

2016-2022年中国CG（计算机图像）市场现状调查与投资前景评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国CG（计算机图像）市场现状调查与投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201603/395984.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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。

二、报告目录及图表目录

CG（计算机图像）产业链构成

资料来源：公开资料整理

从服务创作的产业链来定义，上游行业主要包括投影仪等多媒体设备供应商、道具模型制作企业、装修装饰企业等；下游行业为各类具有视觉展示需求的企事业单位、政府部门等。

下游的应用领域非常广泛，涵盖了建筑、设计、工业/广告、动漫、游戏、影视、文体娱乐等行业的客户。公司获得下游客户的订单均遵循了市场化的原则，一方面下游客户通过招标、长期业务合作等方式选择具有品牌知名度的企业提供服务，另一方面，企业通过提供优质服务 and 新的展示手段满足客户不断升级的需求。

智研咨询发布的《2016-2022年中国CG（计算机图像）市场调查与投资前景评估报告》共十一章。首先介绍了中国CG（计算机图像）行业市场发展环境、中国CG（计算机图像）整体运行态势等，接着分析了中国CG（计算机图像）行业市场运行的现状，然后介绍了中国CG（计算机图像）市场竞争格局。随后，报告对中国CG（计算机图像）做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国CG（计算机图像）行业发展趋势与投资预测。您若想对CG（计算机图像）产业有个系统的了解或者想投资CG（计算机图像）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 中国CG（计算机图像）行业发展概述 1

第一节 行业发展情况概述 1

一、基本情况介绍 1

CG是英文Computer Graphics的缩写，中文译为“计算机图像”，随着以计算机为主要工具进行视觉设计和服务等一系列相关产业的形成，国际上习惯将计算机图像技术的运用统称为CG服务行业。大到规模宏大的奥运会开幕式视觉特效、小到图像美化，CG技术几乎覆盖了当今时代所有的计算机视觉艺术创作领域，如平面印刷品的设计、网页设计、三维动画、影视特效、多媒体技术、以计算机辅助设计为主的建筑设计及工业造型设计等。

CG行业起源于计算机图像技术在设计领域的拓展，二十世纪八九十年代兴起于科技发达的美国、日本及西欧等国家和地区。近年来，互联网技术、计算机相关软硬件技术、显示硬件设备、数字电视技术和通信技术日益成熟，极大的推动了CG产业的发展，CG技术逐步成熟并被广泛应用在数字出版物、电子游戏、电脑动画、电影特效、虚拟现实等各个领域。

CG行业的运用非常广泛，CG的市场需求极大促进了产品可视化、广告传媒、影视创作、

游戏娱乐、计算机软件、图像硬件等产业的发展，不断形成新兴的消费市场和商业模式。在美国、日本、韩国、西欧等国家和地区，CG行业已成为文化创意与计算机技术中不可或缺的支柱。在科技和娱乐的巨大需求拉动下，全球CG产业的年增长率约为10%，与其他产业相比，保持较快增长。

二、发展特点分析 2

第二节 行业上下游产业链分析 4

一、产业链模型原理介绍 4

二、行业产业链分析 6

CG技术几乎覆盖了当今时代所有的计算机视觉艺术创作领域，行业跨度较广，较难系统性的分类，许多领域有交叉重叠。CG行业应用领域大致有建筑、设计、房地产、会展、工业、广告、动漫、游戏、影视和各类文体娱乐等。根据服务客户形态来看，可以将服务于有形产品（如建筑设计、房地产、工业、广告）的对象再归类为产品可视化，余下是各类无形产品。由于CG技术的应用在我国由效果图兴起并大规模应用于建筑设计及房地产行业，近年来才逐步拓展到广告、工业和文体娱乐产业中，故在产品可视化领域内，根据中国市场的实际情况大致分成建筑产品可视化和非建筑产品可视化。

产品可视化是指采用CG技术将商业化需求进行可视化的展现，比如将客户产品的抽象特点、产品的形象外观、企业想要传达的产品内涵等内容，通过计算机图像、影片、场景等形式呈现出来的一个过程。产品可视化是公司的主营业务之一，按照国内现有主流应用领域的不同，产品可视化可分为建筑可视化和非建筑可视化。

1、建筑产品可视化

建筑可视化是以建筑或建筑群、园林、景观、城市等为对象，利用CG技术虚构出一个高仿真的3D环境，用静态或动态交互的方式全方位展示建筑景观的表现手法。其目的是将抽象、复杂的设计理念以直观、生动、逼真的视觉效果呈现出来，让观众对工程项目有更清晰的认知，从而为客户提供超越传统工程图纸，以全新视觉体验方案达到建筑产品宣传推广的作用。

