

2018-2024年中国电影市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国电影市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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.huaon.com/detail/360423.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

随着行业竞争的不断加剧，在线票务平台的垄断程度逐渐加深。猫眼和微影时代合并后，新猫眼和淘票票形成行业内两大寡头。2017年第三季度电影市场观察报告显示，在线票务平台猫眼微影占市场份额52.5%，阿里影业旗下的淘票票占有34.44%，合计所占票务比例超过85%，在线票务市场已经成为阿里和腾讯两大互联网公司间的竞争。两大巨头优势明显，且分别背靠光线、腾讯联盟和阿里，资金充足，预计“新猫眼”与淘票票两强争霸的市场格局将在短期内趋于稳定。

在线票务市场进入稳定期，深耕存量。2016年中国电影在线票务市场用户量达1.29亿人，收入规模约336.4亿元人民币，占总体票房73.6%。目前我的电影在线购票的渗透率已经趋于饱和，增速已逐渐放缓，进入平稳期。各大在线票务平台在深耕存量的基础上，也积极向电影产业上下游进行业务扩张。

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：

第一章中国电影产业发展概况分析

第一节电影产业的相关概述介绍

一、电影产业的相关概述

（一）电影产业的概念

（二）电影产业的属性

（三）电影产业的特点

二、电影产业的发展概况

（一）电影产业的发展历史

（二）电影行业产业链解析

（三）电影的发行模式分析

（四）电影行业的经营模式

三、电影产业的特征分析

（一）电影行业季节性特征

（二）电影行业区域性特征

（三）电影行业周期性特征

四、报告的研究范围与方法

第二节电影产业的市场表现分析

一、电影产业收入规模分析

- (一) 电影产业总收入及增长
- (二) 非票房收入及增长情况
- (三) 海外销售收入及其增长
- (四) 中国电影版权收入分析
- (五) 中国电影广告收入分析

