

<<动漫衍生产品营销>>

图书基本信息

书名：<<动漫衍生产品营销>>

13位ISBN编号：9787111251859

10位ISBN编号：7111251857

出版时间：2009-1

出版时间：机械工业出版社

作者：赵永新 编

页数：148

字数：207000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<动漫衍生产品营销>>

### 前言

动漫产业是指以创意为核心，以动画、漫画为表现形式，包括动漫图书、报刊、电影、电视、音像制品、舞台剧和基于现代信息传播技术手段的动漫产品的开发、出版、播出、演出和销售，以及与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营的产业。

动漫产品是广大人民群众特别是未成年人喜爱的文化产品。

发展动漫产业对于满足人民群众精神文化需求，促进社会主义先进文化和未成年人思想道德建设、推动文化产业发展、培育新的经济增长点都具有重要意义。

动漫产业被誉为21世纪最有发展潜力、最有前途的朝阳产业。

动漫产业作为一个新兴产业，具有启动快、扩张强、投资回报高、产业关联度大、国际化程度高和发展空间巨大的特点和优势，并且在全球性文化产业中扮演着越来越重要的角色。

我国动漫产业有着广阔的市场，拥有约5亿动漫影视产品的消费群体。

但我国的动画产业尚处于起步阶段，如何发展和振兴中国动画行业，已成为很多有识之士谈论的焦点。

本书力图从动漫衍生产品的特点入手，以营销的方法、技巧为主要内容，结合大量国内外成功的案例，让读者全面系统地了解动漫衍生产品的营销思路和方法。

本书是动漫技术系列丛书的一部分，也是河北大学部分教师、硕士研究生及河北大学亿万泰动漫基地员工集体努力的结果。

本书由赵永新主编，参加编写的还有：张殿清、安岩、王毅、高志艳、郭宁、薛彬。

总之，在我国，动漫衍生产品营销不论在动漫领域还是在营销领域，都是一个崭新的课题，也是一门复杂的、需要综合运用各种技能与技巧的艺术。

由于国内动漫产业刚刚兴起，加之作者的学识、水平及经验有限，书中不妥之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

## <<动漫衍生产品营销>>

### 内容概要

本书从动漫衍生产品的特点入手，分析了目前国内外动漫市场的现状以及我国动漫市场存在的主要问题。

本书以营销的方法、技巧作为主要内容，通过结合大量国内外成功的案例，使读者全面系统地了解动漫衍生产品的营销思路和方法。

本书可作为动漫及多媒体相关专业的教学用书，也可作为相关从业人员的参考用书。

## <<动漫衍生产品营销>>

### 书籍目录

#### 前言

#### 第1章 动漫衍生产品概述

- 1.1 动漫、动漫产业和动漫衍生产品基本概念的界定
- 1.2 世界动漫衍生产品产业发展历程概述
- 1.3 我国动漫衍生产品市场概述

#### 第2章 动漫衍生产品与动漫产业链分析

- 2.1 动漫衍生产品的产业分析
- 2.2 国内外动漫与衍生产品产业链模式
- 2.3 我国动漫产业链的现状
- 2.4 动漫衍生产品营销的产业化道路

#### 第3章 动漫衍生产品消费者市场和购买行为分析

- 3.1 动漫衍生产品的消费需求与市场细分
- 3.2 动漫衍生产品消费者购买行为分析
- 3.3 消费者购买决策过程

#### 第4章 动漫衍生产品市场的调研与预测

- 4.1 动漫衍生产品市场调研概述
- 4.2 抽样调查
- 4.3 资料的收集
- 4.4 问卷的设计与分析
- 4.5 市场预测
- 4.6 定性预测方法
- 4.7 定量预测方法

#### 第5章 动漫衍生产品市场的营销战略

- 5.1 营销战略概述
- 5.2 我国动漫企业竞争现状分析
- 5.3 制定营销战略
- 5.4 品牌营销战略分析

#### 第6章 动漫衍生产品的包装决策

- 6.1 包装设计概论
- 6.2 动漫衍生产品的包装设计

#### 第7章 动漫音像制品的营销

- 7.1 动漫音像制品产业的历史及现状分析
- 7.2 动漫音像制品的市场前景和预测
- 7.3 动漫音像制品的营销策略
- 7.4 案例分析：“奥运福娃”动漫启示录

#### 第8章 动漫服装产业的营销

- 8.1 我国动漫服装产业的现状
- 8.2 我国动漫服装产业的市场潜力
- 8.3 动漫服装产业的营销策略

#### 参考文献

## 章节摘录

插图：第1章 动漫衍生产品概述1.1 动漫、动漫产业和动漫衍生产品基本概念的界定在全球文化产业经济迅猛发展的背景下，动漫产业已经成为第三产业中迅速崛起的一个庞大产业群，成为整个国民经济发展的新的经济增长点。

动漫产业的市场走向和营销管理日益成为学者、商家关注的焦点。

动漫产业属于文化产业范畴，为了深刻地理解动漫产业，必须首先了解文化产业的基本概念。

1.1.1 动漫的定义动漫，是动画和漫画的合称。

动画（animation或anime）或者卡通（cartoon）是指由许多帧静止的画面连续播放时的过程。

无论静止画面是由电脑制作还是由手绘而成，抑或只是黏土模型每次轻微的改变，只要其后对此进行拍摄，并将所拍摄的单帧画面串联在一起，以每秒16帧或16帧以上的速度去播放，使眼睛对连续的动作产生动感的错觉，就可称为动画或卡通。

通常这些影片是由大量密集和乏味的劳动产生，即便在电脑动画科技得到长足进步和发展的今天也是如此。

漫画（comics或manga）一词在中文中有两种意思：一种是指笔触简练，篇幅短小，风格具有讽刺、幽默和诙谐的味道，却蕴含深刻寓意的单幅绘画作品；另一种是指画风精致写实，内容宽泛，风格各异，运用分镜式手法来表达一个完整故事的多幅绘画作品。

两者虽然都属于绘画艺术，但不属于同一类别，彼此之间的差异甚大。

但由于语言习惯已经养成，人们已经习惯把这两者均称为漫画。

<<动漫衍生产品营销>>

编辑推荐

《动漫衍生产品营销》由机械工业出版社出版。

<<动漫衍生产品营销>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>