

2018-2024年中国电影市场全景评估及发展趋势研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国电影市场全景评估及发展趋势研究预测报告》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/360428.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

2017年第三季度电影数据，猫眼微影占市场份额52.50%，淘票票占34.44%，两大巨头行业市场占率超过85%，在线票务市场已经成为“新猫眼”和淘票票两大玩家PK的战场。

2017年7月猫眼电影以526.9万月活跃用户领跑在线票务市场，淘票票以436.9万用户紧居其后；日活跃用户方面，淘票票实现了对猫眼的反超，以47万用户领先。从AppAnnie公布的iPhone用户娱乐类APP客户端历史下载排名变化情况来看，淘票票下载排名较稳定，且在2016年以来相对领先与猫眼。虽然面对淘票票的反击，猫眼的领先优势出现下滑。但考虑合并微影时代后，猫眼获得“娱票儿”、“格瓦拉”2大平台用户，新猫眼的领先优势将进一步扩大。

2016年以来行业票补的开始逐渐减少，2017年猫眼电影、微影、百度糯米纷纷宣布实现单月盈利，在线票务行业已经进入以盈利为主要目的的3.0时代。各平台都在深挖行业上下游盈利模式，平台之间追求差异化发展。

微影时代并入猫眼电影后，在线票务市场猫眼和淘票票两家独大，在线票务市场成为背后腾讯和阿里两大互联网巨头的角逐的战场。

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 2014-2017年全球电影产业的发展

1.1 2014-2017年全球电影市场运行现状

1.1.1 电影票房分析

1.1.2 各国电影市场

1.1.3 影片类型分析

1.1.4 银幕数量分析

1.1.5 市场发展新特点

1.2 2014-2017年北美电影行业运行分析

1.2.1 票房收入分析

1.2.2 观影人次及票价

1.2.3 观影观众结构

1.3 2014-2017年美国电影行业发展分析

1.3.1 银幕数量分析

1.3.2 电影产业特点

1.3.3 产业链分析

1.3.4 美国独立电影

1.3.5 美国绿色电影

1.4 2014-2017年欧洲电影行业运行分析

1.4.1 电影政策环境

1.4.2 票房收入分析

1.4.3 影票销量情况

1.4.4 竞争力分析

1.5 2014-2017年韩国电影行业发展分析

1.5.1 观影人数与影院票房

1.5.2 影院数量与银幕数量

1.5.3 影片市场状况

1.5.4 海外销售情况

1.6 2014-2017年日本电影行业发展分析

1.6.1 生产分级情况

1.6.2 票房收入情况

1.6.3 观影人次规模

1.6.4 平均电影票价

1.6.5 影片市场状况

1.6.6 电影特征分析

第二章 中国电影产业发展的PEST分析

2.1 政策（Political）环境

2.1.1 电影发展促进意见

2.1.2 电影产业促进法

2.1.3 电影专项资金管理

2.2 经济（Economic）环境

2.2.1 国内生产总值

2.2.2 固定资产投资

2.2.3 经济运行特征

2.2.4 未来发展趋势

2.3 社会（Social）环境

2.3.1 人口数量规模

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 社会就业人口

2.3.4 居民消费价格

2.3.5 城镇化发展进程

2.4 技术 (Technological) 环境

2.4.1 数字技术

2.4.2 特效技术

2.4.3 3D技术

2.4.4 CG技术

第三章 2014-2017年中国电影产业发展分析

3.1 2014-2017年中国电影市场发展综况

3.1.1 消费拉动电影产业增长

3.1.2 中国电影市场发展特点

3.1.3 电影影片进出口状况解读

3.2 2014-2017年中国电影票房分析

3.2.1 全国票房收入

3.2.2 电影观影人次

3.2.3 电影票房排名

3.2.4 票房地区排名

3.2.5 优势票房区间

3.2.6 观众满意度研究

3.3 2014-2017年中国电影档期市场分析

3.3.1 档期票房规模

3.3.2 电影档期分布

3.3.3 电影定档流程

3.4 2014-2017年中国二级电影市场发展分析

3.4.1 二级市场现状

3.4.2 开发模式分析

3.4.3 市场前景分析

3.5 电影行业加快融入互联网市场

3.5.1 互联网助力电影市场发展

3.5.2 网络在线购票市场活跃

3.5.3 网络大电影市场逐步崛起

3.5.4 电影市场借力“大数据”

