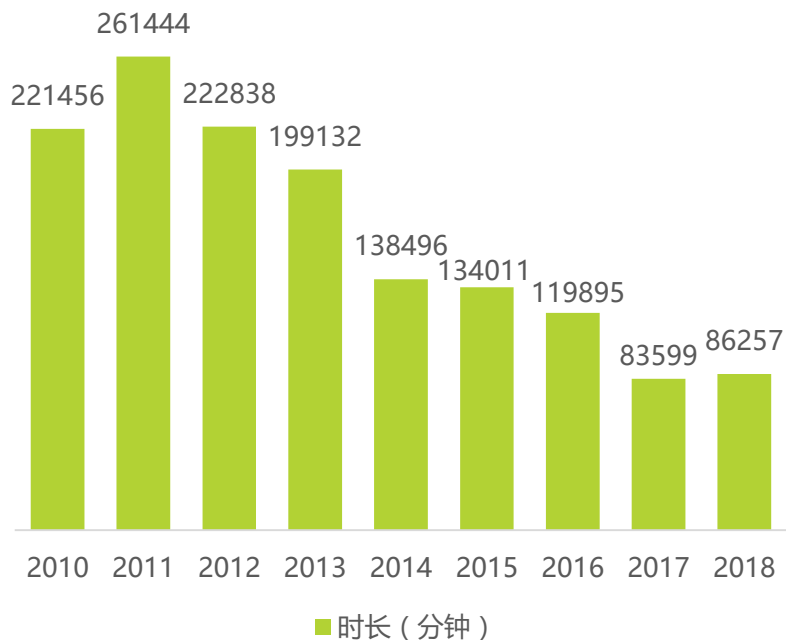
电视动画产量逐年下降

用户转向互联网渠道，电视动画产量理性回归

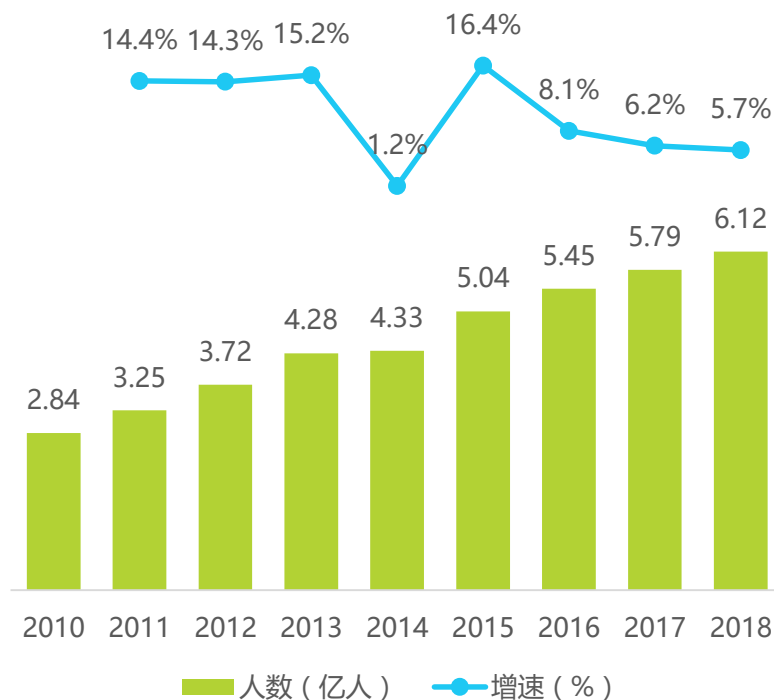
中国电视动画产量曾在2011年达到世界第一，但从质量上来看，精品并不算多。大多动画制片企业都想尽可能多地拿到政策补贴。不把动画本身作为一个作品而创作，在市场上形成了“粗制滥造动画——电视台换知名度——同步生产玩具等产品——利用强大的渠道能力铺货赚钱”的恶性循环和暴利玩法。但随着互联网渠道的兴起，越来越多的用户选择通过网络观看动画视频节目，电视动画的受众逐渐减少，产量也随之逐年下降。