二、电影票房及增长情况

- (一) 电影总票房及增长情况
- (二) 国产片票房及增长情况
- (三) 全国地区票房排行情况
- (四) 全国城市票房排行情况

三、电影产业的市场表现情况

- (一) 电影产业的竞争格局
- (二) 电影产业的市场份额
- (三) 城市影院的观影人次
- (四) 城市院线的平均票价
- (五) 超亿元国产影片数量

四、与电影产业成熟国家对比

- (一) 人均年观影次数对比
- (二) 每十万人银幕数对比

第三节 海外版权引进与出口分析

一、海外电影版权引进

- (一) 进口片票房分析
- (二) 进口片市场特点

二、国产影片对外出口

- (一) 中国电影出口情况
- (二) 海外发行影片分析
- (三) 海外发行机构分析

三、海外版权引进与出口趋势

第二章 中国电影产业发展环境分析

第一节 电影产业的政策环境分析

一、行业监管体系分析

- (一) 电影行业的监管架构
- (二) 电影行业的监管内容
- (三) 电影行业的监管政策

二、行业主要政策与规划

(一) 电影产业的主要政策

(二) 电影产业的相关规划

第二节 电影监管的法律制度分析

一、电影监管主体法律制度分析

(一) 香港电影监管主体制度

(二) 美国电影监管主体制度

(三) 中国电影监管主体制度

二、电影监管标准法律制度分析

(一) 美国电影监管标准法律制度

(二) 印度电影监管标准法律制度

(三) 中国电影监管标准法律制度

三、电影监管程序法律制度分析

(一) 美国电影监管程序法律制度

(二) 印度电影监管程序法律制度

(三) 中国电影监管程序法律制度

四、完善中国电影监管制度的建议

(一) 完善现有电影监管制度

(二) 引入电影分级制度

第三节 电影产业的经济环境分析

一、国内宏观经济环境分析

(一) 国内生产总值及增长情况

(二) 城镇人口数量及增长情况

(三) 城镇化进程变化趋势分析

(四) 居民消费价格指数及变化

(五) 居民人均收入情况及增长

(六) 货币供应量及其增长情况

(七) 文教娱乐现金消费支出情况

二、国际宏观经济环境分析

(一) 世界主要国家国内生产总值

(二) 主要经济体的经济形势分析

(三) 世界主要国家和地区

(四) 主要国家就业结构与失业率

(五) 主要国家货物进出口贸易额

(六) 世界经济运行主要影响因素

(七) 世界经济展望最新预测分析

（八）外部环境对中国经济的影响

第三章全球电影产业发展状况分析

第一节全球电影产业的发展状况

一、全球电影产业发展概况分析

二、全球电影产业发展现状分析

三、分地区电影票房情况分析

第二节北美电影产业的发展状况

一、北美电影产业发展概况分析

二、北美电影产业现象分析

三、美国电影院线行业发展状况

第三节日本电影产业的发展状况

一、日本本土电影的创作生产

二、日本本土与进口电影发行

（一）日本本土电影发行情况

（二）日本进口电影发行情况

三、日本放映市场的发展状况

四、日本电影院线的竞争格局

第四节其他国家/地区电影产业分析

一、英国电影产业发展概况分析

二、韩国电影产业发展概况分析

三、亚洲电影产业发展概况分析

第四章中国电影产业细分市场分析

第一节中国电影制片市场分析

一、电影制片产量分析

二、电影市场类型分析

三、电影制片机构分析

四、电影合拍片市场分析

五、电影投融资市场分析

六、电影制片发展趋势分析

第二节中国电影发行市场分析

一、中国电影发行模式研究

二、中国电影发行市场分析

三、重点企业电影发行模式

第三节中国电影院线市场分析

一、电影院线的基本特征

(一) 电影院线技术水平

(二) 电影院线的季节性

(三) 电影院线的区域性

(四) 电影院线的周期性

二、电影院线规模分析

(一) 电影院线数量分析

(二) 电影院线规模分析

(三) 电影院线票房排名

三、电影院线运营分析

(一) 电影院线经营模式

(二) 电影院线发展特征

(三) 院线运营效率对比

(四) 院线票房增速分析

四、电影市场供给需求分析

(一) 电影市场的供给情况

(二) 电影市场的需求情况

五、电影院线的竞争状况

(一) 电影院线的竞争格局

(二) 电影院线的市场份额

(三) 电影院线集中度分析

(四) 电影院线的进入障碍

六、典型电影院线分析

(一) 大地电影院线分析

(二) 金逸电影院线分析

(三) 中影星美院线分析

七、电影院线发展趋势分析

第四节中国影院市场发展分析

一、影院发展概况分析

(一) 电影院数量分析

(二) 影院银幕数分析

(三) 数字银幕数分析

(四) 3D银幕数分析

(五) IMAX银幕数分析

(六) 影院新技术分析

二、影院市场概况分析

(一) 影院票房分布情况

(二) 影院运营效率分析

(三) 影院票房TOP

三、影院电子商务分析

(一) 影院电商发展现状

(二) 影院团购市场分析

(三) 影院在线选座分析

四、影院发展趋势分析

第五章中国电影营销市场调研分析

第一节电影营销市场概况分析

一、中国电影营销市场分析

(一) 电影营销发展阶段分析

(二) 电影营销市场概况分析

(三) 电影营销费用分配情况

(四) 中国电影营销公司分析