3.5.5 “电影众筹”参与市场竞争

3.5.6 互联网资本注入电影市场

3.5.7 IP网生电影市场前景可期

3.6 2014-2017年中国主要地区电影发展分析

3.6.1 北京市

3.6.2 上海市

3.6.3 广东省

3.6.4 江苏省

3.6.5 浙江省

3.6.6 四川省

3.6.7 湖北省

3.7 中国电影市场面临的问题分析

3.7.1 重数量不重质量

3.7.2 娱乐粗鄙化严重

3.7.3 国际竞争力不足

3.7.4 收入模式单一

3.7.5 市场定位模糊

3.7.6 发展环境亟待规范

3.8 中国电影市场发展的策略分析

3.8.1 重视品牌建设

3.8.2 加快兼并重组

3.8.3 完善产业链

3.8.4 重视二级市场

3.8.5 开拓国际市场

第四章 2014-2017年中国电影细分行业发展分析

4.1 2014-2017年中国国产电影行业发展分析

4.1.1 海外市场销售

4.1.2 属地审查新规

4.1.3 电影特效短板

4.1.4 面临的问题

4.1.5 发展的对策

4.1.6 发展的路径

4.2 2014-2017年中国小成本电影发展分析

4.2.1 电影特点分析

4.2.2 电影发展优势

4.2.3 观影人群分析

4.2.4 发展制约因素

4.2.5 发展的策略

4.3 2014-2017年数字电影发展分析

4.3.1 数字电影简介

4.3.2 全球数字银幕

4.3.3 全球3D电影市场

4.3.4 中国电影数字化

4.3.5 中国IMAX银幕

第五章 2014-2017年中国电影制片及发行业发展分析

5.1 2014-2017年中国电影制片业现状分析

5.1.1 制片业产量分析

5.1.2 制片业特点分析

5.1.3 制片机构市场份额

5.1.4 制片业格局分析

5.1.5 面临挑战分析

5.2 2014-2017年中国电影制片企业发展分析

5.2.1 企业发展现状

5.2.2 国有制片企业

5.2.3 民营制片企业

5.2.4 面临问题分析

5.2.5 发展趋势分析

5.3 2014-2017年中国电影发行业发展分析

5.3.1 发行状况分析

5.3.2 电影发行市场

5.3.3 发行格局分析

5.3.4 行业竞争加剧

5.3.5 发行主体规模

第六章 2014-2017年中国电影院线发展分析

6.1 电影院线定义及分类

6.1.1 电影院线定义

6.1.2 电影院线分类

6.1.3 主要院线类型

6.2 2014-2017年中国电影院线市场分析

6.2.1 院线数量及规模

6.2.2 院线梯队划分

- 6.2.3 院线票房排名
- 6.2.4 影院荧幕数量
- 6.2.5 运营效率分析
- 6.2.6 区域分布格局
- 6.3 2014-2017年中国电影院线消费者分析
 - 6.3.1 性别分布
 - 6.3.2 影龄分布
 - 6.3.3 学历分布
 - 6.3.4 城市分布
 - 6.3.5 票价分布
 - 6.3.6 消费影响因素
- 6.4 2014-2017年中国电影院线发展特色分析
 - 6.4.1 院线发展特点
 - 6.4.2 二三线城市布局
- 6.5 2014-2017年中国五大电影院线运行分析
 - 6.5.1 万达影院
 - 6.5.2 中影星美
 - 6.5.3 新影联
 - 6.5.4 上海联和院线
 - 6.5.5 大地院线
- 6.6 2014-2017年中国电影院建设与租金分析
 - 6.6.1 建设模式分析
 - 6.6.2 租金模式分析
 - 6.6.3 租金定价原则
 - 6.6.4 成本分析
- 6.7 2014-2017年中国电影特色院线发展分析
 - 6.7.1 民族电影院线
 - 6.7.2 戏曲电影院线
 - 6.7.3 艺术电影院线
 - 6.7.4 儿童电影院线
- 6.8 中国电影院线发展趋势分析
 - 6.8.1 品牌建设加快
 - 6.8.2 向上扩张趋势
 - 6.8.3 上市热潮出现
 - 6.8.4 重组整合趋势