2010-2018年中国电视动画

生产总时长



2010-2018年中国网络视频用户规模



来源：中国国家统计局官网。

来源：CNNIC统计公报。

产业链构成

产业链构成主要可以分为上中下游三个环节。产业链的上游是内容方，主要包括可供改编动画的网文IP和漫画IP提供方以及原创动画公司。产业链的中游是渠道发行方，动画的主要播放渠道包括网络视频播放平台，电视台以及电影院线等。产业链的下游则是基于IP的衍生开发公司，包括IP授权代理公司，也包括衍生开发公司，而衍生品则包括影视、游戏、玩具、服装、主题公园等等。

中国动画行业产业链



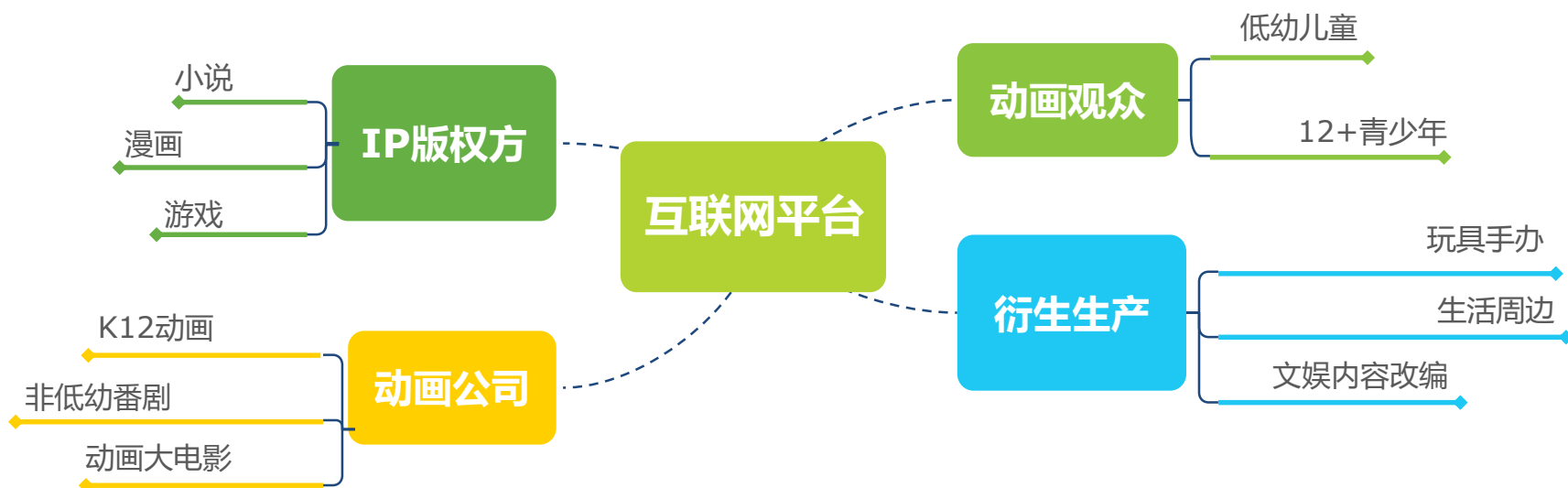
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

产业链运作

以平台为核心，连接生产和消费

中国目前的动画市场，很大部分是以互联网平台为核心，集聚IP创作方和消费衍生方；核心的盈利渠道则是以授权、自主开发等形式进行游戏、影视剧、网大、网剧、衍生品的产品开发，获取行业外的收入。以平台为核心的运作模式中，资本助力快速增长的红利曾为平台方带来巨额利润，但IP创作方变得更加依附于平台，自身的产业话语权也被进一步挤压。

