

2012-2013

中国动漫游戏产业年度报告

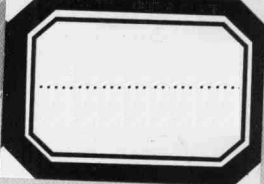
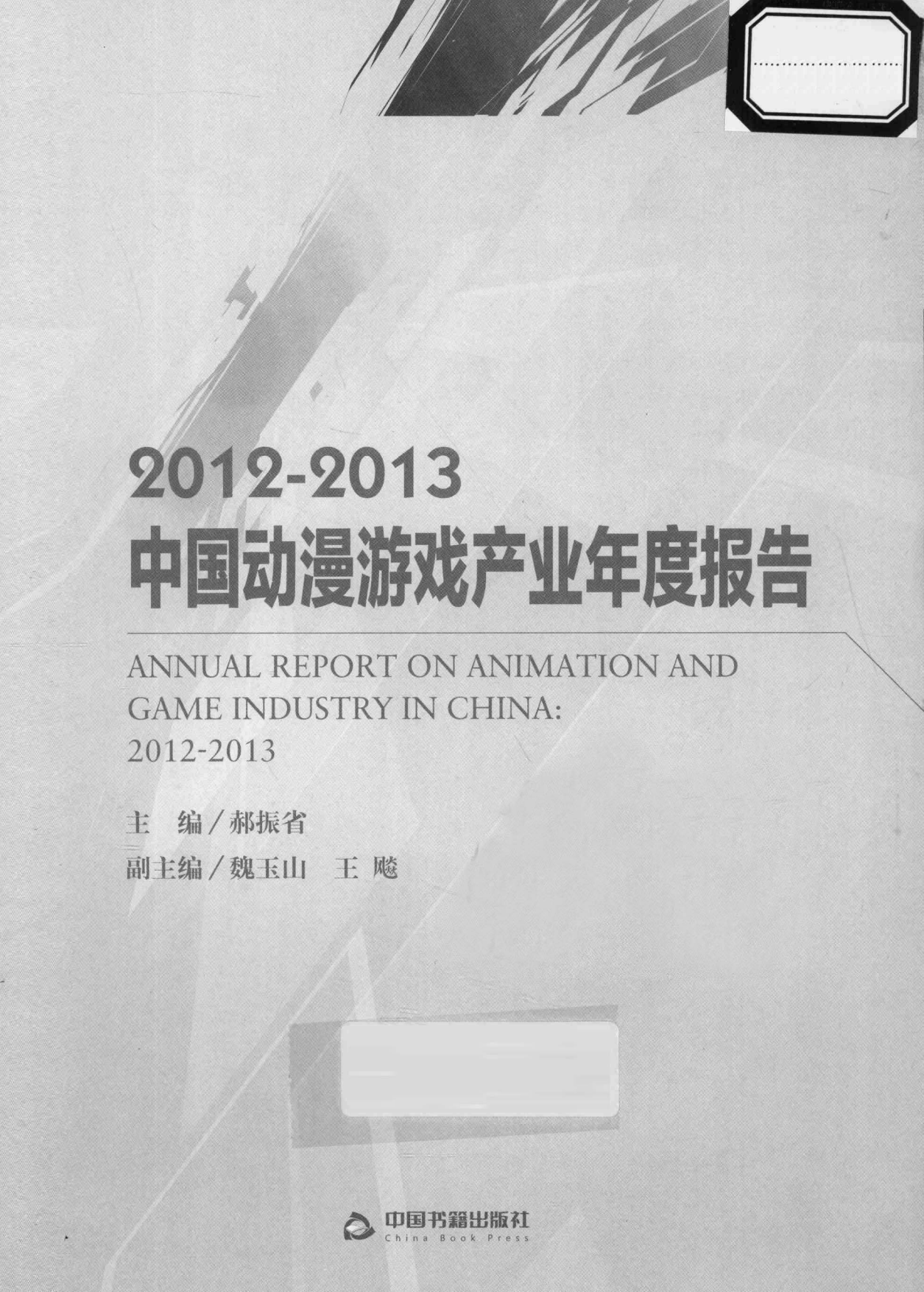
ANNUAL REPORT ON ANIMATION AND
GAME INDUSTRY IN CHINA:
2012-2013

主 编 / 郝振省

副主编 / 魏玉山 王 飏



中国书籍出版社
China Book Press



2012-2013 中国动漫游戏产业年度报告

ANNUAL REPORT ON ANIMATION AND
GAME INDUSTRY IN CHINA:
2012-2013

主 编 / 郝振省

副主编 / 魏玉山 王 飏



中国书籍出版社
China Book Press

图书在版编目 (CIP) 数据

2012 ~ 2013 中国动漫游戏产业年度报告 / 郝振省主编.