我国的建筑可视化起步于20世纪90年代，初期主要以手绘、模型、计算机简单处理等方式表现。随着CG软硬件技术的发展，现在的建筑可视化是以建筑或建筑群、园林、景观、城市等为对象，充分利用CG技术虚构出一个高仿真的3D环境，用静态或动态交互的方式全方位展示建筑景观，让观赏者有身临其境的感受。目前建筑可视化包括了城市规划方案呈现、建筑效果图、建筑动画、建筑群呈现等形式。在建筑设计和城市规划领域，借助于CG技术的发展，建筑可视化产品已被广泛接受，并成为客户在工程虚拟演示、宣传推广、项目投标、汇报审批、城市规划设计等方面不可或缺的沟通工具、展示窗口和营销工具。

建筑可视化的下游行业主要是建筑设计行业与房地产行业，其市场规模和发展空间与商业及居民住宅等领域的房屋建设工程有较为密切的联系。

近几十年，我国国民经济保持了平稳快速发展，城镇化水平明显提高，固定资产投资规模

不断扩大，为建筑业的发展提供了良好的市场环境。

2001-2015 年我国建筑业总产值

资料来源：智研数据中心整理

2、非建筑产品可视化

(1) 简介

非建筑产品可视化是可视化技术在建筑行业以外的其它行业的应用，目前即公司分类的工业/广告行业。

典型的非建筑产品可视化产品如产品设计效果图/动画和工业设计效果图/动画等。非建筑产品可视化涉及范围极其广泛，包括装备制造行业（汽车、轮船、飞机、火车、机械零部件、能源开采设备）等工业产品，及电子产品、医疗健康（手机、医疗器械、检测仪器）等电子产品，除产品外也包含其生产工艺流程、工作原理等内容。随着CG技术的提升与创作手法的多元化，非建筑产品动画的水准越来越高，表现方式越来越多。目前非建筑产品可视化开始借助CG创作的产品动画的形式，用直接的视觉语言、节约成本的办法、看得见的产品来呈现设计灵感，用前瞻性的视角360度审视和模拟展现产品的内部结构和制造过程。

(2) 市场规模与竞争情况

当前我国工业企业尚未完全推广产品可视化理念，许多工业企业未意识到产品可视化对工业带来的巨大产品宣传推广效应。非建筑产品可视化的在国内的发展尚处于起步阶段，多数工业/广告企业选择以实拍的形式制作宣传产品，CG公司和相关公司并未有直接正面的竞争，CG技术的特性使所应用的工业/广告目前阶段具有一定的特殊性，相对集中于产品复杂、传统手段难以展示产品的市场需求领域。但可以预计，随着社会不断的发展，CG技术将逐步被市场认可，应用范围的不断扩展，结合CG技术独特的展现能力和想象空间，在非建筑行业中的应用将会成为产品可视化中很重要的发展趋势。其将直观反应在广告业的经营情况中，近年我国广告业发展情况如下：

2009-2014 年我国广告业经营额

资料来源：智研数据中心整理

目前，我国广告质量和效益总体上还处于较低水平，全国广告经营额在国内生产总值中的占比低于世界平均水平，人均广告费也远低于市场经济发达国家广告产业规模，与我国经济社会、发展的要求，还有较大差距。同时，我国广告产业还存在专业化、集约化、国际化程度不高，区域发展不平衡，经营方式粗放等问题，且拥有自主知识产权少，创新能力不强，总体服务质量和盈利水平都有待提高；广告从业人员素质参差不齐、流动性大，高端专业人才比较匮乏。

3、会展

广义的会展业包含了展览、展示馆厅、各类主题活动及舞美艺术的行业市场。

近年来，随着CG技术的进步和社会的不断发展，市场上出现了众多商业销售展厅、企业形象展厅、商业服务展厅、城市规划馆、科技馆、博物馆、大型文体活动、数字化旅游演出

项目等领域的会展需求。CG应用在奥运会、世博会、大运会等大型活动中取得的成功，对推动CG在会展行业的应用起到了良好的示范效应。

在商业客户方面，越来越多的企业意识到企业展厅不仅是对自身企业文化品牌的有效建设形式之一，也是企业文化品牌的新型传播通道，同时商业销售展厅、服务展厅对提升其企业形象和拉动产品销售起到了良好的促进作用，建设企业的商业展厅已经逐渐成为一种重要的销售手段。