互联网平台为核心的运作模式



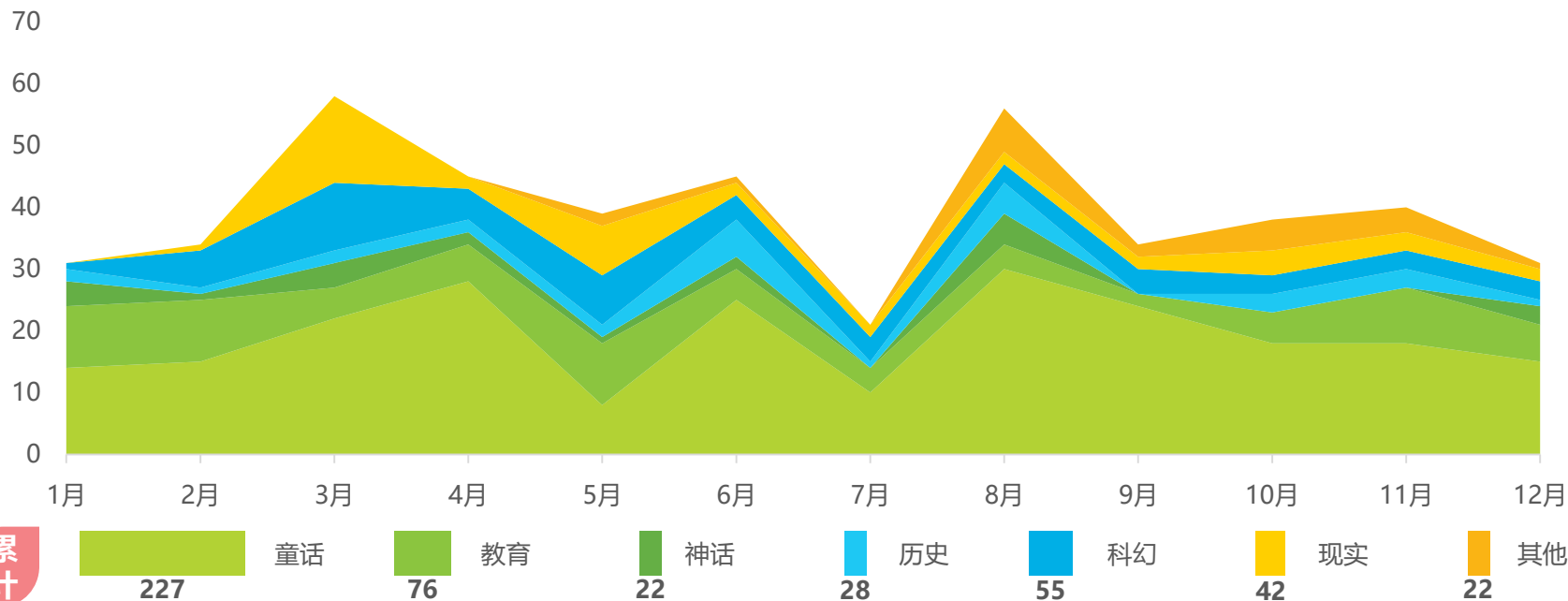
来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

行业细分市场—K12动画

K12动画占据电视动画市场主流，低幼市场长青

2016年开放二胎政策落地后，2019年正在迎来低幼动画受众的人口小高潮。作为可以和玩具、服饰、视频、家居、影视、教育、文旅等多个产业整合的内容，低幼产业被长期看好。低幼市场是一个被看好的长青市场。2017、2018年开始也有制作质量还不错的公司看到了低幼动画的市场空白，投入作品开发，不少80年代有中国特色的经典动画作品也在投入重制，2019年将有几部不错的作品上线。

2018年中国国家广电总局备案公示的电视动画题材分布



来源：中国国家广电总局官网。

行业细分市场—非低幼番剧

视频平台强势参与动画出品，整合动画公司产能

随着互联网的普及下沉，互联网视频平台成为非低幼番剧的主要传播渠道，视频平台方为获取优质稳定的动画内容，强势参与动画出品。2018年，以哔哩哔哩和腾讯视频为主要代表，参与大量网络番剧出品，整合动画公司产能，推动动画作品大众化。

2018年平台方参与出品的动画

哔哩哔哩	《快把我哥带走》	《萌妻食神》	《山河社稷图》	《少年歌行》
	《我家大师兄脑子有坑》	《斩兽之刃》	《凸变英雄LEAF》	/
企鹅影视	《国民老公带回家》第四季	《非人哉》	《斗破苍穹》第二季	《白夜玲珑》
	《快把我哥带走》	《观海策》	《末世觉醒之入侵》	《帝王攻略》
	《实验品家庭》	《魔道祖师》	《全职法师》第三季	《斗罗大陆》
	《雪鹰领主》	《末日曙光》	《全职高手特别篇》	《星辰变》
	《择天记》第四季	《盛世妆娘》	《武庚纪》第二季	/
腾讯动漫	《一人之下》第二季	《幻界王》	《我的逆天神器》	《天才玩偶》
	《山河社稷图》	《通灵妃》	/	/