6.8.5 电影信息化

6.8.6 院线互联网化

第七章 2014-2017年中国电影行业产业链分析

7.1 电影行业产业链简介

7.1.1 标准电影产业链

7.1.2 大电影产业链

7.2 2014-2017年中国电影产业链结构分析

7.2.1 制片公司

7.2.2 院线公司

7.2.3 影院公司

7.3 2014-2017年中国电影院线卖品市场分析

7.3.1 市场份额分析

7.3.2 卖品定价分析

7.3.3 收入利润分析

7.3.4 顾客消费习惯

7.4 2014-2017年中国电影广告市场分析

7.4.1 广告类型分析

7.4.2 广告市场规模

7.4.3 影片植入广告

7.4.4 影片映前广告

7.4.5 搭载营销模式

7.5 2014-2017年中国电影衍生品市场发展分析

7.5.1 市场需求分析

7.5.2 目标群体定位

7.5.3 消费心理分析

7.5.4 面临的阻碍

第八章 2014-2017年中国电影市场竞争分析

8.1 2014-2017年中国电影市场竞争水平分析

8.1.1 市场竞争格局

8.1.2 院线市场份额

8.1.3 市场化水平

8.2 中国院线市场份额影响因素分析

8.2.1 品牌认知力

8.2.2 核心特色资源

8.2.3 设备环境氛围

8.3 2014-2017年中国电影行业盈利模式分析

8.3.1 商业影片

8.3.2 主旋律影片

8.3.3 电视电影

8.3.4 网络电影

8.4 2014-2017年中国城市影院竞争分析

8.4.1 一线城市

8.4.2 二线城市

8.4.3 三线城市

第九章 2014-2017年中国电影市场营销分析

9.1 影响电影市场票房的因素分析

9.1.1 首要因素

9.1.2 重要因素

9.1.3 关键因素

9.1.4 潜在因素

9.1.5 运气因素

9.1.6 其他因素

9.2 2014-2017年中国电影院线营销分析

9.2.1 电影营销状况

9.2.2 营销产品分析

9.2.3 面临的问题

9.3 2014-2017年国内电影跨界营销新模式

9.3.1 衍生品营销

9.3.2 粉丝营销

9.3.3 IP版权营销

9.3.4 联合营销

9.3.5 电影植入

9.3.6 品牌元素授权

9.4 2014-2017年国产电影营销策略分析

9.4.1 品牌宣传战略

9.4.2 宣传途径选择

9.4.3 公共关系建设

9.4.4 经济杠杆战略

9.4.5 档期集聚效应

第十章 2014-2017年中国电影行业重点企业分析

10.1 中国电影集团公司

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 公司业务板块

10.1.3 企业发展战略

10.1.4 企业项目动态

10.1.5 企业发展动态

10.2 华谊兄弟传媒集团

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 互联网业务提速

10.2.3 经营效益分析

10.2.4 业务经营分析

10.2.5 财务状况分析

10.2.6 未来前景展望

10.3 博纳影业集团

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 企业发展动态

10.3.3 2017年博纳影业经营状况分析

10.3.4 2017年博纳影业经营状况分析

10.4 北京光线传媒股份有限公司

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 竞争优势分析

10.4.3 经营效益分析

10.4.4 业务经营分析

10.4.5 财务状况分析

10.4.6 未来前景展望

10.5 北京华录百纳影视股份有限公司

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 经营效益分析

10.5.3 业务经营分析

10.5.4 财务状况分析

10.5.5 未来前景展望