—北京: 中国书籍出版社, 2014. 4

ISBN 978 - 7 - 5068 - 4071 - 2

I. ①2… II. ①郝… III. ①动画片—产业—研究报告—中国—2012 ~ 2013
②互联网络—游戏—产业—研究报告—中国—2012 ~ 2013 IV. ①J954 ②G899

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 041689 号

2012 - 2013 中国动漫游戏产业年度报告

郝振省 主编

责任编辑 许艳辉

责任印制 孙马飞 张智勇

封面设计 嘉玮文化

出版发行 中国书籍出版社

地 址 北京市丰台区三路居路 97 号 (邮编: 100073)

电 话 (010) 52257143 (总编室) (010) 52257153 (发行部)

电子邮箱 chinabp@vip.sina.com

经 销 全国新华书店

印 刷 北京温林源印刷有限公司

开 本 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数 350 千字

印 张 21.5

版 次 2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5068 - 4071 - 2

定 价 45.00 元

版权所有 翻印必究

《2012 - 2013 中国动漫游戏产业年度报告》

课题组

组 长：郝振省

副 组 长：魏玉山 王 飏

课题组成员：孟晓明 郝园园 宋迪莹 李 熙

毛文思 徐 飞 李广宇 李 游

汤雪梅 杨 涛

课题合作单位：

中国电视艺术家协会卡通艺术委员会

凤凰出版传媒集团江苏凤凰文艺出版社有限公司

人民邮电出版社

童趣出版有限公司

中国移动手机动漫基地

中国移动手机游戏基地

上海淘米网络科技有限公司

北京磨铁图书有限公司

北京天视全景文化传播有限公司

北京中卡信知识产权代理中心

ASOUL 漫画工作室

《2012 - 2013 中国动漫游戏产业年度报告》

撰稿人名单

撰稿人名单：（按文序排列）

毛文思	宋迪莹	郝园园	李游
孟晓明	李熙	李广宇	徐飞
李游	宋欣欣	韩志	冯小雪
张丽	张燕鹏	曾达峰	康笛
杨晓东	苏峰	姜海军	宋磊
王宁	曲元元	汤雪梅	杨涛
端木文林			

统稿：王飏 孟晓明

前 言

《2012-2013 中国动漫游戏产业年度报告》是国家新闻出版广电总局直属研究机构中国新闻出版研究院的课题成果。中国新闻出版研究院院长郝振省担任课题组组长；党委书记、副院长魏玉山、数字出版研究所所长王飏担任副组长，共同主持了本《报告》的编撰工作。中国新闻出版研究院数字出版研究所动漫游戏产业研究中心的部分研究人员、中国电视家协会卡通艺术委员会、凤凰出版传媒集团、人民邮电出版社、童趣出版有限公司、中国移动手机动漫基地、中国移动手机游戏基地等业界专家共同参与了本报告的撰写工作。

《2012-2013 中国动漫游戏产业年度报告》在结构上分为：主报告、分报告、专题报告及案例研究、附录和大事记 5 个部分，对动漫图书、动漫期刊、电视动画、动画电影、动漫音像、网络动漫、移动动漫、客户端游戏、网页游戏、移动游戏、动漫游戏基地园区、动漫品牌授权、动漫教育及培训等 13 个细分行业的发展状况、典型企业的发展模式和经验、行业存在的问题与发展趋势进行了深入而透彻的分析。

本书具有重要的现实意义。它对动漫游戏产业及其各个行业所做的系统分析和梳理，对政府主管部门、动漫游戏管理和运营机构具有重要的参考价值，将对动漫游戏政策制定、动漫游戏机构和运营战略等产生重要影响。同时，本书对于从事动漫游戏产业研究的高校师生以及研究人员是一本有意义的参考书。