来源：艾瑞根据企业公开资料整理。

行业细分市场—动画电影

国产动画电影2018票房不佳，市场缺乏爆款

与2016年、2017年两部过10亿元的动画影片相比，2018年票房过亿元的仅有5部，近半数票房不足千万元；同时口碑影响也相形见绌，尤其非低幼向的动画电影中，2018年仅《风语咒》一枝独秀，而2017年的《大护法》、2016年的《大鱼海棠》、2015年的《大圣归来》都掀起过舆论风潮。其次，中国动画电影的整体规模有所下滑。截至去年底，2018年有票房纪录的动画电影共70部，总票房为40.24亿元，较2017年的49.9亿减少9.66亿元。

2018年中国市场票房过亿的动画电影

电影名称	票房（亿元）	制作地区	上映日期	豆瓣评分
熊出没·变形记	6.05	中	2018.2.16	6.8
蜘蛛侠：平行宇宙	4.27	美	2018.12.21	8.7
超人总动员2	3.54	美	2018.6.22	7.9
无敌破坏王2：大闹互联网	2.67	美	2018.11.23	8.1
精灵旅社3：疯狂假期	2.23	美	2018.8.17	6.7
哆啦A梦：大雄的金银岛	2.09	日	2018.6.1	6.5
龙猫	1.74	日	2018.12.14	9.2
公牛历险记	1.72	美	2018.1.19	7.2
比得兔	1.68	美	2018.3.2	7.1
新大头儿子和小头爸爸3	1.58	中	2018.7.6	4.9
名侦探柯南：零之执行人	1.27	日	2018.11.9	5.8
风雨咒	1.12	中	2018.8.3	6.9
赛尔号大电影6：圣者无敌（重映）	1.08	中	2018.8.28	4.7
神秘世界历险记4	1.04	中	2018.8.3	5.5