二、中国电影营销案例分析

(一) 《激战》营销案例分析

(二) 《环太平洋》案例分析

(三) 《一代宗师》

三、电影宣发市场发展趋势

(一) 电子商务深入渗透市场

(二) 电影发行呈全产业链化

(三) 电影行销将发力移动端

(四) 大型集团加强落地发行

第二节电影网络营销市场调研

一、电影观众信息获取习惯调研

(一) 观众接触电影宣传内容的途径

(二) 观众对电影宣传内容的关注度

(三) 观众去影院观影的驱动因素调研

(四) 预告片对观众观影决定的影响

(五) 观众观看电影预告片的渠道调研

(六) 观众观看预告片的视频网站选择

二、中国网络视频营销现状及问题

(一) 电影营销费用总体水平分析

(二) 电影营销费用分配情况分析

(三) 好莱坞电影的网络营销分析

(四) 中国电影网络营销调研结论

三、电影网络营销典型案例分析

(一) 《狄仁杰之神都龙王》

(二) 《金刚狼2》

(三) 《一夜惊喜》

(四) 《致我们终将逝去的青春》

(五) 《特种部队2：全面反击》

(六) 《小时代》

(七) 《厨子戏子痞子》

第三节 电影微博营销案例分析

一、微博营销的概况

(一) 微博营销的定义

(二) 微博营销的特点

(三) 微博营销的现状

二、微博营销的方式

(一) 精准营销

(二) 话题营销

(三) 互动营销

(四) 情感营销

(五) 口碑营销

(六) 内容营销

三、电影微博营销的一般规律

(一) 上映前的电影微博营销

(二) 上映中的电影微博营销

(三) 上映后的电影微博营销

四、电影微博营销案例分析

(一) 《失恋33天》微博营销分析

(二) 《小时代》的微博营销分析

(三) 两部电影的微博营销总结

第四节 电影病毒式营销分析

一、电影病毒式营销的相关概述

(一) 电影病毒式营销概念的界定

(二) 电影病毒式营销的构成要素

(三) 电影病毒式营销的优势分析

- (四) 电影病毒式营销的价值分析
 - 二、中国电影病毒式营销现状分析
 - (一) 电影病毒式营销的主要成效
 - (二) 电影病毒式营销存在的问题
 - (三) 电影病毒式营销问题的成因
 - 三、好莱坞电影病毒式营销案例
 - (一) 《盗梦空间》的病毒式营销
 - (二) 《黑暗骑士》的病毒式营销
 - (三) 《饥饿游戏》的病毒式营销
 - 四、好莱坞电影病毒式营销的启示
- ## 第六章 中国电影产业领先企业分析
- ### 第一节 电影制片发行企业分析
- 一、中国电影股份有限公司
 - (一) 企业基本概况分析
 - (二) 企业股权结构分析
 - (三) 企业主营业务分析
 - (四) 企业经营状况分析
 - (五) 企业未来发展规划
 - 二、华谊兄弟传媒股份有限公司
 - (一) 企业基本概况分析
 - (二) 企业股权结构分析
 - (三) 企业主营业务分析
 - (四) 企业经营状况分析
 - (五) 企业未来发展规划
 - 三、北京光线传媒股份有限公司
 - (一) 企业基本概况分析
 - (二) 企业股权结构分析
 - (三) 企业主营业务分析
 - (四) 企业经营状况分析
 - (五) 企业未来发展规划
 - 四、博纳影业集团有限公司
 - (一) 企业基本概况分析
 - (二) 企业股权结构分析
 - (三) 企业主营业务分析
 - (四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

五、上海电影股份有限公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 企业主营业务分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

六、长影集团有限责任公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 企业主营业务分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

七、橙天嘉禾娱乐(集团)有限公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 企业主营业务分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

八、湖南电广传媒股份有限公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 企业主营业务分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

九、浙江唐德影视股份有限公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 企业主营业务分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

十、浙江华策影视股份有限公司

(一) 企业基本情况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 企业主营业务分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