再次感谢合作单位为课题组提供大量一手数据，感谢合作单位专家的支持与帮助！

编 者

2014 年 4 月 13 日

目 录

主 报 告

2012 - 2013 中国动漫游戏产业年度报告

..... 中国动漫游戏产业年度报告课题组	(3)
第一节 动漫游戏产业环境综述	(3)
一、国际环境	(3)
二、国内环境	(5)
第二节 动漫游戏产业规模分析	(6)
第三节 动漫游戏产业发展态势分析	(10)
一、动漫产业	(10)
二、游戏产业	(18)
第四节 动漫游戏产业存在的主要问题与对策分析	(20)
一、加大政府扶持力度, 逐步完善产业链条	(20)
二、大力开发动漫衍生产品	(21)
三、积极探索动漫游戏人才培养模式	(22)
四、净化行业环境, 加强版权保护	(22)
第五节 动漫游戏产业趋势分析	(23)
一、新机遇推动新型文化业态发展	(23)
二、挖掘地域文化, 打造内容精品	(24)
三、产业发展推动企业转型和二次创业	(24)
四、移动动漫游戏将成为产业热点	(25)

五、海外市场将成为中国动漫游戏产业的新增长点	(25)
------------------------------	------

分 报 告

动漫图书出版产业年度报告	(29)
一、动漫图书出版产业概况	(29)
二、动漫图书发行渠道及用户市场分析	(35)
三、动漫图书出版行业赢利能力分析	(36)
四、动漫图书出版存在的问题及对策分析	(37)
五、动漫图书出版发展趋势分析	(39)
动漫期刊出版产业年度报告	(41)
一、动漫期刊出版产业总况	(41)
二、动漫期刊发行渠道及用户市场分析	(44)
三、动漫期刊出版存在的问题及对策分析	(51)
四、动漫期刊出版发展趋势分析	(55)
电视动画产业年度报告	(57)
一、产业概述	(57)
二、电视动画报备及实际生产情况	(58)
三、电视动画播出情况	(64)
四、发展特点	(66)
五、动画产业存在的问题	(68)
动画电影产业年度报告	(71)
一、2012-2013 年中国动画电影产业发展概述	(71)
二、2012-2013 年中国动画电影产量及收益	(71)
三、2012-2013 年中国动画电影特征	(73)
三、国产动画电影存在的问题及对策建议	(76)
动漫音像出版产业年度报告	(79)
一、动漫音像出版物市场概述	(79)
二、动漫音像出版物行业遭遇的问题及对策	(82)

三、动漫音像出版产业发展趋势	(83)
网络动漫出版产业年度报告	(84)
一、网络动漫行业现状	(84)
二、网络动漫产业业态分析	(86)
三、网络动漫产业的用户及市场分析	(87)
四、网络动漫产业赢利能力分析	(87)
五、网络动漫产业链及赢利模式评析	(88)
六、网络动漫产业存在的问题及对策分析	(90)
七、网络动漫产业发展趋势分析	(92)
移动动漫出版产业年度报告	(93)
一、基本内涵及产业链结构	(93)
二、移动动漫业务的发展历程	(96)
三、移动动漫网络运营商发展现状及格局	(102)
四、移动动漫存在的问题及发展趋势	(107)
PC 网络客户端游戏年度报告	(110)
一、PC 网络客户端游戏发展现状	(110)
二、PC 网络客户端游戏赢利能力分析	(111)
三、PC 网络客户端游戏发展的问题与前景	(113)
网页游戏年度报告	(117)
一、网页游戏发展现状	(117)
二、网页游戏出版行业赢利前景	(122)
三、网页游戏发展中存在的问题	(126)
四、网页游戏发展趋势	(127)
移动游戏研究报告	(131)
一、移动游戏的概念与界定	(131)
二、移动游戏发展现状	(132)
三、中国移动游戏总体发展态势	(137)
四、移动游戏出版行业发展的促进因素	(138)
五、移动游戏发展的问题	(139)
六、移动游戏发展前景	(141)

动漫游戏基地园区发展状况年度报告	(144)
一、电信运营商手机动漫游戏基地发展报告	(145)
二、动漫游戏基地园区发展报告	(147)
三、动漫游戏基地园区政策研究	(150)
四、基地(园区)发展趋势研究	(152)
动漫品牌授权状况年度报告	(154)
一、国内动漫品牌授权现状	(154)
二、动漫品牌现状分析	(158)
三、动漫品牌形象企业案例——奥飞动漫	(160)
动漫教育及培训行业研究报告	(163)
一、我国动漫培训市场整体状况	(163)
二、动漫培训市场行业就业状况	(165)
三、解决动漫培训市场教学问题	(167)