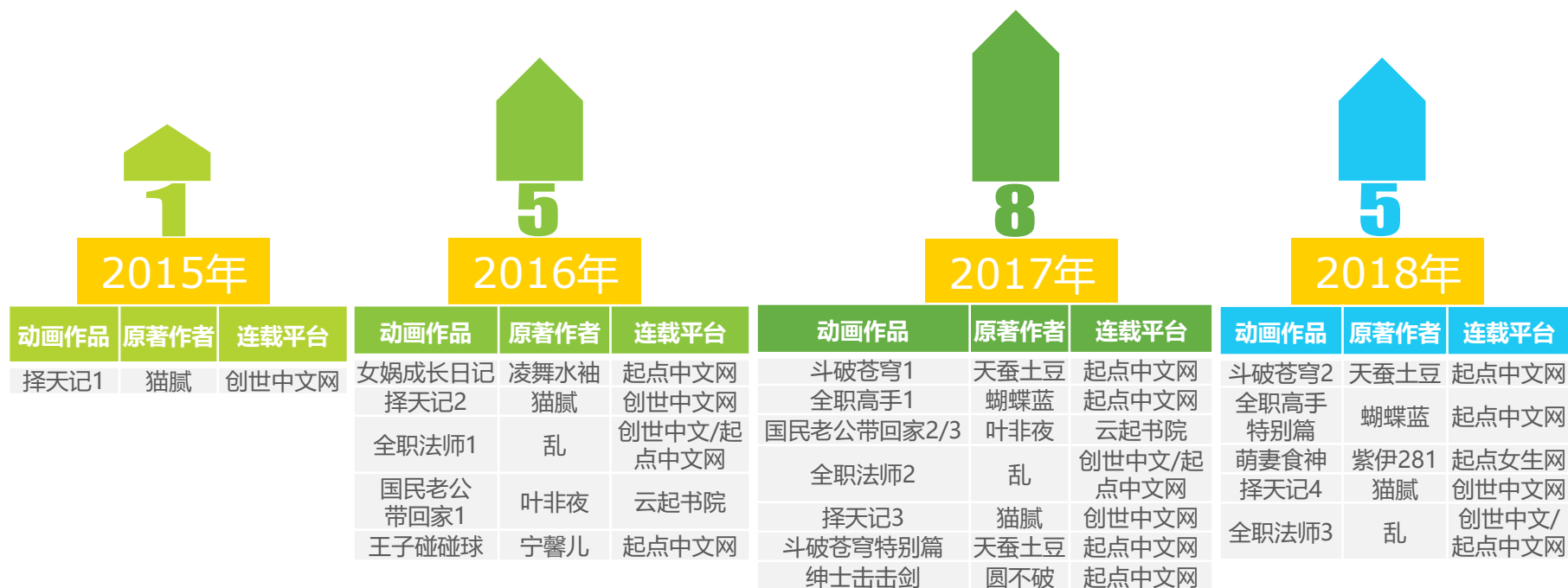
来源：艾瑞根据企业公开资料整理。

动画行业概述	1
中国动画行业发展环境分析	2
中国动画行业运行现状分析	3
中国动画行业代表性企业分析	4
中国动画行业未来发展趋势	5

网文IP源头众多的阅文集团

IP是衡量文化娱乐企业核心竞争力的重要标尺，而网络文学则被视为IP的源头。阅文集团成立于2015年3月，由腾讯文学与原盛大文学整合而成，拥有中文数字阅读强大的内容品牌矩阵，包括创世中文网、起点中文网、起点国际、云起书院、起点女生网、红袖添香、潇湘书院、小说阅读网、言情小说吧等网络原创与阅读品牌。作为目前国内最大的IP源头，阅文集团拥有作品储备近千万部，占据中国网络文学原创作品大半壁江山，背靠1000万部作品储备、200多种品类的内容优势，阅文集团弥补国漫受众年龄断层问题的同时，也纵向扩展了市场覆盖面。