在规划馆、科技馆和文化馆等公众展馆方面，根据国家统计局数据，截止2014年底，中国城市化率达到54.77%，随着未来城市化进程的不断加快，未来不断产生新的城市，也会有越来越多的公民在城市中生活，因此未来城市规划馆、科技馆或文化馆将会有较大的市场需求。在博物馆方面，根据文化部公布数据和《博物馆事业中长期发展规划纲要（2011-2020）》，2014年国内博物馆数量达4,510个，而到2020年要达到约5,200个博物馆的中长期目标。综上，随着会展业的蓬勃发展，都需要CG企业提供创新展示的内容、形式和手段，更好地满足消费者的精神文化需求。

2008-2014年我国会展业直接产值

资料来源：智研数据中心整理

4、影视、动漫

影视制作中的CG应用涵盖电影、电视、广告、宣传片、电视节目的特效制作和后期加工等。具体而言，CG一方面是应用于特效制作和后期加工等环节，其目的在于减少大规模人工拍摄成本或者实现实际拍摄无法实现之效果；另一方面在现代动画影视片中，几乎所有内容都需要通过CG技术实现。CG技术在更好达到制作者意愿要求的同时，也给广大电影电视观众带来了前所未有的视觉盛宴，往往能带来强烈的视觉冲击和体验，进而大幅提升商业票房收入。

未来中国电影行业，一是票房增长将由过去的银幕数量增长拉动逐渐转变为影片内容拉动，银幕数量增长会趋缓，影片内容和创意对票房收入的提升作用将越来越大，这将促使影片制作方增加CG技术的使用；二是国内影视制作会逐渐大片化和国际化，竞争趋于加剧。观众鉴赏能力的不断提升和好莱坞大片制作模式的强大压力，将迫使国内制作方向西方电影制作看齐，不断增加CG技术在影片制作的比重。因此，未来几年CG行业将迎来快速的发展阶段。

2010-2014年中国电影票房收入统计

资料来源：智研数据中心整理

2006-2014年中国广播影视总收入统计

资料来源：智研数据中心整理

动漫是动画加漫画及与之衍生产品的通称，行业市场上通常将动画、漫画、游戏（通常指电玩游戏）总称为ACG领域（即英文Animation、Comic、Game的缩写）。动漫是CG行业中最为人熟知的领域，也是国际市场上规模相对较大的行业，动画片中丰富的故事内容和人

物特征、形形色色的漫画人物、宏大的场景和栩栩如生的人物等都依靠CG技术来实现，动漫行业快速发展也必将带动未来几年CG行业的高速成长。动漫在产品端常体现与动漫连续剧、动漫电影、动漫游戏、二次元生态和动漫印刷品、动漫周边商品等领域。

就世界范围内来看，动漫在美国、日本等国家发展已经非常成熟，并已经成为娱乐消费领域中的支柱产业，而在国内还处于快速发展阶段。我国CG技术在动漫领域的运用近十年来快速发展，大致经历了从本世纪初产业萌芽期的产品引进，到产业起步期的消化吸收，再到快速发展的自主研发创新三个阶段，但目前国内产品从前端内容创作到后端产品特效都仍与国外先进水平存在较大差距。

2010-2015年中国动漫产业产值

资料来源：智研数据中心整理

5、游戏

在游戏方面，国际市场主机游戏、PC游戏、移动端游戏市场相对发达，国内目前形成PC单机游戏、PC网络端游、PC页游、移动端游戏等形态并存，同时移动端游戏快速发展的态势。目前国内智能机终端用户已突破6亿，预计至2020年将达到10亿，休闲手游和重度手游均发展迅猛，智能终端、网络和内容这几大驱动因素的同时出现最终引发目前手游市场的迅猛增长；同时随着消费水平的提高、游戏主机解禁，高端PC游戏和主机游戏将逐步拓展开市场。

未来几年游戏产业的主要发展趋势，一是端游、页游发展趋缓甚至停滞，而手游会呈现快速增长态势，渗透率不断提升，并走向社交网络化发展；二是游戏将趋于高质量化，玩家将追求视觉效果更震撼、体验更优秀的游戏，甚至采用如虚拟现实等新技术的游戏，基于体感互动的主机游戏将会逐步流行；三是游戏将大面积向培训、旅游、体育等其他行业渗透，与电视、电影等更为紧密相通。