专题报告及案例研究

童趣出版公司动漫书刊出版探索之路	(171)
一、出版《米老鼠》，童趣公司合资起步	(172)
二、童趣开创国产卡通动漫图书出版模式	(173)
三、童趣卡通动漫衍生图书的平面出版策划	(175)
四、童趣的动漫图书期刊营销模式	(177)
磨铁图书“漫画绘本”产品线的图书运营	(183)
一、向世界看齐打造“漫画绘本”精品	(183)
二、打造“漫画绘本”精品从选题开始	(184)
三、国民级“冷漫画”品牌的创立——《疯了！桂宝》系列	(186)
四、最成功的温暖治愈系动漫形象——阿狸系列	(187)
五、从作品品牌到作者品牌的完美塑造——朱德庸绘本系列	(188)
六、国际经典读物引进：世界品牌的中国发展之路	(190)
七、原创儿童漫画读物：公司化发展打造童书动漫品牌	(194)

论我国新媒体儿童动漫出版的现状及发展趋势	(196)
一、新媒体时代的我国儿童动漫出版业的特点和现状分析	(196)
二、新媒体儿童阅读特点的应对措施分析	(200)
三、新媒体时代儿童动漫出版的未来发展趋势	(205)
四、综述	(207)
中国移动助力传统动漫向数字化转型	(209)
一、动漫产业的繁荣前景和当前瓶颈	(209)
二、新媒体和新动漫的出现	(210)
三、2013 年手机动漫发展现状	(215)
四、新媒体动漫发展趋势	(222)
管理提升造就动漫出版物的辉煌	(228)
一、《漫友》	(228)
二、《知音漫客》	(230)
三、《动漫周刊》	(233)
四、《漫友》《知音漫客》和《动漫周刊》之比较	(234)
五、结束语	(237)
由案例浅谈中国动漫版权保护的现状及应对办法	(238)
一、国内知名动漫企业版权保护事件	(239)
二、结语	(245)
中国漫画“走出去”，任重而道远	(246)
一、中国漫画“走出去”的基本情况	(246)
二、中国漫画“走出去”的问题和对策分析——以天视全景公司 为例	(247)
三、结语	(253)
推进绿色健康泛游戏，传递娱乐文化正能量	(254)
一、行业发展现状与趋势	(254)
二、中国移动手机游戏基地发展情况	(261)
淘米的儿童虚拟社区探索与实践	(266)
一、动漫产业所面临的全新媒体环境	(266)
二、儿童虚拟社区——新媒体环境下诞生的动漫产品新形态	(267)

三、从新媒体动漫产品到新媒体卡通品牌的探索	(269)
四、新媒体时代动漫产业发展的趋势	(272)
五、结论	(276)
中国网络游戏赢利模式研究	(277)
一、网络游戏赢利模式的现状	(277)
二、网络游戏赢利困境	(279)
三、网络游戏未来赢利模式展望	(282)

附录

基于移动智能终端的漫画阅读情况调查研究报告	(287)
第一章 移动漫画阅读调查的背景及方法	(287)
一、移动漫画阅读调查的背景	(287)
二、移动漫画阅读研究名词定义	(287)
三、调查方法介绍	(288)
第二章 移动漫画阅读用户分析	(288)
一、性别结构	(288)
三、年龄结构	(289)
四、学历结构	(289)
五、职业结构	(290)
六、收入结构	(291)
第三章 漫画阅读用户阅读消费行为分析	(291)
一、阅读设备	(291)
二、阅读地点	(292)
三、阅读习惯	(293)
四、用户阅读习惯	(293)
五、使用网站	(294)
六、使用客户端	(295)
七、漫画网站和客户端信息获知渠道	(296)

第四章 移动漫画用户阅读消费行为分析	(296)
一、付费阅读比例	(296)
二、付费用户花费比例	(297)
三、付费模式选择	(297)
四、不付费原因	(298)
第五章 漫画阅读用户心理认知分析	(298)
一、漫画选择要素	(298)
二、漫画类型偏好	(299)
2012 年动漫游戏大事记	(301)
2013 年 1 - 6 月动漫游戏大事记	(317)