阅文集团近几年文改漫作品产出情况



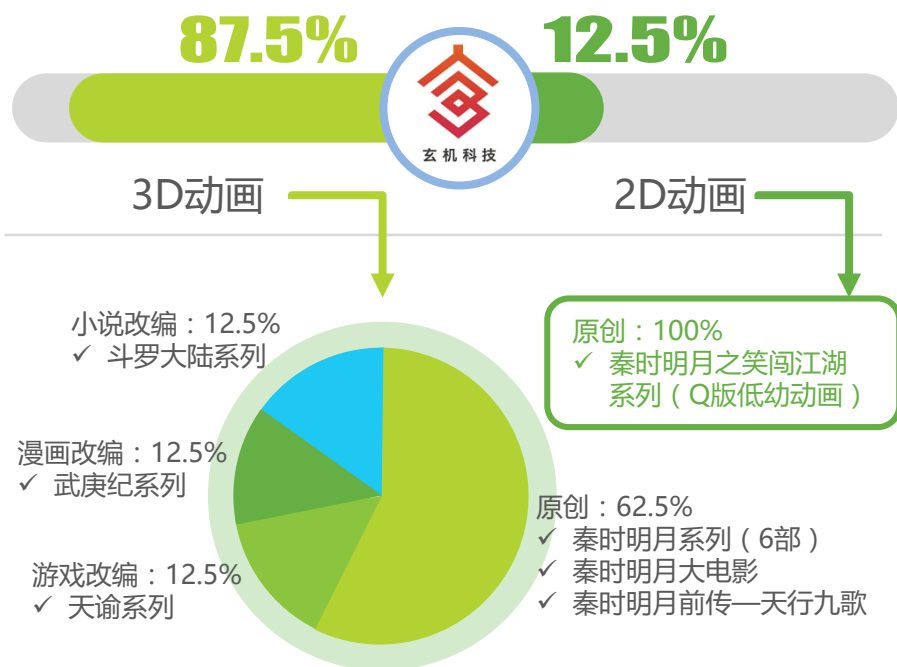
来源：艾瑞根据企业公开资料整理。

动画创作企业

3D动画制作能力强的玄机科技

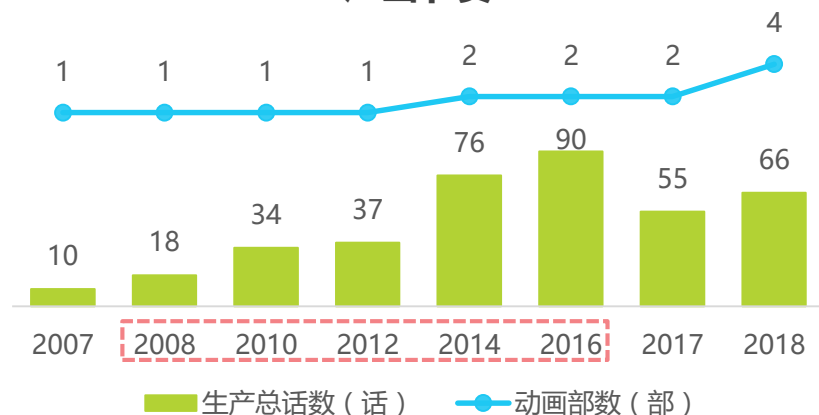
玄机科技，全名为杭州玄机科技信息技术有限公司，成立于2005年10月9日，旗下旗舰品牌为中国首部3D武侠动漫系列剧《秦时明月》。从玄机科技历年来制作完成的动画来看，玄机科技主打3D动画这一块，时尚感和科技感非常强，3D渲染效果使得画质精美，引进欧美流行的动态捕捉技术使得武打场面生动，并创造出“玄机步”“玄机美人”等特有名词。此外，玄机科技十分重视原创IP产权，《秦时明月》、《天行九歌》、《武庚纪》等知识产权都在玄机手上。

玄机科技历年来动画生产情况



在2016年之前，玄机科技3D动画作品基本上以2年为一个产出周期，产出节奏较慢。但随着后期3D制作技术的逐渐成熟以及原创与改编制作并举的生产模式下，近几年的作品产出周期加快，基本每年都会有几部3D动画作品面世。

2007-2018年玄机科技3D动画作品 产出节奏



来源：艾瑞根据企业公开资料整理。

动画创作企业

特色跨国代工生产的绘梦动画

绘梦动画，又名上海幻界文化传播有限公司，成立于2015年3月11日，前身是上海绘梦文化传播工作室。现今已在重庆、广州、北京设立分部，在日本东京、韩国首尔设立海外分公司，并入股本国株式会社ARTLAND，拥有比较丰富的海外合作资源。从绘梦的作品可以看出，其大多为与大平台合作的改编作品。而且，绘梦动画的制作模式几乎都是：本土做动画前期、企划、原画，然后将动画外包给日本的动画公司。在产量领先的情况下，作品的质量也参差不齐。

绘梦动画历年来动画生产情况

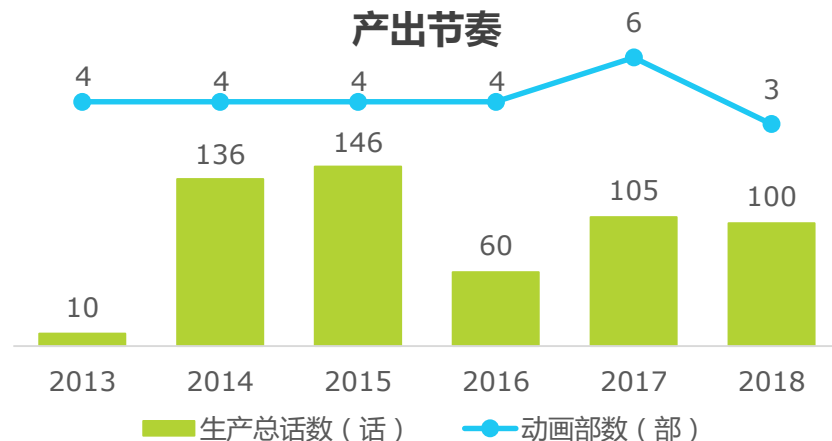
2D动画：**100%**



绘梦动画产出作品90%以上是改编制作的2D动画，且绘梦通常只承担前期的企划工作，再外包给日本动画公司。这种生产模式下，绘梦每年基本都有4部左右的动画作品面世，产出节奏相当快。但这种十分依赖外部资源的生产模式也相当脆弱，在之后的长期可持续发展中必然要有所改变。

2013-2018年绘梦动画2D动画作品

产出节奏



来源：艾瑞根据企业公开资料整理。

致力动画大电影的光线彩条屋影业

霍尔果斯彩条屋影业成立于2015年10月25号，是光线影业旗下一家以动画、漫画、奇幻元素为核心的综合影视公司。彩条屋影业成立之初，便一次性公布了22部动漫片单以及18款动漫游戏计划，共投资了13家动漫公司，横跨三维动画、二维动画、漫画、游戏、国外版权等，计划成为“中国的皮克斯”。但是，除了最初的2016年获得了喜人的业绩之后，彩条屋影业在2017年与2018年的票房情况并不出彩。2019年，彩条屋计划推出3部神话类型动画电影，业绩值得期待。