第二节 电影院线企业经营分析

一、万达电影院线股份有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 企业主营业务分析

(四) 企业经营状况分析

(五) 企业未来发展规划

二、上海联和电影院线有限责任公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 院线影院布局分析

(四) 院线银幕总数分析

(五) 院线票房收入分析

(六) 院线放映场次分析

(七) 院线观影人次分析

三、中影星美电影院线有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 院线影院布局分析

(三) 企业股权结构分析

(四) 院线银幕总数分析

(五) 院线票房收入分析

(六) 院线放映场次分析

(七) 院线观影人次分析

四、广东大地电影院线有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 院线影院布局分析

(三) 企业股权结构分析

(四) 院线银幕总数分析

(五) 院线票房收入分析

(六) 院线放映场次分析

(七) 院线观影人次分析

五、深圳市中影南方电影新干线有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业股权结构分析

(三) 院线影院布局分析

(四) 院线票房收入分析

(五) 院线放映场次分析

(六) 院线观影人次分析

第三节 主要影院运营情况分析

一、北京耀莱成龙国际影城

(一) 影院选址环境分析

(二) 影院硬件设施分析

(三) 影院票房收入分析

(四) 影院放映场次分析

(五) 影院观影人次分析

(六) 影院的上座率分析

二、首都华融电影院

(一) 影院硬件设施分析

(二) 影院票房收入分析

(三) 影院放映场次分析

(四) 影院观影人次分析

(五) 影院的上座率分析

三、北京UME国际影城双井店

(一) 影院选址环境分析

(二) 影院硬件设施分析

(三) 影院票房收入分析

(四) 影院放映场次分析

(五) 影院观影人次分析

(六) 影院的上座率分析

四、上海万达影城五角场店

(一) 影院基本情况分析

(二) 影院票房收入分析

(三) 影院放映场次分析

(四) 影院观影人次分析

(五) 影院的上座率分析

五、深圳嘉禾影城

(一) 影院选址环境分析

(二) 影院硬件设施分析

- (三) 影院票房收入分析
- (四) 影院放映场次分析
- (五) 影院观影人次分析
- (六) 影院的上座率分析

六、广州万达影城白云店

- (一) 影院硬件设施分析
- (二) 影院票房收入分析
- (三) 影院放映场次分析
- (四) 影院观影人次分析
- (五) 影院的上座率分析

第七章中国微电影的发展状况分析

第一节微电影的发展概况分析

一、微电影产生的背景

- (一) 新媒体的产生与普及
- (二) 传统媒体广告的失宠
- (三) 受众注意力不断分散
- (四) 网络通信技术的发展

二、微电影的相关概述

- (一) 微电影的概念界定
- (二) 微电影的兴起原因
- (三) 微电影的基本类型

三、微电影的发展历程

- (一) 微电影的萌芽阶段
- (二) 微电影的发展阶段
- (三) 微电影的成熟阶段

第二节微电影的传播模式分析

一、微电影的制作情况

- (一) 微电影的资金来源
- (二) 微电影的剧本制作
- (三) 微电影的拍摄制作

二、微电影主流制片模式

- (一) 独立制片
- (二) 联合制片
- (三) 广告主定制

三、微电影主要创作群体

(一) 草根创作者

(二) 商业广告创作者

(三) 网络自制创作者

四、微电影的传播模式

(一) 微电影的传播渠道

(二) 微电影的传播方式

(三) 微电影的传播效果

第三节微电影的未来发展展望

一、微电影产业化问题分析

(一) 制片环节存在的问题

(二) 制作环节存在的问题

(三) 传播环节存在的问题

二、微电影的未来发展展望

(一) 微电影的发展趋势

(二) 微电影的发展建议

第八章中国电影产业专题研究

第一节中国电影档期市场分析

一、月度电影市场分析

(一) 月度票房冠军

(二) 月度票房走势

(三) 档期特点分析

二、重点电影档期分析

(一) 暑期档特征分析

(二) 国庆档特征分析

(三) 贺岁档特征分析

三、其他电影档期分析

(一) 元旦档特征分析

(二) 情人档特征分析

(三) 清明档特征分析

(四) 五一档特征分析

(五) 中秋档特征分析