2004-2015年中国游戏产业产值统计

资料来源：智研数据中心整理

第三节 行业生命周期分析 6

一、行业生命周期理论概述 6

二、行业所属的生命周期分析 8

第四节 行业经济指标分析 9

一、行业的赢利性分析 9

二、行业附加值的提升空间分析 10

三、行业进入壁垒与退出机制分析 10

(1) 人才壁垒

CG企业之间的竞争实质是人力资源的竞争。如何发掘、培养人才，如何稳定骨干人员、扩大团队规模，是CG企业发展过程中面临的核心问题。因此，CG行业有深刻理解的高素质管理人才是企业健康发展的关键因素，其它行业的管理者可能难以胜任CG企业的管理工

作。

CG 行业属于文化创意产业和高技术服务业，服务水平和服务质量取决于员工的专业素质和服务能力。创作人员需具备良好的艺术修养，同时掌握专业的CG技术，才能创作出令人耳目一新的作品，满足客户的个性化需求；而艺术修养与专业技术的提高需要长时间的积累和磨炼，导致复合型人才尤其是高端的创意人才相对稀缺。

总之，CG企业的核心竞争力是人才，行业内高素质的技术人才、创意人才、管理人才、市场人才相对有限，构成了进入行业的人才壁垒。

（2）品牌壁垒

知名的品牌往往意味着有质量保证的高水平服务，具有磁场效应使企业聚合人、财、物等资源，形成促进公司发展的有利物质基础。本行业的产品或服务在使用过程中对客户的招投标、广告宣传、展览展示、活动效果等多方面产生直接重大的影响，产品或服务的独特性、艺术性、稳定性尤为重要，客户对品牌具有较高忠诚度。特别是在市场开拓中，企业品牌和服务品质更为市场和客户所看重，所以拥有市场认可的品牌是参与行业竞争的核心优势之一。品牌的树立需要长时间的沉淀，缺乏为客户所接受的品牌是新企业进入本行业的重要壁垒。

（3）技术壁垒

本行业属于技术密集型产业，核心技术的积累和持续的技术创新是企业取得竞争优势的关键因素之一。本行业在数字图像的制作中涉及3D技术、虚拟仿真、三维动画、影视特效、渲染等高端技术；在展览展示、主题活动中涉及投影工程、数字沙盘、多媒体显示、虚拟现实、互动触摸、全息技术、体感技术、空气成像等系统或技术的综合应用。因此，较高的技术门槛对潜在的市场进入者构成了障碍。

（4）规模壁垒

本行业所从事的动画影片、特效制作、主题活动、展览展示等项目，一般投资额较大、技术难度大、项目周期长，客户对项目的创意设计要求较高。只有具备一定资金实力、创意能力、资源整合能力和经营规模的企业，通过专业的团队分工协作才能确保项目高效、保质、保量的完成。这对于新进入市场的小型公司形成了一定的壁垒。

（5）客户资源壁垒

客户资源是公司持续经营的重要前提，只有积累相当数量的客户才能保证公司的持续发展。本行业取得客户资源往往依赖于数字视觉服务企业的从业经验、信誉度、品牌、市场营销能力、综合服务能力等多方因素。而拥有大量客户资源是企业长期经营和积累的结果，因此对潜在的市场进入者构成壁垒。

第二章 2015-2016年世界CG（计算机图像）行业市场发展现状分析 13

第一节 全球CG（计算机图像）行业发展历程回顾 13

科技发达的美国、日本及西欧等国家和地区，一直是创意产业的先行者和领头羊。丰厚的经济收益，极低的能源损耗，使得许多国家都投入巨资对CG技术进行研发。目前在CG行业

，世界主要的CG大国是美国和日本，其它国家如韩国、英国、法国、荷兰等国也有较好的发展。

美国是世界上首先发明计算机的国家，是世界公认的计算机技术领导者。相应的，美国也是世界CG领头羊，侧重于影视制作和游戏制作。1995年，《玩具总动员》这部由皮克斯动画工作室第一次完全使用电脑动画技术的动画长片的成功，对美国CG发展具有里程碑式的意义。美国著名的CG公司有迪斯尼、环球影业、华纳兄弟、二十世纪福克斯、梦工厂、皮克斯等影视制作公司和美国艺电、暴雪娱乐等全球著名的游戏公司，代表作品包括《阿凡达》、《功夫熊猫》、《玩具总动员》、《魔戒》、《哈利波特》等电影，以及《魔兽世界》、《星际争霸》、《暗黑破坏神》等游戏。如今，CG在美国已经广泛深入到影视制作、游戏制作、个人艺术创作、广告传媒、文化娱乐等社会各个层面，同时促进了计算机图像软硬件产业的升级换代，每年给直接美国带来数千亿美元的产值，间接经济效益更难以估量。