2015年彩条屋影业成立公布的动画大电影片单

类型	电影名称	类型	电影名称
国漫风	《大鱼·海棠》	真人奇幻	《暴走漫画》
	《大圣闹天宫》		《查理九世》
	《深海》		《莽荒纪》
	《哪吒之魔童降世》		《天行九歌》
	《姜子牙》		《秦时明月》
	《凤凰》		《怪医黑杰克》
合家欢	《秦时明月》系列	网络院线	《星游记》
	《果宝特攻之水果大逃亡》		《星海镖师》
	《美食大冒险》		《昨日青空》
影游跨界	《我叫mt之勇士战恶龙》		《救命，我变成了一条狗》
	《梦幻西游》		
	《龙之谷：精灵王座》		

来源：艾瑞根据企业公开资料整理。

彩条屋影业成立至今出品发行的动画大电影片单

动画电影名称	上映日期	担任职责	票房	首日排片
昨日青空	2018.10.26	出品	8382.7万	15.60%
熊出没·变形记	2018.2.16	出品、发行	6.05亿	7.70%
大世界	2018.1.12	出品、发行	262.5万	2.30%
大护法	2017.7.13	出品	8760.2万	13.10%
精灵王座	2016.8.19	出品	2508.9万	6.00%
大鱼海棠	2016.7.8	出品	5.64亿	19.20%
我叫MT之山口山战记	2016.6.17	出品、发行	1213.4万	12.90%
果宝特攻之水果大逃亡	2016.1.23	出品	833.5万	2.60%
烟花	2017.12.1	发行	7866.5万	22.90%
凤凰	2019	出品		
姜子牙	2019	出品		
哪吒之魔童降世	2019	出品		

来源：艾瑞根据企业公开资料整理。

发行播放企业

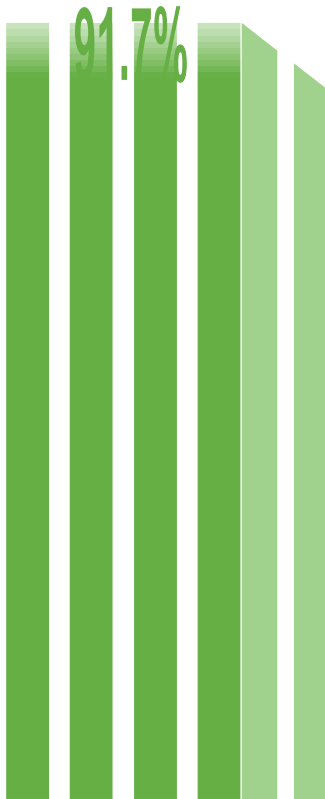
深度绑定制作公司，参与动画出品的哔哩哔哩

2019年哔哩哔哩渗透到动画产业链前端概况

参与制作



投资出品



播放平台

哔哩哔哩作为一家网络视频播出平台方，通过投资动画制作公司参与到动画的前期制作中，此外通过资金投入的方式，选择优秀动画作品标的进行投资，深度渗透到动画产业链的前端环节。

哔哩哔哩发布的2019年国漫片单

- ✓ 灵笼
- ✓ 异常生物见闻录
- ✓ 残次品
- ✓ 嗜谎之神
- ✓ 万国志
- ✓ 百妖谱
- ✓ 萌妻食神
- ✓ 拾又之国
- ✓ 元龙
- ✓ 镇魂街第二季
- ✓ 请吃红小豆吧！第二季
- ✓ 仙王的日常生活
- ✓ 汉化日记
- ✓ 我家大师兄脑子有坑第二季
- ✓ 大王不高兴
- ✓ 天宝伏妖录
- ✓ 少年歌行
- ✓ 我开动物园那些年
- ✓ 时之歌——花与焰的狂想诗
- ✓ 领风者
- ✓ DEVIL GAME
- ✓ 准星
- ✓ 不灭的我
- ✓ 垂直世界