第二节电影作品版权质押模式

一、电影作品版权质押的相关概述

(一) 电影作品版权的归属及内容

(二) 电影作品版权质押基本概念

(三) 电影作品版权质押的特殊性

(四) 电影作品版权质押法律依据

二、电影作品版权质押的必要性

(一) 保障电影作品的独立性

(二) 降低制片方的融资成本

(三) 文化创意产业的重要引擎

三、电影作品版权质押担保融资模式

(一) 直接型质押担保融资模式

(二) 间接型质押担保融资模式

(三) 混合型质押担保融资模式

四、电影作品版权质押的困境分析

(一) 相关的法律规范仍然不完善

(二) 电影作品版权价值评估困难

(三) 版权质押风险分散机制缺乏

(四) 对侵权相关抑制措施不完善

五、完善电影作品版权质押制度的建议

第三节 电影后产品市场分析

一、电影后产品的相关概述

(一) 电影后产品的基本概念

(二) 电影后产品的基本特性

(三) 电影后产品的经济效益

(四) 电影后产品的市场效应

二、电影后产品开发的国际比较

(一) 美国电影后产品市场概况

(二) 电影后产品的时间窗模式

(三) 中国电影后产品开发现状

(四) 电影后产品市场开发策略

三、电影后产品的新平台--网络

(一) 网络宣传平台

(二) 网络发行平台

(三) 网络消费平台

(四) 网络调研平台

第九章 电影产业的投融资问题研究

第一节 电影产业融资模式分析

一、电影产业融资现状分析

(一) 电影投资回报率分析

(二) 电影产业的资金来源

二、电影产业现有融资模式

(一) 版权质押贷款

(二) 公开发行股票

(三) 私募基金

(四) 植入广告

(五) 政府投融资

(六) 影片预售融资

三、现有融资模式存在的问题

(一) 版权质押贷款存在的问题

(二) 公开发行股票存在的问题

(三) 私募基金存在的问题

(四) 植入广告存在的问题

(五) 政府投融资存在的问题

四、电影产业融资模式的创新优化

(一) 众筹模式

(二) 信托融资

(三) 电影私募债

(四) 电影版权证券化

第二节 国外电影产业投融资经验借鉴

一、美国电影产业投融资经验借鉴

(一) 完善的保险制度

(二) 完片保证人制度

(三) 发达的私募融资

(四) 广泛的收益渠道

二、韩国电影产业投融资经验借鉴

(一) 政府扶持电影产业发展

(二) 丰富的电影专业人才

(三) 大企业投资电影产业

三、日本电影产业投融资经验借鉴

(一) 注重电影产业战略投资

(二) 特许权证券化制度

四、中国电影产业投融资建议

第三节 电影产业资本运营策略分析

一、电影产业资本运营的发展阶段

- (一) 政府主导下的政策放开阶段
- (二) 政策支持下的蓬勃发展阶段
- (三) 市场调节下的逐步整合阶段

二、电影产业资本运营的特征分析

- (一) 电影产业资本运营政策的特征
- (二) 电影产业资本运营市场的特征
- (三) 电影产业资本运营存在的问题

三、电影产业资本运营的优化策略

- (一) 拓宽电影产业的融资渠道
- (二) 创新电影人才的培养模式
- (三) 多元化利用资本运营模式
- (四) 健全电影产业的法规体系

第十章中国电影产业未来前景展望

第一节电影产业的风险因素分析

- 一、电影产业的监管风险
- 二、电影产业的政策风险
- 三、电影产业的市场风险
- 四、电影产业的经营风险
- 五、电影产业的管理风险
- 六、电影产业的其他风险

第二节中国电影国际化路径分析

- 一、中国电影国际化发展概况
 - (一) 电影国际化的重要意义
 - (二) 中国电影的国际化历程
- 二、世界电影的国际化概况
 - (一) 美国电影的国际化分析
 - (二) 日本电影的国际化分析
 - (三) 韩国电影的国际化分析
- 三、中国电影的国际化路径探析
 - (一) 中国电影的国际化现状
 - (二) 国际化进程出现的问题
 - (三) 中国电影国际化路径探析

第三节电影产业的发展前景展望

- 一、电影产业的影响因素

(一) 电影产业的有利影响因素

(二) 电影产业的不利影响因素

二、进入电影行业的主要障碍

(一) 进入电影行业的政策壁垒

(二) 进入电影行业的资金壁垒

(三) 进入电影行业的品牌壁垒

(四) 进入电影行业的人才壁垒

三、电影产业发展前景展望

(一) 电影产业面临的挑战分析

(二) 电影产业存在的机遇分析

(三) 电影产业的利润水平分析

(四) 电影产业的发展趋势分析

(五) 电影产业发展前景展望

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/360423.html>