日本是目前世界上唯一可以和美国在CG产业媲美的国家，由于日本本土特有的动漫文化支持，使得日本的CG发展速度惊人。日本社会对CG的接受程度非常高，日本CG行业从业人员众多，CG教育体系完善；同时CG已经成为当今日本文化的基本要素，表现手法也越来越多样化，表达内容也越来越丰富。日本比较著名的CG公司大多是动漫公司、游戏公司，如东映动画、吉卜力工作室和任天堂、Sony、Square等。CG产业在日本已经广泛深入到影视制作、游戏制作、个人艺术创作、多媒体教育等社会各个层面，带来巨大的经济促进效益，并深刻影响着日本本国和世界的经济与文化发展传播。

第二节 全球CG（计算机图像）行业市场规模分析 14

第三节 全球CG（计算机图像）行业市场区域分布情况 15

第四节 2016-2022年全球CG（计算机图像）市场规模预测 20

第三章 2015-2016年中国CG（计算机图像）产业发展环境分析 21

第一节 我国宏观经济环境分析 21

第二节 中国CG（计算机图像）行业政策环境分析 29

第三节 中国CG（计算机图像）产业社会环境发展分析 29

一、人口环境分析 29

二、教育环境分析 31

三、文化环境分析 34

四、生态环境分析 35

五、消费观念分析 38

第四章 2015-2016年中国CG（计算机图像）产业运行情况 41

第一节 中国CG（计算机图像）行业发展状况情况介绍 41

一、行业发展历程回顾 41

中国的CG发展最早可以追溯到20世纪80年代末期，主要是高等学校和科研院所的国家重点计算机研究所对计算机图像技术进行研究。1994年前后开始商业使用。随着中国经济的

蓬勃发展和进一步的对外开放，计算机的使用得到推广，国外优秀的CG电脑游戏、日本CG动漫、充满CG影视特效的好莱坞大片的大量涌入，使得国人越来越多的接触到CG，激发了年轻一代的计算机从业人员投身于CG行业的热情。

20世纪90年代末期以来，我国CG行业取得了巨大发展。伴随中国经济的高速增长和改革开放的深化，特别是建筑、城市规划、工业设计等行业的高速发展对CG产生了巨大的需求，伴随计算机技术在CG领域应用的发展和逐步成熟，直接促进了一批以建筑设计效果图、宣传片为主的工作室和公司的发展。

我国CG企业向规模化、集团化发展，在不同领域涌现了一批优秀的企业和代表作品。在建筑规划设计等可视化领域，我国CG企业经历十余年的发展，目前已相对成熟；在CG视觉场景方面，我国CG企业正处于快速发展期，以多元化的表现手法，为客户提供高水准的综合服务；在动漫、游戏、影视特效等领域，我国企业总体水平与世界先进水平有较大差距，但也取得了一定的发展，制作了动画片《喜羊羊和灰太狼》、《秦时明月》、《熊出没》、《大圣归来》，游戏《仙剑奇侠传》、《光荣使命》等比较好的作品；在奥运会、世博会等国际大型活动中我国CG企业以精湛的技术赢得了世界的认可和良好的口碑；与此同时目前我国CG公司正不断升级转变为拥有知识产权、培育创作能力的自主型企业。