动画行业概述	1
中国动画行业发展环境分析	2
中国动画行业运行现状分析	3
中国动画行业代表性企业分析	4
中国动画行业未来发展趋势	5

分工细化

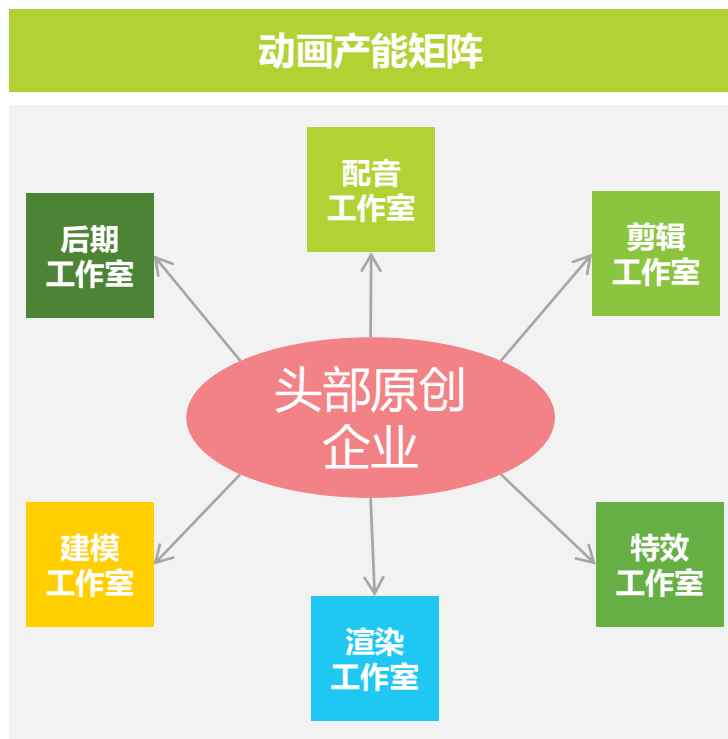
创意与制作分离，专业小工作室不断涌现

由于动画的前期创意开发需要花费较长的时间，按照传统的动画工作室运营模式，这段时间公司的人力资源会形成较大的闲置浪费。但是，随着三维动画技术的发展，3D动画制作日益成熟，流程化的分工也越来越容易，建模材质、灯光渲染、特效合成、后期处理、剪辑编辑等各种专业分工将日渐独立出来。而对于二维动画而言，我国已经积累起了丰富的代工制作经验。未来，更加专业且灵活的小工作室将不断涌现，承担起原创动画企业的后期制作工作。

动画工作室运营模式



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。



动画电影突围

票房增长可期，企业着力IP经营及档期宣发

2018年中国的动画电影市场表现平平，票房过亿元的仅有5部，近半数票房不足千万元，同时口碑反应也乏善可陈。但纵观近几年中国动画电影的市场情况，熊出没系列电影却常年居于年度票房榜单前几名，并且口碑反响也一直不错。仔细分析来看，在中国动画电影市场，熊出没大电影通过经年积累下来的观众熟悉度（IP经营）以及春节档档期安排（档期宣发），每年均能取得不俗的票房成绩。未来，国产动画电影要想从院线电影中突围，除品质上的打磨外，IP经营和档期宣发将是另一大突破点。



2014-2019年熊出没系列动画电影中国市场票房情况



来源：猫眼电影官网。

新消费时代，动漫作为赋能产品的价值渐被认可

从动漫产业链来看，动漫产值的最大一部分来自下游的衍生开发。2019年，在一些资源型公司的推动下，会有越来越多动漫内容与实体消费结合。以快销为主，其中食品和日化用品将常态化。随着消费群体的迭代，80、90后成为主流消费群体，但线下消费品同质化严重，实体经济都希望自己能打上年轻化的标签吸引新的消费者。未来，动漫内容，或者说即使是非头部动漫内容+消费品，也可以为产品在差异化竞争中提供优势。



《我是江小白》是一部写实风格的都市青春题材动画

动画作品讲述的是患有间歇性失忆症的编辑江小白，在遇到海归作家佟离后，所回忆起青春的那一段被遗忘的时光，而“江小白”是重庆著名的酒业品牌。这部作品由两点十分动漫和重庆江小白酒业联合出品制作，将动画内容和酒业品牌结合，使得江小白从一个单薄的瓶上形象，变为一个立体的有血有肉有情感的具象的人，从一个白酒品牌落地为一个更具辨识度和记忆感的真实IP。



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

扫描二维码
读懂全行业

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询