主 报 告

2012 - 2013 中国动漫游戏产业年度报告

中国动漫游戏产业年度报告课题组

第一节 动漫游戏产业环境综述

2012 - 2013 年, 全球动漫游戏强国呈现出以下发展格局: 美国, 动漫产业发展依旧领先全球; 移动游戏发展一枝独秀。日本, 动漫产业已成为其国内第三大产业; 移动游戏发展较快, 但空间有限。韩国, 家庭宽带网助推动漫产业数字化; 网游产业依然领先亚洲。国内, 在国家全面支持文化大发展的背景下, 无论是政策环境还是市场环境都更加有利于动漫游戏产业发展: 国家对动漫产业的扶持政策脉络清晰; 数字新媒体产业的兴起给动漫游戏产业带来新的发展契机; 智能终端的普及推动动漫游戏消费群的扩张。

一、国际环境

在过去的一年里, 全球动漫游戏产业继续加快数字化进程, 成效显著。同时, 在发展过程中, 以美日韩为代表的动漫游戏强国也表现出了一些自身特色。

(一) 美国: 动漫产业发展依旧领先全球; 移动游戏发展一枝独秀

美国的动漫产业长期以来一直是全球动漫产业中规模最庞大、影响力最广的产业。以迪士尼为代表的动漫企业在全产业链中占据了难以撼动的地位。

美国动漫产业成功的关键在于两方面: 一是充分的市场化, 二是政府的支持。市场化使企业能够根据公众需求, 进行全方位、跨媒介、多衍生行业的运作。美国动漫企业能够有效把握观众心理, 通过高技术、大资本的投入打造动

漫作品，再逐步延伸至影视产品、音像制品、主题公园等多个领域，达到高投入、高回报的效果。同时，美国政府对动漫产业的支持直接推动了产业的发展。政府的支持不仅包括资本的直接扶持，而且相关法律法规的确定和完善也是推动动漫产业发展的重要因素。

美国是智能手机与平板电脑等一系列高科技电子产品的“发源地”，因此，也是移动游戏产业最早普及的国家之一。根据 eMarketer 的数据，2012 年移动游戏玩家数量已经达 1.02 亿人，2013 年这一数字达到 1.26 亿人，预计 2017 年，玩家数量将达到 1.91 亿。到 2016 年末，在美国智能手机用户中，游戏玩家数量占比将达到 80% 以上，成为美国游戏市场上的最大群体，即美国每 10 名智能手机用户中，至少有 8 人玩移动游戏。不仅如此，在以休闲游戏、社交游戏、移动游戏等为代表的平台中，移动游戏平台用户领先其他所有平台。

（二）日本：动漫产业已成为第三大产业；移动游戏发展较快，但空间有限

据了解，到目前为止，动漫产业占日本 GDP 总量超过 10%，已经成为日本第三大产业。

日本动漫产业链完整，历史悠久，有良好的融资制度，以及专业的制作人才，动画产业跟漫画产业及游戏产业搭配无间，真正做到了三位一体：一个好的动画可以被做成游戏，同样好的游戏也可以发展成动画；而好的漫画，既可以做成动画，也可以成为游戏题材。近年来因为电脑技术与互联网的发展，日本的动漫产业也加速推行数字化，并且成为日本数字化产业中的重要一环。

移动游戏产业是日本游戏市场整体衰落中的一个特例。自 2009 年之后，基于以 Gree 为首的社交游戏平台的崛起以及智能手机的普及，为移动游戏市场带来新的发展契机。数据变化能清楚说明这一点：截至 2011 年末，数据显示日本智能手机市场普及率仅占 17%，而截至 2012 年 8 月，智能手机普及率增长至 60%，智能手机用户已占全国人口的四分之一。智能终端用户的增长带动了移动游戏的市场需求。从市场趋势来看，移动游戏目前处于高速增长期，但这一时间不会太长，估计仅能持续 1-3 年。因为整个国家人口数量将使市场的增长空间受限。

（三）韩国：家庭宽带网助推动漫产业数字化；网游产业依然领先亚洲
韩国虽然是世界动漫产业发展的后起之秀，但是目前动漫产业的产量已占