10.6 浙江华策影视股份有限公司

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 国际业务范围

10.6.3 经营效益分析

10.6.4 业务经营分析

10.6.5 财务状况分析

10.6.6 未来前景展望

10.7 橙天嘉禾娱乐（集团）有限公司

10.7.1 企业发展概况

10.7.2 影城运营业务

10.7.3 2014年橙天嘉禾经营状况分析

10.7.4 2017年橙天嘉禾经营状况分析

10.7.5 2017年橙天嘉禾经营状况分析

第十一章 2014-2017年中国电影行业投资分析

11.1 2014-2017年中国影院投资现状分析

11.1.1 投资主体

11.1.2 投资成本

11.1.3 盈利模式

11.1.4 投融资状况分析

11.1.5 投资预测分析

11.2 2014-2017年中国电影行业投资热点分析

11.2.1 投资机会分析

11.2.2 电影制片业

11.2.3 电影发行业

11.2.4 电影放映业

11.2.5 数字电影

11.3 2014-2017年中国电影行业投资价值分析

11.3.1 电影产业投资价值

11.3.2 电影发行业投资价值

11.3.3 电影放映业投资价值

11.3.4 数字电影投资价值

11.4 2014-2017年中国电影行业投资壁垒分析

11.4.1 准入壁垒

11.4.2 资金壁垒

11.4.3 商圈壁垒

11.4.4 人才壁垒

11.5 2014-2017年中国电影行业投资风险分析

11.5.1 政策风险

11.5.2 盗版风险

11.5.3 审查风险

11.5.4 市场风险

第十二章 中国电影行业的前景分析预测

12.1 电影行业发展前景预测

12.1.1 “十三五”发展展望

12.1.2 行业发展机遇

12.1.3 未来发展方向

12.1.4 行业建设规划

12.1.5 发展驱动因素

12.2 中国电影行业发展趋势分析

12.2.1 行业发展趋势

12.2.2 电影投融资趋势

12.2.3 票房市场整风

12.2.4 国产片受重视

12.3 2018-2024年电影行业发展预测分析

12.3.1 中国电影行业发展因素分析

12.3.2 2018-2024年中国电影票房收入预测

12.3.3 2018-2024年中国观影人次预测

附录：

附录一：电影管理条例

附录二：电影企业经营资格准入暂行规定

附录三：《电影企业经营资格准入暂行规定》的补充规定

附录四：外商投资电影院暂行规定

附录五：电影制片、发行、放映经营资格准入暂行规定

附录六：国务院关于促进电影产业繁荣发展的指导意见

附录七：国家电影事业发展专项资金征收使用管理办法

图表目录：

图表1 2007-2017年全球电影票房及增长率

图表2 2011-2017年全球电影票房及增长率

图表3 2017年主要国家电影票房及占比

图表4 全球银幕分布

图表5 全球数字银幕变化

图表6 2010-2017年全球数字3D银幕变化

图表7 2017年北美票房前列的影片观众性别统计

图表8 2007-2017年北美电影票房及增长率

图表9 2007-2017年北美电影观影人次及增长率、平均票价

图表10 美国市场银幕数

图表11 2006-2017年韩国电影产业主要数据

图表12 2017年韩国电影市场排行榜前20名（根据观影人次）

图表13 2017年日本映画伦理委员会的影片分级情况

图表14 2017年日本映画伦理委员会通过分级的新片构成情况

图表15 2006-2017年日本票房总收入情况

图表16 2006-2017年日本观影人次增长情况

图表17 2006-2017年日本电影平均票价情况

图表18 2001-2017年日本电影票房市场份额

图表19 2006-2017年票房收入10亿日元以上影片情况

图表20 2017年度日本进口电影单片票房状况

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/360428.html>