二、行业技术现状分析 42

三、行业发展特点分析 44

第二节 行业市场规模分析 45

第三节 CG（计算机图像）行业市场供需情况分析 46

一、行业产能情况分析 46

二、行业产值分析 47

三、行业产量统计与分析 48

四、行业需求量分析 48

第四节 CG（计算机图像）行业发展趋势分析 49

第五章 2015-2016年中国CG（计算机图像）市场格局分析 51

第一节 中国CG（计算机图像）行业竞争现状分析 51

第二节 中国CG（计算机图像）行业集中度分析 52

一、行业市场集中度分析 52

二、行业企业集中度分析 53

三、行业区域集中度分析 54

第三节 行业存在的问题 55

第六章 2015-2016年中国CG（计算机图像）行业竞争情况 56

第一节 行业竞争结构分析 56

一、现有企业间竞争 56

二、潜在进入者分析 56

三、替代品威胁分析 57

四、供应商议价能力 57

五、客户议价能力 57

第二节 行业SWOT分析 58

一、行业优势分析 58

二、行业劣势分析 58

三、行业机会分析 59

四、行业威胁分析 59

第三节 行业竞争力优势分析 60

第七章 2015-2016年CG（计算机图像）制造所属行业数据监测 62

第一节 中国CG（计算机图像）所属行业规模分析 62

一、企业数量分析 62

二、资产规模分析 62

三、销售规模分析 63

四、利润规模分析 63

第二节 中国CG（计算机图像）所属行业产值分析 64

第三节 中国CG（计算机图像）所属行业成本费用分析 64

第四节 中国CG（计算机图像）所属行业运营效益分析 64

第八章 2015-2016年CG（计算机图像）行业重点生产企业分析 67

第一节 公司一 67

一、企业概况 67

二、企业主要经济指标分析 67

三、企业盈利能力分析 68

四、企业偿债能力分析 68

五、企业运营能力分析 68

六、企业成长能力分析 68

第二节 公司二 69

一、企业概况 69

二、企业主要经济指标分析 69

三、企业盈利能力分析 70

四、企业偿债能力分析 70

五、企业运营能力分析 70

六、企业成长能力分析 71

第三节 公司三 71

一、企业概况 71

二、企业主要经济指标分析	72
三、企业盈利能力分析	73
四、企业偿债能力分析	74
五、企业运营能力分析	75
六、企业成长能力分析	75
第四节 公司四	76
一、企业概况	76
二、企业主要经济指标分析	76
三、企业盈利能力分析	77
四、企业偿债能力分析	77
五、企业运营能力分析	77
六、企业成长能力分析	78
第五节 公司五	78
一、企业概况	78
二、企业主要经济指标分析	79
三、企业盈利能力分析	79
四、企业偿债能力分析	80
五、企业运营能力分析	80
六、企业成长能力分析	80
第九章 2016-2022年中国CG（计算机图像）行业发展前景分析与预测	81
第一节 2016-2022年CG（计算机图像）行业未来发展前景分析	81
一、2016-2022年CG（计算机图像）行业国内投资环境分析	81
二、2016-2022年CG（计算机图像）行业市场机会分析	82
三、2016-2022年CG（计算机图像）行业投资增速预测	82
第二节 2016-2022年CG（计算机图像）行业未来发展趋势预测	84
第三节 2016-2022年CG（计算机图像）行业市场发展预测	84
一、2016-2022年CG（计算机图像）行业市场规模预测	84
二、2016-2022年CG（计算机图像）行业市场规模增速预测	85
三、2016-2022年CG（计算机图像）行业产值规模预测	85
四、2016-2022年CG（计算机图像）行业产值增速预测	86
第四节 2016-2022年CG（计算机图像）行业盈利走势预测	87
一、2016-2022年CG（计算机图像）行业毛利润同比增速预测	87
二、2016-2022年CG（计算机图像）行业利润总额同比增速预测	87
第十章 2016-2022年CG（计算机图像）行业投资风险与营销分析	89
第一节 2016-2022年CG（计算机图像）行业进入壁垒分析	89

一、技术壁垒分析 89

二、规模壁垒分析 89

三、品牌壁垒分析 89

四、其他壁垒分析 90

第二节 2016-2022年CG（计算机图像）行业投资风险分析 90

一、政策风险分析 90

二、技术风险分析 90

三、竞争风险 90

四、其他风险分析 90

第十一章 ZY LZG 2016-2022年CG（计算机图像）行业发展策略及投资建议 92

第一节 2016-2022年CG（计算机图像）行业市场的重点客户战略实施 92

一、实施重点客户战略的必要性 92

二、合理确立重点客户 93

三、对重点客户的营销策略 94

四、强化重点客户的管理 94

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 94

第二节 2016-2022年CG（计算机图像）行业发展策略分析 96

第三节 2016-2022年CG（计算机图像）投资建议 96

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表：CG（计算机图像）行业产业链

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国CG（计算机图像）行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年CG（计算机图像）行业市场供给

图表：2011-2015年CG（计算机图像）行业市场需求

图表：2011-2015年CG（计算机图像）行业市场规模

图表：CG（计算机图像）所属行业生命周期判断

图表：CG（计算机图像）所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国CG（计算机图像）行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国CG（计算机图像）行业供给预测

图表：2016-2022年中国CG（计算机图像）行业需求预测

图表：2016-2022年中国CG（计算机图像）行业价格指数预测

图表：.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201603/395984.html>